



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS**

CARRERA DE: INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
INSUMOS AGROPECUARIOS CON ASISTENCIA TÉCNICA
UBICADO EN EL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE
COTOPAXI, PERIODO 2011”**

Tesis presentada previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial

Autor:

Tipán Toapanta José Francisco

Tutor:

Ing. Angelita Marlene Salazar Corrales

Latacunga - Ecuador

Mayo de 2013

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “Plan de negocios para la comercialización de insumos agropecuarios con asistencia técnica ubicado en el Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi, periodo 2011”, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Tipán Toapanta José Francisco

050313256-5

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS AGROPECUARIOS CON ASISTENCIA TÉCNICA UBICADO EN EL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, PERIODO 2011”, de Tipán Toapanta José Francisco, egresado de la especialidad de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Grado, que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, septiembre del 2011

El Director,

Ing. Angelita Marlene Salazar Corrales

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, el postulante; Tipán Toapanta José Francisco, con el título de tesis: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS AGROPECUARIOS CON ASISTENCIA TÉCNICA UBICADO EN EL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, PERIODO 2011” han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Mayo de 2013

Para constancia firman:

.....
Ing. Eliana Palma
PRESIDENTE

.....
Ing. Edgar Gálvez
MIEMBRO

.....
Ing. Roberto Arias
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco inmensamente a Dios, por guiarme por el camino del bien y brindar su incondicional compañía en todos los momentos de mi vida; a mi Madre por estar siempre conmigo dándome sus sabios consejos y el apoyo infinito para alcanzar logros y metas importantes; a mi familia, amigos, compañeros, que de una u otra manera han brindado su apoyo; a mis profesores quienes han aportado con su sabiduría para alcanzar este logro; también a todas las personas y empresas que colaboraron con el desarrollo de este trabajo; a la Ing. Marlene Salazar por ser la directora encargada de encaminar hacia el éxito en la realización de este proyecto.

JOSÉ TIPÁN

DEDICATORIA

Esta obra dedico a la Sra. Piedad Tipán por ser padre y madre para mí y brindarme siempre su apoyo incondicional; con mucho amor para Magali y mi hijo Ismael a quienes las adoro inmensamente, a mis hermanas y mi hermano, por estar siempre a mi lado apoyándome, a mis sobrinas; a mis amigos y amigas que siempre me han sabido apoyar sin esperar nada a cambio; a todos los docentes que fueron parte de mi vida estudiantil, a la Universidad Técnica de Cotopaxi por permitir educarme y ser un excelente profesional.

JOSÉ TIPÁN



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS AGROPECUARIOS CON ASISTENCIA TÉCNICA UBICADO EN EL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, PERIODO 2011”

Autor: José Francisco Tipán Toapanta

RESUMEN

La creación de un plan de negocios que permita la comercialización de insumos agropecuarios con asistencia técnica se da porque en las empresas y almacenes dedicados a esta actividad no ha existido el interés de brindar este servicio a la población que se dedica a actividades agropecuarias y satisfacer cuyas necesidades.

Al no existir quien brinde asistencia técnica, este importante sector ha tenido grandes pérdidas económicas por la mala utilización de insumos agropecuarios, dosis inadecuadas, entre otras, lo que ha influido en la productividad en los diferentes productos que se producen en el campo.

Al crear esta empresa se estará satisfaciendo las diversas necesidades que afrontan los diferentes agricultores y ganaderos del Cantón Latacunga y la Provincia en las diferentes áreas que está inmiscuidas dentro del campo de la agronomía y ganadería por ende mejorar la productividad de este importante sector.

Además al implementar diferentes métodos de comercialización se estaría incrementando los ingresos del sector agropecuario, por consiguiente se mejoraría la calidad de vida de los mismos. Adicionalmente se estaría ayudando al sector campesinado a incrementar sus conocimientos sobre el uso de plaguicidas, lo que permitirá obtener mayor utilidad con menor inversión.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

“BUSINESS PLAN TO TRADE FARMING PRODUCTS WITH TECHNICAL ASSISTANCE LOCATED IN LATACUNGA, COTOPAXI PROVINCE, PERIOD 2011”

Author: José Francisco Tipán Toapanta

ABSTRACT

Creating a business plan that allows the marketing of agricultural inputs with technical assistance is provided for in the business and warehouse dedicated to this activity has not been interested in providing this service to the populations engaged in agricultural activities and which meet needs.

As there who provide technical assistance, this important sector has had great economic losses for the misuse of agricultural inputs, inadequate doses, among others, which has influenced productivity in the different products that are produced in the field.

Creating this enterprise, it will satisfy the diversity of necessities that face out several farmers and livestock farmers of Latacunga and the province in the different areas that are inside the agronomy and livestock farming, so it could improve on the productivity of this important sector.

In addition to implementing different marketing methods would increase revenue in the agricultural sector therefore would improve the quality of life for them. Additionally, the industry would be helping peasants to increase their knowledge on the use of pesticides, which will raise the profitability with less investment.

AVAL DEL INGLÉS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS AGROPECUARIOS CON ASISTENCIA TÉCNICA UBICADO EN EL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, PERIODO 2011”

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁG. N°
AUTORÍA.....	II
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
AVAL DEL INGLÉS.....	IX
ÍNDICE	X
ÍNDICE DE TABLAS	XVI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XX
INTRODUCCIÓN	XXII

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

CONTENIDO	PÁG. N°
1.1 ADMINISTRACIÓN	1
1.1.1 IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN.....	2
1.1.2 ETAPAS DE LA ADMINISTRACIÓN.....	2
1.2 EMPRENDIMIENTO	3
1.3 PLAN DE NEGOCIOS	4
1.3.1 IMPORTANCIA DEL PLAN DE NEGOCIOS	4
1.3.2 TIPOS DE PLANES DE NEGOCIOS	5
1.3.3 ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS ESTÁNDAR	6
1.4 ESTUDIO DE MERCADO	7
1.4.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS	8
1.4.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	8
1.4.2.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	9
1.4.2.2 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	10
1.4.2.3 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	11
1.4.2.4 UNIVERSO.....	12

CONTENIDO	PÁG. N°
1.4.2.5 LA MUESTRA	12
1.4.2.6 TAMAÑO DE LA MUESTRA	12
1.4.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	13
1.4.3.1 DEFINICIÓN	13
1.4.3.2 TIPOS DE DEMANDA	13
1.4.3.3 ANÁLISIS DEL LA DEMANDA	14
1.4.3.4 PRONÓSTICO DE LA DEMANDA.....	15
1.4.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	15
1.4.5 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN	16
1.5 ESTUDIO TÉCNICO	16
1.5.1 REQUERIMIENTOS GENERALES	16
1.5.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	16
1.5.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO	17
1.5.4 LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN	17
1.5.4.1 ESTRUCTURA JURÍDICA	17
1.5.4.2 ESTRUCTURA ORGÁNICA.....	18
1.5.4.3 CARGOS Y FUNCIONES	18
1.5.4.4 REQUERIMIENTO DE PERSONAL.....	18
1.5.4.5 GASTOS DE PERSONAL	18
1.5.4.6 PERFIL DEL EQUIPO DIRECTIVO	19
1.6 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	19
1.6.1 INVERSIÓN FIJA	19
1.6.2 CAPITAL DEL TRABAJO	20
1.6.3 INVERSIÓN TOTAL	20
1.6.4 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	20
1.6.5 ESTUDIO DE INGRESOS Y GASTOS	20
1.6.6 EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	22

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 OBJETIVOS	24
2.1.1 OBJETIVO GENERAL	24

CONTENIDO	PÁG. N°
2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	24
2.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	24
2.2.1 LISTA DE PRODUCTOS.....	25
2.2.2 PRODUCTOS SUSTITUTOS	26
2.2.3 ÁREA DEL MERCADO	27
2.2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	31
2.2.4.1 EL PROBLEMA	31
2.2.4.2 SOLUCIÓN.....	32
2.2.4.3 JUSTIFICACIÓN.....	32
2.2.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	33
2.2.5.1 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	33
2.2.5.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	34
2.2.5.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	35
2.2.5.4 POBLACIÓN O UNIVERSO.....	36
2.2.5.5 DISEÑO DE LA MUESTRA	37
2.2.5.6 PRUEBA PILOTO.....	37
2.2.5.7 ANÁLISIS DE LA PRUEBA PILOTO	39
2.2.5.8 CÁLCULO DE LA MUESTRA	39
2.2.5.9 DISEÑO DEL CUESTIONARIO	40
2.2.5.10 DISEÑO DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN	40
2.2.5.11 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO	41
2.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	54
2.3.1 GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES.....	54
2.3.2 INGRESOS Y GASTOS DE LOS CONSUMIDORES	56
2.3.3 DEMANDA HISTÓRICA	58
2.3.4 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA	59
2.3.5 DEMANDA ACTUAL	59
2.3.6 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	60
2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	60
2.4.1 LA OFERTA EN EL CANTÓN LATACUNGA	61
2.4.2 OFERTA HISTÓRICA	61

CONTENIDO	PÁG. N°
2.4.3 OFERTA ACTUAL	63
2.4.3.1 CALIFICACIÓN DE LA OFERTA	64
2.4.4 PROYECCIÓN DE LA OFERTA	68
2.5 DEMANDA INSATISFECHA.....	68
2.6 ANÁLISIS PRECIOS	69
2.6.1 PRECIOS HISTÓRICOS	70
2.6.2 PRECIOS PROYECTADOS	71
2.7 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	72
2.8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	74
2.8.1 CONCLUSIONES	74
2.8.2 RECOMENDACIONES.....	75

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 ESTUDIO TÉCNICO	76
3.1.1 TAMAÑO	76
3.1.1.1 TAMAÑO EN FUNCIÓN DEL MERCADO	77
3.1.2 TAMAÑO EN FUNCIÓN DE FINANCIAMIENTO.....	79
3.1.2.1 MANO DE OBRA	79
3.1.2.2 MATERIA PRIMA	79
3.1.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	80
3.1.3.1 MACRO LOCALIZACIÓN	80
3.1.3.2 MICRO LOCALIZACIÓN.....	81
3.1.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO	84
3.1.4.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	84
3.1.4.2 DESCRIPCIÓN PROCESO DEL SERVICIO	85
3.1.4.3 FLUJO DE PROCESO DE ADQUISICIÓN DE INSUMOS.....	86
3.1.4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	88
3.1.5 REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO.....	89
3.1.5.1 EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES	89
3.1.5.2 MUEBLES Y ENSERES	90

CONTENIDO	PÁG. N°
3.1.5.3 MAQUINARIA Y EQUIPO	91
3.1.5.4 MANO DE OBRA DIRECTA.....	93
3.1.5.5 MANO DE OBRA INDIRECTA.....	94
3.1.5.6 MATERIA PRIMA	94
3.1.5.7 SERVICIOS BÁSICOS	95
3.1.5.8 SUMINISTROS Y ÚTILES DE LIMPIEZA	96
3.1.5.9 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	96
3.1.5.10 GASTOS DIFERIDOS.....	97
3.1.5.11 CAPITAL DE TRABAJO.....	97
3.1.5.12 RESUMEN DE INVERSIONES	98
3.1.6 PROPUESTA ADMINISTRATIVA	99
3.1.6.1 RAZÓN SOCIAL.....	99
3.1.6.2 CONSTITUCIÓN JURÍDICA	100
3.1.6.3 TRAMITES CONSTITUCIÓN	101
3.1.6.4 MARCO LEGAL	101
3.1.6.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA.....	102
3.1.6.6 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	103
3.1.7 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	104
3.1.8 BASE FILOSÓFICA	105
3.1.8.1 OBJETIVOS GENERAL.....	105
3.1.8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	105
3.1.8.3 MISIÓN.....	105
3.1.8.4 VISIÓN	106
3.1.8.5 VALORES CORPORATIVOS.....	106
3.1.8.6 ESTRATEGIAS	107
3.2 ESTUDIO ECONÓMICO	108
3.2.1 INVERSIÓN INICIAL	108
3.2.1.1 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS.....	109
3.2.1.2 AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	109
3.2.2 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	110
3.2.2.1 CRONOGRAMA DE INVERSIÓN	111

CONTENIDO	PÁG. N°
3.2.3 ESCENARIOS PARA LA PROYECCIÓN	112
3.2.3.1 PRESUPUESTOS DE COMPRAS.....	112
3.2.3.2 PRESUPUESTO DE VENTAS	114
3.2.3.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS	115
3.2.3.4 GASTOS DE VENTAS	117
3.2.3.5 CUENTAS POR PAGAR	117
3.2.3.6 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE OPERACIÓN	118
3.2.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	119
3.2.5 ESTADOS FINANCIEROS	119
3.2.5.1 ESTADO DE RESULTADOS	120
3.2.5.2 ESTADO DE FLUJO DE CAJA	120
3.2.5.3 BALANCE GENERAL	122
3.3 RAZONES FINANCIERAS.....	123
3.3.1 RAZONES DE LIQUIDEZ.....	123
3.3.2 RAZONES DE APALANCAMIENTO	124
3.3.3 RAZONES DE RENTABILIDAD	125
3.3.4 CAPITAL DE TRABAJO.....	127
3.3.5 FLUJOS NOMINALES	128
3.3.6 EVALUACIÓN FINANCIERA	128
3.3.6.1 TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RETORNO	129
3.3.6.2 VALOR ACTUAL NETO	129
3.3.6.3 TASA INTERNA DE RETORNO.....	130
3.3.6.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN.....	131
3.3.6.5 RELACIÓN COSTO BENEFICIO.....	131
3.3.6.6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA	132
CONCLUSIONES.....	134
RECOMENDACIONES.....	136
BIBLIOGRAFÍA.....	138
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁG. N ^o
TABLA N ^o 2.1 CLASIFICACIÓN DE INSUMOS AGROPECUARIOS.....	25
TABLA N ^o 2.2 PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	26
TABLA N ^o 2.3 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.....	28
TABLA N ^o 2.4 CRECIMIENTO DE LAS UPAS.....	30
TABLA N ^o 2.5 CRECIMIENTO DE UPAS SEGÚN TAMAÑO DE HA.....	31
TABLA N ^o 2.6 POBLACIÓN REPRESENTADAS EN UPAS.....	36
TABLA N ^o 2.7 ANÁLISIS DE LA PRUEBA PILOTO.....	39
TABLA N ^o 2.8 PERSONAS QUE REALIZAN ALGUNA ACTIVIDAD AGROPECUARIA.....	41
TABLA N ^o 2.9 CLASE DE INSUMOS UTILIZADOS EN CULTIVOS Y ANIMALES.....	42
TABLA N ^o 2.10 INSUMOS QUE ADQUIERE PARA EL CUIDADO DE CULTIVOS.....	43
TABLA N ^o 2.11 PRODUCTOS QUE ADQUIERE PARA EL CUIDADO DE ANIMALES.....	44
TABLA N ^o 2.12 DESTINO DE RECURSOS PARA ANIMALES O CULTIVOS.....	45
TABLA N ^o 2.13 FRECUENCIA DE COMPRA DE INSUMOS AGROPECUARIOS.....	46
TABLA N ^o 2.14 ALMACÉN DONDE REALIZA SUS COMPRAS.....	47
TABLA N ^o 2.15 PERCEPCIÓN DE PRECIOS DE AGROQUÍMICOS.....	48
TABLA N ^o 2.16 CANTIDAD QUE GASTA EN INSUMOS AGROPECUARIO.....	49
TABLA N ^o 2.17 ACEPTACIÓN DE CREACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA AGROPECUARIA.....	50
TABLA N ^o 2.18 TIPO DE ASESORAMIENTO QUE REQUIERE.....	51
TABLA N ^o 2.19 MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCUCHADO.....	52
TABLA N ^o 2.20 PREFERENCIA DE UBICACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA.....	53
TABLA N ^o 2.21 USO DE INSUMOS AGRÍCOLAS.....	55

CONTENIDO	PÁG. N ^o
TABLA N ^o 2.22 USO DE INSUMOS VETERINARIO Y/O GANADERO.....	55
TABLA N ^o 2.23 INSUMOS PRINCIPALES.....	56
TABLA N ^o 2.24 DEMANDA HISTÓRICA.....	58
TABLA N ^o 2.25 DEMANDA ACTUAL.....	59
TABLA N ^o 2.26 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	60
TABLA N ^o 2.27 OFERTA HISTÓRICA.....	62
TABLA N ^o 2.28 OFERTA HISTÓRICA DE INSUMOS AGROPECUARIOS..	62
TABLA N ^o 2.29 OFERTA ACTUA	63
TABLA N ^o 2.30 PARÁMETROS DE MEDICIÓN.....	64
TABLA N ^o 2.31 CALIFICACIÓN DE LA OFERTA.....	65
TABLA N ^o 2.32 OFERTA DIRECTA ACTUAL.....	66
TABLA N ^o 2.33 OFERTA ACTUAL DE INSUMOS AGROPECUARIOS.....	67
TABLA N ^o 2.34 PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN UNIDADES.....	68
TABLA N ^o 2.35 DEMANDA INSATISFECHA DE INSUMOS AGROPECUARIOS.....	69
TABLA N ^o 2.36 PRECIO PROMEDIO DE INSUMOS AGROPECUARIOS...	70
TABLA N ^o 2.37 PROYECCIÓN DE PRECIOS.....	72
TABLA N ^o 3.1 PARTICIPACIÓN DE INSUMOS EN EL MERCADO.....	78
TABLA N ^o 3.2 PRINCIPALES EMPRESAS PROVEEDORAS.....	79
TABLA N ^o 3.3 MATRIZ LOCACIONAL.....	82
TABLA N ^o 3.4 ÁREA REQUERIDA.....	88
TABLA N ^o 3.5 ADECUACIÓN DE EDIFICACIÓN.....	90
TABLA N ^o 3.6 MUEBLES DE OFICINA.....	90
TABLA N ^o 3.7 EQUIPOS DE OFICINA.....	91
TABLA N ^o 3.8 EQUIPOS DE CÓMPUTO.....	91
TABLA N ^o 3.9 REQUERIMIENTO DE EQUIPO.....	92
TABLA N ^o 3.10 VEHÍCULO.....	92
TABLA N ^o 3.11 MANO DE OBRA DIRECTA.....	93
TABLA N ^o 3.12 MANO DE OBRA INDIRECTA.....	94
TABLA N ^o 3.13 MATERIA PRIMA.....	94
TABLA N ^o 3.14 SERVICIOS BÁSICOS.....	95

CONTENIDO	PÁG. N ^o
TABLA N ^o 3.15 MANTENIMIENTO Y COMBUSTIBLE.....	95
TABLA N ^o 3.16 SUMINISTROS Y ÚTILES DE LIMPIEZA.....	96
TABLA N ^o 3.17 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS.....	96
TABLA N ^o 3.18 GASTOS DIFERIDOS.....	97
TABLA N ^o 3.19 CAPITAL DE TRABAJO.....	97
TABLA N ^o 3.20 RESUMEN DE INVERSIONES.....	98
TABLA N ^o 3.21 PROMEDIO CALIFICACIÓN DE TIPO DE EMPRESA.....	100
TABLA N ^o 3.22 INVERSIÓN INICIAL.....	108
TABLA N ^o 3.23 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS.....	109
TABLA N ^o 3.24 AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS.....	109
TABLA N ^o 3.25 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO.....	110
TABLA N ^o 3.26 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.....	110
TABLA N ^o 3.27 DEMANDA INSATISFECHA A CUBRIR.....	112
TABLA N ^o 3.28 PRECIOS PROMEDIO DE COMPRA.....	113
TABLA N ^o 3.29 COMPRAS PROYECTADAS.....	113
TABLA N ^o 3.30 VENTAS PROYECTADAS.....	114
TABLA N ^o 3.31 SUELDOS Y SALARIOS.....	115
TABLA N ^o 3.32 GASTOS GENERALES.....	116
TABLA N ^o 3.33 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	116
TABLA N ^o 3.34 GASTOS DE VENTAS.....	117
TABLA N ^o 3.35 CUENTAS POR PAGAR.....	117
TABLA N ^o 3.36 COSTOS FIJOS.....	118
TABLA N ^o 3.37 COSTOS VARIABLES.....	118
TABLA N ^o 3.38 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	119
TABLA N ^o 3.39 ESTADO DE RESULTADOS.....	120
TABLA N ^o 3.40 FLUJO DE CAJA.....	121
TABLA N ^o 3.41 BALANCE GENERAL.....	122
TABLA N ^o 3.42 RAZON CORRIENTE.....	123
TABLA N ^o 3.43 CAPITAL DE TRABAJO.....	124
TABLA N ^o 3.44 ENDEUDAMIENTO EXTERNO.....	124
TABLA N ^o 3.45 ENDEUDAMIENTO INTERNO.....	125

CONTENIDO	PÁG. N ^o
TABLA N ^o 3.46 MARGEN NETO DE UTILIDAD.....	125
TABLA N ^o 3.47 UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS.....	126
TABLA N ^o 3.48 RENTABILIDAD SOBRE CAPITAL.....	126
TABLA N ^o 3.49 RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO.....	127
TABLA N ^o 3.50 CAPITAL DE TRABAJO.....	127
TABLA N ^o 3.51 FLUJOS NOMINALES.....	128
TABLA N ^o 3.52 TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RETORNO.....	129
TABLA N ^o 3.53 VALOR ACTUAL NETO.....	130
TABLA N ^o 3.54 TASA INTERNA DE RETORNO.....	130
TABLA N ^o 3.55 PERÍODO DE RECUPERACIÓN.....	131
TABLA N ^o 3.56 RELACIÓN COSTO BENEFICIO.....	132
TABLA N ^o 3.57 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	132

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁG. N ^o
GRÁFICO N° 2.1 SEGMENTACIÓN DE UPAS POR HA.....	29
GRÁFICO N° 2.2 TASA DE CRECIMIENTO DE UPAS.....	29
GRÁFICO N° 2.3 PERSONAS QUE REALIZAN ALGUNA ACTIVIDAD AGROPECUARIA.....	41
GRÁFICO N° 2.4 CLASE DE INSUMOS UTILIZADOS EN CULTIVOS Y ANIMALES.....	42
GRÁFICO N° 2.5 INSUMOS QUE ADQUIERE CON MAYOR FRECUENCIA PARA LOS CULTIVOS.....	43
GRÁFICO N° 2.6 PRODUCTOS QUE ADQUIERE CON MAYOR FRECUENCIA PARA ANIMALES.....	44
GRÁFICO N° 2.7 DESTINO DE RECURSOS PARA ANIMALES O CULTIVOS.....	45
GRÁFICO N° 2.8 FRECUENCIA DE COMPRAS DE INSUMOS AGROPECUARIOS.....	46
GRÁFICO N° 2.9 ALMACÉN DONDE REALIZA SUS COMPRAS.....	47
GRÁFICO N° 2.10 PERCEPCIÓN DE PRECIOS DE AGROQUÍMICOS.....	48
GRÁFICO N° 2.11 CANTIDAD QUE GASTA EN INSUMOS AGROPECUARIOS.....	49
GRÁFICO N° 2.12 ACEPTACIÓN DE CREACIÓN DE NUEVA EMPRESA..	50
GRÁFICO N° 2.13 TIPO DE ASESORAMIENTO QUE REQUIERE.....	51
GRÁFICO N° 2.14 MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCUCHADO.....	52
GRÁFICO N° 2.15 PREFERENCIA DE UBICACIÓN DE NUEVA EMPRESA.....	53
GRÁFICO N° 2.16 ORIGEN DE INGRESOS ECONÓMICOS.....	57
GRÁFICO N° 2.17 FRECUENCIA DE GASTOS POR MES.....	57
GRÁFICO N° 2.18 INFLACIÓN HISTÓRICA.....	67
GRÁFICO N° 2.19 INFLACIÓN ACTUAL.....	71
GRÁFICO N° 2.20 CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....	71
GRÁFICO N° 2.21 PERCEPCIÓN DE PRECIOS.....	73
GRÁFICO N° 3.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	81

CONTENIDO	PÁG. N ^o
GRÁFICO N° 3.2 UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	83
GRÁFICO N° 3.3 SÍMBOLOS DEL DIAGRAMA DE FLUJO.....	85
GRÁFICO N° 3.4 FLUJO DE PROCESO DE ADQUISICIÓN DE INUSMOS.....	86
GRÁFICO N° 3.5 FLUJO DE PROCESO DE SERVICIOS.....	87
GRÁFICO N° 3.6 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	89
GRÁFICO N° 3.7 LOGOTIPO ORGANIZACIONAL.....	100
GRÁFICO N° 3.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	103
GRÁFICO N° 3.9 CRONOGRAMA DE INVERSIONES.....	111

INTRODUCCIÓN

La Provincia de Cotopaxi y el cantón Latacunga es eminentemente agrícola, por lo tanto gran parte de la población se dedica a actividades agrícolas y pecuarias, siendo éstas la principal fuente de ingresos y sustento de las familias. La población principalmente cultiva cereales, tubérculos y pastizales; la cría de ganado bovino, ovino, porcino, animales de pequeñas especies en menor medida, por lo que la utilización de insumos agropecuarios son demandados frecuentemente para el cuidado e incremento de la productividad de las mismas.

Muchas de estas familias debido a los bajos recursos económicos con los que cuenta no pueden asesorarse con un profesional externo por los costos que les significaría, de esta manera repercute en la productividad por dichas actividades haciendo que influya directamente a que bajen sus ingresos, por lo que no les es posible mejorar la calidad de vida.

Con la implementación de este plan de negocios se dará soluciones a necesidades primordiales del sector agropecuario, ya que se trabajará principalmente en tres ejes esenciales como son:

- En el asesoramiento técnico para el sector agrícola y pecuario, complementando con charlas y talleres, influenciando de esta manera en la optimización de los recursos con los que cuenta e incrementar sus ingresos.
- Dar el respectivo seguimiento de asistencia técnica, esencialmente en el campo, permitiendo la prevención y control de enfermedades y plagas que atacan a plantas y animales oportunamente. Y,
- Por último colaborar con en el posicionamiento de los productos producidos en el mercado, de esta manera se contribuye con este sector a que no sufra intermediación comercial, por ende obtenga mayores ingresos.

Para poder concretar lo antes expuesto, los contenidos se distribuyen en tres capítulos.

En el capítulo I contiene la fundamentación teórica necesaria para la presente investigación, en donde se señala las temáticas más relevantes que estén relacionados directamente con la elaboración de proyectos.

Este estudio se enmarca primordialmente en los campos de la administración, el emprendimiento, estudio de mercado, finalmente el estudio técnico económico y financiero, ya que son esenciales para la elaboración del proyecto para su posterior determinación del mismo.

Mientras que en el capítulo II esta íntegramente compuesto del estudio de mercado, divididos en subtemas como son la investigación de mercados, la demanda y oferta histórica, actual y proyectada, la demanda insatisfecha, análisis de precios y canales de distribución.

Para la realización de este capítulo se recurrirá a diferentes técnicas y métodos que permitan la recopilación y análisis de la información para posteriormente determinar la demanda insatisfecha de insumos agropecuarios que existe en el cantón Latacunga.

Finalmente en el capítulo III se determina los requerimientos necesarios para el buen funcionamiento del presente estudio, para lo cual se enmarca principalmente en temas centrales como es el estudio técnico, económico y financiero. Es decir se detalla todo lo necesario para que la empresa entre en funciones, para lo cual se sustentan los costos de acuerdo a proformas y proyecciones para finalmente determinar su factibilidad.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Administración

Según **FAYOL**, Henry (2001) Administración “es el proceso de lograr que las cosas se realicen por medio de la planeación, organización, delegación de funciones, integración de personal, dirección y control de otras personas, creando y manteniendo un ambiente en el cual la persona se pueda desempeñar entusiastamente en conjunto con otras, sacando a relucir su potencial, eficacia y eficiencia y lograr así fines determinados” (P. 13 -14).

Para **HITT**, Michael (2006) define administración “como el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional” (P. 08).

La administración es el procedimiento de planificar, organizar, dirigir y controlar de manera sistemática las actividades que realizan los miembros que colaboran con la organización usando los recursos disponibles para el desempeño óptimo, pudiendo alcanzar a cabalidad con los objetivos establecidos por la organización en un corto, mediano y largo plazo.

Con la administración se puede elevar la productividad gracias a la eficacia y eficiencia del manejo de los recursos de talento humano, financiero, materia prima, tecnológico, con lo que se puede obtener ventaja competitiva con relación a la competencia, liderando en el sector económico en el cual se está participando.

1.1.1 Importancia De La Administración

Es importante la administración porque ayuda al manejo eficiente de los recursos con los que cuenta la organización mejorando la productividad, contribuyendo en el manejo óptimo de la empresa. Con la administración podemos aplicar las etapas de la administración obteniendo mayor productividad, se puede lograr ventaja competitiva, disminución de tiempos en los procesos como la aplicación de reingeniería para el mejor funcionamiento de la misma con el propósito de que se logre cumplir con los objetivos planteados por la empresa.

1.1.2 Etapas De La Administración

Planificación: Es el proceso de planificar de manera sistemática y coordinada los lineamientos y actividades a cumplirse dentro de la organización en el futuro para lo cual se desarrollará un cronograma de actividades mediante el cual los representantes de la organización puedan evaluar el cumplimiento de las metas u objetivos establecidos. Las actividades que se determinarán dentro de la planificación son los objetivos, valores, estrategias, presupuestos, programas de cumplimiento, procedimientos con los cuales la organización podrá funcionar para la consecución de los resultados para la cual fue creada.

Organización: Comprende el establecimiento de la formación estructural de la organización de tal forma que permita constituirse legalmente de ser necesario, dependiendo de los objetivos planteados por los directivos o accionistas. También se puede organizar de manera eficiente los recursos con los cuales cuenta para el normal funcionamiento de la organización formando grupos de trabajo, la designación de los cargos y responsabilidades a cumplirse dependiendo del perfil más idóneo para el cargo que permitan alcanzar de manera ágil los objetivos.

Dirección: Se trata de motivar e influir al personal involucrado para que ayude a cumplir con las metas trazadas de manera voluntaria, que tengan un grado de pertenencia para con la organización, de esta manera se contribuye a alcanzar los

objetivos planteados. Es importante de quien esté al frente de la organización sea un profesional con liderazgo, para que pueda alcanzar a cabalidad las actividades encomendadas y cumplimiento de metas, objetivos de la organización.

Control: El control trata de evaluar, supervisar el normal funcionamiento de la organización con el fin de determinar si se está cumpliendo con la planificación para poder tomar los correctivos adecuados en caso de ser necesarios. El control ayuda a determinar los puntos críticos que deberían ser analizados para una reingeniería que permita la optimización de los recursos con los que se cuenta, detectar las fallas en la organización por los cuales no se pueden lograr los objetivos propuestos resultando ser un cuello de botella para la organización.

1.2 Emprendimiento

El emprendimiento surge de la necesidad de dar vida a una idea para lo cual el emprendedor dedicará esfuerzo, el deseo de superación conjuntamente correrá cierto riesgo que implica este tipo de emprendimiento por la aceptación o no de la sociedad para lo cual es imprescindible realizar distintos estudios que permitan seguir el camino más adecuado para concretar la idea. Un emprendedor debe tener la capacidad de plasmar la idea en la práctica, deberá gestionar y administrar los recursos con los que cuenta minimizando el esfuerzo que conlleva a los involucrados para que pueda ser rentable la idea propuesta.

El emprendedor tiene una gran necesidad de realización personal cuya satisfacción es el de cumplir con tal objetivo, es una persona con cualidades innatas que le permite desarrollarse en cualquier ámbito y dar soluciones a los problemas por más grandes que sean, gusta de los riesgos moderados ya que se siente preparado para afrontar tales actividades con gran responsabilidad personal.

Un emprendedor debe tener ciertos conocimientos técnicos, formación, experiencia, capacidad para poder crear y dirigir una organización en el manejo adecuado de los recursos optimizando la productividad. También debe tener

habilidades personales como la creatividad, iniciativa, aceptación de críticas, adaptación al cambio, un alto grado de autoestima entre otras en los momentos de incertidumbre.

1.3 Plan De Negocios

Al decir por **PALAO, Jorge; GÓMEZ, Vicente, (2009)** Plan de negocios “Es un plan que sirve para que un negocio proyecte su futuro, asigne recursos, se concentre en puntos clave y se prepare para las dificultades y las oportunidades”. (P. 18.)

Un plan de negocios es una herramienta importante para tomar decisiones de manera acertada optimizando el desarrollo y crecimiento de la organización según las proyecciones planteadas en el cronograma de actividades de la misma con el fin de cumplir a cabalidad sus objetivos. Además se resalta las oportunidades y necesidades de una idea que puede ser creada e implementada en una organización ayudando a determinar los puntos críticos, como consecuencia se puede dar soluciones a los mismos, pudiendo mejorar la administración de estos recursos que de alguna manera ayuda a la canalización de recursos importantes para la organización.

El éxito de un plan de negocios depende en gran parte del talento humano con el que cuenta la organización para su implantación dentro de la organización, así como también las estrategias que se apliquen, las cuales permitirán el avance y desarrollo de dicho proyecto.

1.3.1 Importancia Del Plan De Negocios

La importancia de realizar un plan de negocios es de convencerse uno mismo como emprendedor antes de asumir compromisos financieros con inversionistas, instituciones financieras u otros, por consiguiente se obtiene información oportuna que ayuda a tomar las decisiones más acertadas y estrategias a desarrollarse.

Se realiza un plan de negocios con el fin de obtener un préstamo, atraer y convencer a potenciales inversionistas lo que permite el financiamiento de la organización, también se detalla las ventajas, oportunidades del emprendimiento, despejando dudas de incertidumbre del éxito o el fracaso de la misma.

1.3.2 Tipos De Planes De Negocios

- **Plan de negocios para empresas en marcha:** Es utilizado para evaluar la nueva unidad de negocio de manera independiente como la asignación de recursos para la misma, así también permitirá determinar las fortalezas y debilidades de la empresa demostrando capacidad gerencial del grupo empresarial.
- **Plan de negocios para nuevas empresas:** Se debe detallar la descripción de la idea, la ventaja que se tendría, los objetivos a ser alcanzadas, las estrategias a ser aplicadas a los planes de acción respectivos para lograr las metas por parte del emprendedor. Es en este tipo de plan es en donde se trabajara en este proyecto ya que una idea para una empresa nueva.
- **Plan de negocios para inversionistas:** Se realiza con el fin de atraer el interés de los inversionistas por lo mismo es importante que se detalle toda la información sobre la idea o la empresa en marcha así como también los datos relevantes que determinen la factibilidad financiera, el retorno de la inversión, la rentabilidad que el inversionista puede obtener por este emprendimiento o nueva unidad de negocios entre otros.
- **Plan de negocios para administradores:** Su fin es detallar las actividades que se realizan en las operaciones de las organizaciones, este plan debe ser más detallado pues muestra los objetivos, estrategias, políticas, procesos, programas y presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa para que pueda alcanzar las metas por ende los objetivos planteados.

1.3.3 Estructura De Un Plan De Negocios Estándar

- **Resumen ejecutivo:** Se analiza el panorama de la organización en el tiempo y espacio, el compromiso con la sociedad que tiene en la implantación de los objetivos, misión, visión, valores entre otras. Es elemental analizar a la actividad a la que se dedica, que servicios se va a prestar, quienes son nuestros potenciales clientes, si existe o no algún compromiso de la empresa con la sociedad, con los colaboradores e inversionistas, razón por la cual al crear los valores corporativos se debe estructurar de manera que abarque las variables antes mencionadas.

- **Resumen de la empresa:** Se expresa la historia de una organización si ya lo hubiere, si es un nuevo proyecto se expresan las estrategias, las ventajas competitivas que tendría con relación a la competencia. Para este proyecto lo concerniente es determinar las estrategias y ventajas que se aplicaría para la solución de los problemas que se pretende satisfacer.

- **Productos o servicios:** Se detalla la actividad que la organización presta a la sociedad, los proveedores con los que cuenta, la tecnología, la situación competitiva, como también la innovación de nuevos productos y/o servicios que pretende desarrollar para el futuro e innovar su portafolio comercial. Como antes se mencionó nuestra actividad principal la comercialización de insumos agropecuarios con asistencia técnica al sector agropecuario.

- **Análisis del mercado:** Se determinará la segmentación del mercado al cual se pretende llegar, estrategias para el mercado meta, la estratificación permitirá aclarar el panorama al cual la organización desea como clientes; un estudio de mercados permitirá determinar las necesidades, la demanda insatisfecha, tendencias, los participantes, redes de distribución, competidores directos e indirectos, factores competitivos entre otros los mismos que ayudarán a ofrecer un mejor servicio y/o producto al sector agropecuario.

- **Estrategias e implementación:** En esta fase se determina la lista de estrategias prioritarias a implantar después de haber analizado el estudio de mercados por consiguiente se desarrollaría la mayor cantidad de tácticas que permita la satisfacción de las necesidades del consumidor. También es esencial desarrollar estrategias en marketing mix que permita la obtención de resultados esperados por el agricultor en general.

- **Resumen de la dirección gerencial:** Se determina la estructura organizativa, el perfil y funciones a cumplir cada uno de los integrantes dentro de la organización después de haber hecho una evaluación de sus capacidades e intelecto el mismo que permita un manejo eficiente para el cumplimiento de los objetivos de la entidad, logrando obtener ventaja competitiva por consiguiente una empresa solida dentro del segmento. Son áreas importantes a tomar en cuenta como la agronómica, veterinaria, avícola y comercial que permita la satisfacción de las necesidades del consumidor.

- **Plan financiero:** Abarca todos los indicadores financieros y económicos que se realizan en un estudio económico, es así que se desarrollará, estado de resultados, balance general y flujo de caja proyectados.

1.4 Estudio De Mercado

A decir de **BACA**, Gabriel, (2008) El estudio de mercado “consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. (P. 7)

De acuerdo a la anterior definición el estudio de mercado busca determinar la existencia del número suficiente de consumidores, competidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones presentan una demanda que justifican la inversión para el desarrollo de un emprendimiento, además busca establecer y analizar las necesidades del consumidor, la oferta existente en el mercado, la demanda del producto por parte de los consumidores, los canales de

comercialización, el mercado potencial que existe, el análisis de precios de los productos o servicios.

1.4.1 Segmentación De Mercados

Es el proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores que se parezcan más entre sí en relación con algunos o algún criterio razonable. Los mercados se pueden segmentar de acuerdo con varias dimensiones o variables como a a continuación se describe.

- **Demografía:** El mercado se divide en grupos de acuerdo con variables tales como sexo, edad, ingresos, educación, etnias, religión y nacionalidad. Lo más común es segmentar un mercado combinando dos o más variables demográficas.
- **Geografía:** Los mercados se dividen en diferentes unidades geográficas, como países, regiones, departamentos, municipios, ciudades, comunas, barrios. Debe tenerse en cuenta que algunos productos son sensibles a la cultura de una nación, pueblo o región.
- **Psicografía:** El mercado se divide en diferentes grupos con base en características de los compradores tales como clase social, estilo de vida, tipos de personalidad, actitudes de la persona hacia sí misma, hacia su trabajo, la familia, creencias y valores. La segmentación por actitudes se la conoce como segmentación conductual y es considerada por algunos mercadeólogos como la mejor opción para iniciar la segmentación de un mercado.

1.4.2 Investigación De Mercados

Dentro de la investigación de mercados tenemos algunos métodos y técnicas muy esenciales e importantes para la elaboración de este plan de negocios por lo tanto se procederá a señalar los mismos.

1.4.2.1 Métodos De Investigación

La metodología a aplicar en el presente estudio será la experimental, porque permite un mejor desenvolvimiento al investigador a la hora de realizar la recopilación de información para que pueda socializar y analizar con el fin de interpretar los resultados obtenidos del mismo.

Para complementar el presente estudio se necesita de otros métodos de investigación como se mencionan a continuación y que permiten a desarrollar este proyecto.

Método teórico: permite revelar las relaciones del objeto de investigación que no son observables directamente, es decir son analizadas de acuerdo a datos históricos, son aplicables en este estudio en la recopilación de información directa de las empresas participantes en este negocio, además ayuda la asimilación de los hechos de la misma, es decir la situación histórica, actual y futura de las mismas y por ultimo ayuda al análisis de los fenómenos que suceden o sufren los mercados especialmente del sector agropecuario.

Método empírico: En éste método se explican las características fenomenológicas del objeto de estudio, es decir las características de las empresas participantes, las fortalezas y debilidades de las mismas, este método se empleará fundamentalmente en la primera etapa de recolección y acumulación de información que permita realizar la investigación. También permite que la experiencia adquirida o que se tiene se pueda utilizar como ayuda al análisis de la situación de las empresas competidoras.

Método estadístico: Este método permite la organización y clasificación de los indicadores que se obtienen en la investigación de campo, a través de las mismas se puede analizar las tendencias de los agricultores en su habito de compras y hacia qué empresa tienen preferencia al momento de adquirir los insumos

agropecuarios. Es decir permita analizar los gustos y preferencias de los consumidores.

Para el presente proyecto se utilizará los métodos teórico, empírico y estadístico, debido a que el primero se dedica a la observación, análisis de los hechos los cuales se determinan en la fundamentación teórica, mientras que el método empírico se encarga de la recopilación y almacenamiento de información relacionada; en cambio el método estadístico ayuda al análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la encuesta, los mismos que permiten la significación de la investigación por consiguiente estos tres métodos son los más idóneos para realizar este estudio.

1.4.2.2 Técnicas De Investigación

La observación: Es una técnica muy utilizada para obtener información desde el lugar de los hechos de manera personal, se utilizará para analizar a la oferta o competencia, como también permitirá observar y analizar el comportamiento al consumidor final en este caso al agricultor y ganadero, así se puede analizar la realidad del sector agrícola, obteniendo información directa e inmediata del caso investigado. En la investigación es importante tener a la mano herramientas como una guía de observación o test para la recolección de la información.

La encuesta: La encuesta es una técnica de adquisición de información de manera directa es decir se tiene contacto directo entre el entrevistado y entrevistador, lo que ayuda a palpar la realidad de una manera más cercana a la realidad, en nuestro caso se leerá las preguntas ya que la mayor parte de la población no sabe leer ni escribir consecuentemente no se tendría un trabajo óptimo, la declaración o testimonio del agricultor o ganadero se tomará por escrito. Esta técnica no necesita de personal calificado para su realización por lo cual se realizará de manera personal.

1.4.2.3 Recopilación De Información

Una de las cosas que se debe tener en claro en el mundo de los negocios, es que existe la necesidad de recopilar información sobre lo que piensan las personas (público objetivo) del producto o servicio que se pretende ofrecer.

Un grave error sería pensar que todos los consumidores pueden tener el mismo pensamiento frente al producto o servicio que se piensa introducir al mercado, por tal motivo el proceso de recopilación de información tanto cuantitativa y cualitativamente permitirá tomar decisiones relacionadas con el producto o servicio a ofrecer; también permitirá establecer una política de precios, determinar los canales de distribución que permita llegar de la mejor manera a nuestro público objetivo y estrategias para implementarlas en las mismas. El procesamiento de la información contempla dos tipos de fuentes:

Primarias: Estas están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, así tenemos diferentes métodos como son:

- Método de observación. Consiste en ir con el usuario y observar su conducta.
- Método de experimentación. Consiste en usar u observar los cambios de conducta.
- Acercamiento y conversación directa del usuario.

Secundarias: Son aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema, ya sean de estadísticas del gobierno, libros, datos de la propia empresa. También pueden ser ajenas a la empresa, como las estadísticas de las cámaras de comercio, las revistas especializadas, así como también información provenientes de la empresa, como lo es toda información que se reciba a diario por el solo funcionamiento de la organización, como lo son las facturas de venta, esta información puede no solo ser útil sino la única disponible por el estudio.

Por lo visto anteriormente, para realizar el estudio de mercado existen diversas técnicas de recopilación de información, que en un proyecto por lo general la técnica utilizada es el de las encuestas (fuente primaria), la cual consiste en elaborar un cuestionario que luego será aplicado a una muestra representativa del universo en la cual podremos conocer la actitud del público objetivo frente al producto o servicio y determinar si comercialmente es factible el proyecto.

1.4.2.4 Universo

La población o universo es el conjunto de todas las cosas que concuerdan con una determinada serie de especificaciones. En general toda investigación puede considerarse como una búsqueda de los datos apropiados que permitan resolver ciertos problemas que no están siendo satisfechas a cabalidad. Estos datos son obtenidos a través de un conjunto de unidades que constituyen el universo relevante para la investigación.

1.4.2.5 La Muestra

Una muestra es el conjunto de unidades o una porción del total, que nos representa la totalidad del universo en su conjunto. Una muestra en un sentido amplio es una parte del todo que llamamos universo y que sirve para representarlo. Por lo tanto una muestra representativa contiene las características relevantes de la población en las mismas proporciones en que están incluidas en tal población. Sus conclusiones son susceptibles de ser generalizadas al conjunto del universo aunque para ello se debe añadir un cierto margen de error en las proyecciones.

1.4.2.6 Tamaño De La Muestra

Para realizar la aplicación de la fórmula para determinar la cantidad de la muestra se debe tener en cuenta el tipo de población ya definida para la investigación.

Además el tamaño de una muestra de una población se debe tener presente si es conocida o no la varianza poblacional.

Para calcular una población finita es:

$$n = \frac{N * Z^2 p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Población

Z² = Nivel de confianza

p = Proporción de éxito

q = Proporción de no éxito

e = Error en la proporción de la muestra

1.4.3 Análisis De La Demanda

1.4.3.1 Definición

La demanda se define como la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio y en un determinado periodo.

La finalidad de estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades que dadas ciertas condiciones presenta una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios.

1.4.3.2 Tipos De Demanda

Uno de los factores decisivos para el éxito del presente proyecto, es que el producto o servicio tenga mercado, por tal motivo es importante encontrar una demanda insatisfecha y proyección de crecimiento, porque la primera va permitir ingresar al mercado y la segunda crecer en el mismo. En el mercado podemos encontrar los siguientes tipos de demanda:

- **Demanda efectiva:** Es la demanda real es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios de manera constante.
- **Demanda satisfecha:** Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio, además está satisfecho con el mismo.
- **Demanda insatisfecha:** Es cuando el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio, en todo caso si accedió no está satisfecho con él porque no cumple con las expectativas que el consumidor quiere.
- **Demanda aparente:** Es aquella demanda que se genera según el número de personas y se imagina que toda esa población va a adquirir el bien y/o servicio, lo que en la práctica no sucede.
- **Demanda potencial:** Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente pero que al pasar el tiempo constituyen una población importante, dentro de esta teneos a las mujeres embarazadas, niños/as entre otros.

Realizar un estudio de mercado es una etapa obligatoria al momento de elaborar un plan de negocios, ya que permitirá obtener y analizar información procedente del entorno para de ese modo comprobar en gran medida la factibilidad del proyecto consecuentemente aprovechar dicha información para diseñar el mejor plan posible.

1.4.3.3 Análisis Del La Demanda

La parte del análisis del sector consiste en una descripción del sector o industria en la cual se pretende participar, así como también los antecedentes y cómo ha evolucionado a través del tiempo. En este punto se puede señalar, por ejemplo, el tamaño de la industria, la posición dentro de la misma, los actores principales, las

ventas pasadas, actuales y futuras, las perspectivas de crecimiento, las tendencias entre otros.

1.4.3.4 Pronóstico De La Demanda

El pronóstico de la demanda (o pronóstico de ventas) se obtiene a través del análisis de la demanda, mismo que consiste en pronosticar cuánto sería la demanda o las ventas del negocio para un periodo de tiempo determinado. Realizar el pronóstico de la demanda permitirá posteriormente elaborar la proyección o presupuesto de ventas, que es el presupuesto a partir del cual se elaborarán los demás; por lo que se debe procurar que el pronóstico de la demanda sea la más real posible.

1.4.4 Análisis De La Oferta

El análisis de la oferta también conocido como el análisis de la competencia, consiste en el estudio realizado a las empresas que forman parte de la competencia actual, ya sean empresas que produzcan o vendan productos o servicios similares al nuestro (competencia directa), o empresas que produzcan o vendan productos o servicios sustitutos al nuestro (competencia indirecta); En esta parte del análisis de la oferta se debe señalar cuántos, donde y quienes son los competidores, la experiencia, sus principales estrategias, qué materiales o insumos usan para sus productos, sus precios y canales de distribución, qué medios publicitarios utilizan, cuáles son sus fortalezas y debilidades, etc.

Para recabar información necesaria para realizar el análisis de la oferta, lo usual es hacer uso de la técnica de la observación, por ejemplo, al visitar los locales de la competencia o comprando algunos de sus productos para poder analizarlos mejor. Otra forma de analizar la competencia es realizando entrevistas informales a trabajadores, ex trabajadores, proveedores o clientes de ésta.

1.4.5 Análisis De La Comercialización

En esta parte del análisis de la comercialización se debe señalar los principales aspectos y estrategias relacionadas con los cuatro elementos que conforman la mezcla de marketing (producto, precio, plaza y promoción).

1.5 Estudio Técnico

El estudio técnico ayuda en el análisis de los procesos de producción de un bien o la prestación de un servicio, es así que se puede incluir aspectos importantes de requerimientos como: materias primas, mano de obra directa e indirecta, maquinaria necesaria, plan de manufactura, la inversión requerida, el tamaño y localización de las instalaciones, la forma en que se organizará la empresa, como también los costos de inversión y operación de la organización entre otros aspectos. El objetivo de la parte del estudio técnico es el de mostrar al lector cómo serán las operaciones diarias del negocio y que quien ha elaborado el plan de negocios.

1.5.1 Requerimientos Generales

En este punto se señalan los requerimientos físicos que serán necesarios para hacer funcionar el negocio, tales como son los edificios, terrenos, maquinaria, equipos, herramientas, vehículos, mobiliario, insumos o materias primas, mano de obra, entre otros. Lo recomendable es hacer una lista de estos elementos señalando sus respectivos costos de acuerdo al mercado.

1.5.2 Localización Del Proyecto

En este punto se procede a realizar la ubicación y descripción del local del negocio como cuál será su infraestructura, la macro localización y micro localización. Además cuál será su tamaño y las razones por las que hemos elegido dicha ubicación, etc.

También se debe señalar aspectos técnicos tales como la capacidad de producción con que la que contará el local, la capacidad que será utilizada, la localización o disposición de las maquinarias, los equipos y el mobiliario, etc. Para una mejor descripción del local, lo recomendable es hacer uso de planos, ya sea uno que muestre la ubicación del local con la distribución de sus elementos o implementos.

1.5.3 Descripción Del Proceso Productivo

En este punto se hará una descripción de las etapas que comprenderán las operaciones diarias del negocio, empezando por las compras, pasando por la transformación de los productos, y culminando con el almacenaje y la distribución de éstos. Es decir se realizará el flujo grama de procesos.

1.5.4 La Empresa Y Su Organización

Luego del estudio técnico la siguiente parte o sección de un plan de negocios es la organización, misma que describe cómo estará formada la organización del negocio y cómo se relacionarán entre sí las diferentes unidades orgánicas que lo conformarán. El objetivo de la parte de la organización es demostrar al lector o inversionista que el negocio que se realizará estará bien organizado, que contará con una buena coordinación entre sus diferentes áreas.

1.5.4.1 Estructura Jurídica

En este punto señalamos la estructura o forma jurídica del futuro negocio, si será constituido bajo la forma de persona natural o jurídica, si será una empresa individual o una sociedad. Asimismo, se debe señalar el tipo de empresa bajo la cual se constituirá el negocio, si será una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, si será una Sociedad Colectiva, una Sociedad Anónima, etc.

1.5.4.2 Estructura Orgánica

En este punto se hará una descripción de la estructura orgánica del negocio, es decir una descripción de cómo se dividirán o dispondrán las áreas del negocio, y cómo se coordinarán las actividades que se realicen en éstas. Para ello se debe señalar cuál será tipo de organización (funcional, por producto, matricial, etc.), las áreas, departamentos o unidades orgánicas que tendrá el negocio, y las relaciones jerárquicas que se darán entre ellas.

1.5.4.3 Cargos Y Funciones

Se deben señalar los puestos o cargos que conformarán cada área, departamento o unidad orgánica del negocio, así como las funciones y/o responsabilidades generales que tendrá cada uno. Además es importante señalar las funciones específicas o tareas de cada puesto, así como sus obligaciones y responsabilidades que tendrán como funcionarios con la empresa.

1.5.4.4 Requerimiento De Personal

En esta parte del proyecto se deberá señalar el personal requerido para cada puesto; para ello podemos hacer un cuadro de asignación de personal, en donde señalemos los cargos requeridos, el número de vacantes, y el perfil requerido para cada puesto dependiendo de la complejidad de la nueva empresa. En el perfil requerido se debe mencionar aspectos importantes como la experiencia, conocimientos, habilidades y destrezas que una persona debe tener para poder postular al puesto requerido.

1.5.4.5 Gastos De Personal

Se deberá describir todos los sueldos, salarios y beneficios que serán asignados a cada puesto de trabajo de la empresa. Además se deberá elaborar un cuadro con la

proyección del total de los gastos que se incurrirán en el personal para el periodo de tiempo en que esté proyectado el plan de negocios.

1.5.4.6 Perfil Del Equipo Directivo

En la parte de la organización se debe incluir también la descripción del equipo de trabajo con el que constará para poner en marcha y dirigir el negocio; sobre todo si el principal objetivo de nuestro plan de negocio es el de presentarlo a potenciales inversionistas. Aquí podemos señalar la trayectoria profesional de cada uno de los integrantes del equipo, su experiencia en el tipo de negocio, sus proyectos realizados, sus logros obtenidos, los conocimientos, habilidades y destrezas que aportarán al negocio.

1.6 Estudio Económico Y Financiero

Luego de la organización y culminación del estudio económico la siguiente parte o sección de un plan de negocios es el estudio de la inversión y financiamiento de la misma, en la cual señala la estructura de la inversión, y describe los aspectos relacionados a lo económico. El objetivo de la parte del estudio de la inversión y financiamiento es de mostrar al inversionista cuál será el capital requerido para poner en funcionamiento el negocio, en qué se usará dicho capital, y cómo se obtendrá o pretenderá obtener.

1.6.1 Inversión Fija

En parte del proyecto se realizará una lista de todos los activos fijos necesarios para el funcionamiento de la empresa que no están para la venta, mismos que se pretende adquirir y el valor de cada uno de ellos. Estos activos se deberán proyectar para los años propuestos del plan de negocios. También se deberá hacer constar una lista de los activos intangibles como son, los requerimientos para investigación y desarrollo, gastos de constitución, gastos de puesta en marcha,

capacitación de personal entre otros e imprevistos un monto destinado en caso de emergencia.

1.6.2 Capital Del Trabajo

El capital de trabajo es el dinero necesario para poner el funcionamiento el negocio durante el primer ciclo productivo, que es el tiempo transcurrido desde que se inician las operaciones del negocio hasta que se obtiene el dinero en cantidades suficientes como para seguir operando normalmente sin requerir de mayor inversión. En esta parte del proyecto se realizará una lista de todos los elementos que conformarán el capital de trabajo y el valor de cada uno de ellos.

1.6.3 Inversión Total

La inversión total del proyecto se obtendrá al realizar la suma de la inversión fija, los activos intangibles y el capital de trabajo. Estos valores se deberán hacer constar en una lista de dichos elementos, el monto requerido para cada uno de ellos, y el monto total que suman éstos para la operación de la empresa.

1.6.4 Estructura Del Financiamiento

En la estructura del financiamiento se deberá señalar si el proyecto será financiado en su totalidad con capital propio, o se requerirá de algún tipo de financiamiento externo. En caso de hacer uso de financiamiento externo, se deberá señalar qué porcentaje del total de la inversión cubrirá el financiamiento con capital propio, y qué porcentaje cubrirá el financiamiento con capital externo.

1.6.5 Estudio De Ingresos Y Gastos

Luego del estudio de la inversión y financiamiento, la siguiente parte o sección de un plan de negocios es el estudio de los ingresos y egresos, la cual señala los

futuros ingresos y egresos del negocio para el periodo de tiempo en que está proyectado el plan de negocios.

El objetivo de la parte del estudio de los ingresos y egresos es demostrar al inversionista las proyecciones de los ingresos y egresos que obtendrá el negocio, así como la relación que se dará entre éstos. La parte del estudio de los ingresos y egresos debería contener los siguientes presupuestos:

Presupuestos de ingresos: En este punto se desarrollará los presupuestos de ingresos para el periodo de tiempo en que se va a proyectar el plan de negocios. El tiempo en que será proyectado el plan de negocio dependerá de los objetivos del plan de negocios y del tipo de negocio que se va a realizar; lo usual es hacer una proyección de 3 a 5 años.

Presupuestos de egresos: En este punto se realizará los presupuestos de egresos para el mismo periodo de tiempo en que se ha proyectado los ingresos. Los presupuestos de egresos básicamente son los siguientes:

- Presupuesto de compras
- Presupuesto de pagos
- Presupuesto de gastos administrativos
- Presupuesto de gastos de ventas
- Depreciación
- Amortización de intangibles
- Presupuesto del pago de la deuda

Además dentro de esta etapa se realiza su respectivo y cálculo y posterior proyección de:

- Punto de equilibrio
- Flujo de caja proyectado
- Estado de resultados proyectado
- Balance General proyectado

1.6.6 Evaluación Del Proyecto

Luego del estudio de los ingresos y egresos, la siguiente parte de un plan de negocios es la evaluación del proyecto en la cual se describe el desarrollo de la evaluación financiera realizada al proyecto. En esta parte del proyecto al aplicar diferentes fórmulas financieras se puede determinar si el proyecto es rentable, en cuánto tiempo se recuperará la inversión, y cuánto es lo se espera obtener por ella.

- **Periodo de recuperación de la inversión:** En el periodo de recuperación de la inversión señala el periodo de tiempo que va a tomar recuperar el capital invertido inicialmente para el funcionamiento de la empresa.
- **Tasa mínima actual de retorno:** Al aplicar este método, permitirá determinar la tasa pasiva promedio del mercado financiero actual, lo que también ayudará a tomar una decisión en el inversionista.
- **Valor Actual Neto:** Al Valor Actual Neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial, también puede expresarse como un índice de rentabilidad, llamado Valor neto actual relativo.
- **Tasa Interna de Retorno:** Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (V.A.N.) de una inversión sea igual a cero. Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado consiste en recopilar y analizar información procedente del entorno. Para realizar este estudio es de suma importancia ya que nos permitirá obtener y analizar información procedente del exterior, mismas que son ajenas a nuestra voluntad y manipulación, consecuentemente poder comprobar en gran medida la factibilidad del proyecto, y aprovechar dicha información para diseñar el mejor plan posible para poder ejecutarlo.

Para el proyecto para la creación de un plan de negocios para la comercialización de insumos agropecuarios con asistencia técnica, se busca realizar un estudio de variables externas, mismas que permitirán la realización de un exhaustivo análisis de factores importantes que influyen directamente dentro de este estudio, por lo tanto se realizarán distintos análisis relacionados con la oferta, demanda, precios y finalmente un análisis de la comercialización de insumos agropecuarios.

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo General

- Elaborar un plan de negocios para la comercialización de insumos agropecuarios con asistencia técnica ubicado en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, periodo 2011.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis de la competencia u oferta de insumos agropecuarios que existe en el cantón Latacunga.
- Determinar la demanda que existe en el cantón Latacunga y poder satisfacer con productos e insumos agropecuarios acorde a las necesidades del consumidor.
- Analizar los precios de los insumos agropecuarios que ofertan en el mercado para poder determinar precios accesibles para el consumidor.
- Establecer el canal de comercialización más idónea para proveer insumos agropecuarios al agricultor y ganadero.

2.2 Características Del Producto

Los productos que se pretenden comercializar en el mercado son de índole químico, mismos que son utilizados para la prevención y tratamiento de enfermedades y plagas que afectan al normal desarrollo o manutención de plantas y animales en el campo. Debido a una amplia gama de estos insumos que se comercializa en el mercado se procederá a agrupar de acuerdo a su uso, clasificación para finalmente señalar los insumos más utilizados, mismos que se pretende estudiar en el presente proyecto.

Para definir el tipo de producto de este proyecto es importante señalar que al no sufrir ningún tipo de transformación es un bien que se comercializará, por dicha actividad se obtendrá cierta utilidad para la empresa.

2.2.1 Lista De Productos

Los productos comúnmente comercializados en el mercado dentro del campo agrícola y pecuario se detallan en el cuadro n° 2.1 mismos que están clasificados de la siguiente manera.

TABLA N° 2.1
CLASIFICACIÓN DE INSUMOS AGROPECUARIOS

CLASIFICACIÓN DE INSUMOS AGROPECUARIOS	
USO	CLASIFICACIÓN
AGRÍCOLA	AMINOÁCIDOS
	DESINFECTANTE
	FERTILIZANTE FOLIAR
	FERTILIZANTE SUELO
	FIJADOR COADYUVANTE DISPERSANTE
	FITOHORMONAS
	FUNGICIDA
	HERRAMIENTAS
	INSECTICIDA
	SEMILLAS HORTALIZAS
	SEMILLAS VARIOS
PECUARIO	ANTIBIÓTICOS
	ANTIPARASITARIO
	DESINFECTANTE
	HORMONAS
	INSECTICIDA PIOJICIDA
	INSTRUMENTAL
	SUPLEMENTOS VITAMÍNICOS Y SALES MINERALES
	SEMILLAS PASTIZALES
	VARIOS
	VITAMINAS

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

En la tabla 2.1 se describen los insumos según su clasificación, de esta manera se puede agrupar por el modo de uso de los mismos para por consiguiente realizar

una agrupación por productos según su accionar al momento de la utilización en plantas y/o animales.

Para mayor información de estos productos véase en el Anexo N° 1. Cabe recalcar que se señalan los productos de manera muy generalizada. En su mayoría, estos insumos son similares de acuerdo a su composición química, mismos que son adquiridos por los demandantes para la utilización en las actividades agrícolas y pecuarias.

2.2.2 *Productos Sustitutos*

Productos que puedan sustituir de manera directa a los insumos agropecuarios son de manera orgánica, mismos que en la actualidad son pocos utilizados consecuentemente existe poca comercialización de los mismos. Sin embargo existen insumos en el mercado y que se puede encontrar en los diferentes locales de expendio de insumos agropecuarios.

A continuación se señalan algunos productos orgánicos para uso agrícola, mientras que para uso pecuario no existen a excepción de los remedios caseros pero que no son aún industrializados.

**TABLA N° 2.2
PRODUCTOS SUSTITUTOS**

LISTA DE PRODUCTOS COMUNMENTE COMERCIALIZADOS			
N°	PRODUCTO	USO	DESCRIPCIÓN
1	ACIDYF	AGRÍCOLA	FIJADOR/DISPERSANTE
2	ACTION	AGRÍCOLA	FIJADOR/DISPERSANTE
3	AGRAL	AGRÍCOLA	DISPERSANTE/COADYUVANTE
4	EXTRACTO DE ALGAS	AGRÍCOLA	BIOESTIMULANTE
5	AMINOCAT	AGRÍCOLA	AMINOÁCIDOS
6	BIO-ENERGÍA	AGRÍCOLA	BIOESTIMULANTE
7	BIO-SOLAR	AGRÍCOLA	BIOESTIMULANTE
8	BIOWAY	AGRÍCOLA	ACONDICIONADOR DE SUELOS
9	CYTOKIN	AGRÍCOLA	HORMONAS
10	CEKUGIBB	AGRÍCOLA	HORMONAS
11	HORMONAGRO	AGRÍCOLA	HORMONAS

12	INDICATE	AGRÍCOLA	FIJADOR/DISPERSANTE
13	KELPAK	AGRÍCOLA	BIOESTIMULANTE
14	RAZORMIN	AGRÍCOLA	ENRAIZANTE/BIOESTIMULANTE
15	ECO-ABONAZA	AGRÍCOLA	ABONO ORGÁNICO
16	KRISTALON	AGRÍCOLA	FERTILIZANTE FOLIAR
17	NITRATOS	AGRÍCOLA	FERTILIZANTES AL SUELO
18	SULFATOS	AGRÍCOLA	FERTILIZANTES AL SUELO

Fuente: Vademécum Agrícola
Elaborado Por: José Tipán

Como se puede ver en la tabla n° 2.2 los productos orgánicos están cubriendo el área de los bioestimulantes, fijadores, dispersantes, coadyuvantes, hormonas, reguladores de crecimiento, fertilizantes de suelo y foliares, pero se debe resaltar que en el mercado no hay productos como fungicidas, insecticidas que sean en su totalidad orgánicos. Por otra parte los nuevos proyectos puestos en marcha por el Gobierno Nacional de incentivar a una agricultura orgánica es la única que podría afectar al presente proyecto.

Sin embargo se cree que una agricultura orgánica en su totalidad es casi imposible, debido a que muchas de las plagas que atacan en los cultivos se han vuelto resistentes a distintos pesticidas, peor aún a pesticidas de origen orgánico, por lo que indudablemente se requiere de insumos químicos para el control y prevención de las distintas enfermedades que atacan a las plantas en especial que no son posibles controlar con insumos orgánicos.

Si en el futuro la tendencia es hacia la agricultura orgánica no cabe la menor duda que al igual que los insumos químicos se comercializaría productos e insumos orgánicos. De acuerdo a lo antes expuesto se puede definir que existen insumos sustitutos solo en el ámbito agrícola, mas no en el área pecuaria.

2.2.3 Área Del Mercado

Los consumidores a quien está orientado este proyecto son las personas que se dedican a actividades agrícolas y pecuarias principalmente. Los mismos que están compuestos por medianos y pequeños agricultores, ganaderos del sector rural del

cantón Latacunga, para poder realizar este estudio se ha procedido a tomar en cuenta las Unidades Productoras Agropecuarias (UPAs).

Vale definir que una UPA está constituida por una granja de menos de una hectárea y más de doscientas hectáreas de tierras, dentro de las mismas se cultivan o se crían animales para el sustento de la familia. Para poder determinar nuestro mercado objetivo se segmentará el mercado según algunas variables de segmentación como se enmarca en la tabla n° 2.3.

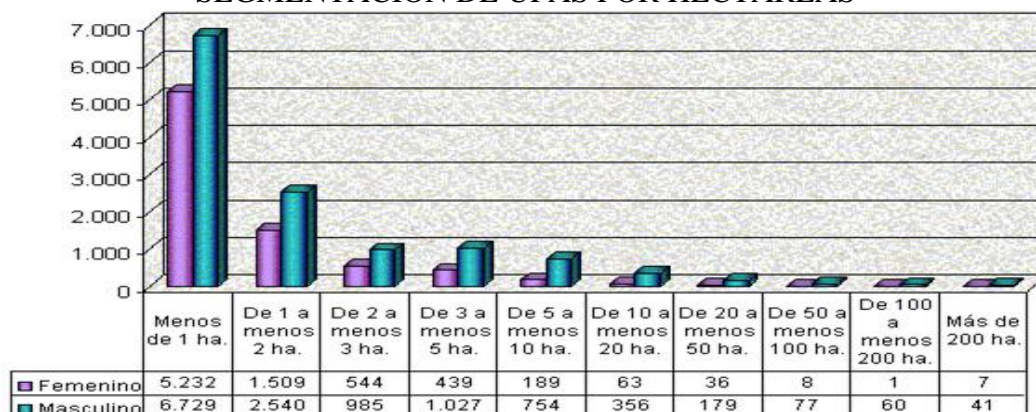
TABLA N° 2.3
SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO SEGÚN VARIABLES CONSIDERADAS		
GEOGRÁFICA	Provincia	Cotopaxi
	Cantón	Latacunga
	Parroquias Urbanas que tienen Sector Rural	Juan Montalvo, Ignacio Flores, San Buenaventura, Eloy Alfaro
	Parroquias Rurales	Toacazo, Mulaló, Aláquez, Poaló, Belisario Quevedo, Guaytacama, Pastocalle, Tanicuchí, 11 de Noviembre, José Guango Bajo
DEMOGRÁFICA	Ocupación	Agricultores y Ganaderos
	Sexo	Masculino, Femenino
	Extensión en Ha.	Menos de 1 Ha a menos de 50 Ha
PSICOGRÁFICAS	Clase	Baja, Media

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

En la tabla 2.3 se estratificó nuestra potencial clientela por extractos económicos, geográficos, demográficos y psicográficos, sin embargo algo importantes es que se delimitó a un cierto número de hectáreas con el fin de determinar nuestro eje de acción y que pasará a ser parte de la muestra para el presente estudio.

**GRÁFICO N° 2.1
SEGMENTACIÓN DE UPAS POR HECTÁREAS**

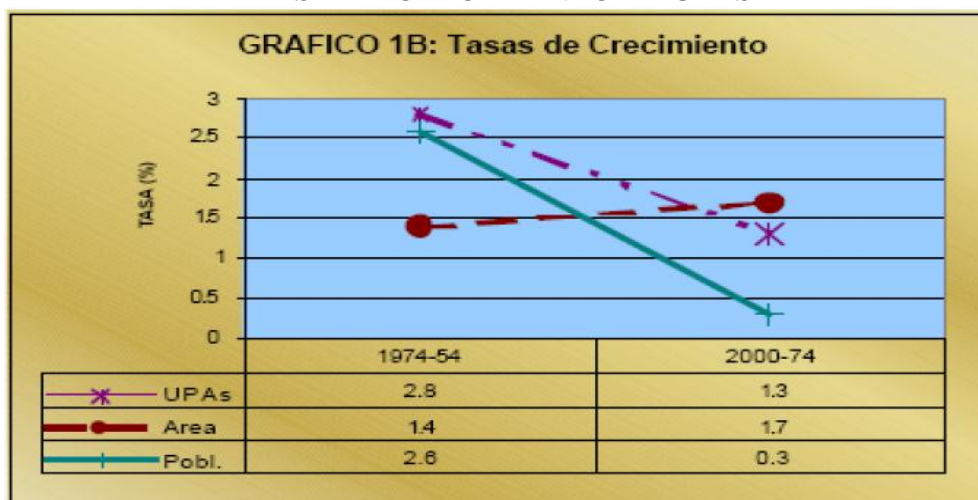


Fuente Y Elaborado Por: III Censo Nacional Agropecuario

Como se puede ver en el gráfico n° 2.1 la distribución de las Upas según su extensión de hectáreas es muy variada, además al frente de las mismas se encuentran hombres y mujeres, lo que en si permite determinar que existe cierta igualdad en la realización de las actividades agropecuarias.

Como antecedente tenemos que el crecimiento de UPAS es del 1,3% según OTÁNEZ, Guillermo. CASTRO, Miguel en "La distribución de la riqueza en el Ecuador" en Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 75, 2007. Pág. 11) Tal como se puede ver en el gráfico N° 2.2.

**GRÁFICO N° 2.2
TASA DE CRECIMIENTO DE UPAS**



Fuente Y Elaboración: Otáñez Guillermo, Ecuador Breve Análisis De Los Resultados De Las Principales Variables Del Censo Nacional Agropecuario 2000.

Por lo tanto si el crecimiento de las UPAS es del 1,3% y como base tenemos 20,776 en el año 2000, se procede a realizar la respectiva proyección por consiguiente para el año 2010 se tendrá los siguientes resultados.

TABLA N° 2.4
CRECIMIENTO DE LAS UPAS

Crecimiento del Número de UPAS según tamaño de Has.											
Años	TOTAL	Menos de 1 ha.	De 1 a menos de 2 ha.	De 2 a menos de 3 ha.	De 3 a menos de 5 ha.	De 5 a menos de 10 ha.	De 10 a menos de 20 ha.	De 20 a menos de 50 ha.	De 50 a menos de 100 ha.	De 100 a menos de 200 ha.	Más de 200 ha.
2006	22.450	12.925	4.375	1.652	1.584	1.019	453	232	92	66	52
2007	22.742	13.093	4.432	1.674	1.605	1.032	459	235	93	67	53
2008	23.038	13.263	4.490	1.695	1.626	1.046	465	238	94	68	53
2009	23.337	13.435	4.548	1.717	1.647	1.059	471	242	95	69	54
2010	23.640	13.610	4.607	1.740	1.668	1.073	477	245	97	69	55

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario
Elaborado Por: José Tipán

Como se puede ver en el cuadro anterior en el año 2010 se tiene 23,640 unidades productoras agropecuarias, de las cuales para este proyecto solo se tomarán en cuenta las Unidades Productoras que estén comprendidas entre, menos de 1 hectárea hasta menos de 50 hectáreas, ya que son el segmento objetivo por su capacidad económica que tienen al adquirir insumos agropecuarios.

De acuerdo a lo antes mencionado se procederá a determinar la demanda objetivo del presente estudio, para lo cual solo se mencionará las unidades productoras agropecuarias que estén comprendidas entre menos de una hectárea hasta un techo de menos de 50 hectáreas, por lo que quedaría como se ven en la tabla n° 5.

TABLA N° 2.5.
CRECIMIENTO DE UPAS SEGÚN TAMAÑO DE HA

Crecimiento del Número de UPAs según tamaño de Has.								
Años	TOTAL	Menos de 1 ha.	De 1 a menos de 2 ha.	De 2 a menos de 3 ha.	De 3 a menos de 5 ha.	De 5 a menos de 10 ha.	De 10 a menos de 20 ha.	De 20 a menos de 50 ha.
2006	22.240	12.925	4.375	1.652	1.584	1.019	453	232
2007	22.530	13.093	4.432	1.674	1.605	1.032	459	235
2008	22.822	13.263	4.490	1.695	1.626	1.046	465	238
2009	23.119	13.435	4.548	1.717	1.647	1.059	471	242
2010	23.420	13.610	4.607	1.740	1.668	1.073	477	245

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

Así los posibles demandantes serían de 23,420 UPAs. y qué forma nuestro universo.

2.2.4 Investigación De Mercados

Con la investigación de mercado se pretende realizar un estudio general del mercado dedicado a la comercialización de insumos y productos agropecuarios en la ciudad de Latacunga, para el estudio de mercado se realizará a través de técnicas de investigación que permitan recopilar información de las necesidades, gustos, preferencias y otras variables del consumidor, para lo cual se utilizará la encuesta y la observación mismas que son las más apropiadas para el desarrollo de este estudio de mercado, y finalmente se tome la decisión adecuada si es que existiera la factibilidad de la ejecución del presente proyecto.

2.2.4.1 El Problema

La actividad agropecuaria en el cantón Latacunga es una de las principales fuentes de ingresos para cuyas familias, pero tienen grandes pérdidas económicas por la utilización inadecuada de insumos agroquímicos en sus cultivos y animales por la falta de asesoramiento técnico, lo que empeora la situación económica consecuentemente el buen vivir de las mismas.

Otro factor importante que se debe tomar en cuenta es que existe el desinterés de los propietarios de los distintos locales comerciales de insumos agropecuarios de brindar un servicio de pos-venta, ya que solo se limitan a vender dichos insumos, además muchos de ellos no cuentan con personal capacitado en áreas agropecuarias lo que baja aún más la productividad del campesinado.

2.2.4.2 Solución

Para dar solución a los problemas antes mencionados, se cree conveniente la creación de una empresa que comercialice insumos agropecuarios con asistencia técnica para beneficio del agricultor. El valor agregado que se brindaría al crear esta empresa estaría enmarcado en tres ejes principales, como son:

- Servicio de pos-venta al sector agropecuario.
- Dictar charlas y talleres con temas relacionados a la agricultura, ganadería y comercialización.
- Ayudar a colocar los productos producidos en mercados potenciales.

2.2.4.3 Justificación

El presente proyecto tiene como finalidad la creación de una empresa comercializadora de insumos agropecuarios con asistencia técnica en el cantón Latacunga, con este plan de negocios se pretende dar solución de manera eficaz y eficiente a un sinnúmero de problemas que tienen las personas dedicadas a la actividad agropecuaria en el sector rural del cantón Latacunga.

Al crear esta empresa permitirá que los agricultores no sigan perdiendo sus cosechas por la mala utilización de insumos agropecuarios, la utilización óptima de insumos químicos en sus aplicaciones, el seguimiento adecuado complementando al servicio de asistencia técnica que se pretende dar, es decir colocando los productos producidos en los mercados, finalmente talleres y charlas que ayuden a mejorar los conocimientos de los agricultores, de esta manera se

puede dar oportunas soluciones a los problemas agrarios que se presenten durante el transcurso del ciclo de vida de cada cultivo obteniendo como consecuencia mayor productividad y rentabilidad para este importante sector.

Debido a tantas necesidades no satisfechas en el sector agropecuario existe la factibilidad de que este proyecto sea exitoso con la creación de los servicios antes mencionados, con una atención diferenciada para estos sectores con una amplia gama de productos de calidad se estaría satisfaciendo al consumidor en gran medida los requerimientos haciendo que marquemos la diferencia y el rumbo de la agricultura a nivel local contribuyendo con la sociedad que sea más productiva y equitativa, con mayores oportunidades de seguir adelante, mejorando la productividad como consecuencia el adelanto de las familias y el país.

2.2.5 Diseño De La Investigación

Para el presente estudio se utilizará la investigación exploratoria ya que este tipo de investigación es adecuada debido a que en la actualidad no existen estudios previos relacionados con el tema central, por lo tanto se requiere explorar e indagar con el fin de alcanzar el objetivo planteado.

La investigación exploratoria como su nombre lo indica, trata de incursionar en un territorio desconocido, es decir realizar una indagación al sector agropecuario del cantón Latacunga, ya que hasta la actualidad no se han hecho estudios previos, consecuentemente la incertidumbre viene de la mano, para lo cual se utilizará técnicas y herramientas de investigación como la encuesta por medio de cuestionarios, la observación entre otras.

2.2.5.1 Fuentes De Información

Fuentes de información primarias: son datos que se consigue de manera directa y específicamente de las familias y/o objetos de estudio que acuden a zonas de influencia, en este caso para la recolección de información primaria se utilizará la

encuesta por el volumen bastante amplio de la población a la cual se está tratando realizar esta investigación, además otra herramienta a utilizar será la observación para analizar los precios, canales de distribución como también el análisis situacional de cada una de las empresas comercializadoras que pasan a formar parte de nuestra competencia.

Fuentes de información secundarias: son las compilaciones o listados de referencias preparados por distintas instituciones públicas, privadas, ONG, mismas que han sido realizados y se van actualizando a través del tiempo. Para este estudio se utilizará fuentes y datos estadísticos como del Banco Central del Ecuador (BCE), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), III Censo Nacional Agropecuario, de empresas privadas como Ecuaquímica c.a, Multiagro, James Brown Pharma, Importadora Alaska s.a., Agripac. s.a. Agrosad cía. Ltda. Life, Veteca cía. Ltda. Febres Cordero cía de comercio, Agroquim cía. Ltda. Intervet, Fertisa s.a. Almacén el desarrollo, Agropharmavet. Entre otras.

Para realizar el presente estudio son necesarias las dos fuentes de información debido a la importancia que arrojan las mismas y que ayudan al análisis del presente proyecto de manera oportuna para la realización del mismo.

2.2.5.2 Métodos De Investigación

La metodología a aplicar en el presente estudio será la experimental, porque permite un mejor desenvolvimiento al investigador a la hora de realizar la recopilación de información para que pueda socializar y analizar con el fin de interpretar los resultados obtenidos del mismo.

Para complementar el presente estudio se necesita de otros métodos de investigación como se mencionan a continuación y que permiten a desarrollar este proyecto.

Método Teórico: Éste método permiten revelar las relaciones del objeto de investigación que no son observables directamente, es decir son analizadas de acuerdo a datos históricos, son aplicables en este estudio en la recopilación de información directa de las empresas participantes en este negocio, además ayuda la asimilación de los hechos de la misma, es decir la situación histórica, actual y futura de las mismas y por ultimo ayuda al análisis de los fenómenos que suceden o sufren los mercados especialmente del sector agropecuario.

Método Empírico: En éste método se explican las características fenomenológicas del objeto de estudio, es decir las características de las empresas participantes, las fortalezas y debilidades de las mismas, este método se empleará fundamentalmente en la primera etapa de recolección y acumulación de información que permita realizar la investigación. También permite que la experiencia adquirida o que se tiene se pueda utilizar como ayuda al análisis de la situación de las empresas competidoras.

Método Estadístico: Este método permite la organización y clasificación de los indicadores que se obtienen en la investigación de campo, a través de las mismas se puede analizar las tendencias de los agricultores en su habito de compras y hacia qué empresa tienen preferencia al momento de adquirir los insumos agropecuarios. Es decir permita analizar los gustos y preferencias de los consumidores.

2.2.5.3 Técnicas De Investigación

La observación: Es una técnica muy utilizada para obtener información desde el lugar de los hechos de manera personal, se utilizará para analizar a la oferta o competencia, como también permitirá observar y analizar el comportamiento al consumidor final en este caso al agricultor y ganadero, así se puede analizar la realidad del sector agropecuario, obteniendo información directa e inmediata del caso investigado. En la investigación es importante tener a la mano herramientas como una guía de observación o test para la recolección de la información.

La encuesta: Es una técnica de adquisición de información de manera directa es decir se tiene contacto directo entre el entrevistado y entrevistador, lo que ayuda a palpar la realidad de una manera más cercana a la realidad, en nuestro caso se leerá las preguntas ya que la mayor parte de la población no sabe leer ni escribir consecuentemente no se tendría un trabajo óptimo, la declaración o testimonio del agricultor o ganadero se tomará por escrito. Esta técnica no necesita de personal calificado para su realización por lo cual se realizará de manera personal.

La herramienta más idónea es el cuestionario de preguntas donde se describirá los productos, precios de los insumos agrícolas y pecuarios, la satisfacción que obtienen por lo que pagan, así como también la preferencia y frecuencia que acuden a adquirir los productos agropecuarios en el mercado entre otras variables.

2.2.5.4 Población O Universo

Población es una total de un cierto segmento que se agrupa por sus finalidades, actividades en que desempeñan, para este plan de negocios la población es todas las personas que se dedican a la actividad agropecuaria en el cantón Latacunga del sector rural especialmente y que están comprendidas en menos de una hectárea hasta menos de cincuenta hectáreas representas en (UPAs) y que suman alrededor de 23,640.

TABLA N° 2.6
POBLACIÓN REPRESENTADAS EN UPAS

UPAs	Cant.	%
Menos de 1 ha	13.610	58%
De 1 a 2 ha	4.607	20%
De 2 a 3 ha	1.740	7%
De 3 a 5 ha	1.668	7%
De 5 a 10 ha	1.073	5%
De 10 a 20 ha	477	2%
De 20 a 50 ha	245	1%
Total	23.420	100%

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

2.2.5.5 Diseño De La Muestra

La muestra refleja una parte importante de toda la población, por lo tanto para el estudio del presente proyecto se tomará en cuenta únicamente a los medianos y pequeños agricultores, los mismos que serán considerados por el número de hectáreas que poseen y dedican a actividades agropecuarias, cuyas hectáreas estarán comprendidas entre menos de 1 ha. a menos de 50 ha. en total suman 23,420 UPAs que se encuentran en el cantón Latacunga.

2.2.5.6 Prueba Piloto

Para la determinación de los valores de P y Q de la muestra se procederá a realizar una encuesta preliminar a 20 personas aleatoriamente y poder hacer una estimación de acuerdo al número de habitantes, con la finalidad de conocer el nivel de aceptación que es la probabilidad de éxito (P) o (Q) el nivel de rechazo que tendrá la creación de una empresa comercializadora de insumos agropecuarios con asistencia técnica en el Cantón Latacunga, para lo que se aplicaron las siguientes preguntas piloto:

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

PRUEBA PILOTO

La presente prueba piloto tiene por objetivo determinar la factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de insumos agropecuarios con asistencia técnica ubicado en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi

Por favor marque con una X en el casillero que crea conveniente.

¿Usted es agricultor o ganadero?

SI

NO

¿Usted está de acuerdo con la creación de una empresa comercializadora de insumos agropecuarios con asistencia técnica ubicado en el cantón Latacunga?

SI

NO

Gracias por su colaboración

2.2.5.7 *Análisis De La Prueba Piloto*

La prueba piloto se realizó en lugares como: sector el salto, la terminal terrestre, y mercado mayorista ya que son sitios estratégicos por la gran cantidad de agricultores que frecuentan a los sitios antes mencionados y cuyos resultados se detallan a continuación.

TABLA N° 2.7
ANÁLISIS DE LA PRUEBA PILOTO

RESULTADOS DE PRUEBA PILOTO			RESPUESTAS	
N°	PREGUNTA	ENCUESTADOS	SI	NO
1	¿Usted es agricultor o ganadero?	20	19	1
2	¿Usted está de acuerdo con la creación de una empresa comercializadora de insumos agropecuarios con asistencia técnica ubicado en el cantón Latacunga?	20	18	2
TOTAL		100%	90%	10%

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

De acuerdo con la prueba piloto realizada, se pudo determinar que de los 20 agricultores encuestados que quisieran que se cree una nueva empresa comercializadora de insumos agropecuarios con asistencia técnica ubicado en el canto Latacunga es del 90%, mientras que el 10% lo rechaza. Por lo tanto para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizará un valor de $P = 0.9$ y de $Q = 0.1$

2.2.5.8 *Cálculo De La Muestra*

Para desarrollar la investigación de campo se utilizará la fórmula de población finita, porque se está direccionando este estudio a un sector en específico y que para lograrlo en la encuesta contendrá una pregunta filtro que permita llegar solo al segmento que se está proponiendo atender y por otra parte tampoco se conocen valores de desviación estándar de estudios anteriores.

La fórmula aplicar es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Población UPAs (23,420)

Z² = Nivel de confianza (95% que es igual a 1.96)

p = Proporción de éxito (0,9)

q = Proporción de no éxito (0,1)

e = Error en la proporción de la muestra (5% = 0,05)

$$n = \frac{23,420 * (1,96)^2 * 0,9 * 0,1}{(0,05)^2 * (23,420 - 1) + (1,96)^2 * 0,9 * 0,1} = \frac{8.097,23381}{58,8925884} = 137,49$$

n = 137,49 ⇒ 137 encuestas

2.2.5.9 Diseño Del Cuestionario

El cuestionario tendrá como objetivo el estudio de los precios, empresas competidoras preferidas por los consumidores, las preferencias a las actividades que se dedican, las veces que adquieren insumos agropecuarios, así como también se podrá determinar el posible lugar en donde quisieran que se ubique la nueva empresa y sin olvidar lo más importante en nuestro caso poder brindar asesoramiento a los usuarios por lo que se planteará algunas ideas tentativas. El cuestionario se puede ver en el anexo N° 2.

2.2.5.10 Diseño De La Ficha De Observación

La ficha de observación ayudará en la recopilación de información de la oferta o competencia, mismas que por ser ajeno a nuestro estudio dicha información es confidencial para lo cual se acercará a los almacenes a realizar un análisis de acuerdo a parámetros que se establecieron. Véase anexo n° 3

2.2.5.11 Análisis E Interpretación De Resultado

El análisis e interpretación de resultados de la encuesta realizada a personas que adquieren insumos agropecuarios.

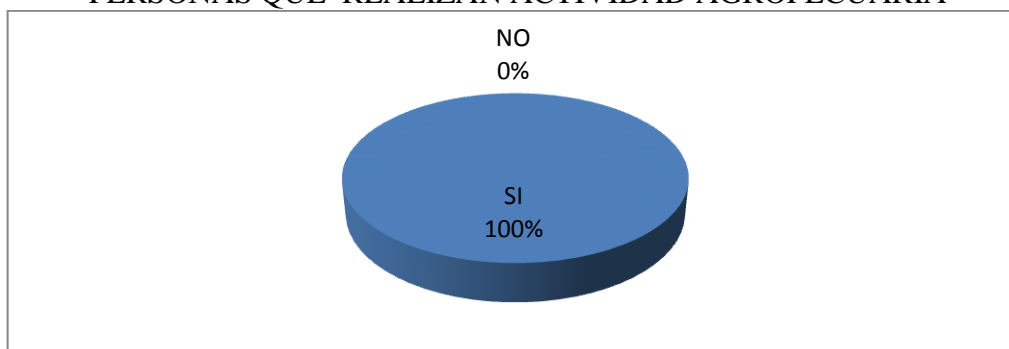
1. ¿Usted realiza alguna labor o actividad agropecuaria?

TABLA N°2.8
PERSONAS QUE REALIZAN ACTIVIDAD AGROPECUARIA

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	137	100%
NO	0	0%
Total	137	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

GRÁFICO N° 2.3
PERSONAS QUE REALIZAN ACTIVIDAD AGROPECUARIA



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

En la encuesta realizada a las personas el 100% manifiesta que si realiza alguna actividad agropecuaria, se debe a que se utilizó como filtro para la realización de la encuesta consecuentemente se puede determinar que el estudio se realizó al público objetivo a la cual se quería entrevistar por lo que las preguntas posteriores vierten información expresada por los agricultores directamente, haciendo que el presente estudio sea un verdadero trabajo de campo para la interpretación y análisis de resultados.

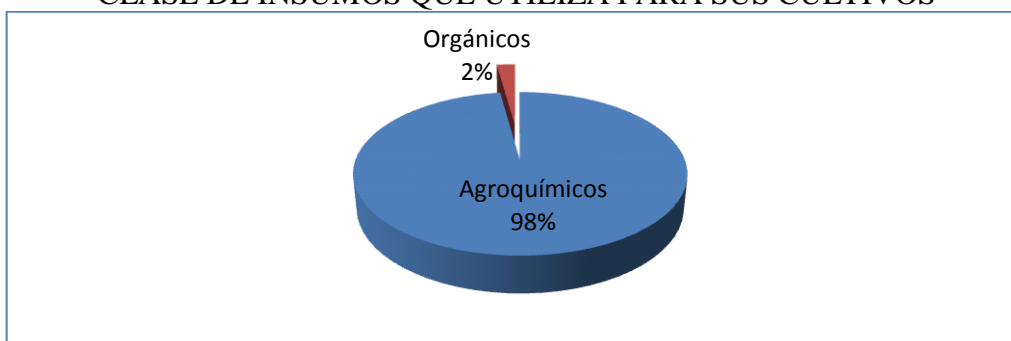
2. ¿Usted qué clase de insumos utiliza comúnmente para sus cultivos y animales?

TABLA N° 2.9
CLASE DE INSUMOS QUE UTILIZA PARA SUS CULTIVOS

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Agroquímicos	134	98%
Orgánicos	3	2%
Total	137	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

GRÁFICO N° 2.4
CLASE DE INSUMOS QUE UTILIZA PARA SUS CULTIVOS



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Del 100% de encuestados el 98% equivalente a 134 personas afirma que utiliza insumos agroquímicos para el cuidado de sus animales y cultivos, mientras que el 2% equivalente a 3 personas lo hace de manera orgánica o no utiliza ningún tipo de insumos. Esto indica que actualmente el uso de insumos agropecuarios es utilizado comúnmente por muchos agricultores por lo que existe la posibilidad de incursionar con este plan de negocios. Según el análisis realizado gran parte de las personas utiliza productos químicos para su actividad agrícola debido a sus productos son destinados a la comercialización.

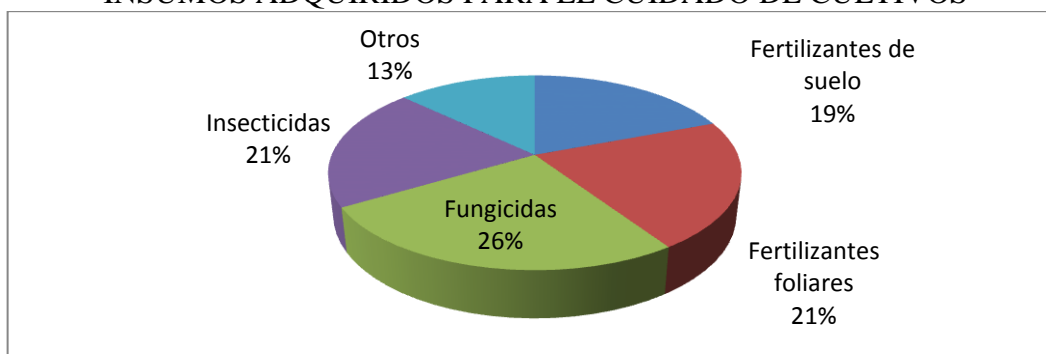
3. ¿Usted que insumos adquiere con más frecuencia para el cuidado de sus cultivos?

TABLA N° 2.10
INSUMOS ADQUIRIDOS PARA EL CUIDADO DE CULTIVOS

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Fertilizantes de suelo	46	19%
Fertilizantes foliares	51	21%
Fungicidas	62	26%
Insecticidas	49	21%
Otros	31	13%
Total	239	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

GRÁFICO N° 2.5
INSUMOS ADQUIRIDOS PARA EL CUIDADO DE CULTIVOS



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Del 100% de la población encuestada el 19% adquiere fertilizantes de suelo, el 21% adquiere fertilizantes foliares e insecticidas, el 26% compra fungicidas, y otros insumos el 13%. Los fungicidas ocupan el primer lugar en frecuencia de compras de estos pesticidas ya que estos son empleados para la prevención o curación de enfermedades de los cultivos, los demás ingredientes también son esenciales pero su adquisición son con menor frecuencia por lo que su uso es moderado. Según el análisis realizado son los productos más utilizados debido a las necesidades de los agricultores con el fin de mejorar su producción.

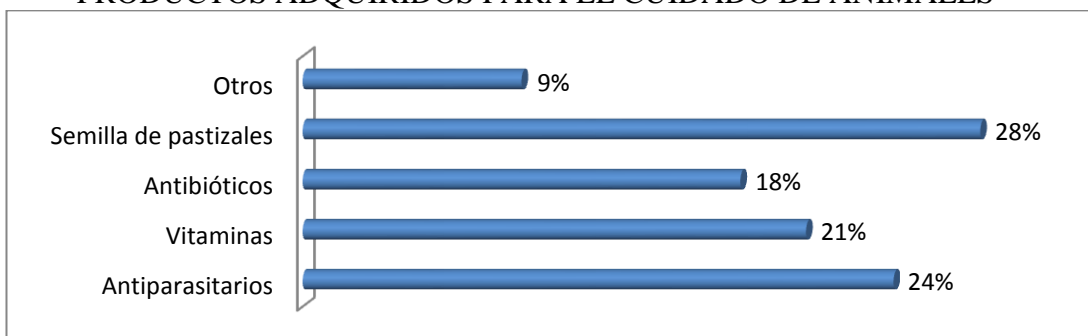
4. ¿Usted qué clase de insumos adquiere con mayor frecuencia para el cuidado de sus animales?

TABLA N° 2.11
PRODUCTOS ADQUIRIDOS PARA EL CUIDADO DE ANIMALES

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Antiparasitarios	54	24%
Vitaminas	46	21%
Antibióticos	40	18%
Semilla de pastizales	62	28%
Otros	20	9%
Total	222	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

GRÁFICO N° 2.6
PRODUCTOS ADQUIRIDOS PARA EL CUIDADO DE ANIMALES



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

De las 137 personas encuestadas y que representa el 100%, el 28% equivalente a 62 personas adquiere semillas de pastizales, el 24% equivalente a 54 personas adquieren antiparasitarios, 21% equivalente a 46 personas compran vitaminas, 18%equivalente a 40 personas compran antibióticos y un 9% equivalente a 20 personas adquiere otros productos que son necesarios para la manutención de los animales. Según el análisis de la encuesta gran parte de las persona optan por la adquisición de pastizales debido a que nuestra provincia es ganadera y lechera.

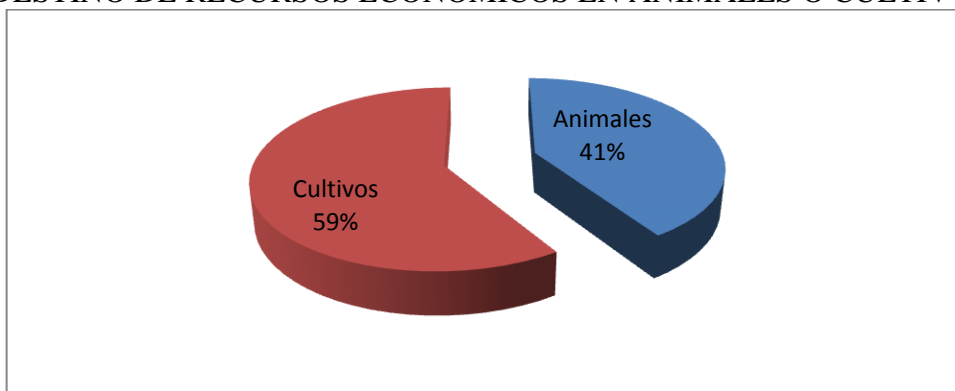
5. ¿Usted qué productos adquiere más para sus animales o para sus cultivos?

TABLA N° 2.12
DESTINO DE RECURSOS ECONÓMICOS EN ANIMALES O CULTIVOS

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Animales	56	41%
Cultivos	81	59%
Total	137	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

GRÁFICO N° 2.7
DESTINO DE RECURSOS ECONÓMICOS EN ANIMALES O CULTIVOS



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Del 100% de la población encuestada, el 59% equivalente a 81 personas respondió que destina su capital para la adquisición de insumos agrícolas, mientras que el 41% equivalente a 56 encuestados las destina para la compra de productos para el cuidado de sus animales. Como se puede ver en el gráfico 2.7 la mayor parte de la población invierte en el cuidado de sus cultivos, esto se da porque la actividad agrícola es el primer ingreso económico que tienen las familias, aunque las actividades relacionadas con la actividad pecuaria no se quedan muy relegadas con relación a la actividad agrícola.

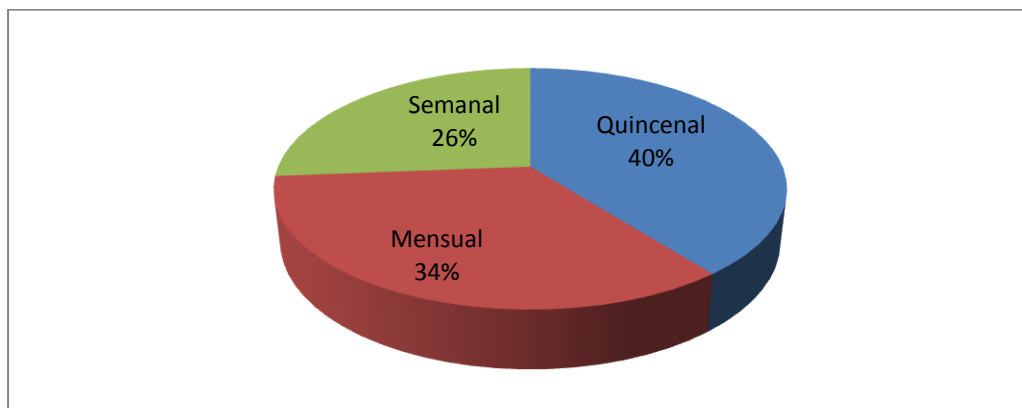
6. ¿Cada qué tiempo usted adquiere insumos agropecuarios?

TABLA N° 2.13
FRECUENCIA DE COMPRA DE INSUMOS AGROPECUARIOS

¿Cada qué tiempo usted adquiere insumos agropecuarios?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Quincenal	54	39%
Mensual	47	34%
Semanal	36	26%
Total	137	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

GRÁFICO N°2.8
FRECUENCIA DE COMPRA DE INSUMOS AGROPECUARIOS



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Según la encuesta realizada del 100%, el 40% que equivale a 54 encuestados compra de manera quincenal, el 34% equivalente a 47 personas lo hace mensualmente, mientras que el 26% equivalente a 36 encuestados realiza la compra de insumos agropecuarios semanalmente. Según el análisis realizada gran parte de las personas dedicadas a las labores del campo lo realizan entre quincenal y mensualmente, debido a que no tiene suficiente tiempo para acercarse a un centro comercial y adquirir los productos, las personas más aledañas al cantón Latacunga dedicadas a la ganadería realizan compras semanalmente.

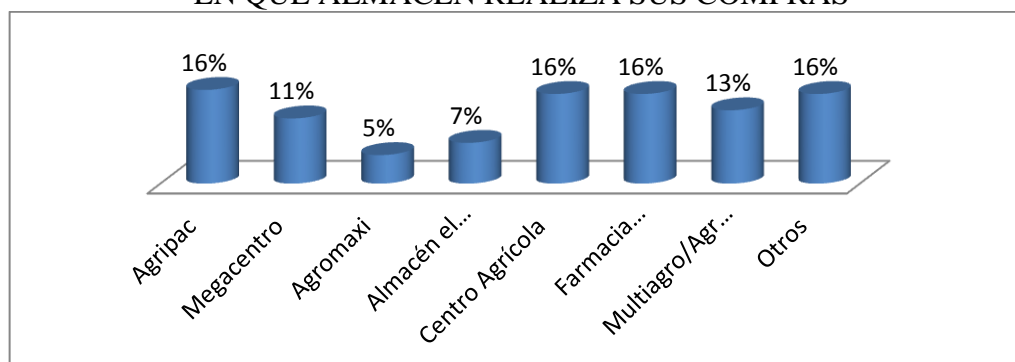
7. ¿Habitualmente en que almacén de venta de insumos agropecuarios realiza sus compras?

**TABLA N° 2.14
EN DONDE REALIZA SUS COMPRAS**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Agripac	23	16%
Megacentro	16	11%
Agromaxi	7	5%
Almacén el Desarrollo	10	7%
Centro Agrícola	22	16%
Farmacia Veterinaria	22	16%
Multiagro/Agroquímica	18	13%
Otros	22	16%
Total	140	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

**GRAFICO N° 2.9
EN QUE ALMACÉN REALIZA SUS COMPRAS**



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Del 100% de la población encuestada, manifiesta que las empresas como agripac, centro agrícola, farmacias veterinarias y otros son sus preferidos con el 16%, con un 11% a un 13% lo adquieren en empresas como: multiagro, megacentro, y un 5% a 7% adquiere sus productos en agromaxi y almacén el desarrollo. Según el análisis realizado gran parte de las personas obtienen sus productos en locales comerciales como: Agripac, centro agrícola, farmacia veterinaria, debido a que son empresas reconocidas en el cantón Latacunga.

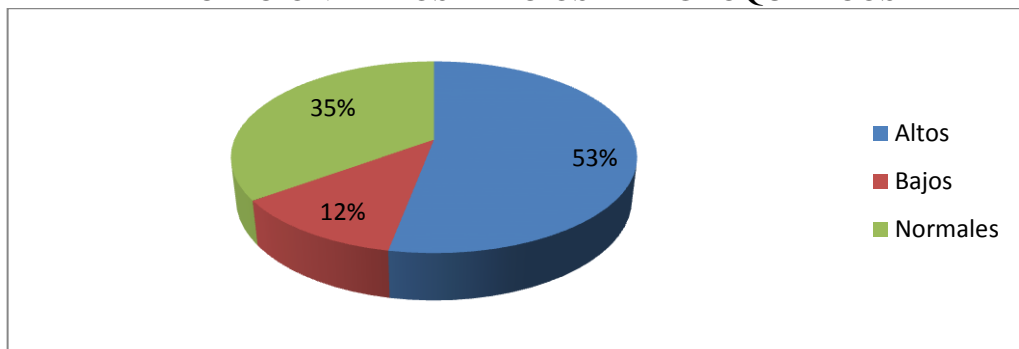
8. Usted considera que los precios de productos agroquímicos en los locales comerciales son:

**TABLA N° 2.15
PERCEPCIÓN DE LOS PRECIOS DE AGROQUÍMICOS**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Altos	72	53%
Bajos	17	12%
Normales	48	35%
Total	137	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

**GRÁFICO N°2.10
PERCEPCIÓN DE LOS PRECIOS DE AGROQUÍMICOS**



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Según la encuesta realizada el 53% equivalente a 72 personas consideran que los precios son altos, mientras que el 35% equivalente a 48 personas manifiesta que son precios normales, y el 12% de los encuestados consideran que los precios son bajos. Al tener una percepción de los precios altos en los productos agropecuarios por parte de los consumidores es un leve inconveniente para la realización de este plan de negocios ya que se debería tener un reglamento general de precios sobre productos agropecuarios.

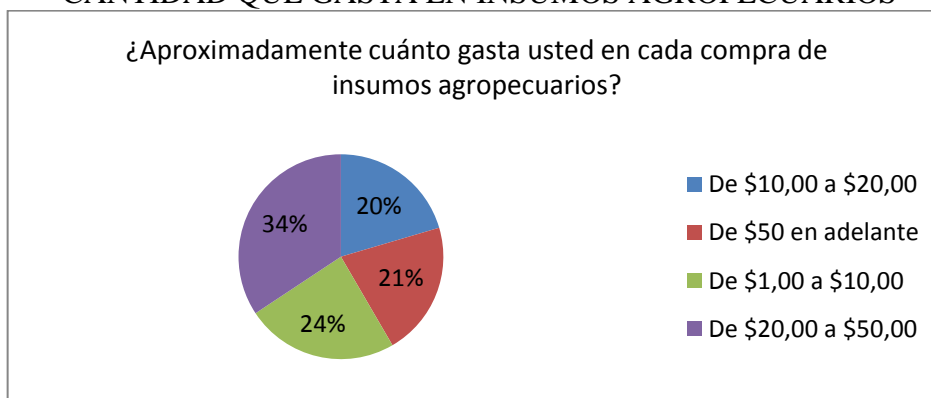
9. ¿Aproximadamente cuánto gasta usted en cada compra de insumos agropecuarios?

TABLA N° 2.16
CANTIDAD QUE GASTA EN INSUMOS AGROPECUARIOS

¿Aproximadamente cuánto invierte usted en cada compra de insumos agropecuarios?		
Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
De \$10,00 a \$20,00	28	20%
De \$50 en adelante	29	21%
De \$1,00 a \$10,00	33	24%
De \$20,00 a \$50,00	47	34%
Total	137	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

GRÁFICO N°2.11
CANTIDAD QUE GASTA EN INSUMOS AGROPECUARIOS



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Del 100% de los encuestados el 34% equivalente a 47 personas gasta entre 20\$ y 50\$ en insumos agropecuarios, el 24% equivalente a 33 personas gasta en insumos agropecuarios de 1\$ a 10\$, el 21% equivalente a 29 personas gasta de 50\$ en adelante mientras que el 20% equivalente a 28 personas gasta de 10\$ a 20\$ en insumos agropecuarios. Según el análisis gran parte de la población encuestada gasta entre 20\$ y 50\$ en la compra de insumos agropecuarios debido a las necesidades del consumidor.

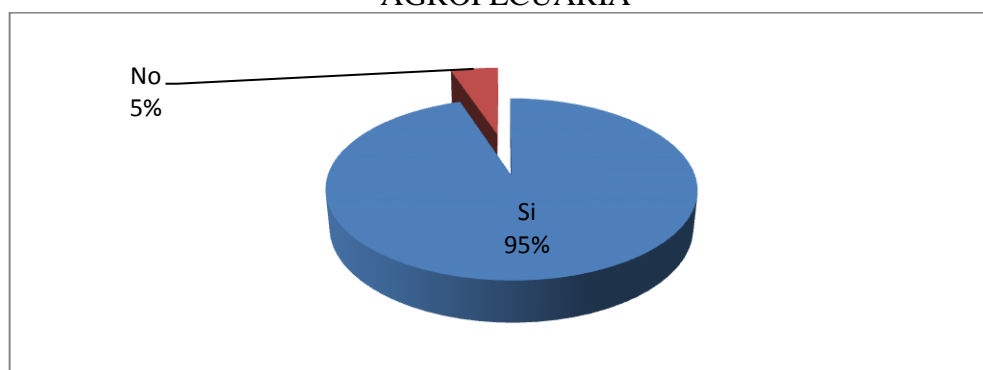
10. ¿Usted considera necesario la creación de una nueva empresa que brinde seguimiento y asistencia técnica gratuita para el manejo de sus cultivos y animales?

TABLA N° 2.17
ES NECESARIO LA CREACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA AGROPECUARIA

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	130	95%
No	7	5%
Total	137	100%

Fuente: Investigación De Campo
 Elaborado Por: José Tipán

GRÁFICO N°2.12
ES NECESARIO LA CREACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA AGROPECUARIA



Fuente: Investigación De Campo
 Elaborado Por: José Tipán

De las 137 personas encuestadas equivalente al 100%, el 95% equivalente a 130 personas están de acuerdo que se cree una nueva empresa dedicada a la comercialización de insumos agropecuarios con asesoramiento técnico gratuito, el 5% equivalente a 7 encuestados dijeron no estar de acuerdo. Según el análisis se toma en cuenta que gran parte de las personas están de acuerdo en la creación de una nueva empresa que brinde servicio técnico gratuito esto se debe a que necesitan de asesoramiento en lo es crianza de animales y manejo de cultivos.

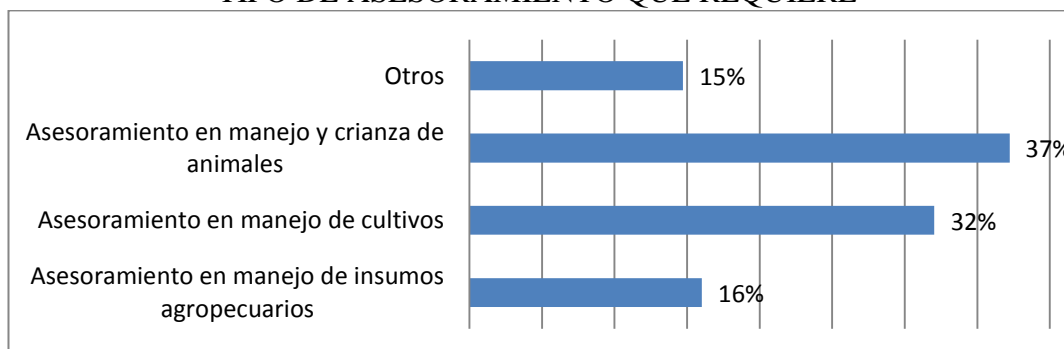
11. ¿Qué tipo de asesoramiento usted quisiera que se dicte en su sector?

TABLA N° 2.18
TIPO DE ASESORAMIENTO QUE REQUIERE

¿Qué clase de asesoramiento usted quisiera que se dicte en su sector?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Asesoramiento en manejo de insumos agropecuarios	37	16%
Asesoramiento en manejo de cultivos	74	32%
Asesoramiento en manejo y crianza de animales	86	37%
Otros	34	15%
Total	231	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

GRÁFICO N° 2.13
TIPO DE ASESORAMIENTO QUE REQUIERE



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Del 100% de la población encuestada el 37% equivalente a 86 personas desean que se les capacite en el manejo y crianza de animales, el 32% equivalente a 74 requieren asesoramiento en el manejo de cultivos, el 16% equivalente a 37 personas en manejo adecuado de productos químicos y el 14% equivalente 34 en seguimiento de sus cultivos con visitas al campo. Según el análisis realizado gran parte de las personas requieren asesoramiento en lo que es manejo y crianza de animales. Esto se debe a que la mayoría de ellos se dedican a la crianza y comercialización de animales domésticos.

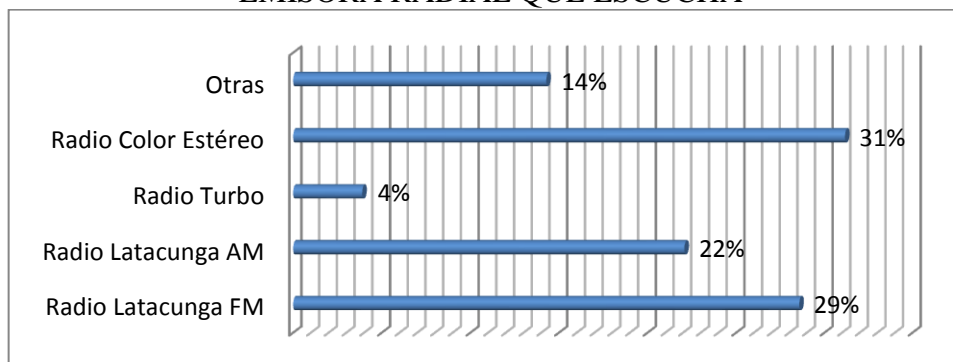
12. ¿Qué medio de comunicación radial escucha habitualmente?

TABLA N° 2.19
EMISORA RADIAL QUE ESCUCHA

¿Qué medio de comunicación radial escucha habitualmente?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Radio Latacunga FM	44	29%
Radio Latacunga AM	34	22%
Radio Turbo	6	4%
Radio Color Estéreo	48	31%
Otras	22	14%
Total	154	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

GRÁFICO N°2.14
EMISORA RADIAL QUE ESCUCHA



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Del 100% de encuestados el 31% equivalente a 48 personas escucha la radio color estéreo, mientras que radio Latacunga es escuchada en sus dos frecuencias FM y AM el 29% y 22% respectivamente, con menor intensidad escuchan la radio turbo con el 4% equivalente a 6 personas y otras emisoras de la región central, que entre todas representan el 14 % equivalente a 22 de la audiencia en nuestro medio. Según el análisis realizado la mayoría de las personas escucha con frecuencia la radio color estéreo y radio Latacunga esto se debe a que la frecuencia llega a los lugares más lejanos de la provincia de Cotopaxi; si se desea ubicar algún tipo de publicidad para el caso serán las estaciones radiales Color Estéreo y Radio Latacunga.

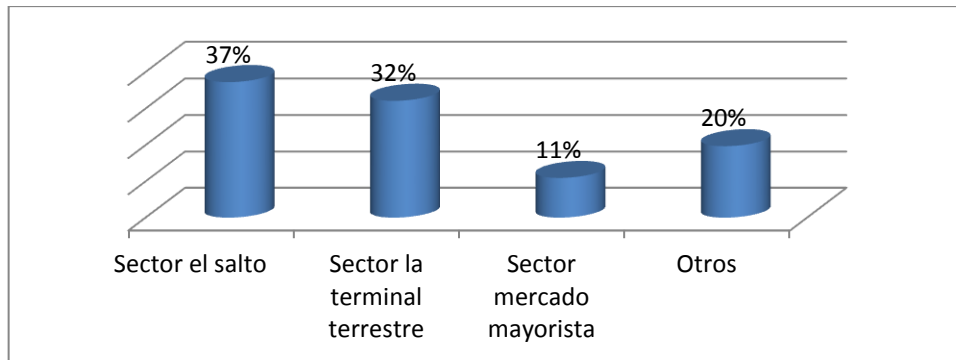
13. ¿En qué sector preferiría que esté ubicada la nueva empresa?

TABLA N° 2.20
PREFERENCIA DE UBICACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA

¿En qué sector preferiría que esté ubicada la nueva empresa?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sector el salto	51	37%
Sector la terminal terrestre	44	32%
Sector mercado mayorista	15	11%
Otros	27	20%
Total	137	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

GRÁFICO N°2.15
PREFERENCIA DE UBICACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Para la ubicación de la nueva empresa, según la encuesta realizada el lugar ideal es el sector el salto, misma que representa el 37% equivalente a 51 personas, le siguen el sector de la terminal terrestre con el 32% equivalente 44 personas, el 11% equivalente a 15 personas desea que la nueva empresa se ubique en el mercado mayorista, finalmente el 20% equivalente a 27 personas desea la ubicación en distintas partes de la ciudad y parroquias rurales del cantón Latacunga. Según el análisis realizado el lugar estratégico se debe tomar en cuenta algunos factores importantes como son, competencia, accesibilidad vial y otras variables más para la ubicación de la misma, por tales razones, se creen conveniente la ubicación de la nueva empresa en el sector la terminal terrestre.

2.3 Análisis De La Demanda

La demanda de insumos agropecuarios en el cantón Latacunga es bastante amplia, cuyos demandantes están representados por 23,420 UPAs, de acuerdo a la encuesta realizada se puede determinar que el 97.84% usa esta clase de pesticidas para el cuidado de sus animales y cultivos, mientras que el 2.16% de la población usa insumos orgánicos o no utiliza por lo tanto existe una población objetivo de al menos 22,907 UPAs.

Por otra parte dentro del campo netamente agrícola el uso de fungicidas es el predominante, mientras que en el ámbito pecuario la demanda de pastizales es el principal insumo que adquiere la población, pero es importante señalar que los demás insumos también son esenciales para la manutención de los diferentes animales y cultivos.

2.3.1 Gustos Y Preferencias De Los Consumidores

Debido a la amplia gama de insumos y productos agropecuarios en el mercado la población no tienen bien definida sus preferencias, esto debido a que influye de alguna manera la falta de instrucción educativa por las personas que se dedican a actividades agrarias. Por lo que se puede señalar que la mayoría de esta población no tienen preferencias de productos al momento de comprar dichos insumos peor aún de marcas comerciales, sino que esperan que el vendedor de la casa proveedora sea quien recete el producto indicado y adecuado para el problema que afronta el agricultor.

Además la actividad agropecuaria requiere de un sinnúmero de insumos y productos para el buen funcionamiento y manutención de los cultivos y animales, consecuentemente las preferencias de los consumidores se dan de acuerdo a las necesidades y problemas que se presenten durante el ciclo de vida de las plantas o de los animales. Sin embargo según la encuesta realizada las personas afirmaron lo siguiente y que se ve en la tabla N° 2.21.

TABLA N° 2.21
USO DE INSUMOS AGRÍCOLAS

¿Usted que insumos adquiere con más frecuencia para sus cultivos?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Fertilizantes de suelo	46	19%
Fertilizantes foliares	51	21%
Fungicidas	62	26%
Insecticidas	49	21%
Otros	31	13%
Total	239	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Con esta pregunta se ha trata de justificar que dentro de la alternativa otros el 13% de la población adquiere distintos ingredientes para complementar los insumos principales que se hizo la encuesta. De igual forma para en lo que se refiere al sector ganadero y/o veterinario, donde el 9% representa a las otras características de insumos que suministran a los diferentes animales, tal como se puede ver en la tabla N° 2.22.

TABLA N° 2.22
USO DE INSUMOS VETERINARIO Y/O GANADERO

¿Usted que insumos adquiere con más frecuencia para el cuidado de sus animales?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Antiparasitarios	54	24%
Vitaminas	46	21%
Antibióticos	40	18%
Semilla de pastizales	62	28%
Otros	20	9%
Total	222	100%

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Los insumos que se tomaran en cuenta para el presente proyecto son los que se muestran en las tablas 21 y 22 por ser los más relevantes y fundamentales dentro del cuidado tanto de las plantas y de los distintos animales, vale recalcar que son los insumos que comúnmente salen por igual o su uso es en conjunto.

TABLA N° 2.23
INSUMOS PRINCIPALES

INSUMOS PRINCIPALES		
USO	CLASIFICACIÓN	PRESENTACIÓN
AGRÍCOLA	Fertilizantes Foliares	KG
	Fertilizantes Suelo	50KG
	Fungicidas	500GR
	Insecticidas	100ML
PECUARIO	Antibióticos	20ML
	Antiparasitarios	100ML
	Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	KG
	Semillas Pastizales	LB
	Vitaminas	100ML

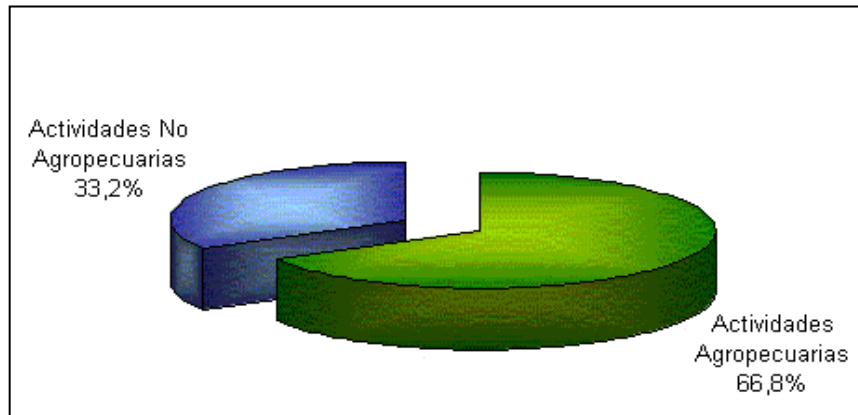
Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Es importante señalar que la presentación de los insumos se ha seleccionado de acuerdo al mayor consumo y tendencia de los mismos, asimismo son dosis que están al alcance del consumidor por su costo y utilización.

2.3.2 Ingresos Y Gastos De Los Consumidores

El 66,8% de la población que se dedican a la agricultura y que obtienen sus ingresos por dichas actividades, como se muestra a continuación en el grafico n° 16 estos ingresos sirven para financiarse económicamente; toda esta población depende directamente de esos ingresos para subsistir el día a día.

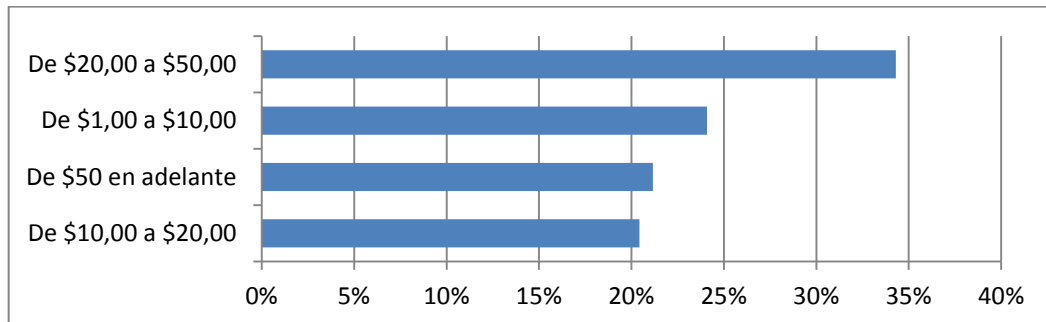
GRAFICO N°2.16
ORIGEN DE INGRESOS ECONÓMICOS



Fuente Y Elaborado Por: Proyectos Sica

En cuanto a los gastos las personas destinan ciertas cantidades de recursos económicos para la adquisición de insumos agropecuarios, según la pregunta de investigación de campo: ¿Aproximadamente cuánto gasta usted al mes en cada compra de insumos agropecuarios? Y que refleja en el siguiente gráfico.

GRAFICO N° 2.17
FRECUENCIA DE GASTOS POR MES



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Según los resultados proporcionados por los encuestados, el 34% de la población destina de entre 20 dólares a 50 dólares mensuales lo que en efectivamente es importante destacar el valor que gastan en insumos agropecuarios y muy seguido de cerca de \$1,00 a \$10,00 y de \$10 a \$20.00, lo que sin duda ayuda a la viabilidad de este proyecto aún más si se considera que el 21% de la población gasta más de \$50.00 mensuales.

2.3.3 Demanda Histórica

La demanda histórica de insumos agropecuarios resulta bastante complejo su determinación, esto debido a que no existen datos reales de consumo de estos insumos por la población. Sin embargo se ha tratado de recabar esta información de distintas fuentes, los mismos que se muestran en el siguiente cuadro.

TABLA N°2.24
DEMANDA HISTÓRICA

USO	CLASIFICACIÓN	PRES.	2007	2008	2009	2010
AGRÍCOLA	Fertilizantes Foliare	KG	126.659	133.298	141.986	153.315
	Fertilizantes Suelo	50KG	186.340	196.108	208.890	225.557
	Fungicidas	500GR	147.243	154.962	165.062	178.232
	Insecticidas	100ML	182.737	192.317	204.852	221.197
PECUARIO	Antibióticos	20ML	172.116	186.719	194.497	196.001
	Antiparasitarios	100ML	224.382	243.420	253.560	255.521
	Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	KG	167.183	181.367	188.922	190.384
	Semillas Pastizales	LB	3.412.415	3.701.944	3.856.152	3.885.979
	Vitaminas	100ML	199.057	215.946	224.941	226.681
TOTAL			4.818.132	5.206.082	5.438.862	5.532.868

Fuente: Agrosad, Agripac, Imp. Alaska, Ecuquímica, Jb Pharma, Afecor, Fertisa, Agrolab, Iii Censo Nacional Agropecuario, Asociación De Mujeres Nueva Esperanza, Asociación De Agricultores Palopo Mirador Y Contadero, Etc.

Elaborado Por: José Tipán

Se debe recalcar que dentro de la clasificación de los insumos existen una gran variedad de nombres comerciales, pero que su base o composición química son similares por lo que se ha podido agrupar para cuantificar la demanda histórica.

Además las presentaciones de los mismos se detallan en el anexo n°4.

2.3.4 Estimación De La Demanda

Para la estimación de la demanda se tomará en cuenta los datos históricos de los insumos más utilizados en la agricultura y ganadería, mismos que serán realizados por métodos matemáticos para poder determinar la demanda proyectada.

2.3.5 Demanda Actual

La demanda actual de los principales insumos agropecuarios se puede ver en el siguiente cuadro.

TABLA N° 2.25
DEMANDA ACTUAL

USO	CLASIFICACIÓN	PRESENT.	2010
AGRÍCOLA	Fertilizantes Foliare	KG	153.315
	Fertilizante Suelo	50KG	225.557
	Fungicida	500GR	178.232
	Insecticida	100ML	221.197
PECUARIO	Antibiótico	20ML	196.001
	Antiparasitario	100ML	255.521
	Suplemento Vitamínico y Sales Minerales	KG	190.384
	Semilla Pastizal	LB	3.885.979
	Vitamina	100ML	226.681
TOTAL			5.532.878

Fuente: Demanda Histórica
Elaborado Por: José Tipán

Según la tabla 2.25 la demanda de insumos para la ganadería y/o uso veterinario es el de mayor demanda, esto en gran mayoría se da por la gran cantidad de consumo de semillas de pastizales en libras principalmente.

2.3.6 Proyección De La Demanda

Al poseer de datos históricos de la demanda, lo más conveniente es la utilización del método de mínimos cuadrados que utilizada dicha fórmula se obtuvieron los siguientes resultados para la proyección de la demanda para los próximos cinco años y que se muestran a continuación.

TABLA N° 2.26
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

INSUMOS	PRES.	D.H.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fertilizantes Foliars	KG	153.315	160.979	169.845	178.711	187.577	196.443
Fertilizantes Suelo	50KG	225.557	236.832	249.876	262.919	275.963	289.006
Fungicidas	500GR	178.232	187.142	197.448	207.755	218.062	228.369
Insecticidas	100ML	221.197	232.254	245.045	257.836	270.628	283.419
Antibióticos	20ML	196.001	207.192	215.136	223.079	231.023	238.966
Antiparasitarios	100ML	255.521	270.110	280.466	290.822	301.177	311.533
Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	KG	190.384	201.253	208.969	216.685	224.401	232.117
Semillas Pastizales	LB	3.885.979	4.107.848	4.265.337	4.422.827	4.580.317	4.737.807
Vitaminas	100ML	226.681	239.624	248.810	257.997	267.184	276.371
TOTAL		5.532.878	5.843.234	6.080.933	6.318.632	6.556.331	6.794.030

Fuente: Demanda Historica
Elaborado Por: José Tipán

De acuerdo a un análisis del total de la demanda proyectada se estima que se tendrá un crecimiento promedio del 4% anual de demanda.

2.4 Análisis De La Oferta

La oferta o competencia para el presente estudio son las empresas dedicadas a la comercialización de insumos agropecuarios, mismas que están constituidas por empresas de personería jurídicas y naturales, de las cuales el 80% de estas empresas se encuentran ubicadas en la ciudad de Latacunga según la investigación de campo realizado y que serán la principal competencia para la nueva empresa. Así también vale señalar que estas empresas comercializadoras de insumos

agropecuarios distribuyen un sinnúmero de plaguicidas en diferentes presentaciones y concentraciones de ingrediente activo.

2.4.1 La Oferta En El Cantón Latacunga

La oferta o competencia en el cantón Latacunga es bastante amplia, la mayoría de locales cuenta con personal calificado y no calificado, mismos que tienen un sistema tradicional de atención al cliente, es decir no dan la importancia necesaria al cliente como debería de serlo ya que el cliente o consumidor es la razón de ser de una organización. La oferta de este sector que se dedica a la compra venta de insumos agropecuarios están compuestas por farmacias veterinarias, locales de expendio de agroquímicos, y en menor medida tiendas de mascotas, pero vale recalcar que este no será nuestro campo de acción.

2.4.2 Oferta Histórica

La oferta histórica de las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios es bastante complicada saber a ciencia cierta, esto debido a que no hay algún gremio donde estén todas estas empresas asociadas que provean de esta clase de información, pero según información proporcionada por el señor propietario de Almacén el Desarrollo y Agroquímica (+) desde los años de 1960 hasta el año 2000 solo existían once locales comerciales en la ciudad de Latacunga tal como se puede ver en la tabla n° 2.27.

TABLA N° 2.27
OFERTA HISTÓRICA

OFERTA HISTÓRICA			
N°	EMPRESA	UBICACIÓN	ACTIVIDAD
1	Almacén el Desarrollo	Belisario Quevedo y Guayaquil	Agropecuario
2	Centro Agrícola Latacunga	Quito y Juan Abel Echeverría	Agropecuario
3	Agroquímica	Juan Abel Echeverría y Belisario Quevedo	Agropecuario
4	India	Desaparecida	
5	Jelleteco	Desaparecida	
6	Farmacia Veterinaria	2 de mayo y Guayaquil	Agropecuario
7	Agripac s.a.	Amazonas y José de Sucre	Agropecuario
8	Agroquímicos la Merced	Félix Valencia y Quijano Y Ordóñez	Agropecuario
9	Proagro	Belisario Quevedo y Juan Abel Echeverría	Agropecuario
10	Agroquímicos Cotopaxi	Félix Valencia y Quito	Agropecuario
11	Multiagro	Juan Abel Echeverría y Belisario Quevedo	Agropecuario

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

Como se puede ver la oferta era poca tratándose de que el cantón Latacunga es bastante ganadero y agrícola. En cuanto a datos de la oferta de insumos agropecuarios al igual que la demanda es bastante complejo saber con exactitud la oferta real de estos insumos. Según datos recopilados por fuentes de empresas proveedoras de insumos agropecuarios se ha podido determinar los siguientes datos como oferta histórica.

TABLA N° 2.28
OFERTA HISTÓRICA DE INSUMOS AGROPECUARIOS

USO	INSUMOS	PRESENT.	2007	2008	2009	2010
AGRÍCOLA	Fertilizantes Foliares	KG	22.895	24.986	28.690	29.509
	Fertilizantes Suelo	50KG	15.059	16.434	18.871	19.409
	Fungicidas	500GR	24.480	26.715	30.676	31.551
	Insecticidas	100ML	38.583	42.106	48.348	49.727
PECUARIO	Antibióticos	20ML	27.720	30.251	34.736	35.727
	Antiparasitarios	100ML	34.158	37.277	42.803	44.024
	Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	KG	42308	46.171	53.016	54.528
	Semillas Pastizales	LB	471.199	514.224	590.459	607.299
	Vitaminas	100ML	23.024	25.126	28.851	29.674
TOTAL			699.426	763.291	876.451	901.446

Fuente: Agrosad, Agripac, Imp. Alaska, Ecuquímica, Jb Pharma, Afecor, Fertisa, Agrolab, Multiagro, Almacén El Desarrollo, Disvetel, Veteca, Etc.
Elaborado Por: José Tipán

Los datos antes mencionados se tomó de acuerdo a proyecciones de ventas cumplidas en esos años de las empresas mencionadas, cabe recalcar que las mismas se acercan a la realidad, ya que por razones de confidencialidad no se

pudo recabar información 100% real. Para ver la oferta histórica en unidades véase anexo n° 5

2.4.3 Oferta Actual

La oferta de la ciudad de Latacunga en la actualidad es bastante amplia, con un crecimiento importante por empresas proveedoras en los últimos diez años. La oferta está compuesta por empresas que se dedican a la comercialización de insumos agrícolas, agrícolas-veterinarios (agropecuarios) y solos veterinarios, mismos que se encuentran en diferentes sectores de la ciudad de Latacunga como se puede ver a continuación en la tabla n°2.29.

TABLA N° 2.29
OFERTA ACTUAL

N°	EMPRESA	UBICACIÓN	ACTIVIDAD
1	Agripac s.a.	Amazonas y José de Sucre	Agropecuario
2	Agrocomercio	Antonio Clavijo Y Calixto Pino	Agropecuario
3	Agrocomercio Total	Amazonas y Calixto Pino	Agropecuario
4	Agromaxi	Antonio Clavijo Y Calixto Pino	Agrícola
5	Agroquímica	Juan Abel Echeverría y Belisario Quevedo	Agropecuario
6	Agroquímico NN	Antonia Vela y Calixto Pino	Agropecuario
7	Agroquímicos Segundo	Félix Valencia y Quijano Y Ordoñez	Agrícola
8	Agroquímicos Cotopaxi	Félix Valencia y Quito	Agropecuario
9	Agroquímicos D&G	Quijano Y Ordoñez y Calixto Pino	Agropecuario
10	Agroquímicos el progreso	José de Sucre y Amazonas	Agrícola
11	Agroquímicos Pacheco	Melchor de Benavides y Félix Valencia	Agrícola
12	AGSO	Antonio Clavijo Y Calixto Pino	Veterinaria
13	Agroquímicos la Merced	Félix Valencia y Quijano Y Ordoñez	Agropecuario
14	Almacén el agricultor	Napo y Juan Abel Echeverría	Agrícola
15	Almacén el Desarrollo	Belisario Quevedo y Guayaquil	Agropecuario
16	Centro Agrícola Latacunga	Quito y Juan Abel Echeverría	Agropecuario
17	Disagri	Marco Aurelio Subía Y Río Guayas	Agropecuario
18	Econoagro	Juan Abel Echeverría y Quijano y Ordoñez	Agropecuario
19	El Sembrador	Antonio Clavijo Y Calixto Pino	Agropecuario
20	Farmacia NN	San Martín	Veterinaria
21	Farmacia Veterinaria	2 de mayo y Guayaquil	Agropecuario
22	Megacentro	Marco Aurelio Subía s/n	Agropecuario
23	Multiagro	Juan Abel Echeverría y Belisario Quevedo	Agropecuario
24	Mundo Agrícola	Calixto Pino y Napo	Agrícola
25	Mundo Animal	Calixto Pino y Antonia Vela	Veterinaria
26	Proagro	Belisario Quevedo y Juan Abel Echeverría	Agropecuario
27	Serviagro	Amazonas y José de Sucre	Agropecuario

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

De acuerdo al cuadro anterior la oferta actual en la ciudad de Latacunga es muy amplia, por lo que para poder definir la oferta potencial o competencia directa se realizará una calificación.

2.4.3.1 Calificación De La Oferta

Para poder determinar a la competencia directa, se basó de acuerdo a la técnica de la observación, para lo cual se utilizará el método de factores ponderados por puntos, con la finalidad de determinar a la oferta o competencia directa. Los factores predominantes que serán tomados en cuentas son cinco, tales como el talento humano, las finanzas, la tecnología, la ubicación y finalmente el posicionamiento o renombre que tenga dicha empresa.

Tomando en cuenta los cinco factores que se mencionó se calificarán a los potenciales competidores de la nueva empresa asignando la siguiente puntuación para su calificación:

TABLA N° 2.30
PARÁMETROS DE MEDICIÓN

PARÁMETROS DE MEDICIÓN	
PUNTAJE	DETALLE
7,6-10	Excelente
5,1-7,5	Muy Bueno
2,6-5,0	Bueno
0-2,5	Malo

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

Con esta puntuación dada se realizará a calificar a las empresas antes señaladas y que se muestran a continuación en la tabla n° 2.31.

TABLA N° 2.31
CALIFICACIÓN DE LA OFERTA

EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE INSUMOS AGROPECUARIOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA								
N°	EMPRESA	FACTORES					Total puntos	ACTIVIDAD
		2,5	2	1	2,5	2		
		Personal	Ubicación	Tecnología	Finanzas	Posicionamiento		
1	Agripac s.a.	10	8	10	10	9	9,4	Agropecuario
2	Multiagro	9	9	9	9	8	8,8	Agropecuario
3	Centro Agrícola Latacunga	8	8	9	8	9	8,4	Agropecuario
4	Farmacia Veterinaria	8	8	9	9	8	8,4	Agropecuario
5	Almacén el Desarrollo	7	9	7	10	9	8,4	Agropecuario
6	Megacentro	9	6	9	10	5	7,8	Agropecuario
7	Proagro	7	9	7	8	6	7,4	Agropecuario
8	Agromaxi	7	8	8	8	5	7,2	Agrícola
9	Mundo Agrícola	8	5	9	9	5	7,2	Agrícola
10	AGSO	7	5	8	8	8	7,2	Veterinaria
11	Disagri	7	9	8	6	5	7,0	Agropecuario
12	Serviagro	7	7	7	8	6	7,0	Agropecuario
13	El Sembrador	6	8	7	7	6	6,8	Agropecuario
14	Agroquímicos la Merced	6	7	5	8	7	6,6	Agropecuario
15	Agrocomercio	6	8	5	7	7	6,6	Agropecuario
16	Agroquímicos D&G	8	6	8	6	5	6,6	Agropecuario
17	Agroquímica	6	10	5	6	6	6,6	Agropecuario
18	Agrocomercio Total	6	7	5	7	7	6,4	Agropecuario
19	Mundo Animal	7	6	6	8	5	6,4	Veterinaria
20	Agroquímicos el progreso	7	5	5	6	7	6,0	Agrícola
21	Agroquímico NN	8	5	5	4	4	5,2	Agropecuario
22	Farmacia NN	7	5	5	4	5	5,2	Veterinaria
23	Agroquímicos Cotopaxi	7	6	2	5	5	5,0	Agropecuario
24	Agroquímicos Pacheco	5	6	2	6	5	4,8	Agrícola
25	Econoagro	5	5	2	6	5	4,6	Agropecuario
26	Agroquímicos Segundo	5	5	2	5	5	4,4	Agrícola
27	Almacén el agricultor	4	5	2	5	5	4,2	Agrícola

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

Para la calificación de los factores se tomó en cuenta lo siguiente, dentro del factor del talento humano al personal capacitado y no capacitado, como también la cantidad de trabajadores que tienen cada una de esas empresas. En lo que se

refiere al factor ubicación, se consideró la accesibilidad al sitio, lugar de ubicación como son mercados o sitios de aglomeración de personas, instituciones financieras. En cuanto a la tecnología se consideró como son: El sistema de facturación o laboratorios con los que cuenta las empresas para el desarrollo de las actividades diarias y atención al cliente.

En el factor finanzas se consideró como está conformada económicamente cada una de las empresas, como son la capacidad de pago a proveedores u otras. En cuanto al posicionamiento se tomó en cuenta algunos datos de la encuesta, la preferencia y reconocimiento de los consumidores y publicidad de algunos comercios que se ha escuchado en las estaciones de radio locales. Para determinar a la competencia directa se tomará en cuenta las empresas que tengan una calificación superiores a 7,5 puntos ya que pasan a formar parte de la competencia directa para la nueva empresa.

TABLA N° 2.32
OFERTA DIRECTA ACTUAL

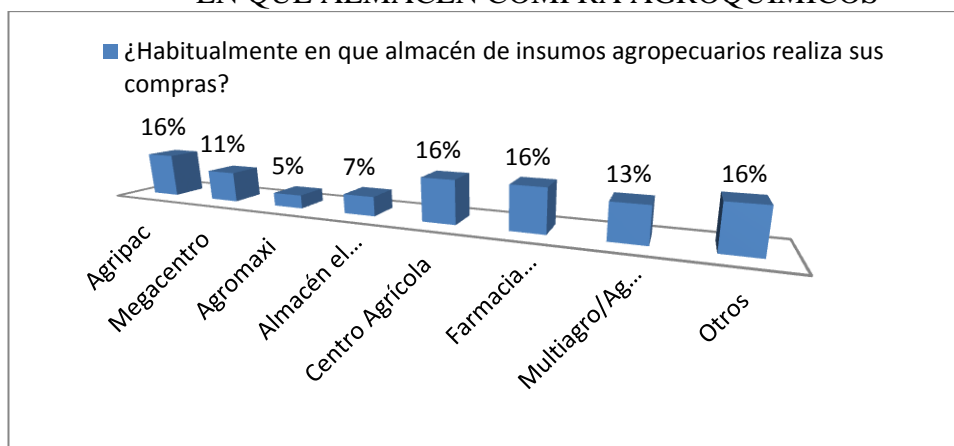
EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE INSUMOS AGROPECUARIOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA		FACTORES					Total puntos	ACTIVIDAD
N°	EMPRESA	Personal	Ubicación	Tecnología	Finanzas	Posicionamiento		
		2,5	2	1	2,5	2	10	
1	Agripac s.a.	10	8	10	10	9	9,4	Agropecuario
2	Multiagro	9	9	9	9	8	8,8	Agropecuario
3	Centro Agrícola Latacunga	8	8	9	8	9	8,4	Agropecuario
4	Farmacia Veterinaria	8	8	9	9	8	8,4	Agropecuario
5	Almacén el Desarrollo	7	9	7	10	9	8,4	Agropecuario
6	Megacentro	9	6	9	10	5	7,8	Agropecuario

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

Los potenciales competidores son las empresas que se muestran en la tabla n° 2.32 sin descuidar a las demás empresas que son potenciales competidores en el futuro

y que coinciden las empresas que se hizo en la encuesta, tal como se muestra en el siguiente gráfico.

GRÁFICO N° 2.18
EN QUE ALMACÉN COMPRA AGROQUÍMICOS



Fuente: Estudio De Mercado
Elaborado Por: José Tipán

Entre estas empresas suman casi el 80% de preferencia por parte de los consumidores. La oferta actual de insumos agropecuarios se muestra a continuación.

TABLA N° 2.33
OFERTA ACTUAL DE INSUMOS AGROPECUARIOS

USO	INSUMOS	PRESENT.	2010
AGRÍCOLA	Fertilizantes Foliare	KG	29.509
	Fertilizantes Suelo	50KG	19.409
	Fungicidas	500GR	31.551
	Insecticidas	100ML	49.727
PECUARIO	Antibióticos	20ML	35.727
	Antiparasitarios	100ML	44.024
	Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	KG	54.528
	Semillas Pastizales	LB	607.299
	Vitaminas	100ML	29.674
TOTAL			901.446

Fuente: Agrosad, Agripac, Imp. Alaska, Ecuaquímica, Jb Pharma, Afecor, Fertisa, Agrolab, Multiagro, Almacén El Desarrollo, Veteca, Distribuidora Rp, Disvetel.
Elaborado Por: José Tipán

Las cantidades que se mencionan en la tabla n° 2.32 han sido tomadas según las proyecciones de venta por parte de las empresas proveedoras señaladas, también

por trabajadores que laboran en algunas empresas que ofertan en la ciudad de Latacunga insumos agropecuarios.

2.4.4 Proyección De La Oferta

Para el análisis de la proyección de la oferta se realizará con la utilización del método de mínimos cuadrados y que se las hará para cada clasificación de los insumos propuestos.

TABLA N° 2.34
PROYOCCIÓN DE LA OFERTA EN UNIDADES

USO	INSUMOS	PRES	D.H.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
AGRÍCOLA	Fertilizantes Foliars	kg	29.509	32.406	34.760	37.115	39.469	41.823
	Fertilizantes Suelo	50kg	19.409	21.314	22.863	24.411	25.960	27.509
	Fungicidas	500gr	31.551	34.649	37.166	39.683	42.200	44.718
	Insecticidas	100ml	49.727	54.609	58.577	62.544	66.512	70.479
PECUARIO	Antibióticos	20ml	35.727	33.803	33.395	32.987	32.579	32.170
	Antiparasitarios	100ml	44.024	51.565	57.009	62.453	67.896	73.340
	Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	kg	54.528	59.882	64.233	68.583	72.934	77.285
	Semillas Pastizales	lb	607.299	666.929	715.382	763.836	812.289	860.743
	Vitaminas	100ml	29.674	32.588	34.955	37.323	39.690	42.058
TOTAL			901.446	987.746	1.058.341	1.128.935	1.199.530	1.270.124

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

La proyección de la oferta de insumos agropecuarios es significativa, según análisis realizados se prevé que tenga un crecimiento del 7% anual.

2.5 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha consiste en la diferencia que existe entre la oferta y la demanda actual, estas se proyectarán para los próximos 5 años determinando así los siguientes resultados de los insumos agropecuarios.

TABLA N° 2.35
DEMANDA INSATISFECHA DE INSUMOS AGROPECUARIOS

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA						
INSUMOS	PRESENT.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fertilizantes Foliars	KG	128.573	135.085	141.596	148.108	154.619
Fertilizantes Suelo	50KG	215.518	227.013	238.508	250.003	261.498
Fungicidas	500GR	152.493	160.282	168.072	175.861	183.651
Insecticidas	100ML	177.644	186.468	195.292	204.116	212.940
Antibióticos	20ML	173.389	181.740	190.092	198.444	206.796
Antiparasitarios	100ML	218.545	223.457	228.369	233.281	238.193
Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	KG	141.371	144.736	148.102	151.467	154.832
Semillas Pastizales	LB	3.440.919	3.549.955	3.658.991	3.768.028	3.877.064
Vitaminas	100ML	207.036	213.855	220.674	227.494	234.313
TOTAL		4.855.488	5.022.592	5.189.697	5.356.801	5.523.906

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

De acuerdo a los datos obtenidos al realizar la operación para establecer la proyección de la demanda insatisfecha, el insumo con más demanda insatisfecha dentro de campo agrícola son los fertilizantes de suelo, seguido de los insecticidas. En cuanto a la mayor demanda de insumos pecuarios son las semillas de pastizales seguidos por los antiparasitarios y antibióticos.

De acuerdo a análisis la demanda insatisfecha de insumos de uso ganadero y/o veterinario es el de mayor demanda, pero se debe resaltar que la representa por ventas en dólares una cantidad inferior al de uso agrícola, esto por la gran diferencia de costos entre estas dos ramas.

2.6 Análisis Precios

Los precios son accesibles en la mayoría de estos insumos como se muestra en la tabla n° 2.36 a excepción de los fertilizantes de suelo que son los de mayor costo, mismo que representan debido a la importancia de su uso en la agricultura y ganadería, ya que es imprescindible su utilización para la obtención de una buena producción. Otro rubro importante son las semillas de pastizales por quintales,

esto se da debido a que el consumidor requiere de este producto para la siembra en grandes extensiones de cultivos.

TABLA N° 2.36
PRECIO PROMEDIO DE INSUMOS AGROPECUARIOS

PRECIOS PROMEDIO DE LOS INSUMOS			
USO	INSUMOS	PRESENT.	P.V.P
AGRÍCOLA	Fertilizantes Foliares	KG	4,68
	Fertilizantes Suelo	50KG	33,85
	Fungicidas	500GR	6,19
	Insecticidas	100ML	2,55
PECUARIO	Antibióticos	20ML	5,92
	Antiparasitarios	100ML	4,95
	Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	KG	5,00
	Semillas Pastizales	LB	2,71
	Vitaminas	100ML	12,70

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

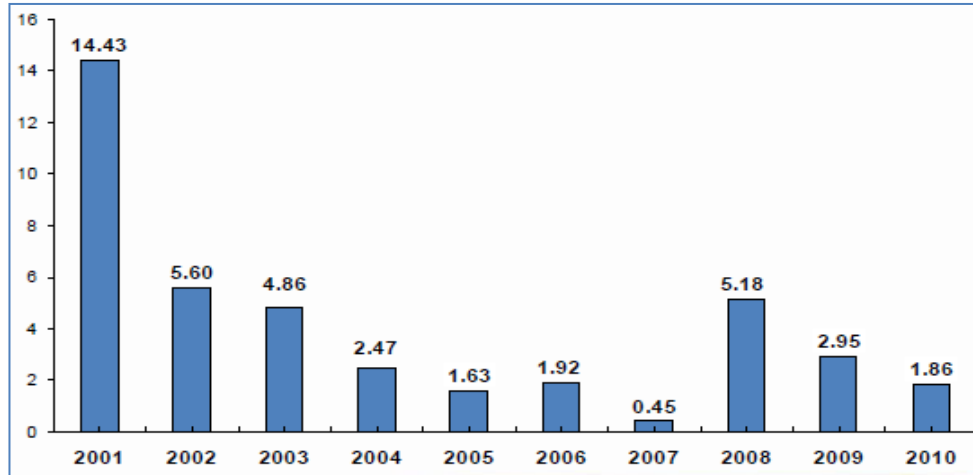
Para ampliar los costos de los insumos agropecuarios véase en el anexo N° 5, donde se menciona las presentaciones de cada insumo agropecuario con su respectivo costo en el mercado. La gran mayoría de productos genéricos hace que el valor no cambie en relación a un producto de marca, además vale la pena recalcar que no se pueden establecer precios ya que los mismos vienen marcados en la caja o empaque del insumo.

2.6.1 Precios Históricos

Según investigación realizada a proveedores de las diferentes casas proveedoras en los últimos cinco años no ha tenido un alza de los precios, esto es debido al manejo del dólar como moneda comercial del Ecuador y que ayudado a estabilizar el mercado y la economía del país. Los precios van subiendo a la par con la tasa de inflación, por lo que en los últimos cinco años se ha mantenido algo estable como se puede ver en el grafico n° 2.19a excepción del año 2008 que cerró con un 5,18%, es así que la media de la inflación se encuentra en 2,41% anual por año lo

que quiere decir que los precios habrían subido en el mismo porcentaje en los últimos cinco años.

GRÁFICO N° 2.19
INFLACIÓN ANUAL

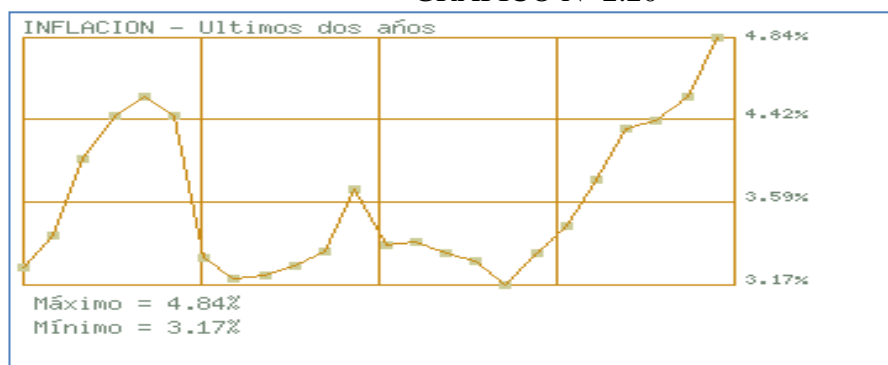


Fuente: Bce
Elaborado Por: Gobierno Nacional De La República Del Ecuador

2.6.2 Precios Proyectados

Para la proyección de los precios se realizará de acuerdo a la tasa de inflación anual del presente año, mismo que se encuentra en 4,84% según lo indica el gráfico n° 2.20 por consiguiente se estima que los precios de los productos suban de la misma manera en tal porcentaje.

INFLACIÓN ACTUAL (Agosto – 2011)
GRAFICO N° 2.20



FUENTE Y ELABORADO POR BCE.

TABLA N° 2.37
PROYECCIÓN DE PRECIOS

PRECIOS PROMEDIO DE LOS INSUMOS		PROYECTADO					
USO	INSUMOS	PRESENT.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
AGRÍCOLA	Fertilizantes Foliare	KG	4,90	5,14	5,39	5,65	5,93
	Fertilizantes Suelo	50KG	35,49	37,21	39,01	40,89	42,87
	Fungicidas	500GR	6,49	6,80	7,13	7,48	7,84
	Insecticidas	100ML	2,67	2,80	2,94	3,08	3,23
	Antibióticos	20ML	6,21	6,51	6,83	7,16	7,50
PECUARIO	Antiparasitarios	100ML	5,19	5,44	5,70	5,98	6,27
	Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	KG	5,24	5,49	5,76	6,04	6,33
	Semillas Pastizales	LB	2,84	2,98	3,12	3,28	3,43
	Vitaminas	100ML	13,32	13,96	14,64	15,34	16,09

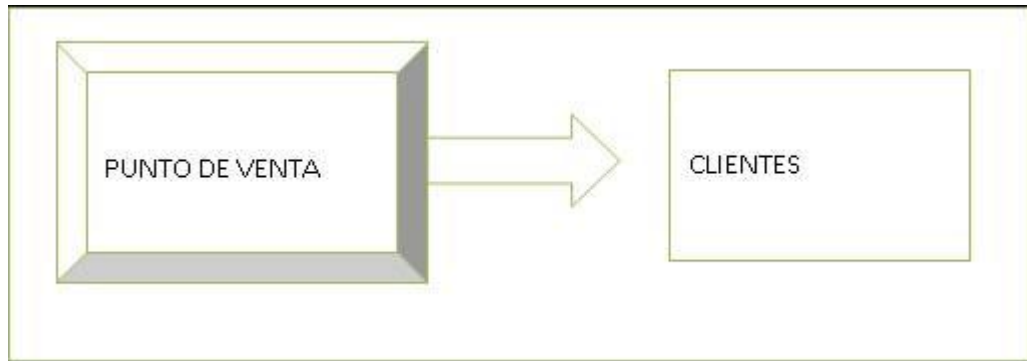
Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

Como se ve en la tabla n° 2.37 los precios de mayor volumen que alcanza es de los fertilizantes de suelo, pero que están al mismo alcance debido a que su uso por año no es mucho con relación a los otros ingredientes. En cuanto a los insumos pecuarios los precios que más costo tiene son las vitaminas y luego los antiparasitarios. Estos insumos son los que mayor representación en valor de efectivo tienen al momento de la adquisición de estos productos. Para poder analizar la variación de cada uno de los productos véase el anexo N° 6 donde se indica los precios proyectados para los próximos cinco años.

2.7 Canales De Distribución

La distribución que se utilizará para el presente proyecto será la directa, ya que la comercialización de insumos y productos agropecuarios se realizará desde el punto de venta de la empresa hacia al consumidor, no existirá intermediación al momento de la venta.

GRAFICO N° 2.21
CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

Es decir la actividad económica se hará en el lugar en donde esté ubicado la empresa, desde el cual se darán los servicios necesarios que permitan satisfacer las necesidades del agricultor y ganadero.

2.8 Conclusiones Y Recomendaciones Del Estudio De Mercado

2.8.1 Conclusiones

- La demanda de insumos agropecuarios en el cantón Latacunga de acuerdo al estudio de campo realizado, se ha podido determinar que del 100% de encuestados el 98% (tabla 2.9) de la población se dedica a actividades agropecuarias, usa pesticidas y medicina veterinaria, esto demuestra que existe un nicho de mercado donde se puede incursionar con este plan de negocios.
- La oferta de insumos agropecuarios actualmente es muy diversa, para lo cual (tabla 2.29) se a listado a las empresas más sobresalientes dentro del mercado de comercialización de insumos y productos agropecuarios, mismas que suman 27 centros de provisión y algunas de éstas están ubicados en cabeceras parroquiales lo que hace que el consumidor acuda a comprar al lugar más cercano.
- De acuerdo al estudio de mercado realizado (tabla 2.15) el 53% de la población encuestada tiene la percepción de que los costos de productos e insumos agropecuarios son altos, este se debe principalmente por el costo elevado de los fertilizantes de suelo, mientras que el 35% de encuestados afirma que los costos son normales, por lo que hace un mercado algo atractivo.
- Para el punto de venta según la encuesta realizada (tabla 2.20) el 37% de encuestados desea que la ubicación sea es el sector el salto, este debido a que existe aglomeración de personas que acuden a este sitio por ser comercial y estar al centro de la ciudad, mientras el 32% de encuestados sugiere que la nueva empresa se ubique cerca o junto a la terminal terrestre, esto por la cercanía a la parada de buses a varias parroquias y cantones de Cotopaxi.

2.8.2 Recomendaciones

- Si el 98% de la población se dedica a las actividades agropecuarias, se recomienda brindar asesoramiento para que el productor agropecuario mantenga su producción, por consiguiente, siga en crecimiento el uso de productos e insumos agropecuarios.
- Realizar un análisis de la competencia, mismo que permitirá determinar la situación actual de la comercialización de insumos agropecuarios en el cantón Latacunga, de acuerdo a los resultados que se obtengan se busquen alternativas adecuadas para el asesoramiento y expendio de pesticidas y medicina veterinaria.
- Debido a que la población tiene una percepción de costos altos de los insumos agropecuarios, se recomienda realizar compras en volúmenes, ya que por este concepto las empresas proveedoras emiten descuentos y promociones especiales, por consiguiente realizar descuentos a los clientes.
- Al tener preferencia de ubicación de la nueva empresa por parte de los consumidores, en sitios con aglomeración de personas, es recomendable analizar factores como estacionamiento, fácil acceso de transporte público, servicios básicos, entre otros, con el fin de brindar un servicio acorde a las necesidades que el cliente requiere, como también el buen funcionamiento de la empresa.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO ECONÓMICO Y FINANCIERO

3.1 Estudio Técnico

El estudio técnico consiste en el análisis de los distintos factores que se requieren para el funcionamiento del presente proyecto. Dentro de este capítulo se definirá los siguientes aspectos que son importantes:

- El tamaño de la empresa.
- En donde se ubicará la nueva empresa o la localización.
- De donde se obtendrán los insumos agropecuarios o materia prima.
- La tecnología y maquinaria necesaria para el funcionamiento de la empresa.
- El personal que se necesita, o mano de obra.
- Determinación de los presupuestos de inversión y gastos de la nueva empresa.

También se definirá el proceso de ventas, los requerimientos para el funcionamiento de la nueva empresa, estos son permisos de operabilidad, requisitos y/o trámites para la constitución, estructura organizacional entre otras.

3.1.1 Tamaño

En lo que se refiere al tamaño de la empresa es la solución óptima que conduzca al resultado económico más favorable para el proyecto. Se debe tomar en cuenta varios factores que determinan o condicionan el tamaño de un proyecto como son las siguientes:

- El tamaño o demanda
- La disponibilidad de las materias primas
- La tecnología
- Los equipos
- El financiamiento.

3.1.1.1 Tamaño En Función Del Mercado

Para su determinación se procederá a definir la participación del mercado de cada uno de los insumos agropecuarios con el que se podrá cumplir, como se ve en la tabla n° 3.1.

TABLA N° 3.1
PARTICIPACIÓN DE INSUMOS EN EL MERCADO

PARTICIPACIÓN EN FUNCIÓN A LA DEMANDA INSATISFECHA												
INSUMOS	PRESENT.	PARTI	Año 1	PART.	Año 2	PART.	Año 3	PART.	Año 4	PART.	Año 5	PART.
Fertilizantes Foliare	KG	12%	128.573	15.429	135.085	16.210	141.596	16.992	148.108	17.773	154.619	18.554
Fertilizantes Suelo	50KG	2,5%	215.518	5.388	227.013	5.675	238.508	5.963	250.003	6.250	261.498	6.537
Fungicidas	500GR	12%	152.493	18.299	160.282	19.234	168.072	20.169	175.861	21.103	183.651	22.038
Insecticidas	100ML	12%	177.644	21.317	186.468	22.376	195.292	23.435	204.116	24.494	212.940	25.553
Antibióticos	20ML	10%	173.389	17.339	181.740	18.174	190.092	19.009	198.444	19.844	206.796	20.680
Antiparasitarios	100ML	10%	218.545	21.855	223.457	22.346	228.369	22.837	233.281	23.328	238.193	23.819
Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	KG	10%	141.371	14.137	144.736	14.474	148.102	14.810	151.467	15.147	154.832	15.483
Semillas Pastizales	LB	5%	3.440.919	172.046	3.549.955	177.498	3.658.991	182.950	3.768.028	188.401	3.877.064	193.853
Vitaminas	100ML	10%	207.036	20.704	213.855	21.386	220.674	22.067	227.494	22.749	234.313	23.431
TOTAL			4.855.488	306.513	5.022.592	317.372	5.189.697	328.231	5.356.801	339.090	5.523.906	349.949

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Se ha decidido participar con el 12% y 10% de estos insumos a excepción de los fertilizantes de suelo que es del 2,5% debido a que su costo es elevado con relación a los demás insumos y eso hace que de una u otra manera influya en la adquisición de los mismos por parte del consumidor. Al participar con los porcentajes antes mencionados se está cubriendo una demanda promedio de 1.401 unidades de insumos agropecuarios de manera mensual y 54 diarios sin contar las semillas de pastizales, lo que si es viable.

3.1.2 Tamaño En Función De Financiamiento

Es el punto más crítico e importante a la vez, debido a que el éxito y ejecución del proyecto pueda darse, por lo que es importante señalar todos los requerimientos necesarios para el buen desempeño de la empresa, por consiguiente posteriormente se procederá a definir las características de los bienes muebles para las operaciones de la empresa.

3.1.2.1 Mano De Obra

En la Ciudad de Latacunga existen centros de educación especializada en ramas agrícolas y veterinarias, como son la Universidad Técnica de Cotopaxi, La Escuela politécnica del ejercito sede Latacunga, el Instituto Superior Simón Rodríguez entre otros, mismos que proveen de profesionales a la ciudadanía. La mano de obra idónea para la nueva empresa serán personas profesionales especialistas en ramas como de agricultura, ganadería y/o veterinaria, estos profesionales si existen en el cantón Latacunga, por lo que no existe inconvenientes al momento de la selección de personal antes de la contratación.

3.1.2.2 Materia Prima

TABLA N° 3.2
PRINCIPALES EMPRESAS PROVEEDORAS

Empresas Proveedoras De Insumos Agropecuarios			
N°	Empresa	Ciudad	Sector
1	Agripac S.A.	Latacunga	Agropecuarios
2	Agrolab S.A.	Ambato	Agroquímicos
3	Agrosad Cia. Ltda.	Cuenca	Agropecuarios
4	Brentag S.A.	Ambato	Agroquímicos
5	Disvetel Cia Ltda	Ambato	Pecuarios
6	Ecuaquimica C.A.	Ambato	Agropecuarios
7	Fertisa S.A.	Latacunga	Agroquímicos
8	Grupo Grandes Román Cia. Ltda.	Quito	Pecuarios
9	Importadora Alaska S.A.	Quito	Agroquímicos
10	Interoc Custer Internacional S.A.	Guayaquil	Agroquímicos
11	JbPharma C.A.	Quito	Pecuarios
12	Max Interquimica S.A.	Guayaquil	Agroquímicos
13	Mundo Animal	Riobamba	Pecuarios
14	Quinorie Cia. Ltda.	Ibarra	Agroquímicos
15	Veteca Cia. Ltda.	Ambato	Agropecuarios

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Los insumos agropecuarios necesarios para el funcionamiento del presente proyecto se pueden conseguir en empresas proveedoras tabla 3.2, las cuales a través de sus representantes de ventas se puede realizar la adquisición de lo que sea necesario

3.1.3 Localización Del Proyecto

La selección de alternativas para la localización se realizará en dos etapas comprendidas como la macro localización y micro localización. Es importante tomar en cuenta para la localización factores como:

- Lugar de fácil acceso a transporte pesado y liviano, esto debido a que al momento de adquirir los diferentes insumos agropecuarios, las empresas proveedoras realizan sus despachos en grandes camiones, mismos que tienen algún tipo de dificultad para descargar las mercaderías. También se debe tomar en cuenta que el cliente necesita de la misma manera utilizar transporte para llevar los insumos que adquieren hacia su lugar de destino, consecuentemente es muy necesario e importante el lugar seleccionado.
- Debe ser un lugar que este junto o cercano a puntos de aglomeración de personas que se dediquen a la actividad agropecuaria, como son la terminal terrestre, la plazoleta el salto, el mercado mayorista entre otros.
- Que ofrezca disponibilidad de servicios básicos.
- Infraestructura, ya que es muy importante por la magnitud del presente proyecto.

3.1.3.1 Macro Localización

Para la macro localización se efectuará desde lo más grande hacia lo más pequeño geográficamente, para de esta manera poder determinar el mejor sitio y se considerará lo siguiente:

Región: Sierra Centro

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Latacunga

El presente proyecto estará ubicado en la provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, cantón Latacunga ya que la misma al ser cabecera provincial, la población acude con frecuencia por distintos trámites que realizan y aprovechan el viaje para realizar las compras de insumos agropecuarios y llevar al momento de su retorno.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA GRÁFICO N° 3.1



Fuente: Www.Edufuturo.Com

3.1.3.2 Micro Localización

El análisis de micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida que en nuestro caso es el Cantón Latacunga. El micro localización se realizará mediante una matriz locacional con

el método de ponderación por puntos y que se muestra a continuación en la tabla n° 3.3.

Cabe recalcar que los lugares tentativos de ubicación son tomados de acuerdo a la encuesta realizada en el trabajo de campo.

TABLA N° 3.3
MATRIZ LOCACIONAL

FACTOR	CALIFICACIÓN DEL SECTOR						
	PESO	El Salto	TOTAL	Terminal Terrestre	TOTAL	Mercado Mayorista	TOTAL
Aglomeración de personas	0,2	9	1,8	9	1,8	8	1,6
Accesibilidad de Parqueo	0,2	5	1	8	1,6	8	1,6
Accesibilidad a transporte público	0,3	9	2,7	10	3	8	2,4
Disponibilidad de servicios básicos	0,15	9	1,35	9	1,35	8	1,2
Cercanía a instituciones financieras	0,15	9	1,35	7	1,05	2	0,3
TOTAL	1	41	8,20	43	8,80	34	7,10

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Para poder realizar esta matriz se ha asignado factores que son importantes y que se han considerado para poder comercializar insumos agropecuarios sin inconvenientes, cuyos factores se procede a dar un peso de 0 a 1, y la calificación será de 1 a 10 por consiguiente, para sacar el valor total se ha multiplicado la cantidad del peso por la calificación para finalmente realizar la suma respectiva de todos los factores y poder determinar la mejor alternativa.

De acuerdo a los datos obtenidos, la mejor alternativa es el sector la terminal terrestre con 8,8 puntos aunque muy cerca del sector el salto. Por ende es el lugar de donde la mayor cantidad de las personas hacen uso de transporte público, bien sea inter cantonal e inter parroquial además de líneas de buses urbanos que van hacia sectores rurales del cantón Latacunga.

Nuestra mico localización será la siguiente:

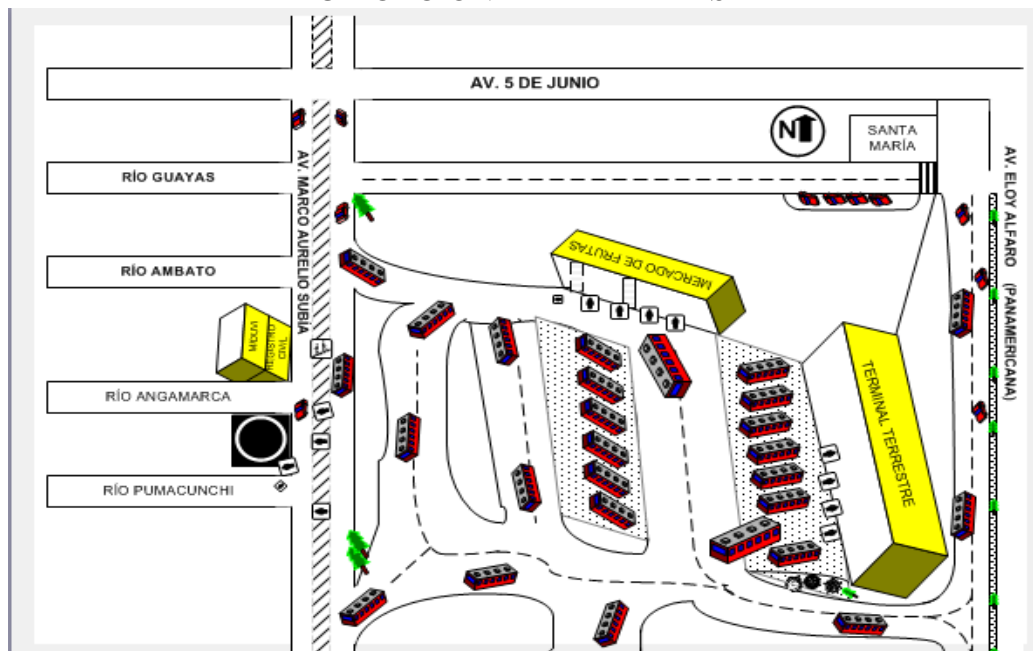
Ciudad: Latacunga

Parroquia: Eloy Alfaro

Sector: La terminal terrestre

Dirección: Av. Marco Aurelio Subía.

GRÁFICO N° 3.2
UBICACIÓN DE LA EMPRESA



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Se ha seleccionado el lugar debido a que existen dos instituciones públicas como es el caso del Registro Civil y el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, a donde acude gran cantidad de personas, consecuentemente ayuda para el presente proyecto y finalmente la terminal terrestre está cerca del sitio mencionado, además de algunas instituciones financieras como SumakKausay, Coop. De Ahorro y Crédito Ambato, entre otras.

3.1.4 Ingeniería Del Proyecto

La ingeniería tiene como finalidad seleccionar el proceso de producción de un proyecto, en nuestro caso será la comercialización de insumos agropecuarios, consecuentemente conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de acuerdo a los equipos elegidos. Además se detalla el almacenamiento y distribución del producto hacia la satisfacción del cliente.

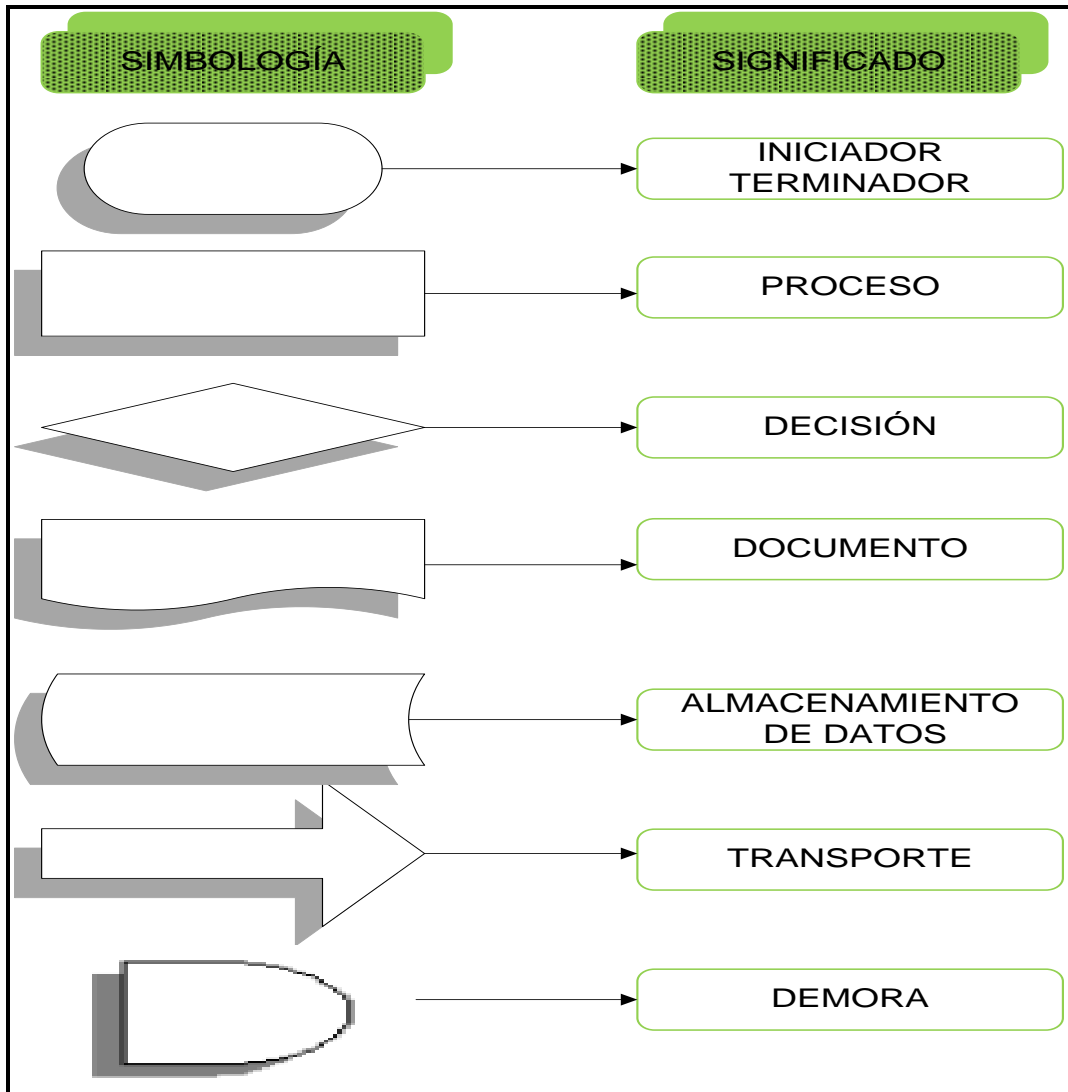
3.1.4.1 Características Del Producto

La comercialización se define como un servicio, consecuentemente la actividad principal del presente proyecto es el de brindar un servicio a la comunidad que se dedica a la actividad agrícola y ganadera, por lo que al realizar dicha actividad existen un cierto rubro de utilidad. El valor agregado que se brindará es que se dará un servicio de asesoramiento técnico al agricultor, este comprende el asesoramiento en el manejo de cultivos y crianza y manutención de animales, finalmente se quiere ayudar a colocar los productos producidos en el mercado.

3.1.4.2 Descripción Proceso Del Servicio

El proceso de servicios de alguna manera es complejo, por lo cual para el presente proyecto tenemos dos procesos distintos cuya simbología son las que se muestran a continuación.

GRÁFICO N° 3.3
SÍMBOLOS DEL DIAGRAMA DE FLUJO

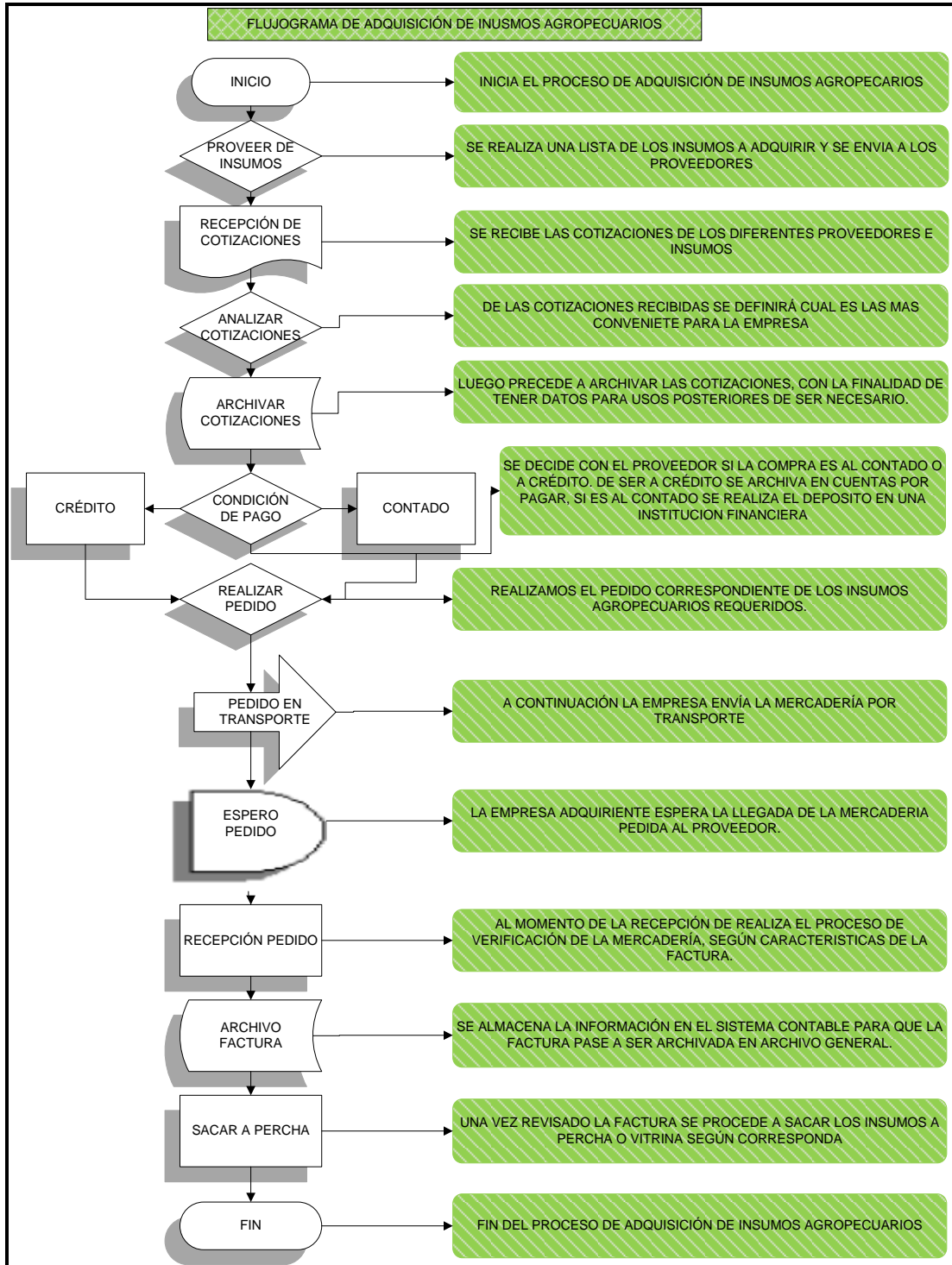


Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Dentro de la comercialización de insumos agropecuarios es necesario definir dos tipos de flujos de procesos bien definidos como es el de adquisición de insumos agropecuarios y el flujo de comercialización.

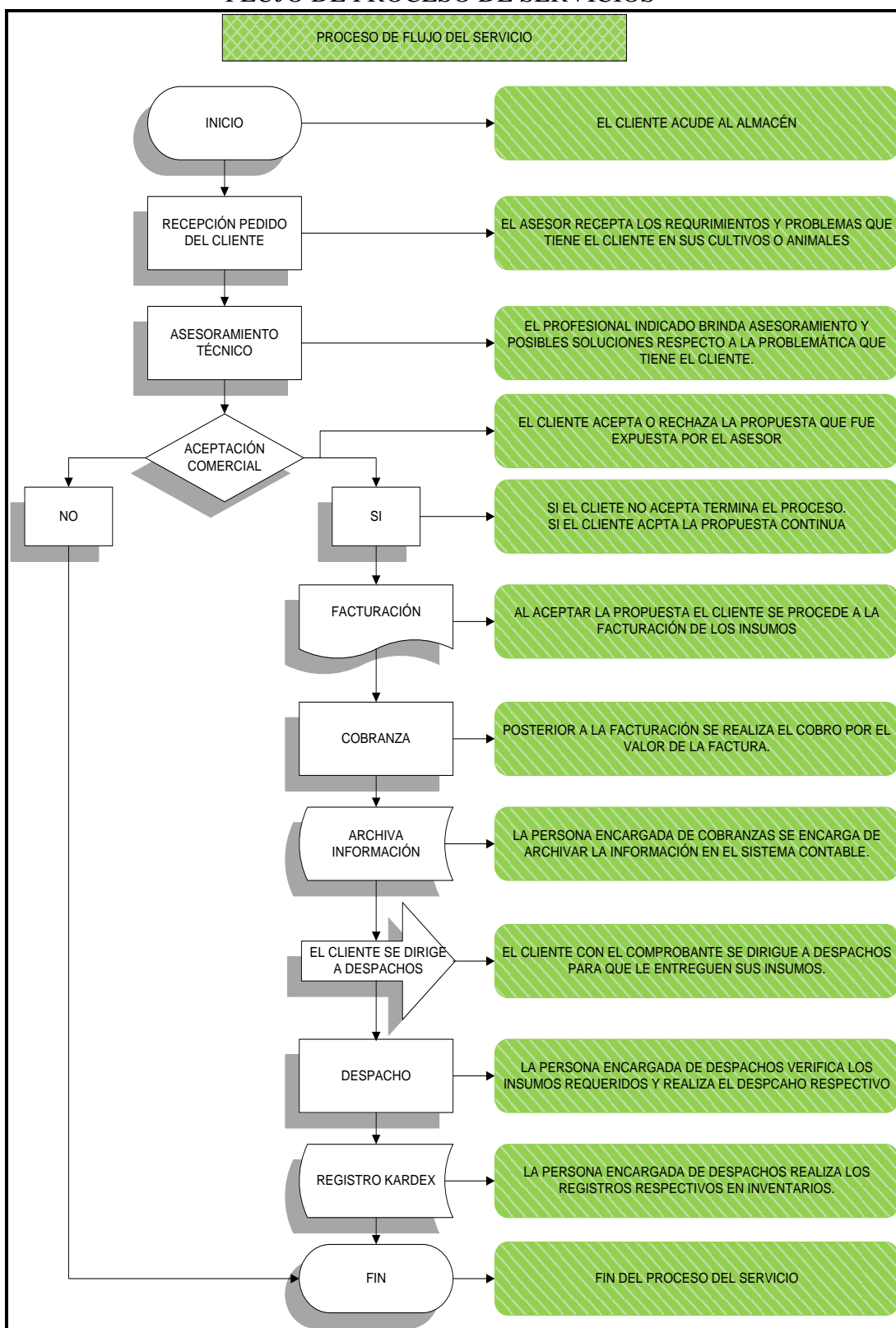
3.1.4.3 Flujo De Proceso De Adquisición De Insumos

FLUJO DE PROCESO DE ADQUISICIÓN DE INSUMOS
GRÁFICO N° 3.4



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

GRÁFICO N° 3.5
FLUJO DE PROCESO DE SERVICIOS



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

3.1.4.4 Distribución De La Planta

Es la óptima utilización del espacio disponible para ubicar todos los equipos necesarios para instalar la capacidad instalada de la empresa. El proceso de producción y los diferentes departamentos de la empresa, con el fin de hacer el trabajo con menores movimientos, menor esfuerzo, en el menor tiempo posible, a los más bajos costos y de la mejor calidad.

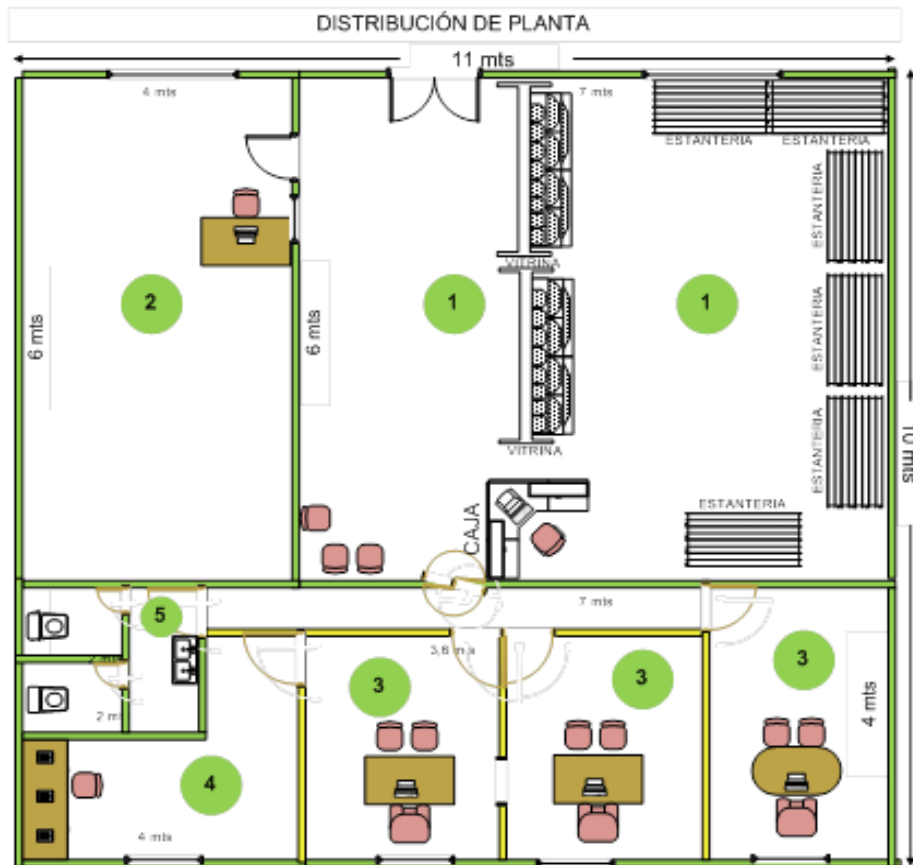
TABLA N° 3.4
ÁREA REQUERIDA

METROS CUADRADOS REQUERIDOS		
N°	ÁREA	m ²
1	ALMACÉN	42
2	BODEGA	24
3	OFICINAS	28
4	ARCHIVO	9,5
5	SERVICIOS HIGIÉNICOS	6,5
TOTAL		110

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Para la distribución de la nueva empresa se requiere una superficie de 110 metros cuadrados aproximadamente, misma que estará distribuido tal cómo se puede observar en el grafico 3.6

GRÁFICO N° 3.6
DISTRIBUCIÓN DE PLANTA



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

3.1.5 *Requerimientos Del Proyecto*

Se detallaran todos los elementos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, es importante recalcar que para la instalación de la nueva empresa será bajo la modalidad de arriendo y se adecuará de acuerdo a la misma.

3.1.5.1 *Edificios Y Construcciones*

Se debe resaltar que para el presente proyecto no se tiene instalaciones de edificios ni construcciones propias o que se desee adquirir la misma, por lo tanto se realizará mediante el arriendo de un local comercial para poder adecuar de acuerdo a las necesidades de la empresa.

**TABLA N° 3.5
ADECUACIÓN DE EDIFICACIÓN**

REQUERIMIENTOS EDIFICACIONES			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Adecuación del local	1	1.440,00	1.440,00
Adecuación de Módulos oficina	1	1.150,00	1.150,00
		TOTAL \$	2.590,00

Fuente: Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

Dentro de la adecuación del local se ha considerado valores pinturas y accesorios para la remodelación del local, así como también el costo de mano de obra para el mismo y que suman \$2.590,00.

3.1.5.2 Muebles Y Enseres

Son todos los muebles de oficina y enseres necesarios para poder brindar un buen servicio al consumidor, los mismos que se ha procedido a dividir de la siguiente manera:

- Muebles de oficina
- Equipos de oficina
- Equipos de cómputo

Los muebles de oficina requeridos para la empresa se señalan a continuación en la tabla n° 3.6.

**TABLA N°3.6
MUEBLES DE OFICINA**

MUEBLES DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNI	VALOR TOTAL
Sillas normales	12	15,00	180,00
Sillas giratorias	3	145,00	435,00
Escritorios	5	220,00	1.100,00
Archivadores	1	225,00	225,00
Anaqueles 3 cubetas	2	165,00	330,00
		TOTAL \$	2.270,00

Fuente: Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

Los muebles de oficina requeridos para el presente proyecto suman 2.270,00 dólares.

TABLA N° 3.7
EQUIPOS DE OFICINA

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNI	VALOR TOTAL
Telefax	1	85,00	85,00
Celular	3	220,00	660,00
Cámara	2	260,00	520,00
Proyector de datos	1	900,00	900,00
		TOTAL \$	2.165,00

Fuente: Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

Los equipos de oficina que se ha creído más relevante son los que se señalan en la tabla anterior, para los mismos se requieren de 2.165,00 dólares para su adquisición.

TABLA N° 3.8
EQUIPOS DE CÓMPUTO

EQUIPOS DE COMPUTO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNI	VALOR TOTAL
Computador de escritorio	2	800,00	1.600,00
Computador portátil	3	695,00	2.085,00
Impresora multiuso	1	350,00	350,00
		TOTAL \$	4.035,00

Fuente: Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

Los equipos de cómputo que se requiere son distribuidos de la siguiente manera. Las computadoras de escritorio, una para bodega y otra para caja. Mientras que las computadoras portátiles son para los asesores. Estos equipos de cómputo suman 4.035,00 dólares.

3.1.5.3 Maquinaria Y Equipo

Se señalarán los equipos y maquinarias más necesarios que serán utilizados en la empresa.

**TABLA N° 3.9
REQUERIMIENTO DE EQUIPO**

EQUIPO Y MAQUINARIA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Balanza plataforma	1	240,00	240,00
Manillas	6	1,40	8,40
Vitrinas 2,2m X 0,35cm	3	300,00	900,00
Estanterías 1,2m X 0,32cm	6	135,00	810,00
Extractor de olores	1	357,00	357,00
Guantes Industriales	3	38,00	114,00
Mascarillas con filtro de carbono	3	41,00	123,00
Balanza de plato	1	18,00	18,00
		TOTAL \$	2.570,40

Fuente: Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

Para equipar la empresa se necesita la inversión de 2.570,00 dólares, con lo que se adquiriría accesorios necesarios para su funcionamiento.

**TABLA N° 3.10
VEHÍCULO**

VEHÍCULO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta Cabina. Simple 2.200	1	18.990,00	18.990,00
		TOTAL \$	18.990,00

Fuente: Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

El vehículo es necesario para las salidas a asesorar en el campo, la misma es una camioneta de cabina simple a gasolina, marca mazda, en el mercado se encuentra en 18.990,00 dólares según proforma.

3.1.5.4 Mano De Obra Directa

El personal requerido para la nueva empresa deben ser profesionales especialistas como agrónomos o ingenieros agrónomos, doctor zootecnista o veterinario como se muestra en la siguiente tabla n°3.11.

MANO DE OBRA DIRECTA
TABLA N° 3.11

N° PERS.	CARGO	SUELDO	IESS	LIQ. A PAGAR	AP. PAT	DÉCIMOS		MENSUAL	ANUAL
			9,35%			12,15%	TERCERO		
1	Contador	600,00	56,10	543,90	72,90	600,00	264,00	615,90	7.390,80
3	Asesores	600,00	168,30	1.295,10	218,70	1.800,00	264,00	1.467,10	17.605,20
1	Secretaria	320,00	29,92	290,08	38,88	320,00	264,00	338,75	4.064,96
1	Cajera	320,00	29,92	290,08	38,88	320,00	264,00	338,75	4.064,96
2	Auxiliares	264,00	49,37	429,26	64,15	528,00	264,00	495,26	5.943,17
1	Bodeguero	264,00	24,68	239,32	32,08	264,00	264,00	283,32	3.399,79
9	TOTAL \$	2.368,00	358,29	3.087,74	465,59	3.832,00	1.584,00	3.539,07	42.468,88

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Al pretender dar servicios de asesoramiento diferenciado se necesita del personal antes mencionado, quienes son técnicos en cada una de las ramas como es de agronomía, comercial y veterinaria. Se requiere de un contador de planta, ya que la ley exige que al tener ventas superiores a los cien mil anuales así lo amerita para que lleve las cuantas contables. Para que ayude en las labores de la empresa se requiere de una secretaria, misma que se encargará de llevar las agendas de los profesionales y atención al cliente, un bodeguero, un cajero y dos auxiliares, quienes ayudarán en la atención junto a un profesional en el almacén. En conjunto para mano de obra directa se requiere de \$ 42.468,88 anuales ya con sus respectivas obligaciones canceladas.

3.1.5.5 Mano De Obra Indirecta

TABLA N° 3.12
MANO DE OBRA INDIRECTA

REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA				
DEATLLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Estibadores	5.388	0,10	44,90	538,79
Guardianía Privada	1,00	30,00	30,00	360,00
TOTAL \$			74,90	898,79

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

La mano de obra indirecta es necesaria para la empresa ya que se requiere específicamente para dos actividades que desempeñarán, las cuales son para estibadores ya que por la cantidad de unidades de fertilizantes de suelo a bajar se requiere de ellos, los fertilizantes de suelo vienen en presentaciones de 50kg. Y la empresa prevé vender 5.388 unidades. Finalmente se necesita de guardianía, en la ciudad de Latacunga existen empresas que prestan servicio de guardianía rotativo, es decir que rondan el lugar por las noches y que su costo promedio es de 30,00 mensuales. El requerimiento en mano de obra indirecta es de \$898,79 por año.

3.1.5.6 Materia Prima

TABLA N° 3.13
MATERIA PRIMA

REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA (INSUMOS)				
INSUMOS	Cantidad	Costo	Mensual	Anual
Fertilizantes Foliares	15.429	3,92	5044,75	60536,95
Fertilizantes Suelo	5.388	34,78	15615,43	187385,20
Fungicidas	18.299	5,19	7916,41	94996,94
Insecticidas	21.317	2,14	3800,22	45602,67
Antibióticos	17.339	4,97	7178,89	86146,71
Antiparasitarios	21.855	4,15	7556,97	90683,67
Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	14.137	4,19	4935,96	59231,47
Semillas Pastizales	172.046	2,27	32600,74	391208,89
Vitaminas	20.704	10,65	18378,34	220540,07
TOTAL \$			103.028,71	1.236.332,57

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Los insumos agropecuarios es en donde se necesita mayor cantidad de dinero, ya que es la principal actividad que desempeñará la empresa y por ende se obtendrá utilidades, para el presente proyecto según lo antes analizado para la comercialización de esto insumos se necesita \$103.027,71 mensuales y 1.236.332,57 dólares para el primer año.

3.1.5.7 Servicios Básicos

TABLA N° 14
SERVICIOS BÁSICOS

REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS BÁSICOS					
DEATALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía eléctrica	Kwh	202,50	0,08	16,54	198,53
Agua	M3	50,00	0,05	2,50	30,00
Internet	Plan	1,00	65,00	65,00	780,00
Teléfono Fijo	Min	270,00	0,09	24,60	295,16
Teléfono Celular	Plan	3,00	32,00	96,00	1.152,00
			TOTAL	204,64	2.455,70

Fuente: Investigación De Campo/Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

Los servicios básicos son esenciales, consecuentemente para el presente proyecto se ha tomado en cuenta los más importantes y que se señalan en la tabla n° dichos valores se han calculado de acuerdo al consumo de equipos de cómputo y otros, en cuanto a telefonía, en el mercado existen planes que ofrecen distintas operadoras cuyos valores se mencionan de igual manera. Su requerimiento es de 204,64 dólares mensuales y \$2.455,70 anuales.

TABLA N° 3.15
MANTENIMIENTO Y COMBUSTIBLE

MANTENIMIENTO Y COMBUSTIBLE					
DEATALLE	UNIDAD	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Combustible	Gln	60	1,20	72,00	864,00
			TOTAL	72,00	864,00

Fuente: Investigación De Campo/Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

El combustible para la movilización en las visitas de campo se requiere de 60 galones mensuales, con un costo promedio mensual de 72,00 dólares, donde se

incluye además aditivos para la camioneta y \$864,00 anuales. En cuanto al mantenimiento de la misma se realizará una vez cumplido los 10.000km de recorrido que más o menos se cree que en el tercer año sería de hacer el respectivo mantenimiento y cuyo costo es el 10% de costo total de la camioneta.

3.1.5.8 *Suministros Y Útiles De Limpieza*

TABLA N° 3.16
SUMINISTROS Y ÚTILES DE LIMPIEZA

REQUERIMIENTOS DE SUMINISTROS Y ÚTILES DE LIMPIEZA		
DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Suministros de Oficina	117,70	1.412,40
suministros de Limpieza	27,19	326,28
TOTAL	144,89	1.738,68

Fuente: Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

Para la limpieza y útiles de oficina se requiere la cantidad de 1.738,68 dólares anuales, dentro de las mismas se encuentra todos los implementos necesarios como son, desinfectantes, fundas, trapeadores, resmas de papel, esferos gráficos entre otras cosas que son indispensables en una empresa.

3.1.5.9 *Gastos Administrativos Y De Ventas*

TABLA N° 3.17
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS

REQUERIMIENTOS PARA GASTOS ADMINISTRATIVOS			
DETALLE	No.	GASTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Administrador	1	1.000,00	12.000,00
Publicidad	1	452,00	5.424,00
Arriendo Local	1	300,00	3.600,00
TOTAL		1.752,00	21.024,00

Fuente: Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

Para el manejo de la empresa se cree necesario de una persona que administre la empresa, quien estará percibiendo ingresos por \$1.000,00 mensuales. Además se requiere de inversión para publicidad y arrendamiento de un local, es así que estos costos suman 21.024,00 dólares anuales.

3.1.5.10 Gastos Diferidos

TABLA N° 3.18
GASTOS DIFERIDOS

REQUERIMIENTOS PARA GASTOS DIFERIDOS	
DETALLE	GASTO TOTAL
Gastos de Constitución	1.450,00
Patente	90,00
TOTAL	1.540,00

Fuente: Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

Es importante destinar este rubro, ya que para gastos de constitución se necesitarán de aproximadamente de 1450,00 dólares, según realizado la investigación correspondiente ese es el rubro que se gastaría en tales tramites, mismo que se hará cargo un profesional del derecho. Es necesaria también la obtención de patente municipal, cuyos costos sumados da un valor de 1.540,00 dólares.

3.1.5.11 Capital De Trabajo

La administración del capital de trabajo es importante por varias razones, pero fundamentalmente sirve para que la empresa opere con eficiencia durante los primeros meses de vida de la misma. A continuación se calculará el capital de trabajo para un mes.

TABLA N° 3.19
CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO (1 mes)	
Mano de Obra Directa	3.539,07
Materia Prima	103.027,71
Gastos Servicios Básicos	421,53
Gastos de Ventas	2.004,50
Total Capital de Trabajo	108.992,82

Fuente: Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

El capital de trabajo es de 108.992,82 dólares, mismo que será necesario invertir para el buen funcionamiento de la empresa.

3.1.5.12 Resumen De Inversiones

En el resumen de inversiones se desglosará los requerimientos de inversión para la nueva empresa. La inversión necesaria para la creación de la empresa es de 143.243,22 dólares tal como se muestra en la tabla n° 3.20.

TABLA N° 3.20
RESUMEN DE INVERSIONES

INVERSIÓN INICIAL	
ACTIVOS FIJOS	COSTOS
Muebles de Oficina	2.270,00
Equipos de Oficina	2.165,00
Equipos de Computo	4.035,00
Equipo y Maquinaria	2.570,40
Vehículo	18.990,00
Adecuación de Edificación	2.590,00
Sub total activos fijos	32.620,40
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	1.540,00
Patente	90,00
Sub total activos diferidos	1.630,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Mano de Obra Directa	3.539,07
Materia Prima	103.027,71
Gastos Servicios Básicos	421,53
Gastos de Ventas	2.004,50
Sub Total Capital de Trabajo	108.992,82
INVERSIÓN TOTAL	143.243,22

Fuente: Cuadros Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

3.1.6 Propuesta Administrativa

3.1.6.1 Razón Social

La razón social de una empresa es parte fundamental de la misma, es el nombre con que el mundo exterior la conocerá, por lo tanto deberá llevar una identificación que sea clara, de fácil recordatorio para las personas. Que quede una imagen de la misma.

Un aspecto importante a tomar en cuenta es que el nombre debe estar relacionado con la actividad que desempeñará la misma. Así nuestra actividad principal es de comercializar insumos y/o productos agropecuarios y se conjugará de la siguiente manera:

Comercializadora = C

Insumos = I

Productos = PRO

Agropecuarios = AGRO

El nombre comercial de la empresa será: CIPROAGRO

SLOGAN: El slogan es en donde se expresa la finalidad de la actividad que realiza la empresa. En nuestro caso es el de brindar un servicio con que el objetivo de mejorar las condiciones de vida de los agricultores. Así se cree que algo que atrae al pensamiento es la siguiente frase que será el slogan de ciproagro.

“mejorando la producción agropecuaria!”

LOGOTIPO: Para realizar el logotipo se tomó en cuenta que tenga relación con el medio en el que estamos incursionado, es decir el tema agrícola que va conjugado con las letras C&A de cipro-agro tal como se ve en el gráfico 3.7. Más detalles del logotipo ver anexo n° 7.

GRÁFICO N° 3.7
LOGOTIPO



Elaborado Por: José Tipán

3.1.6.2 Constitución Jurídica

En la actualidad existen varios tipos de constitución jurídica para las empresas y que como ente regulador es la Superintendencia de Compañías. Para el presente proyecto se tomará en cuenta la composición de compañía limitada y sociedad anónima. Para la designación del tipo de constitución de la empresa se realizará un análisis de ventajas y desventajas de este tipo de empresas, para su calificación se utilizará el método por ponderación de puntos. Los mismos que van de 1 a 10

TABLA N° 3.21
PROMEDIO CALIFICACIÓN DE TIPO DE EMPRESA

FACTOR	CALIFICACIÓN				
	PESO	Sociedad Anónima	TOTAL	Compañía Limitada	TOTAL
Cantidad de capital para constitución	0,2	5	1	10	2
Papel negociable	0,2	10	2	5	1
Organización empresarial	0,2	8	1,6	7	1,4
Trámites para constitución	0,2	8	1,6	8	1,6
Cantidad de miembros para constitución	0,2	10	2	6	1,2
TOTAL	1	41	8,20	36	7,20

Fuente: Ley De Compañías
Elaborado Por: José Tipán

Para la calificación se procedió a dar un peso para cada factor que está comprendido entre 0 y 1, en cuanto a la calificación se realizó de la misma manera, el valor se puso de acuerdo al grado de complejidad del factor. Como se puede ver

en la tabla n° 3.21, la mejor alternativa según esos factores es de hacer una empresa de compañía o sociedad anónima.

3.1.6.3 Tramites Constitución

Para los trámites de constitución de la empresa son necesarios algunos pasos esenciales para la misma como son:

- Contratación de un abogado
- Asistir a la Súper Intendencia de Compañías
- Publicación de la creación de la nueva empresa en un diario de mayor circulación nacional o regional, para nuestro caso será un medio local.

3.1.6.4 Marco Legal

Como ente regulador de las empresas que están constituido jurídicamente en el Ecuador es la Superintendencia de Compañías, lo cual está encargada de controlar que las actividades económicas sean lícitas y transparentes. Una vez definida el tipo de empresa que se quiere constituir se procederá a señalar algunas disposiciones y de los contenidos que constarán en la escritura pública.

Disposiciones generales: Al ser una empresa constituida como Sociedad o Compañía Anónima, se requieren dos o más personas para su creación, misma que unen sus capitales para la conformación de una empresa y participar de sus utilidades.

Del capital: El capital de la empresa estará conformada por acciones negociables, con un valor no menor a \$800,00 tal como lo fija en ente regulador.

De la fundación de la compañía: La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil.

La escritura de fundación contendrá:

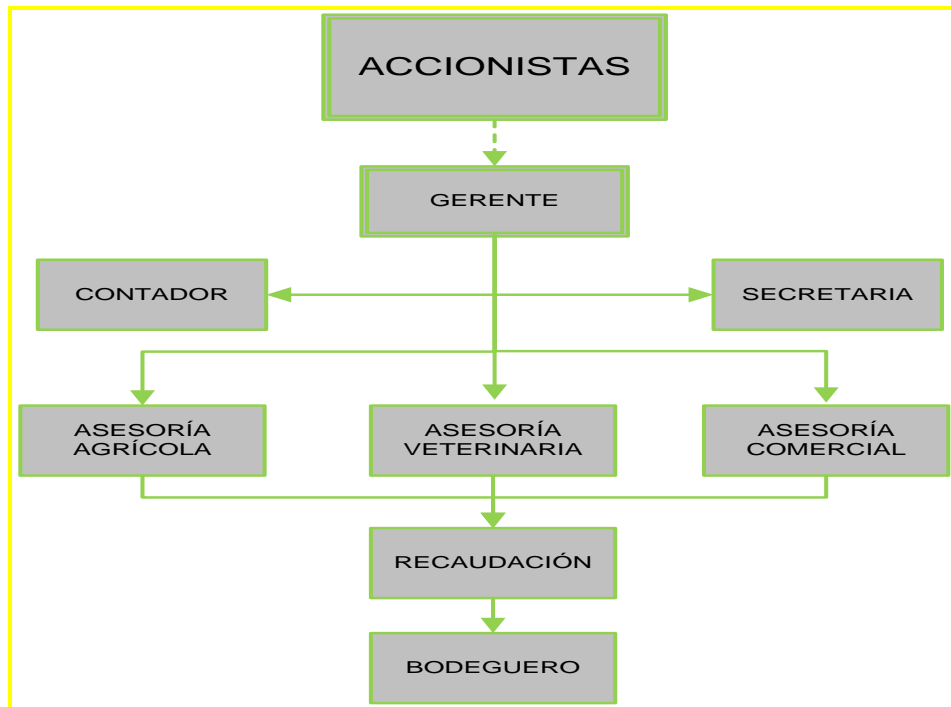
- Lugar y fecha en que se celebre el contrato.
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas.
- El objeto social, debidamente concretado.
- Du denominación y duración.
- El importe de capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas.
- El domicilio de la compañía
- La forma de administración y las facultades de los administradores.
- Las normas de reparto de utilidades
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- Las demás disposiciones y condiciones especiales que la Ley de Compañías contemple.

La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedida al Superintendente de Compañías por el administrador o gerente en un periodo de treinta días de suscrito el contrato.

3.1.6.5 Estructura Organizacional De La Empresa

La conformación de la estructura de una organización es importante, porque ayuda al buen direccionamiento de la empresa, además ayuda en la distribución de responsabilidades y acciones que deben cumplir cada uno de los funcionarios de cada puesto. En la empresa ciproagro estará organizada de la siguiente manera:

GRÁFICO N° 3.8
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Elaborado Por: José Tipán

3.1.6.6 Descripción De Funciones

Para poder realizar las actividades comerciales de la empresa de manera óptima se delinearán las funciones respectivas que deberán cumplir el personal.

Accionistas: al ser quienes realizan la inversión para la creación de la empresa recibirán informes de manera periódica de los resultados económicos y financieros.

Gerente: será la persona encargada de las actividades administrativas de la empresa, cuyas funciones serán:

- La dirección, control, planificación y evaluación del recurso humano y económico
- Establecimiento de políticas de negocios con proveedores y clientes
- Estructuración de presupuestos entre otras funciones.

Secretaria: será la persona encargada en llevar la agenda del gerente, de los diferentes asesores, así como también será responsable de las relaciones directas de la empresa con personal interno y externo de la empresa.

Contabilidad: estará en cargo del manejo de las finanzas de la empresa, manejo de rol de pagos, realización de declaraciones tributarias, y manejo de cuentas por cobrar y cuentas por pagar.

Asesoría Agrícola: será responsable del asesoramiento en ventas dentro del sector agrícola, desarrollo de programas productivos, manejo de conflictos entre otros.

Asesoría Veterinaria: estará encargado del asesoramiento en ventas dentro del campo veterinario y ganadero, diagnóstico de enfermedades, crear proyectos productivos relacionados con la ganadería.

Asesoría comercial: será el encargado de asesorar a los clientes en buscar nuevos mercados y de cultivos no tradicionales, ayudar a posicionar en el mercado otros productos entre otros.

Recaudación: se encargará de la recaudación por las ventas que hagan los asesores de la empresa, manejo de cuentas por cobrar.

Bodeguero: será responsable del recibimiento de insumos y despacho de los mismos, además el manejo de inventarios y kardex.

3.1.7 Direccionamiento Estratégico

Para la dirección estratégica se aplicará algunas estrategias, mismas que estarán direccionadas con el objetivo de la empresa, orientadas a la satisfacción del cliente, con lo que se pretende diferenciar de la competencia consecuentemente obtener mayores réditos por tales acciones.

3.1.8 Base Filosófica

Para la realización de los contenidos que componen la base filosófica se preguntan directrices, mismos que se puede ver en el anexo n° 8

3.1.8.1 Objetivos General

Proveer de insumos agropecuarios de la más alta calidad al cliente sobrepasando las más exigentes expectativas para mejorar la productividad en el campo, como consecuencia avanzar al éxito de manera conjunta empresa-cliente.

3.1.8.2 Objetivos Específicos

- Elaborar estrategias e implementarlas en la empresa para concretar el objetivo general.
- Tener al talento humano siempre motivado, haciendo que el personal sienta como suya la empresa.
- Posesionar en la mente de los consumidores mediante spots publicitarios de la existencia de la nueva empresa.
- Ayudar a mejorar las condiciones de vida del sector agropecuario a través del asesoramiento técnico.

3.1.8.3 Misión

“Somos una empresa comercial de insumos agropecuarios con asistencia y asesoría técnica que busca mejorar el desarrollo productivo del sector agrícola y pecuario del cantón Latacunga”.

3.1.8.4 *Visión*

“Ser una empresa líder en la comercialización de insumos agropecuarios dentro del cantón Latacunga, que permita mejorar las condiciones de vida con honestidad y responsabilidad de nuestros clientes”.

3.1.8.5 *Valores Corporativos*

- Responsabilidad con el medio ambiente y toda forma de vida.
- Eficiencia y eficacia en la atención hacia con los clientes.
- Trato igualitario sin importar género, clase social o cultura.
- Respeto con los conocimientos y practicas ancestrales.
- Honestidad en nuestras acciones dentro de un marco de transparencia y franqueza.

Para realizar las estrategias del presente estudio se procederá a realizar un análisis FODA, mismo que permitirá tener un panorama más claro de la situación en que se encuentra la comercialización de insumos agropecuarios.

CUADRO N° 3.1
ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">▪ Contar con información de un estudio de mercado.▪ Prestar un servicio que permita satisfacer las necesidades que requieren los clientes.▪ Contar con personal capacitado dentro de la rama agrícola y pecuaria.▪ La ubicación estratégica de la nueva empresa.	<ul style="list-style-type: none">▪ Falta de recursos económicos.▪ Falta de asistencia técnica en el campo.▪ No poseer experiencia, misma que disminuye dicha credibilidad.▪ Falta de información sobre el uso y manejo de insumos agropecuarios.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proveer una gama de productos e insumos agropecuarios. ▪ Crecer como empresa al proveer de insumos y productos agropecuarios de calidad. ▪ Brindar un servicio técnico que permita elevar la productividad del sector agropecuario. ▪ Llegar oportunamente con información beneficiosa que esté relacionado con el tema agrícola y pecuario al consumidor. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Que se creen nuevas empresas que brinden el mismo o mejor servicio. ▪ Factores climáticos (heladas, sequia, etc.) que son muy destructibles para las actividades agropecuarias. ▪ Inestabilidad de políticas comerciales impuestas por los gobiernos de turno. ▪ Alza de los precios de materias primas de los insumos agropecuarios.

Fuente: Investigación
Elaborado Por: José Tipán

3.1.8.6 Estrategias

- Promocionar la nueva empresa en medios radiales de mayor audiencia por los agricultores y ganaderos.
- Realizar descuentos a clientes especiales con el fin de mantener su fidelidad.
- Contribuir en la organización de actos festivos del sector agropecuario.
- Patrocinar distintos actos organizados por las comunidades en el campo.
- Contratar personal con experiencia que permita cubrir dicha debilidad para de esa manera ganar la confianza necesaria del consumidor.

3.2 Estudio Económico

En esta etapa muy importante dentro del presente estudio se establecerá los recursos necesarios que se necesitan para la ejecución del proyecto, así como también la acumulación de información que facilite la realización la siguiente fase del presente proyecto.

3.2.1 Inversión Inicial

Los requerimientos para el funcionamiento de la empresa están representados en activos, los cuales se detallan a continuación en la siguiente tabla.

TABLA N° 3.22
INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN INICIAL	
ACTIVOS FIJOS	COSTOS
Muebles de Oficina	2.270,00
Equipos de Oficina	2.165,00
Equipos de Computo	4.035,00
Equipo y Maquinaria	2.570,40
Vehículo	18.990,00
Adecuación de Edificación	2.590,00
Sub total activos fijos	32.620,40
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	1.540,00
Patente	90,00
Sub total activos diferidos	1.630,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Mano de Obra Directa	3.539,07
Materia Prima	103.027,71
Gastos Generales	421,53
Gastos de Ventas	2.004,50
Sub Total Capital de Trabajo	108.992,82
INVERSIÓN TOTAL	143.243,22

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Para poder ejecución el presente proyecto de comercialización de insumos agropecuarios es necesario de una inversión de \$143.243,22.

3.2.1.1 Depreciación De Activos

La depreciación de los activos fijos se procederá a realizar como se puede ver en la siguiente tabla.

TABLA N° 3.23
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS								
CUENTAS	COSTO	Año Útil	% DEP	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles de Oficina	2.270,00	5	20%	454,00	454,00	454,00	454,00	454,00
Equipos de Oficina	2.165,00	5	20%	433,00	433,00	433,00	433,00	433,00
Equipos de Computo	4.035,00	3	33%	1.344,87	1.344,87	1.344,87	0,00	0,00
Equipo y Maquinaria	2.570,40	5	20%	514,08	514,08	514,08	514,08	514,08
Vehículo	18.990,00	5	20%	3.798,00	3.798,00	3.798,00	3.798,00	3.798,00
Adecuación de Edificación	2.590,00	5	20%	518,00	518,00	518,00	518,00	518,00
TOTAL DEPRE.	32.620,40			7.061,95	7.061,95	7.061,95	5.717,08	5.717,08

Fuente: Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

Como se puede ver en la tabla n° 3.23 la depreciación anual de los activos fijos serán de \$7.061,95.

3.2.1.2 Amortización De Activos Diferidos

La amortización de los activos diferidos se presenta en la siguiente tabla.

TABLA N° 3.24
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS						
DETALLE	VALOR	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Constitución	1.540,00	308,00	308,00	308,00	308,00	308,00
Patente	90,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
TOTAL	1.630,00	326,00	326,00	326,00	326,00	326,00

Fuente: Cotizaciones
Elaborado Por: José Tipán

La amortización anual de los activos diferidos será de 326,00 dólares.

3.2.2 Estructura Del Financiamiento

El presente proyecto estará estructurado con el 51% de capital de accionistas, mientras que el restante 49% será mediante un crédito con una institución financiera.

TABLA N°3.25
ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO		
DETALLE	VALOR	%
APORTE SOCIOS	73.054,04	51%
CAPITAL FINANCIADO	70.189,18	49%
INVERSIÓN TOTAL REQUERIDA	143.243,22	100%
TASA ACTIVA ACTUAL	15%	
PLAZO	5 AÑOS	

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Como se puede ver en la tabla n° 3.25 la conformación del capital, el aporte de accionistas será de 73.054,04 dólares, mientras que los 70.189,18 será por la entidad financiera a un plazo de cinco años calendario, con el 15% de interés anual. Por consiguiente se pasará a la elaboración de amortización de la deuda, la misma que se cancelará anualmente como se muestra en la tabla 3.26.

TABLA N° 3.26
AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA						Cuentas Por Pagar
AÑO	CAPITAL	INTERES (15%)	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDO	SALDO	
1	70.189,18	10.528,38	14.037,84	24.566,21	56.151,34	101.774,31
2	56.151,34	8.422,70	14.037,84	22.460,54	42.113,51	77.208,09
3	42.113,51	6.317,03	14.037,84	20.354,86	28.075,67	54.747,56
4	28.075,67	4.211,35	14.037,84	18.249,19	14.037,84	34.392,70
5	14.037,84	2.105,68	14.037,84	16.143,51	0,00	16.143,51
TOTAL	210.567,53	31.585,13	70.189,18	101.774,31	140.378,35	0,00

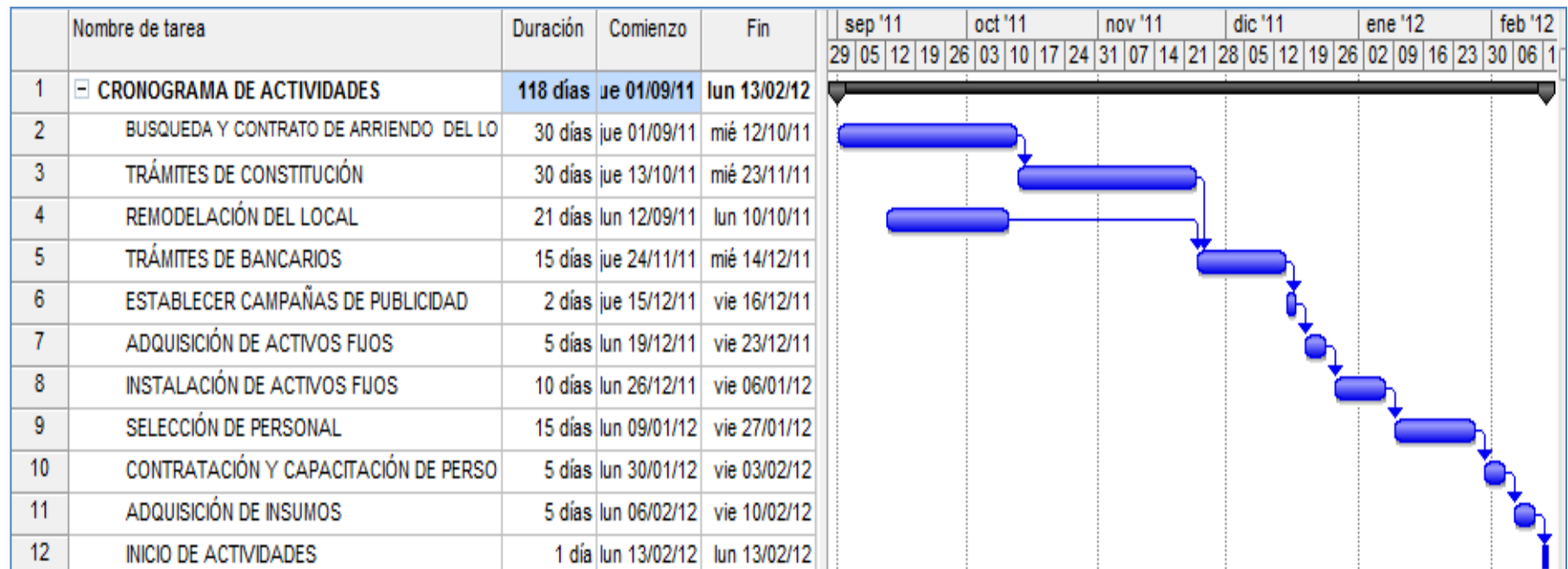
Fuente: Investigación De Campo-BNF.
Elaborado Por: José Tipán

Como se puede ver en la tabla n° 3.26 la amortización será de \$14.037,84 más los intereses, así teniendo que realizar la cancelación de cuotas sobre saldos.

3.2.2.1 Cronograma De Inversión

Para poder constituir la empresa que se pretende crear se requiere de un determinado tiempo, consecuentemente se ha previsto de tiempos a distintas actividades necesarias para la ejecución de la misma. Es necesario además recalcar que estas actividades son ajenas a nosotros por lo que depende mucho de la agilidad de algunas entidades públicas de dar trámites a los requerimientos necesarios.

GRAFICO N°3.9
CRONOGRAMA DE INVERSIONES



Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Como se puede ver en el gráfico n° 3.9 para poder empezar actividades comerciales se requiere de al menos 118 días, lo que da casi cuatro meses de dichos trámites.

3.2.3 Escenarios Para La Proyección

Para el presente proyecto se trabajará con la inflación proyectada por el Banco Central del Ecuador para los próximos años, mismo que se encuentra en la actualidad en 4,84% anual. Para poder realizar el presupuesto de operación del proyecto se realizará los presupuestos de egresos e ingresos que se tendría en la empresa.

3.2.3.1 Presupuestos De Compras

En el presupuesto de compras se señalan los datos de la demanda insatisfecha que se pretende cubrir, en nuestro caso son los siguientes:

TABLA N° 3.27
DEMANDA INSATISFECHA A CUBRIR

DEMANDA INSATISFECHA A CUBRIR					
INSUMOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fertilizantes Foliare	15.429	16.210	16.992	17.773	18.554
Fertilizantes Suelo	5.388	5.675	5.963	6.250	6.537
Fungicidas	18.299	19.234	20.169	21.103	22.038
Insecticidas	21.317	22.376	23.435	24.494	25.553
Antibióticos	17.339	18.174	19.009	19.844	20.680
Antiparasitarios	21.855	22.346	22.837	23.328	23.819
Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	14.137	14.474	14.810	15.147	15.483
Semillas Pastizales	172.046	177.498	182.950	188.401	193.853
Vitaminas	20.704	21.386	22.067	22.749	23.431

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: José Tipán

Posteriormente a la determinación de la demanda insatisfecha que se pretende cubrir, se procede a la multiplicación por los costos de compra de los insumos agropecuarios.

TABLA N° 3.28
PRECIOS PROMEDIO DE COMPRA

PRECIOS PROMEDIO DE COMPRA					
INSUMOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fertilizantes Foliare s	3,92	4,11	4,31	4,52	4,74
Fertilizantes Suelo	34,78	36,46	38,23	40,08	42,02
Fungicidas	5,19	5,44	5,71	5,98	6,27
Insecticidas	2,14	2,24	2,35	2,47	2,58
Antibióticos	4,97	5,21	5,46	5,73	6,00
Antiparasitarios	4,15	4,35	4,56	4,78	5,01
Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	4,19	4,39	4,61	4,83	5,06
Semillas Pastizales	2,27	2,38	2,50	2,62	2,75
Vitaminas	10,65	11,17	11,71	12,28	12,87

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: José Tipán

En la tabla anterior se muestran los precios promedios de compra de los insumos agropecuarios de los que se pretende comercializar, para la realización de las compras se multiplicará la cantidad en unidades a cubrir de la demanda insatisfecha por el precio promedio de los insumos en los años subsiguientes.

TABLA N° 3.29
COMPRAS PROYECTADAS

COMPRAS PROYECTADAS					
INSUMOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fertilizantes Foliare s	60.536,95	66.681,19	73.278,37	80.357,95	87.951,18
Fertilizantes Suelo	187.385,20	206.932,78	227.933,61	250.482,57	274.680,32
Fungicidas	94.996,94	104.682,17	115.082,40	126.244,14	138.216,76
Insecticidas	45.602,67	50.184,61	55.103,26	60.380,47	66.039,43
Antibióticos	86.146,71	94.666,56	103.809,33	113.615,36	124.127,43
Antiparasitarios	90.683,67	97.209,60	104.154,81	111.544,60	119.405,73
Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	59.231,47	63.576,49	68.203,36	73.129,17	78.372,03
Semillas Pastizales	391.208,89	423.140,09	457.245,81	493.661,73	532.531,59
Vitaminas	220.540,07	238.829,92	258.373,59	279.249,63	301.541,20
TOTAL \$	1.236.332,57	1.345.903,42	1.463.184,54	1.588.665,61	1.722.865,66

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Las compras proyectadas que se señalan la tabla n° 3.29 fueron calculadas de acuerdo a lo previsto en vender en unidades por año multiplicado por la proyección de los precios. Se debe resaltar que los insumos agropecuarios mencionados se pueden conseguir en el mercado con el 20% de descuento, a

excepción de los fertilizantes de suelo, que el promedio de descuento es del 2% aproximadamente.

3.2.3.2 Presupuesto De Ventas

Una vez que se ha determinado la cantidad de insumos agropecuarios que se va a adquirir a los distintos proveedores y posterior satisfacción de las necesidades del cliente, se podrá aplicar diferentes estrategias de ventas como las que se señaló en el estudio de mercado.

Por lo tanto una estrategia es que se dé el 5% de descuento en todas las compras a excepción de los fertilizantes de suelo. Y como ya anteriormente se señaló, las empresas otorgan los 20% de descuento mismos que vienen impresos en las etiquetas de cada uno de los insumos, quedando el 15% de rentabilidad, por consiguiente se procederá a determinar las ventas proyectadas.

TABLA N° 3.30
VENTAS PROYECTADAS

VENTAS PROYECTADAS					
INSUMOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fertilizantes Foliare	71.887,63	79.183,91	87.018,06	95.425,07	104.442,02
Fertilizantes Suelo	196.754,46	217.279,42	239.330,29	263.006,70	288.414,33
Fungicidas	112.808,87	124.310,08	136.660,35	149.914,92	164.132,40
Insecticidas	54.153,17	59.594,22	65.435,12	71.701,80	78.421,82
Antibióticos	102.299,21	112.416,54	123.273,58	134.918,24	147.401,32
Antiparasitarios	107.686,86	115.436,40	123.683,84	132.459,21	141.794,30
Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	70.337,37	75.497,08	80.991,49	86.840,89	93.066,79
Semillas Pastizales	464.560,55	502.478,86	542.979,40	586.223,31	632.381,26
Vitaminas	261.891,33	283.610,53	306.818,64	331.608,93	358.080,18
TOTAL \$	1.442.379,46	1.569.807,05	1.706.190,77	1.852.099,06	2.008.134,43

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Las ventas de insumos agropecuarios en el primer año del proyecto son de 1.442.379,46 dólares, mientras que para el último año es de 2.008.134,43 dólares, habiendo un crecimiento en este lapso de tiempo de \$565.754,97.

3.2.3.3 Gastos Administrativos

Se mencionan todos los gastos en la que la empresa incurrirá para las operaciones adecuadas de comercialización, por consiguiente se procede a realizar el rol de pagos de los empleados que integran la empresa

**TABLA N° 3.31
SUELDOS Y SALARIOS**

ROL DE PAGOS													
N°	CARGO	SUELDO	IESS	LIQ.	A	AP. PAT	DÉCIMOS	AÑOS					
PERS.			9,35%	PAGAR		12,15%	TERCERO	CUARTO	1	2	3	4	5
1	Contador	600,00	56,10	543,90		72,90	600,00	264,00	7.390,80	7.748,51	8.123,54	8.516,72	8.928,93
3	Asesores	600,00	168,30	1.295,10		218,70	1.800,00	264,00	17.605,20	18.457,29	19.350,62	20.287,19	21.269,10
1	Secretaria	320,00	29,92	290,08		38,88	320,00	264,00	4.064,96	4.261,70	4.467,97	4.684,22	4.910,94
1	Cajera	320,00	29,92	290,08		38,88	320,00	264,00	4.064,96	4.261,70	4.467,97	4.684,22	4.910,94
2	Auxiliares	264,00	49,37	429,26		64,15	528,00	264,00	5.943,17	6.230,82	6.532,39	6.848,56	7.180,03
1	Bodeguero	264,00	24,68	239,32		32,08	264,00	264,00	3.399,79	3.564,34	3.736,86	3.917,72	4.107,34
9	TOTAL \$	2.368,00	358,29	3.087,74		465,59	3.832,00	1.584,00	42.468,88	44.524,37	46.679,35	48.938,63	51.307,26

Fuente: Investigación De Campo
Elaborado Por: José Tipán

Para poder realizar el rol de pagos para los cinco años es necesario incrementar el suelo con relación a la inflación anual que actualmente se encuentra en 4,84%.

Es necesaria la utilización de suministros de oficinas, como son resmas de papel, perforadoras, lápices, esferos gráficos, carpetas, archivadores entre otros. Además de útiles de limpieza y gastos de combustible y mantenimiento para la camioneta. Mismos que son esenciales para realizar adecuadamente la comercialización de insumos agropecuarios.

Otro rubro importante son de los servicios básicos, ya que es muy elemental para el funcionamiento de la empresa y que se estima realizar una cancelación anuales de los siguientes rubros aproximadamente y que se muestran en la tabla 3.32.

**TABLA N° 3.32
GASTOS GENERALES**

GASTOS GENERALES					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Básicos	2.455,70	2.574,55	2.699,16	2.829,80	2.966,76
Mantenimiento y Combustible	864,00	905,82	2.848,66	2.986,53	5.030,08
Suministros de Limpieza	1.738,68	1.822,83	1.911,06	2.003,55	2.100,52
TOTAL	5.058,38	5.303,20	7.458,88	7.819,88	10.097,37

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Es necesario también de contar con el combustible para las salidas a brindar asistencia técnica en el campo, como también el mantenimiento de la camioneta una vez que haya cumplido los 10.000 km de recorrido, y cuando cumpla también los 15.000km. En las tablas 3.31 y 3.32 se ha descrito los gastos administrativos y que en resumen se puede ver en la siguiente tabla.

**TABLA N° 3.33
GASTOS ADMINISTRATIVOS**

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	42.468,88	44.524,37	46.679,35	48.938,63	51.307,26
Gastos Generales	5.058,38	5.303,20	7.458,88	7.819,88	10.097,37
Gastos Pre operacionales	1.630,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL \$	49.157,26	49.827,57	54.138,23	56.758,52	61.404,63

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

El total de gastos administrativos para el normal funcionamiento de la empresa es de 49.157,26 para el primer año, mientras que para el último año del proyecto es de 61.404,63 dólares.

3.2.3.4 Gastos De Ventas

Para las operaciones comerciales de la empresa será necesario de contar con mecanismos estratégicos que permitan su operatividad y posicionamiento de la empresa, es por ello que se cree conveniente la asignación de un cierto rubro para cubrir lo antes mencionado, además cierto rubro para cubrir la mano de obra indirecta y permisos de funcionamiento que otorga entidades de control sanitario.

TABLA N° 3.34
GASTOS DE VENTAS

GASTOS DE VENTAS					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad (+ 10% del año anterior)	5.424,00	6.255,17	7.213,72	8.319,15	9.593,97
Arriendo Local	3.600,00	3.774,24	3.956,91	4.148,43	4.349,21
Permisos de Funcionamiento	177,60	186,20	195,21	204,66	214,56
Mano de Obra Indirecta	898,79	944,95	991,96	1.039,85	1.088,66
TOTAL	10.100,39	11.160,56	12.357,80	13.712,08	15.246,41

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

3.2.3.5 Cuentas Por Pagar

Para poder cubrir el valor requerido para la inversión del presente proyecto fue necesario de buscar financiamiento en una institución financiera, por lo que una vez analizado se ha decidió tomar en cuenta al Banco Nacional de Fomento como la entidad financista.

TABLA N° 3.35
CUENTAS POR PAGAR

CUENTAS POR PAGAR				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
101.774,31	77.208,09	54.747,56	34.392,70	16.143,51

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

3.2.3.6 Determinación De Los Costos De Operación

Para el presente proyecto se considerarán los costos fijos y costos variables, mismos que se representan a continuación.

TABLA N° 3.36
COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	49.157,26	49.827,57	54.138,23	56.758,52	61.404,63
GASTOS FINANCIEROS	10.528,38	8.422,70	6.317,03	4.211,35	2.105,68
TOTAL	59.685,63	58.250,28	60.455,25	60.969,87	63.510,31

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Dentro de los costos fijos se encuentran todos los gastos administrativos, ya que serán costos constantes independientemente de si haya o no ventas, ya que son obligaciones que se adquirieron para el normal funcionamiento de la empresa.

TABLA N° 3.37
COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES						
DETALLE		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO	DE	1.236.332,57	1.345.903,42	1.463.184,54	1.588.665,61	1.722.865,66
MERCADERÍAS						
GASTOS	DE	10.100,39	11.160,56	12.357,80	13.712,08	15.246,41
VENTAS						
TOTAL		1.246.432,96	1.357.063,98	1.475.542,33	1.602.377,69	1.738.112,07

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

A diferencia de los costos fijos, los costos variables dependen directamente de las ventas que realice la empresa, consecuentemente se puede decir que van de la mano dichas variables.

3.2.4 Punto De Equilibrio

Con el punto de equilibrio se pretende determinar la cantidad óptima de ventas con el cual la empresa pueda operar sin pérdidas ni ganancias. Es decir se pueda cubrir todos los gastos administrativos en que incurra la empresa.

Para poder determinar se aplicará la siguiente fórmula:

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

En donde:

PEV: Punto de Equilibrio en Ventas

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

TABLA N° 3.38
PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO EQUILIBRIO					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS FIJOS	59.685,63	58.250,28	60.455,25	60.969,87	63.510,31
COSTOS VARIABLES	1.246.432,96	1.357.063,98	1.475.542,33	1.602.377,69	1.738.112,07
VENTAS	1.442.379,46	1.569.807,05	1.706.190,77	1.852.099,06	2.008.134,43
PUNTO EQUILIBRIO	439.351,20	429.822,19	447.209,62	452.192,93	472.321,01

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Según la tabla 3.38, después de la aplicación de la fórmula para el cálculo del punto de equilibrio se ha podido determinar el resultado para los próximos cinco años. Además se puede determinar que se necesitan vender en el primer año 439.351,20 dólares para no perder ni ganar.

3.2.5 Estados Financieros

Dentro de los estados financieros se procederá a desarrollar los diferentes estados pro-forma para poder determinar la viabilidad y requerimientos del presente proyecto.

3.2.5.1 Estado De Resultados

Con el estado de resultados se pretende establecer si la empresa obtuvo pérdida o ganancias en un periodo contable.

TABLA N° 3.39
ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS (PROFORMA)					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	1.442.379,46	1.569.807,05	1.706.190,77	1.852.099,06	2.008.134,43
(-) Costo de Ventas	1.236.332,57	1.345.903,42	1.463.184,54	1.588.665,61	1.722.865,66
UTILIDAD BRUTA	206.046,89	223.903,63	243.006,23	263.433,45	285.268,77
Gastos Administrativos	49.157,26	49.827,57	54.138,23	56.758,52	61.404,63
Gastos de Ventas	10.100,39	11.160,56	12.357,80	13.712,08	15.246,41
Gastos Financieros	10.528,38	8.422,70	6.317,03	4.211,35	2.105,68
<i>Costos Operacionales</i>	<i>69.786,03</i>	<i>69.410,84</i>	<i>72.813,05</i>	<i>74.681,95</i>	<i>78.756,72</i>
UTILIDAD OPERACIONAL	136.260,87	154.492,80	170.193,18	188.751,50	206.512,05
(-) 15% Participación Trabajador	20.439,13	23.173,92	25.528,98	28.312,73	30.976,81
Utilidad después de participaci	115.821,74	131.318,88	144.664,20	160.438,78	175.535,24
(-) 25% Imp. A la Renta	28.955,43	32.829,72	36.166,05	40.109,69	43.883,81
Utilidad Neta	86.866,30	98.489,16	108.498,15	120.329,08	131.651,43

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

El estado de resultados según la tabla 3.39 se puede determinar que las utilidades generadas en los diferentes periodos fiscales son variables, pero que si se tiene rentabilidad por la misma, haciendo que exista la factibilidad del presente proyecto.

3.2.5.2 Estado De Flujo De Caja

El estado de flujo de caja es indispensable para determinar el efectivo líquido con el que contará la empresa. Para poder calcular se aplicará el método indirecto, mismo que determina el saldo de caja que servirá para el registro en el balance general tal como se puede ver en la tabla 3.40.

TABLA N° 3.40
FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA (PROFORMA)						
DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Saldo Inicial	0,00	108.992,82	174.433,34	251.496,72	338.569,09	433.242,09
Ingresos por ventas	0,00	1.442.379,46	1.569.807,05	1.706.190,77	1.852.099,06	2.008.134,43
Inversión Financiado	70.189,18	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversión de Accionistas	73.054,04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total ingresos	143.243,22	1.551.372,28	1.744.240,39	1.957.687,48	2.190.668,15	2.441.376,52
EGRESOS						
Adquisición de Activos Fijos	32.620,40	0,00	0,00	0,00	4.230,29	4.230,29
Adquisición de Activos Diferidos	1.630,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Adquisición de Materias Primas	0,00	1.236.332,57	1.345.903,42	1.463.184,54	1.588.665,61	1.722.865,66
Pago Préstamo Bancario	0,00	24.566,21	22.460,54	20.354,86	18.249,19	16.143,51
Pago Gastos Administrativos	0,00	49.157,26	49.827,57	54.138,23	56.758,52	61.404,63
Pago Gastos de Ventas	0,00	10.100,39	11.160,56	12.357,80	13.712,08	15.246,41
Depreciaciones	0,00	7.061,95	7.061,95	7.061,95	7.061,95	7.061,95
Amortizaciones	0,00	326,00	326,00	326,00	326,00	326,00
Pago Part. Trabajadores	0,00	20.439,13	23.173,92	25.528,98	28.312,73	30.976,81
Pago Imp. Renta	0,00	28.955,43	32.829,72	36.166,05	40.109,69	43.883,81
Total Egresos	34.250,40	1.376.938,94	1.492.743,67	1.619.118,40	1.757.426,05	1.902.139,07
SALDO FINAL EFECTIVO	108.992,82	174.433,34	251.496,72	338.569,09	433.242,09	539.237,45

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

De acuerdo a los resultados después de la realización del flujo de caja se puede ver que en el año pre operativo existe un saldo final de 108.992,82 que forma parte del capital de trabajo para el primer año y que pasará a formar parte del saldo inicial del año 1, teniendo así un saldo final de caja 174.433,34 dólares. Además que el saldo de dinero es muy cambiante de acuerdo a los ingresos y egresos que realizará la empresa en los diferentes años.

3.2.5.3 Balance General

En el estado de balance general de la empresa se realizará un resumen de la situación financiera de la empresa y que estará compuesta como se puede apreciar en la tabla 3.41.

TABLA N° 3.41
BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL PROFORMA					
CUENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja - Bancos	174.433,34	251.496,72	338.569,09	433.242,09	539.237,45
Inversión	55.361,94	81.225,99	107.090,04	137.184,39	167.278,73
Total Activo Corriente	229.795,28	332.722,71	445.659,13	570.426,48	706.516,18
ACTIVO FIJO					
Muebles de Oficina	2.270,00	2.270,00	2.270,00	2.270,00	2.270,00
(Dep. Acum. Muebles de Oficina)	-454,00	-908,00	-1.362,00	-1.816,00	-2.270,00
Equipos de Oficina	2.165,00	2.165,00	2.165,00	2.165,00	2.165,00
(Dep. Acum. Equipos de Oficina)	-433,00	-866,00	-1.299,00	-1.732,00	-2.165,00
Equipos de Computo	4.035,00	4.035,00	4.035,00	4.035,00	4.035,00
(Dep. Acum. Equipos de Cómputo)	-1.344,87	-2.689,73	-4.034,60	-5.379,46	-6.724,33
Equipo y Maquinaria	2.570,40	2.570,40	2.570,40	2.570,40	2.570,40
(DepAcum. Equipo y Maquinaria)	-514,08	-1.028,16	-1.542,24	-2.056,32	-2.570,40
Vehículo	18.990,00	18.990,00	18.990,00	18.990,00	18.990,00
(Dep. Acum. Vehículo)	-3.798,00	-7.596,00	-11.394,00	-15.192,00	-18.990,00
Adecuación de Edificación	2.590,00	18.990,00	18.990,00	18.990,00	18.990,00
(Dep. Adecuación de Edificación)	518,00	3,92	-510,16	-1.024,24	-1.538,32
Total Activo Fijo	23.486,45	16.942,51	10.398,56	3.854,62	-2.689,33
ACTIVO DIFERIDO					
Gastos de constitución	1.630,00	1.630,00	1.630,00	1.630,00	1.630,00
(Amort. Gastos Constitución)	-308,00	-308,00	-308,00	-308,00	-308,00
Patente	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
(Amort. Patente)	-18,00	-18,00	-18,00	-18,00	-18,00
Total Activo Diferido	1.394,00	1.394,00	1.394,00	1.394,00	1.394,00
TOTAL ACTIVO	254.675,73	351.059,21	457.451,69	575.675,10	705.220,85
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
Préstamo por pagar	24.566,21	22.460,54	20.354,86	18.249,19	16.143,51
Total Pasivo Corriente	24.566,21	22.460,54	20.354,86	18.249,19	16.143,51
TOTAL PASIVO	24.566,21	22.460,54	20.354,86	18.249,19	16.143,51
PATRIMONIO					
Capital Social Pagado	143.243,22	143.243,22	143.243,22	143.243,22	143.243,22
Utilidades Retenidas	86.866,30	185.355,46	293.853,61	414.182,69	545.834,13
Total Patrimonio	230.109,52	328.598,68	437.096,83	557.425,91	689.077,34
TOTAL PAS+PATRI	254.675,73	351.059,21	457.451,69	575.675,10	705.220,85

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Para la realización del balance general se ha considerado diferentes cuentas que son necesarias para su elaboración; se ha podido establecer los activos, pasivos y patrimonio de la empresa, mismos que al pasar de los años se irán cambiando continuamente. La elaboración del balance general contribuirá para la toma de

decisiones acertadas para el normal funcionamiento de la empresa en su vida organizacional.

3.3 Razones Financieras

Son importante la elaboración de los diferentes índices e indicadores financieros para la optimización de la información y manejo situacional de la empresa ante los diferentes ámbitos económicos y muy necesarios para la toma de decisiones.

3.3.1 Razones De Liquidez

Las razones de liquidez miden la capacidad que tendrá la empresa para cumplir a cabalidad con las diferentes obligaciones contraídas a corto plazo a través de la aplicación de diferentes fórmulas, así tenemos:

Razón corriente: Indica la relación entre el activo corriente y pasivo corriente.

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

TABLA N° 3.42
RAZÓN CORRIENTE

Razón Corriente	229.795,28	332.722,71	445.659,13	570.426,48	706.516,18
	24.566,21	22.460,54	20.354,86	18.249,19	16.143,51
	\$ 9,35	\$ 14,81	\$ 21,89	\$ 31,26	\$ 43,76

Fuente: Cuadros Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

De acuerdo al cuadro anterior se puede cubrir las deudas a corto plazo a cabalidad, es decir que por cada dólar de deuda para el primer año existirá \$9,35.

Capital de trabajo: Está dado por la diferencia entre el activo y pasivo corriente.

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

TABLA N° 3.43
CAPITAL DE TRABAJO

Capital de Trabajo	229.795,28	332.722,71	445.659,13	570.426,48	706.516,18
	24.566,21	22.460,54	20.354,86	18.249,19	16.143,51
	\$ 205.229,07	\$ 310.262,17	\$ 425.304,26	\$ 552.177,30	\$ 690.372,67

Fuente: Cuadros Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Se puede determinar que el capital de trabajo es positivo, ya que según el cuadro anterior existe un superávit en todos los años para los cuales se determina el presente proyecto y que estarán disponibles para afrontar las obligaciones a corto plazo.

3.3.2 Razones De Apalancamiento

Estos índices permiten medir la capacidad de respaldo que tiene la empresa ante las deudas, así los proveedores pueden analizar si sus deudas pueden ser cubiertas.

Razón del nivel de endeudamiento: Demuestra la cantidad del activo total de la empresa que ha sido financiado por terceras personas o acreedores.

$$\text{Endeudamiento Externo} = \frac{\text{Pasivo Total} * 100\%}{\text{Activo total}}$$

TABLA N° 3.44
ENDEUDAMIENTO EXTERNO

Nivel	24.566,21	22.460,54	20.354,86	18.249,19	16.143,51
endeudamiento	254.675,73	351.059,21	457.451,69	575.675,10	705.220,85
externo	10%	6%	4%	3%	2%

Fuente: Cuadros Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

$$\text{Endeudamiento Interno} = \frac{\text{Patrimonio} * 100\%}{\text{Activo Total}}$$

Según demuestra el cuadro anterior el 10% del activo de la empresa estará solventado por créditos en el primer año y continuamente van bajando con el pasar de los años.

TABLA N° 3.45
ENDEUDAMIENTO INTERNO

Nivel	230.109,52	328.598,68	437.096,83	557.425,91	689.077,34
endeudamiento	254.675,73	351.059,21	457.451,69	575.675,10	705.220,85
Interno	90%	94%	96%	97%	98%

Fuente: Cuadros Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

De acuerdo a tabla n° 3.45 en el primer año el 90% del activo total estará financiado por los accionistas de la empresa.

3.3.3 Razones De Rentabilidad

Las razones de rentabilidad indican el grado de eficiencia con el que la empresa cuenta para generar utilidad y dividendos para la misma con un uso eficiente u óptimo de los activos y de las ventas.

Margen neto de utilidad: Indica el porcentaje de utilidad que quedará para la empresa por las ventas realizadas después de haber deducido los gastos.

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta} * 100\%}{\text{Ventas Netas}}$$

TABLA N° 3.46
MARGEN NETO DE UTILIDAD

Margen neto de	86.866,30	185.355,46	293.853,61	414.182,69	545.834,13
utilidad	1.442.379,46	1.569.807,05	1.706.190,77	1.852.099,06	2.008.134,43
	6%	12%	17%	22%	27%

Fuente: Cuadros Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Según los datos del cuadro anterior el margen de utilidad neta de la empresa es significativo, mismo que representa que los costos no son muy altos.

Margen bruto de utilidad: Nos indica que el porcentaje de utilidad bruta que la empresa genera en ventas después de haber deducido los costos por ventas de los productos vendidos.

$$\text{Margen Bruto de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Bruto en Ventas} * 100\%}{\text{Ventas Netas}}$$

TABLA N° 3.47
UTILIDAD BRUTO EN VENTAS

Margen Bruto de	10.528,38	8.422,70	6.317,03	4.211,35	2.105,68
utilidad	1.442.379,46	1.569.807,05	1.706.190,77	1.852.099,06	2.008.134,43
	73%	54%	37%	23%	10%

Fuente: Cuadros Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

El costo de las mercaderías representa el 73% de los costos de ventas, por lo que apenas el 27% en el primer año es de utilidad.

Rentabilidad sobre el capital: Indica el rendimiento obtenido durante el periodo en relación con los aportes de capital accionario.

$$\text{Rentabilidad Sobre el Capital} = \frac{\text{Utilidad Neta} * 100\%}{\text{Capital}}$$

TABLA N° 3.48
RENTABILIDAD SOBRE EL CAPITAL

Rentabilidad	86.866,30	98.489,16	108.498,15	120.329,08	131.651,43
sobre capital	143.243,22	143.243,22	143.243,22	143.243,22	143.243,22
	61%	69%	76%	84%	92%

Fuente: Cuadros Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Según los resultados obtenidos después de aplicarla fórmula para su cálculo se puede ver que en el primer año existe 61% de rentabilidad, lo que indica su alto beneficio en la misma.

Rentabilidad sobre el patrimonio: Indica la relación de la utilidad neta con el patrimonio.

$$\text{Rentabilidad Sobre el Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta} * 100\%}{\text{Patrimonio}}$$

TABLA N° 3.49
RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO

Rentabilidad	86.866,30	98.489,16	108.498,15	120.329,08	131.651,43
sobre patrimonio	230.109,52	328.598,68	437.096,83	557.425,91	689.077,34
	38%	30%	25%	22%	19%

Fuente: Cuadros Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Según demuestra la tabla 3.49 el rendimiento que genera el patrimonio en un ejercicio fiscal es de 38% para el primer año y 19% para el último, demostrando la capacidad económica de la empresa para generar ganancias en su favor.

3.3.4 Capital De Trabajo

Con este indicador se podrá determinar el efectivo que requiere la empresa para realizar las operaciones de comercialización de insumos agropecuarios durante cierto periodo de tiempo, para este proyecto se ha considerado importante de tomar en cuenta el capital correspondiente de los ingresos anuales divididos para un mes.

TABLA N° 3.50
CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rotación Trimestral	30	30	30	30	30
Capital de Trabajo	108.992,82	52.326,90	56.873,03	61.736,64	66.937,81
Variación Capital de Trabajo	108.992,82	-56.665,92	4.546,12	4.863,61	5.201,18

Fuente: Cuadros Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Según la tabla n° 3.50 se puede considerar que el valor en efectivo que se requiere para el primer año de operaciones de la empresa es de 108.992,82 dólares, y para los años subsiguientes se ha considerado un incremento acorde a la tasa de inflación anual proyectada.

3.3.5 Flujos Nominales

Mediante el cálculo de los flujos nominales se podrá determinar los valores que la empresa percibirá durante la vida útil del proyecto, como son la utilidad operacional, depreciaciones, entre otras, lo que permitirá a la empresa continuar con el normal funcionamiento y desarrollo de sus operaciones.

TABLA N° 3.51
FLUJOS NOMINALES

FLUJOS NOMINALES						
DETALLE	PREOPER	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	143.243,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ventas Nominales	0,00	1.442.379,46	1.569.807,05	1.706.190,77	1.852.099,06	2.008.134,43
(-)Gastos Nominales	0,00	1.306.118,59	1.415.314,25	1.535.997,59	1.663.347,56	1.801.622,38
Costos Variables	0,00	1.246.432,96	1.357.063,98	1.475.542,33	1.602.377,69	1.738.112,07
Costos Fijos	0,00	59.685,63	58.250,28	60.455,25	60.969,87	63.510,31
Utilidad Operacional	0,00	136.260,86	154.492,79	170.193,18	188.751,50	206.512,05
(-) Participación e Impuestos	0,00	49.394,56	56.003,64	61.695,03	68.422,42	74.860,62
Utilidad después par. E imp.	0,00	86.866,30	98.489,16	108.498,15	120.329,08	131.651,43
(+) Depreciación	0,00	7.061,95	7.061,95	7.061,95	5.717,08	5.717,08
(+) Amortización	0,00	326,00	326,00	326,00	326,00	326,00
Flujo real de Operación	0,00	94.254,25	105.877,10	115.886,10	126.372,16	137.694,51
(-) Requeri/Recuperación CT	0,00	108.992,82	-56.665,92	4.546,12	4.863,61	5.201,18
Flujo Neto Antes de Venta	-143.243,22	-14.738,57	162.543,02	111.339,97	121.508,55	132.493,33
(+) Recuperación Final CT	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	66.937,81
(+) Recuperación de Activos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	143.243,22
TOTAL FLUJOS	143.243,22	-14.738,57	162.543,02	111.339,97	121.508,55	342.674,37

Fuente: Cuadros Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

3.3.6 Evaluación Financiera

En el estudio financiero se tratará de realizar una evaluación del proyecto para posteriormente determinar la viabilidad del presente plan de negocios, y toma de decisiones de manera acertada. Para lograr se aplicará distintas fórmulas financieras que arrojen los resultados del proyecto, como son indicadores como la tasa mínima aceptable de retorno (TMAR), tasa interna de retorno (TIR), el valor

actual neto (VAN), Periodo de recuperación del capital invertido, relación costo beneficio y finalmente un análisis de sensibilidad.

3.3.6.1 Tasa Mínima Aceptable De Retorno

Mediante la TMAR se conocerá la ganancia que el inversionista espera alcanzar con la ejecución del presente proyecto. Para poder calcular se tomará en cuenta la tasa activa y pasiva que define el banco central, más un porcentaje como prima de riesgo.

TABLA N° 3.52
TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RETORNO

VARIABLES	PORCENTAJE
Tasa Activa	8,37
Tasa Pasiva	4,58
Prima Riesgo	8,99
TMAR	15,47

Fuente: Bce-Agosto De 2011
Elaborado Por: José Tipán

3.3.6.2 Valor Actual Neto

A través de este método se podrá calcular el valor presente de un determinado número de flujo de caja futuros originados por una inversión inicial. El cálculo del VAN consiste en descontar el momento actual, es decir, actualizar mediante una tasa que en nuestro caso es del 15,47%, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal manera que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto. A través de la aplicación de este método se podrá determinar la rentabilidad que obtendrá el proyecto después de haber recuperado la inversión inicial.

Su formula es:

$$VAN = \frac{FN0}{(1+i)^n} + \frac{FN1}{(1+i)^n} + \frac{FN2}{(1+i)^n} + \frac{FNn}{(1+i)^n}$$

En donde:

FN= Flujo de Efectivo Neto

n= Años de vida útil

i= Tasa de interés de actualización

TABLA N° 3.53
VALOR ACTUAL NETO

DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto		-14.738,57	162.543,02	111.339,97	121.508,55	342.674,37
Tasa de Descuento	15,47%	15,47%	15,47%	15,47%	15,47%	15,47%
Flujos Actualizados		-12.763,98	121.907,38	72.317,53	68.348,69	166.930,54
Inversión Inicial	-143.243,22	416.740,15				
TOTAL VAN	273.496,93					

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

En base a los flujos de efectivo proyectados para los próximos cinco años el VAN para el presente proyecto es de 273.496,93 dólares, por lo que de acuerdo a este indicador la implantación del presente proyecto es viable para su ejecución.

3.3.6.3 Tasa Interna De Retorno

La tasa interna de retorno o tasa de rentabilidad de una inversión está definida como la tasa de interés actual con la cual el valor actual neto es igual a cero. Para realizar el cálculo del TIR se tomará el flujo de efectivo proyectado para los cinco años, además se antepondrá el valor en negativo de la inversión total con lo cual se podrá calcular mediante Excel, funciones financieras.

TABLA N° 3.54
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	0	1	2	3	4	5
Flujo de Efectivo	-143.243,22	-14.738,57	162.543,02	111.339,97	121.508,55	342.674,37
TIR	56%					

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Según el resultado obtenido, el TIR es del 56% misma que si se compara con la tasa pasiva máxima actual publicada por el banco central del Ecuador es de 5,44%

y la TMAR para el proyecto es de 15,47% hace que el presente proyecto sea enormemente atractivo, consecuentemente viable.

3.3.6.4 *Periodo De Recuperación*

Este método de evaluación financiera permite determinar el tiempo o periodo en que la empresa recuperará el valor total de la inversión inicial realizada, considerándola totalidad de los activos que se mencionan en el presente proyecto.

TABLA N° 3.55
PERIODO DE RECUPERACIÓN

PERIÓDO DE RECUPERACIÓN						
FLUJO NOMINAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Flujos	0,00	-14.738,57	162.543,02	111.339,97	121.508,55	342.674,37
Total de inversión	-143.243,22	-157.981,79	4.561,23	115.901,20	237.409,75	580.084,12
TIEMPO		1 AÑO	11.5 MESES			

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

De acuerdo a la tabla 3.55 la recuperación del capital invertido se recuperaría en un año y 11 meses y medio.

3.3.6.5 *Relación Costo Beneficio*

Mediante el cálculo de relación costo beneficio permite determinar el valor necesario para cubrir la inversión necesaria. Para que exista rentabilidad la relación costo beneficio deberá ser mayor a 1, cuya fórmula es la siguiente.

$$\text{Relación Costo Beneficio} = \frac{\sum \text{Flujos Netos}}{\text{Inversión Inicial}}$$

TABLA N° 3.56
RELACIÓN COSTO BENEFICIO

RELACIÓN COSTO BENEFICIO						
AÑOS	0	1	2	3	4	5
Flujo Nominal		-14.738,57	162.543,02	111.339,97	121.508,55	342.674,37
Tasa de Descuento		15,5%	15,5%	15,5%	15,5%	15,5%
Flujos Actualizados		-12.763,98	121.907,38	72.317,53	68.348,69	166.930,54
Inversión Inicial	143.243,22	416.740,15				
COSTO BENEFICIO	2,91					

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Como se puede ver en la tabla 3.56 la relación costo beneficio del presente proyecto generaría un superávit de \$2,91 por cada dólar que se gaste.

3.3.6.6 *Análisis De Sensibilidad Económica*

Mediante este método de evaluación financiera se procederá a realizar una evaluación de algunas variables consideradas sensibles en este estudio, mismas que ayudan en la determinación de la mejor decisión sobre su ejecución.

TABLA N° 3.57
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
INDICADORES	TMAR	VAN	TIR	PRI	R C/B	RESULTADOS
Proyecto	15,47%	273.496,93	56%	1.11 Años	2,91	VIABLE
Precio de Venta (-5%)	15,47%	59.431,82	25%	4.2 Años	1,41	MUY SENCIBLE
Costo de Insumos (+5%)	15,47%	125.563,51	35%	3.6 Años	1,85	SENCIBLE
Sueldos (+20%)	15,47%	260.693,96	58%	2.1 Años	2,81	VIABLE

Fuente: Tablas Anteriores
Elaborado Por: José Tipán

Como podemos ver en la tabla 3.47 el costo de oportunidad para el presente proyecto se ha considerado una tasa del 15,47%; el valor actual neto demuestra ser positivo al igual que la tasa interna de retorno que representa 56% que es muy superior al costo de oportunidad; la inversión inicial realizada se espera recuperar su totalidad en 1 año y 11 meses y medio, mientras que el indicador de costo beneficio determina que por cada dólar invertido en la empresa se espera 2,91

dólares, por consiguiente se cree que el presente proyecto es atractivo y viable para su ejecución.

Mientras que para realizar un análisis de sensibilidad del proyecto se ha considerado las siguientes variables:

Al disminuir un 5% en el precio de ventas de los insumos agropecuarios, hace que exista un VAN de apenas \$59.431,82 mientras que el TIR baja al 25%, consecuentemente hace que el periodo de retorno de capital suba a 4 años y 2 meses y la relación de costo beneficio de apenas \$1,41 lo que hace muy sensible para su ejecución.

Al incrementar un 5% de los costos de los insumos agropecuarios, hace que el VAN sea de \$125.563,51, mientras tanto que la TIR es del 35%, con un tiempo de recuperación de capital de tres años y seis meses aproximadamente, de tal manera que también la relación costo beneficio es de 1,85 dólares por cada dólar invertido por lo que es sensible.

Mientras tanto que al incrementar el valor de los sueldos de los empleados de la empresa en un 20% del valor actual haría que el VAN sea de 260.693,96 dólares, mientras que la TIR es de 58%, en cambio el periodo para la recuperación de la inversión del capital se tardaría 2 años y un mes, con una relación de costo beneficio de \$2,81 por cada dólar invertido, por lo tanto también es viable el proyecto.

CONCLUSIONES

- Dentro de la fundamentación teórica se pudo reunir información relevante para la elaboración de este plan de negocios, misma que han sido ordenadas y mencionadas de acuerdo a su requerimiento de manera precisa.
- La realización del estudio de mercado permitió, la determinación de la demanda, mismas que están compuestas por 22.907 Unidades Productoras Agropecuarias (UPAs), se tiene una oferta de 27 centros agropecuarios entre grandes y pequeños, mismos que forman parte de nuestra competencia directa, también se ha podido conocer los costos de los productos e insumos agropecuarios que van desde \$2.55 hasta los 33.85 dólares en promedio con una inflación del 4.84% anual, además se conoció las preferencias de ubicación de la nueva empresa, los sitios son el sector el salto con el salto con 37% y sector la terminal terrestre con el 32%.
- Con la realización de la encuesta se pudo determinar que el 98% de la población se dedica a actividades agropecuarias mismas que utilizan productos e insumos químicos y pecuarios, el 40% de encuestados acude cada quince días a un centro agropecuario, es así como también se logró conocer que el 95% de la población encuestada, está de acuerdo que se cree una nueva empresa que brinde asistencia técnica en crianza de animales y manejo de cultivos.
- La determinación de las cantidades a invertir se da en función al tamaño y servicio que preste la empresa, es así que el perfil del personal requerido para la empresa son técnicos especialistas en diferentes ramas de asesoramiento, personal profesional para que esté al frente de la empresa y además colaboradores que en total suman 9 empleados para diferentes funciones (tabla 3.21) que desempeñarán en la empresa.

- Para la ejecución del presente proyecto se requiere una inversión total de 143.243,22 dólares. Mismas que serán financiadas con el 51% por aportes de socios y el 49% mediante un préstamo bancario, estos portes son importantes para la adquisición de los requerimientos necesarios del buen funcionamiento de la empresa.

- El presente proyecto es rentable desde el punto de vista financiero, tenemos un VAN de \$273.496,93, y una TIR igual a 56% lo que es muy beneficioso para el proyecto, además la tasa de oportunidad es de 15,47%, y la Relación Costo Beneficio es de \$2,91 por cada dólar invertido, la inversión de capital se recuperaría en un periodo de un año y 11 meses y medio.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda revisar más bibliografía relacionada con la administración con la finalidad de enriquecer la fundamentación teórica.
- Es recomendable dar seguimiento a las UPAs para que se brinde asesoramiento, así como otorgar descuentos del 5% a clientes especiales con la finalidad de fidelizar ese mercado, se debe buscar negociar descuentos especiales con las casas proveedoras de fertilizantes de suelo para que se pueda bajar el costo al consumidor y de esa manera ellos tengan la percepción de que los costos son más bajos con relación a la competencia.
- Se recomienda la creación de esta empresa, ya que el 95% de encuestados así lo desea, misma que brinde asesoría técnica en temas relacionados con el manejo de cultivos y crianza de animales domésticos, ésta será aprovechada oportunamente por las personas que se dedican a la actividad agrícola y pecuaria del cantón Latacunga, pudiendo de esta manera ayudar a mejorar la productividad agropecuaria.
- Para el buen funcionamiento de la empresa se recomienda la contratación de profesionales como Ing. agrónomo, para asesoramiento a personas que se dedica a la agricultura, Dr. Veterinario o medico zootecnista, para asesoramiento del sector pecuario, Ing. Comercial, para que ayude a canalizar la comercialización de la producción de los productores agropecuarios y demás personal que permita brindar un servicio oportuno y de calidad.
- Se recomienda buscar financiamiento en instituciones financieras que den las facilidades necesarias para que se realice el préstamo y posterior pago de la deuda con la finalidad de que el proyecto se encuentre bien financiado y opere a su capacidad máxima.

- Se debe analizar detenidamente los índices económicos y financieros con la finalidad de despejar inquietudes por parte de los inversionistas y accionistas del presente plan de negocios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- FAYOL, Henry. Administración. Universidad Técnica de Ambato. Ambato. (2001)
- PALAO, Jorge. GÓMEZ, Vicent. Haga realidad su sueño mediante un plan de negocios. Primera edición. Volumen 10. Palao Editores Sac. Perú. 2009. ISBN: 978-612-45587-0-2.
- MIRANDA, Juan. Gestión de proyectos. Biblioteca Virtual. MM Editores. Año 2000.
- BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Impresores Encuadernadores, S.A de C.V. Quinta Edición. México. 2008. ISBN: 13: 978-970-10-5687-5

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- BLANCHARD, Ken. HUTSON, Don. WILLIS, Ethan. Empresario en un minuto. Editorial Norma, S.A. Primera edición. Colombia. 2009. ISBN: 978-958-45-1854-5.
- BRUCE, Andy. LANGDON, Ken. Como gestionar tus PROYECTOS. Ediecuatorial. Primera edición. Ecuador. 2008. ISBN: 2468-10-9753-1
- PALAO, Jorge. GÓMEZ, Vicent. Inicie su negocio. Primera edición. Volumen 2. Palao Editores Sac. Perú. 2009. ISBN: 978-612-45585-2-8.
- PALAO, Jorge. GÓMEZ, Vicent. Logre una empresa competitiva y de calidad. Primera edición. Volumen 8. Palao Editores Sac. Perú. 2009. ISBN: 978-612-45585-8-0.
- PALAO, Jorge. GÓMEZ, Vicent. Utilice las finanzas para hacer rendir su dinero. Primera edición. Volumen 7. Palao Editores Sac. Perú. 2009. ISBN: 978-612-45585-6-6.
- CHAIN, Nassir. Evaluación de Proyectos de Inversión en la empresa. Editorial Prentice-Hall. Argentina. 2001.

- PAVIA, Jordi. Teoría, casos y ejemplos para incrementar su rentabilidad comercial. Editorial Norma, S.A. Primera edición. Colombia. 2009. ISBN: 978-958-45-1848-4
- VELASTEGUÍ, Ramiro. ALTERNATIVAS ECOLÓGICAS Para el manejo integrado fitosanitario en los cultivos. AgroExpress Editorial. Primera edición. Ecuador. 2005. ISBN: 9978-44-128-4
- Fundación Hogares Juveniles Campesinos. MANUAL AGROPECUARIO- Biblioteca del Campo. Quebecor World Bogotá S.A. Colombia.2002. ISBN: 958-9321-33-X
- Vademécum agrícola. Edifarm. Novena edición. Ecuador. 2006. ISBN: 9978-82-258-5
- BRAVO, Mercedes. UBIDIA, Carmita. Contabilidad de Costos. Editora Nuevo día. Primera edición. Ecuador. 2007. ISBN: 978-9978-45-849-5

BIBLIOGRAFÍA VIRTUAL

- TIBANLOMBO, Juan. El sector agrícola puede comenzar a decirle adiós al reinado del petróleo. Diario HOY [en línea]. Diciembre de 2007 [citado 14 de enero de 2012]. Disponible en Internet: <http://www.hoy.com.ec/temas/temas2007/ecuadorsi/agricultura.htm>
- GUERRERO, Klelia. Uso de Agroquímicos: Un círculo vicioso. Fundación ecuador libre [en línea]. Junio de 2011 [citado 15 de enero de 2012]. Disponible en Internet: http://www.ecuadorlibre.com/index.php?option=com_content&view=article&id=853:ace-no-210-quso-de-agroquimicos-un-circulo-viciosoq&catid=2: analisis-de-coyuntura-economica&Itemid=11
- <http://www.agrocalidad.gov.ec/consultas/graficoDondeEstamos.php>
- <http://www.cotopaxi.gov.ec/internas/interna.asp?t=Menu&id=113>
- <http://www.aladi.org/nsfaladi/entidemp.nsf/48fb0370551b7954032574f8004d8df5/f3fbee985d1dc60325733f00496ea4?OpenDocument>.
- <http://www.sica.gov.ec>
- <http://www.bce.gov.ec>

ANEXOS

ANEXO N° 1

LISTA DE INSUMOS AGROPECUARIOS

LISTA DE PRODUCTOS DE USO AGRÍCOLA			
N°	NOMBRE COMERCIAL	PRESENTACIÓN	CLASIFICACIÓN
1	POTENCIALIZADOR	100ML	AMINOÁCIDOS
2	GREEN MAGIC	250ML	
3	NEKTAR PLUS	250ML	
4	QUINOPRON	500ML	
5	MELAZA AGRÍCOLA	LT	
6	ALGAEMZIM	LT	
7	VITAVAX	100GR	DESINFECTANTE
8	TERRACLOR	500GR	
9	VITAVAX	500GR	
10	ATLANTE	250ML	FERTILIZANTE FOLIAR
11	ABONAGRO	500GR	
12	FOLIASIN	500GR	
13	ATLANTE	500ML	
14	FUERZA VERDE	KG	
15	KRISTALON	KG	
16	SOLUCAT	KG	
17	BIOPHOS	LT	
18	10-30-10	50KG	FERTILIZANTE SUELO
19	13-46-0	50KG	
20	15-15-15	50KG	
21	8-20-20	50KG	
22	ABONO AZUL	50KG	
23	DAPHOS	50KG	
24	MUREATO DE POTASIO	50KG	
25	NITRATO DE AMONIO	50KG	
26	SULFATO DE AMONIO	50KG	
27	ÚREA	50KG	
28	AGROPEGA	100ML	FLUADOR COADYUVANTE DISPERSANTE
29	INDICATE	100ML	
30	SPECTRO	100ML	
31	STICKER	100ML	
32	CITOKYN	100ML	FITOHORMONAS
33	CEKUGIBB	10GR	
34	NEW GIBB	10GR	
35	CERO LANCHA	250GR	FUNGICIDA
36	CURALANCHA	250GR	
37	PONCHO DE AGUAS	250GR	
38	RIDOMIL	250GR	
39	SKEKURA	250GR	
40	TRIZIMAN	250GR	
41	CARBENDAZIM	250ML	
42	AZUFRE	500GR	
43	CERO LANCHA	500GR	
44	CUPROFIX	500GR	
45	CURALANCHA	500GR	
46	LANCHAFIN	500GR	
47	MANCOZEB	500GR	
48	MANEB	500GR	

49	PONCHO DE AGUAS	500GR	
50	RIDOMIL	500GR	
51	TRIZIMAN	500GR	
52	VOLCAN	500GR	
53	LANCHERO	500GR	
54	RHODAX	500GR	
55	FITORAZ	500GR	
56	ACROBAT	750GR	
57	AZUFRE	KG	
58	DACONIL	LT	
59	LINURON	500GR	HERBICIDA
60	D-4-AMINA 6	LT	
61	GLIFOSATO	LT	
62	RANGER	LT	
63	AZADON	UNI	HERRAMIENTAS
64	DEPREDADOR	100GR	INSECTICIDA
65	ORTRAN	100GR	
66	GLADIADOR PLUS	100GR	
67	ORTHENE	100GR	
68	CIPERMETRINA	100ML	
69	CURACRON	100ML	
70	ENGEO	100ML	
71	KAÑON PLUS	100ML	
72	MALATHION	100ML	
73	MASTER	100ML	
74	CIPERMETRINA	250ML	
75	MALATHION	250ML	
76	MATABABOSA	500GR	
77	KARATE	50ML	
78	CIPERMETRINA	50ML	
79	MASTER	50ML	
80	CURACRON	50ML	
81	CALCIO BORO	500ML	MICR OELE MEN TOS
82	POTAMINORG	LT	
83	CARBOFURAN	KG	NEM ATICI DA
84	FURADAN	KG	
85	ACELGA	LB	SEMILLAS HORTALIZAS
86	BROCOLI	LB	
87	CILANTRO	LB	
88	COL	LB	
89	LECHUGA	LB	
90	NABO CHINO	LB	
91	PAITEÑA	LB	
92	PAPA NABO	LB	
93	PEREJIL	LB	
94	RABANO	LB	
95	REMOLACHA	LB	
96	VAINITA	LB	
97	ZANAHORIA AGROSAD	LB	
98	ZANAHORIA BONANZA	LB	
99	ZANAHORIA PREMIER	LB	
100	ZANAHORIA VILMORIN	LB	
101	CESPED	LB	SE MI LL AS V A RI OS

102	CHOCHO	LB	
103	HABA	LB	
104	MAIZ	LB	
105	ARVEJON	LB	
106	SEMILLAS FLORES	SB	
LISTA DE PRODUCTOS DE USO VETERINARIO			
1	OXITETRACICLINA	100ML	ANTIBIÓTICOS
2	PSNEUMOTOS	100ML	
3	CLORTETRACICLINA	100ML	
4	BENZAPEN FORTE	100ML	
5	TILACLOR	10GR	
6	BENZAPEN FORTE	20ML	
7	ENROXIN	20ML	
8	FLORIFEN	20ML	
9	CLASS	20ML	
10	CONTRAMALINA	20ML	
11	FLUVIPEN	20ML	
12	FORTIPEN	20ML	
13	GENTIPRA	20ML	
14	VETERCILIN LA	20ML	
15	FURAZOL	250GR	
16	OXITETRACICLINA	500ML	
17	BENZAPEN FORTE	50ML	
18	SULFATIPESTINA	50ML	
19	MASTICICLINA	5ML	
20	POLYMAST AZUL	5ML	
21	POLYMAST ROJO	5ML	
22	IVERMEC	100ML	ANTIPARASITARIO
23	LEV ADE	100ML	
24	ZERO BICHO	100ML	
25	PANACUR	10GR	
26	PANACUR	10ML	
27	TADEMECTYN POUR	10ML	
28	RADEK	10ML	
29	COJIN BENDACUR	10ML	
30	ALBENDALIF	20ML	
31	ALBENDAZOL	20ML	
32	DAZOL	20ML	
33	IVEQUIN	30ML	
34	IVERMEC	50ML	
35	ZERO BICHO	50ML	
36	RELAMPAGO	5GR	
37	CRESSO	100ML	DESINFECTANTE
38	YODO TÓPICO	120ML	
39	HONGOZOOL	120ML	
40	ETEROL	200ML	
41	REVERIN SPRAY	200ML	
42	MATAGUSANOS	320ML	
43	ETEROL	500ML	
44	ETEROL	60ML	
45	CRESSO	LT	
46	THOROMANGAN	100ML	HORMONAS
47	CELOFIJO	10ML	

48	BOLDENONA	10ML	
49	OXITOCINA	10ML	
50	THOROMANGAN	20ML	
51	GRAFOLEON	20ML	
52	BOLDENONA	50ML	
53	CRECER	50ML	
54	JABON ASUNTOL	100GR	INSECTICIDA PLOJICIDA
55	TALCO INSECTICIDA	100GR	
56	NEGUVÓN	10GR	
57	BAÑO SECO	120GR	
58	TALCO CARIÑOSO	150GR	
59	ASUNTOL POLVO	20GR	
60	VIRKOS	20ML	
61	DERRIBANTE	20ML	
62	GARRAKIL	20ML	
63	SHAMPOO CARIÑOSO	250ML	
64	ULTRA	30GR	
65	PIX	LT	
66	MIDAS 1-10KG	UNI	
67	AGUJAS DESCARTABLES	100UN	
68	AGUJAS HIPODERMICAS	12UN	
69	ARETEADORA	UNI	
70	JERINGA DOSIFICADORA 20ML	UNI	
71	JERINGA DOSIFICADORA 10ML	UNI	
72	ARETES	UNI	
73	ARGOLLA NASAL	UNI	
74	JERINGA AUTOMÁTICA 50CC	UNI	
75	TETINA TERNEROS	UNI	
76	BLOQUE BASSIC	10KG	SUPLEMENTOS VITAMÍNICOS Y SALES MINERALES
77	GANASAL	20KG	
78	LA LECHERITA	2KG	
79	COJIN FOSFO-CALCIO	30ML	
80	CALCIO FOSFORO	450ML	
81	LA LECHERITA	4KG	
82	CAMPOFAC VIT	500GR	
83	AZUFRE	500GR	
84	INDUMIX	500GR	
85	AMINOVIT	500ML	
86	CALFOSAL-L	5KG	
87	CALFOSAL-V	5KG	
88	GANASAL	5KG	
89	SAL MINERAL	5KG	
90	CALFOSAL-L	KG	
91	CALFOSAL-V	KG	
92	GANASAL	KG	
93	SAL MINERAL	KG	
94	AZUFRE	KG	
95	DOYFRASALES	KG	
96	SUPRAFOS-F	KG	
97	PECUTRIN	KG	
98	ALFALFA EXTRANJERA	LB	SEMILLAS PASTIZALES
99	HOLCO	LB	
100	LLANTEN	LB	

101	PASTO AZUL	LB	
102	RAYGRAS NACIONAL	LB	
103	TREBOL BLANCO	LB	
104	AVENA	LB	
105	CEBADA	LB	
106	VICIA	LB	
107	RUMIZOOL	100ML	VARIOS
108	PESOZAN	10GR	
109	UNGÜENTO UBRES	200GR	
110	UBRESANA	200GR	
111	PESOZAN	30GR	
112	ALPISTE	500GR	
113	MICHU	500GR	
114	PURGANTE BOVINO	500GR	
115	CARDINOL CAJAX3U	5ML	
116	ACEITE DE VACELINA	LT	
117	EQUIPO VINOCLISES	UNI	
118	AD3E	100ML	VITAMINAS
119	B PLEX	100ML	
120	ICTIOVIT	100ML	
121	VIGANTOL	100ML	
122	CATOSAL	100ML	
123	MAYVIT	20GR	
124	AD3E	20ML	
125	B PLEX	20ML	
126	SERVIGAN	20ML	
127	HEMATOFOS	20ML	
128	AD3E	250ML	
129	VIGANTOL	25ML	
130	LUPHOS	30ML	
131	ICTIOVIT	500ML	
132	CATOSAL	50ML	
133	BROWNIVIT	5ML	

ANEXO N° 2

ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

La presente encuesta tiene por objetivo determinar la factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de insumos agropecuarios con asistencia técnica ubicado en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente el siguiente cuestionario y marque con una X la respuesta que crea conveniente.

1. ¿Usted realiza alguna labor o actividad agropecuaria?

Si

No

2. ¿Usted qué clase de insumos utiliza comúnmente?

Agroquímicos

Orgánicos

3. ¿Usted que insumos adquiere con más frecuencia para el cuidado de sus cultivos?

Insecticidas

Fertilizantes foliares

Fungicidas

Fertilizantes de suelo

Otros.....

4. ¿Usted que insumos adquiere con más frecuencia para el cuidado de sus animales?

Antiparasitarios

Vitaminas

Antibióticos

Semilla de pastizales

Otros.....

5. ¿Usted compra productos más para sus animales o para sus cultivos

Animales

Cultivos

6. ¿Usted cuántas veces al mes adquiere insumos agropecuarios?

Mensual

Quincenal

Semanal

7. ¿Habitualmente en que almacén de insumos agropecuarios realiza sus compras?

Agripac	<input type="checkbox"/>	Centro Agrícola	<input type="checkbox"/>
Agromaxi	<input type="checkbox"/>	Farmacia Veterinaria	<input type="checkbox"/>
Megacentro	<input type="checkbox"/>	Multiagro/Agroquímica	<input type="checkbox"/>
Almacén el Desarrollo	<input type="checkbox"/>	Otros.....	

8. Usted considera que los precios de productos agroquímicos en los locales comerciales son:

Alto	<input type="checkbox"/>	Bajo	<input type="checkbox"/>
Normal	<input type="checkbox"/>		

9. ¿Aproximadamente cuánto invierte usted en cada compra de insumos agropecuarios?

De \$1,00 a \$10,00	<input type="checkbox"/>	De \$20,00 a \$50,00	<input type="checkbox"/>
De \$10,00 a \$20,00	<input type="checkbox"/>	De \$50 en adelante	<input type="checkbox"/>

10. ¿Usted considera necesario la creación de una nueva empresa que brinde asesoría técnica gratuita para el manejo de sus cultivos y animales?

SI

NO

11. ¿Qué clase de asesoramiento usted quisiera que se dicte en su sector?

Asesoramiento en manejo de insumos agropecuarios	<input type="checkbox"/>
Asesoramiento en manejo de cultivos	<input type="checkbox"/>
Asesoramiento en manejo y crianza de animales	<input type="checkbox"/>

12. ¿Qué medio de comunicación radial escucha habitualmente?

Radio Latacunga FM	<input type="checkbox"/>	Radio Turbo	<input type="checkbox"/>
Radio Latacunga AM	<input type="checkbox"/>	Radio Color Estéreo	<input type="checkbox"/>
Otras.....			

13. ¿En qué sector preferiría que esté ubicada la nueva empresa?

Sector el salto	<input type="checkbox"/>	Sector mercado mayorista	<input type="checkbox"/>
Sector la terminal terrestre	<input type="checkbox"/>	Otros.....	

Gracias por su colaboración

ANEXO N° 3

FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN/ EMPRESA _____		
FACTOR	Calificación (1 – 10)	Observación
Tecnología		
Ubicación		
Finanzas		
Personal		
Posicionamiento		

ANEXO N° 4

DEMANDA HISTÓRICA DE INSUMOS AGROPECUARIOS

DEMANDA HISTÓRICA							
LISTA DE PRODUCTOS DE USO AGRÍCOLA							
N°	NOMBRE COMERCIAL	PRESEN.	CLASIFICACIÓN	2.007	2.008	2.009	2.010
1	POTENCIALIZADOR	100ML	Aminoácidos	12.478	13.132	13.988	15.104
2	GREEN MAGIC	250ML		6.239	6.566	6.994	7.552
3	NEKTAR PLUS	250ML		7.799	8.208	8.743	9.440
4	QUINOPRON	500ML		1.560	1.642	1.749	1.888
5	MELAZA AGRÍCOLA	LT		3.119	3.283	3.497	3.776
6	ALGAEMZIM	LT		1.560	1.642	1.749	1.888
7	VITAVAX	100GR	Desinfectante	4.679	4.925	5.246	5.664
8	TERRACLOR	500GR		1.248	1.313	1.399	1.510
9	VITAVAX	500GR		1.123	1.182	1.259	1.359
10	ATLANTE	250ML	Fertilizantes Foliares	1.872	1.970	2.098	2.266
11	ABONAGRO	500GR		15.597	16.415	17.485	18.880
12	FOLIASIN	500GR		12.478	13.132	13.988	15.104
13	ATLANTE	500ML		1.497	1.576	1.679	1.812
14	FUERZA VERDE	KG		14.038	14.774	15.737	16.992
15	KRISTALON	KG		23.193	24.409	26.000	28.075
16	SOLUCAT	KG		55.664	58.582	62.400	67.379
17	BIOPHOS	LT		2.319	2.441	2.600	2.807
18	10-30-10	50KG	Fertilizantes Suelo	79.481	83.648	89.100	96.209
19	13-46-0	50KG		8.831	9.294	9.900	10.690
20	15-15-15	50KG		17.663	18.588	19.800	21.380
21	8-20-20	50KG		22.078	23.236	24.750	26.725
22	ABONO AZUL	50KG		883	929	990	1.069
23	DAPHOS	50KG		4.416	4.647	4.950	5.345
24	MUREATO DE POTASIO	50KG		4.416	4.647	4.950	5.345
25	NITRATO DE AMONIO	50KG		13.247	13.941	14.850	16.035
26	SULFATO DE AMONIO	50KG		26.494	27.883	29.700	32.070
27	ÚREA	50KG		8.831	9.294	9.900	10.690
28	AGROPEGA	100ML	Fijador Dispersante	3.061	3.221	3.431	3.705
29	INDICATE	100ML		9.182	9.663	10.293	11.115
30	SPECTRO	100ML		12.243	12.885	13.724	14.820
31	STICKER	100ML		13.773	14.495	15.440	16.672
32	CITOKYN	100ML	Fitohormonas	735	773	823	889
33	CEKUGIBB	10GR		9.182	9.663	10.293	11.115
34	NEW GIBB	10GR		4.591	4.832	5.147	5.557
35	CERO LANCHA	250GR	Fungicidas	6.439	6.777	7.218	7.794
36	CURALANCHA	250GR		7.727	8.132	8.662	9.353
37	PONCHO DE AGUAS	250GR		8.586	9.036	9.625	10.393
38	RIDOMIL	250GR		2.576	2.711	2.887	3.118
39	SKEKURA	250GR		2.576	2.711	2.887	3.118
40	TRIZIMAN	250GR		8.586	9.036	9.625	10.393
41	CARBENDAZIM	250ML		2.576	2.711	2.887	3.118
42	AZUFRE	500GR		8.586	9.036	9.625	10.393
43	CERO LANCHA	500GR		7.727	8.132	8.662	9.353
44	CUPROFIX	500GR		2.576	2.711	2.887	3.118

45	CURALANCHA	500GR		12.878	13.554	14.437	15.589
46	LANCHAFIN	500GR		4.293	4.518	4.812	5.196
47	MANCOZEB	500GR		21.464	22.589	24.062	25.981
48	MANEB	500GR		17.171	18.071	19.249	20.785
49	PONCHO DE AGUAS	500GR		8.586	9.036	9.625	10.393
50	RIDOMIL	500GR		2.576	2.711	2.887	3.118
51	TRIZIMAN	500GR		4.293	4.518	4.812	5.196
52	VOLCAN	500GR		4.293	4.518	4.812	5.196
53	LANCHERO	500GR		1.545	1.626	1.732	1.871
54	RHODAX	500GR		2.061	2.169	2.310	2.494
55	FITORAZ	500GR		2.146	2.259	2.406	2.598
56	ACROBAT	750GR		1.030	1.084	1.155	1.247
57	AZUFRE	KG		6.439	6.777	7.218	7.794
58	DACONIL	LT		515	542	577	624
59	LINURON	500GR	Herbicidas	2.576	2.711	2.887	3.118
60	D-4-AMINA 6	LT		2.229	2.346	2.499	2.698
61	GLIFOSATO	LT		11.145	11.729	12.494	13.491
62	RANGER	LT		8.916	9.384	9.995	10.793
63	AZADON	UNI	Herramientas	446	469	500	540
64	DEPREDADOR	100GR	Insecticidas	8.916	9.384	9.995	10.793
65	ORTRAN	100GR		6.687	7.038	7.496	8.095
66	GLADIADOR PLUS	100GR		8.916	9.384	9.995	10.793
67	ORTHENE	100GR		7.658	8.059	8.585	9.270
68	CIPERMETRINA	100ML		19.145	20.148	21.462	23.174
69	CURACRON	100ML		5.514	5.803	6.181	6.674
70	ENGEO	100ML		1.838	1.934	2.060	2.225
71	KAÑON PLUS	100ML		11.487	12.089	12.877	13.904
72	MALATHION	100ML		17.230	18.133	19.315	20.857
73	MASTER	100ML		15.316	16.119	17.169	18.539
74	CIPERMETRINA	250ML		9.572	10.074	10.731	11.587
75	MALATHION	250ML		11.487	12.089	12.877	13.904
76	MATABABOSA	500GR		1.667	1.754	1.868	2.017
77	KARATE	50ML		13.194	13.886	14.791	15.971
78	CIPERMETRINA	50ML		12.152	12.789	13.623	14.710
79	MASTER	50ML		13.888	14.617	15.569	16.811
80	CURACRON	50ML	17.361	18.271	19.462	21.014	
81	CALCIO BORO	500ML	Microelementos	473	498	530	573
82	POTAMINORG	LT		237	249	265	286
83	CARBOFURAN	KG	Nematocidas	2.070	2.179	2.321	2.506
84	FURADAN	KG		1.183	1.245	1.326	1.432
85	ACELGA	LB	Semillas de Hortalizas	535	563	600	648
86	BROCOLI	LB		134	141	150	162
87	CILANTRO	LB		803	845	900	971
88	COL	LB		669	704	750	810
89	LECHUGA	LB		446	469	500	540
90	NABO CHINO	LB		535	563	600	648
91	PAITEÑA	LB		268	282	300	324
92	PAPA NABO	LB		669	704	750	810
93	PEREJIL	LB		268	282	300	324
94	RABANO	LB		803	845	900	971

95	REMOLACHA	LB		803	845	900	971
96	VAINITA	LB		223	235	250	270
97	ZANAHORIA AGROSAD	LB		669	704	750	810
98	ZANAHORIA BONANZA	LB		892	938	1.000	1.079
99	ZANAHORIA PREMIER	LB		223	235	250	270
100	ZANAHORIA VILMORIN	LB		4.458	4.692	4.998	5.397
101	CESPED	LB	Semillas Varios	2.407	2.533	2.698	2.914
102	CHOCHO	LB		3.611	3.800	4.047	4.370
103	HABA	LB		8.425	8.866	9.444	10.198
104	MAIZ	LB		4.333	4.560	4.857	5.244
105	ARVEJON	QQ		168	177	189	204
106	SEMILLAS FLORES	SB		6.018	6.333	6.746	7.284
LISTA DE PRODUCTOS DE USO VETERINARIO							
1	OXITETRACICLINA	100ML	Antibióticos	8.901	9.657	10.059	10.137
2	PSNEUMOTOS	100ML		4.239	4.598	4.790	4.827
3	CLORTETRACICLINA	100ML		21.194	22.992	23.950	24.135
4	BENZAPEN FORTE	100ML		12.210	13.246	13.798	13.905
5	TILACLOR	10GR		19.075	20.693	21.555	21.722
6	BENZAPEN FORTE	20ML		21.194	22.992	23.950	24.135
7	ENROXIN	20ML		6.664	7.229	7.530	7.588
8	FLORIFEN	20ML		11.869	12.876	13.412	13.516
9	CLASS	20ML		2.543	2.759	2.874	2.896
10	CONTRAMALINA	20ML		12.716	13.795	14.370	14.481
11	FLUVIPEN	20ML		7.796	8.458	8.810	8.878
12	FORTIPEN	20ML		5.827	6.322	6.585	6.636
13	GENTIPRA	20ML		2.331	2.529	2.634	2.654
14	VETERCILIN LA	20ML		1.399	1.517	1.580	1.593
15	FURAZOL	250GR		9.712	10.536	10.975	11.060
16	OXITETRACICLINA	500ML		466	506	527	531
17	BENZAPEN FORTE	50ML		7.430	8.061	8.396	8.461
18	SULFATIPRESTINA	50ML		1.399	1.517	1.580	1.593
19	MASTICICLINA	5ML		4.662	5.057	5.268	5.309
20	POLYMAST AZUL	5ML		5.827	6.322	6.585	6.636
21	POLYMAST ROJO	5ML		4.662	5.057	5.268	5.309
22	IVERMEC	100ML	Antiparasitarios	13.805	14.976	15.600	15.721
23	LEV ADE	100ML		16.106	17.472	18.200	18.341
24	ZERO BICHO	100ML		4.602	4.992	5.200	5.240
25	PANACUR	10GR		23.008	24.960	26.000	26.201
26	PANACUR	10ML		9.203	9.984	10.400	10.480
27	TADEMECTYN POUR	10ML		11.504	12.480	13.000	13.101
28	RADEK	10ML		13.805	14.976	15.600	15.721
29	COJIN BENDACUR	10ML		13.805	14.976	15.600	15.721
30	ALBENDALIF	20ML		23.008	24.960	26.000	26.201
31	ALBENDAZOL	20ML		27.610	29.952	31.200	31.441
32	DAZOL	20ML		36.813	39.936	41.600	41.922
33	IVEQUIN	30ML		1.911	2.074	2.160	2.177
34	IVERMEC	50ML		13.274	14.400	15.000	15.116
35	ZERO BICHO	50ML		5.310	5.760	6.000	6.046
36	RELAMPAGO	5GR		10.619	11.520	12.000	12.093
37	CRESSO	100ML		De sin fec tan te	7.996	8.675	9.036

38	YODO TÓPICO	120ML		2.665	2.892	3.012	3.035
39	HONGOZOL	120ML		6.664	7.229	7.530	7.588
40	ETEROL	200ML		1.599	1.735	1.807	1.821
41	REVERIN SPRAY	200ML		1.279	1.388	1.446	1.457
42	MATAGUSANOS	320ML		2.665	2.892	3.012	3.035
43	ETEROL	500ML		640	694	723	728
44	ETEROL	60ML		6.664	7.229	7.530	7.588
45	CRESSO	LT		1.599	1.735	1.807	1.821
46	THOROMANGAN	100ML	Hormonas	966	1.048	1.092	1.100
47	CELOFIJO	10ML		6.040	6.552	6.825	6.878
48	BOLDENONA	10ML		2.013	2.184	2.275	2.293
49	OXITOCINA	10ML		3.020	3.276	3.413	3.439
50	THOROMANGAN	20ML		1.208	1.310	1.365	1.376
51	GRAFOLEON	20ML		725	786	819	825
52	BOLDENONA	50ML		483	524	546	550
53	CRECER	50ML		121	131	137	138
54	JABON ASUNTOL	100GR	Insecticidas Pijicidas	1.238	1.343	1.399	1.410
55	TALCO INSECTICIDA	100GR		1.547	1.678	1.748	1.762
56	NEGUVÓN	10GR		3.868	4.196	4.371	4.405
57	BAÑO SECO	120GR		1.547	1.678	1.748	1.762
58	TALCO CARIÑOSO	150GR		5.157	5.595	5.828	5.873
59	ASUNTOL POLVO	20GR		1.694	1.837	1.914	1.929
60	VIRKOS	20ML		3.388	3.675	3.828	3.858
61	DERRIBANTE	20ML		4.065	4.410	4.594	4.629
62	GARRAKIL	20ML		6.042	6.555	6.828	6.881
63	SHAMPOO CARIÑOSO	250ML		725	787	819	826
64	ULTRA	30GR		12.085	13.110	13.656	13.762
65	PIX	LT		9.063	9.832	10.242	10.321
66	MIDAS 1-10KG	UNI	363	393	410	413	
67	AGUJAS DESCARTABLES	100UN	Instrumental	243	263	274	276
68	AGUJAS HIPODERMICAS	12UN		1.213	1.316	1.370	1.381
69	ARETEADORA	UNI		243	263	274	276
70	JERINGA DOSIFICADOR 20ML	UNI		1.455	1.579	1.644	1.657
71	JERINGA DOSIFICADOR 10ML	UNI		1.213	1.316	1.370	1.381
72	ARETES	UNI		24.254	26.312	27.408	27.620
73	ARGOLLA NASAL	UNI		2.425	2.631	2.741	2.762
74	JERINGA AUTOMÁTICA 50CC	UNI		121	132	137	138
75	TETINA TERNEROS	UNI		1.213	1.316	1.370	1.381
76	BLOQUE BASSIC	10KG		Suplementos Vitamínicos y Sales Minerales	549	595	620
77	GANASAL	20KG	1.591		1.726	1.798	1.812
78	LA LECHERITA	2KG	8.230		8.928	9.300	9.372
79	COJIN FOSFO-CALCIO	30ML	41.148		44.639	46.499	46.858
80	CALCIO FOSFORO	450ML	1.858		2.016	2.100	2.116
81	LA LECHERITA	4KG	6.194		6.720	7.000	7.054
82	CAMPOFAC VIT	500GR	12.389		13.440	14.000	14.108
83	AZUFRE	500GR	4.646		5.040	5.250	5.290
84	INDUMIX	500GR	6.194		6.720	7.000	7.054
85	AMINOVIT	500ML	3.097		3.360	3.500	3.527
86	CALFOSAL-L	5KG	13.101	14.213	14.805	14.919	

87	CALFOSAL-V	5KG		6.194	6.720	7.000	7.054
88	GANASAL	5KG		9.756	10.584	11.025	11.110
89	SAL MINERAL	5KG		1.911	2.074	2.160	2.177
90	CALFOSAL-L	KG		6.504	7.056	7.350	7.406
91	CALFOSAL-V	KG		3.717	4.032	4.200	4.232
92	GANASAL	KG		8.362	9.072	9.450	9.523
93	SAL MINERAL	KG		14.902	16.167	16.840	16.970
94	AZUFRE	KG		3.726	4.042	4.210	4.243
95	DOYFRASALES	KG		4.471	4.850	5.052	5.091
96	SUPRAFOS-F	KG		3.055	3.314	3.452	3.479
97	PECUTRIN	KG	5.588	6.062	6.315	6.364	
98	ALFALFA EXTRANJERA	LB	Semillas Pastizales	35.043	38.016	39.600	39.906
99	HOLCO	LB		5.292	5.741	5.980	6.026
100	LLANTEN	LB		276	300	312	314
101	PASTO AZUL	LB		24.212	26.266	27.360	27.572
102	RAYGRAS NACIONAL	LB		400.430	434.405	452.500	456.000
103	TREBOL BLANCO	LB		14.513	15.744	16.400	16.527
104	AVENA	LB		557.504	604.806	630.000	634.873
105	CEBADA	LB		74.334	80.641	84.000	84.650
106	VICIA	LB		2.300.812	2.496.026	2.600.000	2.620.111
107	RUMIZOOL	100ML		Varios	1.168	1.267	1.320
108	PESOZAN	10GR	1.402		1.521	1.584	1.596
109	UNGÜENTO UBRES	200GR	4.070		4.416	4.600	4.635
110	UBRESANA	200GR	4.070		4.416	4.600	4.635
111	PESOZAN	30GR	733		795	828	834
112	ALPISTE	500GR	12.211		13.248	13.799	13.906
113	MICHU	500GR	1.465		1.590	1.656	1.669
114	PURGANTE BOVINO	500GR	10.176		11.040	11.500	11.588
115	CARDINOL CAJAX3U	5ML	701		760	792	798
116	ACEITE DE VACELINA	LT	1.947		2.112	2.200	2.217
117	EQUIPO VINOCLISES	UNI	1.625	1.763	1.836	1.850	
118	AD3E	100ML	Vitaminas	4.885	5.299	5.520	5.563
119	B PLEX	100ML		2.442	2.650	2.760	2.781
120	ICTIOVIT	100ML		2.442	2.650	2.760	2.781
121	VIGANTOL	100ML		977	1.060	1.104	1.113
122	CATOSAL	100ML		977	1.060	1.104	1.113
123	MAYVIT	20GR		21.982	23.847	24.840	25.032
124	AD3E	20ML		17.286	18.752	19.533	19.684
125	B PLEX	20ML		4.149	4.501	4.688	4.724
126	SERVIGAN	20ML		46.095	50.006	52.089	52.492
127	HEMATOFOS	20ML		5.762	6.251	6.511	6.561
128	AD3E	250ML		367	398	415	418
129	VIGANTOL	25ML		1.835	1.991	2.074	2.090
130	LUPHOS	30ML		367	398	415	418
131	ICTIOVIT	500ML		244	265	276	278
132	CATOSAL	50ML		459	498	518	522
133	BROWNIVIT	5ML		88.789	96.322	100.335	101.111

ANEXO N° 5

OFERTA HISTÓRICA DE INSUMOS AGROPECUARIOS

OFERTA HISTÓRICA							
LISTA DE PRODUCTOS DE USO AGRÍCOLA							
Nº	NOMBRE COMERCIAL	PRESEN.	CLASIFICACIÓN	2.007	2.008	2.009	2.010
1	POTENCIALIZADOR	100ML	AMINOÁCIDOS	2.855	3.115	3.577	3.679
2	GREEN MAGIC	250ML		1.427	1.558	1.789	1.840
3	NEKTAR PLUS	250ML		1.784	1.947	2.236	2.300
4	QUINOPRON	500ML		357	389	447	460
5	MELAZA AGRÍCOLA	LT		714	779	894	920
6	ALGAEMZIM	LT		357	389	447	460
7	VITAVAX	100GR	DESINFECTANTE	1.071	1.168	1.342	1.380
8	TERRACLOR	500GR		285	312	358	368
9	VITAVAX	500GR		257	280	322	331
10	ATLANTE	250ML	FERTILIZANTE FOLIAR	428	467	537	552
11	ABONAGRO	500GR		3.569	3.894	4.472	4.599
12	FOLIASIN	500GR		2.855	3.115	3.577	3.679
13	ATLANTE	500ML		343	374	429	442
14	FUERZA VERDE	KG		3.212	3.505	4.025	4.139
15	KRISTALON	KG		3.569	3.894	4.472	4.599
16	SOLUCAT	KG		8.564	9.346	10.732	11.038
17	BIOPHOS	LT		357	389	447	460
18	10-30-10	50KG	FERTILIZANTE SUELO	6.423	7.010	8.049	8.279
19	13-46-0	50KG		714	779	894	920
20	15-15-15	50KG		1.427	1.558	1.789	1.840
21	8-20-20	50KG		1.784	1.947	2.236	2.300
22	ABONO AZUL	50KG		71	78	89	92
23	DAPHOS	50KG		357	389	447	460
24	MUREATO DE POTASIO	50KG		357	389	447	460
25	NITRATO DE AMONIO	50KG		1.071	1.168	1.342	1.380
26	SULFATO DE AMONIO	50KG		2.141	2.337	2.683	2.760
27	ÚREA	50KG		714	779	894	920
28	AGROPEGA	100ML	FIJADOR COADYUVANTE E DISPERSANTE	714	779	894	920
29	INDICATE	100ML		2.141	2.337	2.683	2.760
30	SPECTRO	100ML		2.855	3.115	3.577	3.679
31	STICKER	100ML		3.212	3.505	4.025	4.139
32	CITOKYN	100ML	FUNGICIDAS FITOHORMONAS	171	187	215	221
33	CEKUGIBB	10GR		2.141	2.337	2.683	2.760
34	NEW GIBB	10GR		1.071	1.168	1.342	1.380
35	CERO LANCHA	250GR	FUNGICIDAS	1.071	1.168	1.342	1.380
36	CURALANCHA	250GR		1.285	1.402	1.610	1.656

37	PONCHO DE AGUAS	250GR		1.427	1.558	1.789	1.840
38	RIDOMIL	250GR		428	467	537	552
39	SKEKURA	250GR		428	467	537	552
40	TRIZIMAN	250GR		1.427	1.558	1.789	1.840
41	CARBENDAZIM	250ML		428	467	537	552
42	AZUFRE	500GR		1.427	1.558	1.789	1.840
43	CERO LANCHA	500GR		1.285	1.402	1.610	1.656
44	CUPROFIX	500GR		428	467	537	552
45	CURALANCHA	500GR		2.141	2.337	2.683	2.760
46	LANCHAFIN	500GR		714	779	894	920
47	MANCOZEB	500GR		3.569	3.894	4.472	4.599
48	MANEB	500GR		2.855	3.115	3.577	3.679
49	PONCHO DE AGUAS	500GR		1.427	1.558	1.789	1.840
50	RIDOMIL	500GR		428	467	537	552
51	TRIZIMAN	500GR		714	779	894	920
52	VOLCAN	500GR		714	779	894	920
53	LANCHERO	500GR		257	280	322	331
54	RHODAX	500GR		343	374	429	442
55	FITORAZ	500GR		357	389	447	460
56	ACROBAT	750GR		171	187	215	221
57	AZUFRE	KG		1.071	1.168	1.342	1.380
58	DACONIL	LT		86	93	107	110
59	LINURON	500GR	HERBICIDA	428	467	537	552
60	D-4-AMINA 6	LT		714	779	894	920
61	GLIFOSATO	LT		3.569	3.894	4.472	4.599
62	RANGER	LT		2.855	3.115	3.577	3.679
63	AZADON	UNI	HERRAMIENTAS	143	156	179	184
64	DEPREDADOR	100GR	INSECTICIDA	2.855	3.115	3.577	3.679
65	ORTRAN	100GR		2.141	2.337	2.683	2.760
66	GLADIADOR PLUS	100GR		2.855	3.115	3.577	3.679
67	ORTHENE	100GR		1.427	1.558	1.789	1.840
68	CIPERMETRINA	100ML		3.569	3.894	4.472	4.599
69	CURACRON	100ML		1.028	1.122	1.288	1.325
70	ENGEO	100ML		343	374	429	442
71	KAÑON PLUS	100ML		2.141	2.337	2.683	2.760
72	MALATHION	100ML		3.212	3.505	4.025	4.139
73	MASTER	100ML		2.855	3.115	3.577	3.679
74	CIPERMETRINA	250ML		1.784	1.947	2.236	2.300
75	MALATHION	250ML		2.141	2.337	2.683	2.760
76	MATABABOSA	500GR		343	374	429	442
77	KARATE	50ML		2.712	2.960	3.398	3.495

78	CIPERMETRINA	50ML		2.498	2.726	3.130	3.219
79	MASTER	50ML		2.855	3.115	3.577	3.679
80	CURACRON	50ML		3.569	3.894	4.472	4.599
81	CALCIO BORO	500ML	MICRO ELEMENTOS	171	187	215	221
82	POTAMINORG	LT		86	93	107	110
83	CARBOFURAN	KG	NEMA TICIDAS	749	818	939	966
84	FURADAN	KG		428	467	537	552
85	ACELGA	LB	SEMILLAS HORTALIZAS	171	187	215	221
86	BROCOLI	LB		43	47	54	55
87	CILANTRO	LB		257	280	322	331
88	COL	LB		214	234	268	276
89	LECHUGA	LB		143	156	179	184
90	NABO CHINO	LB		171	187	215	221
91	PAITEÑA	LB		86	93	107	110
92	PAPA NABO	LB		214	234	268	276
93	PEREJIL	LB		86	93	107	110
94	RABANO	LB		257	280	322	331
95	REMOLACHA	LB		257	280	322	331
96	VAINITA	LB		71	78	89	92
97	ZANAHORIA AGROSAD	LB		214	234	268	276
98	ZANAHORIA BONANZA	LB		285	312	358	368
99	ZANAHORIA PREMIER	LB		71	78	89	92
100	ZANAHORIA VILMORIN	LB		1.427	1.558	1.789	1.840
101	CESPED	LB	SEMILLAS VARIOS	714	779	894	920
102	CHOCHO	LB		1.071	1.168	1.342	1.380
103	HABA	LB		2.498	2.726	3.130	3.219
104	MAIZ	LB		1.285	1.402	1.610	1.656
105	ARVEJON	QQ		50	55	63	64
106	SEMILLAS FLORES	SB		1.784	1.947	2.236	2.300
LISTA DE PRODUCTOS DE USO VETERINARIO							
1	OXITETRACICLINA	100ML	ANTIBIÓTICOS	1.499	1.636	1.878	1.932
2	PSNEUMOTOS	100ML		714	779	894	920
3	CLORTETRACICLINA	100ML		3.569	3.894	4.472	4.599
4	BENZAPEN FORTE	100ML		1.427	1.558	1.789	1.840
5	TILACLOR	10GR		3.212	3.505	4.025	4.139
6	BENZAPEN FORTE	20ML		3.569	3.894	4.472	4.599
7	ENROXIN	20ML		714	779	894	920
8	FLORIFEN	20ML		1.998	2.181	2.504	2.576
9	CLASS	20ML		428	467	537	552
10	CONTRAMALINA	20ML		2.141	2.337	2.683	2.760
11	FLUVIPEN	20ML		714	779	894	920

12	FORTIPEN	20ML		1.071	1.168	1.342	1.380	
13	GENTIPRA	20ML		428	467	537	552	
14	VETERCILIN LA	20ML		257	280	322	331	
15	FURAZOL	250GR		1.784	1.947	2.236	2.300	
16	OXITETRACICLINA	500ML		86	93	107	110	
17	BENZAPEN FORTE	50ML		1.071	1.168	1.342	1.380	
18	SULFATIPESTINA	50ML		257	280	322	331	
19	MASTICICLINA	5ML		856	935	1.073	1.104	
20	POLYMAST AZUL	5ML		1.071	1.168	1.342	1.380	
21	POLYMAST ROJO	5ML		856	935	1.073	1.104	
22	IVERMEC	100ML		ANTIPARASITARIO	2.141	2.337	2.683	2.760
23	LEV ADE	100ML	2.498		2.726	3.130	3.219	
24	ZERO BICHO	100ML	714		779	894	920	
25	PANACUR	10GR	3.569		3.894	4.472	4.599	
26	PANACUR	10ML	1.427		1.558	1.789	1.840	
27	TADEMECTYN POUR	10ML	1.784		1.947	2.236	2.300	
28	RADEK	10ML	2.141		2.337	2.683	2.760	
29	COJIN BENDACUR	10ML	2.141		2.337	2.683	2.760	
30	ALBENDALIF	20ML	3.569		3.894	4.472	4.599	
31	ALBENDAZOL	20ML	4.282		4.673	5.366	5.519	
32	DAZOL	20ML	5.710		6.231	7.155	7.359	
33	IVEQUIN	30ML	257		280	322	331	
34	IVERMEC	50ML	1.784		1.947	2.236	2.300	
35	ZERO BICHO	50ML	714		779	894	920	
36	RELAMPAGO	5GR	1.427		1.558	1.789	1.840	
37	CRESSO	100ML	DESINFECTANTE		2.141	2.337	2.683	2.760
38	YODO TÓPICO	120ML			714	779	894	920
39	HONGOZOOL	120ML		1.784	1.947	2.236	2.300	
40	ETEROL	200ML		428	467	537	552	
41	REVERIN SPRAY	200ML		343	374	429	442	
42	MATAGUSANOS	320ML		714	779	894	920	
43	ETEROL	500ML		171	187	215	221	
44	ETEROL	60ML		1.784	1.947	2.236	2.300	
45	CRESSO	LT		428	467	537	552	
46	THOROMANGAN	100ML	HORMONAS	343	374	429	442	
47	CELOFIJO	10ML		2.141	2.337	2.683	2.760	
48	BOLDENONA	10ML		714	779	894	920	
49	OXITOCINA	10ML		1.071	1.168	1.342	1.380	
50	THOROMANGAN	20ML		428	467	537	552	
51	GRAFOLEON	20ML		257	280	322	331	
52	BOLDENONA	50ML		171	187	215	221	

53	CRECER	50ML		43	47	54	55	
54	JABON ASUNTOL	100GR	INSECTICIDA PIOJICIDA	343	374	429	442	
55	TALCO INSECTICIDA	100GR		428	467	537	552	
56	NEGUVÓN	10GR		1.071	1.168	1.342	1.380	
57	BAÑO SECO	12OGR		428	467	537	552	
58	TALCO CARIÑOSO	150GR		1.427	1.558	1.789	1.840	
59	ASUNTOL POLVO	20GR		714	779	894	920	
60	VIRKOS	20ML		1.427	1.558	1.789	1.840	
61	DERRIBANTE	20ML		1.713	1.869	2.146	2.208	
62	GARRAKIL	20ML		1.427	1.558	1.789	1.840	
63	SHAMPOO CARIÑOSO	250ML		171	187	215	221	
64	ULTRA	30GR		2.855	3.115	3.577	3.679	
65	PIX	LT		2.141	2.337	2.683	2.760	
66	MIDAS 1-10KG	UNI		86	93	107	110	
67	AGUJAS DESCARTABL	100UN		INSTRUMENTAL	86	93	107	110
68	AGUJAS HIPODERMICA	12UN			428	467	537	552
69	ARETEADORA	UNI	86		93	107	110	
70	JERINGA DOSIFIC 20ML	UNI	514		561	644	662	
71	JERINGA DOSIFIC 10ML	UNI	428		467	537	552	
72	ARETES	UNI	8.564		9.346	10.732	11.038	
73	ARGOLLA NASAL	UNI	856		935	1.073	1.104	
74	JERINGA AUTOMÁT 50CC	UNI	43		47	54	55	
75	TETINA TERNEROS	UNI	428		467	537	552	
76	BLOQUE BASSIC	10KG	SUPLEMENTOS VITAMÍNICOS Y SALES MINERALES	143	156	179	184	
77	GANASAL	20KG		414	452	519	534	
78	LA LECHERITA	2KG		2.141	2.337	2.683	2.760	
79	COJIN FOSFO-CALCIO	30ML		10.706	11.683	13.415	13.798	
80	CALCIO FOSFORO	450ML		428	467	537	552	
81	LA LECHERITA	4KG		1.427	1.558	1.789	1.840	
82	CAMPOFAC VIT	500GR		2.855	3.115	3.577	3.679	
83	AZUFRE	500GR		1.071	1.168	1.342	1.380	
84	INDUMIX	500GR		1.427	1.558	1.789	1.840	
85	AMINOVIT	500ML		714	779	894	920	
86	CALFOSAL-L	5KG		3.019	3.295	3.783	3.891	
87	CALFOSAL-V	5KG		1.427	1.558	1.789	1.840	
88	GANASAL	5KG		2.248	2.453	2.817	2.898	
89	SAL MINERAL	5KG		1.071	1.168	1.342	1.380	
90	CALFOSAL-L	KG		2.498	2.726	3.130	3.219	
91	CALFOSAL-V	KG		1.427	1.558	1.789	1.840	
92	GANASAL	KG		3.212	3.505	4.025	4.139	
93	SAL MINERAL	KG		2.855	3.115	3.577	3.679	

94	AZUFRE	KG		714	779	894	920
95	DOYFRASALES	KG		856	935	1.073	1.104
96	SUPRAFOS-F	KG		585	639	733	754
97	PECUTRIN	KG		1.071	1.168	1.342	1.380
98	ALFALFA EXTRANJERA	LB	SEMILLAS PASTIZALES	4.282	4.673	5.366	5.519
99	HOLCO	LB		928	1.013	1.163	1.196
100	LLANTEN	LB		86	93	107	110
101	PASTO AZUL	LB		2.712	2.960	3.398	3.495
102	RAYGRAS NACIONAL	LB		17.843	19.472	22.358	22.996
103	TREBOL BLANCO	LB		2.855	3.115	3.577	3.679
104	AVENA	LB		71.370	77.887	89.434	91.984
105	CEBADA	LB		14.274	15.577	17.887	18.397
106	VICIA	LB	356.850	389.434	447.169	459.922	
107	RUMIZOOL	100ML	VARIOS	428	467	537	552
108	PESZAN	10GR		514	561	644	662
109	UNGÜENTO UBRES	200GR		1.427	1.558	1.789	1.840
110	UBRESANA	200GR		1.427	1.558	1.789	1.840
111	PESZAN	30GR		257	280	322	331
112	ALPISTE	500GR		4.282	4.673	5.366	5.519
113	MICHU	500GR		514	561	644	662
114	PURGANTE BOVINO	500GR		3.569	3.894	4.472	4.599
115	CARDINOL CAJAX3U	5ML		257	280	322	331
116	ACEITE DE VACELINA	LT		714	779	894	920
117	EQUIPO VINOCLISES	UNI	257	280	322	331	
118	AD3E	100ML	VITAMINAS	856	935	1.073	1.104
119	B PLEX	100ML		428	467	537	552
120	ICTIOVIT	100ML		428	467	537	552
121	VIGANTOL	100ML		171	187	215	221
122	CATOSAL	100ML		171	187	215	221
123	MAYVIT	20GR		3.854	4.206	4.829	4.967
124	AD3E	20ML		2.141	2.337	2.683	2.760
125	B PLEX	20ML		514	561	644	662
126	SERVIGAN	20ML		5.710	6.231	7.155	7.359
127	HEMATOFOS	20ML		714	779	894	920
128	AD3E	250ML		86	93	107	110
129	VIGANTOL	25ML		428	467	537	552
130	LUPHOS	30ML		86	93	107	110
131	ICTIOVIT	500ML		43	47	54	55
132	CATOSAL	50ML		257	280	322	331
133	BROWNIVIT	5ML		7.137	7.789	8.943	9.198

ANEXO N° 6

PRECIOS DE INSUMOS AGROPECUARIOS

LISTA DE PRECIOS EN EL MERCADO					PROYECTADO				
LISTA DE PRODUCTOS DE USO AGRÍCOLA									
N°	NOMBRE COMERCIAL	PRESEN.	TIPO	PVP	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	POTENCIALIZADOR	100ML	AMINOÁCIDOS	2,80	2,94	3,08	3,23	3,38	3,55
2	GREEN MAGIC	250ML		2,70	2,83	2,97	3,11	3,26	3,42
3	NEKTAR PLUS	250ML		2,65	2,78	2,91	3,05	3,20	3,36
4	QUINOPRON	500ML		5,00	5,24	5,50	5,76	6,04	6,33
5	MELAZA AGRÍCOLA	LT		3,20	3,35	3,52	3,69	3,87	4,05
6	ALGAEMZIM	LT		12,00	12,58	13,19	13,83	14,50	15,20
7	VITAVAX	100GR	DESINFECTANTE	2,80	2,94	3,08	3,23	3,38	3,55
8	TERRACLOR	500GR		9,20	9,65	10,11	10,60	11,11	11,65
9	VITAVAX	500GR		12,00	12,58	13,19	13,83	14,50	15,20
10	ATLANTE	250ML	FERTILIZANTE FOLIAR	5,90	6,19	6,48	6,80	7,13	7,47
11	ABONAGRO	500GR		2,30	2,41	2,53	2,65	2,78	2,91
12	FOLIASIN	500GR		1,23	1,28	1,35	1,41	1,48	1,55
13	ATLANTE	500ML		8,40	8,81	9,23	9,68	10,15	10,64
14	FUERZA VERDE	KG		4,00	4,19	4,40	4,61	4,83	5,07
15	KRISTALON	KG		4,50	4,72	4,95	5,19	5,44	5,70
16	SOLUCAT	KG		4,60	4,82	5,06	5,30	5,56	5,83
17	BIOPHOS	LT		6,50	6,81	7,14	7,49	7,85	8,23
18	10-30-10	50KG	FERTILIZANTE SUELO	31,00	32,50	34,07	35,72	37,45	39,26
19	13-46-0	50KG		33,00	34,60	36,27	38,03	39,87	41,80
20	15-15-15	50KG		31,50	33,02	34,62	36,30	38,06	39,90
21	8-20-20	50KG		31,50	33,02	34,62	36,30	38,06	39,90
22	ABONO AZUL	50KG		65,00	68,15	71,44	74,90	78,53	82,33
23	DAPHOS	50KG		35,00	36,69	38,47	40,33	42,28	44,33
24	MUREATO DE POTASIO	50KG		34,00	35,65	37,37	39,18	41,08	43,06
25	NITRATO DE AMONIO	50KG		27,00	28,31	29,68	31,11	32,62	34,20
26	SULFATO DE AMONIO	50KG		21,50	22,54	23,63	24,78	25,97	27,23
27	ÚREA	50KG		29,00	30,40	31,88	33,42	35,04	36,73
28	AGROPEGA	100ML	FIJADOR COADYUVANTE DISPERSANTE	1,40	1,47	1,54	1,61	1,69	1,77
29	INDICATE	100ML		1,50	1,57	1,65	1,73	1,81	1,90
30	SPECTRO	100ML		1,40	1,47	1,54	1,61	1,69	1,77
31	STICKER	100ML		1,23	1,29	1,35	1,42	1,49	1,56
32	CITOKYN	100ML	FUNGI FITOHORMONAS	3,70	3,88	4,07	4,26	4,47	4,69
33	CEKUGIBB	10GR		2,00	2,10	2,20	2,30	2,42	2,53
34	NEW GIBB	10GR		1,70	1,78	1,87	1,96	2,05	2,15
35	CERO LANCHA	250GR	FUNGICIDA	3,15	3,30	3,46	3,63	3,81	3,99
36	CURALANCHA	250GR		3,16	3,31	3,47	3,64	3,82	4,00

37	PONCHO DE AGUAS	250GR		2,90	3,04	3,19	3,34	3,50	3,67
38	RIDOMIL	250GR		8,20	8,60	9,01	9,45	9,91	10,39
39	SKEKURA	250GR		2,90	3,04	3,19	3,34	3,50	3,67
40	TRIZIMAN	250GR		1,80	1,89	1,98	2,07	2,17	2,28
41	CARBENDAZIM	250ML		3,70	3,88	4,07	4,26	4,47	4,69
42	AZUFRE	500GR		1,90	1,99	2,09	2,19	2,30	2,41
43	CERO LANCHA	500GR		6,30	6,60	6,92	7,26	7,61	7,98
44	CUPROFIX	500GR		4,20	4,40	4,62	4,84	5,07	5,32
45	CURALANCHA	500GR		6,30	6,60	6,92	7,26	7,61	7,98
46	LANCHAFIN	500GR		5,20	5,45	5,72	5,99	6,28	6,59
47	MANCOZEB	500GR		3,50	3,67	3,85	4,03	4,23	4,43
48	MANEB	500GR		3,50	3,67	3,85	4,03	4,23	4,43
49	PONCHO DE AGUAS	500GR		5,80	6,08	6,38	6,68	7,01	7,35
50	RIDOMIL	500GR		14,00	14,68	15,39	16,13	16,91	17,73
51	TRIZIMAN	500GR		3,70	3,88	4,07	4,26	4,47	4,69
52	VOLCAN	500GR		7,15	7,50	7,86	8,24	8,64	9,06
53	LANCHERO	500GR		13,00	13,63	14,29	14,98	15,71	16,47
54	RHODAX	500GR		10,20	10,69	11,21	11,75	12,32	12,92
55	FITORAZ	500GR		9,99	10,47	10,98	11,51	12,07	12,65
56	ACROBAT	750GR		13,20	13,84	14,51	15,21	15,95	16,72
57	AZUFRE	KG		2,80	2,94	3,08	3,23	3,38	3,55
58	DACONIL	LT		12,00	12,58	13,19	13,83	14,50	15,20
59	LINURON	500GR	HERBICIDA	9,20	9,65	10,11	10,60	11,11	11,65
60	D-4-AMINA 6	LT		4,60	4,82	5,06	5,30	5,56	5,83
61	GLIFOSATO	LT		5,30	5,56	5,83	6,11	6,40	6,71
62	RANGER	LT		4,95	5,19	5,44	5,70	5,98	6,27
63	AZADON	UNI	HERRAMIENTAS	9,00	9,44	9,89	10,37	10,87	11,40
64	DEPREDADOR	100GR	INSECTICIDA	2,60	2,73	2,86	3,00	3,14	3,29
65	ORTRAN	100GR		2,00	2,10	2,20	2,30	2,42	2,53
66	GLADIADOR PLUS	100GR		1,70	1,78	1,87	1,96	2,05	2,15
67	ORTHENE	100GR		2,00	2,10	2,20	2,30	2,42	2,53
68	CIPERMETRINA	100ML		1,44	1,51	1,58	1,66	1,74	1,82
69	CURACRON	100ML		3,40	3,56	3,74	3,92	4,11	4,31
70	ENGEO	100ML		9,90	10,38	10,88	11,41	11,96	12,54
71	KAÑON PLUS	100ML		2,45	2,57	2,69	2,82	2,96	3,10
72	MALATHION	100ML		1,31	1,37	1,44	1,51	1,58	1,66
73	MASTER	100ML		1,95	2,04	2,14	2,25	2,36	2,47
74	CIPERMETRINA	250ML		2,31	2,42	2,54	2,66	2,79	2,93
75	MALATHION	250ML		2,45	2,57	2,69	2,82	2,96	3,10
76	MATABABOSA	500GR		3,20	3,35	3,52	3,69	3,87	4,05
77	CIPERMETRINA	50ML		0,85	0,89	0,93	0,98	1,03	1,08
78	KARATE	50ML		2,20	2,31	2,42	2,54	2,66	2,79

79	MASTER	50ML		1,40	1,47	1,54	1,61	1,69	1,77
80	CURACRON	50ML		2,20	2,31	2,42	2,54	2,66	2,79
81	CALCIO BORO	500ML	MICRO ELEMENTOS	9,40	9,85	10,33	10,83	11,36	11,91
82	POTAMINORG	LT		12,13	12,72	13,33	13,98	14,65	15,36
83	CARBOFURAN	KG	NEMA TICIDAS	5,20	5,45	5,72	5,99	6,28	6,59
84	FURADAN	KG		4,75	4,98	5,22	5,47	5,74	6,02
85	ACELGA	LB	SEMILLAS HORTALIZAS	8,75	9,17	9,62	10,08	10,57	11,08
86	BROCOLI	LB		11,25	11,79	12,37	12,96	13,59	14,25
87	CILANTRO	LB		6,88	7,21	7,56	7,93	8,31	8,71
88	COL	LB		10,63	11,14	11,68	12,25	12,84	13,46
89	LECHUGA	LB		28,75	30,14	31,60	33,13	34,73	36,41
90	NABO CHINO	LB		10,31	10,81	11,33	11,88	12,46	13,06
91	PAITEÑA	LB		28,13	29,49	30,92	32,42	33,98	35,63
92	PAPA NABO	LB		7,00	7,34	7,69	8,07	8,46	8,87
93	PEREJIL	LB		14,38	15,08	15,81	16,57	17,37	18,21
94	RABANO	LB		7,63	8,00	8,39	8,79	9,22	9,66
95	REMOLACHA	LB		6,60	6,92	7,25	7,61	7,97	8,36
96	VAINITA	LB		3,25	3,41	3,57	3,75	3,93	4,12
97	ZANAHORIA AGROSAD	LB		12,38	12,98	13,61	14,27	14,96	15,68
98	ZANAHORIA BONANZA	LB		12,25	12,84	13,46	14,12	14,80	15,52
99	ZANAHORIA PREMIER	LB		9,00	9,44	9,89	10,37	10,87	11,40
100	ZANAHORIA VILMORIN	LB		23,00	24,11	25,28	26,50	27,79	29,13
101	CESPED	LB	SEMILLAS VARIOS	5,15	5,40	5,66	5,93	6,22	6,52
102	CHOCHO	LB		1,50	1,57	1,65	1,73	1,81	1,90
103	HABA	LB		0,80	0,84	0,88	0,92	0,97	1,01
104	MAIZ	LB		1,00	1,05	1,10	1,15	1,21	1,27
105	ARVEJON	QQ		60,00	62,90	65,95	69,14	72,49	76,00
106	SEMILLAS FLORES	SB		1,50	1,57	1,65	1,73	1,81	1,90
LISTA DE PRODUCTOS DE USO VETERINARIO				PROYECTADO					
1	OXITETRACICLINA	100ML	ANTIBIÓTICOS	4,30	4,51	4,73	4,96	5,19	5,45
2	PSNEUMOTOS	100ML		15,00	15,73	16,49	17,29	18,12	19,00
3	CLORTETRACICLINA	100ML		12,00	12,58	13,19	13,83	14,50	15,20
4	BENZAPEN FORTE	100ML		15,00	15,73	16,49	17,29	18,12	19,00
5	TILACLOR	10GR		1,40	1,47	1,54	1,61	1,69	1,77
6	BENZAPEN FORTE	10ML		3,45	3,62	3,79	3,98	4,17	4,37
7	ENROXIN	10ML		1,20	1,26	1,32	1,38	1,45	1,52
8	FLORIFEN	10ML		2,20	2,31	2,42	2,54	2,66	2,79
9	CLASS	20ML		5,95	6,24	6,54	6,86	7,19	7,54
10	CONTRAMALINA	20ML		3,00	3,15	3,30	3,46	3,62	3,80
11	FLUVIPEN	20ML		6,25	6,55	6,87	7,20	7,55	7,92
12	FORTIPEN	20ML		5,25	5,50	5,77	6,05	6,34	6,65
13	GENTIPRA	20ML		4,10	4,30	4,51	4,72	4,95	5,19
14	VETERCILIN LA	20ML		8,50	8,91	9,34	9,79	10,27	10,77

15	FURAZOL	250GR		2,90	3,04	3,19	3,34	3,50	3,67
16	OXITETRACICLINA	500ML		12,90	13,52	14,18	14,87	15,58	16,34
17	BENZAPEN FORTE	50ML		10,65	11,17	11,71	12,27	12,87	13,49
18	SULFATIPESTINA	50ML		4,50	4,72	4,95	5,19	5,44	5,70
19	MASTICICLINA	5ML		1,65	1,73	1,81	1,90	1,99	2,09
20	POLYMAST AZUL	5ML		2,10	2,20	2,31	2,42	2,54	2,66
21	POLYMAST ROJO	5ML		2,10	2,20	2,31	2,42	2,54	2,66
22	IVERMEC	100ML	ANTIPARASITARIO	10,96	11,49	12,05	12,63	13,24	13,88
23	LEV ADE	100ML		9,20	9,65	10,11	10,60	11,11	11,65
24	ZERO BICHO	100ML		15,95	16,72	17,53	18,38	19,27	20,20
25	PANACUR	10GR		1,65	1,73	1,81	1,90	1,99	2,09
26	PANACUR	10ML		1,00	1,05	1,10	1,15	1,21	1,27
27	TADEMECTYN POUR	10ML		1,25	1,31	1,37	1,44	1,51	1,58
28	RADEK	10ML		1,00	1,05	1,10	1,15	1,21	1,27
29	COJIN BENDACUR	10ML		1,00	1,05	1,10	1,15	1,21	1,27
30	ALBENDALIF	20ML		3,20	3,35	3,52	3,69	3,87	4,05
31	ALBENDAZOL	20ML		2,00	2,10	2,20	2,30	2,42	2,53
32	DAZOL	20ML		2,45	2,57	2,69	2,82	2,96	3,10
33	IVEQUIN	30ML		6,40	6,71	7,03	7,37	7,73	8,11
34	IVERMEC	50ML		6,55	6,87	7,20	7,55	7,91	8,30
35	ZERO BICHO	50ML		9,85	10,33	10,83	11,35	11,90	12,48
36	RELAMPAGO	5GR		1,75	1,83	1,92	2,02	2,11	2,22
37	CRESSO	100ML		DESINFECTANTE	1,05	1,10	1,15	1,21	1,27
38	YODO TÓPICO	120ML	2,10		2,20	2,31	2,42	2,54	2,66
39	HONGOZOOL	120ML	1,30		1,36	1,43	1,50	1,57	1,65
40	ETEROL	200ML	3,75		3,93	4,12	4,32	4,53	4,75
41	REVERIN SPRAY	200ML	6,25		6,55	6,87	7,20	7,55	7,92
42	MATAGUSANOS	320ML	4,15		4,35	4,56	4,78	5,01	5,26
43	ETEROL	500ML	7,70		8,07	8,46	8,87	9,30	9,75
44	ETEROL	60ML	1,60		1,68	1,76	1,84	1,93	2,03
45	CRESSO	LT	5,00	5,24	5,50	5,76	6,04	6,33	
46	THOROMANGAN	100ML	HORMONAS	10,90	11,43	11,98	12,56	13,17	13,81
47	CELOFIJO	10ML		3,20	3,35	3,52	3,69	3,87	4,05
48	BOLDENONA	10ML		4,35	4,56	4,78	5,01	5,26	5,51
49	OXITOCINA	10ML		1,41	1,48	1,55	1,62	1,70	1,79
50	THOROMANGAN	20ML		5,90	6,19	6,48	6,80	7,13	7,47
51	GRAFOLEON	20ML		6,20	6,50	6,81	7,14	7,49	7,85
52	BOLDENONA	50ML		16,90	17,72	18,58	19,47	20,42	21,41
53	CRECER	50ML		85,00	89,11	93,43	97,95	102,69	107,66
54	JABON ASUNTOL	100GR	INSECTICI DA PIOJICIDA	3,14	3,29	3,45	3,62	3,79	3,98
55	TALCO INSECTICIDA	100GR		1,95	2,04	2,14	2,25	2,36	2,47
56	NEGUVÓN	10GR		1,31	1,37	1,44	1,51	1,58	1,66

57	BAÑO SECO	12OGR		1,50	1,57	1,65	1,73	1,81	1,90
58	TALCO CARIÑOSO	150GR		2,75	2,88	3,02	3,17	3,32	3,48
59	ASUNTOL POLVO	20GR		1,80	1,89	1,98	2,07	2,17	2,28
60	VIRKOS	20ML		2,20	2,31	2,42	2,54	2,66	2,79
61	DERRIBANTE	20ML		1,99	2,09	2,19	2,29	2,40	2,52
62	GARRAKIL	20ML		1,70	1,78	1,87	1,96	2,05	2,15
63	SHAMPOO CARIÑOSO	250ML		3,73	3,91	4,10	4,30	4,51	4,72
64	ULTRA	30GR		1,65	1,73	1,81	1,90	1,99	2,09
65	PIX	LT		3,45	3,62	3,79	3,98	4,17	4,37
66	MIDAS 1-10KG	UNI		4,16	4,36	4,57	4,79	5,03	5,27
67	AGUJAS DESCARTABLES	100UN	INSTRUMENTAL	8,00	8,39	8,79	9,22	9,66	10,13
68	AGUJAS HIPODERMICAS	12UN		5,45	5,71	5,99	6,28	6,58	6,90
69	ARETEADORA	UNI		35,00	36,69	38,47	40,33	42,28	44,33
70	JERINGA DOSIFICAD 20ML	UNI		8,00	8,39	8,79	9,22	9,66	10,13
71	JERINGA DOSIFICAD10ML	UNI		7,50	7,86	8,24	8,64	9,06	9,50
72	ARETES	UNI		0,80	0,84	0,88	0,92	0,97	1,01
73	ARGOLLA NASAL	UNI		6,40	6,71	7,03	7,37	7,73	8,11
74	JERINGA AUTOMÁT50CC	UNI		52,00	54,52	57,16	59,92	62,82	65,86
75	TETINA TERNEROS	UNI		2,50	2,62	2,75	2,88	3,02	3,17
76	BLOQUE BASSIC	10KG		SUPLEMENTOS VITAMÍNICOS Y SALES MINERALES	13,00	13,63	14,29	14,98	15,71
77	GANASAL	20KG	22,00		23,06	24,18	25,35	26,58	27,86
78	LA LECHERITA	2KG	2,50		2,62	2,75	2,88	3,02	3,17
79	LA LECHERITA	4KG	4,50		4,72	4,95	5,19	5,44	5,70
80	CALFOSAL-L	5KG	6,08		6,37	6,68	7,01	7,35	7,70
81	CALFOSAL-V	5KG	6,00		6,29	6,59	6,91	7,25	7,60
82	GANASAL	5KG	6,50		6,81	7,14	7,49	7,85	8,23
83	SAL MINERAL	5KG	5,95		6,24	6,54	6,86	7,19	7,54
84	CALFOSAL-L	KG	1,65		1,73	1,81	1,90	1,99	2,09
85	CALFOSAL-V	KG	1,43		1,50	1,57	1,65	1,73	1,81
86	GANASAL	KG	1,71		1,79	1,88	1,97	2,07	2,17
87	SAL MINERAL	KG	1,60		1,68	1,76	1,84	1,93	2,03
88	COJIN FOSFO-CALCIO	30ML	0,40		0,42	0,44	0,46	0,48	0,51
89	CALCIO FOSFORO	450ML	6,20		6,50	6,81	7,14	7,49	7,85
90	CAMPOFAC VIT	500GR	1,60		1,68	1,76	1,84	1,93	2,03
91	AZUFRE	500GR	1,50		1,57	1,65	1,73	1,81	1,90
92	INDUMIX	500GR	1,75		1,83	1,92	2,02	2,11	2,22
93	AMINOVIT	500ML	7,60		7,97	8,35	8,76	9,18	9,63
94	AZUFRE	KG	2,80	2,94	3,08	3,23	3,38	3,55	
95	DOYFRASALES	KG	3,20	3,35	3,52	3,69	3,87	4,05	
96	SUPRAFOS-F	KG	6,20	6,50	6,81	7,14	7,49	7,85	
97	PECUTRIN	KG	5,73	6,01	6,30	6,60	6,92	7,26	
98	ALFALFA EXTRANJERA	LB	MI LL AS PA STI ZA LE	4,70	4,93	5,17	5,42	5,68	5,95

99	HOLCO	LB		1,20	1,26	1,32	1,38	1,45	1,52
100	LLANTEN	LB		9,00	9,44	9,89	10,37	10,87	11,40
101	PASTO AZUL	LB		3,15	3,30	3,46	3,63	3,81	3,99
102	RAYGRAS NACIONAL	LB		1,30	1,36	1,43	1,50	1,57	1,65
103	TREBOL BLANCO	LB		4,00	4,19	4,40	4,61	4,83	5,07
104	AVENA	LB		0,35	0,37	0,38	0,40	0,42	0,44
105	CEBADA	LB		0,25	0,26	0,27	0,29	0,30	0,32
106	VICIA	LB		0,45	0,47	0,49	0,52	0,54	0,57
107	RUMIZOOL	100ML	VARIOS	1,30	1,36	1,43	1,50	1,57	1,65
108	PESozAN	10GR		3,90	4,09	4,29	4,49	4,71	4,94
109	UNGÜENTO UBRES	200GR		3,60	3,77	3,96	4,15	4,35	4,56
110	UBRESANA	200GR		2,05	2,15	2,25	2,36	2,48	2,60
111	PESozAN	30GR		10,90	11,43	11,98	12,56	13,17	13,81
112	ALPISTE	500GR		0,80	0,84	0,88	0,92	0,97	1,01
113	MICHU	500GR		1,47	1,54	1,62	1,69	1,78	1,86
114	PURGANTE BOVINO	500GR		1,50	1,57	1,65	1,73	1,81	1,90
115	CARDINOL CAJAX3U	5ML		6,40	6,71	7,03	7,37	7,73	8,11
116	ACEITE DE VACELINA	LT		4,50	4,72	4,95	5,19	5,44	5,70
117	EQUIPO VINOCLISES	UNI		1,00	1,05	1,10	1,15	1,21	1,27
118	AD3E	100ML	VITAMINAS	16,50	17,30	18,14	19,01	19,93	20,90
119	B PLEX	100ML		6,72	7,05	7,39	7,74	8,12	8,51
120	ICTIOVIT	100ML		12,20	12,79	13,41	14,06	14,74	15,45
121	VIGANTOL	100ML		23,40	24,53	25,72	26,96	28,27	29,64
122	CATOSAL	100ML		22,00	23,06	24,18	25,35	26,58	27,86
123	MAYVIT	20GR		1,85	1,94	2,03	2,13	2,24	2,34
124	AD3E	20ML		4,70	4,93	5,17	5,42	5,68	5,95
125	B PLEX	20ML		2,35	2,46	2,58	2,71	2,84	2,98
126	SERVIGAN	20ML		0,85	0,89	0,93	0,98	1,03	1,08
127	HEMATOFOS	20ML		4,55	4,77	5,00	5,24	5,50	5,76
128	AD3E	250ML		43,00	45,08	47,26	49,55	51,95	54,46
129	VIGANTOL	25ML		6,91	7,24	7,60	7,96	8,35	8,75
130	LUPHOS	30ML		4,10	4,30	4,51	4,72	4,95	5,19
131	ICTIOVIT	500ML		38,13	39,98	41,91	43,94	46,07	48,29
132	CATOSAL	50ML		13,50	14,15	14,84	15,56	16,31	17,10
133	BROWNIVIT	5ML		2,45	2,57	2,69	2,82	2,96	3,10

ANEXO N° 7

IDENTIFICACIÓN TÉCNICA DEL LOGOTIPO

LETRA: BEKKER

TAMAÑO DE FUENTE: 125

CALOR 1: VERDE

TONO 1: 90%

COLOR 2: AMARILLO

TONO 2: 100%

COLOR 3: NEGRO

TONO 3: 100%

COLOR 4: VERDE LIMÓN

TONO 4: 80%

DIMENSIONES:

ANCHO: 1259 PÍXELES

ALTO: 1556 PÍXELES

SIGNIFICADO DE COLORES

Verde: significa las montañas y bosques que rodean a nuestro cantón.

Verde limón: representa las grandes sabanas de pastizales que nos rodea.

Amarillo: la riqueza reflejada en los cultivos de cebada, maíz y trigo.

Negro: que significa la riqueza de nuestros suelos que permiten cultivar muchos productos

ANEXO N° 8

PREGUNTAS DIRECTRICES PARA BASE FILOSÓFICA

OBJETIVOS

En la redacción se deben tomar en cuenta las siguientes recomendaciones para considerar los aspectos más relevantes en su formulación:

Deben ser concretos, es decir no redundar en frases largas y poco claras

Ser factibles es decir tomar en cuenta todos los aspectos involucrados dentro de la investigación: tiempo, dinero, personal, perspectivas y capacidad.

Identificar el abordaje del tema, el destino de dicha investigación y el uso de los recursos, en otras palabras el diseño cualitativo o cuantitativo del proyecto.

El uso de los verbos en infinitivo, para identificar de forma clara los resultados esperados.

MISIÓN

La misión indica en el negocio en que estamos, por lo que las preguntas a responder para elaborarla son:

¿Quiénes somos?

¿Qué productos ofrezco?

¿Cómo?

¿Para qué?

La misión debe comenzar con la palabra SOMOS.

VISIÓN

Visión: se refiere a como vez a la empresa en el futuro.

Siempre comienza con la palabra SER.

VALORES CORPORATIVOS

Debe primar el “espíritu constructivo” hace referencia a la actitud positiva, al optimismo, al incremento de la cadena de valor, a la creatividad y buena fe que deben prevalecer en la intención de la empresa con el cliente.