



1859

UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Unidad de Educación a Distancia

Maestría en Agronegocios Sostenibles

**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa
comercializadora de productos agropecuarios en el cantón El
Carmen, Provincia de Manabí.**

**Trabajo de Titulación previa a la
obtención del título de Magister en
Agronegocios Sostenibles**

AUTORA:

Sandy Elizabeth Aviles Gomez

DIRECTOR:

Lic. Zoila Mónica Ortega Mg.Sc.

Loja – Ecuador

2025



Universidad
Nacional
de Loja

**Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF**

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, **ORTEGA PESANTEZ ZOILA MONICA**, director del Trabajo de Titulación denominado "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS EN EL CANTÓN EL CARMEN, PROVINCIA DE MANABÍ**", perteneciente al estudiante **SANDY ELIZABETH AVILES GOMEZ**, con cédula de identidad N° **1207308857**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Titulación**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Titulación**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Titulación del mencionado estudiante.

Loja, 19 de Diciembre de 2024



Firmado electrónicamente por:
**ZOILA MONICA ORTEGA
PESANTEZ**

F) _____

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-003159

1/1

Educamos para **Transformar**

Autoría

Yo, **Sandy Elizabeth Aviles Gomez**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo Titulación en el Repositorio Digital Institucional - Biblioteca Virtual.

Firma:



Cedula de identidad: 1207308857

Fecha: 13 de marzo 2025

Correo electrónico: sandy.aviles@unl.edu.ec

Teléfono: 0997176456

Carta de autorización por parte del autor para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.

Yo, **Sandy Elizabeth Aviles Gomez**, declaro ser el autor del Trabajo de Titulación denominado: “**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos agropecuarios en el cantón El Carmen, provincia de Manabí**”, como requisito para optar por el título de **Magister en Agronegocios Sostenible,s** autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Reposito Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los trece días del mes de diciembre de dos mil veinticinco.

Firma:



Cedula de identidad: 1207308857

Fecha: 13 de marzo 2025

Correo electrónico: sandy.aviles@unl.edu.ec

Teléfono: 0997176456

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora del Trabajo de Titulación: Lic. Zoila Mónica Ortega Pesantez Mg.Sc

Dedicatoria

Dedico este Trabajo de Titulación primeramente a Dios quien me dio la vida y puso en mí, dones y fortalezas para realizar este trabajo. A mis padres y hermana quienes son el pilar fundamental de mi familia y por brindarme su apoyo incondicional, especialmente a mi madre Elsa por estar siempre conmigo y brindarme palabras de aliento para seguir esforzándome diariamente en la realización de mi carrera profesional, a mis amistades por apoyarme cuando los necesito, por extenderme la mano en momentos difíciles.

Sandy Elizabeth Aviles Gomez

Agradecimiento

Expreso mi sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, en su Modalidad de Estudios a Distancia por brindarme los conocimientos y la experiencia precisa para el desarrollo profesional en la vida cotidiana, además por abrirme las puertas para cumplir una de mis metas y sueños, a los docentes de esta prestigiosa Universidad que impartieron sus conocimientos en cada ciclo a lo largo de la maestría, y de manera especial a la Ing. Zoila Mónica Ortega Pesantez Mg. Sc. quien me guio, asesoró y ayudó en la culminación del presente Trabajo de Titulación.

Sandy Elizabeth Aviles Gomez

Índice de contenidos

Portada	Error! Bookmark not defined.
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	Error! Bookmark not defined.
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xiii
Índice de anexos	xiv
1. Título	1
2. Resumen	2
Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	6
4.1 Fundamentos Referenciales	6
4.2.1 Empresa	7
4.2.2 Clasificación de empresas	7
4.2.3 Proyecto	7
4.2.4 Etapas del proyecto	7
4.2.5 Partes generales de la evaluación de proyectos.....	8
4.2.6 Estudio de factibilidad	9
4.2.7 El Estudio de Mercado.....	9
4.2.8 Estudio técnico	12
4.2.9 Estudio financiero	16
4.2.10 Evaluación financiera	18
4.2.11 Comercialización agropecuaria.....	20
4.2.12 Productos agropecuarios.....	20

5. Metodología.....	20
5.1 Área de estudio	20
5.2 Método de investigación.....	21
5.2.1 Método deductivo.....	21
5.3 Enfoque de la investigación.....	21
5.3.1 Cuantitativo	21
5.4 Tipo de investigación	21
5.4.1 Exploratoria	21
5.4.2 Descriptiva.....	22
5.4.3 Población	22
5.4.4 Muestra	22
5.5 Técnicas e instrumentos	22
5.5.1 Entrevista	23
5.5.2 Encuesta.....	23
6. Resultados.....	23
6.1 Estudio de mercado	33
6.1.1 Análisis de la Demanda	33
6.1.2 Demanda potencial.....	33
6.1.3 Demanda real.....	34
6.1.4 Demanda efectiva.....	34
6.1.5 Demanda efectiva en producto	35
6.1.6 Análisis de Oferta.....	35
6.1.7 Proyección de la oferta	36
6.1.8 Demanda insatisfecha	36
6.2 Estudio técnico	37
6.2.1 Tamaño y localización	37
6.2.2 Localización	38
6.2.3 Ingeniería del proyecto	39
6.3 Estudio Organizacional.....	43
6.3.1 Organización Jurídica	43

6.3.2	Base Legal	43
6.3.3	Filosofía empresarial.....	44
6.3.4	Estructura Organizacional	45
6.3.5	Organigramas.	46
6.3.6	Manual de funciones	49
6.4	Estudio Financiero.....	53
6.4.1	Inversiones y financiamiento.....	54
7.	Discusión	72
7.1	Evaluación Financiera.....	72
7.1.1	Flujo de Caja	72
7.1.2	Valor Actual Neto (VAN)	73
7.1.3	Tasa interna de retorno (TIR).....	74
7.1.4	Relación Beneficio-Costo (RBC).....	74
7.1.5	Periodo de recuperación (PRC).....	75
7.1.6	Análisis de Sensibilidad.....	76
8.	Conclusiones.....	79
9.	Recomendaciones	80
10.	Bibliografía.....	81
11.	Anexos	84

Índice de tablas

Tabla 1. Compra de productos agropecuarios.....	23
Tabla 2. Manejo de cultivos o productos agropecuarios	23
Tabla 3. Compra de productos agropecuarios con mayor frecuencia	24
Tabla 4. Consumo de productos agropecuarios	24
Tabla 5. Unidades de consumo mensual	25
Tabla 6. Factores que influyen en la compra de productos agropecuarios	25
Tabla 7. Preferencia al comprar productos agropecuarios	26
Tabla 8. Principales dificultades momento de comprar productos agropecuarios	26
Tabla 9. Valoración de asistencia técnica ofrecida por proveedores.....	27
Tabla 10. Tipo de apoyo de sus proveedores de productos agropecuarios	27
Tabla 11. Preferencia de productos que promuevan prácticas agrícolas sostenibles ..	27
Tabla 12. Implementación de una empresa comercializadora	28
Tabla 13. Medio de comunicación	28
Tabla 14. Promociones de productos agropecuarios	29
Tabla 15. Tipo de cliente.....	29
Tabla 16. Oferta de productos agropecuarios	30
Tabla 17. Productos más vendidos	30
Tabla 18. Servicios adicionales	31
Tabla 19. Frecuencia de adquisición de productos agropecuarios	31
Tabla 20. Promoción a clientes.....	31
Tabla 21. Medios de comunicación.....	32
Tabla 22. Implementación de una empresa comercializadora	32
Tabla 23. Análisis de la Demanda	33
Tabla 24. Demanda Potencial	34
Tabla 25. Demanda real	34
Tabla 26. Demanda efectiva.....	35
Tabla 27. Demanda efectiva en producto.....	35
Tabla 28. Promedio mensual de venta de productos agropecuarios.....	36
Tabla 29. Oferta total de productos agropecuarios.....	36
Tabla 30. Proyección de la oferta	36
Tabla 31. Demanda insatisfecha	37

Tabla 32. Capacidad Instalada	37
Tabla 33. Capacidad utilizada.....	38
Tabla 34. Equipo, maquinaria y herramientas	40
Tabla 35. Manual de Funciones del Gerente.....	49
Tabla 36. Manual de Funciones de la secretaria	50
Tabla 37. Manual de Funciones del Asesor contable externo	50
Tabla 38. Manual de Funciones de Jefe de almacenamiento	51
Tabla 39. Manual de Funciones de jefe del Auxiliar de Bodega.....	52
Tabla 40. Manual de Funciones de jefe del Jefe de ventas	52
Tabla 41. Manual de Funciones de jefe del Asesor técnico	53
Tabla 42. Maquinaria y Equipo	54
Tabla 43. Herramientas	54
Tabla 44. Muebles y enseres.....	54
Tabla 45. Equipo de Cómputo	55
Tabla 46. Reinversión del equipo de computo	55
Tabla 47. Equipo de oficina	55
Tabla 48. Vehículo	56
Tabla 49. Equipo de seguridad	56
Tabla 50. Resumen de activos fijos.....	56
Tabla 51. Depreciaciones de activos fijos.....	57
Tabla 52. Inversión en Activos Diferidos	57
Tabla 53. Amortización de Activos Diferidos	57
Tabla 54. Materia prima directa.....	58
Tabla 55. Materiales Indirectos	58
Tabla 56. Mano de obra indirecta	58
Tabla 57. Sueldos administrativos.....	59
Tabla 58. Agua potable	60
Tabla 59. Energía Eléctrica	60
Tabla 60. Internet.....	61
Tabla 61. Suministros de Oficina	61
Tabla 62. Suministros de Oficina	61
Tabla 63. Insumos de seguridad	62
Tabla 64. Arriendo.....	62

Tabla 65. Publicidad y propaganda	62
Tabla 66. Combustibles y lubricantes	63
Tabla 67. Mantenimiento de vehículo	63
Tabla 68. Sueldos personal de ventas.....	63
Tabla 69. Resumen de la inversión.....	64
Tabla 70. Financiamiento	65
Tabla 71. Tabla de amortización	65
Tabla 72. Presupuesto de costos	66
Tabla 73. Costo Unitario de producción	67
Tabla 74. Precio de venta	67
Tabla 75. Ingresos Totales	68
Tabla 76. Estado de pérdidas y ganancias.....	68
Tabla 77. [RIMPE]	69
Tabla 78. Clasificación de costos	69
Tabla 79. Punto de equilibrio año 1	70
Tabla 80. Punto de equilibrio año 5.....	71
Tabla 81. Flujo de caja	72
Tabla 82. Valor actual neto (VAN)	73
Tabla 83. Tasa interna de retorno (TIR).....	74
Tabla 84. Relacion costo beneficio (RBC)	75
Tabla 85. Periodo de recuperación de capital	75
Tabla 86. Análisis de sensibilidad con el incremento de costos	76
Tabla 87. Análisis de sensibilidad con la disminución de ingresos.....	77

Índice de figuras

Figura 1. Etapas del proyecto	8
Figura 2. Partes generales de la evaluación de proyectos	9
Figura 3. Área de estudio	21
Figura 4. Direccion de la empresa	38
Figura 5. Disitribucion de la planta	39
Figura 6. Flujograma de proceso	43
Figura 7. Organigrama Estructural	46
Figura 8. Organigrama Funcional.....	48
Figura 9. Organigrama Posicional.....	49

Índice de anexos

Anexo 1. Encuesta dirigida a los demandantes	84
Anexo 2. Encuesta dirigida a los oferentes	85
Anexo 3. Certificado de traducción del resumen	85

1. Título

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos agropecuarios en el cantón El Carmen, provincia de Manabí.

2. Resumen

El proyecto se basa en el “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos agropecuarios en el cantón El Carmen, provincia de Manabí, se realizó una investigación con enfoque cuantitativo de tipo exploratorio y descriptivo simple con una muestra de 370 encuestas dirigidas a los agricultores del cantón. El estudio de mercado permitió determinar una demanda insatisfecha de 1.686.297 unidades de productos agropecuarios para el primer año; en el estudio técnico se determinó que la capacidad utilizada anual será de 18.000 unidades. De acuerdo con las leyes y regulaciones del Ecuador, la razón social es “AGROCAMPO Comercializadora de productos agropecuarios S.A”. Como parte del estudio financiero se estableció una inversión inicial de \$ 40.637,42, de los cuales el 57% será cubierto por un préstamo del Banco de Loja y el 43% restante será capital propio, donde el precio de venta al público será de \$14,41 de cada producto. Mediante el resultado de los siguientes indicadores: VAN positivo de \$ 57.031,83; TIR de 58.55%; relación beneficio-costos de \$1,13 dólares, lo cual quiere decir que por cada dólar invertido se obtendrá \$0,13 centavos de rentabilidad. El periodo de recuperación del capital (PCR) será de 2 años, 9 meses y 28 días. El análisis de sensibilidad ante aumentos de costos y disminuciones de ingresos se obtuvo un valor de \$0,40 centavos, lo que indica una adecuada viabilidad del proyecto.

Palabras Clave: Productos agropecuarios, factibilidad, proyecto de inversión.

Abstract

This project is based on the “Feasibility study for the creation of a company that markets agricultural products in the canton of El Carmen, Province of Manabí, in this case, an investigation was carried out with a quantitative approach of an exploratory and simple descriptive type with a sample of 370 surveys directed at farmers in the canton.

In addition, the market study allowed it possible to determine an unsatisfied demand of 1.686.297 units of agricultural products for the first year; In the technical study, it was determined that the annual used capacity will be 18,000. According with the laws and regulations of Ecuador, the company’s name is “AGROCAMPO Marketing of agricultural products S.A”. However, as part of the financial study, an initial investment of \$40,637.42 was established, in this case, 57% will be covered by a loan from Banco Loja and the remaining 43% will be own capital, where the retail price will be \$14.41. of each product. On the other hand, Through the result of the following indicators: positive VAN (NVP) of \$57,031.83; TIR (IRR) of 58.55%; benefit-cost ratio of \$1.13 dollars, which means that for every dollar invested, \$0.13 cents of profitability will be obtained. The capital recovery period (PCR) will be 2 years, 9 months, and 28 days. As a result, the sensitivity analysis to cost increases and income decreases obtained a value of \$0.40 cents, which indicates adequate viability of the project.

Keywords: Agricultural products, feasibility, investment project.

3. Introducción

El sector agropecuario en el país es crucial por su contribución al Producto Interno Bruto (PIB), según cifras oficiales del Banco Central, durante el año 2022, la contribución del sector agropecuario fue del 7,57%. Además, juega un rol crucial en el concepto mundial de seguridad alimentaria, dado que aporta al menos la quinta parte de la producción de bienes y servicios de la nación.

De acuerdo con datos de la Organización de las Naciones Unidas (FAO,2024) más del 64% de la producción agrícola nacional está en manos de pequeños productores. La mayoría de los alimentos consumidos en el Ecuador provienen de la Agricultura Familiar Campesina - AFC (60%). De igual manera, esta contribuye con la oferta de productos de exportación, alrededor del 80% de las Unidades Productivas Agropecuarias - UPAS de cacao y 93% de las de café. Existe un crecimiento importante de los envíos realizados por exportadoras campesinas.

El presente estudio tiene como objetivos: realizar un estudio de mercado que incluya estrategias de comercialización acordes al mercado meta, diseñar un estudio técnico para cuantificar inversiones y costos de operación. Establecer la estructura legal y administrativa mediante un estudio organizacional y elaborar un análisis financiero que permita determinar la viabilidad económica del proyecto mediante la aplicación de los indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Costo-Beneficio (B/C), Periodo de Recuperación de Capital (PRC) y Análisis de Sensibilidad en la disminución de ingresos y aumentos en costos.

El proyecto está compuesto por los siguientes componentes con el objetivo de proporcionar al lector una información clara y exacta sobre lo que aborda este estudio. En el Marco Teórico se incluye la fundamentación referencial acerca de proyectos similares a este estudio, además, se analizan los conceptos esenciales vinculados con la viabilidad de un proyecto, incluyendo el estudio de mercado, la factibilidad económica y los elementos legales. A continuación, se expone la Metodología en la que se detallan los métodos y procedimientos empleados para realizar la investigación.

Los Resultados muestran la tabla e interpretación de los datos recolectados para comenzar el proyecto. Aquí se encuentran los análisis de las encuestas realizadas a la población económicamente activa (PEA) en el cantón El Carmen. El estudio de mercado posibilitó llevar a cabo un estudio detallado del mercado de productos agropecuarios en el cantón El Carmen, además se examina la demanda potencial, real, efectiva, demanda no cubierta y la provisión de productos agropecuarios, presentes en el mercado en la actualidad.

En el estudio organizacional se elabora la base jurídica de la compañía, además de su estructura organizativa, los niveles de jerarquía y los manuales de funciones que los integrantes de la empresa tendrán. A través de la evaluación financiera, se conoce la inversión inicial del proyecto, así como los gastos y las estimaciones futuras alrededor de los 5 años de duración del proyecto.

Discusión se determinó la factibilidad financiera del proyecto, examinando factores como: el Flujo de Caja; el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Periodo de Recuperación del Capital (PRC), y la Relación Beneficio Costo y las Evaluaciones de Sensibilidad (AS).

Finalmente, una vez concluido con los respectivos estudios de mercado, técnico, organizacional, financiero y evaluación financiera se puede emplear las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos del proyecto.

4. Marco teórico

4.1 Fundamentos Referenciales

Para el desarrollo de la investigación se tomó en consideración los presentes trabajos investigativos de diferentes autores, los mismo que sirvan de guía en el trabajo de investigación:

De acuerdo con la investigación de Pozo (2020) sobre **“Estudio de factibilidad para implementar una empresa comercializadora de productos agropecuarios en la comuna Dos Mangas”**, el emprendimiento busca brindar el servicio de venta de insumos agropecuarios a los productores de la comunidad, contando con personal profesional capacitado en las diferentes áreas e incluir asesorías técnicas en manejo de cultivos, especies mayores además especies menores, para así lograr un rendimiento de producción de mayor calidad. Los indicadores financieros que determinan la viabilidad y rentabilidad del proyecto muestran una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 30.21% sobre la inversión, acompañada de un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$ 26.270,54 y una Relación Costo-Beneficio de \$1,07. Esto indica que, por cada dólar invertido, se obtendrá un beneficio de 7 centavos.

Así mismo Vallejo (2015) en su trabajo de investigación **“Diseño de factibilidad para la creación de una empresa distribuidora de insumos agropecuarios con el servicio de ventas a domicilio en la zona central de Quevedo”** el propósito de esta investigación, la creación de esta empresa de insumos agropecuarios nace de la perspectiva profesional, a consecuencia de los estudios e interés por el sector productivo de la zona de Quevedo, esperando mejorar y contribuir en el desarrollo y fortalecimiento de los agricultores que trabajan de manera inalcanzable, para proporcionar el cultivo y proceso de producción a las familias ecuatorianas, implementando fuentes de empleo. En el estudio financiero para evaluar la rentabilidad y viabilidad del proyecto utilizó los siguientes indicadores el Valor Actual Neto (VAN) con un valor total de \$145.991,61 la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 51 %, la Relación Costo- Beneficio de 1,25 por cada dólar invertido.

En el **Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos agrícolas, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura**, por Fajardo y Suárez, (2013) manifiestan que el estudio de factibilidad se lo realiza con el fin de desarrollar la idea de invertir en un negocio dedicado a la comercialización permanente de productos agrícolas, manteniendo la calidad, buena atención al cliente y bajos precios. En el estudio financiero para evaluar la rentabilidad y viabilidad del proyecto utilizó los siguientes indicadores el Valor Actual Neto (VAN) con un valor total de \$8.081,32. la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 22,77 %, la Relación Costo- Beneficio de 1,19 por cada dólar invertido.

4.2 Fundamentación Teórico – Científico

4.2.1 Empresa

Para Márquez (2015) una empresa es un organismo compuesto por uno o varios individuos que intentan fusionar recursos para generar bienes o servicios con el objetivo de brindar a la sociedad. En este contexto, resulta esencial que las compañías posean un orden y una regulación, mediante acciones estructuradas y correctamente gestionadas, para alcanzar objetivos y su misión correspondiente.

4.2.2 Clasificación de empresas

De acuerdo con Peñafiel (2021) las empresas se pueden clasificar según las actividades que realizan:

Actividad o giro

Industriales: Producen bienes transformando la materia prima

Extractivas: Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales

Fabricante: Empresa que transforma la materia prima en productos terminados

Agrícola: Su función es la explotación agrícola y ganadera.

Comerciales: Son intermediarios entre el productor y el consumidor

Origen del capital

Pública: este tipo de sociedad pertenece al Estado y su finalidad es responder a las necesidades sociales

Centralizada: cuando las organizaciones de la sociedad están integradas en una jerarquía dirigida por el presidente de la república

Descentralizada: son las que tienen la decisión determinada de poderes limitados para que puedan gestionar su autonomía.

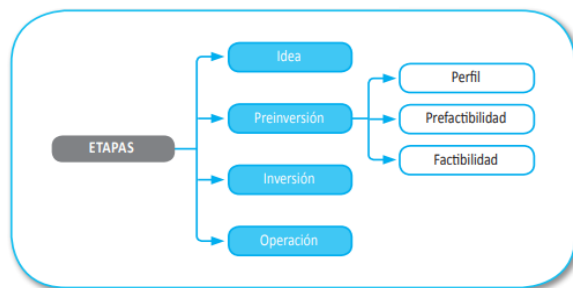
4.2.3 Proyecto

Un proyecto es un conjunto de actividades que deben realizarse en un tiempo determinado, con una combinación de recursos humanos, físicos, financieros y con costos definidos que tienen como objetivo producir un cambio en una unidad, a través del logro de objetivos definidos (Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 2020).

4.2.4 Etapas del proyecto

Sapag (2008), menciona que el ciclo del proyecto está compuesto por tres etapas principales que son:

Figura 1. Etapas del proyecto



Nota. La figura muestra las etapas de un proyecto. Fuente: Sapag (2008).

- **Etapa de ideas**

La etapa de ideas consiste en explorar nuevas ideas comerciales o formas de mejorar el funcionamiento de una empresa.

- **Etapa de preinversión**

Hay tres formas de desarrollar esta etapa, dependiendo de cuánta y buena sea la información: perfil, prefactibilidad y factibilidad.

- **Etapa de inversión**

La etapa de inversión, por otro lado, se alinea con la fase de implementación del proyecto, donde se ponen en acción todas las inversiones realizadas antes del inicio del proyecto.

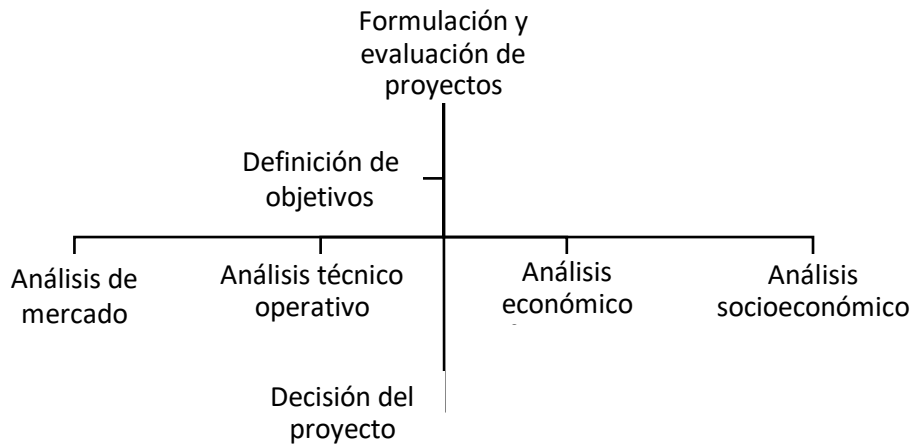
- **Etapa de ejecución**

La etapa de ejecución es la fase donde se pone en marcha la inversión ya realizada.

4.2.5 Partes generales de la evaluación de proyectos

Urbina (2013), menciona que a pesar de que cada análisis de inversión es singular y diferente a los demás, la metodología utilizada en cada uno posee la característica única de ajustarse a cualquier proyecto.

Figura 2. Partes generales de la evaluación de proyectos



4.2.6 Estudio de factibilidad

El estudio de viabilidad es la evaluación de la viabilidad del proyecto, determinando si el proyecto ha sido aprobado y se pueden lograr los resultados esperados. La evaluación de una empresa se lleva a cabo para evaluar si la empresa comercial propuesta producirá resultados positivos o negativos (Duvergel y Argota, 2017).

Partes que integran un estudio de factibilidad.

Según Morales y Morales (2009) las partes que integran un estudio de factibilidad son las siguientes:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio financiero

4.2.7 El Estudio de Mercado

a. Información Base

Pasaca (2017) menciona que se refiere a los resultados obtenidos por medio de fuentes primarias y que fueron recopilados utilizando varias técnicas de investigación como encuestas, entrevistas, observación directa, constatación física y con procesos como el censo, muestreo, entre otros.

Es crucial tener en cuenta que para realizar las entrevistas, observación y constatación física se debe elaborar una guía que direcciona hacia los elementos que se pretende conocer.

Para aplicar encuestas se deben considerar los siguientes aspectos:

1. En poblaciones muy pequeñas como comunidades rurales, lo más recomendable es encuestar a toda la población, lo que se denominaría censo.
2. Si la población es bastante grande o infinita la mejor opción es realizar un muestreo, aquí es necesario determinar el tamaño de la muestra (pp. 32-33).

b. Producto Principal

Se refiere a la descripción del producto que se va a ofrecer en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades humanas, detallando las características principales en conjunto con una representación gráfica que muestre dichas características (Pasaca, 2017, p.41).

c. Producto Secundario

Se detallan los productos que resultan al quedar residuos de la materia prima utilizada, aunque no en todos los casos existirán productos secundarios (p.44)

d. Productos Sustitutos

Aquellos productos que pueden sustituir al producto principal ya que satisfacen una misma necesidad (p.44)

e. Productos Complementarios

Los productos que permiten que se haga uso del producto principal, no en todos los productos será necesario el uso de un producto complementario para cumplir con las necesidades (Pasaca, 2017, p.44).

f. Mercado Demandante

Identificar a aquellas personas que consumirán el producto, conociendo las características similares entre sí por medio de la segmentación del mercado considerando aspectos como sexo, edad, ingresos, residencia, educación, entre otros (p.45).

g. Análisis de la Demanda

Según Pasaca (2017) el estudio en el cual se determina la condición en la que se encuentra la demanda del producto, analizando el mercado potencial para así obtener la demanda insatisfecha que enmarcará el proyecto. La demanda pueda estar cubierta en cuestión de cantidad, pero no en calidad o precio, lo que ocasiona que siga existiendo una necesidad y por lo tanto se necesite un nuevo proyecto.

La demanda se la puede definir como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir con el fin de satisfacer una necesidad bajo un determinado precio.

Mediante el análisis de la demanda se pretende establecer y cuantificar las fuerzas del mercado que están inmersas en los requerimientos de un producto y del mismo modo

determinar las oportunidades que tiene el producto para cubrir los requerimientos que tiene el mercado (pp. 45-46).

El mismo autor en su obra menciona algunos tipos de demanda en cuestión de cantidad como las que se mencionan a continuación:

- **Demanda Potencial**

Se refiere a la cantidad de bienes o servicios de cierto producto que pueden ser consumidos en el mercado.

- **Demanda Real**

La cantidad de bienes o servicios de un producto que son consumidos en el mercado.

- **Demanda Efectiva**

La cantidad de bienes o servicios de la nueva unidad de productiva, que requiere el mercado, aunque se deberá tomar en cuenta que los consumidores por situación económica, nivel de ingresos o algún otro aspecto no tenga la disponibilidad de adquirirlo pese a quiera hacerlo. La conforman aquellas personas que tienen el deseo y la capacidad para realizar la compra, siendo parte de la demanda insatisfecha que se busca atender con el proyecto (pp. 45-46).

h. Estudio de la oferta

La oferta se refiere a la cantidad de un bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer bajo cierto precio (Sapag y Sapag, 2008, p.55).

Los ofertantes se refieren directamente a la competencia, es por ello por lo que se debe analizar la situación en la que se encuentran siempre y cuando estén alineados al proyecto, con el fin de conocer y comprender algunos factores importantes como la capacidad instalada para determinar si puede producir más o no, el mismo producto, para saber su calidad, presentación, empaque, la tecnología que utilizan, entre otros (Pasaca, 2017, p.50).

i. Comercialización del producto

Arboleda (1998) define la comercialización como el intercambio de los bienes y servicios que se da entre los productores y los consumidores o usuarios.

Entre los canales básicos de distribución se destacan los que se utilizan para productos de consumo y para los productos intermedios y de capital. El canal directo es aquel en el que el producto llega directamente al consumidor y cuando interviene un tercero entre el productor y el consumidor se denomina canal indirecto, dicho tercero se lo conoce como intermediario (p. 56).

4.2.8 Estudio técnico

Urbina (2013), menciona que este estudio ayuda a establecer el tamaño ideal de la planta, establecer la ubicación ideal de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y jurídico.

Ingeniería del Proyecto

La ingeniería abarca todos los aspectos del proceso de instalación y el funcionamiento de la planta. En este contexto los aspectos clave a considerar al momento de evaluar son: el tamaño de la empresa, el proceso de producción y los demás factores que contribuyen a su éxito los cuales son; tecnología, aparatos y equipos (González y Blanco, 2022).

Proceso de Producción

De acuerdo con Pasaca (2017) el proceso de producción es la descripción del procedimiento por el cual se conseguirá el producto o se producirá el servicio. Resulta crucial señalar cada una de las etapas del proceso, aunque no en profundidad, ya que en numerosas situaciones esto representa información confidencial.

Diseño del Proceso

Hace referencia al proceso donde diferentes materiales se transforman en productos fabricados a través del uso de tecnología, mano de obra y maquinaria, este procedimiento puede cambiar dependiendo del flujo de producción o del tipo de producto (Córdova Padilla, 2011).

Flujograma de Proceso

Se caracteriza como un resumen visual de decisiones como la producción, el almacenamiento y el transporte, que constituyen un proceso desde su comienzo hasta su término, en esta intervienen la siguiente simbología: operación, transporte, demora, almacenamiento e inspección (Plazas, 2017).

Componente Tecnológico

Se trata de identificar la maquinaria y equipo apropiado para las necesidades del proceso de producción y que se ajuste a los niveles de producción previstos en relación con el nivel de demanda a cubrir (Pasaca, 2017).

Infraestructura Física

Para Pasaca (2017), la infraestructura es la parte física de la empresa, la que define el área para el desarrollo de las actividades propias del negocio.

Distribución en planta

Para la distribución en la planta es necesario contar con las máquinas y equipos necesarios; así como también los servicios de agua, electricidad, alcantarillado, vialidad y

condiciones favorables para que los trabajadores puedan desempeñarse adecuadamente en sus funciones (Prócel, 2018).

Tamaño y Localización

Tamaño

Se refiere al volumen o cantidad de unidades que pueden ser fabricadas en un día, mes o año, en función del tipo de proyecto que se está planteando, la relevancia de establecer el tamaño del proyecto se evidencia principalmente en su impacto en el nivel de inversiones y costos que se estimen y, por ende, en su consecuencia (Córdova, 2011).

Capacidad Instalada

Así mismo, Meza (2013) menciona que la capacidad instalada es el pico de producción o de suministro de servicios que los empleados, utilizando la maquinaria, equipos e infraestructura existente, pueden producir.

Capacidad utilizada

Es el porcentaje de la capacidad instalada que se alcanza, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas (Meza ,2013).

Localización

Según Córdova (2011) localización es el estudio de las variables que establecen donde el proyecto alcanza el máximo rendimiento o el costo más bajo. Por lo general, las decisiones de localización podrían ser consideradas como inusuales; de hecho, algunas compañías solo la realizan una vez en su historia.

Micro localización

De acuerdo con Morales y Morales (2009) en este punto, es necesario determinar de forma precisa en qué terreno se situará la planta y/o las instalaciones que el proyecto prevé. La localización debe cumplir con las demandas de maquinaria, infraestructura, dimensiones para alojar el equipo y a los empleados, entre otros elementos.

Macro localización

Hace referencia a la localización de la macrozona en la que se llevará a cabo un proyecto específico. Esta considera elementos sociales y nacionales de la planificación, fundamentándose en las circunstancias regionales de oferta y demanda, así como en la infraestructura existente (Córdova, 2011).

Factores de Localización

Estos factores incluyen los suministros de materia prima, vías de comunicación apropiadas, de trabajadores capacitados, servicios esenciales y, en última instancia, el mercado al que se dirige el producto.

Diseño Organizacional

Es la estructura de la empresa la que establece las responsabilidades y funciones a realizar en la compañía. Por lo tanto, al diseñar la organización, se ilustra a través de organigramas, tales como el organigrama estructural, el organigrama funcional y el plan de organización posicional. Estos organigramas, siempre elaborados en la estructura organizacional, detallan las funciones que cada posición en la empresa debe realizar (Pasaca, 2017).

Base Legal

Según Pasaca (2017) “Este aspecto busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas legales que lo rigen, utilización de productos, subproductos, patentes, etc. Se toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, aportaciones sociales y demás obligaciones laborales.”

Misión

De acuerdo con Chiavenato (2017) la misión es el propósito o la razón que impulsó la formación de la organización, la cual debe desempeñar un papel. Es inherentemente relacionado con la exactitud de sus motivaciones esenciales, y le facilitará el descubrimiento de un mayor número de potencialidades diferentes para su crecimiento.

Visión

Benavides (2002), menciona que esta se refiere a una organización, a lo que la compañía aspira a ser, su proyección hacia el entorno y su potencial para desarrollarlo. El concepto de visión se emplea para definir un entendimiento preciso del futuro, como la interpretación de las acciones requeridas para transformarlo en éxito.

Valores

Los valores simbolizan la manera en que se llevan a cabo las acciones en una organización y, en consecuencia, deben contribuir a la misión y visión de la compañía. Para conseguirlo, estos principios deben ser adoptados, incorporados y difundidos por los integrantes de la organización (Martos y Pons, 2009).

Estructura Empresarial

Pasaca (2017), afirma que esta fase de funcionamiento es crucial puesto que establece la estructura organizativa que debe tener, pues una organización sólida facilita la distribución de funciones y obligaciones a cada uno de los componentes que la componen. La empresa tendrá los siguientes niveles:

- **Nivel Legislativo.** Este es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de la Junta General de Socios, o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa, bajo la cual se hayan constituido.
- **Nivel Directivo.** Es el nivel que hace la vinculación directa entre los dueños de la empresa (socios o accionistas) y el personal que labora en ella, está conformado por el directorio. Para su actuación está representado por la presidencia.
- **Nivel Ejecutivo.** Este nivel está conformado por el Gerente – Administrador, el cuál será nombrado por el nivel Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.
- **Nivel Asesor.** Normalmente este nivel lo constituye el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial.
- **Nivel de Apoyo.** Este nivel se conforma con todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con las actividades administrativas de la empresa.
- **Nivel Operativo.** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo (Pasaca, 2017).

Departamentalización

La departamentalización consiste en separar y agrupar las funciones de una empresa conforme a su naturaleza; en otras palabras, a través de la división del trabajo, donde las diversas tareas se delegan de la manera más lógica, se agrupan todas aquellas actividades similares, dando paso a la especialización (CUAED, 2024).

Organigramas

Es un esquema que ilustra la estructura de la empresa. Con una visión clara de las áreas que dispone la organización. Además, se usa para comprender su estructura de manera efectiva además son útiles para la división de funciones. (Córdova Padilla, 2011).

Manuales

Según Ordoñez (2012) un manual es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas.

4.2.9 Estudio financiero

De acuerdo (Córdova, 2011) el estudio financiero es recolectar datos de un mercado concreto, para ser examinados de forma sistemática y definir tácticas para alcanzar el producto o servicio que una compañía desea proporcionar.

Inversiones

Abordan los gastos involucrados en la fase preoperacional de un proyecto en concreto, son pagos en efectivo que se utilizan para comprar diversos activos, como edificios; el componente de capital de trabajo se compone de maquinaria, terrenos y todos los demás componentes, entre otros (Pasaca, 2017).

Inversiones en Activos Fijos

Son todas inversiones inmobiliarias o mecánicas que se emplean en el proceso de transformación de insumos o que facilitan la normal operación del proyecto (Sapag, 2008).

Inversión en Activos Diferidos

Pasaca (2017), afirma que los activos diferidos son costos incurridos durante la fase de implementación de un proyecto.

Inversiones en Capital de Trabajo

Comprende el capital de trabajo o recursos esenciales necesarios para el funcionamiento regular de un proyecto de una capacidad y tamaño específicos (Sapag, 2008).

Financiamiento

Pasaca (2017), define financiación como el monto de inversión requerida, el lugar donde se obtiene la financiación Las fuentes que se citan a continuación se detallan los tipos de financiamiento:

- Fuentes internas, conformada por el aporte de los socios.
- Fuentes externas, conformada por las entidades financieras.

Análisis de Costos

El análisis de costos en la empresa tiene como finalidad identificar y medir los gastos en los que incurre en el desempeño de sus actividades, información crucial a la hora de tomar decisiones (Empresa, 2021).

Costo Total de Producción

Los costos de producción se refieren a los gastos realizados durante la creación de productos o servicios. Estos costos pueden incluir materias primas, mano de obra directa y otros gastos generales (Financiamiento, 2023).

Costo Unitario de Producción

Como señala Pasaca (2017), el costo total está vinculado con la cantidad de unidades fabricadas en un periodo específico, para calcularlo se utiliza la siguiente fórmula:

Costo unitario de producción = (Costo total de producción / Número de unidades producidas)

Determinación de Ingresos

Establecimiento del Precio de Venta

Pasaca (2017), menciona que se debe considerar el costo total de producción, sobre el cual se adiciona un margen de utilidad, cuya fórmula para obtenerlo es:

$$CUP = CTP / NUP$$

CUP = Costo Unitario de Producción

CTP = Costo Total de Producción

NUP = Número de Unidades Producidas

Presupuesto proyectado

En el interior de la compañía, es posible calcular los beneficios futuros que producirá el proyecto, además de los costos, ingresos y gastos en los que se involucrará, dado que es un instrumento que facilita la planificación y administración (Pasaca, 2017).

Estado de Pérdidas y Ganancias

Bustamante (2011), menciona que es un informe financiero fundamental que muestra datos acerca de los éxitos obtenidos por la gestión de una empresa durante un periodo específico; además, destaca los esfuerzos que se emplearon para lograr estos éxitos.

Determinación del Punto de Equilibrio

Como señala Arias (2019), el punto de equilibrio se refiere a un punto muerto o límite de rentabilidad, y se refiere a aquel nivel de ventas mínimo que alinea los costos totales con los ingresos totales de una compañía.

4.2.10 Evaluación financiera

Una evaluación financiera permite una determinación cuantitativa y monetaria de los costos operativos del proyecto y su aceleración. De modo que, esto le permite evaluar la rentabilidad de sus proyectos empresariales y visualizar la rentabilidad y la recuperación en el tiempo (González, 2019).

Flujo de Caja

Kiziryán (2015) menciona que el flujo de caja se refiere a las entradas y salidas netas de capital de una compañía o proyecto durante un periodo específico, proporcionando datos sobre la habilidad de la empresa para saldar sus obligaciones financieras. Por esta razón, es una información esencial para entender el estado actual de la empresa. Es un instrumento eficaz para evaluar el grado de liquidez de una compañía.

Valor Actual Neto

Según lo menciona Sapag (2008), este es el método más conocido y aceptado por los evaluadores de proyectos, ya que el mismo permite medir el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión, es el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0.

Para efectuar el cálculo del valor actual neto se aplica la siguiente fórmula:

VAN = Valor actual de flujos netos de caja -

Inversión

VAN = Valor Actual Neto del Periodo

ΣVA = Sumatoria de los flujos de caja

FN = Flujo Neto

(1 + i)⁻ⁿ = Factor de actualización

n = Número de periodos

Tasa Interna de Retorno

Según Pasaca (2017), representa la tasa de rendimiento que brinda el proyecto, también se la toma como la tasa de interés que se podría abonar por un crédito que financie la inversión. Para calcular la tasa interna de retorno de aplica la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} = \text{Tm} + \text{DT} (\text{VAN Tm} / \text{VAN Tm} - \text{VAN TM})$$

Relación Costo – Beneficio

Se conoce como índice de rendimiento, que representa la relación actual entre los flujos netos y la inversión inicial. Este índice se emplea para ordenar los proyectos en función de su rendimiento descendente. Si la relación entre el beneficio y el costo supera 1, el proyecto recibe la aprobación (Córdova, 2011).

$$\text{RBC} = (\sum \text{Ingresos Actualizados} / \sum \text{Costos Actualizados}) - 1$$

Periodo de Recuperación de Capital

Consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos de efectivos futuros que generará el proyecto” (Baca, 2013).

$$\text{PR} = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Ingresos promedios}}$$

Análisis de sensibilidad

De acuerdo con Borad (2019), es un instrumento de administración que posibilita a las organizaciones anticipar los resultados de un proyecto, facilitando la comprensión de las incertidumbres, restricciones y alcances de un modelo de decisión. También denominado análisis hipotético, facilita la determinación de cómo los distintos valores de una variable independiente pueden influir en una variable dependiente específica.

Según Pasaca (2017) el criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es mayor que 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual que 1 no hay efectos sobre el proyecto.

$$\text{Análisis de sensibilidad} = ((\text{VANn} - \text{VANE}) / \text{VANE}) \times 100$$

VANn: hace referencia al valor actual neto nuevo.

VANE: hace referencia al valor actual neto que se tenía antes de realizar el cambio en la variable que se está midiendo.

4.2.11 Comercialización agropecuaria

Arias (2019) menciona que comercialización agropecuaria representa la etapa intermedia entre la producción y el consumo, y forma parte del sistema de relaciones sociales, hay elementos que pueden impactar y que se asemejan más a la actividad de comercialización, tales como: ausencia de organización para la producción y venta, baja cultura organizacional, desconocimiento de precios, ausencia de análisis de la demanda, ausencia de contratos de compra-venta o convenios de venta, y baja integración entre los productores al momento de producir y vender.

4.2.12 Productos agropecuarios

Es la denominación genérica de cada uno de los productos de la agricultura y ganadería, la actividad humana que obtiene materias primas de origen vegetal a través del cultivo (Ordoñez, 2020).

Clasificación de productos agropecuarios

De acuerdo Bartual y Berenguer (s.f.) pueden clasificarse atendiendo a diversos aspectos.

Según el destino de su aplicación pueden considerarse:

- **Pesticidas de uso o productos fitosanitarios:** destinados a su utilización en el ámbito de la sanidad vegetal o el control de vegetales.
- **Pesticidas de uso ganadero:** los destinados a su utilización en el entorno de los animales o en actividades relacionadas con su explotación.
- **Pesticidas de uso en la industria alimentaria:** destinados a tratamientos de productos o dispositivos relacionados con la industria alimentaria.
- **Pesticidas de uso ambiental:** destinados al saneamiento de locales u otros establecimientos públicos o privados.
- **Pesticidas de uso en higiene personal:** aquellos preparados útiles para la aplicación directa sobre el hombre.
- **Pesticidas de uso doméstico:** cualquier preparado destinado para aplicación por personas no especialmente calificadas en viviendas o locales habitados.

5. Metodología

Para el desarrollo del proyecto de investigación se empleó la metodología detallada a continuación:

5.1 Área de estudio

El estudio se llevó a cabo en el cantón El Carmen, perteneciente a la provincia de Manabí.

Figura 3. Área de estudio



Nota. Elaboración del autor.

5.2 Método de investigación

5.2.1 Método deductivo

Inicio de un principio general para llegar a aspectos particulares, es decir a través de este método se logró alcanzar los objetivos propuestos, mediante el cual se recopiló información general sobre los procesos que conllevan cada uno de los diferentes estudios o fases del proyecto para la realización del marco teórico y determinar la viabilidad del proyecto con relación a los resultados obtenidos.

5.3 Enfoque de la investigación

5.3.1 Cuantitativo

El enfoque cuantitativo no experimental permitió realizar la tabulación de las encuestas, y descifrar de forma numérica los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas para con ello lograr llegar a un análisis estadístico cuantificable con la recolección de la información o datos obtenidos.

5.4 Tipo de investigación

5.4.1 Exploratoria

Se llevo a cabo la investigación exploratoria ya que esta permitió poder investigar el problema de estudio y obtener información valiosa, al momento de realizar un estudio previo con la ayuda de encuestas y entrevistas para proceder con el respectivo análisis de la investigación.

5.4.2 Descriptiva

La presente investigación permitió reunir información en cuanto a las características de la población objeto de estudio.

5.4.3 Población

La población seleccionada para este estudio fueron los habitantes del cantón El Carmen dedicados a actividades agrícolas, ganaderas o actividades afines en el campo, en el cual se realizó una segmentación demográfica, tomando los datos del INEC, censo del año 2022, que registró un total de 9.629 agricultores.

5.4.4 Muestra

La fórmula que se utilizó para determinar el tamaño de la muestra de la población objeto de estudio fue la siguiente:

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

Términos:

N = Tamaño de la población 9.629

Z² = 1,96 nivel de confianza

E² = margen de error (0,05)

p = Probabilidad de éxito (0,5)

q = Probabilidad de fracaso (0,5)

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * (9.629)}{(0,5)^2 (9.629 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 9.629}{0,0025(9.628) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{9.247}{24,07 + 0,9604}$$

$$n = \frac{9.247}{25}$$

$$n = 370$$

5.5 Técnicas e instrumentos

5.6.1 Entrevista

Estuvo dirigida a los oferentes dueños de las comercializadoras que se encuentran en el cantón El Carmen, con la finalidad de recabar información pertinente que ayudo a determinar el nivel de competencia que tuvo en el mercado.

5.6.2 Encuesta

Estuvo dirigida a los agricultores del cantón El Carmen, en donde se aplicó un cuestionario con preguntas abiertas, cerradas y de opción múltiple sobre el tema de investigación.

6. Resultados

Se aplicaron 370 encuestas dirigidas a los agricultores y 6 encuestas dirigidas a dueños de almacenes agropecuarios con el objetivo de conocer la factibilidad de crear una empresa comercializadora de productos agropecuarios en el cantón El Carmen, Provincia de Manabí.

Resultados de la encuesta aplicada a los agricultores

1. ¿Compra usted, productos agropecuarios?

Tabla 1.

Compra de productos agropecuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	369	100%
No	1	0%
Total	370	100%

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

Análisis e Interpretación

Basado en los resultados de si consumen productos agropecuarios, el 100% de los encuestados indican que si compran productos agropecuarios asegurando que en el cantón El Carmen es una zona afluyente de agricultores.

2. ¿Qué tipo de cultivos o productos agropecuarios maneja principalmente?

Tabla 2.

Manejo de cultivos o productos agropecuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cacao	73	20%
Café	6	2%
Maíz	68	18%
Plátano	84	23%
Cría de animales	139	38%

Total	370	100%
--------------	------------	-------------

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

Análisis e Interpretación

El producto agropecuario que manejan con más frecuencia los agricultores es la cría de animales con un 38%, mientras que un 23% manejan el cultivo de plátano, seguido aparece el cultivo de cacao con una frecuencia del 20%, también refleja el cultivo de maíz con una frecuencia del 18%. Mientras tanto el 2% de los agricultores maneja el cultivo de café, indicando que el manejo de estos cultivos es en menor grado.

3. ¿Qué productos agropecuarios compra con mayor frecuencia?

Tabla 3.

Compra de productos agropecuarios con mayor frecuencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fertilizantes	90	24%
Semillas	61	16%
Agroquímicos	71	19%
Balanceados	148	40%
Total	370	100%

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

Análisis e Interpretación

Dentro de los resultados tenemos que los productos agropecuarios más comprado es el balanceado con el 40%, en segundo lugar, tenemos los fertilizantes con el 24% y le sigue los agroquímicos con el 19% y las semillas en el último puesto con el 16%. Sin embargo, existen otros productos que, si se utilizan, pero en un porcentaje bajo.

4. ¿Consume usted, productos agropecuarios?

Tabla 4.

Consumo de productos agropecuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	315	85%
No	55	15%
Total	370	100%

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

Análisis e Interpretación

Basado en los resultados de si consumen productos agropecuarios, el 85% de los encuestados indican que si consumen productos y un 15% de los encuestados indican que no consumen productos agropecuarios ya que opta por utilizar productos orgánicos.

5. ¿Cuántas unidades de productos agropecuarios compra semanalmente?

Tabla 5.*Unidades de consumo mensual*

VARIABLES	FRECUENCIA	Xm	Xm (f)	PORCENTAJE
De 5 a 10	86	8	645	23%
De 5 a 10	153	16	2371,5	41%
De 21 a 30	101	26	2575,5	27%
De 22 a 30	30	36	1065	8%
Total	370		6657	100%

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

$$\text{Consumo promedio mensual} = \frac{6.6657}{370} = 17,99 = 18 \text{ unidades}$$

Consumo promedio anual = promedio consumo mensual x 12 meses

$$\text{Consumo promedio anual} = 18 * 12 = 216$$

Consumo promedio anual = 216 unidades anuales.

Análisis e Interpretación

Al preguntar sobre cuantas unidades de productos consumen, se obtuvo que el 41% consumen de 11 a 20 unidades de productos agropecuarios mensualmente, el 27% respondieron que consumen entre 21 a 30 unidades, el 23% consumen de 5 a 10 productos agropecuarios, mientras que el 8% restante mencionaron que consumen de 21 a 30 unidades de productos agropecuarios.

6. ¿Qué factores son los más importantes al momento de comprar productos agropecuarios?

Tabla 6.*Factores que influyen en la compra de productos agropecuarios*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	86	23%
Calidad	153	41%
Marca	30	8%
Asistencia técnica	101	27%
Total	370	100%

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

Análisis e Interpretación

Dentro de los factores que más se fijan al momento de comprar un producto agropecuario son la calidad y la asistencia técnica con un 41% y 27% respectivamente. Luego

se fijan en el precio con un 23% y de ultimo miran la marca del producto, esto debido a que en la zona se comercializa varias marcas.

7. ¿Dónde prefiere comprar productos agropecuarios?

Tabla 7.

Preferencia al comprar productos agropecuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas locales	131	35%
Distribuidoras autorizadas	167	45%
Directamente en locales del fabricante	55	15%
Online (sitios web, aplicaciones)	17	5%
Total	370	100%

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

Análisis e Interpretación

Los datos obtenidos demuestran que el 45% prefieren comprar los productos en distribuidoras autorizadas; el 35% a través de tiendas locales; el 15% directamente en locales del fabricante y el 5% lo adquiere online (sitios web, aplicaciones). Información que servirá para establecer las estrategias de comercialización.

8. ¿Cuáles son las principales dificultades que enfrenta al momento de comprar productos agropecuarios?

Tabla 8.

Principales dificultades que enfrenta al momento de comprar productos agropecuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Falta de disponibilidad	38	10%
Falta de información sobre los productos	165	45%
Falta de asistencia técnica	129	35%
Precios altos	38	10%
Total	370	100%

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

Análisis e Interpretación

Dentro de los resultados tenemos que la principal dificultad al momento de comprar productos agropecuarios es la falta de información sobre los productos con el 45%, en segundo lugar, está la falta de asistencia técnica con el 35%. Mientras que la falta de disponibilidad y precios altos tienen el 10%, esto nos indica la importancia del estudio en mención referente a los antes mencionados.

9. ¿Cuánto valora la asistencia técnica ofrecida por los proveedores de productos agropecuarios?

Tabla 9.

Valoración de asistencia técnica ofrecida por proveedores

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No es importante	289	78%
Muy importante	81	22%
Total	370	100%

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

Análisis e Interpretación

Según los resultados obtenidos de las encuestas nos arrojó que la asistencia técnica ofrecida por proveedores de productos agropecuarios es muy importante con 78% mientras que un 22% de los encuestados indican que no es importante la asistencia técnica ofrecida por proveedores de productos agropecuarios

10. ¿Qué tipo de apoyo le gustaría recibir de sus proveedores de productos agropecuarios?

Tabla 10.

Tipo de apoyo de sus proveedores de productos agropecuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Asesoría técnica	153	41%
Capacitación en el uso del producto	129	35%
Descuentos por volumen	88	24%
Total	370	100%

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

Análisis e Interpretación

Estos resultados arrojan que el 41% de los agricultores prefieren como principal apoyo la asesoría técnica y un 35% prefieren las capacitaciones en el uso del producto respectivamente. Tan solo el 24% de ellos prefieren los descuentos por volumen que se les brinda, esto nos refleja una variación en el grupo encuestado.

11. ¿Prefiere productos que promuevan prácticas agrícolas sostenibles?

Tabla 11.

Preferencia de productos que promuevan prácticas agrícolas sostenibles

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
--------------------	-------------------	-------------------

Si, siempre	169	46%
Si, en la medida posible	178	48%
No me parece relevante	23	6%
Total	370	100%

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

Análisis e Interpretación

Según los resultados obtenidos el 48% de los agricultores al momento de realizar sus compras prefieren los productos que promuevan prácticas agrícolas sostenibles en la medida posible, como segundo lugar un 46% de los agricultores optan por los productos que siempre promuevan prácticas agrícolas sostenibles y un 6% de ellos no les parece relevante este tema. Esto nos indica que de acuerdo con la preferencia de los agricultores del cantón; si se están utilizando productos que promuevan prácticas agrícolas sostenibles.

12. ¿Si se implementara una empresa comercializadora de productos agropecuarios en el cantón El Carmen, estaría dispuesto a adquirir sus productos?

Tabla 12.

Implementación de una empresa comercializadora de productos agropecuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	354	96%
No	16	4%
Total	370	100%

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

Análisis e Interpretación

Basado en los resultados de la encuesta se tiene que un 96% adquiriría los productos si se crea una empresa de comercializadora de productos agropecuarios, esto debido a que tienen que acudir a tiendas agropecuarias para adquirirlas. Y un 4% indica que no compraría productos en la distribuidora, esto indica que la nueva unidad económica tiene aceptación en la ciudad. La creación de una empresa comercializadora de productos agropecuarios podría satisfacer la demanda de la mayoría de los agricultores.

13. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información acerca de la venta de productos agropecuarios?

Tabla 13.

Medio de comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	20	5%

Televisión	32	9%
Medios digitales	307	83%
Periódicos	11	3%
Total	370	100%

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

Análisis e Interpretación

Según los resultados indican que el 83% de los encuestados les gustaría recibir la información mediante medios digitales, esto debido que es más fácil y hoy en día la mayoría cuenta con redes sociales. También existe un 9% que prefiere que se envíe la información por televisión, un 5% prefieren recibir la información por radio y un pequeño grupo del 3% prefieren recibir la información en periódicos. Es importante considerar estos factores para dar a conocer la implementación de la empresa de comercializadora de productos agropecuarios en toda la zona.

14. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir al momento de adquirir sus productos agropecuarios?

Tabla 14.

Promociones de productos agropecuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos en compras	240	65%
Promoción 2 x 1	97	26%
Cupones de descuento	33	9%
Total	370	100%

Nota. Resultados de encuestas a los agricultores

Análisis e Interpretación

Del total de agricultores un 65% prefieren como promociones los descuentos en compras al momento de adquirir sus productos agropecuarios, un 26% prefieren las promociones 2 x 1 en productos. Mientras que, un 9% prefieren los cupones de descuentos.

Resultados de la encuesta a los dueños de almacenes agropecuarios

15. ¿Cuál es el principal tipo de cliente que atiende?

Tabla 15.

Tipo de cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Agricultor	3	50%
Ganadero	2	33%

Particular	1	17%
Total	6	100%

Nota. Resultados de encuestas a los propietarios de almacenes agropecuarios

Análisis e Interpretación

Según los datos obtenidos los clientes que atienden los almacenes agropecuarios en su mayoría son agricultores con el 50 %; el 33% son ganaderos y el 17% son clientes particulares. Información que servirá para establecer las estrategias de comercialización de la empresa.

¿Qué tipos de productos agropecuarios ofrece?

Tabla 16.

Oferta de productos agropecuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fertilizantes	1	17%
Semillas	1	17%
Agroquímicos	3	50%
Balanceados	1	17%
Total	6	100%

Nota. Resultados de encuestas a los propietarios de almacenes agropecuarios

Análisis e Interpretación

En base a los resultados podemos observar que los productos más ofertados son los agroquímicos con un 50%, siendo el más ofertado en el cantón. Seguidos están en valores iguales los fertilizantes con 17%, semillas con 17% y balanceados también con el 17%. Esto indica que los productos agropecuarios son ofertados concurrentemente en la zona.

16. ¿Qué cantidad de productos vende mensualmente en su local?

Tabla 17.

Productos más vendidos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 50 unidades	1	17%
De 51 a 100 unidades	0	0%
De 101 a 150 unidades	1	17%
De 151 a 200 unidades	3	50%
Total	6	100%

Nota. Resultados de encuestas a los propietarios de almacenes agropecuarios

Análisis e Interpretación

Según los datos obtenidos la cantidad de venta mensual de productos agropecuarios oscilan de 151 a 200 respectivamente, de manera equitativa se presentan con un porcentaje del 17% las ventas de 1 a 50 unidades y de 101 a 150 unidades de productos agropecuarios. Esta información servirá para calcular la demanda efectiva y con el tiempo ofrecer nuevos productos.

17. ¿Qué tipo de servicios adicionales ofrece?

Tabla 18.

Servicios adicionales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Asesoría técnica	3	50%
Capacitación del producto	1	17%
Servicio postventa	1	17%
Descuentos por volumen	1	17%
Total	6	100%

Nota. Resultados de encuestas a los propietarios de almacenes agropecuarios

Análisis e Interpretación

De acuerdo con los datos recopilados el 50% de los almacenes agropecuarios ofrecen servicios de asesoría técnica; en porcentajes iguales del 17% brinda capacitación del producto; el servicio postventa con un 17% y el 17% ofrece como servicio adicional los descuentos por volumen.

18. ¿Cada qué tiempo realiza la adquisición de productos agropecuarios?

Tabla 19.

Frecuencia de adquisición de productos agropecuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Semanalmente	1	17%
Mensualmente	3	50%
Cada 3 - 6 meses	1	17%
Anualmente	1	17%
Total	6	100%

Nota. Resultados de encuestas a los propietarios de almacenes agropecuarios

Análisis e Interpretación

Según los resultados de las encuestas el 50% de los almacenes agropecuarios adquieren los productos agropecuarios mensualmente; con valores iguales del 17% semanalmente; cada 3 – 6 meses con un 17 % y anualmente con una frecuencia similar del 17%. Esto indica que los factores que más influyen en la decisión de compra mensual son por las ventas de cada almacén.

19. ¿Qué tipo de promoción da a sus clientes por las compras realizadas?

Tabla 20.

Promoción a clientes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Promociones 2 x 1	3	50%

Producto adicional	2	33%
Cupones de descuentos	1	17%
Total	6	100%

Nota. Resultados de encuestas a los propietarios de almacenes agropecuarios

Análisis e Interpretación

Las promociones que más ofertan los almacenes agropecuarios son las promociones 2 x 1 con un 50%. Mientras que, con un 33% entregan producto adicional en sus compras y el 17% entrega cupones de descuento.

20. ¿Por qué medios de comunicación da a conocer sus productos?

Tabla 21.

Medios de comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	1	17%
Radio	1	17%
Periódicos	1	17%
Medios digitales	3	50%
Total	6	100%

Nota. Resultados de encuestas a los propietarios de almacenes agropecuarios

Análisis e Interpretación

Los medios de comunicación más utilizados por los almacenes agropecuarios son los medios digitales, en partes iguales tenemos con un 17 % que comunican sus promociones en la televisión, periódicos y radio. Es importante considerar estos factores para dar a conocer las ofertas a la hora de la implementación de la empresa comercializadora de productos agropecuarios en toda la zona.

21. ¿En caso de implementar una empresa comercializadora de productos agropecuarios, adquiriría usted nuestros productos?

Tabla 22.

Implementación de una empresa comercializadora de productos agropecuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	83%
No	1	17%
Total	6	100%

Nota. Resultados de encuestas a los propietarios de almacenes agropecuarios

Análisis e Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos tenemos que, el 83% de los propietarios de almacenes agropecuarios indican que sí estarían dispuestos a adquirir los productos, si se implementa una empresa comercializadora de productos agropecuarios en el cantón El Carmen. Sin embargo, el 17% indica que no estaría dispuesto a adquirir el producto, esto debido a que unos de los almacenes tienen puntos de distribución.

6.1 Estudio de mercado

6.1.1 Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda es una valoración de los elementos que afectan la demanda de un producto o servicio en un mercado determinado. Para estimar la posible demanda considere la población de agricultores del cantón El Carmen, de acuerdo con información proporcionada por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), el año 2010 y el año 2022 de acuerdo con el crecimiento de la población total de agricultores, teniendo en cuenta un incremento poblacional del 1,13%.

$$(9.629 \times 1,13\%) + 9.629$$

Tabla 23.

Población proyectada	
Año	Población (18-65 años) % (tasa de crecimiento)
0	9.629
1	9.738
2	9.996
3	10.261
4	10.533
5	10.812

Nota. Datos obtenidos del muestreo de acuerdo con el INEC.

6.1.2 Demanda potencial

Para determinar la demanda potencial tome en cuenta los datos obtenidos anteriormente en las encuestas realizadas a demandantes, en la pregunta 1, tabla 1 muestra que el 100% de la población mencionan que, si compran productos agropecuarios, siendo estos demandantes potenciales.

Para el año 0 la demanda potencial es de:

$$DP = PEA \text{ año } 0 \times \% \text{ de aceptación de consumo}$$

$$DP = 9.629 \times 100\%$$

$$DP= 9.629$$

Tabla 24.

Demanda Potencial

Año	Población	Aceptación	Demandantes potenciales
0	9.629	100%	9.629
1	9.738	100%	9.738
2	9.996	100%	9.996
3	10.261	100%	10.261
4	10.533	100%	10.533
5	10.812	100%	10.812

Nota. Datos obtenidos de la pregunta 2 tabla 2.

6.1.3 Demanda real

Para determinar la demanda real se basa en la información obtenida anteriormente de la demanda potencial siendo esta 9.629 misma que se multiplica por el 85% de la pregunta 4, tabla 4 en donde estos dan a conocer que consumen productos agropecuarios semanalmente siendo la demanda real en donde 9.629 se multiplica por el 85% dando como resultado 8.185.

$$DR= \text{Demanda potencial} \times 85\% \text{ aceptación}$$

$$DR= 9.629 \times 85\%$$

$$DP= 8.185$$

Tabla 25.

Demanda rea

Años	Demandantes potenciales	Aceptación	Demandantes reales
0	9.629	85%	8.185
1	9.738	85%	8.277
2	9.996	85%	8.496
3	10.261	85%	8.722
4	10.533	85%	8.953
5	10.812	85%	9.190

Nota. Datos obtenidos de la pregunta 4 tabla 4.

6.1.4 Demanda efectiva

Para calcular la demanda efectiva se toma en cuenta la demanda real que es de 5.585 que se multiplica con el porcentaje de la pregunta 11, tabla 11 de implementar una empresa comercializadora de productos agropecuarios en el cantón El Carmen, en donde el 96% si estarían dispuestos adquirir el producto.

$$DE= \text{Demanda real} \times \% \text{ aceptación}$$

$$DE= 8.185 \times 96\%$$

$$DE= 7.857$$

Tabla 26.

Demanda efectiva

Años	Demandantes	Demandantes	Aceptación	Demandantes
0	9.629	8.185	96%	7.857
1	9.738	8.277	96%	7.946
2	9.996	8.496	96%	8.157
3	10.261	8.722	96%	8.373
4	10.533	8.953	96%	8.595
5	10.812	9.190	96%	8.822

Nota. Datos obtenidos de la pregunta 12 tabla 12.

6.1.5 Demanda efectiva en producto

Para calcular la demanda efectiva en producto se la determina en base a la demanda que es 131.959 multiplicada por el consumo promedio anual en unidades que es 36, datos que se obtienen en la pregunta 3, tabla 4.

$$DEP= \text{Demanda efectiva} \times \sum \text{consumo}$$

$$DEP= 7.857 \times 216$$

$$DEP= 1.697.169$$

Tabla 27.

Demanda efectiva en producto

Años	Demanda efectiva	Consumo promedio anual	Demanda efectiva en
0	7.857	216	1.697.169
1	7.946	216	1.716.347
2	8.157	216	1.761.830
3	8.373	216	1.808.519
4	8.595	216	1.856.444
5	8.822	216	1.905.640

Nota. Datos obtenidos de la pregunta 4 tabla 4 y 26.

6.1.6 Análisis de Oferta

La oferta representa el volumen de productos y servicios que los vendedores ofrecen a la venta en el mercado a un precio específico, el cual se establece considerando las ventas mensuales de productos agropecuarios del requerimiento en las distribuidoras ubicadas en el cantón El Carmen. Para calcular el promedio mensual de ventas, se lleva a cabo a través de la encuesta realizada a los 6 oferentes, como se especifica en la pregunta 16 de la tabla 16, indicando que el promedio de las ventas mensuales es de 151 unidades.

Tabla 28.*Promedio mensual de venta de productos agropecuarios*

Promedio de venta de productos	Meses en el año	Promedio anual por unidad
151	12	1.812

Nota. Datos obtenidos de la pregunta 16 tabla 16, encuesta a los oferentes.

Tabla 29.*Oferta total de productos agropecuarios*

Número de oferentes	Promedio de unidades	Total de unidades anuales
6	1.812	10.872

Nota. Datos obtenidos de la tabla 26.

6.1.7 Proyección de la oferta

Para llevar a cabo la proyección de la oferta, se toman en cuenta los 5 años de duración del proyecto, considerando el ritmo de crecimiento del consumo de productos agropecuarios, que es de 5,5% según datos proporcionados por Sistema de Coordinación General de Información Nacional Agropecuaria del MAG (2024).

Total de unidades oferentes *tasa de crecimiento) + total de unidades oferentes

$$(10.872 * 5,5\%) + 10.872 = 11.472 \text{ (Año 1)}$$

Tabla 30.*Proyección de la oferta*

Año	Tasa de crecimiento	Oferta proyectada
0	5,5%	10.800
1	5,5%	11.472
2	5,5%	12.105
3	5,5%	12.774
4	5,5%	13.479
5	5,5%	14.223

Nota. Oferta proyectada para los 5 años, datos de la tabla 27.

6.1.8 Demanda insatisfecha

La demanda no cubierta se refiere a la demanda del producto que no es completamente satisfecha o cubierta por los oferentes de este en el cantón El Carmen. Esta se determina a partir de la división entre la demanda real y la oferta total del producto.

Para calcular la demanda insatisfecha, se toma en cuenta la demanda efectiva misma que se le resta el total de la oferta en unidades.

Tabla 31.

Demanda insatisfecha			
Años	Demanda efectiva	Total oferta en	Demanda insatisfecha
0	1.697.169	10.872	1.686.297
1	1.716.347	11.472	1.704.875
2	1.761.830	12.105	1.749.725
3	1.808.519	12.774	1.795.745
4	1.856.444	13.479	1.842.966
5	1.905.640	14.223	1.891.418

Nota. Datos obtenidos de las tablas 27 y 30.

6.2 Estudio técnico

El presente estudio técnico se analiza y determina la forma técnica los recursos necesarios, óptimos, humanos, materiales que se requieren para poder tener un buen funcionamiento en la empresa, además se basa acerca de cuanto, como, cuando, donde y con que se va a comercializar los productos agropecuarios.

6.2.1 Tamaño y localización

El tamaño del proyecto se define por la capacidad de la compañía durante su ciclo de vida, teniendo en cuenta factores esenciales como la demanda actual, la capacidad de instalación, la capacidad empleada, la cuota de mercado y la fuerza laboral disponible. Se considera que la empresa contará con una superficie de 200 metros cuadrados, de los cuales el 40% se destinará al área administrativa, el 60% se destinará al área de almacenaje. Como empresa distribuidora, cuyo propósito es la adquisición y comercialización de productos agropecuarios, se considera el volumen de la empresa para determinar su capacidad.

Capacidad instalada

Considerando que la empresa cuenta con una superficie de 200 metros cuadrados, de los cuales un 60% se emplea para almacenar los productos, se lleva a cabo el siguiente proceso.

Tamaño del almacén = 60% * 200 metros cuadrados

Tamaño del almacén = 120 metros cuadrados

Tabla 32.

Capacidad Instalada				
Tamaño	Unidades	Unidades	Meses	Unidades almacenadas por
120	15	1.500	12	18.000

Nota. Datos obtenidos de las tablas 27 y 30.

Análisis e Interpretación

Se determina que el almacenamiento mensual de 1.500 unidades de productos agropecuarios con una capacidad del 100%, lo que se multiplica por 12 meses que tiene el año, lo que resulta en las 18.000 unidades de productos agropecuarios.

Capacidad Utilizada

Para el primer año, se estima la capacidad empleada en un 100%; la capacidad instalada es de 18.000; de esta manera, se lleva a cabo el mismo proceso para los años siguientes con su correspondiente porcentaje.

Tabla 33.

Capacidad utilizada

Años	Capacidad instalada	% de Utilización	Capacidad Utilizada
1	18.000	100%	18.000
2	18.000	100%	18.000
3	18.000	100%	18.000
4	18.000	100%	18.000
5	18.000	100%	18.000

Nota. Datos obtenidos de la tabla 32

6.2.2 Localización

Es el lugar en donde se ubicará la empresa, se debe tomar en cuenta que la misma sea accesible para los clientes.

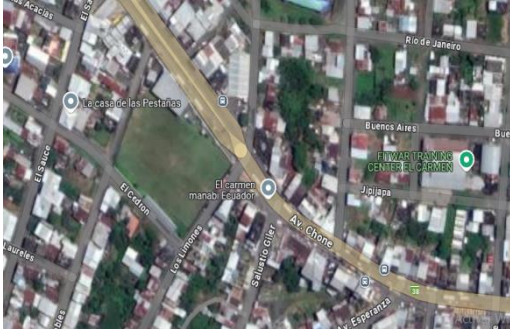
Macrolocalización

La empresa comercializadora de productos agropecuarios se encontrará ubicada en la provincia de Manabí, cantón El Carmen, región Norte del país Ecuador.

Microlocalización

La empresa estará ubicada en el cantón El Carmen, en la cooperativa barrio nuevo, calle principal Avenida Chone y Salustio Giler, teniendo la accesibilidad para los productores de la zona cuyo beneficio será contrarrestar el recorrido hacia otros lugares para la obtención de sus productos que incluye la asesoría técnica.

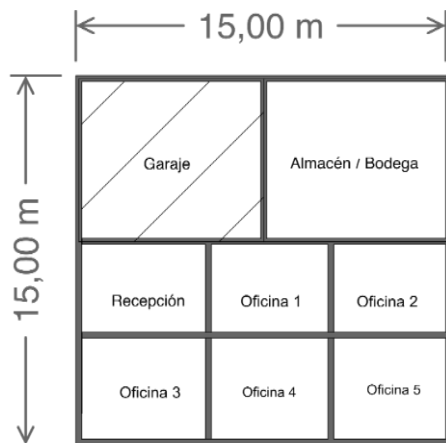
Figura 4. Direccion de la empresa



Nota. La figura muestra la dirección de la empresa. Fuente: Google maps.

Distribución de la empresa

Figura 5. Disitribucion de la empresa



Nota. Elaboración del autor.

Descripción de la empresa

- **Recepción:** Lugar para recibir a clientes.
- **Oficinas:** Lugares de trabajo del gerente, técnico, asesor, secretario y contador de la empresa.
- **Almacén/Bodega:** Conlleva todo aquello relacionado a lo que son las ventas y almacenaje de los productos.

6.2.3 Ingeniería del proyecto

Los aspectos que considerarse son:

- **Proceso de Producción**

El procedimiento de producción de la empresa incluye una serie de etapas requeridas para asegurar la calidad de sus productos. Estos productos son vistos como la materia prima de la empresa y también brindan servicios de consultoría técnica para cubrir las demandas particulares de los consumidores.

- **Equipos, maquinarias y herramientas**

Se refiere a todos los dispositivos o maquinaria empleados durante el proceso de producción.

Tabla 34.

Equipo, maquinaria y herramientas

Maquinaria y equipos

Montacargas manual

Cantidad: 1

Un montacargas manual es aquel que el trabajador puede accionar con sus propias manos. Se utilizan para levantar cargas desde el suelo y transportarlas de un lugar a otro. Su principal ventaja es que no requieren del uso de motores, baterías ni combustibles.



Racks

Cantidad: 8

Los racks son un elemento de almacenaje o almacenamiento fuerte, resistente y duradero. En detalle, son estructuras metálicas que aprovechan el espacio que existe en un almacén o bodega para alojar, ordenar y mantener en control todo tipo de mercancías y productos que deben ser guardados.



Góndolas metálicas

Cantidad: 5

Son estructuras que están ideadas para soportar y colocar en ellos diversas clases de productos, artículos y mercancía que se utiliza para vender en puntos de ventas. Su funcionamiento es ordenar el establecimiento, facilitando su acceso por parte del cliente que quiera comprarlos.



Archivador metálico

Cantidad: 3

Un archivador metálico nos permite llevar un orden específico en cualquier tipo de espacio independientemente del espacio del que dispongamos.



Computadoras

Cantidad: 3

Están compuestas por un monitor, un teclado, un ratón y una torre o chasis que contiene la unidad central de procesamiento. Se utilizan principalmente para tareas administrativas y productivas, como la creación de presentaciones, informes, contabilidad, gestión de tareas, etc.



Impresora multifuncional

Cantidad: 3

Las impresoras multifunción tienen la cualidad de que, con ellas, puedes hacer varias funciones a la vez. Este tipo de equipos pueden imprimir, copiar y escanear o incluso mandar un fax.



Teléfono convencional

Cantidad: 3

El teléfono convencional es un dispositivo de telecomunicación creado para realizar llamadas a cualquier teléfono fijo o móvil mediante la red de internet.



Caja registradora manual

Cantidad: 2

Diseñada como una caja de dinero de cinco casillas de resorte de acero para monedas, billetes y cheques lo que la hace muy conveniente para la gestión financiera, se puede usar en la encimera o debajo de la encimera.



Herramientas

Balanza eléctrica

Cantidad: 1

Incorpora una pantalla digital que muestra el peso, capacidad para tara (restar el peso del contenedor), diversas unidades de peso (gramos, libras, kilogramos, etc.), batería recargable o vinculación a la red eléctrica.



Escalera manual

Cantidad: 1

Son unas herramientas portátiles que constan de dos piezas paralelas, o ligeramente convergentes, según los casos, en forma de largueros unidos a intervalos regulares por travesaños. Además, su diseño plegable facilita el transporte y el almacenamiento.



Nota. Elaboración del autor

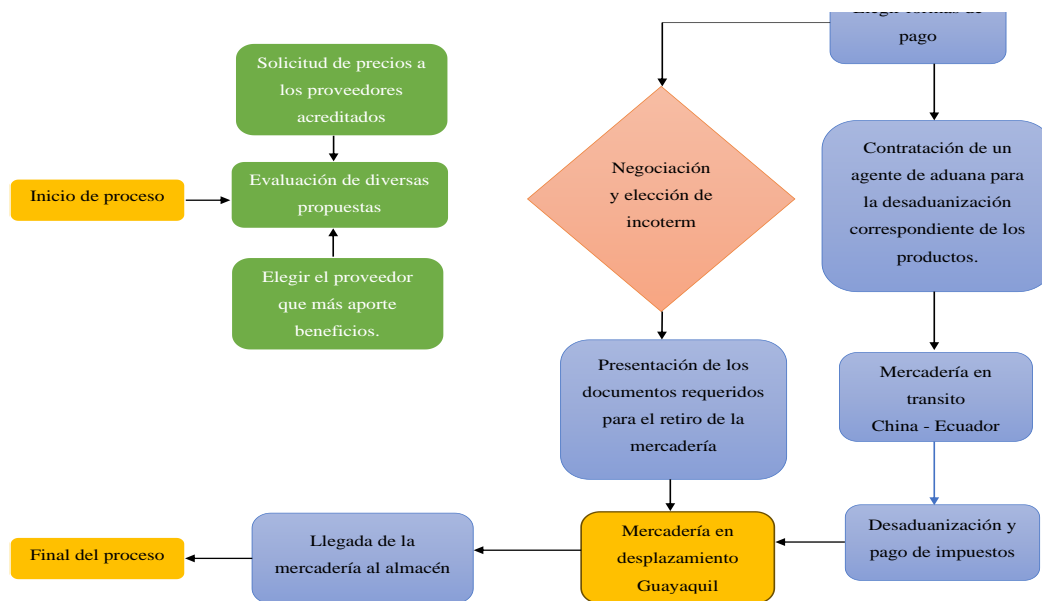
- **Diseño de proceso**

Involucra la programación y coordinación de las tareas requeridas para repartir los recursos necesarios, la capacidad productiva determinará la capacidad de producción necesaria para cubrir la demanda del mercado y garantizar que los recursos se dispongan de manera adecuada y procurar que las necesidades estén accesibles. Además, es crucial tener en cuenta al planificar el diseño de la planta para la distribución óptima de las áreas.

- **Flujograma de Proceso**

Es crucial considerar que la distribución de los productos debe satisfacer a todas las normativas y regulaciones pertinentes, incluyendo las vinculadas a la seguridad, salud pública y el medio ambiente. Se especifica el procedimiento del proceso:

Figura 6. Flujograma de proceso



Nota. Elaboración del autor

6.3 Estudio Organizacional

Para establecer la empresa comercializadora de productos agropecuarios, es necesario considerar las regulaciones y disposiciones dictadas en la Constitución de la República del Ecuador, la Ley de Compañías y otras leyes relevantes.

6.3.1 Organización Jurídica

La empresa “AGROCAMPO” Comercializadora de productos agropecuarios” será creada como Compañía Sociedad Anónima, según la Ley de Compañías, Art. 143.

6.3.2 Base Legal

Se considerará todos los aspectos que la Ley solicita para establecer la empresa.

- **Nombre de la empresa**

De acuerdo con el artículo 143 de la Ley de Compañías, la razón social es “AGROCAMPO Comercializadora de productos agropecuarios” S. A.

- **Objeto Social**

Comercialización de productos agropecuarios en la ciudad de Loja, Ecuador.

- **Duración de la empresa**

La empresa tendrá una vida útil de 5 años respectivamente, tomando como punto de referencia la fecha en que se fundó, tal como lo establece el Art. 61 de la Ley de Compañías; además, el propietario tiene la posibilidad de cambiarla de acuerdo con los procedimientos establecidos en la Ley. 67.

- **Representante Legal**

El representante legal de la empresa será su gerente propietario, de acuerdo con lo dictaminado en el artículo 143, de la Ley de Compañías, que se encuentra vigente en el Ecuador, la razón social de la empresa es la siguiente: empresa “AGROCAMPO Comercializadora de productos agropecuarios” S. A.

6.3.3 Filosofía empresarial

Fomentaremos el respeto por el medio ambiente en el cantón El Carmen, brindando productos de excelente calidad, eficaces y soluciones ecológicas para optimizar los cultivos, protegiendo la tierra y respaldando el avance agrícola consciente.

- **Misión**

Somos una empresa que tiene el propósito de brindar servicio de orientación a las necesidades y situación problemática de los cultivos y ganadería, cuenta con personal altamente capacitado. Nos comprometemos a incrementar la producción agrícola, protegiendo el entorno natural y fomentando prácticas responsables.

- **Visión**

En el lapso de cinco años, aspiramos a ser pioneros en la comercialización de productos agropecuarios, liderando en calidad con altos estándares del mercado que satisface las necesidades de los productores del sector agrícola y pecuario, respetando el medio ambiente y promoviendo prácticas responsables.

- **Objetivos estratégicos**

- Ofrecer un producto de calidad, amigables con el medio ambiente.
- Incrementar la gama de productos agropecuarios, proporcionando soluciones específicas para diferentes requerimientos agrícolas en el cantón El Carmen.
- Lograr una mayor presencia de los productos en los mercados nacionales.
- Formar asociaciones estratégicas con los agricultores locales para robustecer la cadena de abastecimiento y respaldar el desarrollo recíproco.

- **Valores**
 - **Sostenibilidad:** Valorar el entorno natural, persiguiendo soluciones agrícolas que resulten sostenibles en el largo plazo.
 - **Responsabilidad:** Brindar compromiso con la compañía, con los clientes, y actuar adecuadamente en el proceso de toma de decisiones, y si se produce algún resultado adverso, asumirla con responsabilidad.
 - **Calidad:** Proporcionar productos agropecuarios de alta calidad, avalados por normas de control, para cumplir con los requerimientos y aspiraciones de nuestros clientes.
 - **Innovación:** Buscar nuevas formas de abordar los desafíos agrícolas, fomentando la creatividad y la adaptabilidad en nuestra búsqueda.
- **Políticas**
 - a) **Política de Calidad:** Aseguramos productos agropecuarios de alta calidad a través de la utilización de técnicas y normas de control estrictas, garantizando la satisfacción y la confianza de nuestros clientes.
 - b) **Política Ambiental:** Nos esforzamos por reducir nuestro efecto en el medio ambiente, fomentando prácticas sustentables en la fabricación y distribución de herbicidas.
 - c) **Política de Seguridad:** Enfocamos la seguridad en todas las actividades, poniendo en marcha acciones y formación para evitar incidentes y salvaguardar a nuestro equipo y a nuestros clientes.
 - d) **Política de Ética:** Actuamos con integridad y ética en todas las interacciones y relaciones comerciales, preservando elevados criterios de comportamiento corporativo.
 - e) **Política de Participación Comunitaria:** Participamos de manera activa en el progreso local, cooperando con la comunidad y respaldando proyectos que eleven el nivel de vida en Loja.

6.3.4 Estructura Organizacional

- Nivel Legislativo.** - Socios de la empresa.
- **Nivel Directivo.** - presidente de la empresa
- **Nivel Ejecutivo.** - Gerente de la empresa, será responsable de la gestión operativa; de él depende el éxito o fracaso de la empresa.
- **Nivel Asesor.** - Asesor Jurídico..... Ocasional Contadora

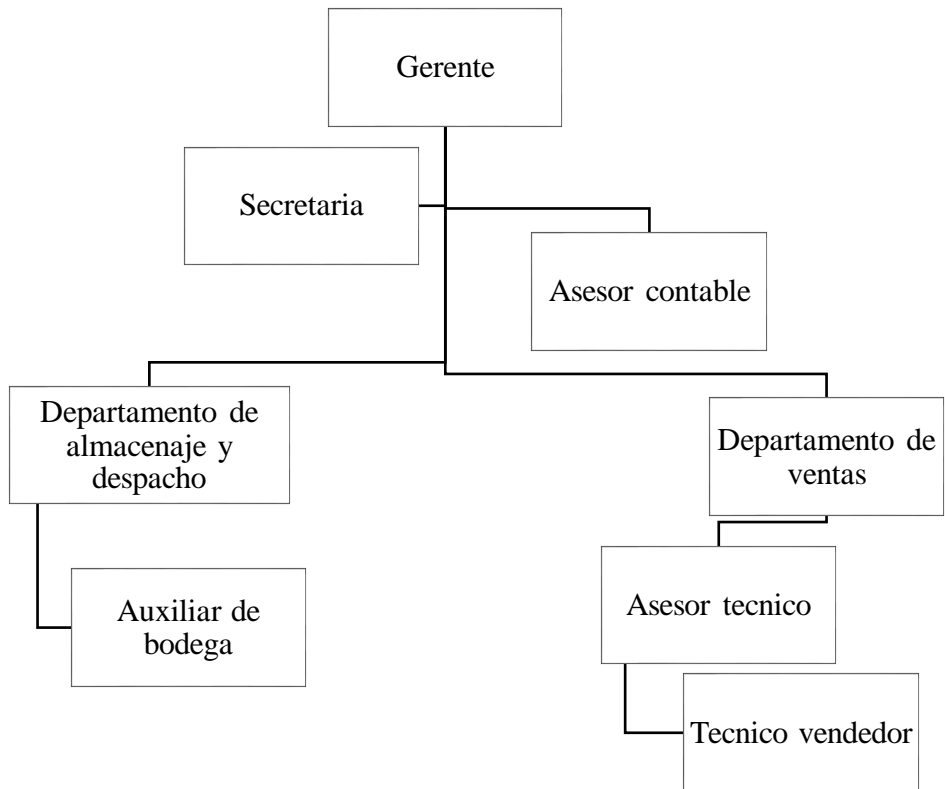
- **Nivel Operativo.** - jefe de bodega y todo el personal que labora en el área de almacenamiento y despacho.

6.3.5 Organigramas.

Organigrama Estructural

Visualmente ilustra la organización administrativa de AGROCAMPO Comercializadora de productos agropecuarios S.A.

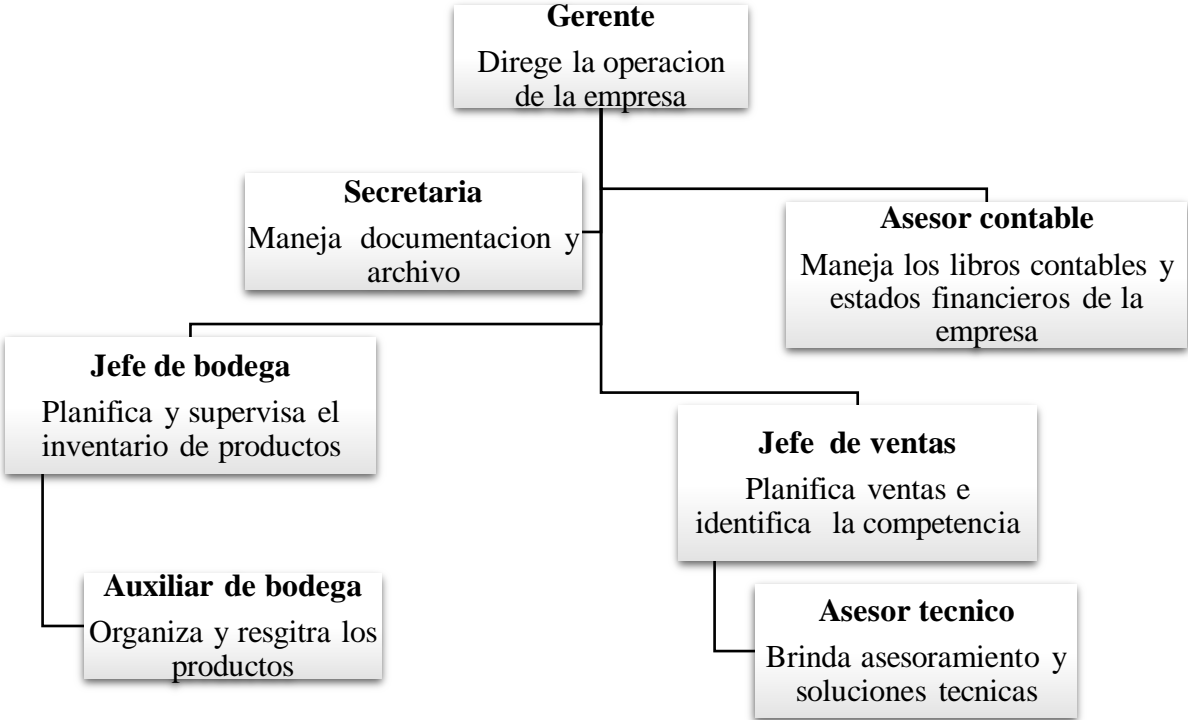
Figura 7. Organigrama Estructural



Nota. Elaboración propia del auto

Es una representación que especifica las tareas y obligaciones otorgadas a cada sección dentro de la compañía

Figura 8. Organigrama Funcional

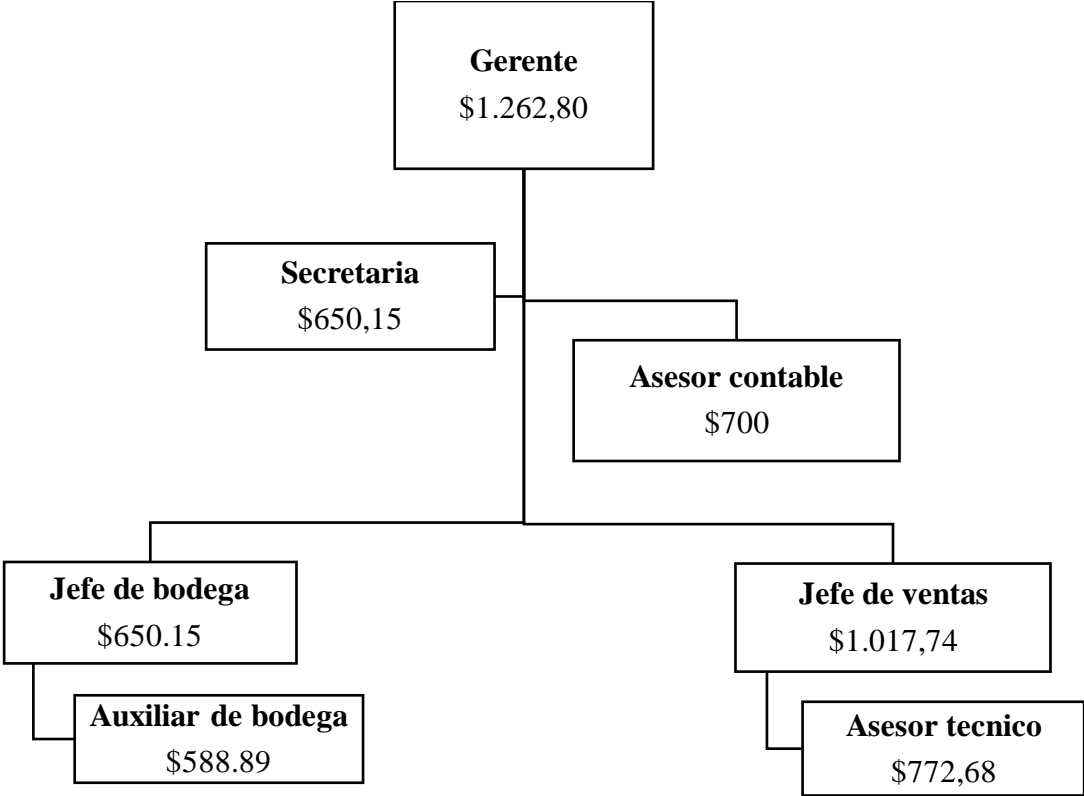


Nota. Elaboración propia del autor

Organigrama Posicional

Este organigrama detalla aspectos tales como: distribución, posición, denominación y salario de los empleados de la empresa.

Figura 9. Organigrama Posicional



Nota. Elaboración propia del autor

6.3.6 Manual de funciones

En la guía de funciones de la compañía AGROCAMPO” Comercializadora de productos agropecuarios S.A”. Se describen las funciones primordiales y principales responsabilidades que cada uno de los miembros de los grupos debe cumplir.

Tabla 35.

Manual de Funciones del Gerente

Manual de Funciones del Gerente	
Departamento	Gerencia
Título del puesto	Gerente
Objetivo del puesto	- Planifica, organiza, controla y dirige todas las actividades que se realizan en la empresa.

-
- Representante legal de la empresa.
-

Funciones:

-
- Realizar actos de administración y gestión en la empresa.
 - Supervisar al personal
 - Representar a la empresa ante autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales, en todo el tiempo de vida de la empresa.
 - Coordinar y controlar las actividades de cada departamento de la empresa.
 - Informar a todos los niveles jerárquicos sobre la toma de decisiones que se den en la empresa.
 - Buscar futuras relaciones con grupos de interés.
 - Prevenir riesgos laborales.
 - Hacer cumplir a la empresa con los estándares de higiene y salud
-

Requisitos del Cargo:

-
- Título de Ingeniero en Administración de Empresas.
 - Amplio conocimiento en productos agrícolas.
 - Experiencia verificada en puestos de liderazgo y administración en el sector agropecuario.
-

Nota. Elaboración propia del autor

Tabla 36.

Manual de Funciones de la secretaria

Manual de Funciones de la secretaria	
Departamento	Auxiliar
Título del puesto	Secretaria
Objetivo del puesto	
<ul style="list-style-type: none">- Promover la administración y logística de la compañía, garantizando eficacia en la comunicación tanto interna como externa, y realizando las responsabilidades administrativas.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none">- Llevar la agenda de actividades del gerente.- Apoyar a los diferentes niveles de la empresa.- Recibir las visitas externas, organizar agendas del equipo de dirección.- Organizar eventos, reuniones, congresos, viajes de negocios, etc.- Redactar y archivar documentos, desarrollar presentaciones, etc.	
Requisitos del Cargo:	
<ul style="list-style-type: none">- Educación: Título en Secretariado Ejecutivo o similares	

Nota. Elaboración propia del autor

Tabla 37.

Manual de Funciones del Asesor contable externo

Manual de Funciones del Asesor contable externo

Departamento	Asesor
Título del puesto	Asesor contable

Objetivo del puesto

- Asegurar la integridad y eficacia de los registros financieros, además de brindar orientación especializada en asuntos contables y fiscales, favoreciendo el cumplimiento de las responsabilidades legales.
-

Funciones:

- Registrar todas las operaciones financieras de la compañía vinculadas a la adquisición, venta o intercambio.
 - Desarrollar informes financieros exactos y a tiempo, tales como el balance general, la cuenta de resultados y el estado de flujo de efectivo.
 - Llevar a cabo revisiones internas regulares para medir la eficiencia de los controles internos y la exactitud de los registros de contabilidad.
 - Determinar y tratar cualquier peligro económico o anomalía que pueda presentarse durante la auditoría.
-

Requisitos del Cargo:

- Contador público con experiencia significativa en contabilidad y finanzas, preferentemente en el área de contabilidad y finanzas.
 - Flexibilidad para adaptarse a los cambios en el entorno contable y fiscal.
-

Tabla 38.*Manual de Funciones de Jefe de almacenamiento*

Manual de funciones del Jefe de almacenamiento

Departamento	Operativo
Título del puesto	Jefe de almacenamiento

Objetivo del puesto

- Coordinar las actividades relacionados a la correcta gestión del inventario, para lograr la disponibilidad, distribución y calidad de los productos.
-

Funciones:

- Preservar un control estricto del almacenamiento de herbicidas, previniendo excesos y ausencias.
 - Organizar la acogida y preparación de pedidos, asegurando la adecuada entrega a los clientes.
 - Despachar y abastecer diariamente los materiales necesarios para la venta.
 - Clasificar el lugar de almacenaje para simplificar la identificación y el acceso a los productos.
-

Requisitos del Cargo:

- Conocimiento en la utilización de sistemas de administración de inventarios.
 - Competencias organizativas y de control.
 - Habilidad para colaborar en equipo y organizar tareas.
 - Entendimiento sobre las regulaciones de seguridad y calidad para productos agropecuarios.
-

Nota. Elaboración propia del autor

Tabla 39.

Manual de Funciones de jefe del Auxiliar de Bodega

Manual de funciones del Auxiliar de bodega	
Departamento	Operativo
Título del puesto	Auxiliar de bodega
Objetivo del puesto	
<ul style="list-style-type: none">- Apoyar cualquier actividad de recepción, almacenamiento, movimiento, manipulación y despacho de mercancía y pedidos tanto de la empresa como a clientes.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none">- Recepción, verificación e ingreso de la mercadería que debe resguardarse en la bodega.- Conservación y gestión de los productos que se introducen según el código definido.- Empaque y etiquetado adecuado.- Mantenimiento de áreas de almacenamiento limpias y organizadas.- Realizar periódicamente el inventario de los productos y materiales.- Cumplimiento de normativas de seguridad y medio ambiente.	
Requisitos del Cargo:	
<ul style="list-style-type: none">- Bachiller en Educación Media.- Un año de experiencia en la realización de tareas vinculadas al cargo.- Habilidad para trabajar en equipo.- Destreza en el uso de herramientas informáticas básicas.- Buena condición física para manejar carga.	

Nota. Elaboración propia del autor

Tabla 40.

Manual de Funciones de jefe del Jefe de ventas

Manual de funciones del Jefe de ventas	
Departamento	Operativo
Título del puesto	Jefe de ventas
Objetivo del puesto	
<ul style="list-style-type: none">- Apoyar cualquier actividad de recepción, almacenamiento, movimiento, manipulación y despacho de mercancía y pedidos tanto de la empresa como a clientes.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none">- Cotizar y negociar precios y condiciones de venta.- Comunicarse con nuevos clientes.- Manejo de vínculos con clientes ya existentes.- Realizar demostraciones de productos- Organizar las entregas y el rastreo postventa.	

-
- Comunicar información sobre ventas y tendencias.
-

Requisitos del Cargo:

-
- Técnico o tecnólogo en el área de ventas, con buen manejo de relaciones sociales.
 - Amplio conocimiento en productos agropecuarios.
 - Experiencia preferente en ventas.
 - Conocimientos informáticos básicos.
 - Constancia en los objetivos de ventas
-

Tabla 41.

Manual de Funciones de jefe del Asesor técnico

Manual de funciones del Asesor técnico

Departamento

Operativo

Título del puesto

Asesor Técnico

Objetivo del puesto

-
- Apoyar cualquier actividad de recepción, almacenamiento, movimiento, manipulación y despacho de mercancía y pedidos tanto de la empresa como a clientes.
-

Funciones:

-
- Recetar fórmulas de productos agropecuarios y asesorar en las aplicaciones de estas mismas.
 - Aumento del potencial productivo de la tierra.
 - Mantenerse actualizado acerca de los progresos tecnológicos en productos agrícolas y agricultura.
 - Crear reportes regulares acerca del rendimiento de los herbicidas y su efecto.
 - Evaluar posibles riesgos ambientales y prevenir medidas preventivas.
 - Generar informes técnicos sobre el desempeño de los productos agropecuarios y su impacto.
-

Requisitos del Cargo:

-
- Experiencia en agronomía, agricultura o área vinculada.
 - Concentración en la gratificación del cliente y solución de dificultades.
 - Habilidad en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación.
 - Habilidad para adaptarse a cambios en el sector y tecnologías en desarrollo.
 - Compromiso con prácticas de agricultura ética y sustentable.
 - Competencia para manejar diversas tareas y prioridades.
 - Eficaz colaboración con varios equipos dentro de la compañía.
-

Nota. Elaboración propia del autor

6.4 Estudio Financiero

El estudio financiero es esencial para establecer la factibilidad del proyecto, dado que, como su nombre indica, abarca todo lo concerniente al financiamiento con relación a la empresa. Este es un pilar que permitirá obtener resultados y establecer si el proyecto es factible o no.

6.4.1 Inversiones y financiamiento

Los activos fijos son cruciales para la compañía dado que incluyen maquinaria y propiedades que participan en el proceso productivo, considerando que estos poseen un periodo de vida útil que permite su depreciación.

- **Maquinaria y equipo**

Son aquellos equipos que se emplean para simplificar y optimizar los procedimientos en la empresa.

Tabla 42.

Maquinaria y Equipo

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Montacarga manual	1	1.000,00	1.000,00
Rack	6	450,00	2.700,00
Góndolas metálicas	5	200,00	1.000,00
TOTAL			4.700,00

Nota. Elaboración propia del autor.

- **Herramientas**

Son herramientas imprescindibles que se emplean de manera manual durante el proceso de producción del producto.

Tabla 43.

Herramientas

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Balanza electrónica	1	70,00	70,00
Escalera manuela	1	85,00	85,00
TOTAL			155,00

Nota. Elaboración propia del autor.

- **Muebles y enseres**

Son todos los elementos requeridos para comenzar las actividades en la empresa.

Tabla 44.

Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Escritorio	3	115,00	345,00
Silla ejecutiva	3	60,00	180,00
Sillas sala de espera	5	15,00	75,00
TOTAL			600,00

Nota. Elaboración propia del autor.

- **Equipo de Cómputo**

Son todos los dispositivos tecnológicos de computación requeridos para realizar tareas administrativas.

Tabla 45.

Equipo de Cómputo

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Computadora	3	700,00	2.100,00
Impresora	3	150,00	450,00
TOTAL			2.550,00

Nota. Elaboración propia del autor.

- **Reinversión del equipo de computo**

Se lleva a cabo cuando la duración de estos dispositivos se termina, que sucede cada tres años, lo que requiere la adquisición de nuevos sustitutos para no paralizar las operaciones de la empresa.

Tabla 46.

Reinversión del equipo de computo

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Computadora	3	720,00	2.160,00
Impresora	3	160,00	480,00
TOTAL			2.640,00

Nota. Elaboración propia del autor.

- **Equipo de oficina**

Son equipos imprescindibles en los distintos sectores administrativos de la compañía.

Tabla 47.

Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Teléfono convencional	3	50,00	150,00
TOTAL			150,00

Nota. Elaboración propia del autor.

- **Vehículo**

Son los medios de transporte requeridos para el traslado de los productos tanto en el interior como en el exterior de la empresa.

Tabla 48.

Vehículo

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Vehículo	1	12.000,00	12.000,00
TOTAL			12.000,00

Nota. Elaboración propia del autor.

- **Equipo de seguridad**

Los dispositivos de seguridad son esenciales en la empresa, pues contribuyen a la supervisión de incidentes de trabajo o tareas que se llevan a cabo en ella.

Tabla 49.

Equipo de seguridad

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Cámara	4	50,00	200,00
Extintor	4	25,00	100,00
Botiquín	2	30,00	60,00
TOTAL			360,00

Nota. Elaboración propia del autor.

- **Resumen de activos fijos**

El resumen de todos los activos fijos facilita la determinación de la inversión necesaria para el correcto funcionamiento de la empresa.

Tabla 50.

Resumen de activos fijos

Activo	Costo total
Maquinaria y equipo	4.700,00
Herramientas	155,00
Vehículo	12.000,00
Equipo de computo	2.550,00
Equipo de oficina	150,00
Muebles y enseres	600,00
Equipo de seguridad	360,00
Inversión en Activos Fijos	20.515,00

Nota. Elaboración propia del autor.

- **Depreciación de Activos Fijos**

La depreciación de los activos fijos ocurre de manera regular, es la disminución del valor de un bien durante un periodo de vida específico, lo que provoca la disminución de su valor, ya que estos se desgastan debido al uso que se les da, una vez que alcanzan su periodo de vida útil, deben ser dados de baja en la empresa, se considera un gasto.

Tabla 51.

Depreciaciones de activos fijos

Detalle/activos fijos	Valor	Vida	%	Depreciación	Valor en libro
Maquinaria y equipo	4.700,00	10	10%	470,00	2.350,00
Herramientas	155,00	10	10%	15,50	77,50
Vehículo	12.000,00	5	5%	2.400,00	0,00
Equipo de computo	2.550,00	3	3,33%	850,00	0,00
R. equipo de computo	2.640,00	3	3,33%	880,00	880,00
Equipo de oficina	150,00	10	10%	15,00	75,00
Muebles y enseres	600,00	10	10%	60,00	300,00
Equipo de seguridad	360,00	10	10%	36,00	180,00
Total	23.155,00			4.726,50	3.862,50

Nota. Elaboración propia del autor.

- **Inversión en Activos Diferidos**

Los activos diferidos son costos anticipados que se abonan para el correcto desempeño de la empresa.

Tabla 52.

Inversión en Activos Diferidos

Detalle	Valor unitario
Estudio preliminar para implementación	500,00
Constitución de la empresa	200,00
Registro de productos	250,00
Instalación de internet y teléfono	50,00
Inversión en Activos Fijos	1.000,00

Nota. Elaboración propia del autor.

- **Amortización de Activos Diferidos**

Tabla 53.

Amortización del activo diferido

Años	Valor mensual	Valor anual
0		1.000,00
1	16,67	200,00
2	16,67	200,00
3	16,67	200,00
4	16,67	200,00

Nota. Elaboración propia del autor

Inversión del Capital de Trabajo

En esta sección se especifican todos los costos y/o gastos relacionados con la etapa de implementación de la compañía. En este escenario, siendo una compañía distribuidora, no se generarán gastos de producción.

Materia prima directa

La materia prima se refiere a todo aquel componente que se necesita emplear para obtener el producto final, considerando las cantidades y su costo, tal como se describe a continuación.

Tabla 54.

Materia prima directa

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Costo total
Insumos agrícolas	7,50	1.500,00	11.250,00
Insumos agropecuarios	5,35	400,00	2.140,00
TOTAL		1.900,00	13.390,00

Nota. Elaboración propia del autor.

Costo de Fabricación o Transformación

Materiales Indirectos

Son aquellos componentes secundarios que no tienen participación directamente con el producto, para esta empresa se considera el empaquetado para la distribución de los productos.

Tabla 55.

Materiales Indirectos

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Costo total
Fundas de despacho *100	3,50	25	87,50
TOTAL			87,50

Nota. Elaboración propia del autor.

Mano de obra indirecta

Hace referencia a los trabajadores que colaboran en el empaquetado y traslado de los productos dentro de la compañía, concretamente en el sector de almacén/bodega.

Tabla 56.

Mano de obra indirecta

Descripción	Jefe de bodega	Auxiliar de bodega
Cantidad	1	1
Descripción	Valor	Valor
Remuneración básica	470,00	470,00
Décimo tercero 1/12	39,17	39,17
Décimo cuarto SB/12	37,50	37,50
Fondos reserva 8,33%	39,15	39,15
Vacaciones 1/24	19,58	19,58
Patronal 11,15%	52,41	52,41
Total ingresos	657,81	657,81
Personal 9,45%	44,42	44,42
Total egresos	44,42	44,42
Líquido pagar	613,39	613,39
Total pagar	702,22	702,22
Total mensual		1.226,78
Total anual		14.721,38

Nota. Elaboración propia del autor

Gastos Administrativos

Se refiere a cualquier desembolso vinculado al procedimiento administrativo de la compañía.

Sueldos administrativos

Son los salarios que obtienen todos los trabajadores que laboran en las instalaciones de la compañía y se involucran de manera directa en el sector administrativo. Desde el segundo año laboral, se efectúa el abono de las vacaciones y los fondos de reserva.

Tabla 57.

Sueldos administrativos

Descripción	Gerente	Secretaria
Cantidad	1	1
Descripción	Valor	Valor
Remuneración básica	1000,00	470,00
Décimo tercero 1/12	83,33	39,17
Décimo cuarto SB/12	37,50	37,50
Fondos reserva 8,33%	83,30	39,15
Vacaciones 1/24	41,67	19,58
Patronal 11,15%	111,50	52,41
Total ingresos	1357,30	657,81
Personal 9,45%	94,50	44,42
Total egresos	94,50	44,42

Líquido pagar	1262,80	613,39
Total pagar	1451,80	702,22
Total mensual		1876,19
Total anual		22.514,29

Nota. Elaboración propia del autor.

Servicios Básicos

Son aquellos esenciales en cualquier entorno laboral de la empresa, tales como el agua, la electricidad y la conexión a internet.

Agua Potable

Son aquellos esenciales en cualquier entorno laboral de la empresa, tales como el agua, la electricidad y la conexión a internet.

Tabla 58.

Agua Potable

Detalle	Unidad de medida	Costo Unitario	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo anual
Agua potable	m3	0,30	50,00	15,00	180,00
Total				15,00	180,00

Nota. Elaboración propia del autor

Energía Eléctrica

Hace referencia a los costos de electricidad que surgen al llevar a cabo las operaciones de la compañía en el sector administrativo.

Tabla 59.

Energía Eléctrica

Detalle	Unidad de medida	Costo Unitario	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo anual
Energía Eléctrica	Kw/h	0,15	180,00	27,00	324,00
Total				18,00	324,00

Nota. Elaboración propia del autor

Servicio de Internet

Este facilitará la comunicación con clientes y proveedores, así como mantenerse actualizado sobre las últimas tendencias del mercado y la publicidad de la empresa.

Internet

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Internet	30,00	360,00
Total	30,00	360,00

Nota. Elaboración propia del autor

Tabla 60.

Suministros de Oficina: Son los elementos empleados en los distintos departamentos de la empresa, con el propósito de llevar a cabo adecuadamente sus tareas.

Tabla 61.

Suministros de Oficina

Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Resma de papel A4 (500 hojas)	4	paquete	4,00	16,00
Sellos	2	unidad	7,00	14,00
Cajas de esferos 12 unidades	2	caja	3,75	7,50
Caja de lápiz 12 unidades	1	caja	2,50	2,50
Caja de borradores 12 unidades	1	caja	1,75	1,75
Caja de clips 50 unidades	4	caja	1,00	4,00
Caja de grapas	2	unidad	1,65	3,30
Perforadora	2	unidad	3,65	7,30
Saca grapas	2	caja	0,70	1,40
Grapadora	2	unidad	3,00	6,00
Total			29,00	63,75

Nota. Elaboración propia del autor

Útiles de aseo y limpieza

La empresa dispone de equipos y materiales de limpieza, con el objetivo de generar un entorno laboral limpio e higienizado.

Tabla 62.

Útiles de aseo y limpieza

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Costo mensual	Costo anual
Escobas	5	2,00	0,83	10,00
Trapeador	5	1,80	0,75	9,00
Recogedor de basura	5	2,00	0,83	10,00
Toallas de mano	6	2,00	1,00	12,00
Fundas de basura (paquete 25 u)	6	2,50	1,25	15,00
Desinfectante (galón)	4	6,00	2,00	24,00
Funda de detergente (5 kilos)	4	10,00	3,33	40,00
Papel Higiénico (250 m)	20	1,25	2,08	25,00
Jabón de líquido manos	6	2,50	1,25	15,00
Basurero plástico	6	6,00	3,00	36,00
Total			16,33	196,00

Nota. Elaboración propia del autor

Insumos de seguridad

Son aquellos componentes que tienen una interacción directa con la protección de los trabajadores y la infraestructura de la empresa.

Tabla 63.

Insumos de seguridad

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Total anual
Líquido de extintor	1	20,00	20,00
Insumos médicos de botiquín	1	10,00	10,00
Total			30,00

Nota. Elaboración propia del autor

Arriendo

Para poner en marcha la empresa es necesario un lugar de trabajo, donde los integrantes se sientan a gusto al llevar a cabo cada una de sus tareas.

Tabla 64.

Arriendo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Costo mensual	Costo anual
Arriendo del local 200 m2	1	300,00	300,00	3.600,00
Total			300,00	3.600,00

Nota. Elaboración propia del autor

Gastos de Venta

Se refiere a los recursos que interactúan directamente con el ambiente externo de la empresa, desde la distribución, distribución y promoción de la empresa y sus productos.

Publicidad y propaganda

Este sector es crucial considerar dado que facilita la promoción de los productos y el aumento del consumo, generar interés en adquirirlo.

Tabla 65.

Publicidad y propaganda

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Costo mensual	Costo anual
Instagram	12	10,00	10,00	120,00
Facebook	12	10,00	10,00	120,00
Total			20,00	240,00

Nota. Elaboración propia del autor

Combustibles y lubricantes

Son costos imprescindibles para el funcionamiento adecuado de los vehículos y no se producen demoras en las operaciones de la empresa.

Tabla 66.

Combustible y lubricantes

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Costo mensual	Costo anual
Galón de diesel	25	1,79	44,75	537,00
Cambio de aceite	4	25,00	8,33	100,00
Total			53,08	637,00

Nota. Elaboración propia del autor

Mantenimiento de vehículo

Es imprescindible llevar a cabo el mantenimiento del vehículo, pues este facilita la prevención de inconvenientes, accidentes y garantiza que el vehículo opere de manera adecuada al llevar a cabo estas tareas.

Tabla 67.

Mantenimiento de Vehículo

Detalle	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Llantas (juego de 4)	1	400,00	400,00
Mantenimiento mecánico	3	60,00	180,00
Revisión vehicular	1	60,00	60,00
Total		\$	640,00

Nota. Elaboración propia del autor

Sueldos personal de ventas

Esto incluye los salarios a abonar al equipo de ventas, que está orientado al técnico vendedor y al asesor técnico.

Tabla 68.

Sueldo Personal Ventas

Descripción	Técnico Vendedor	Asesor Técnico
Cantidad	1	1
Descripción	Valor	Valor
Remuneración básica	470,00	470,00
Décimo tercero 1/12	39,17	39,17
Décimo cuarto SB/12	37,50	37,50
Fondos reserva 8,33%	39,15	39,15
Vacaciones 1/24	19,58	19,58
Patronal 11,15%	52,41	52,41
Total ingresos	657,81	657,81
Personal 9,45%	44,42	44,42

Total egresos	44,42	44,42
Líquido pagar	613,39	613,39
Total pagar	702,22	702,22
Total mensual		1226,78
Total anual		14721,38

Nota. Elaboración propia del autor

Monto total de la inversión

El resumen de inversión especifica los conceptos de activos fijos, diferidos y, por ende, el capital circulante o capital operativo para la empresa.

Tabla 69.

Resumen de la inversión

Detalle	Total
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y equipo	4.700,00
Herramientas	155,00
Vehículo	12.000,00
Equipo de computo	2.550,00
Equipo de oficina	150,00
Muebles y enseres	600,00
Equipo de seguridad	360,00
Total activos fijos	20.515,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudio preliminar para implementación	500,00
Constitución de la empresa	200,00
Patente de la marca y el producto	250,00
Instalación de internet y teléfono	200,00
Total activos diferidos	1.150,00
ACTIVO CIRCULANTE	
COSTO DE PRODUCCIÓN	
Costo primo	
Materia prima directa	13.390,00
Materiales indirectos	87,50
Mano de obra directa	1.226,78
Subtotal Costos primo	14.704,28
Subtotal Costos Indirectos de Fabricación	
Gastos Administrativos	
Sueldos y salarios	1.876,19
Útiles de oficina	63,75
Útiles de aseo y limpieza	16,33
Insumos de seguridad	30,00

Arriendo	300,00	
Agua potable	15,00	
Energía Eléctrica	27,00	
Subtotal Gastos Administración		2.228,67
Gastos de Ventas		
Sueldos personal de ventas	1.226,78	
Combustibles y lubricantes	53,08	
Mantenimiento de vehículo	640,00	
Publicidad y propaganda	20,00	
Subtotal Gastos de Ventas		1.939,87
Total activos circulantes		18.930,42
TOTAL DE LA INVERSIÓN ANUAL	40.637,42	40.595,42

Nota. Datos obtenidos de las tablas 52,53 y 55.

Financiamiento

Este rubro permite establecer las fuentes de financiación a emplear para cubrir los costos del proyecto, siendo las fuentes internas las que constituyen el 43%, y externos que constituyen el 57%.

Tabla 70.

<i>Financiamiento</i>		
Detalle	Porcentaje	Total
Capital propio	43%	17.474,92
Capital externo	57%	25.300,00
Total		42.774,92

Nota. Elaboración propia del autor

Amortización del crédito

La amortización del crédito se refiere al período de reembolso fijado en función del valor del préstamo concedido por la entidad financiera, como es el caso del Banco de Loja, con un periodo de 5 años, este otorga una tasa de interés de 10,72%.

Tabla 71.

<i>Tabla de amortización</i>						
Monto	25.300,00					
Interés	10,72%					
Plazo	5 años					
Año	Semestre	Saldo Inicial	Amortización semestral	Interés	Interés Anual	Saldo Final
1	1	25.300,00	2.530,00	1.356,08	2.576,55	22.770,00
	2	22.770,00	2.530,00	1.220,47		20.240,00
2	1	20.240,00	2.530,00	1.084,86	2.034,12	17.710,00

	2	17.710,00	2.530,00	949,26		15.180,00
3	1	15.180,00	2.530,00	813,65	1.491,69	12.650,00
	2	12.650,00	2.530,00	678,04		10.120,00
4	1	10.120,00	2.530,00	542,43	949,26	7.590,00
	2	7.590,00	2.530,00	406,82		5.060,00
5	1	5.060,00	2.530,00	271,22		2.530,00
	2	2.530,00	2.530,00	135,61	406,82	0,00

Nota. Elaboración propia del autor

Presupuesto de costos proyectados

Al determinar con precisión la inversión requerida para iniciar el proyecto y la fuente de financiación que lo sostenga, se inician las etapas de proyección presupuestaria para los 5 años de vida útil de la empresa, considerando una tasa de inflación del 1,15%.

Tabla 72.

Presupuesto de costos

DESCRIPCION COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima directa	160.680,00	162.527,82	164.396,89	166.287,45	168.199,76
Mano de obra directa	14.721,38	14.890,68	15.061,92	15.235,13	15.410,34
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
Depreciación de Maquinaria y Equipo	423,00	423,00	423,00	423,00	423,00
Depreciación de herramientas	15,50	15,50	15,50	15,50	15,50
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN	175.839,88	177.857,00	179.897,31	181.961,09	184.048,60
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldos y Salarios	22.514,29	22.773,21	23.035,10	23.300,00	23.567,95
Internet	360,00	364,14	368,33	372,56	376,85
Útiles de Oficina	63,75	64,48	65,22	65,97	66,73
Útiles de Aseo	196,00	198,25	200,53	202,84	205,17
Agua potable	180,00	182,07	184,16	186,28	188,42
Energía eléctrica	324,00	327,73	331,49	335,31	339,16
Insumos de seguridad	30,00	30,35	30,69	31,05	31,40
Arriendo	3.600,00	3.641,40	3.683,28	3.725,63	3.768,48
Depreciación de Equipos de Oficina	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Depreciación de Equipos de Computo	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00
Depreciación de Equipo de Seguridad	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Depreciación de Muebles y Enseres	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Amortizaciones de Activos Diferidos	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	28.429,04	28.742,62	29.059,81	29.380,65	29.705,18
GASTOS DE VENTA					
Sueldo personal de ventas	14.721,38	14.890,68	15.061,92	15.235,13	15.410,34
Combustibles y lubricantes	637,00	644,33	651,74	659,23	666,81

Mantenimiento de vehículo	640,00	647,36	654,80	662,33	669,95
Publicidad y propaganda	240,00	242,76	245,55	248,38	251,23
Depreciación vehículo	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	18.638,38	18.825,13	19.014,01	19.205,08	19.398,33
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses por Préstamo	2.712,16	2.169,73	1.627,30	1.084,86	542,43
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	2.712,16	2.169,73	1.627,30	1.084,86	542,43
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	49.779,59	49.737,48	49.701,12	49.670,59	49.645,94
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	225.619,47	227.594,48	229.598,44	231.631,68	233.694,54

Nota. Elaboración propia del autor

Determinación de ingresos

Establecimiento del Precio de Venta

Al llevar a cabo la estimación del presupuesto ya establecido, se obtiene la información requerida para determinar el precio de venta de los productos.

Determinar el costo unitario de producción

En esta situación se considera el costo total y se lo divide entre las unidades adquiridas de la capacidad instalada por cada año de duración del proyecto.

$$CUP = \frac{\text{Costo Total de producción}}{\text{Número de unidades producidas anualmente}}$$

Tabla 73.

Costo Unitario de producción

Años	Costo de producción	Unidades producidas	Costo unitario de producción
1	225.619,47	18.000,00	12,53
2	227.594,48	18.000,00	12,64
3	229.598,44	18.000,00	12,76
4	231.631,68	18.000,00	12,87
5	233.694,54	18.000,00	12,98

Nota. Elaboración propia del autor

Establecer el precio de venta

Para determinar el precio de venta, es necesario calcular el margen de ganancia que se desea obtener al vender cada producto, multiplicando el costo por el porcentaje de margen de ganancia para lograr el precio de venta.

Tabla 74.

Precio de venta

Años	Costo unitario	Margen de utilidad	Precio de venta
1	12,53	15%	14,41
2	12,64	15%	14,54
3	12,76	15%	14,67
4	12,87	15%	14,80
5	12,98	15%	14,93

Nota. Elaboración propia del autor

Presupuesto de Ingresos

Para calcular los ingresos totales derivados de la venta de todas las unidades fabricadas anualmente, es necesario multiplicar la cantidad de unidades fabricadas de la capacidad instalada por el precio de venta.

Tabla 75.

Ingresos Totales

Años	Unidades producidas	Precio de venta	Ingreso por ventas
1	18.000	14,41	259.462,39
2	18.000	14,54	261.733,65
3	18.000	14,67	264.038,20
4	18.000	14,80	266.376,43
5	18.000	14,93	268.748,72

Nota. Elaboración propia del autor

Estado de pérdidas y ganancias

Este apartado permite determinar la eficiencia de la empresa al analizar los ingresos y gastos que se generan al comercializar productos agropecuarios, considerando los datos previos y las cifras actuales de la empresa, esto para determinar la rentabilidad o ganancia líquida de la empresa.

Tabla 76.

Estado de pérdidas y ganancias

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. INGRESOS					
Ventas	259.462,39	261.733,65	264.038,20	266.376,43	268.748,72
TOTAL INGRESOS	259.462,39	261.733,65	264.038,20	266.376,43	268.748,72
2. EGRESOS					
Costo de producción	175.839,88	177.857,00	179.897,31	181.961,09	184.048,60
Costo de Operación	49.779,59	49.737,48	49.701,12	49.670,59	49.645,94
TOTAL EGRESOS	225.619,47	227.594,48	229.598,44	231.631,68	233.694,54

(1-2) Utilidad antes impuesto trabajadores	33.842,92	34.139,17	34.439,77	34.744,75	35.054,18
(-) 15% Trabajadores	5076,44	5120,88	5165,96	5211,71	5258,13
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	28.766,48	29.018,30	29.273,80	29.533,04	29.796,05
(-) Porcentaje tipo marginal 0%	212,34	209,82	207,26	204,67	202,04
(-) Impuesto a la fracción Básica	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	28.494,15	28.748,48	29.006,54	29.268,37	29.534,01
(-)10% de Reservas	2849,41	2874,85	2900,65	2926,84	2953,40
(=) Utilidad Liquida	25.644,73	25.873,63	26.105,88	26.341,53	26.580,61

Nota. Datos tomados de la reforma tributaria del Ecuador

Tabla 77.

Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares [RIMPE]

Límite inferior (USD)	Límite superior (USD)	Impuesto a la fracción básica	Tipo marginal %
-	20.000,00	60,00	0%
20.000,01	28.766,48	50.000,00	60,00
50.000,01	75.000,00	360,00	1,25%
75.000,01	100.000,00	675,50	1,50%
100.000,01	200.000,00	1.047,50	1,75%
200.000,01	300.000,00	2.797,52	2%

Nota. Datos tomados de las contribuciones y nuevos regímenes impositivos

Clasificación de Costos

Se consideran todos los gastos realizados en los sectores de producción, gestión, ventas y finanzas, lo que permite categorizar los costos en fijos y variables.

- **Costos fijos:** No varían ni dependen del área productiva.
- **Costos variables:** Fluctúan de acuerdo con el volumen de producción.

Tabla 78.

Clasificación de costos

DESCRIPCIÓN	Año 1		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
COSTO PRIMO				
Materia prima directa		160.680,00		168.199,76
Mano de obra directa		14.721,38		15.410,34
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN				
Depreciación de Maquinaria y Equipo	423,00		423,00	

Depreciación de herramientas	15,50		15,50	
GASTOS DE ADMINISTRACION				
Sueldos y Salarios	22.514,29		23.567,95	
Internet	360,00		376,85	
Útiles de Oficina	63,75		66,73	
Útiles de Aseo	196,00		205,17	
Insumos de seguridad	30,00		31,40	
Arriendo	3.600,00		3.768,48	
Depreciación de Equipos de Oficina	15,00		15,00	
Depreciación de Equipos de Computo	850,00		850,00	
Depreciación de Equipo de Seguridad	36,00		36,00	
Depreciación de Muebles y Enseres	60,00		60,00	
Amortizaciones de Activos Diferidos	200,00		200,00	
GASTOS DE VENTAS				
Sueldo personal de ventas	14.721,38		15.410,34	
Combustibles y lubricantes		637,00		666,81
Mantenimiento de vehículo	640,00		669,95	
Publicidad y propaganda	240,00		251,23	
Depreciación vehículo	2.400,00		2.400,00	
GASTOS FINANCIEROS				
Intereses por Préstamo	2.712,16		542,43	
COSTO TOTAL DE PRODUCCION				
	49.077,09	176.038,38	48.890,04	184.276,91
	225.115,47		233.166,95	

Nota. Elaboración propia del autor

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es visto como un punto muerto, dado que no hay ganancia ni pérdida en este, para su cálculo se requiere tener en cuenta costos fijos y costos variables.

Determinación del punto de equilibrio en el Año 1.

Tabla 79.

Punto de equilibrio año 1

Datos	Año 1
Costo fijo	49.077,09
Costo variable	176.038,38
Costo Total	225.115,47
Ventas Totales	259.462,39

Nota. Elaboración propia del autor

a) **En función de la capacidad instalada**

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable total}} \times 100$$

$$PE = \frac{49.077,09}{259.462,39 - 176.038,38} \times 100$$

$$PE = 59\%$$

b) **En función de las ventas**

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{49.077,09}{1 - \frac{176.038,38}{259.462,39}}$$

$$PE = 152.637,81$$

Análisis: Como se puede apreciar en la figura 13, se especifica que la compañía debe alcanzar tanto el punto de equilibrio en relación con la capacidad empleada al 59% de producción, como el punto de equilibrio de las ventas que es de 152.637,81.

Determinación del punto de equilibrio en el Año 5.

Tabla 80.

Punto de equilibrio año 5

Datos	Año 5
Costo fijo	48.890,04
Costo variable	184.276,91
Costo Total	233.166,95
Ventas Totales	268.748,72

Nota. Elaboración propia del autor

a) **En función de la capacidad instalada**

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable total}} \times 100$$

$$PE = \frac{48.890,04}{268.748,72 - 184.276,91} \times 100$$

$$PE = 58\%$$

a) **En función de las ventas**

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{48.890,047}{1 - \frac{184.276,91}{268.748,72}}$$

$$PE = 155.544,63$$

Análisis: Como se puede apreciar en la figura 13, se especifica que la compañía debe alcanzar tanto el punto de equilibrio en relación con la capacidad empleada al 58% de producción, como el punto de equilibrio de las ventas que es de 155.544,63.

7. Discusión

7.1 Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite determinar si el proyecto es viable o no, donde se determinan el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), y la Relación Beneficio Costo (RBC), Periodo de Retorno de Capital (PRC) y el Estudio de Sensibilidad.

7.1.1 Flujo de Caja

Es la documentación detallada de los ingresos y egresos de la compañía durante su periodo de 5 años; además, es importante porque facilita la evaluación de la liquidez y la capacidad de pago de esta, permitiendo deducir el flujo neto de las actividades operativas, de inversión y financiación.

Tabla 81.

<i>Flujo de caja</i>					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
Ventas	259.462,39	261.733,65	264.038,20	266.376,43	268.748,72
Valor residual			850,00		3.627,50
TOTAL INGRESOS	259.462,39	261.733,65	264.888,20	266.376,43	272.376,22
2. EGRESOS					
Costo de producción	175.839,88	177.857,00	179.897,31	181.961,09	184.048,60
Costo de operación	49.779,59	49.737,48	49.701,12	49.670,59	49.645,94
Amortización del crédito	5.060,00	5.060,00	5.060,00	5.060,00	5.060,00
TOTAL EGRESOS	230.679,47	232.654,48	234.658,44	236.691,68	238.754,54
(1-2) Utilidad antes impuesto					
trabajadores	28.782,92	29.079,17	30.229,77	29.684,75	33.621,68
(-) 15% Trabajadores	5076,44	5120,88	5165,96	5211,71	5258,13
(=) Utilidad antes de					
impuesto a la renta	23.706,48	23.958,30	25.063,80	24.473,04	28.363,55
(-) Porcentaje tipo marginal					
0%	262,94	209,82	207,26	204,67	202,04
(-) Impuesto a la fracción					
básica	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
(=) Utilidad antes de Reserva					
Legal	23.383,55	23.688,48	24.796,54	24.208,37	28.101,51

(-)10% de Reservas	2.338,35	2.368,85	2.479,65	2.420,84	2.810,15
(=) Utilidad Liquida	21.045,19	21.319,63	22.316,88	21.787,53	25.291,36
(+) Depreciaciones	4.726,50	4.726,50	4.726,50	4.726,50	4.726,50
(+) Amortización de activos diferidos	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
FLUJO DE CAJA	25.971,69	26.246,13	27.243,38	26.714,03	30.217,86

Nota. Elaboración propia del autor

7.1.2 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto permite determinar la viabilidad económica del proyecto en los 5 años de su vida útil.

- Si el VAN es positivo se acepta el proyecto.
- Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto
- Si el VAN es igual a cero la inversión queda a criterio del inversionista.

Para el cálculo del valor actual neto (VAN) se realiza lo siguiente:

- $VAN = \sum \text{Flujo de Caja Actualizado} - \text{Inversión}$
- $VAN = 97.627,25 - 40.595,42$
- $VAN = 57.031,83$

Tabla 82.

Valor actual neto (VAN)

Años	Flujos netos	Factor de actualización	Flujos netos actualizados
0	40.595,42		
1	25.971,69	0,892857	23.189,01
2	26.246,13	0,797194	20.923,25
3	27.243,38	0,711780	19.391,30
4	26.714,03	0,635518	16.977,25
5	30.217,86	0,567427	17.146,43
Sumatoria de flujos actualizados			97.627,25
Inversión			40.595,42
VAN			57.031,83

Nota. Elaboración propia del autor

Análisis: Se determina que el VAN es positivo y mayor a 0, por ende, se acepta el proyecto y se lo puede ejecutar.

7.1.3 Tasa interna de retorno (TIR)

Es la tasa de interés o rentabilidad que producirá la empresa, se determina el porcentaje de ganancia o pérdida que experimentará y basándose en esto, se determina si se debe abandonar o no el proyecto.

- TIR > a la tasa mínima de rendimiento exigida, se acepta el proyecto.
- TIR = a la tasa mínima de rendimiento exigida, es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- TIR < a la tasa mínima de rendimiento exigida, debe rechazarse el proyecto.

Tabla 83.

Tasa interna de retorno (TIR)

Años	Flujos netos	Factor de actualización	Van menor	Factores de actualización	Van mayor
		58%		60%	
0	40.595,42				
1	25.971,69	0,632911	16.437,78	0,625000	16.232,31
2	26.246,13	0,400577	10.513,59	0,390625	10.252,39
3	27.243,38	0,253530	6.907,01	0,244141	6.651,22
4	26.714,03	0,160462	4.286,58	0,152588	4.076,24
5	30.217,86	0,101558	3.068,87	0,095367	2.881,80
	Total		41.213,83		40.093,96
			618,41		-501,46

Nota. Elaboración propia del autor

Para el cálculo se realiza la siguiente fórmula:

$$TIR = T_m + Dt \left[\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M} \right]$$

$$TIR = 58 + 1 \left[\frac{618,41}{618,41 - (-501,46)} \right]$$

$$TIR = 58 + 1 \left[\frac{618,41}{1.119,87} \right]$$

$$TIR = 58 + 1 [0,552212375]$$

$$TIR = 58 + 0,552212375$$

$$TIR = 58,55\%$$

Análisis: Se obtiene una TIR de 58,55% misma que es mayor al costo de capital que es del 12%, pudiendo deducir que esta es factible para su ejecución.

7.1.4 Relación Beneficio-Costo (RBC)

La Relación Beneficio Costo indica la rentabilidad del proyecto, en la misma que se considera la vida útil del proyecto, costos e ingresos utilizados como factor actualización.

- Si RBC < 1, el proyecto no es rentable

- Si $RBC > 1$, el proyecto es rentable
- Si $RBC = 1$, se deja al criterio del inversionista

Tabla 84.

Relacion costo beneficio (RBC)

Años	Ingresos originales	Egresos originales	Factor de actualización	Ingresos actualizados	Egresos actualizados
1	259.462,39	230.679,47	0,892857	231.662,85	205.963,81
2	261.733,65	232.654,48	0,797194	208.652,46	185.470,73
3	264.888,20	234.658,44	0,711780	188.542,19	167.025,24
4	266.376,43	236.691,68	0,635518	169.287,04	150.421,84
5	272.376,22	238.754,54	0,567427	154.553,58	135.475,74
Total				952.698,12	844.357,36

Nota. Elaboración propia del autor

En este caso se realiza los siguientes cálculos:

$$RBC = \frac{\text{Ingresos actualizado}}{\text{Egresos actualizados}}$$

$$RBC = \frac{952.698,12}{844.357,36}$$

$$RBC = 1,13$$

Análisis: Según los criterios a tener en cuenta, la RBC de 1,13 permite que el proyecto sea lucrativo, esto se debe a que, por cada dólar producido, se obtiene un total de 0,13 centavos de ganancia.

7.1.5 Periodo de recuperación (PRC)

Se establece el período en el que la empresa recupera la inversión efectuada, estableciendo que este periodo debe ser inferior al ciclo de vida del proyecto.

Tabla 85.

Periodo de recuperación de capital

Años	Flujos netos	Factor de actualización	Flujos netos actualizados
0	40.595,42		
1	25.971,69	0,892857	23.189,01
2	26.246,13	0,797194	20.923,25
3	27.243,38	0,711780	19.391,30
4	26.714,03	0,635518	16.977,25
5	30.217,86	0,567427	17.146,43
Total			97.627,25

Nota. Elaboración propia del autor

Es necesario realizar el siguiente procedimiento para calcular el PRC:

$$\text{PRC} = \text{Año que supera la inversión} \left[\frac{\text{Inversión} - \text{Suma de primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}} \right]$$

$$\text{PRC} = 2 + \left[\frac{40.595,42 - 44.112,27}{20.923,25} \right]$$

PRC = 2,83 año en que se recupera la inversión.

Análisis: El proyecto tiene una inversión inicial de \$ 40.595,42, indicando que este se recuperará en el período de 2 años, 9 meses y 28 días.

7.1.6 Análisis de Sensibilidad

El estudio de sensibilidad es un instrumento que facilita la predicción de los resultados de un proyecto y la determinación de su resistencia.

- El coeficiente de sensibilidad es > 1 , el proyecto es sensible.
- El coeficiente de sensibilidad = 1, el proyecto no sufre ningún efecto.
- El coeficiente de sensibilidad < 1 , el proyecto no es sensible.

Análisis de sensibilidad con el incremento de costos

Tabla 86.

Análisis de sensibilidad con el incremento de costos

Años	Costo original	Ingresos totales	Ingresos totales	Flujo neto	Factor de actual.	Van menor	Factor de actual.	Van mayor
					47%		50%	
0	40.595,42							
1	230.679,47	237.138,50	259.462,39	22.323,90	0,68027	15.186,32	0,66667	14.882,60
2	232.654,48	239.168,80	261.733,65	22.564,85	0,46277	10.442,34	0,44444	10.028,82
3	234.658,44	241.228,87	264.888,20	23.659,33	0,31481	7.448,18	0,29630	7.010,17
4	236.691,68	243.319,05	266.376,43	23.057,38	0,21416	4.937,88	0,19753	4.554,55
5	238.754,54	245.439,67	272.376,22	26.936,55	0,14568	3.924,24	0,13169	3.547,20
Total						41.938,97		40.023,33
						1.343,54		-572,09

Nota. Elaboración propia del autor

a) Nueva TIR

$$\text{NTIR} = T_m + Dt \left[\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN TM} \right]$$

$$\text{NTIR} = 47 + 1 \left[\frac{1.343,54}{1.343,54 - (-572,09)} \right]$$

$$NTIR = 47 + 1 \left[\frac{1.343,54}{3.915,63} \right]$$

$$NTIR = 47 + 1 [0,34312319]$$

$$NTIR = 47 + 0,34312319$$

$$NTIR = 47,34$$

b) TIR resultante

$$TIR = TIR O - NTIR$$

$$TIR = 58,55 - 47,34$$

$$TIR = 11,21$$

c) Porcentaje de variación (%V)

$$\%V = \frac{DTIR}{TIR} * 100$$

$$\%V = \frac{11,21}{58,55} * 100$$

$$\%V = 19,14$$

d) Valor de sensibilidad

$$S = \frac{\%V}{NTIR}$$

$$S = \frac{19,14}{47,34}$$

$$S = 0,40$$

Análisis: El análisis de sensibilidad en cuanto al incremento en los costos, el proyecto soportará un incremento de hasta el 2,80%, la sensibilidad es menor a 1 por lo que si el precio incrementa hasta este porcentaje no afectará en la rentabilidad del proyecto.

Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos

Tabla 87.

Análisis de sensibilidad con la disminución de ingresos

Años	Costo original	Ingresos totales	Ingresos totales	Flujo neto	Factor de actual. 48%	Van menor	Factor de actual. 50%	Van mayor
0	40.595,42							
1	230.679,47	259.462,39	253.209,35	22.529,88	0,67568	15.222,89	0,66667	15.019,92
2	232.654,48	261.733,65	255.425,87	22.771,39	0,45654	10.396,00	0,44444	10.120,62
3	234.658,44	264.888,20	258.504,40	23.845,96	0,30847	7.355,80	0,29630	7.065,47
4	236.691,68	266.376,43	259.956,76	23.265,08	0,20843	4.849,06	0,19753	4.595,57
5	238.754,54	272.376,22	265.811,95	27.057,41	0,14083	3.810,46	0,13169	3.563,12

Total	41.634,21	40.364,69
	1.038,78	-230,73

Nota. Elaboración propia del autor.

e) Nueva TIR

$$NTIR = Tm + Dt \left[\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right]$$

$$NTIR = 47 + 1 \left[\frac{1.038,78}{420,78 - (230,73)} \right]$$

$$NTIR = 47 + 1 \left[\frac{1.038,78}{3.038,73} \right]$$

$$NTIR = 47 + 1 \cdot 0,341848216$$

$$NTIR = 47 + 0,341848216$$

$$NTIR = 47,34$$

f) TIR resultante

$$TIR = TIR O - NTIR$$

$$TIR = 58,55 - 47,34$$

$$TIR = 11,21$$

g) Porcentaje de variación (%V)

$$\%V = \frac{DTIR}{TIR} * 100$$

$$\%V = \frac{11,21}{58,55} * 100$$

$$\%V = 19,15$$

h) Valor de sensibilidad

$$S = \frac{\%V}{NTIR}$$

$$S = \frac{19,15}{47,34}$$

$$S = 0,40$$

Análisis: El análisis de sensibilidad en cuanto a la disminución en los ingresos, el proyecto soportará una disminución de hasta el 2,41%, este es menor a 1 por lo que si los ingresos disminuyen hasta dicho porcentaje no afectará en la rentabilidad del proyecto.

8. Conclusiones

Una vez concluido el trabajo de investigación, se determinó las siguientes conclusiones:

- En base al proyecto realizado, existe una demanda potencial de 9.629 agricultores que consumen productos agropecuarios; en cuanto a la oferta y demanda en el primer año se determinó una demanda insatisfecha de 1.686.297 unidades de productos agropecuarios, lo que da apertura al nuevo producto para cubrir con el mercado insatisfecho
- El estudio técnico determina que la empresa tiene una capacidad instalada de 18.000 unidades anuales que es del 100%, y una capacidad utilizada de 18.000 unidades anuales tomando en cuenta que el proyecto tiene una vida útil de 5 años.
- En cuanto a la constitución legal de la empresa de acuerdo con las leyes y regulaciones del Ecuador, la razón social es “AGROCAMPO Comercializadora de productos agropecuarios S.A” con un plazo de duración de 5 años.
- En el estudio financiero se obtuvo una inversión inicial para la implementación de la empresa de \$ 40.637,42 misma cantidad que el 43% es financiado con capital propio y el 57% será financiado por una institución financiera al 10,72% de interés amortizados para 5 años.
- El costo total de la producción para el primer año es de \$ 225.619,47 con una producción de 18.000 unidades al año, dando como costo unitario de \$12,53 y añadido el margen de utilidad del 15% para el primer año queda con un precio de venta al intermediario de \$14,41.
- En la evaluación financiera se obtuvo que; Valor Actual Neto es de \$ 57.031,83 con una Tasa Interna de Retorno de 58.55%, en la Relación Beneficio Costo se obtuvo que por cada dólar invertido se gana 13 ctvs., en el Periodo de Recuperación de Capital se obtuvo que la inversión se recuperará en 2 años, 9 meses, 28 días y finalmente en el análisis de sensibilidad (AS) se determinó que el proyecto soporta un incremento en los costos del 2,80% y una disminución en los ingresos del 2,41%, siendo factible para la ejecución del proyecto.

9. Recomendaciones

- Se recomienda la ejecución de este proyecto debido a que es rentable económicamente en base de los resultados obtenidos.
- Es aconsejable contratar a personal de la localidad para llevar a cabo el proyecto, con la finalidad de aportar a la economía local y reducir la tasa de desempleo.
- Se recomienda iniciar con un área más amplia en la capacidad instalada de la empresa, con el objetivo de cubrir la mayor cantidad de demanda no cubierta y de esta manera conseguir más liquidez.
- Es importante destacar los resultados del análisis económico, ya que ahí se especifica con mayor detalle los costos que implican el proyecto, junto con el importe establecido para el mismo para iniciar las operaciones productivas de la empresa, de manera que puedan realizar sus tareas de forma eficiente y eficaz.
- Es importante explorar métodos para reducir costos e incrementar la capacidad de la empresa, con el objetivo de reducir el costo por unidad del producto y, por ende, el precio de venta, ya que el precio actual es muy alto.
- Se recomienda usar los datos recabados de la investigación, como la inversión prevista para la implementación de este proyecto, y efectuar un monitoreo del desempeño organizacional, con el objetivo de alcanzar los objetivos establecidos por la empresa y tomar las decisiones más acertadas para su adecuado funcionamiento.

10. Bibliografía

Arias Salazar, C. (2019). El proceso de comercialización de productos en cooperativas agropecuarias del municipio Bayamo. Principales factores que limitan su funcionamiento. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7(3), 1-15.

Baca Urbina, G. (2013). Evaluación de proyectos (Séptima ed.). *México: Mexicana*.

Bartual Sanchez J., Berenguer Subils M.J., NTP 143: Pesticidas: Clasificación y Riesgos Principales. *Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España – Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el trabajo*
<https://www.manualfitosanitario.com/InfoNews/INTA%20Aplicacion%20eficiente%20de%20fitosanitarios%20Cap%202.%20%20Formulaciones.pdf>

Benavides, O. (2002). Competencias y competitividad: Diseño para organizaciones latinoamericanas.

Chain, N. S. (2011). Proyectos de inversión: Formulación y Evaluación (Segunda). *Pearson Educación*.

Chiavenato, I (2017) Planeación estratégica fundamentos y aplicaciones, 3 edición. Recuperado en: <https://www.remaxaccion.com.ar/wpcontent/uploads/2021/04/127Planeacionestrategicafundametoschiavenatoidalberto.pdf>

Córdova Padilla, M. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. *Bogotá: Eco Ediciones*.

CUAED, U. (2024). Tipos de Departamentalización Administrativa. *UNAM*.
https://repositoriouapa.cuaieed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/2719/mod_resource/content/1/UAPA-Tipos-DepartamentalizacionAdministrativa/evaluacion/arrastrando_columnas_imagenes/index.html

Duvergel Cobas, Y., & Argota Vega, L. E. (2017). Estudio de factibilidad económica del producto sistema automatizado cubano para el control de equipos médicos. *3C Tecnología Glosas de innovación aplicadas a la pyme*, 6(4), 46-63.
<https://doi.org/10.17993/3ctecno.2017.v6n4e24.46-63>

Fajardo, M. A., & Suárez, M. P. (2013). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos agrícolas, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura [bachelorThesis]. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/3272>

González y, M., & Blanco, M. (2022). Manual de capacitación de Estudio técnico. 2022.
<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/20751/BVE22088374e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- González, M. J. (2019). Estructura organizacional.
- Kiziryan, M. (28 de abril de 2015). economipedia. *Obtenido de economipedia*: <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>
- Martos, R., & Pons, O. (2009). Cultura Corporativa: Misión, Visión y Valores en la Gestión Estratégica de las empresas del sector de la Automoción en España [*Universidad Politécnica de Catalunya*]. <https://doi.org/10.5821/dissertation-2117-94094>
- Meza Orozco, J. d. (2013). Evaluación Financiera de Proyectos. Bogotá: *Ecoe Ediciones*.
- Morales, A., & Morales, J. (2009). Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación. *México: McGRAW-HILL*.
- Municipalidad El Carmen. (2021). Plan de uso y gestión de suelo de El Carmen. <https://elcarmen.gob.ec/Transparencia/PUGS%20y%20PDOT/PUGS25ago2021.pdf>
- Ordonez. (2012.). Manual de Funciones para mejorar el desempeño del talento humano de la Empresa Pesquera “Moranpez” del Cantón Salinas Provincia de Santa Elena. *Tesis. De Maestría. Universidad Estatal Península. Santa Elena. UPSE*.
- Ordoñez, E. (2020). Estudio de Prefactibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización de productos agropecuarios en la parroquia de Pintag [Universidad Politécnica Salesiana Ecuador]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18725/1/UPS-MSQ007.pdf>
- Pasaca, M. (2017). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Loja: *GRAFICPLUS*.
- Plazas, H. (2017). Diseño de Procesos. *Fondo editorial Areandino*. <https://core.ac.uk/download/pdf/326423726.pdf>
- Peñañiel, T. (2021). Clasificación de las empresas. <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/19850/clasificacion-empresas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pozo, N. (2020). Estudio de factibilidad para implementar una empresa comercializadora de productos agropecuarios en la comuna Dos Mangas. [bachelorThesis, *La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2020.*]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5651> Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. (2020). *Guía para la formulación de*

proyectos.http://sgc.uaeh.edu.mx/planeacion/images/documentos/Guia_elaboracionproyectos.pdf

Prócel, J. A.-M.-J.-J. (2018). <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/>. Obtenido de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccionpublicaciones/public/docs/books/2019091921132963%20Libro%20Proyectos%20de%20inversión%20un%20enfoque%20práctico.pdf>

Sapag, N. (2008). Preparación y evaluación de proyectos. Obtenido de <https://untdfproyectos.files.wordpress.com/2018/04/sapag-2008-preparacion-yevaluacion-de-proyectos.pdf>

Vallejo, P. F. M. (2016). Diseño de factibilidad para la creación de una empresa distribuidora de insumos agropecuarios con el servicio de ventas a domicilio en la zona central de Quevedo, año 2015. [*Universidad Técnica Estatal de Quevedo*]. <https://repositorio.uteq.edu.ec/server/api/core/bitstreams/d667ad59-f698-445a-853b-bec4bb1dd9b5/content>

11. Anexos

Anexo 1. Encuesta dirigida a los demandantes



1859

1. **¿Compra usted, productos agropecuarios?**
 - Si
 - No
2. **¿Qué tipo de cultivos o productos agropecuarios maneja principalmente?**
 - Cacao
 - Café
 - Maíz
 - Plátano
 - Cría de animales
3. **¿Qué productos agropecuarios compra con mayor frecuencia?**
 - Fertilizantes
 - Semillas
 - Agroquímicos
 - Balanceados
4. **¿Consume usted, productos agropecuarios?**
 - Si
 - No
5. **¿Cuántas unidades de productos agropecuarios compra semanalmente?**
 - De 5 a 10
 - De 11 a 20
 - De 21 a 30
 - De 31 a 40

- 6. ¿Qué factores son los más importantes al momento de comprar productos agropecuarios?**
- Precio
 - Calidad
 - Marca
 - Asistencia técnica
- 7. ¿Dónde prefiere comprar productos agropecuarios?**
- Tiendas locales
 - Distribuidoras autorizadas
 - Directamente en locales del fabricante
 - Online (sitios web, aplicaciones)
- 8. ¿Cuáles son las principales dificultades que enfrenta al momento de comprar productos agropecuarios?**
- Falta de disponibilidad
 - Falta de información sobre los productos
 - Falta de asistencia técnica
 - Precios altos
- 9. ¿Cuánto valora la asistencia técnica ofrecida por los proveedores de productos agropecuarios?**
- No es importante
 - Muy importante
- 10. ¿Qué tipo de apoyo le gustaría recibir de sus proveedores de productos agropecuarios?**
- Asesoría técnica
 - Capacitación en el uso del producto
 - Descuentos por volumen
- 11. ¿Prefiere productos que promuevan prácticas agrícolas sostenibles?**
- Si, siempre
 - Si, en la medida posible
 - No me parece relevante
- 12. ¿Si se implementara una empresa comercializadora de productos agropecuarios en el cantón El Carmen, estaría dispuesto a adquirir sus productos?**

- Si
- No

13. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información acerca de la venta de productos agropecuarios?

- Radio
- Televisión
- Periódicos
- Medios digitales

14. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir al momento de adquirir sus productos agropecuarios?

- Descuentos en compras
- Promoción 2 x 1
- Cupones de descuento

Anexo 2. Encuesta dirigida a los oferentes



1859

1. ¿Cuál es el principal tipo de cliente que atiende?

- Agricultor
- Ganadero
- Particular

2. ¿Qué tipos de productos agropecuarios ofrece?

- Fertilizantes
- Semillas
- Agroquímicos
- Balanceados

3. ¿Qué cantidad de productos vende mensualmente en su local?

- De 1 a 50 unidades
- De 51 a 100 unidades

De 101 a 150 unidades

De 151 a 200 unidades

4. ¿Qué tipo de servicios adicionales ofrece?

Asesoría técnica

Capacitación del producto

Servicio postventa

Descuentos por volumen

5. ¿Cada qué tiempo realiza la adquisición de productos agropecuarios?

Semanalmente

Mensualmente

Cada 3 - 6 meses

Anualmente

6. ¿Qué tipo de promoción da a sus clientes por las compras realizadas?

Promociones 2 x 1

Producto adicional

Cupones de descuentos

7. ¿Por qué medios de comunicación da a conocer sus productos?

Televisión

Radio

Periódicos

Medios digitales

8. ¿En caso de implementar una empresa comercializadora de productos agropecuarios, adquiriría usted nuestros productos?

Sí

No

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

CERTF. No. 45

Alamor, 17 de diciembre del 2024

Lic. Mónica Germania Chamba Añazco


LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION, EN LA ESPECIALIDAD DE IDIOMA INGLES.

A petición de la parte interesada y en forma legal.

CERTIFICO:

Que **Sandy Elizabeth Aviles Gomez** con cédula de identidad número: **1207308857**, estudiante de la Maestría de Agronegocios Sostenibles de la Unidad de Estudios a Distancia y en Línea de la Universidad Nacional de Loja, completó satisfactoriamente la presente traducción de español a inglés del Trabajo de titulación denominado **“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos agropecuarios en el cantón El Carmen provincia de Manabí”**.

Traducción que fue guiada y revisada minuciosamente por mi persona. En consecuencia, se da validez a la presentación de la misma. Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pudiendo la estudiante hacer uso del presente documento en lo que estimare conveniente.



Lic. Mónica Germania Chamba Añazco

Licenciada en Ciencias de la Educación, especialidad idioma inglés

C.I: 1102887278

Registro SENESCYT: 1008-08-827334