



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

DE INGENIEROS EN CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA, MENCIÓN CPA

TÍTULO DEL PROYECTO:

CREAR E IMPLEMENTAR UNA DISTRIBUIDORA DE SILICATO DE CALCIO,
DIRIGIDO AL SECTOR AGRÍCOLA PRODUCTOR DE ARROZ Y BANANO DE LA
REGIÓN 5.

AUTORES:

Washington Rafael Párraga Márquez

Flor Virginia López Orozco

ASESOR:

Econ. Evelyn Arteaga Arcentales

Milagro, Abril del 2012

Ecuador

ACEPTACIÓN DE LA TUTORA

En calidad de tutora del proyecto de investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el título: **CREAR E IMPLEMENTAR UNA DISTRIBUIDORA DE SILICATO DE CALCIO, DIRIGIDO AL SECTOR AGRÍCOLA PRODUCTOR DE ARROZ Y BANANO DE LA REGIÓN 5**, presentado como requisito previo para optar el título de **INGENIEROS EN CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA, MENCIÓN CPA**.

Considero que el proyecto presentado debe de ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Econ. Evelyn Arteaga Arcentales

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, abril del 2012

Srta. Flor Virginia López Orozco

C.I. 0924677669

Sr. Washington Rafael Párraga Márquez

C.I. 0919625079

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIEROS EN CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA, MENCIÓN CPA., otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones.

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a Dios todopoderoso por ser nuestro guía espiritual conduciéndonos siempre hacia el camino del bien y el éxito. Por darnos la conformidad de tener a nuestros padres con vida y mucha salud solo él sabe lo importante que son ellos para nosotros. Al igual que todas esas personas que nos apoyaron y confiaron en nosotros durante los años de estudios.

Gracias papa Dios por darnos la dicha de escribirles hoy esta dedicatoria, dándonos así la fuerza para seguir caminando y lograr alcanzar esta meta anhelada para nuestra superación personal.

Siempre tengan en cuenta que todo lo que nos propongamos en la vida lo podemos lograr si trabajamos fuerte y continuamente con rectitud, sigan adelante y para que nuestros éxitos de hoy sean los suyos mañana y siempre.

LOS AUTORES

AGRADECIMIENTO

Son numerosas las personas a las que debemos agradecer por ayudarnos en el logro de la carrera, es demasiado poco, el decir gracias, pero en el fondo de nuestro ser estaremos agradecidos y siempre presto a tenderles una mano cuando así lo requieran. Sin embargo, resaltaremos solo algunas de estas personas sin las cuales no hubiésemos hecho realidad este sueño tan anhelado como es la culminación de nuestra carrera universitaria:-Ante todo, a Dios por darnos la vida para lograr esta meta aspirada después de tantos esfuerzos, caídas entre otras cosas, que hemos tenido durante la formación profesional, solo él sabe el sacrificio que hemos pasado guiándonos con su luz divina por el camino correcto para no desmayar. Por eso gracias mil gracias Dios. A nuestros Padres y familias por su constante amor inexplicable para nuestra superación personal.

A nuestra querida Docente Ec. Evelyn Arteaga, por ser fuente de motivación y haber aceptado ser nuestra tutora de trabajo, para ayudarnos y apoyarnos en los momentos que la necesitemos, solo queriendo nuestro mejoramiento profesional. A nuestros profesores por ser pilares fundamentales de nuestra formación. A nuestros Compañeros de clases en especial al Grupo Personal de Trabajo de Estudio por ofrecernos siempre esa mano amiga en los momentos más difíciles, a pesar de nuestras diferencias, los extrañaremos mucho les deseamos lo mejor éxitos y Dios los cuide.

Definitivamente, a la Universidad Estatal de Milagro, por ser mi máxima casa de estudio y ofrecernos la oportunidad de prepararnos profesionalmente como ser apto para enfrentar la vida de una manera moralmente digna.

LOS AUTORES

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORES

Lic.

Jaime Orozco Hernández MS.c.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro.

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autores del Trabajo realizado como requisito previo a la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Crear e Implementar una distribuidora de silicato de calcio, dirigido al sector agrícola productor de arroz y banano de la Región 5, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, abril del 2012.

Srta. Flor Virginia López Orozco

C.I. 0924677669

Sr. Washington Rafael Párraga Márquez

C.I. 0919625079

ÍNDICE GENERAL

A.- PÁGINAS PRELIMINARES:

CARATULA	i
ACEPTACIÓN DE LA TUTORA	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORES.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS	xi
INDICE DE GRÁFICOS	xiv
INDICE DE FIGURAS	xv
RESUMEN	xvii
ABSTRACT	xviii

B.- TEXTO:

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Problematización.....	2
1.1.2 Delimitación del problema	3
1.1.3 Formulación del problema	3
1.1.4 Sistematización del problema.....	3
1.1.5 Determinación del tema	4
1.2 OBJETIVOS	4

1.2.1 Objetivo General de la Investigación	4
1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación.....	4
1.3 JUSTIFICACIÓN	4
CAPITULO II.....	6
2.1 MARCO TEÓRICO	6
2.1.1 Antecedentes Históricos	6
2.1.2 Antecedentes Referencial	7
2.1.3 Fundamentación	8
2.2 MARCO LEGAL	22
2.3 MARCO CONCEPTUAL	22
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	25
2.4.1 Hipótesis General	25
2.4.2 Hipótesis Particulares	25
2.4.3 Declaración de Variables	25
2.4.4 Operacionalización de las Variables	26
CAPITULO III	28
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	28
3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA.....	29
3.2.1 Característica de la población	29
3.2.2 Delimitación de la población.....	30
3.2.3 Tipo de muestra	30
3.2.4 Tamaño de la muestra	31
3.2.5 Proceso de selección.....	32
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	32
3.3.1 Métodos teóricos	32
3.3.2 Métodos empíricos	32

3.3.3 Técnicas e instrumentos	33
3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	33
CAPÍTULO IV.....	35
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.	35
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.	46
4.3 RESULTADOS	48
CAPITULO V	55
5.1 TEMA.....	55
5.2 FUNDAMENTACIÓN	55
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	59
5.4 OBJETIVOS	60
5.4.1 Objetivo General de la propuesta	60
5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta.....	60
5.5 UBICACIÓN	61
5.6 FACTIBILIDAD	64
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	71
5.7.1 Actividades.....	83
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero	90
5.7.3 Impacto.....	98
5.7.4 Cronograma.....	98
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	99
CONCLUSIONES	100
RECOMENDACIONES	101
C.- MATERIALES DE REFERENCIA:	
BIBLIOGRAFÍA	103
ANEXOS	106

Anexo1: Formato de Encuestas.....	107
Anexo2: Formato de Entrevista.....	109
Anexo3: Documentos para Permisos	110
Anexo 4. Afiliación IESS.....	116
Anexo 5: Solicitud de Crédito.....	117
Anexo 6: Fotos.....	119
Anexo 7: Estados Financieros	122

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1

Encuesta pregunta # 1.....	36
----------------------------	----

Cuadro N° 2

Encuesta pregunta #2.....	37
---------------------------	----

Cuadro N° 3

Encuesta pregunta # 3.....	38
----------------------------	----

Cuadro N° 4

Encuesta pregunta # 4.....	39
----------------------------	----

Cuadro N° 5

Encuesta pregunta # 5.....	40
----------------------------	----

Cuadro N° 6

Encuesta pregunta # 6.....	41
----------------------------	----

Cuadro N° 7

Encuesta pregunta # 7.....	42
Cuadro N° 8	
Encuesta pregunta # 8.....	43
Cuadro N° 9	
Encuesta pregunta # 9.....	44
Cuadro N°10	
Encuesta pregunta # 10.....	45
Cuadro N° 11	
Verificación de hipótesis.....	54
Cuadro N° 12	
Matriz Foda.....	75
Cuadro N° 13	
Estrategia Competitiva.....	77
Cuadro N° 14	
Precios.....	85
Cuadro N° 15	
Personal de distribuidora.....	90
Cuadro N° 16	
Activos fijos.....	91
Cuadro N° 17	
Detalle de gastos.....	92
Cuadro N° 18.	

Costo de venta.....	93
Cuadro N° 19	
Inversión del proyecto.....	93
Cuadro N° 20	
Financiación del proyecto.....	94
Cuadro N° 21	
Tasa anual.....	94
Cuadro N° 22	
Préstamo bancario.....	94
Cuadro N° 23	
Tabla de amortización.....	95
Cuadro N° 24	
Estado de pérdidas y ganancias.....	96
Cuadro N° 25	
Balance general	96
Cuadro N° 26	
Flujo de caja.....	97
Cuadro N° 27	
Cronograma de actividades.....	98

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1

Encuesta pregunta # 1.....36

Gráfico N° 2

Encuesta pregunta # 2.....37

Gráfico N° 3

Encuesta pregunta # 3.....38

Gráfico N° 4

Encuesta pregunta # 4.....39

Gráfico N° 5

Encuesta pregunta # 5.....40

Gráfico N° 6

Encuesta pregunta # 6.....41

Gráfico N° 7

Encuesta pregunta # 7.....42

Gráfico N° 8

Encuesta pregunta # 8.....43

Gráfico N° 9

Encuesta pregunta # 9.....44

Gráfico N° 10

Encuesta pregunta # 10.....45

Gráfico N° 11

Organigrama estructural.....64

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1

Suelo Salino.....9

Figura N° 2

Puntas Quemadas por suelo salino.....10

Figura N° 3

Eflorescencia de sal.....10

Figura N° 4

Ubicación.....62

Figura N° 5

Distribución física de áreas.....63

Figura N° 6

Logotipo.....71

Figura N° 7

Modelo de las cinco fuerzas de Porter.....80

Figura N° 8

Silicato de calcio.....84

Figura N° 9

Página de Facebook.....86

Gráfico N° 10

Página de web.....87

Gráfico N° 11

Página Twitter.....87

Gráfico N° 12

Tarjeta de presentación.....88

Gráfico N° 13

Volante.....88

RESUMEN

En el presente trabajo analizaremos la creación e implementación de una distribuidora de fertilizante orgánico (silicato de calcio), dirigido al sector agrícola de la región 5 dedicado a la producción de banano y arroz.

En la actualidad uno de los problemas que afecta el sector agrícola es la salinidad de los suelos, frente a esto creemos que se hace profunda la necesidad del uso de fertilizantes orgánicos, que cumplan con los requerimientos para la obtención de cosechas homogéneas y consistentes.

Para justificar la necesidad que lleva la creación de una distribuidora se efectuó encuestas y entrevistas a personal vinculado en el mercado estudiado, cuyos resultados fueron favorables, desde ese punto de vista se tendrá como objetivo satisfacer a los agricultores, con una programación pertinente basada en la información, ética, variedad y profesionalismo.

Se establece conjuntamente un estudio de factibilidad; es decir una proyección de análisis financiero sobre las necesidades económicas para poner en marcha las actividades de la empresa.

La situación financiera resulta fundamental para evaluar, tanto la capacidad de la empresa para hacer frente a sus deudas, como la rentabilidad. La aplicación de este estudio a la hora de conceder crédito a un nuevo cliente, o al pactar una toma de participación de la empresa revela la importancia de la misma, cuya metodología y procedimientos se muestran en esta investigación.

Por todas estas razones se puede concluir que la empresa agrícola es un sistema complejo donde interactúan muchos factores para lograr objetivos planteados. Debido a esto es necesario tener los conocimientos, capacitarse permanentemente y disponer de tiempo necesario para juntar información, ordenarla y analizarla.

El éxito de nuestro proyecto está defendido con estrategias de marketing, puesto que captará un amplio público que desea mejorar la calidad de sus productos, dejando así puerta abierta para quienes se interesen en poner en marcha este proyecto.

ABSTRACT

In this research we will analyze the creation and implementation of a distributor of organic fertilizer (calcium silicate), led to the agricultural sector in the region 5, and dedicated to bananas and rice's production.

To justify the necessity that leads the creation of a distributor, surveys and interviews were made to the personnel involved in the studied market, the results were favorable, from that point of view, it will have as goal to satisfy farmers, with a program based on relevant information, ethics, variety and professionalism.

A feasibility study is set; it means a projection of financial analysis about the financial needs to run the company's activities.

The financial situation proves to be fundamental to evaluate, so much the capability of the company to face up to his debts, like the profitability. The application of this study to the hour to grant credit to a new customer, or he reveals the importance of the same whose methodology when contracting for a company's takeover of participation and they show procedures in this investigation.

It can be concluded that for all these reasons the agricultural company is a complex system where many factors to achieve presented objectives interact . It is necessary to have the knowledge due to this, to capacitate him permanently and to have necessary time to join information, to order her and to examine her.

The success of our project is defended with marketing strategies, because of it will capture full audience that wants to improve the quality of their products, giving an open opportunity for those interested in starting this project.

INTRODUCCIÓN

Cada día son más las empresas ecuatorianas que desean mejorar la calidad de sus productos y/o servicios ya sea para lograr tener un reconocimiento en nuestro mercado o estar a la par con organizaciones y así poder competir.

El presente trabajo contiene el diseño de la creación e implementación de una distribuidora de silicato de calcio dirigido al sector agrícola productor de arroz y banano dirigido a la región 5.

El silicato de calcio ha sido probado como un elemento esencial para las plantas, ya que sus efectos benefician a una amplia gama de cultivos incluyendo arroz, caña de azúcar, trigo, cebada y recientemente banano. Los fertilizantes a base de silicio son aplicados en cultivos en diferentes países para incrementar la producción y sostenibilidad agrícola. En este proyecto se discuten los efectos del silicio en las plantas y su importancia para los cultivos de arroz y banano.

En las plantas, los efectos benéficos del Silicio han sido reportando en una amplia gama de cultivo bajo stress biótico y abiótico. Activa mecanismos de defensa puesto que el silicio es absorbido exclusivamente por la raíz, lo cual permite la distribución homogénea del nutriente en todas las fases de los cultivos.

Los fertilizantes sirven para mejorar el rendimiento y productividad de los cultivos por área cultivada. Supliendo las necesidades que en condiciones normales los suelos no suministran como nutrientes minerales y orgánicos a las plantas, se suministran a los suelos en base a un análisis previo y luego se complementan con las deficiencias o carencias que ellos ofrecen al cultivo.

.

El uso de los fertilizantes en los suelos debe ser controlado para evitar daños al ambiente, el uso indiscriminado de los mismos ocasiona serios trastornos ecológicos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En los actuales momentos, unos de los principales problemas que soporta el sector bananero y arrocero es la escasez de raíces, producida por la intoxicación salina del suelo que se debe al manejo agronómico deficiente que se da al cultivo especialmente lo concerniente a la fertilización.

Con un sistema radicular deficiente, la fertilización usualmente se convierte en una práctica sin sentido, ya que la mayor parte de los fertilizantes químicos se pierden al no ser tomados por la planta, debido al número insuficiente de raíces, lo que definitivamente se traduce en bajas producciones y consecuentemente en pérdidas económica

Un programa inadecuado de fertilización puede ocasionar acidez del suelo, compactación, y la aparición de problemas fitosanitarios como la presencia de plagas.

En los actuales momentos el entorno del sector agrícola se enfrenta a situaciones limitantes como la logística, pues al agricultor se le dificulta la compra de fertilizantes y su traslado hacia el campo, esto genera una desventaja y la pérdida de oportunidades frente a la competencia.

Por otro lado se evidencia una priorización de gastos personales, pues al no conocer con exactitud el nivel de ingresos que genera el negocio no existe reinversión lo que conlleva al vencimiento de pagos en crédito.

Pronóstico

La intoxicación salina del suelo traerá grandes pérdidas en la agricultura, los procesos fisiológicos de las plantas no serán normales, se obtendrán cosechas relativamente bajas, los productores tendrán que dejar sus cultivos y dedicarse a otras actividades ocasionando que no haya un crecimiento económico del país.

Control de pronóstico

Para evitar el problema antes descrito los agricultores de la región 5 deberán utilizar fertilizantes orgánicos como el silicato de calcio que ayuda a la recuperación de los suelos y la disminución de la salinidad.

1.1.2 Delimitación del problema

País:	Ecuador
Zona:	Región 5
Provincias:	Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena
Cantón:	Milagro
Sector:	Agrícola
Área temática:	Comercialización.

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera la falta de una distribuidora de fertilizantes orgánicos como el silicato de calcio, influye en la salinidad de los suelos agrícolas productores de arroz y banano en la zona de influencia de la región 5?

1.1.4 Sistematización del problema

¿En qué forma incide la no aplicación de fertilizantes orgánicos en el cultivo de arroz y banano?

¿Qué sucede si no se tiene un programa adecuado de fertilización?

¿Qué limitaciones enfrentan los agricultores en la adquisición de fertilizantes?

¿En que afecta la falta de inversión en un eficiente programa de fertilización por dar prioridad a otros gastos?

¿Cómo afecta a las cosechas el escaso conocimiento técnico por parte de los agricultores?

1.1.5 Determinación del tema

Crear e Implementar una distribuidora de Silicato de Calcio dirigido al Sector Agrícola productor de arroz y banano de la Región 5.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de la Investigación

Concienciar a los agricultores sobre el desgaste que sufre el suelo por el uso de fertilizantes químicos y el beneficio de utilizar abonos orgánicos.

1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación

- Diseñar una investigación de mercado que permita analizar la situación de oferta y demanda del mercado en su zona de influencia.
- Elaborar la estrategia del negocio.
- Diseñar la estructura organizacional adecuada a las estrategias
- Presentar un estudio de factibilidad financiera.
- Ofertar un producto con parámetros de calidad y eficiencia acordes con las necesidades del mercado y la competitividad requerida.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Al ser el suelo el medio donde se desarrollan las plantas es de mucha importancia preocuparse por la sostenibilidad de este, el uso indiscriminado de fertilizantes químicos a traído como consecuencia que este se vaya degradando con el pasar del tiempo, hoy en día se presentan graves problemas como la salinidad del suelo agrícola, esto hace que las producciones disminuyan.

La finalidad de la presente investigación es implementar un sistema de distribución de silicato de calcio que intente solucionar parte de los problemas a los que se enfrenta el sector agrícola dedicado a la producción de arroz y banano.

El silicio ha sido aprobado como un elemento esencial para las plantas superiores ya que sus efectos benefician a una amplia gama de cultivos.

Los fertilizantes a base de silicio son aplicados en cultivos de países diferentes para incrementar la producción y sostenibilidad agrícola.

El silicio es el único elemento que no causa serios problemas en cantidades excesivas, se ha demostrado que ayuda a generar resistencia al reducir la velocidad de desarrollo de la enfermedad de mayor importancia dentro del sector bananero como es la sigatoka negra; por otro lado en el arroz también genera resistencia al ataque de *Pillicularia grisea*.

En el suelo, las aplicaciones de silicio benefician de manera destacada a disminuir los stress de la planta causados por el uso excesivo de minerales, estos pueden desencadenarse en deficiencia de elementos esenciales que provocan fallas en los procesos fisiológicos de las plantas generando enanismo, achaparramientos, atrofiaciones.

Los investigadores en los últimos veinticinco años en todo el mundo están descubriendo los beneficios de silicio para la salud de las plantas y la fertilidad del suelo. Sin embargo, fue un famoso profesor de química alemán llamado Justus Liebig, que en el 1800 identificó el elemento silicio que tienen un importante papel como nutriente para las plantas.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

El sector agrícola del Ecuador enfrenta nuevos y más complejos desafíos. El proceso de globalización de la economía impone a cada país la necesidad de la especialización en aquellas producciones que le permitan una inserción estable al comercio.

El sector agrícola tradicionalmente ha estado ligado al comercio exterior, sin embargo, el contexto actual y futuro está caracterizado por condiciones de mayor competencia. En Ecuador, tanto el proceso de apertura al comercio y la voluntad manifestada por las autoridades económicas y políticas de participar en los foros de negociación, como el interés de afirmar un modelo de desarrollo económico sustentado en equilibrios macroeconómicos y la aplicación de una política económica orientada por la desregulación y modernización del Estado en sus funciones y procedimiento, hacen imperativo actualizar no sólo las medidas con las que participa en la economía, sino también, y de manera preferente, la formación de los profesionales para que puedan encarar los nuevos desafíos.

Durante las tres últimas décadas el agro ecuatoriano ha experimentado significativos procesos de transformación en sus estructuras productivas y en sus características demográficas, ecológicas, sociales y culturales.

Al mismo tiempo ha sido el escenario de agudos conflictos (especialmente relacionados con la lucha por la tierra) y el espacio en el que se han construido identidades colectivas diversas y

en el que han emergido actores que han logrado una presencia política de relevancia nacional (organizaciones y movimientos campesinos e indígenas).

El Estado ecuatoriano no ha sido ajeno a estos procesos. Los temas de la definición o redefinición de las políticas agrarias y las propuestas de desarrollo rural, han estado constantemente en la agenda gubernamental.

Estos procesos de transformación agrícola han afectado igualmente a la dinámica de las economías propiciando distintas respuestas y ajustes en sus estrategias productivas y en las pautas de consumo para garantizar su reproducción económica.

2.1.2 Antecedentes Referencial

NEDERAGRO

Somos una empresa comercializadora y formuladora de agroquímicos y fertilizantes, que realiza sus actividades de venta y distribución en forma eficiente, segura y limpia.

Basados en el desarrollo de nuestros procesos, asumimos nuestro compromiso con el cumplimiento de la normalidad relacionada con nuestro entorno laboral, cumpliendo con los siguientes aspectos:

*Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, proporcionando un servicio de calidad y cumpliendo con los requisitos legales y los acordados por nuestros clientes.

*Optimizar el uso de nuestros recursos, disminuyendo los posibles impactos ambientales no deseados y minimizando la contaminación por medio de programas continuos de mejoramiento.

*Establecer un ambiente de Responsabilidad Integral a lo largo de nuestra cadena de valor (proveedores, distribuidores, empleados, clientes y partes interesada), haciendo énfasis en la protección al ambiente, la salud, la seguridad física y de la información y calidad.

*Reconocer y participar en la iniciativa internacional de Responsabilidad Ambiental.

*Proporcionar un Alto Nivel de Bienestar, minimizando los riesgos relacionados con salud y seguridad laboral.

*Mantener un sistema de mejoramiento continuo que permita asegurar la Excelencia Operativa en todos nuestros procesos.

NEDERAGRO brinda productos Agroquímicos, y otros insumos del Agro con la mayor calidad y confiabilidad, para lograr que los agricultores obtengan resultados superiores a los tradicionales a través de nuestra responsabilidad en proveer productos y servicios de la mejor calidad.

Buscamos ser reconocidos como una de las empresas líderes del sector Agroquímico; comercializando los mejores productos para marcar el paso de la evolución del Agro hacia una actividad más competitiva y amigable con el medio ambiente.

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación Científica

El silicato de calcio forma la mayor parte de los minerales existentes en la corteza terrestre. De acuerdo con su organización interna los silicatos dan diversos tipos de minerales como pegmatitas, rocas meteorizadas, rocas ígneas, metamórficas y sedimentarias. Además con la ayuda de este obtenemos alimento por medio de las plantas. Como mencionamos anteriormente la unidad fundamental de los silicatos es $(\text{SiO}_4)^{4-}$ ordenado en forma de tetraedro regular. El tetraedro mencionado está unido por 50% iónico y 50% covalente. La unión de sus iones está íntimamente ligada por las electronegatividades y la otra es por completar su octeto de ahí la distribución molecular en forma de tetraedro. Si el Si^{4+} y el O^{2-} entonces la unión será como hemos mencionado antes, quedando 4 cargas negativas listas, ya que si completa su octeto las 4 cargas positivas de Si^{4+} quedan anuladas por cuatro O^{4-} pero a su vez estos O^{2-} dejan una carga que al ser sumadas nos da un total de 4 negativas, las 'sobrantes' de la molécula.

Estas carga negativas pueden servir, de hecho es así intermolecularmente, se unen a otros cationes para neutralizar sus cargas. Entonces esta unión se puede presentar entre moléculas SiO_4 . Cuando esto sucede a esas uniones le llama puentes de oxígeno, cuando el número de

puentes de oxígeno se incrementa en tal forma que se dice que las moléculas se están polimerizando.

Con esta polimerización se pueden formar estructuras llamadas nesosilicatos, ortosilicatos, senosilicatos, disilicatos, cadenas de silicatos, anillos, ciclosilicatos, filosilicatos y tectosilicatos.

Salinidad

La idea es muy sencilla: un suelo es salino si tiene una cantidad excesiva de determinadas sales (Cloruros, Sulfatos, etc.)



Figura # 1 Suelo salino

En climas húmedos, donde llueve mucho, es raro que haya suelos salinos, puesto que las sales son lavadas en profundidad y no afectan a la zona de las raíces. En climas secos, son más típicos ya que no existen esas lluvias abundantes que arrastren las sales.

El que un suelo sea salino dependerá de la geología de ese lugar. También puede convertirse un suelo que inicialmente no lo es si se riega durante muchos años con agua salitrosa. Cuidado con las aguas de pozo por tanto.

¿Qué efecto tiene el exceso de sales sobre las plantas?

Provoca que las raíces no puedan absorber el agua. Es curioso, pero a pesar de que el suelo está regado, la planta da síntomas de pasar sed. Esto se debe a la ósmosis. El caso es que tiene humedad pero como si no la tuviera. El agua no puede entrar dentro de los pelos radiculares debido a la alta concentración en sales del agua.

El síntoma típico del suelo salino son las puntas de las hojas quemadas.



Figura # 2 Puntas quemadas por suelo salino

¿Cómo saber si un suelo es salino o no? Hay varias maneras:

1. Las plantas parece como si les faltara el agua y las puntas están quemadas, marrones.

2. Haz la siguiente prueba práctica:

Si salen y se ponen las hojas de color púrpura en lugar de verde, es que es salino. Esta planta es tremendamente sensible a la salinidad y nos sirve muy bien como "indicadora".

3. Si aparecen en la superficie del suelo sales blancas (eflorescencias salinas) es un síntoma muy patente. Sería bastante alta en este caso.



Figura # 3 Eflorescencias de sal

4. Si llevas a analizar la tierra a un laboratorio que hagan análisis de suelos, ellos te dirán con exactitud si tu suelo es salino o no y cuánto es de salino, puesto que puede ser ligeramente salino o fuertemente salino.

Repito, los suelos salinos no son frecuentes, pero a veces se dan. Si sospechas que tu suelo puede serlo, habría que hacer un estudio de salinidad llevando una muestra a un laboratorio de suelos.

Aparte de los suelos, el agua de riego también puede ser salina. Ojo con las aguas de pozos. Analízala para conocer cómo es.

¿Y si resulta que mi suelo tiene este problema? ¿Qué hago?

- Planta especies resistentes (incluir césped resistente).
- Riega más de lo habitual para ir lavando sales en profundidad y así sacarlas de la zona donde están las raíces.
- Da de vez en cuando un lavado fuerte inundando la parcela. Mejor en verano.
- No uses para riego agua salina.
- Para mejorar la eficacia del lavado, instala unos tubos de drenaje que llevarán fuera de la parcela el agua con las sales del suelo.

La distribución es la variable del marketing que relaciona la producción con el consumo dada la separación geográfica (física) que existe entre compradores y vendedores.

La distribución la podemos definir como “El conjunto de actividades que permiten el traslado de los productos desde su estado final de producción al de adquisición y consumo”.

El objetivo que persigue un sistema de distribución es “poner el producto a disposición del consumidor final en la cantidad demandada, en el momento en el que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo, todo ello en una forma que estimule su adquisición en el punto de venta y a un coste razonable” (este conjunto de actividades, como se desprende de su objetivo) es necesaria porque crea utilidad de tiempo, lugar y de posesión:

- Crea utilidad de tiempo, porque pone el producto a disposición del consumidor en el momento que lo precisa
- Crea utilidad de lugar, mediante la existencia de puntos de venta próximos al consumidor (es decir, aproxima el producto al consumidor)
- Crea utilidad de posesión, porque permite la entrega física del producto

Por tanto, podemos decir que, en base a esta utilidad, el objetivo de la distribución es el que definimos anteriormente.

Las características del marketing como variable de marketing-mix son:

- Es una variable estratégica, porque son decisiones a largo plazo, de muy difícil modificación (igual que la variable producto, y al contrario que las variables promoción y precio que son operativas, más fáciles de cambiar.

PRODUCCIÓN CONSUMO

- Es una variable de gran importancia, porque repercute decisivamente en el precio de venta final del producto.

- Es una variable que dificulta el control de los productos por parte de la empresa fabricante.

LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Un canal de distribución es “el camino que ha de seguir un producto desde su punto de origen/producción hasta su consumo, es decir (así como), el conjunto de personas u organizaciones que realizan las funciones de distribución a lo largo de dicho camino”

A estas personas u organizaciones que se sitúan entre el productor y el consumidor se les denomina intermediarios. Y al conjunto de personas u organizaciones que actúan como intermediarios en un determinado ámbito geográfico se le denomina Sistema Comercial o Sector Comercial.

LA UTILIDAD DE LOS INTERMEDIARIOS

La existencia de intermediarios en un canal de distribución conlleva una serie de inconvenientes tanto para el fabricante como para el consumidor. Estos inconvenientes se resumen en dos:

- Tienen una importante repercusión sobre el precio de venta final del producto. Esto es debido a que actúan con fines lucrativos, añaden un margen de beneficio al precio del producto. Este margen puede estar calculado sobre el precio de coste o sobre el precio de venta.

- El fabricante puede perder el control sobre sus productos. Por ejemplo: una empresa que fabrica su producto de alta calidad y precio muy competitivo, podemos pensar que sus ventas son altas pero si no controla el canal y cada intermedio sube el precio, podría no tener tan buenos resultados.

Tipos de intermediarios

MAYORISTAS

El comerciante mayorista es aquel que vende al por mayor, es decir, se trata de un intermediario que se caracteriza por vender a los detallistas, a otros mayoristas o a los fabricantes de otros productos, pero no al consumidor o usuario final.

Las principales funciones o tareas que lleva a cabo un mayorista pueden agruparse en las siguientes:

- Compra en grandes cantidades a fabricantes u otros mayoristas
- Almacena grandes cantidades de producto
- Agrupa los productos en lotes menores que los de aprovisionamiento para venderlos a los minoristas a otros mayoristas.
- Transporta las mercancías
- Acomete ciertas actividades de promoción del producto
- Se encarga de entregar al comprador el producto
- Concede créditos a los clientes
- Al adquirir la propiedad de los productos, asume riesgos
- Presta asesoramiento a los detallistas sobre aspectos como las características del producto, productos demandados, gestión comercial, gestión administrativa.

MINORISTAS

También llamados detallistas, es aquel intermediario que se dedica a la venta de productos al detalle o a por menor. Se puede definir como “un intermediario que vende directamente al consumidor los productos necesarios para su uso individual o familiar”.

El estudio detallado de los minoristas necesitaría otra lección independiente

Vamos a ver ahora otros intermediarios que si bien realizan funciones de mayoristas o minoristas, se diferencian de éstos en que no adquieren la propiedad de los productos que distribuyen.

AGENTES COMERCIALES

“Es un profesional libre que representa a su empresa, sin dependencia laboral alguna, para vender y difundir o divulgar sus marcas y productos así como otras misiones que le sean encomendadas”.

No pretendemos que se sepa de memoria esta definición pero sí que sepa cuáles son las características de esta figura comercial y en qué se diferencia de los comisionistas y corredores que vamos a estudiar a continuación.

Las características de los agentes comerciales son:

- No actúan en su nombre, sino en nombre y por cuenta de una o varias (en el contrato no figurará el nombre como parte contratante)
- El agente no tienen vinculación laboral con la empresa que representa, su relación contractual es mediante contrato mercantil denominado contrato de agencia (free-lance)
- La relación entre agente y empresa representada es estable, el contrato es de amplia duración (no sólo para una operación); si no se especifica en el contrato se considera una relación indefinida.
- Recibe una contribución que suele consistir en un fijo más comisiones por operación realizada.
- El objetivo es vender.

COMISIONISTAS

Son intermediarios independientes que actúa ocasionalmente por cuenta de una empresa (comitente), contratando en nombre propio o en nombre del comitente para comprar o vender un producto a cambio de una comisión.

Las características son:

- El objetivo de su tarea es generalmente vender un producto aunque también puede ser comprarlo - Puede actuar en nombre propio o por cuenta del comitente.
- La relación contractual con el comitente es mediante un contrato de comisión.
- La relación es ocasional, para una determinada operación
- Su retribución es una comisión en función de la cifra de negocios alcanzada.

CORREDORES

También llamados brokers, o mediadores. Son intermediarios ocasionales cuya misión es reunir a compradores y vendedores a cambio de una comisión.

Sus características son:

- El objetivo es poner de forma neutral en contacto a las dos partes, y ellos negocian las condiciones.
- Actúa en base a un contrato de mediación o corretaje firmado con una de las partes.
- Su relación es ocasional.
- La remuneración es una cantidad fija o un porcentaje de la operación pactado previamente y que está sujeto a que las partes lleguen a un acuerdo.

DOS CONCEPTOS IMPORTANTES: COMERCIO ASOCIADO E INTEGRADO

-Comercio asociado: cuando varias empresas de distribución, conservando su independencia jurídica, se unen (agrupan) para organizar sus compras y realizar de forma común un conjunto de servicios.

Generalmente, las empresas agrupadas van a utilizar una enseña comercial común.

El objetivo del comercio asociado es doble:

1.- Conseguir economías de escala.

2.- Realizar una óptima combinación de las funciones de marketing. Ejemplo: el propietario de un supermercado no tiene capacidad para hacer publicidad en televisión, pero si se asocia con otros, sí podrá utilizar este instrumento de marketing.

Dentro del comercio asociado, podemos hablar de:

Asociacionismo contractual: donde estudiaremos a las cooperativas de detallistas, a las cadenas voluntarias y a las cadenas de franquicias.

Asociacionismo espacial: donde estudiaremos lo que es un centro comercial, una galería comercial, un mercado de abastos, calle comercial.

- Comercio Integrado: cuando varias instituciones del canal de distribución se reagrupan y forman una sola personalidad jurídica produciéndose la extinción de la independencia de cada una de ellas.

Si la reagrupación es de instituciones pertenecientes al mismo nivel del canal de distribución, hablamos de integración horizontal. El caso más claro de este tipo son las cadenas de sucursales.

Si la reagrupación es de instituciones pertenecientes a distintos niveles hablamos de integración vertical.

Las Licencia Comercial

Para desarrollar una actividad comercial es necesario, además de todos los trámites de constitución de la empresa, obtener una licencia comercial. La licencia comercial es la autorización legal y fiscal para poder ejercer la actividad comercial.

Importancia Económica y Social de Sistema Comercial.

Vamos a indicar los datos más representativos:

- La aportación relativa del comercio al PIB evoluciona de forma inversa a la industrialización de un país. En países menos industrializados, el tanto por ciento del PIB que se corresponde con el comercio es mayor que en los países más industrializados.

Esto es debido a que la productividad comercial es mayor al aprovecharse de mejores infraestructuras, mejores transportes y la utilización de tecnología comercial más evolucionada.

- El comercio es una gran fuente generadora de empleo.

- El porcentaje de mujeres empleadas en el sector es ligeramente inferior al de los hombres (47%-53%)

- El porcentaje de mujeres en el sector va en aumento. Este fenómeno es debido a la evolución en los tipos de establecimientos comerciales. Mientras en las tiendas tradicionales de carácter familiar, el empleo es principalmente masculino (puesto que lo solía heredar el hijo), en las tiendas modernas y de gran tamaño hay mayor presencia del empleo femenino (ver hipermercados)

- El 25% de los trabajadores del sector son empleados por empresas mayoristas, y el 75% por empresas minoristas. - El comercio mayorista emplea a más hombres que mujeres (70-30%)

- El comercio minorista emplea a más mujeres que hombres (52- 48%)

Fundamentación Empresarial

Puede plantearse, en su sentido más general es un proceso, es la preparación de un conjunto de decisiones, es una acción con respecto a la actividad en el futuro, basado en la investigación, reflexión y pensamientos sistemáticos.

Y que por tanto representa una fase del proceso general de dirección, pues este es un proceso en el que siempre están presente cuatro elementos independientemente de la actividad que se trata, a saber: la organización, la planificación, la dirección y el control.

El objetivo fundamental, puede expresarse de la siguiente forma: la elaboración del sistema de planes económicos de la empresa, garantizando los más altos niveles de actividad, con la utilización eficiente de la capacidad productiva y los recursos materiales, laborales y

financieros disponibles, que den respuesta a las estrategias, políticas y programas de desarrollo económico y social de la nación y la empresa.

La fundamentación empresarial cumple una serie de importantes tareas, que de forma agregada pudiéramos enumerar de la siguiente manera:

El perfeccionamiento de la planificación empresarial. Esta constituye en todos los tiempos una tarea de primer orden, y se refiere al mejoramiento, adecuación de los fundamentos y bases teóricas, metodológicas y organizativas de la planificación a las realidades del momento.

La preparación del plan, que incluye una serie de tareas: valoraciones, cálculos y análisis que permitan definir los objetivos del plan, cuantificar los niveles de actividad y recursos necesarios, con el máximo de eficiencia.

La elaboración de la propuesta de plan de la empresa en sus diferentes categorías, en correspondencia con la planeación estratégica de la organización y acorde a las directivas, indicaciones recibidas y cronograma de ejecución establecido.

Su importancia es como parte de la planificación de la economía nacional y el plan económico de la empresa como parte del sistema de planes de la economía nacional revisten marcada importancia, pues es en este nivel, que se concretan y da cumplimiento a los objetivos, estrategias y programas del desarrollo económico y social.

Generalidades

En el país no hay registros de la actividad económica de la pequeña empresa sino hasta durante la segunda mitad de la década de los ochenta. Durante esta década, la importancia del sector en general y del sector informal en particular aumentó considerablemente debido a los siguientes factores:

- a) El cierre de empresas ocurrido en el sector formal como resultado del conflicto armado y de la crisis económica.
- b) Los desplazamientos poblacionales del campo a la ciudad.
- c) La crisis del sector agropecuario.

De esta manera, el sector se convirtió, en los ochenta, en uno de los bastiones principales que evitaron que la economía colapsara y posiblemente es el principal generador de empleo de la economía nacional. Durante la década de los noventa, las pequeñas empresas han recibido nuevos estímulos provenientes del proceso de recuperación económica que ha tenido lugar.

Integración de las pequeñas empresas

Una de las principales problemáticas ha sido su gran limitación para acceder a oportunidades de crédito en el sistema financiero tradicional. Este problema lo determina una serie de características que no les permite ser consideradas sujetos de crédito por el riesgo que éstas traen implícito. Algunas de ellas son:

1. Se constituyen con poca inversión.
2. Utilizan sencillos procesos productivos, de distribución y de comercialización.
3. En muchas actividades se desconoce la existencia de procedimientos o técnicas innovadoras como consecuencia de la falta de recursos para inscribirse en los centros de divulgación industrial.
4. Es una constante la falta de recursos para capacitación tanto de operarios como de ejecutivos y de directivos relacionados con los nichos de mercado descubiertos o con nuevos productos y servicios.
5. Entre estos empresarios no existe un monitoreo permanente de los mercados, por lo que programan su producción y comercialización a corto plazo.
6. No tienen una visión de largo plazo sobre las inversiones a realizar para acceder competitivamente a los mercados, como tampoco del mantenimiento y reposición correspondiente de su "aparato productivo, distributivo y comercializador".

Administración

La mayor parte de los fracasos de los negocios se deben a una mala administración, según se desprende de estudio efectuado sobre este campo; en otras palabras el propietario carece de la habilidad necesaria para encontrar las soluciones requeridas, planear, organizar, dirigir y controlar su empresa. Existen muchas razones para una mala administración:

1. Falta de conocimientos sobre cómo operar un negocio en particular.
2. Escasa o nula experiencia anterior como administrador de un negocio.

3. Experiencia desbalanceada.
4. Incompetencia plena y abierta.

La habilidad administrativa es el ingrediente necesario para el éxito en cualquier empresa. Realmente lo que sucede es que todos los expertos reconocen unánimemente la importancia de los conocimientos y experiencia administrativa en el manejo de cualquier clase de organismo social.

El papel desempeñado por la administración de empresas puede analizarse en primer lugar, en el marco interno de la empresa, donde representa un recurso económico similar a los factores de producción y también con la perspectiva del desarrollo económico de un país donde se presenta como un factor vital del progreso y del crecimiento.

Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento de las pequeñas empresas son:

Ahorros personales (67%).

La segunda fuente de financiamiento son los préstamos de familiares y amigos, con un 12,6% en promedio

En total las fuentes informales de financiamiento (ahorros, regalos, préstamos familiares, herencia) acumulan el 90%.

Mientras que las fuentes de financiamiento formal (bancos, financieras, cooperativas de ahorro y crédito, otras cooperativas) apenas alcanzan al 25%.

La necesidad principal de cualquier empresa, es: recibir más ingresos de dinero y menos gastos de los mismos "hablándolo de una manera entendible".

Al hablar de pequeñas empresas, se define un negocio con su respectiva infraestructura, tecnología y capital adecuado, no a otro tipo de negocios que están enmarcados como microempresas, estas no cuentan con los implementos y normas adecuadas y que por lo general son del tipo familiar.

Hay personas que comienzan con microempresas, pero que tienen una mente de empresarios y convierten su negocio en un negocio totalmente legalizado.

Un paso posterior a la creación de un negocio, después de utilizar los aspectos anteriormente nombrados y que es sumamente importante, es legalizar su negocio:

Otro paso es el registro, pagos y aportes respectivos "al haber cambios positivos", se hará que el negocio sea más reconocido, importante y de calidad.

La necesidad secundaria es la de realizar las pautas necesarias para impulsar el negocio, como la publicidad y mercadeo, excelente atención al cliente y que todos sus integrantes sean personas capacitadas, o brindarles capacitación en cuanto a imagen, expresión oral, atención al cliente y conocimientos académicos (primaria, secundaria, superior, postgrado, entre otros) y esto, desde obreros hasta directivos.

La publicidad y la imagen, son pautas esenciales, fundamentales y de gran importancia en una micro, media o macro empresa.

Repartición de volantes, tele mercadeo, publicidad directa en aglomeración de personas, avisos publicitarios, directorio telefónico, internet, excelente atención al cliente. Son varios medios de publicidad, pero se debe tener continuidad, solo con los que dan resultados, por eso es importante llevar un formato de información sobre el ranking de publicidad.

Si se cuenta con poco capital se debe enfocar la publicidad en la repartición de volantes, tele mercadeo, atención al cliente, publicidad directa en multitudes de personas.

Necesidad terciaria es llevar una estructura escrita de todo lo que se realiza en el negocio.

Ingresos y egresos (de vital importancia) Cantidad de usuarios por semana, quincena, mes y año.

Cantidad de llamadas recibidas a solicitar información.

Cantidad de personas informadas de nuestro producto o servicio (tele mercadeo)

Estos datos son muy importantes, para conocer si la empresa está mejorando o empeorando, buscar nuevas estrategias y/o dar fin a la empresa, ya que son más gastos que ingresos.

Pero debo resaltar que durante por lo menos, los primeros años van a ser más gastos. (Egresos), para luego adquirir utilidades de acuerdo a los objetivos planteados.

2.2 MARCO LEGAL

Las pequeñas empresas, deben cumplir con una serie de normas que se encuentran plasmadas en las leyes vigentes en el país. Para no hacerse acreedoras de multas o hasta el cierre de la empresa, tienen que apegarse a lo que establecen las leyes en general y aquellas específicas que les competen de acuerdo con el tipo de organización a la que pertenecen.

El funcionamiento de estas empresas está normado principalmente por los siguientes códigos y leyes:

- Constitución política del Ecuador
- Código de Comercio
- Reforma Institucional MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca)
- Ley de Régimen Tributario y sus reformas.
- Código de Trabajo
- Ley de Medio Ambiente

Se puede especificar mejor el concepto afirmando es el proceso que permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social (investigación pura) o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Fertilizantes: Sustancia orgánica o inorgánica que mejora la calidad del sustrato a nivel nutricional para las plantas arraigadas en éste.

Fertilizantes orgánicos.- son simplemente aquellos que derivan de animales o plantas (o sus derivados).

Fertilizantes inorgánicos.- mientras que los fertilizantes inorgánicos provienen de fuentes no vivas como rocas o sales.

Sistema de distribución: constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales.

Agroquímicos: las sustancias químicas utilizadas en la agricultura como insecticidas, herbicidas y fertilizantes

Sigatoka negra: es un hongo que ataca a las plantaciones de bananos, causándoles daños al fruto y la hoja, a la hoja la quema, la pone de color negro, por consiguiente, esto hace que el fruto no desarrolle de manera normal, este hongo se introduce en la hoja a través de esporas y facilita su reproducción la humedad y las no condiciones de limpieza de malezas, por lo que tienes que realizar varias formas de prevención fitosanitaria para que no infecte tus plantaciones.

Pyricularia grisea: Hongo que es el agente causal de la enfermedad más limitante del cultivo del arroz en todo el mundo.

Salinidad del suelo: Se debe tener en cuenta la salinidad de un suelo, ya que las plantas que crezcan en suelos de estas características sufrirán estrés hídrico por pérdida de agua hacia el suelo, a no ser que se trate de plantas halófilas. También porque la fertilidad del medio es baja, son suelos pobres, debido a que los nutrientes no se encuentran disponibles a pH alto.

Halófilas.- Plantas que presentan adaptaciones fisiológicas a tolerar concentraciones variadas de sal en el agua y en el suelo.

Rentabilidad.- Capacidad de producir o generar un beneficio adicional por sobre la inversión o esfuerzo realizado.

Logística.- Proceso de Planificar, implementar y controlar de manera eficiente y eficaz los productos, desde su origen hasta su consumo.

Globalización.- es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo

unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global

Inserción.- Manera de disponerse las hojas sobre el tallo o las ramas.

Cosecha.- En agricultura la cosecha se refiere a la recolección de los frutos, semillas u hortalizas de los campos en la época del año en que están maduros. La cosecha marca el final del crecimiento de una estación o el final del ciclo de un fruto en particular.

Compras y gastos.- grupo de cuentas que reconoce los aprovisionamientos de mercaderías y demás bienes adquiridos por la empresa con el objeto de proceder a su reventa sin previa transformación de los mismos o después de la correspondiente transformación. También recoge todos los gastos del ejercicio, incluyendo las adquisiciones de servicios y de materiales consumibles, todas las cuentas de este grupo, en general, se abonaran al cierre del ejercicio con cargo a la de pérdidas o ganancias.

Resultado.- ganancia o pérdida registrada por una empresa en un determinado período, generalmente un ejercicio económico y que se obtiene deduciendo de los ingresos del periodo los gastos del mismo.

Recursos.- conjunto de medios materiales de que se dispone para ser utilizados en un determinado proceso productivo.

Calidad.- conjunto de cualidades que reúne un producto o un servicio, según el conjunto de las cuales este producirá en el consumidor, según sus necesidades, un mayor o menor grado de satisfacción al consumirlo.

Análisis de competencia.- estudio de la estrategia a seguir por una empresa para su implantación o posicionamiento en un mercado eligiendo entre competir por coste (producir a un coste inferior al de la competencia) o por diferenciación (productos diferenciados de los del resto de competidores).

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La utilización de fertilizantes orgánicos como el silicato de calcio en el sector agrícola, mejorará el rendimiento de las cosechas.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- La noción del uso de fertilizantes orgánicos mejorará la calidad del suelo.
- El conocimiento del método de muestreo de suelo y foliar hará que se apliquen dosis óptimas de fertilizantes.
- La logística en transporte del producto nos dará ventaja frente a la competencia.
- El adecuado manejo de la inversión logrará obtener una mayor rentabilidad económica.

2.4.3 Declaración de Variables

Variables Independientes

- Distribución
- Fertilizantes orgánicos
- Logística
- Ingresos

Variables Dependientes

- Rendimiento en cosecha
- Competencia
- Ventaja
- Rentabilidad
- Calidad

2.4.4 Operacionalización de las Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES
Distribución	La distribución trata de cómo hacer llegar físicamente el producto (bien o servicio) al consumidor; lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los usuarios finales.	Sistema en funcionamiento
Fertilizantes orgánicos	La utilización de fertilizantes orgánicos permite que las plantaciones vuelvan a tener la vitalidad que tenían, y en el caso de las cosechas, se le suma la posibilidad del aumento progresivo de la producción.	Aplicación y verificación de su uso
Logística	La logística es la encargada de la distribución eficiente de los productos de una determinada empresa con un menor costo y un excelente servicio al cliente.	Productos entregados a tiempo
Ingresos	Son todas las entradas financieras que reciben una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno. Dependiendo del tipo de actividad que realice (un trabajo, un negocio, ventas, etc.).	Beneficios obtenidos

Rendimiento en cosecha	Es los productos obtenidos después de haber terminado el ciclo del cultivo.	Cuantificación de quintales obtenidos.
Competencia	Se llama así a los negocios dedicados a la misma actividad económica de nuestra empresa	Análisis de empresas similares.
Ventaja	Una empresa tiene ventajas competitivas si su rentabilidad está por encima de la rentabilidad sector industrial, es difícil de imitar, sostenible en el tiempo, aplicable a situaciones variadas.	Estado de otras empresas
Calidad	La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio	Satisfacción del cliente
Rentabilidad	Capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio.	Aumento de capital invertido.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Representa el método, técnica o camino que utilizaremos, los cuales son variados, teniendo una clara definición del problema o tema de estudio, es una guía para los encargados de desarrollarlo y un instrumento útil para orientar la práctica empresarial.

Aplicada

Es esta actividad se tiene por finalidad la búsqueda y la aplicación de los conocimientos para el enriquecimiento del acervo empresarial, acercándonos más a la realidad y tener claro que se pretende construir para tener resultados óptimos al servicio del desarrollo total.

Descriptiva

Trabaja sobre la realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta, buscando desarrollar las respuestas a los hechos que se detallan después de su observación.

Cualitativa

Se efectúa registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas para comprender la vida empresarial, entendiendo así las cualidades que caracterizan un determinado problema.

Se trata de desprenderse y superar el saber inmediato, para poder llegar al conocimiento profundo, científico de la realidad.

Cuantitativa

Se verifica la información para estudiar los elementos necesarios para determinar las características más relevantes del tema a investigar a través de las encuestas e indicadores para la extracción de datos representativos.

A la vez se determina la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede.

Contexto de campo

Se trabaja en el ambiente en que conviven las personas y fuentes de donde se obtendrán los datos más relevantes para su análisis para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado ya que la ejecutaremos en el lugar de los hechos con los involucrados en las pequeñas empresas de la ciudad.

Esta investigación contribuye a la ampliación del conocimiento de las pequeñas empresas dedicadas a la venta de agroquímicos por lo que como investigadores desarrollamos conocimientos impulsados acordes a los métodos de trabajo.

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Característica de la población

Población es la representación total del fenómeno a estudiar, donde las delimitaciones poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación. Recalcando si bien es cierto que la implementación de un sistema contable concuerda con una serie determinada de especificaciones, saber qué demandan los consumidores y cuáles serían las estrategias competitivas que se implementaran para contrarrestar estos efectos y satisfacer las peticiones.

Las personas relacionadas al sector agrícola se caracterizan por un manejo hábil para una buena comunicación, tener ideas originales y factibles.

3.2.2 Delimitación de la población

Desde el punto de vista del sector agrícola, el mercado está formado por las empresas que ofertan el producto considerado, está compuesto por el número de organizaciones y/o las personas que demandan dichos productos, por ello, para que exista un mercado no basta con que existan necesidades sino que es necesario además que exista una capacidad económica para adquirir los bienes y servicios.

La delimitación debe realizarse teniendo en cuenta el servicio que presta el producto, es decir, la necesidad que este satisface a un grupo de clientes determinados en forma finita por una o más características que lo componen.

INVOLUCRADOS	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Agricultores	173	100%
TOTAL	173	100%

La población donde se realizará la investigación es el sitio donde se delimitó el problema, que es el sector agrícola de la Región 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena).

Fuente: MAGAP (Ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca); Cámara de comercio.

3.2.3 Tipo de muestra

Los elementos de la muestra son seleccionados siguiendo un procedimiento que brinde a cada uno de los elementos de la población una probabilidad conocida de ser incluidos en la muestra.

Existe la posibilidad de definir inequívocamente un conjunto de muestras mediante la aplicación del procedimiento a una población. El método de estimación se realiza en base a la muestra, siendo único para cualquiera de las posibles muestras de manera probabilística, asegurando así la representatividad de las muestras extraídas.

Muestreo aleatorio estratificado:

Simplifica los procesos y suelen reducir el error muestral para un tamaño dado de la muestra, asegurando la estratificación de diferentes categorías, Lo que se pretende con este tipo de muestreo es asegurarse de que todos los estratos de interés estarán representados adecuadamente en la muestra.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Cuando la población es finita y se conoce con certeza su tamaño:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

Donde:

n : tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, p=0,5

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, q= 0,5

E: error, se considera el 5%, E=0,05

Z: nivel de confianza, que para el 95%, Z=1,96

$$n = \frac{(173)(0,5)(0,5)}{\frac{(173-1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = 43,25 = \frac{120,14}{0,36}$$

3.2.5 Proceso de selección

Se lo eligió de manera probabilística a través de selección sistemática de elementos muestrales, los cuales son la apreciación de la procedencia de las muestras, puesto que relevan los resultados con un margen de error mínimo, concretando los errores posibles.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

3.3.1 Métodos teóricos

Son fundamentales para la obtención y análisis de datos.

Método inductivo.- será explicado al haberse efectuado el estudio de cada actividad que corresponde a las pequeñas empresas, identificando así cuales con las características que deben formar parte de la propuesta.

Método deductivo.- brinda la posibilidad de hacer un análisis sobre cada una de las causas que afectan a la problemática de las pequeñas empresas y en base a eso, concluir con la necesidad de crear la implementación del sistema propuesto.

Método histórico.- ha presentado grandes aportes a la investigación debido a que nos dota de información acerca del funcionamiento del ámbito empresarial dentro de la ciudad.

Método lógico.- se fundamenta en la explicación y análisis de la información obtenida a través de las encuestas, dando lugar así a presentar las características necesarias como parte del trabajo.

3.3.2 Métodos empíricos

Son los que permiten obtener información para establecer cómo deben funcionar las empresas del sector agrícola como impacto dentro de la región 5.

Entrevista.- se la emplea con las personas con el fin de obtener información entendida de la investigación y los pedidos que la comunidad exige. Constituyéndose como una técnica indispensable para obtener datos que de otro modo sería difícil de conseguir.

Observación directa.- es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; ya que se obtiene mayor números de datos, determinando el objeto, situaciones que se presenta determinando así la forma con que se van a registrar los datos para elaborar conclusiones acorde a los resultados obtenidos en el proceso investigativo.

Encuesta.- una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan para la investigación. El instrumento a utilizar es el cuestionario ya que es el que nos permite una respuesta correcta mediante preguntas que se le entregara a cada uno de los encuestados.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Las técnicas son los procedimientos e instrumentos que utilizamos para acceder al conocimiento. Encuestas, entrevistas, observaciones y todo lo que se deriva de ella, como objeto para lograr información sobre rasgos definidos. A través de preguntas, actividades, que son observadas y evaluadas por el investigador. Se han creado y desarrollado millones de tesis que se ajustan a la necesidad u objetivos del investigador.

El cuestionario es un instrumento básico, en él se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables, definiendo el contenido y las formas de preguntas que se formula.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

El sistema para realizar las estadísticas se efectuará en Excel como una optimización de procesos usando herramientas para obtener datos y análisis de la causa, para maximizar beneficios en mejoras de calidad a través de gráficos pastel y/o barra, organigramas, tabla de datos, etc., como herramientas excelentes de la visualización del progreso del trabajo en lo que se refiere a las pequeñas empresas.

Los procedimientos estadísticos deben mostrarse, en forma organizada, clara y precisa, debe reflejar la estructura lógica y el rigor científico del proceso de investigación desde la elección de un enfoque metodológico específico (preguntas con hipótesis fundamentadas correspondientes, diseños de la muestra) hasta la forma como se van a analizar, interpretar y presentar los resultados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Para obtener una apropiada explicación de los resultados de las encuestas, es necesario interpretar cada pregunta y representarla con porcentajes.

Objetivos de las encuestas:

- Identificar nuestros futuros clientes
- Examinar nuestra competencia
- Evaluar la aceptación del producto
- Determinar el aporte beneficioso al usar el producto.

Se seleccionaron personas (agricultores) representativas de la región 5, sobre todo aquellas dedicadas a la producción de banano y arroz estas provincias son:

- Bolívar
- Guayas
- Los Ríos
- Santa Elena

CUADRO # 1

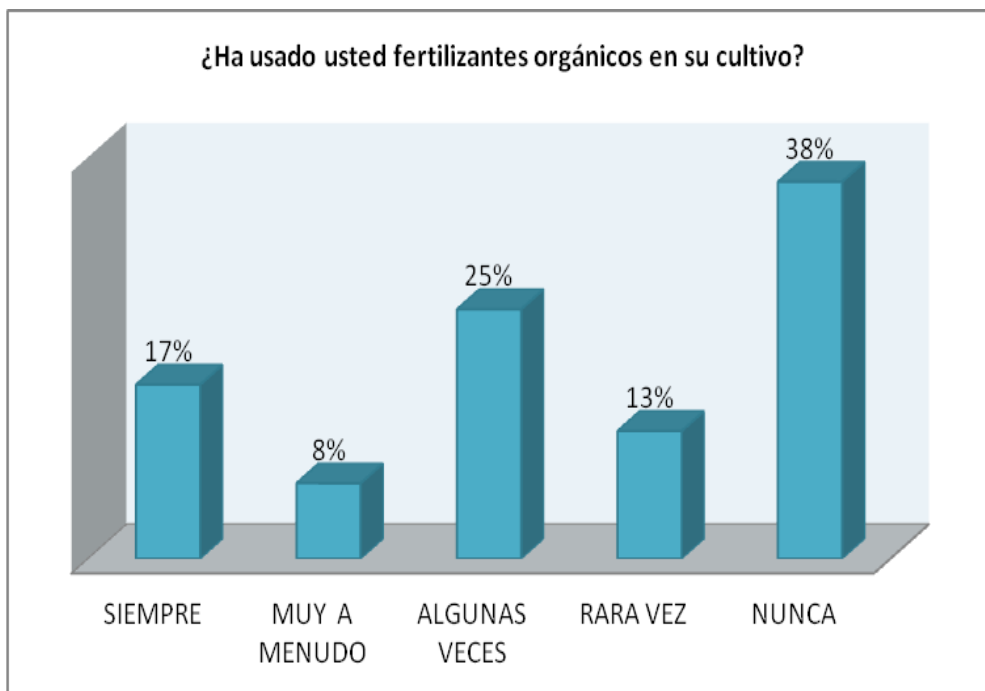
¿Ha usado usted fertilizantes orgánicos en su cultivo?

VALORACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SIEMPRE	30	17%
MUY A MENUDO	13	8%
ALGUNAS VECES	43	25%
RARA VEZ	22	13%
NUNCA	65	38%
TOTAL	173	100

Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

GRÁFICO # 1



Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

CUADRO # 2

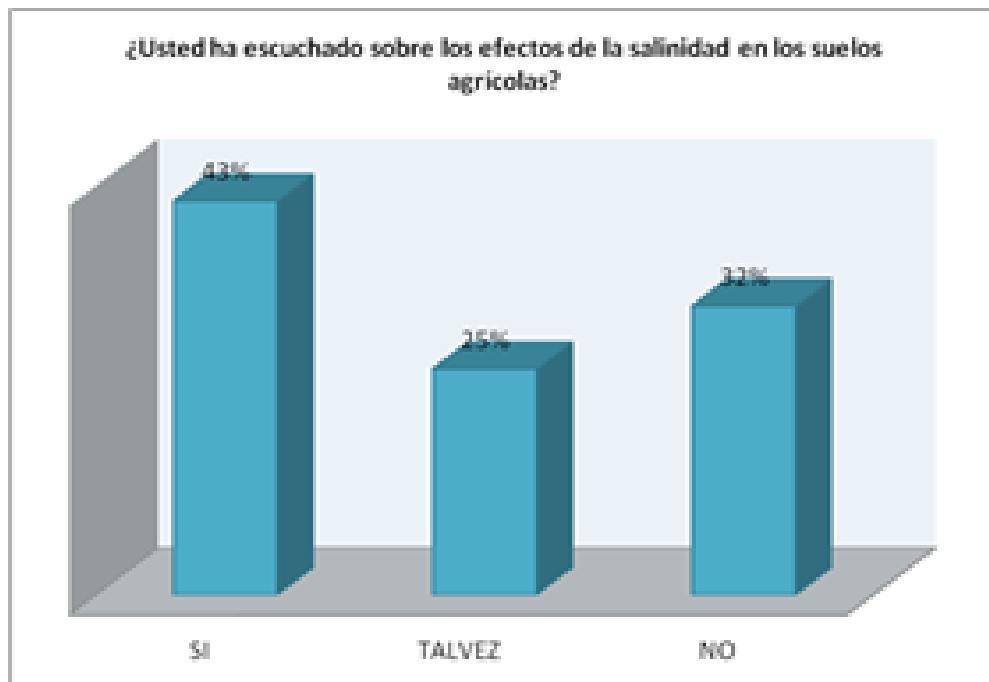
¿Usted ha escuchado sobre los efectos de la salinidad en los suelos agrícolas?

VALORACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	75	43%
TALVEZ	43	25%
NO	55	32%
TOTAL	173	100

Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

GRÁFICO # 2



Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

CUADRO # 3

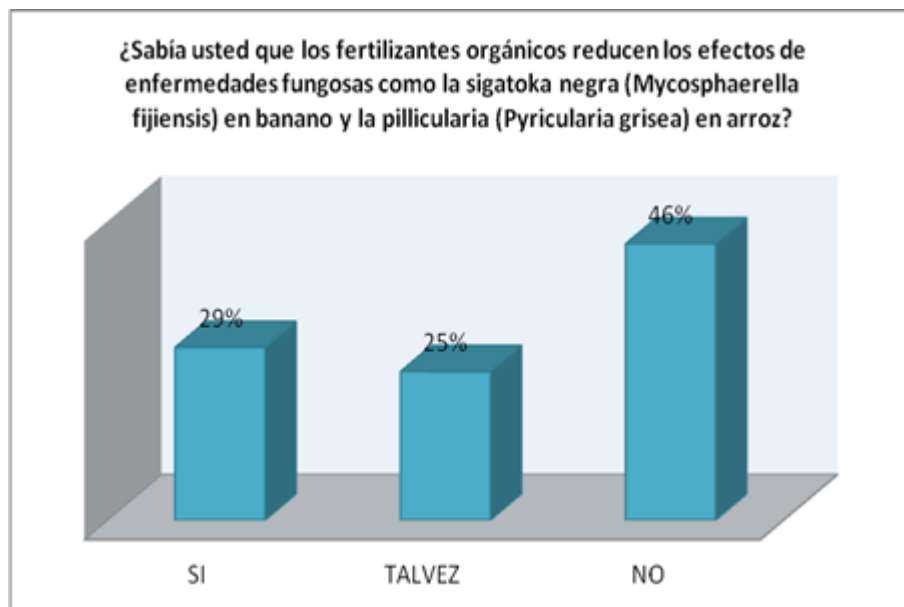
¿Sabía usted que los fertilizantes orgánicos reducen los efectos de enfermedades fungosas como la Sigatoka negra (*Mycosphaerella fijiensis*) en banano y la pilicularia (*Pyricularia grisea*) en arroz?

VALORACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	50	29%
TALVEZ	43	25%
NO	80	46%
TOTAL	173	100

Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

GRÁFICO # 3



Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

CUADRO # 4

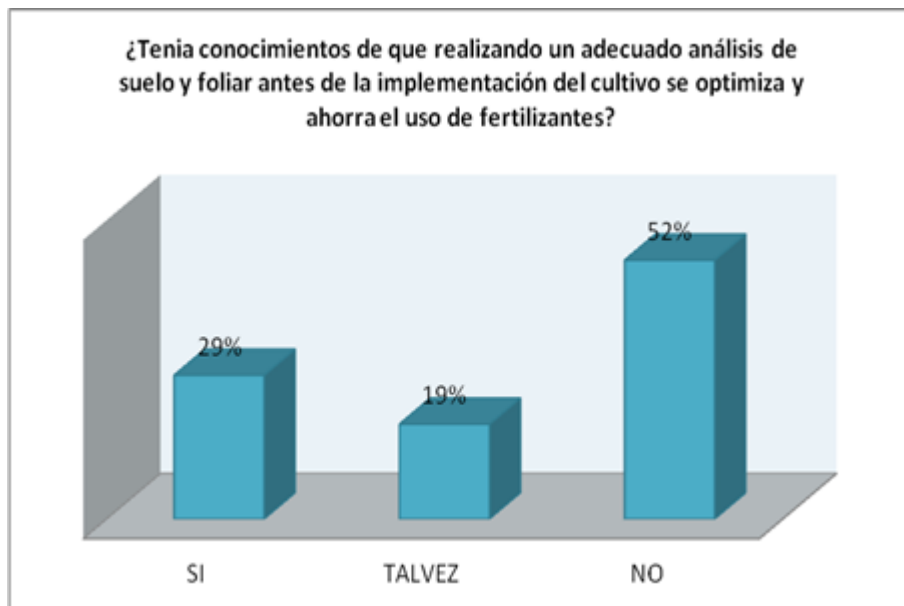
¿Tenía conocimiento de que realizando un adecuado análisis de suelo y foliar antes de la implementación del cultivo se optimiza y ahorra el uso de fertilizantes?

VALORACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	50	29%
TALVEZ	33	19%
NO	90	52%
TOTAL	173	100

Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

GRÁFICO # 4



Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

CUADRO # 5

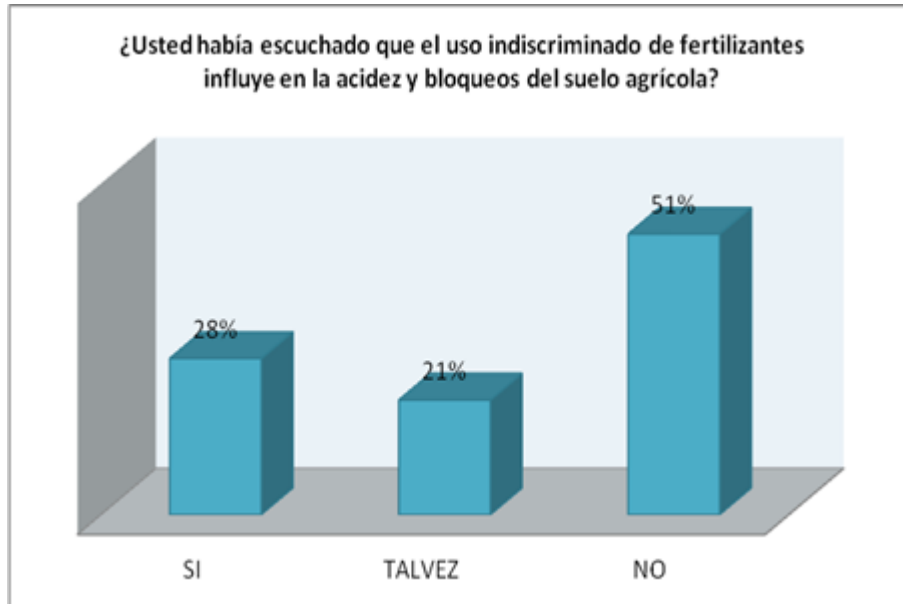
¿Usted había escuchado que el uso indiscriminado de fertilizantes influye en la acidez y bloqueos del suelo agrícola?

VALORACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	49	28%
TALVEZ	36	21%
NO	88	51%
TOTAL	173	100

Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

GRÁFICO # 5



Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

CUADRO # 6

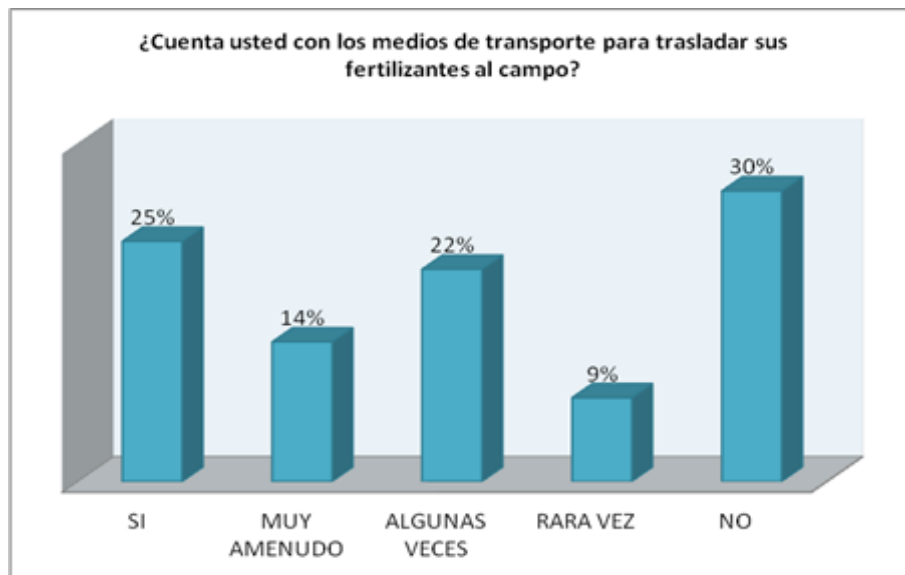
¿Cuenta usted con los medios de transporte para trasladar sus fertilizantes al campo?

VALORACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	43	25%
MUY AMENUDO	25	14%
ALGUNAS VECES	38	22%
RARA VEZ	15	9%
NO	52	30%
TOTAL	173	100

Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

GRÁFICO # 6



Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

CUADRO # 7

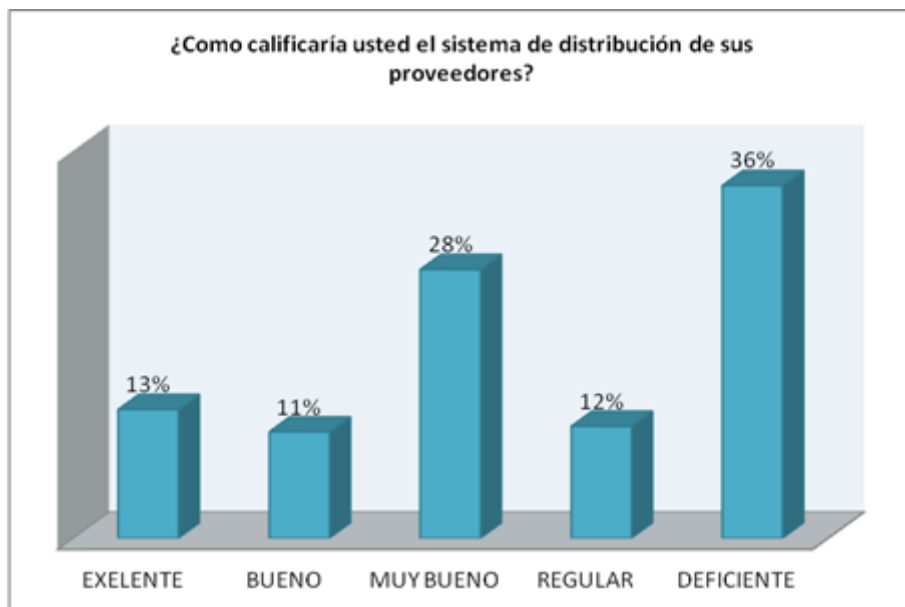
¿Cómo califica usted la distribución de sus proveedores?

VALORACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
EXELENTE	23	13%
BUENO	19	11%
MUY BUENO	48	28%
REGULAR	20	12%
DEFICIENTE	63	36%
TOTAL	173	100

Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

GRÁFICO # 7



Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

CUADRO # 8

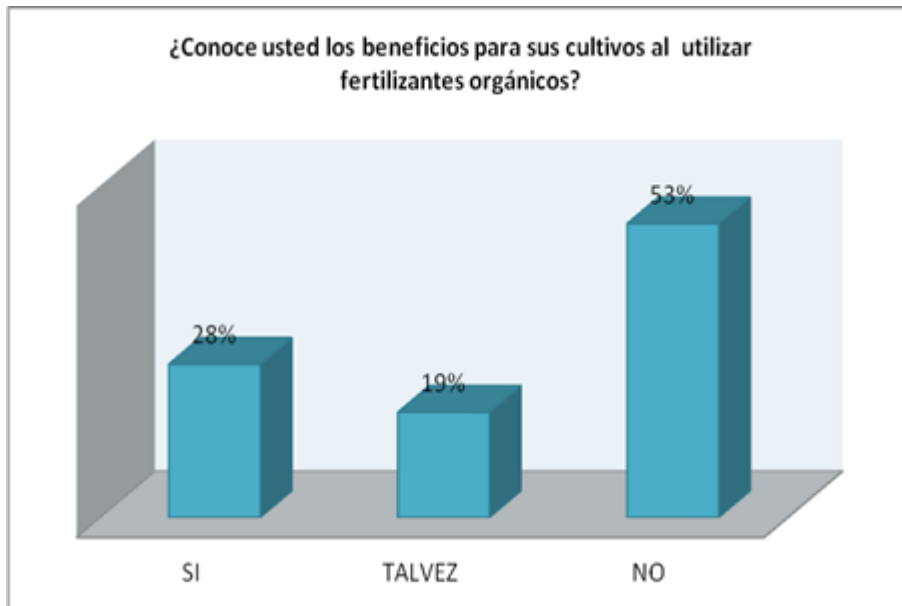
¿Conoce usted los beneficios para sus cultivos al utilizar fertilizantes orgánicos?

VALORACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	48	28%
TALVEZ	33	19%
NO	92	53%
TOTAL	173	100

Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

GRÁFICO # 8



Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

CUADRO # 9

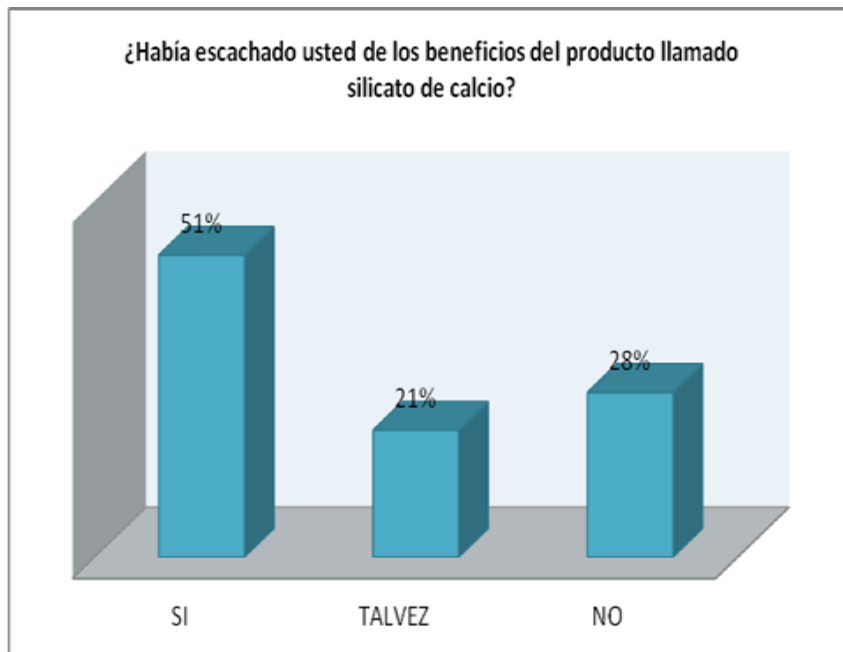
¿Había escuchado usted de los beneficios del producto llamado silicato de calcio?

VALORACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	88	51%
TALVEZ	36	21%
NO	49	28%
TOTAL	173	100

Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

GRÁFICO # 9



Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

CUADRO # 10

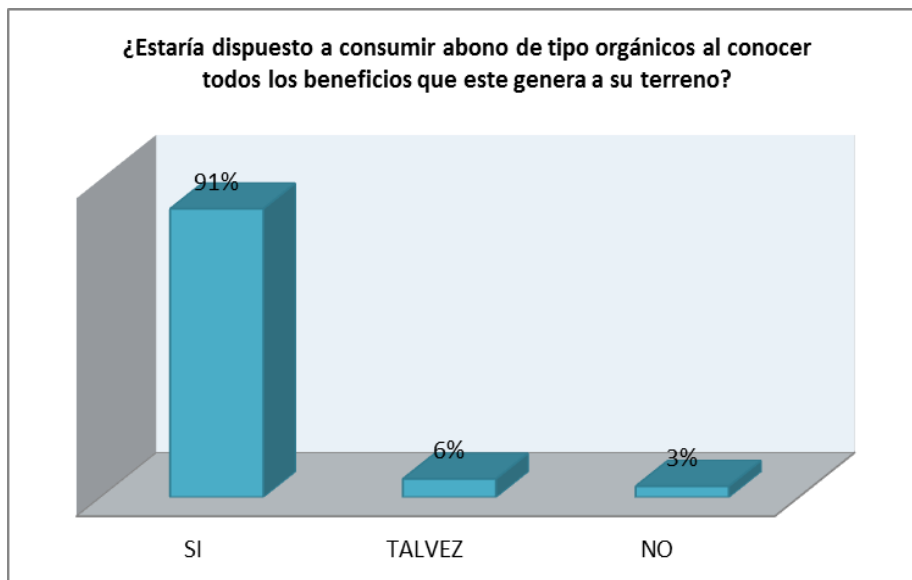
¿Estaría dispuesto a consumir abono de tipo orgánico al conocer todos los beneficios que este genera a su terreno?

VALORACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	157	91%
TALVEZ	10	6%
NO	6	3%
TOTAL	173	100

Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

GRÁFICO # 10



Autores: Flor López - Washington Párraga

Fuente: Agricultores de la Zona 5 (Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena)

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.

Frente a la explosión en el cultivo de productos orgánicos y la creciente tendencia mundial del cuidado del medio ambiente, es necesario reconocer métodos alternativos de fertilización orgánica, es este último punto donde enfocare esta investigación basándome principalmente en las ventajas y desventajas en comparación al uso de abono inorgánico más el aporte nutricional y composición de los biofertilizantes existente.

En términos generales el uso de abonos y fertilizantes, beneficia al ser humano, ya que como dicho antes estimulan una más rápida producción de alimentos; pero no hay que usarlos de forma indebida o indiscriminada ya que esto provocaría un severo daño a la naturaleza; por eso es más recomendable ocupar los abonos naturales; y la ventaja es que aunque ninguno de los 2 hay que usarlos con exceso, si usamos el abono natural en exceso provoca también daño a la tierra pero no va a ser tanto como lo harían los fertilizantes artificiales, por eso es mejor usar y fomentar el uso de abonos orgánicos.

Un Abono orgánico es un fertilizante que no está fabricado por medios industriales, como los abonos nitrogenados (hechos a partir de combustibles fósiles y aire) o los obtenidos de minería, como los fosfatos o el potasio. En cambio los abonos orgánicos provienen de animales, humanos, restos vegetales de alimentos u otra fuente orgánica y natural. Actualmente los fertilizantes inorgánicos suelen ser más baratos y con dosis más precisas y más concentradas. Sin embargo, salvo en cultivo, siempre es necesario añadir los abonos orgánicos para reponer la materia orgánica del suelo.

La agricultura de hoy debe ser una agricultura sostenida. La creación y la manutención de la productividad del suelo a largo plazo es lo que hace a la agricultura moderna sostenida. Los beneficios de un suelo de alta productividad incluyen: la protección ambiental, el uso eficiente de los insumos y una mayor utilidad.

En aquellos suelos en donde la acidez limita el rendimiento del cultivo, la aplicación de silicato de calcio es la mejor práctica de manejo. Su uso apropiado protege el ambiente,

incrementa la eficiencia de los nutrientes y de los fertilizantes, mejora la efectividad de algunos herbicidas y aumenta las utilidades del cultivo.

El uso adecuado es uno de los factores más importantes en la producción exitosa de cultivos. El exceso de acidez es uno de los principales obstáculos para la obtención de altos rendimientos y productividad de los suelos a largo plazo. Los beneficios de un programa confiable son los siguientes:

- Mejora las propiedades físicas, químicas y biológicas de los suelos.
- Influye en la disponibilidad de nutrientes para la planta.
- Reduce la toxicidad de algunos elementos minerales.
- Aporta Calcio (Ca), Magnesio (Mg), y otros nutrientes minerales.

¿Por qué los suelos se vuelven ácidos?

En la mayoría de los casos, los suelos tienen una tendencia natural a volverse ácidos a través del tiempo. Una variedad de factores, tanto naturales como los relacionados con el manejo del suelo, contribuyen a la acidificación.

Las causas naturales incluyen el material parental o roca que da origen al suelo de la región, vegetación natural, cantidad e intensidad de lluvia, inundaciones, profundidad del suelo, erosión natural, etc.

Los factores que afectan la acidez del suelo debido al mal manejo agronómico del cultivo incluyen; la fertilización nitrogenada (amoniaca), método de labranza, erosión por mal manejo del agua, topografía y acumulación de materia orgánica en descomposición.

4.3 RESULTADOS

1.- ¿Ha usado usted fertilizantes orgánicos?

ANÁLISIS

Podemos apreciar que la mayoría (38%) de los encuestados nunca han utilizado fertilizantes de origen orgánico en sus cultivos, los agricultores en su mayor parte siguen utilizando fertilizantes de origen químicos tales como la Urea, Muriato de Potasio y Superfosfato triple, estos fertilizantes tienen bajo costo en el mercado pero su uso prolongado es nocivo para el suelo de uso agrícola, entre los agricultores hay una idea mal concebida de que mientras más fertilizantes usa más cosecha tendrá, esto nos da una lectura de lo poco tecnificada que está la agricultura en el Ecuador y la falta de asesoramiento técnico por parte de las empresas distribuidoras que en su afán de vender más no informan sobre los daños a futuro.

Por otro lado el 25% de las personas que participaron de las encuestas expusieron que algunas veces han utilizado abonos orgánicos entre ellos El humus, La Gallinaza y Los violes, estos abonos se producen de la descomposición de desechos animales y vegetales, estos abonos demandan de un tiempo aproximado de 1 mes para su obtención lo que los hace poco apetecidos por los agricultores.

Siguiendo con el análisis nos damos cuenta que en menor grado es decir un 17% de las personas entrevistadas si han usado fertilizantes orgánicos, en este grupo de personas encontramos aquellas que realizan sus cultivos con el fin de alcanzar la exportación de sus productos a países Europeos como Alemania quienes exigen que los productos agrícolas por ellos importados sean de etiqueta verde es decir orgánicos al 100%.

2.- ¿Usted ha escuchado sobre los efectos de la salinidad en los suelos agrícolas?

ANÁLISIS:

Al observar este cuadro se puede apreciar que el 43% de los encuestados si ha escuchado sobre los efectos de la salinidad en los suelos de uso agrícolas, este efecto está causando daños graves en las zonas arroceras de Palestina, Daule, Santa Lucia, Nobol, así como

también en las zonas de influencia del cantón Yaguachi, este efecto produce el achaparramiento de la planta, es decir que la planta no se desarrolla normalmente, además provoca la pudrición de las raíces y la poca absorción de nutrientes necesarios para el desarrollo de las plantas trayendo como consecuencia una baja producción y grandes pérdidas económicas para los agricultores esto se traduce en pocos ingresos para las familias que se dedican a cultivar las tierras, lo paradójico de esto es que a pesar del conocimiento de los daños y consecuencias que produce la salinidad los agricultores siguen realizándolas.

Por otro lado un 32 % de los encuestados no tienen conocimiento de los efectos de la salinidad en los suelos de uso agrícola, esta respuesta fue la que ocupó el segundo lugar en cuenta a la pregunta realizada, aquí se agrupan generalmente los agricultores que tienen una pequeña cantidad de terreno, además son personas que no tienen acceso a un debido asesoramiento técnico y se sitúan en sectores rurales.

En cuanto a la tercera ubicación de la pregunta sobre si conocen los efectos de la salinidad en los suelos de uso agrícolas encontramos que hubo un 25% de respuestas para la opción TALVEZ, estas personas no están completamente de que se trata la salinidad y algo han escuchado, en este grupo tenemos a los agricultores empíricos que han heredado sus terrenos y tienen otra profesión u oficio.

3.- ¿Sabía usted que los fertilizantes orgánicos reducen los efectos de enfermedades fungosas como la Sigatoka negra (*Mycosphaerella fijiensis*) en banano y la pilicularia (*Pyricularia grisea*) en arroz?

ANÁLISIS

Como se puede apreciar el 46% de los entrevistados no tenían conocimientos de que el uso de fertilizantes orgánicos ayuda a aumentar las defensas de las plantas así como también el grosor de las hojas reduciendo los efectos de las enfermedades fungosas (hongos), que causan pérdidas y bajas en la producción, entre las enfermedades podemos enunciar la *Mycosphaerella fijiensis* (Sigatoka negra) que causa la muerte de las hojas y *Pyricularia grisea* (Pilicularia) que causa el manchado del grano. La utilización de estos fertilizantes orgánicos

ayuda a disminuir los gastos para el control de estas plagas los mismos que representan un rubro importante para el agricultor

En cambio el 29% de los entrevistados manifestaron que si sabían que los fertilizantes del tipo orgánico ayudan a la disminución de enfermedades fungosas, esta respuesta se obtuvo de aquellos productores que tiene su cultivo tecnificado ya que estos gozan de un mayor asesoramiento por parte de los técnicos de diferentes empresas que los asesora.

Por otro lado cabe destacar que uno de los mayores rubros en la producción de banano son las fumigaciones aéreas y que últimamente también se ha logrado adaptar este tipo de fumigación para otro tipo de cultivo como lo es el arroz, al reducir los efectos de las enfermedades fungosas también tendremos la reducción de este gasto lo que generará un mayor ingreso para en productor

4.- ¿Tenía conocimiento de que realizando un adecuado análisis de suelo y foliar antes de la implementación del cultivo se optimiza y ahorra el uso de fertilizantes?

ANÁLISIS:

Según lo reflejado en el cuadro anterior el 52 % de los entrevistados no sabían que el adecuado análisis de suelo y foliar optimiza y ahorra el uso de fertilizantes, cabe anotar que muchas veces se hace aplicaciones de fertilizantes desconociendo las necesidades reales que tiene un cultivo de un determinado nutriente esto nos hace que se incurra muchas veces en gastos que no son necesarios, los agricultores no aplican este tipo de análisis porque no saben a qué lugar acudir para hacer dichos análisis.

Por su lado un 29% de las repuestas fueron afirmativas, estas personas están ubicadas dentro de la zona de influencia de las Estaciones Experimentales Del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) es una institución pública que cuenta con los laboratorios y el equipo necesario para realizar los análisis de suelo y foliar, la utilización del análisis foliar es necesario para optimizar el uso de fertilizantes usando lo necesario de esta forma se obtiene un ahorro en los gastos que implican esta labor agrícola.

5.- ¿Usted había escuchado que el uso indiscriminado de fertilizantes influye en la acidez y bloqueos del suelo agrícola?

ANÁLISIS:

La mayoría (51%) de los agricultores desconocen que en ocasiones, el uso continuado y exclusivo de fertilizantes químicos conlleva la casi desaparición de la materia orgánica, cosa que favorece la desestructuración y el apelmazamiento del suelo. La estructura resultante recoge aspectos de la estructura masiva y de la estructura con cementos químicos. Este apelmazamiento evita que las raíces tengan un buen anclaje y las plantas sean afectadas por volcamiento, el bloqueo que sufren los suelos se refiere a al antagonismo que se provoca entre los elementos necesarios para el crecimiento de las plantas no son asimilados por la misma, por otro lado la acidez es un efecto provocado por el Amoniaco contenido por los fertilizantes nitrogenados, esto provoca que las raíces se pudran y no cumplan su función determinada que es la absorción de alimentos.

En cuanto al si se obtuvo un 28% de la votación, este resultado fue obtenido de los agricultores que se encuentran asentados en la Cuenca baja del Rio Guayas, es decir Daule, Santa Lucia, Nobol y Yaguachi, ellos ya tienen varios años combatiendo los efectos de la acidez en el suelo.

6.- ¿Cuenta usted con los medios de transporte para trasladar sus fertilizantes al campo?

ANÁLISIS:

En cuanto a lo que se refiere a la transportación de los fertilizantes se puede apreciar que la mayoría (30%) de los productores no cuentan con los medios para transportar los productos al campo convirtiéndose esto en una limitante a la hora de hacer las aplicaciones, la mayor parte de tierras rurales se encuentran a lo largo de carreteros de segundo orden que no prestan la comodidad necesaria para la normal movilización, en segundo plano están los productores que tienen una mayor extensión de terreno y cuentan entre sus propiedades con un vehículo tipo camión o camioneta.

Por otro lado un 25% de los encuestados manifestaron que si cuentan con los medios de transporte para movilizar sus fertilizantes, además manifestaron que hacen una provisión de

fertilizantes y los tienen embodegados ya que el precio de los fertilizantes está sujeto a muchas variación durante el años, también se pudo conocer que los grandes distribuidores se encargan de movilizar los fertilizantes desde sus bodegas al campo, esto hace de que gocen de la preferencia y aceptación de los productores.

7.- ¿Cómo califica usted la distribución de sus proveedores?

ANÁLISIS:

En el análisis de esta encuesta se aprecia que la mayor parte (36%) de los entrevistados no se encuentra satisfecha con el sistema de distribución de sus proveedores, debemos tener en cuenta que en la bodega se pueden observar factores externos e internos que afectan al funcionamiento de la misma. Estos factores son: los clientes, los proveedores, los productos, la estructura organizacional, las instalaciones y los equipos, el mayor descontento está en que los productos no llegan a tiempo para el día de la aplicación y no tiene caso ya utilizar el fertilizante pos sus efectos no serán los esperados.

Por otra parte un 28% de los encuestados son quienes consideran que el sistema de distribución es muy bueno, estos productores son los que en mayor parte gozan de vías en buen estado y de servicios de comunicación como lo es el teléfono celular para coordinar la entrega de los fertilizantes.

8.- ¿Conoce usted los beneficios para sus cultivos al utilizar fertilizantes orgánicos?

ANALISIS:

Al ser consultados sobre el conocimiento de los beneficios que tiene el uso de fertilizantes orgánicos la mayor parte es decir el 53% NO tienen conocimiento de que los fertilizantes ayudan a mejorar las condiciones suelo como también aumenta las defensas de las plantas para resistir a la infección de enfermedades fungosas, otro beneficio está en que el fertilizante orgánico hace que las hojas sean más gruesas y por ende sea difícil la entrada del hongo.

Entre tanto un 28% de los encuestados respondieron que SI, es decir estaban informados sobre los beneficios que se tienen al usar fertilizantes de tipo orgánico, estos agricultores son quienes han recibido algún tipo de charlas o seminarios que le han permitido tener mayores

conocimientos y una mejora en sus cultivos, también agrupamos aquí a los agricultores que han tenido algún estudio de nivel secundario.

Por otro lado un 19% de los encuestados contestaron que TALVEZ, ellos tienen una vaga idea sobre los beneficios de la fertilización orgánica, se mostraron indistintos a esta pregunta.

9.- ¿Había escuchado usted de los beneficios del producto llamado silicato de calcio?

ANÁLISIS:

Al analizar esta pregunta podemos observar que la mayoría (el 51 %) de los encuestados manifestaron que sí habían escuchado sobre los beneficios del silicato de calcio, es decir conocen sobre el efecto positivo que tienen en la protección del suelo además de los beneficios en cuanto a la prevención de enfermedades fungosas al proporcionarle mayor fortaleza a los hojas.

Por otra parte 49 agricultores (28%) manifestaron que no conocen los beneficios del fertilizante mencionado, este porcentaje está conformado en su mayoría por los agricultores que invierten gran cantidad de dinero en productos químicos, ellos manifestaron que esta clase de químicos con hormonas hacen que sus cultivos crezcan con mayor rapidez y produzcan más aunque también ocasionan degradación en suelos. Un 21% de los encuestados se mostraron indiferentes contestando que TAL VEZ han escuchado del producto ellos llevan una siembra convencional sin usar nuevas tecnologías.

10.- ¿Estaría dispuesto a consumir abono de tipo orgánicos al conocer todos los beneficios que este genera a su terreno?

ANÁLISIS

Al ser consultados sobre si estarían dispuestos a consumir abonos de tipo orgánicos al conocer todos los beneficios que estos generan al terreno la mayor parte (91%) de los encuestados manifestaron que SI, esto nos hace ver que se justifica la realizar este proyecto pues la venta del silicato contaría con una gran aceptación por parte del sector agrícola de la zona 5, en este porcentaje se encuentran los agricultores que han visto disminuidas sus cosechas por la

continua utilización de productos químicos que a lo largo del tiempo han ido degradando el suelo.

Por otro lado un pequeño grupo (3%) de agricultores se presentaron renuentes a utilizar este producto pues son quienes llevan una agricultura convencional sin tecnificación y no quieren probar una nueva alternativa.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
La debida atención a los suelos agrícolas con el uso de fertilizantes organicos; ayuda a que no exista salinidad en los mismos.	Pregunta # 2 el uso adecuado de fertilizantes orgánicos favorecerá en el rendimiento de la cosechas, logrando la vitalidad requerida en las plantas.
El uso de fertilizante favorece la germinación de la semilla y crecimiento de la planta	Pregunta 8.- Los abonos orgánicos poseen la gran ventaja de aportar nutrientes en forma natural sin exponer a la planta al riesgo de quemarla por exceso.
La aplicación de fertilizante orgánico dará una mayor producción de arroz y banano que la obtenida con fertilizantes inorgánicos.	Pregunta 3.- pueden ser aplicados en distintas épocas del año ya que la liberación es lenta y gradual y se va produciendo naturalmente con los riegos y lluvias.
La implementación de una distribución de silicato de calcio es favorable para el rendimiento de los cultivos	Pregunta 7.- ayudará a la mejora de la estructura del suelo, efectuando la aplicación necesaria del producto.

Cuadro # 11 Verificación de hipótesis

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Creación e Implementación de una distribuidora de silicato de calcio dirigido al sector agrícola productor de arroz y banano de la región 5, a través de estrategias concisas en los aspectos administrativos y técnicos operativos de la empresa.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Acidificación.- La acidificación del suelo es el proceso mediante el cual el pH del mismo disminuye, es decir, aumenta la concentración de H^+ y la capacidad de neutralización de bases. Aunque hay suelos naturalmente ácidos y seres vivos capaces de sobrevivir en condiciones ácidas, un suelo con un pH bajo o en disminución va a presentar problemas de desarrollo porque el crecimiento de plantas y microorganismos va a estar inhibido. Los problemas empiezan a aparecer cuando el pH disminuye por debajo de 5,5.

Pegmatita.- es una roca ígnea que tiene un tamaño de grano que ronda los 20 mm. Las rocas con este tamaño de grano son denominadas pegmatitas.

Polimerización.- es un proceso químico por el que los reactivos, monómeros (compuesto de bajo peso molecular) se agrupan químicamente entre sí, dando lugar a una molécula de gran peso, llamado polímero, o bien una cadena lineal o una macromolécula tridimensional.

Iones.- Se aplica este término a las moléculas del aire que contienen pequeñas cargas eléctricas (positivas o negativas), fenómeno que se da normalmente en el aire que respiramos. Tales moléculas cargadas de electricidad se llaman iones.

Covalente.- Un enlace covalente se produce por compartición de electrones entre dos átomos. Este tipo de enlace se produce cuando existe electronegatividad polar pero la diferencia de electronegatividades entre los átomos no es suficientemente grande como para que se efectúe transferencia de electrones.

Aguas salinas.- si utilizas agua de un pozo, es conveniente conocer como es esa agua. Para ello se lleva a analizar a un laboratorio (1 litro).

El análisis nos dirá si el agua es salina o no lo es y en caso de que lo sea hay que ver si lo es mucho o poco. Un agua que contenga más de 1 gramo de sales por litro ya puede dañar a nuestras plantas.

Tectosilicatos.- Son minerales formados por una armazón tridimensional de tetraedros SiO_4 enlazados, aquí todos los oxígenos del tetraedro están compartidos formando estructuras muy fuertes, la relación Si: O es 1:2

Filosilicatos. - todos los numerosos miembros de este importante grupo tienen hábito hojoso o escamoso y una dirección de exfoliación dominante. Son por lo general blandos, de peso específico relativamente bajo y las laminillas de exfoliación pueden ser flexibles e incluso elásticas. Todas esas peculiaridades características derivan del predominio en la estructura de la hoja de tetraedros SiO_4 , de extensión indefinida.

Apelmazado.- Pesado, recargado, amazacotado.

Apelmazar.- Hacer que una cosa esté menos esponjada o hueca de lo que requiere para su uso

Bróker.- Agente que actúa, a comisión y por cuenta ajena, como intermediario en diferentes mercados financieros, poniendo en contacto a compradores y vendedores.

Salinidad.- Exceso de sales solubles en la solución del suelo con suficiente concentración para perjudicar a las plantas y disminuir la productividad de la tierra.

Silicato.- Los silicatos son el grupo de minerales de mayor abundancia, pues constituyen más del 95% de la corteza terrestre, además del grupo de más importancia geológica, es decir, los minerales que forman las rocas. Todos los silicatos están compuestos por silicio y oxígeno.

Gallinaza.- contiene un importante nivel de nitrógeno el cual es imprescindible para que tanto animales y plantas asimilen otros nutrientes y formen proteínas y se absorba la energía en la célula.

El carbono también se encuentra en una cantidad considerable el cual es vital para el aprovechamiento del oxígeno y en general los procesos vitales de las células. Otros elemento químicos importantes que se encuentran en la gallinaza son el fósforo y el potasio. El fósforo es vital para el metabolismo, y el potasio participa en el equilibrio y absorción del agua y la función osmótica de la célula.

Sistema radicular.- conjunto de raíces de una misma planta. Según su origen y desarrollo se distinguen dos tipos de sistemas radiculares, los cuales están asociados a grupos diferentes de plantas. En las gimnospermas y dicotiledóneas la raíz primaria produce, por alargamiento y ramificación, el sistema radical alorrizo, caracterizado porque hay una raíz central, principal, nítida y dominante sobre las raíces laterales, las que no son morfológicamente equivalentes. El sistema radical generalmente es unitario, presenta ramificación racemosa y acrópeta. En este sistema la raíz se dice axonomorfa o pivotante, tiene raíces de segundo a quinto orden y crecimiento secundario

Problemas fitosanitarios.- El gran dinamismo de la actividad humana en el intercambio comercial de vegetales y productos de toda índole y fines diversos, la implantación de nuevas tecnológicas de cultivo son causa de la aparición constante y acelerada de nuevos problemas fitosanitarios.

Humus.- es la sustancia compuesta por ciertos productos orgánicos de naturaleza coloidal, que proviene de la descomposición de los restos orgánicos por organismos y microorganismos benéficos (hongos y bacterias). Se caracteriza por su color negruzco debido a la gran cantidad de carbono que contiene. Se encuentra principalmente en las partes altas de los suelos con actividad orgánica. El humus también es considerado una sustancia descompuesta a tal punto que es imposible saber si es de origen animal o vegetal.

Logotipo.- diseño o forma característica que distingue el nombre de una empresa o la marca de un producto.

Análisis financiero.- estudio mediante ratios, índices o coeficientes de la capacidad de una empresa para afrontar sus compromisos de pago en un momento determinado.

Canal de distribución.- recorrido que realizan los productos, hasta llegar a las manos del consumidor final.

Bien.- producto u objeto capaz de satisfacer una necesidad. Producto en poder de una empresa que se puede valorar en dinero.

Clientes.- denominación dada a las personas físicas o jurídicas que de una forma constante o esporádica compran bienes o servicios a una empresa o sociedad.

Comercialización.- proceso a través del cual los productos pasan desde los puntos de producción a los de venta. Normalmente se compone de varias fases intermedias como la de compraventa por parte de mayorista y minorista, promoción del producto, estudios de mercado, distribución, etc.

Estrategias Empresariales.- Adaptar la empresa a su entorno; ello requiere conocer las oportunidades y amenazas del mismo (análisis externo) y valorar los puntos fuertes y débiles de la empresa (análisis interno).

Ética.- Se trata del estudio de la moral y del accionar humano para promover los comportamientos deseables.

Marketing.- El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización.

Libro de clientes.- libro contable de los denominados auxiliares en el cual se anotan, en cuentas individuales abiertas a nombre de cada uno, los clientes de una empresa, en las cuentas individuales de cada cliente se anotarán las fechas e importes de las ventas realizadas, con especificación de la mercancía vendida y la fecha de importe de los cobros realizados o de los efectos que se han girado a su cargo.

Libro de facturas.- libro contable de los denominados auxiliares en el que se recogen las facturas que una empresa recibe de sus proveedores así como copia de las que envía a sus clientes.

5.3 JUSTIFICACIÓN

El suelo necesita nutrirse para brindarle al hombre productos que él a su vez necesita para su alimentación. La forma de enfrentar este requerimiento parte de la representación en que se enfoque el suelo: como ser vivo que ambienta vida, o sólo como elemento inerte al que se le puede ir agregando los componentes faltantes. En cualquiera de los casos, el suelo (o la propia planta) recibe sustancias adicionales para la nutrición.

En general, los terrenos empleados para la agricultura demandan de complementos nutritivos que enriquezcan el suelo. Se hace a través de fertilizantes, naturales o sintéticos que mejoran la calidad del suelo, y le ayudan en su tarea de producción.

La fertilización constituye una práctica común en la agricultura, de ahí que es importante enfatizar en el tipo de la misma, cuando diferentes factores inciden en los suelos dejándolos carentes de nutrientes, los productores y cosechadores, o hasta en un propio jardín, se aplican diferentes tipos de fertilizantes para recomponer esta situación. Es así que la utilización de fertilizantes orgánicos e inorgánicos permite que las plantaciones vuelvan a tener la vitalidad que tenían, y en el caso de las cosechas, se le suma la posibilidad del aumento progresivo de la producción de las mismas.

En estos casos la utilización de fertilizantes orgánicos ayuda a aportarle a los suelos los nutrientes que no llegan a volver a generar, por las excesivas producciones de cosechas una tras otra. De esta manera la aplicación de fertilizantes suministra estos nutrientes necesarios para el crecimiento de las plantaciones y así continuar con un rendimiento alto de las mismas.

Los fertilizantes orgánicos e inorgánicos presentan diferentes ventajas y desventajas. Las ventajas de los fertilizantes inorgánicos es que son de rápida asimilación de los nutrientes, ya que se encuentran en concentraciones mucho más grandes y específicas que los fertilizantes orgánicos y las desventajas de esto mismos, es que pueden llegar más rápidamente a contaminar las fuentes de agua de la zona. Por otro lado, los fertilizantes orgánicos tienen como desventaja lenta asimilación, realiza todo un proceso para llegar a tener efectos rendidores, pero la ventaja es que tiene menos efectos secundarios en el caso de excederse en el uso, y los abonos de origen orgánico, contienen muchos micronutrientes y macronutrientes, lo que ayuda aún más a las plantaciones.

El uso de fertilizantes orgánicos, ayuda a retener los nutrientes del suelo y poder mantener la humedad necesaria que cada tipo de suelo necesita para el desarrollo adecuado de las plantaciones.

Es así que los fertilizantes orgánicos restituyen los niveles de materia orgánica del suelo y con esto se incrementa la capacidad para retener los nutrientes minerales que se aplican a los suelos.

Precauciones

- Utilizar el abono antes de la siembra o en las etapas iniciales de crecimiento de la planta.
- Aplicar cerca de las raíces y luego cubrir con tierra.
- No aplicar cercad de la maduración o de la cosecha. Tener cuidado con las plantaciones vecinas.

Registros

- Mantener datos sobre la preparación, el origen del producto.
- Las fechas, cantidades, métodos de aplicación, así como la persona responsable de lo indicado.
- Esto ayudara a la seguridad del producto y hacer seguimiento y aprendizaje necesario.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Crear e implementar una distribuidora de abono orgánico (silicato de calcio) con la finalidad de contribuir a la mejora y recuperación de la calidad del suelo, optimizando los recursos del productor agrícola, mediante la utilización de herramientas administrativas y comerciales.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- Establecer la filosofía corporativa.
- Definir el requerimiento del personal y las funciones que cumplirán en la empresa.
- Segmentar el mercado acorde a las preferencias de los clientes.

- Elaborar estrategias de marketing.
- Desarrollar la correcta distribución del producto.
- Demostrar la factibilidad a través de estudios financieros.

5.5 UBICACIÓN

La Implementación de un sistema de distribución de silicato de calcio dirigido al sector agrícola productor de arroz y banano de la región 5, estará ubicado en el Cantón Milagro, Provincia del Guayas, República del Ecuador. Considerando este tipo de negocio debemos estar cerca del cliente para sí poder coger todas sus inquietudes y tener un mejor sistema de operación. El proyecto estará ubicado al norte de la ciudad, físicamente en la Ciudadela Los Chirijos calles Sebastián de Benalcázar y Av. Velasco Ibarra.

La ubicación del negocio y las características del espacio en el que se instale, juega un papel determinante en la posición competitiva y las posibilidades de éxito.

Debes valorar si la ubicación elegida te va a ayudar a maximizar tus beneficios. Para cada posible ubicación que consideres, reflexiona sobre las siguientes cuestiones:

Ventajas

- Proximidad, atractivo y facilidad para los clientes.
- Proximidad a los proveedores.
- Amplitud del espacio elegido.

Desventajas

- Desconocimiento de las posibilidades del lugar
- Precio de alquiler o venta elevado.



Figura # 4 Ubicación
Elaboración. Los Autores

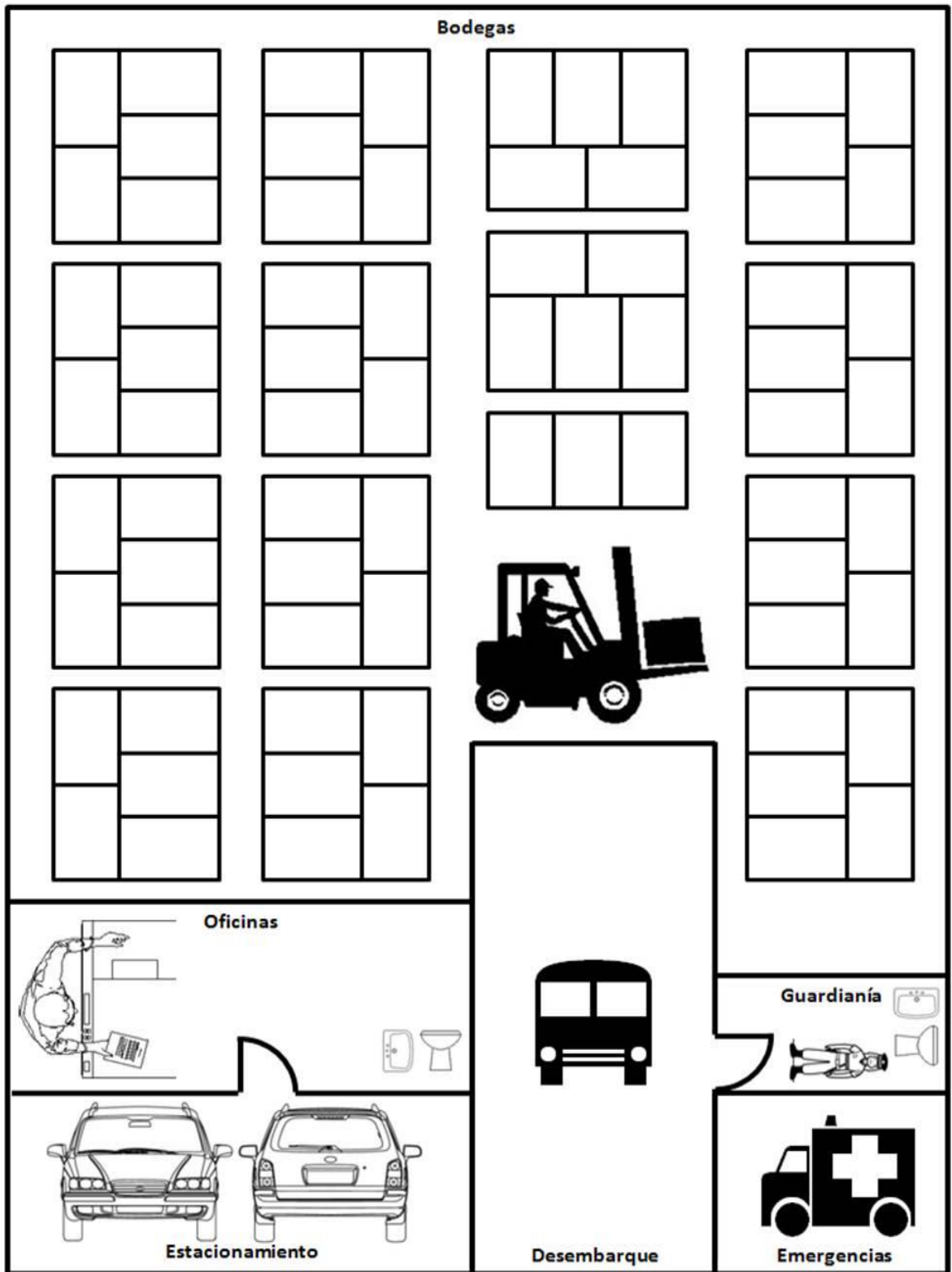


Figura # 5 Distribución física de áreas

Elaboración: Los Autores

5.6 FACTIBILIDAD

Para poder confirmar la factibilidad del proyecto propuesto se hizo uso de herramientas investigativas, obteniendo información selecta sobre los problemas antes mencionados, los resultados corroboraron que la creación e implementación de una distribuidora de silicato de calcio tiene amplia perspectiva, en primer término esta plaza es comercial y en segundo lugar existe un alto nivel de agricultores que requieren capacitación, por lo tanto sería óptimo implementar esta propuesta ya que existen razones suficientes para incursionar con esta nueva alternativa empresarial en el servicio de los suelos agrícolas, además de contar con un excelente recurso humano para el cumplimiento de los objetivos establecidos.

Esta empresa se iniciará con poco personal, que a medida de que se poseione en el mercado su crecimiento será fácilmente observable por la comunidad.

A continuación se presenta el organigrama estructural:

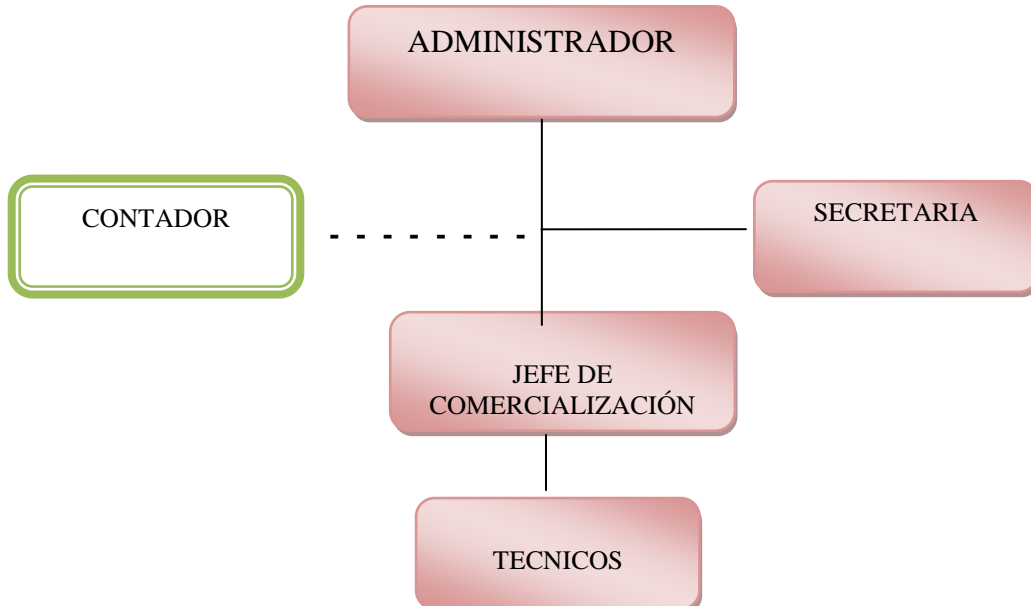


Grafico # 11 Organigrama Estructural

Elaboración: Los Autores

Manual de Funciones

DENOMINACION DEL CARGO:	Administrador
SUPERIOR INMEDIATO:	Directorio de accionistas
SUPERVISA A:	Jefe de Comercialización, Secretaria, Técnicos
LUGAR DE TRABAJO:	Distribuidora
LINEA DE JERARQUÍA:	Administración
DESCRIPCIÓN DEL CARGO: El Administrador actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad. Es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con el personal planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES. <ul style="list-style-type: none">• Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, de acuerdo con los objetivos y metas específicas de la empresa.• Desarrollar estrategias para alcanzar los objetivos y metas propuestas.• A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.• Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.• Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.• Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional.• Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.• Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para	

potenciar sus capacidades.

- Ejercer un liderazgo dinámico para ejecutar los planes y estrategias determinados.
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.
- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).

NECESIDADES DE FORMACIÓN

- Ing. CPA, Ing. Comercial o carreras afines.
- Planificación estratégica.
- Herramientas computarizadas.
- Expresión Oral y Escrita
- Tributación Contable

NECESIDADES DE EXPERIENCIA.

- Haber trabajado en cargos similares.
- Tener 3 años mínimos de experiencia.

¿QUÉ ACTIVOS PROTEGE?

- Recursos Materiales
- Recursos Financieros

EDAD

- De 27 a 35 años

SEXO

- Indistinto

DENOMINACION DEL CARGO:	Jefe de Comercialización
SUPERIOR INMEDIATO:	Administrador
SUPERVISA A:	Técnicos
LUGAR DE TRABAJO:	Distribuidora
LINEA DE JERARQUÍA:	Jefe

DESCRIPCIÓN DEL CARGO:

Es responsable de las existencias en bodega y de que los productos sean despachados a tiempo, también genera seguridad en las áreas de su trabajo realizando planes de evacuación y prevención de siniestros. Mantener la actitud positiva entre los vendedores, ser organizado y llevar el orden, planificar realizar los presupuestos de ventas y las proyecciones a futuro, realizar plan de mercadeo de la compañía

DESCRIPCION DE FUNCIONES.

- Formular y dirigir los procesos de ventas.
- Participar en la formulación del Plan Estratégico, Plan Anual de Contrataciones y Adquisiciones, y Plan de Capacitaciones.
- Realizar la programación y asignación de los recursos del departamento de ventas
- Supervisar el programa anual de ventas y marketing.
- Inspecciona y realiza el presupuesto de ventas, elevando los informes al Administrador.
- Entregar a administración informes constantes acerca de las ventas de la compañía para llevar un constante control en el manejo fiscal de la organización y no se presenten futuros problemas
- Analizar en conjunto con sus colaboradores las ventas y todo lo referente evaluando si se han cumplido los objetivos, la causa de desbalances y las posibles medidas correctivas.
- Revisar, verificar y dar conformidad a los informes de vendedores.
- Actualizar el archivo y registro de las ventas en efectivo y crédito.
- Dar conformidad a los productos recibidos.
- Mantener comunicación y un trato cordial con los grandes compradores.
- Coordinar y negociar con ejecutivos y personal de alto nivel.
- Establecer y mantener actualizados los criterios, procedimientos y metodología para conservación y señalización de su área de trabajo.
- Realizar las demás funciones que le asigne el Administrador.

NECESIDADES DE FORMACION

- Ing. Comercial, Ing. Agrónomo o carreras afines
- Herramientas computarizadas.
- Presupuesto de ventas.
- Excelente comunicación a todo nivel.

NECESIDADES DE EXPERIENCIA.

- Haber trabajado en cargos similares.
- Tener 3 años mínimos de experiencia.

¿QUÉ ACTIVOS PROTEGE?

- Recursos Materiales
- Bodega

EDAD

- De 25 a 35 años

SEXO

- Masculino

DENOMINACION DEL CARGO:	Secretaria
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente general
SUPERVISA A:	N/A
LUGAR DE TRABAJO:	Distribuidora
<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO:</p> <p>Verificar el buen funcionamiento del personal y toda la infraestructura física. Realizar la selección, contratación y coordinación del personal para el ingreso a la Empresa.</p>	
<p>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formular y dirigir los procesos de selección, contratación. • Participar en la formulación del Plan Estratégico, Plan Anual de Contrataciones y Adquisiciones, y Plan de Capacitaciones. • Realizar las demás funciones que le asigne el Administrador. • Verificar y controlar el funcionamiento y aspecto de las instalaciones. 	

- Controlar el desempeño del personal y su óptima presentación.
- Elaborar y hacer cumplir los turnos correspondientes al personal en general.
- Estudiar solicitud de empleo, Elaborar contratos de trabajo, Controlar que se hagan las afiliaciones al IESS.
- Informar a la gerencia general sobre ingresos de personal y sus novedades.
- Controlar que se hagan los respectivos descuentos y deducciones que tenga cada empleado. Velar porque se cumpla con todos los pagos, prestaciones sociales que señala la ley.
- Presentar en tiempo oportuno los presupuestos de gastos y compras.
- Elaborar y controlar las órdenes de compra a todos los proveedores.
- Entregar los útiles de oficina al personal que lo requiera y controlar su uso.
- Velar por que se cumplan las normas de Seguridad Industrial.
- Elaborar las comunicaciones de llamadas de atención al personal y hacer cumplir las sanciones a que haya lugar.

NECESIDADES DE FORMACIÓN

- Ing. Comercial, Administración de Empresas o carreras afines
- Herramientas computarizadas.

NECESIDADES DE EXPERIENCIA.

- Haber trabajado en cargos similares.
- Tener 1 año mínimo de experiencia.
- Proactiva, con predisposición para aprender.

¿QUÉ ACTIVOS PROTEGE?

- Recursos Financieros
- Recursos Materiales

EDAD

- De 20 a 30 años

SEXO

- Femenino

DENOMINACION DEL CARGO:	Técnicos
-------------------------	----------

SUPERIOR INMEDIATO:	Jefe de Comercialización
SUPERVISA A:	N/A
LUGAR DE TRABAJO:	Campo y distribuidora
<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO:</p> <p>El técnico es el eslabón que une al cliente con la empresa que representa y viceversa, debe asesorar a los clientes acerca de cómo los productos que se ofrecen pueden satisfacer sus necesidades y deseos y cómo utilizarlos apropiadamente para que tengan una óptima experiencia con ellos.</p>	
<p>DESCRIPCION DE FUNCIONES.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atender a clientes vendiendo y/o informando sobre la mercadería, precios, condiciones de crédito y/o descuento. • Revisar y ordenar la mercadería en los Estantes, efectuar inventarios periódicos sobre existencias mínimas y formular pedidos al almacén. • Preparar formularios de pedidos, facturas o notas de venta. • Efectuar cobro de importe de ventas, empaquetar los artículos y realizar demostraciones de productos. • Entregar a la Administración el dinero recaudado • Informar mensualmente indicadores de calidad • Desempeñar las demás funciones asignadas. <p>NECESIDADES DE FORMACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ing. Agrónomo, técnico agrícola o carreras afines • Herramientas computarizadas. • Evaluación de cultivos <p>NECESIDADES DE EXPERIENCIA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haber trabajado en cargos similares. • Tener 1 año mínimo de experiencia. <p>¿QUÉ ACTIVOS PROTEGE?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vehículo 	

- Bodega

EDAD

- De 25 a 30 años

SEXO

- Femenino

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Luego de haber analizado el sector agrícola de la región 5, entendiendo la situación en que se encuentra esta y haber entendido al consumidor; puesto que existe una demanda que no se alcanza a satisfacer por la poca cantidad de empresas que proporcionan nuestro producto en la actualidad desde nuestro punto de vista.

La Empresa

Agro Total, está comprometida a comercializar productos que se distingan en proporcionar a sus clientes servicios de excelente calidad, promoviendo el trabajo en equipo, sustentado en valores; contribuyendo a la sociedad de manera positiva y confiable.

Logotipo



Figura # 6 Logotipo

Elaboración: Los Autores

Descripción del Logotipo

Agro Total: quiere decir que con el transcurso de los años el negocio crecerá y se dedicara a la distribución de Herbicidas, Insecticidas, Fungicidas, Fertilizantes edáficos y Fertilizantes foliares.

α ω: El Alfa y el Omega simbolizan a Dios al principio y el fin de todo y por quien haremos nuestro negocio con suma transparencia y honestidad.

El Sol: fuente de energía y calor que permite a la planta desarrollarse vigorosamente

Pétalos de Girasol: simbolizando halos de luz que nacen pequeños y con el pasar del tiempo se conciben grandes.

Franjas triangulares de color verde: simbolizan el campo

Letras con filo azul: Simbolizan el agua fuente de vida

Eslogan

Mejores cosechas para usted: En Agro Total buscamos que nuestros clientes tengan óptimas producciones al dar nuestra asesoría.

Misión

Nuestra meta empresarial es responder a las necesidades del mercado agrícola de manera eficiente a través de la comercialización de fertilizantes organicos, contribuyendo al mayor desarrollo agrícola en conjunto con la conservación del medio ambiente, sabiendo que nuestra existencia como empresa depende de ello.

Visión

Ser reconocidos, como una empresa agrícola eficaz en la comercialización de productos organicos mejorando el rendimiento de los cultivos y cumpliendo con la responsabilidad social y ambiental, llegando a ser competitivos en esta actividad.

OBJETIVOS

Objetivo General

Satisfacer las necesidades y exigencias en el sector agrícola, referente al uso y beneficios de fertilizantes orgánicos (silicato de calcio) para alcanzar altos niveles de productividad, generando una rentabilidad que garantice el éxito y permanencia de la empresa.

Objetivos Específicos

- Implementar el uso de fertilizantes orgánicos que mejoren la calidad del suelo y el rendimiento de las cosechas.
- Orientar al agricultor sobre el método de muestreo para realizar el análisis de suelo y foliar, de esta forma tengan las dosis óptimas de fertilizantes requeridas.
- Emplear un excelente despacho para la transportación del fertilizante desde la bodega al campo y de esta forma darle valor a nuestro servicio.
- Concientizar al agricultor sobre la prioridad de sus gastos para que de esta forma tengan un mejor nivel de ingresos.

Valores Corporativos

- ❖ Calidad
- ❖ Conocimiento.
- ❖ Creatividad.
- ❖ Ética.
- ❖ Pertenencia.
- ❖ Honestidad.
- ❖ Innovación.
- ❖ Respeto.
- ❖ Trabajo en equipo.

Calidad.- comprometiéndonos a mejorar continuamente los estándares en pos de satisfacción plena de nuestros clientes.

Conocimiento.- previendo las tendencias del entorno para anticipar las acciones que permiten consolidar nuestro posicionamiento en el mercado.

Creatividad.- adquiriendo ideas que faciliten la creación e imaginación, etc., de nuevos conceptos para desarrollar esquemas innovadores de trabajo.

Ética.- aplicando valores y principios respetados por todos, siendo la confidencialidad nuestro elemento fundamental.

Pertenencia.- compartiendo metas y objetivos a largo plazo, sustentados en la mística, lealtad y talento.

Honestidad.- presentando información real.

Innovación.- siendo creativos y transformadores en nuestra publicidad.

Respeto.- trabajando permanentemente con dignidad, respetando a los demás.

Trabajo en equipo.- permite a sus colaboradores, orientar y dirigir todos los esfuerzos hacia el cumplimiento de los objetivos empresariales.

Política de Calidad

Se manifiesta mediante el firme compromiso con los CLIENTES, satisfaciendo sus requerimientos, para ello garantizamos impulsar calidad basada en los principios de honestidad, liderazgo y desarrollo del recurso humano, solidaridad, compromiso de mejora y seguridad en nuestras operaciones.

Los esquemas de comercialización tienen el compromiso de ser un referente para la empresa, que busca ser reconocida por un alto estándar de calidad de sus conocimientos, seguridad laboral, inocuidad en sus productos y respeto por el medio ambiente.

El talento humano es nuestro principal patrimonio. Por ello buscamos crear un buen clima laboral, que les ofrezca oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional a los empleados.

Políticas de cobro

- Las dos primeras compras el cliente las hará en efectivo y se realizará la apertura de un código que identificará al cliente.
- Después de haber realizado las dos compras en efectivo el cliente podrá optar a la petición de crédito el mismo que será de 30 días.
- Para solicitar el crédito el cliente deberá llenar la solicitud de crédito además de proveernos de una copia de su Registro Único de Contribuyentes (RUC) y de la última Cedula de ciudadanía que haya obtenido.
- Los cobros se recaudarán en efectivo o con cheques cruzados a nombre de la compañía.

Análisis FODA

A continuación efectuamos un análisis FODA (fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas) para así entender mejor la situación del producto y determinar las mejores estrategias para aprovechar oportunidades, explotar fortalezas y convertir las debilidades en fortalezas.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Personal profesional y capacitado. Instalaciones adecuadas. Ambiente de trabajo adecuado para el buen desempeño del personal. Plan de distribución. Planificación administrativa. Comunicación entre el equipo de trabajo. Elaboración de publicidad. Adquisición de tecnología. Uso de equipos necesarios.	Escaso personal de trabajo. Ser Nuevos en el mercado. Inexperiencia en el manejo de mercado de productos organicos. Poca capacidad para el pago de salarios altos. No contar con un seguro, en caso de siniestro

OPORTUNIDADES	AMENAZA
<p>Crecimiento del negocio.</p> <p>Pocos competidores</p> <p>Insatisfacción en el mercado en relación a la competencia.</p> <p>Ofrecer producto de calidad</p> <p>Apoyo del MAGAP para la utilización de productos organicos en los cultivos.</p> <p>Promoción de nuevos productos.</p> <p>Mercado latente.</p> <p>Incentivos para el cuidado del ambiente.</p>	<p>Competencia directa en el mercado.</p> <p>Sustitutos.</p> <p>Pérdida de clientes.</p> <p>Bajo nivel de servicio.</p> <p>Desastres naturales.</p> <p>Cambios en las políticas del estado.</p>

Cuadro # 12 Matriz FODA

ESTRATEGIAS COMPETITIVA

ESTRATEGIAS FO-FA-DO-DA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Crecimiento del negocio	Competencia en el mercado
	Pocos competidores	Sustitutos
	Insatisfacción en el mercado en relación a la competencia.	Perdidas de clientes
	Ofrecer producto de calidad	Desastres naturales
	Apoyo del MAGAP para la utilización de productos organicos en los cultivos.	Cambios en las políticas de estado
	Promoción de nuevos productos.	bajo nivel de servicio
	Mercado latente	
	Incentivos para el cuidado del ambiente.	
FORTALEZAS	FO	FA
Personal profesional y capacitado.	Planeación estratégica como base para el liderazgo en el sector agrícola.	Segmentar más el mercado
Instalaciones adecuadas.	Aumentar nuestro servicio al cliente	Aumentar servicio al cliente
Ambiente de trabajo adecuado para el buen desempeño del personal.	Crear una mayor variedad de productos	Aumentar la calidad en los productos
Plan de distribución.	Ampliar mercados	
Elaboración de publicidad		
Comunicación entre el equipo de trabajo		
Elaboración de publicidad		
Adquisición de tecnología		
Uso de equipos necesarios		
DEBILIDADES	DO	DA
Escaso personal de trabajo		
Ser nuevos en el mercado	Crear una cultura más sólida para acrecentar nuestro mercado	Aumentar la comunicación con el servicio al cliente

Inexperiencia en el manejo de mercado de productos organicos		
Poca capacidad para el pago de salarios altos.		
Limitado direccionamiento de dinero hacia la publicidad	Crear una estrategia de comercialización más grande	Aumentar la comunicación interna
Limitado medio de transporte	Tener una mejor comunicación con nuestros clientes	Capacitación del personal
Ubicaciones estratégicamente no situadas		Crear una sólida estructura organizacional con base en el talento humano
Poca capacidad para el pago de sueldos altos.		
No contar con seguro en caso de siniestro.		
Falta de cartera de clientes		

Cuadro # 13 estrategias competitivas

Como parte de estrategia para el producto se requiere comercializar y seguir el análisis FODA es importante utilizar las ventajas del producto como:

- Explotar los beneficios del producto.
- Recalcar la ventaja diferencial competitiva y atributos del producto
- Diferenciar el producto
- Ampliar canales de distribución.

Fuerzas de Porter.

Este modelo se conoce normalmente como “Las Cinco Fuerzas de Porter”, puesto que se hace más fácil de memorizar, al analizar la situación de una empresa a la hora de elaborar una estrategia normalmente pensamos en la competencia como aquellos que venden productos iguales o similares a los nuestros. Eso está bien, porque en la mayor parte de los casos contra quien nos enfrentamos es con empresas similares, es algo normal, porque son competidoras directas.

Se consideran como herramientas de gestión las siguientes fuerzas dentro de una empresa:

- 1.- Amenaza de la entrada de potenciales competidores.
- 2.- Rivalidad entre competidores existentes.
- 3.- Amenazas de ingresos de servicios sustitutos.
- 4.- Poder de negociación de los compradores/clientes.
- 5.- Poder de negociación de los proveedores

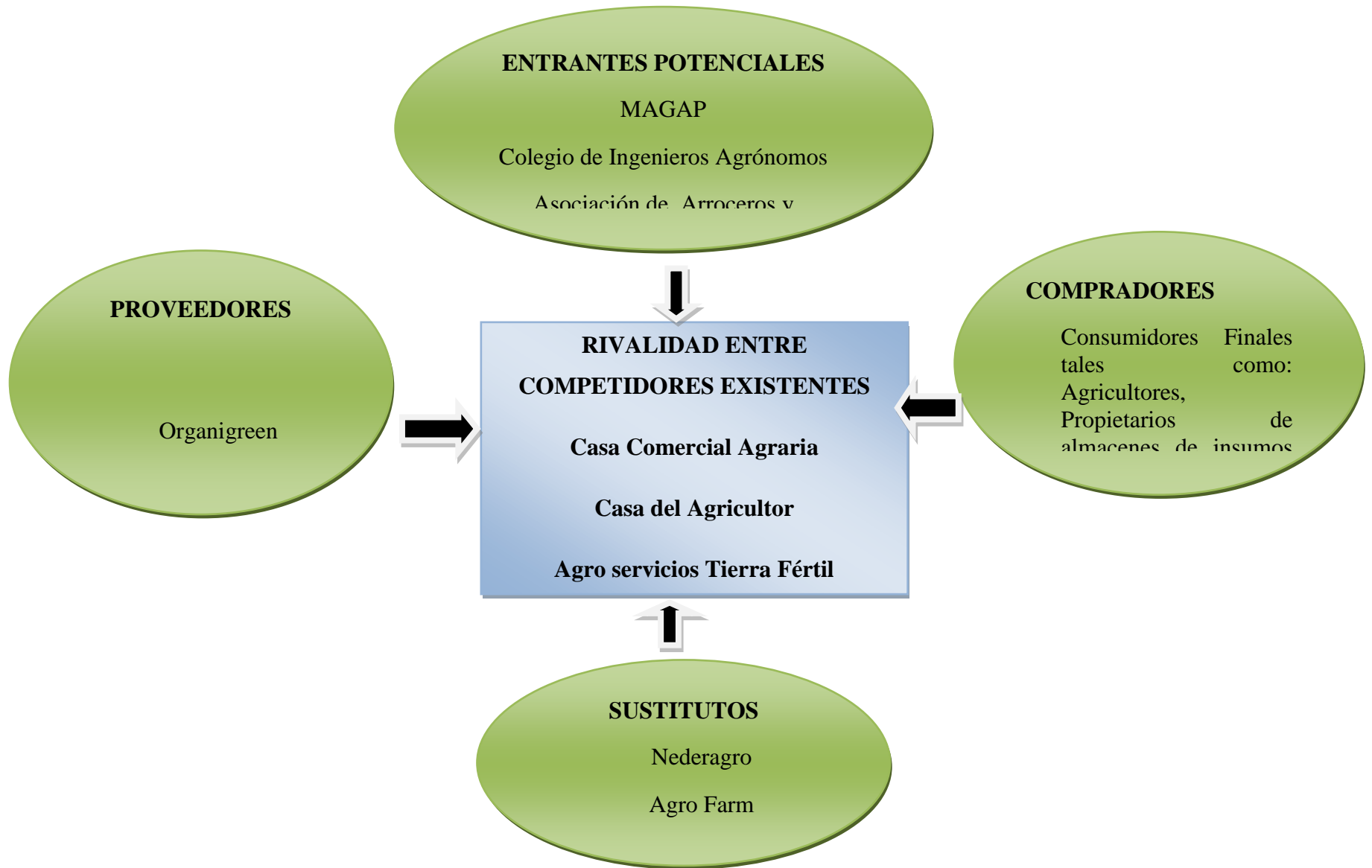


Figura # 7 . Modelo de las cinco fuerzas de Porter

Estas fuerzas nos permite lograr un mejor análisis del entorno de la empresa a la que pertenecemos y, de este modo, en base a dicho análisis poder diseñar estrategias que permita aprovechar las circunstancias y hacer frente a las amenazas.

F1. Amenaza de entrada de potenciales competidores

Las empresas que compiten en la misma industria, no sólo tiene que vigilar a los demás fabricantes de fertilizantes, sino que según Porter hay cuatro factores más a las que una empresa debe prestar atención.

Interpretación: Podemos observar en el grafico que se han identificado competidores reconocidos como: MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería ,Acuacultura y Pesca), Colegio de Ingenieros Agrónomos y Asociación de arroceros y bananeros que tienen una posición estable en el mercado, y ofrecen sus servicios basados en la formación empresarial, mejorando el desarrollo en actividades laborales.

F2. Rivalidad entre los competidores existentes

Es la amenaza de nuevos entrantes en el mercado. Nuevas empresas pueden entrar en el mercado. Por ejemplo en el caso de los abonos organicos una empresa puede instalar nuevas sucursales y empezar a vender sus productos o a su vez una serie de emprendedores pueden montar su propia empresa.

Interpretación: Analizando el cuadro nos encontramos que en este mercado existen empresas competidoras como: Casa Comercial Agraria, Casa del Agricultor, Agro servicios Tierra Fértil, Ferti Agro, lo cual nos conlleva a adoptar distintas formas de destrezas para competir como: precios, cantidades, introducción de nuevos servicios entre otros, los cual nos permitirá situarnos en un categoría similar.

F3. Amenaza de ingreso de sustitutos

Son las empresas sustitutivas, han de estar muy pendiente de aquellos productos que puedan suplir a los producidos que se distribuyan. En este caso los sustitutos suelen entrar rápidamente si algún desarrollo aumenta la competencia en sus sectores y causa una reducción de precio o mejoran su desarrollo.

Interpretación: Analizando el gráfico podemos explicar que las empresas sustitutas son Naderagro y Agro Farm, quienes pueden llegar a ofrecer productos químicos de determinadas marcas o similares, para satisfacer las necesidades de los .

F4. Poder de negociación de los compradores/clientes

Es el poder de negociación de nuestros clientes. Hay mercados extremadamente competitivos, por ejemplo el obtener precios muy buenos de los fabricantes.

Interpretación: Tomando en cuenta al sector empresarial podemos referirnos que existe una cantidad importante de compradores/clientes que estarían dispuestos a usar nuestro producto, analizando las encuestas observamos que existe una buena aceptación para el uso de fertilizantes orgánicos.

F5. Poder de negociación de los proveedores

Es el poder de negociación de nuestros proveedores. Tener capacidad de negociación permite a los proveedores mejores precios, pero también mejores plazos de entrega, compensaciones, formas de pago. En una empresa la capacidad de negociación de nuestros proveedores puede lastrar su competitividad, por lo que es otro factor a tener en consideración.

Interpretación: Estudiando el poder de negociación de los proveedores se considera que es relativamente abastecedor para cumplir con nuestros clientes.

Últimamente se ha propuesto completar el modelo con una **sexta fuerza**, el Gobierno. Las empresas también han de tener en cuenta las acciones y potenciales acciones de los gobiernos. No sólo por su capacidad reguladora, sino porque puede convertirse en una competencia. Por ejemplo las universidades privadas tienen el problema de que el gobierno también proporciona educación superior.

Efectuando un análisis global de las fuerzas de Porter, como factores de incidencia para nivel de atractividad del mercado podemos efectuar las siguientes inferencias; el sector que corresponde a la distribuidora en la localidad de Milagro esto significa que es factible nuestro ingreso a este mercado, debido a que en el sector agrícola el uso de fertilizante orgánico brinda un grado de satisfacción en los agricultores, lo cual debe ser aprovechada por nosotros entregando un producto de calidad basado en la ética, calidad y variedad; de tal forma que

captemos esa porción de mercado, sin embargo, no debemos descuidar las barreras que se presentan como son la gran inversión o el hecho que nuestra cobertura dependerá de la disposición del producto ofrecido.

5.7.1 Actividades

Segmentación del Mercado y Composición del Mercado

Analizando el estudio que se realizó sobre la propuesta, podemos declarar que para la segmentación del mercado debemos considerar factores importantes como geográficos, sociales y económicos que influyen en el comportamiento del mercado

Aspectos Geográficos.- Tendrá lugar en el País Ecuador, en la provincia del Guayas; en el cantón Milagro para la localización de los agricultores en su crecimiento personal y profesional.

Aspecto Social.- Del sector, cantón o ciudad de donde provengan nuestros clientes son de condición social media y alta.

Aspecto Económico.- Nos dirigimos a las pymes analizando sus necesidades y actividades que realizan para escoger un servicio agrícola.

Marketing Mix

El estudio de la publicidad se debe iniciar con el estudio de las diferentes variables ya que forma parte del concepto mercadeo. Para ello es necesario conocer los componentes del mercado, las empresas que ofertan los productos, los clientes que demandan estos productos y el punto en que los clientes satisfacen sus necesidades con los productos ofrecidos por las diferentes empresas que componen el mercado.

Para conocer estas necesidades y poder satisfacerlas en el mercado de las microempresas, se deben analizar las 6 P que componen las variables de mercado microempresarial.

- Producto
- Precio
- Plaza - Distribución

- Promoción - Publicidad
- Personas
- Personalizar la venta.

Producto.- es lo que se va a brindar al mercado para satisfacer una necesidad, nuestra empresa ofrecerá el Silicato de Calcio para mejora de los cultivos de banano y arroz. Es parte de la mezcla del marketing de la organización junto al precio, distribución y promoción, contando con personal capacitado.

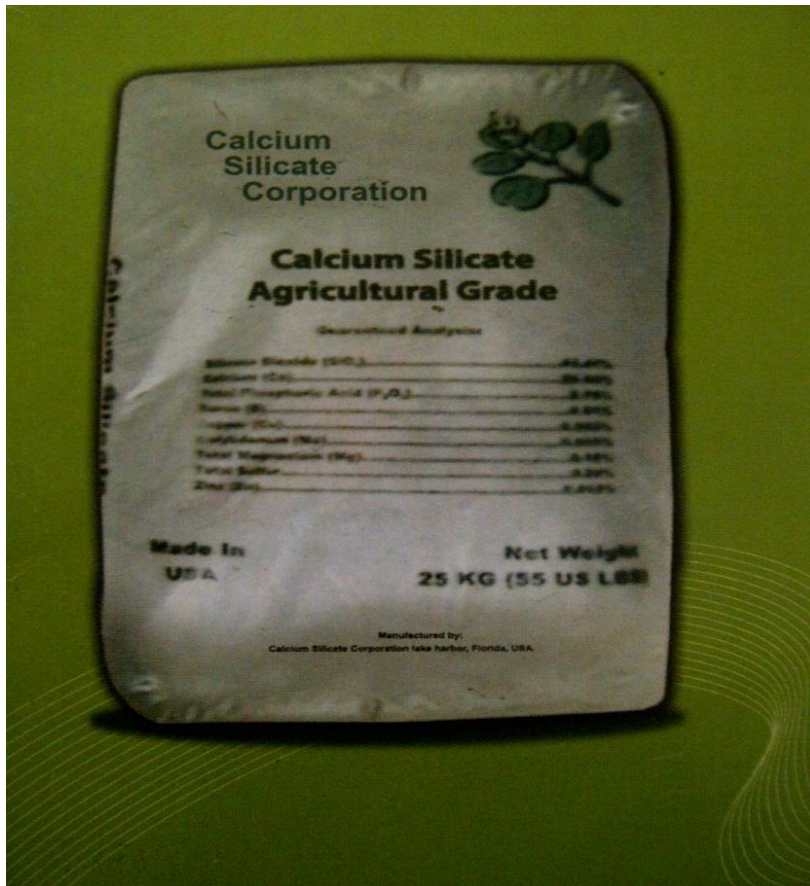


Figura # 8 Silicato de Calcio

Precio: el pago que se le asigna al producto. Los precios que se presentan en la siguiente tabla han sido fijados en base a los precios de la competencia, los mismos que son accesibles a los clientes.

Las formas de pago a aceptar serán:

En efectivo o con cheques cruzados a nombre de la compañía.

Los descuentos se realizarán acorde al número de sacos que adquieran del producto.

Descripción	Medida	P.V.P	% Dscto	P. Distr	Bonificación			% Bon	P. Final	V. Compra	Utilidad
SILICATO DE CALCIO	25 KILOS	26,00	5,00 %	24,70	20	+	1	5,00 %	23,52	17,5	6,02
	25 KILOS	26,00	5,00 %	24,70	60	+	4	6,67 %	23,16	17,5	5,66
	25 KILOS	26,00	5,00 %	24,70	100	+	7	7,00 %	23,08	17,5	5,58

Cuadro # 14 Precios

Elaboración: Los Autores

Plaza – distribución: es el espacio urbano donde se desarrollarán las actividades empresariales con distribución de tipo directa. La empresa funcionará en la ciudad de Milagro y estará ubicada en las calles: Sebastián de Benalcázar entre Juan Pío Montúfar y Av. Velasco Ibarra, se encuentra ubicado en un sector apropiado, dirigido y orientado a los agricultores.

Los clientes que van acceder a nuestro productos son los agricultores, también aquellas empresas dedicadas a las ventas de fertilizantes, considerando las necesidades que estos tienen, dando a conocer las características del producto y obtener las opiniones de ellos es de vital importancia para el desarrollo de la empresa.

Horario de atención: lunes- sábados

Promoción - Publicidad: La empresa siempre tendrá presente el bienestar de sus clientes, brindando las indicaciones necesarias para la efectividad de los cultivos, utilización de medios efectuados, para informar, convencer y recordar a los clientes la utilización del producto, permitiendo el posicionamiento y reconocimiento.

- Descuentos del 5% en adelante acorde al número de sacos que adquieran.
- También se otorgará una bonificación, acorde al volumen de sacos que haya comprado el cliente.

Se utilizará un material publicitario para obtener reconocimiento y posicionamiento en la región 5, como son lo siguiente:

- Publicidad por las principales redes sociales como son : Facebook [Agrototal Milagro Guayas], Twitter [@agrototalml], Hotmail [agrototalmilagro@hotmail.com]
- Página web (www.agrototal.com)
- Entrega de hojas volantes distribuidas en puntos estratégicos.
- Entrega de Tarjetas de presentación.
- Se entregaran obsequios a los participantes de los cursos como son: carpetas y plumas.

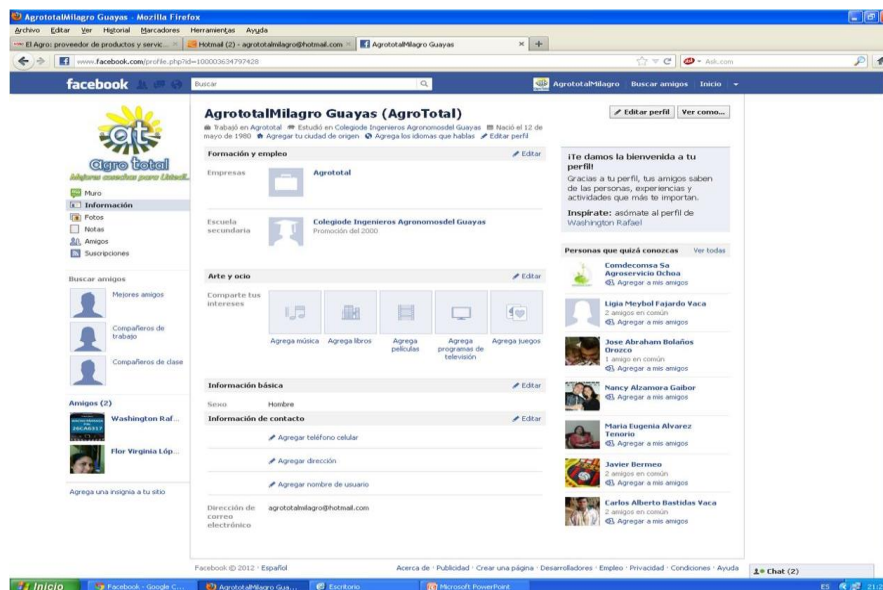


Figura # 9 Página de Facebook



Figura # 10 Página web



Figura # 11 Página Twitter



Agro total

Mejores cosechas para Usted!..

Ing. Agr. Washington Párraga Márquez

Vendedor técnico

**Agricultura
ecologica y
sustentable**

*Dirección: Sebastián de Benalcazar entre Pio Montufar y Velasco Ibarra
Celular: 094 268 774 / 088 947 727
E - mail: ingwparraga@hotmail.com / virginia_lopez@hotmail.com
Milagro - Guayas - Ecuador*

Figura # 12 Tarjeta de presentación



SILICAL

FERTILIZANTE ORGÁNICO

Dióxido de Silicio (SiO ₂)	43,41%	Magnesio Total (Mg)	0,18%
Calcio (Ca)	29,60%	Manganeso (Mn)	0,06%
Acido Fosfórico (P ₂ O ₅)	2,75%	Azufre Total (S)	0,28%
Potasio (K ₂ O)	0,80%	Zinc (Zn)	0,003%
Boro (B)	0,01%	Cobalto (Co)	0,001%
Cobre (Cu)	0,003%	Molibdeno (Mo)	< 0,005%

IMPORTANCIA NUTRICIONAL DEL CALCIO (Ca) EN EL CULTIVO DE BANANO

- La planta de banano consume entre 60 - 80 kg./ha./año de Ca.
- El Ca en época lluviosa ayuda a reducir las pérdidas por fruta explosiva y malformaciones de racimos.
- El Ca ayuda a mantener el movimiento de reguladores de crecimiento (Auxinas).

IMPORTANCIA NUTRICIONAL DEL SILICIO (Si) EN EL CULTIVO DE BANANO

- El banano es una planta consumidora de Si en proporciones mayores (3%) que en N, S, Mg, Ca.
- Absorbido por la raíz el Si disminuye los efectos de cationes tóxicos como el Fe, Al, Mn.
- El Si estimula el crecimiento radical, altura de planta y diámetro del pseudotallo.

EFFECTOS DE LA UTILIZACIÓN DE SILICAL EN EL CULTIVO DE BANANO

- Refuerza la pared celular de las plantas, evitando el efecto de las toxinas de los patógenos.
- Estimula la producción de proteínas generando resistencia a los hongos fitopatógenos
- Incrementa el número de raíces sanas, posibilitando la absorción de nutrientes.
- Mayor número de hojas a floración y a cosecha
- Aumento de número de hijos incrementando el retorno

*Dirección: Sebastián de Benalcazar entre Pio Montufar y Velasco Ibarra
Celular: 094 268 774 / 088 947 727
E - mail: ingwparraga@hotmail.com / virginia_lopez@hotmail.com
Milagro - Guayas - Ecuador*

SILICAL permite la liberación del Fósforo (P) contenido en el Hierro (Fe) y Ca, reduciendo de esta forma el uso de P en la fertilización.

SILICAL Se adhiere a la superficie de los fertilizantes nitrogenados protegiéndolo de las altas temperaturas y humedad reduciendo así las pérdidas por volatilización.

SILICAL se fija a los fertilizantes permitiendo una distribución homogénea al momento de la aplicación ya sea manual (al voleo) o mecanizada.

SILICAL favorece la absorción de N, P, K, Ca, Z, B.

SILICAL reduce la necesidad de plaguicidas utilizados en el control de enfermedades fungosas.

PROPUESTA DE PROGRAMA DE FERTILIZACIÓN CON SILICATO DE CALCIO

Semanas	3	11	19	27	35	43	51
Silicato de Calcio	30 Kg./ha	30 Kg./ha	30 Kg./ha	30 Kg./ha	30 Kg./ha	30 Kg./ha	30 Kg./ha

EFFECTO DE APLICACIONES DE SILICAL SOBRE EL DESARROLLO DE SIGATOKA NEGRA CON INOCULACIÓN DIRIGIDA EN INVERNADERO (CIBE - ESPOL)

HOJA SIN TRATAR CON SILICAL HOJA TRATADA CON SILICAL




Agro total
Mejores cosechas para Usted!..

*Dirección: Sebastián de Benalcazar entre Pio Montufar y Velasco Ibarra
Celular: 094 268 774 / 088 947 727
E - mail: ingwparraga@hotmail.com / virginia_lopez@hotmail.com
Milagro - Guayas - Ecuador*

Figura # 13 Volante

Personas.- entes dispuestos y capacitados de adquirir derechos y contraer obligaciones con la empresa para el logro de objetivos, para ello contamos con una estructura organizacional eficaz.

Personal de Ventas: Es importante contar con sujetos previamente capacitados para dar a conocer el servicio que brinda la empresa, la mejor alternativa en las ventas es el trato con los clientes, no debemos olvidarnos de conocerlos para así aumentarlos y consolidar la fidelización por parte de ellos será la que proyectará después a la empresa.

Una vez analizadas estas variables, se las debe empatar con los 6 adecuados microempresariales, le permitirán tener mayores probabilidades de éxito:

- ✓ Producto adecuado
- ✓ Precio adecuado
- ✓ Lugar adecuado
- ✓ Servicio adecuado
- ✓ Publicidad adecuado
- ✓ Personal de ventas adecuado

La empresa debe establecer cuál será su ventaja competitiva. El empresario, si desea tener éxito en su negocio, necesariamente debe tener una característica que la diferencie y le distinga de su competencia. Si aún no la tiene, debe comenzar a trabajar desde ya por ella e ir difundiéndola poco a poco a través de campaña promocional y publicitaria hasta que el cliente pueda percibir esta ventaja competitiva e inicie el proceso de compras y llegue a la fidelidad como cliente.

En consecuencia, para iniciar el marketing, es fundamental que conozca a sus clientes y determine cuáles son sus características y necesidades. Solo así podrá enfocar su publicidad hacia medios más efectivos que permitan incrementar el número de sus clientes y por lo tanto los niveles de ventas.

Entendida la estrategia como el marco de referencia dentro del cual se toma las decisiones para alcanzar una posición futura, el diseño de ella comprende cuatro componentes:

Alcance: determina hasta donde se llegará con la aplicación de la “estrategia”, por tanto, este componente define el objetivo perseguido por la estrategia.

Recursos: definido el alcance se deben definir los recursos requeridos para la implementación de la “estrategia” y el logro de los objetivos planeados por ella. Este componente describe el tipo, la cantidad y la asignación de los recursos.

Ventaja Competitiva: representa la capacidad de la “estrategia” escogida para crear, producir y generar las tácticas para enfrentar la posición futura, sin alejarse del objetivo perseguido por la “estrategia”

Sinergia: establece el nivel de vinculación entre las componentes anteriormente mencionadas y la capacidad que en conjunto ellas generan para alcanzar los logros que determinaron el establecimiento de la “estrategia”

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Con el propósito de medir y evaluar el desempeño en las pequeñas empresas para el logro de objetivos, es necesario que cuente con una serie de elementos o insumos que conjugados armónicamente contribuyen a su funcionamiento adecuado.

Requerimientos del personal

La propuesta requiere del siguiente personal con experiencia y conocimiento según la estimación realizada:

Denominación del cargo	N.- de Cargo
Administrador	1
Jefe de comercialización	1
Secretaria	1
Técnicos	4

Cuadro # 15 Personal de la distribuidora

De acuerdo a parámetros establecidos para el desarrollo del presente proyecto, es necesario detallar a continuación el **Recurso material y financiero** requerido:

AGROTOTAL ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
2	ESCRITORIOS	150,00	300,00
2	SILLAS EJECUTIVAS	60,00	120,00
4	SILLAS	40,00	160,00
2	ARCHIVADORES METALICOS	75,00	150,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		730,00
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>		
1	CALCULADORAS	50,00	50,00
1	MESA PARA REUNIONES	250,00	250,00
2	MUEBLE PARA COMPUTADORAS	150,00	300,00
2	TELEFONOS	40,00	80,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		2.140,00
	<u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u>		
1	COMPUTADORAS	650,00	650,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCION	300,00	300,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		950,00
	<u>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</u>		
1	MONTACARGAS A GAS	10.000,00	10.000,00
2	TRANSPALETAS	1.000,00	2.000,00
20	PALLETS DE 102 cm X 122 cm	15,00	300,00
1	EXTRACTORES INDUSTRIALES	1.450,00	1.450,00
1	CASILLEROS METALICOS PARA EL PERSONAL	350,00	350,00
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		14.100,00
	<u>VEHICULOS</u>		
1	CAMIONETAS PARA TECNICOS	15.000,00	15.000,00
3	MOTOS	1.200,00	3.600,00
1	CAMION PEQUEÑO	20.000,00	20.000,00
	TOTAL VEHICULOS		38.600,00
	<u>EDIFICIOS</u>		
1	GALPON	40.000,00	40.000,00
	TOTAL EDIFICIO		40.000,00
			82.920,00

Cuadro # 16 Activos Fijos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1
1	ADMINISTRADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	8.400,00
1	SECRETARIA	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	3.504,00
3	TECNICO	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	10.512,00
1	JEFE DE COMERCIALIZACION	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
	APORTE PATRONAL	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	3.452,54
	DECIMO CUARTO				438,00								1.314,00	1.752,00
	DECIMO TERCERO												2.368,00	2.368,00
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	2.655,71	2.655,71	2.655,71	3.093,71	2.655,71	2.655,71	2.655,71	2.655,71	2.655,71	2.655,71	2.655,71	6.337,71	35.988,54

GASTOS DE GENERALES		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1
	AGUA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
	ENERGIA ELECTRICA	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
	TELEFONO	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
	SERVICIOS DE INTERNET	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00
	UTILES DE OFICINA	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00
	GASTO DE MANTENIMIENTO													546,00
	DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	73,00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	313,50
	DEPRECIACION DE VEHICULO	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	7.720,00
	DEPRECIACION DE EDIFICIO	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	2.000,00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	214,00
	DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	1.410,00
	TOTAL GASTOS GENERALES	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	23.196,50

GASTO DE VENTAS		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1
	PUBLICIDAD	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	4.743,25	4.743,25	4.743,25	5.181,25	4.743,25	4.743,25	4.743,25	4.743,25	4.743,25	4.743,25	4.743,25	4.743,25	8.425,25	61.585,04
-----------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------

Cuadro # 17 Detalle de Gastos

INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1
UNIDADES VENDIDAS	2.000,00	26,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	624.000,00
TOTAL DE INGRESOS			52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	624.000,00

Cuadro # 18 Costo de Ventas

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	730,00
EQUIPO DE COMPUTACION	950,00
VEHICULO	38.600,00
EDIFICIO	40.000,00
EQUIPO DE OFICINA	2.140,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	14.100,00
CAJA - BANCO	9.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	105.520,00

Cuadro # 19 Inversión del proyecto

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		105.520,00
Financiado	62%	65.520,00
Aporte Propio	38%	40.000,00
		105.520,00

Cuadro # 20 financiación del proyecto

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	13,00%	0,13
		0,13

Cuadro # 21 Tasa Anual

PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	65.520,00	8.517,60

Cuadro # 22 Préstamo Bancario

FINANCIAMIENTO

TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				65.520,00
1	1.092,00	709,80	1.801,80	64.428,00
2	1.092,00	709,80	1.801,80	63.336,00
3	1.092,00	709,80	1.801,80	62.244,00
4	1.092,00	709,80	1.801,80	61.152,00
5	1.092,00	709,80	1.801,80	60.060,00
6	1.092,00	709,80	1.801,80	58.968,00
7	1.092,00	709,80	1.801,80	57.876,00
8	1.092,00	709,80	1.801,80	56.784,00
9	1.092,00	709,80	1.801,80	55.692,00
10	1.092,00	709,80	1.801,80	54.600,00
11	1.092,00	709,80	1.801,80	53.508,00
12	1.092,00	709,80	1.801,80	52.416,00
	13.104,00	8.517,60	21.621,60	

Cuadro # 23 Tabla de Amortización

	AÑO 1
VENTAS	624.000,00
(-) COSTO DE VENTAS	408.000,00
UTILIDAD BRUTA	216.000,00
COSTOS INDIRECTOS	61.585,04
UTILIDAD OPERACIONAL	154.414,96
(-) GASTOS FINANCIEROS	8.517,60
UTILIDAD ANTES PART. IMP	145.897,36
PARTICIPACION EMPLEADOS	21.884,60
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	124.012,75
IMPUESTO RENTA	31.003,19
UTILIDAD NETA	93.009,56

Cuadro # 24 Estado de Pérdidas y Ganancias

CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1
ACTIVO CORRIENTE		
CAJA -BANCOS	9.000,00	153.523,86
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	9.000,00	153.523,86
ACTIVOS FIJOS		
DEPRECIAC. ACUMULADA		11.730,50
TOTAL DE ACTIVO FIJO	96.520,00	84.789,50
TOTAL DE ACTIVOS	105.520,00	238.313,36
PASIVO		
CORRIENTE		
PRESTAMO	65.520,00	52.416,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	21.884,60
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	31.003,19
TOTAL PASIVO	65.520,00	105.303,79
PATRIMONIO		
APORTE CAPITAL	40.000,00	40.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	93.009,56
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-
TOTAL PATRIMONIO	40.000,00	133.009,56
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	105.520,00	238.313,36

Cuadro # 25 Balance General

AÑO	AÑO 0	1
INGRESOS OPERATIVOS		
VENTAS	-	624.000,00
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		624.000,00
EGRESOS OPERATIVOS		
INVERSION INICIAL	105.520,00	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	35.988,54
GASTO DE VENTAS	-	2.400,00
GASTOS GENERALES	-	10.920,00
GASTO DE MANTENIMIENTO	-	546,00
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-
COSTOS DE VENTA		
INVENTARIOS		408.000,00
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	105.520,00	457.854,54
FLUJO OPERATIVO	-105.520,00	166.145,46
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	
PRESTAMO BANCARIO	65.520,00	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	65.520,00	-
EGRESOS NO OPERATIVOS		
INVERSIONES		
PAGO DE CAPITAL	-	13.104,00
PAGO DE INTERESES	-	8.517,60
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	21.621,60
FLUJO NETO NO OPERATIVO	65.520,00	-21.621,60
FLUJO NETO	-40.000,00	144.523,86
SALDO INICIAL	-	9.000,00
FLUJO ACUMULADO	-	153.523,86

Cuadro # 26 Flujo de Caja

5.7.3 Impacto

Los beneficios principales para el sector agrícola radican en que la empresa se comprometa en dar un producto de calidad y con garantía al alcance de los agricultores, con créditos comerciales que les permitan obtener recursos para la adquisición de insumos. De esta forma, las principales ventajas serían el acceso a adquirir y hacer uso de fertilizante orgánico, reduciendo riesgos en los cultivos, con ideas prometedoras para el desarrollo de nuevas metas; con incrementos económicos satisfactorios y disminución de salinidad en los cultivos.

5.7.4 Cronograma

AC.T	MESES	TIEMPO DE DURACIÓN															
		OCT.				NOV.				DIC.							
		SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
1	BUSCAR EL LUGAR PROPICIO PARA BODEGA																
2	TRAMITAR PERMISOS RESPECTIVOS																
3	REALIZACIÓN DE PUBLICIDAD																
4	COTIZACIÓN DE MERCADERÍA																
5	FINANCIAMIENTO																
6	COMPRA DE MERCADERIA																
7	ADECUACIÓN DE INSTALACIONES																
8	INSTALACIÓN DE EQUIPOS Y MOBILIARIOS																
9	CONTRATACIÓN DE PERSONAL																
10	PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO																

Cuadro # 27 Cronograma de Actividades

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Como se ha mencionado anteriormente, los dueños de empresas deben dedicarse personalmente a actividades de planificación, organización, ejecución y control en lo concerniente con la empresa: ventas, compras, publicidad, exhibición, finanza, manejo de personal, etc.

Los lineamientos básicos obtenidos en una empresa pueden disminuir los riesgos y asegurar rentabilidad para ello es necesario:

- Estudio general de la empresa.
- Análisis de factores externos e internos.
- Establecimiento de un plan de mejoras.
- Cumplimiento a cabalidad con las obligaciones laborales, tanto en tiempo como en cantidades económicas, para evitar problemas futuros.
- Implementación de medidas de seguridad
- Búsqueda idónea de clientes.
- Adopción de medidas pertinentes al recibir el producto.

CONCLUSIONES

El sector agrícola brinda una amplia gama de productos y servicios ambientales, por lo que se ha proyectado la empresa a 5 años con la finalidad de averiguar cómo se va a encontrar.

Hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Que la empresa cuenta con un flujo de efectivo acorde con las operaciones que realiza.
- Las proyecciones presupuestarias demuestran que la creación de la distribuidora ofrece rentabilidad a la inversión.
- Que el uso de fertilizantes químicos o los agroquímicos especiales, tiene ciertos beneficios para el desarrollo de todo tipo de cultivos y cosechas, pero a su vez provoca distintos tipos de inconvenientes si es que su aplicación no es tomada con conciencia.

El uso de fertilizantes orgánicos indica:

- No sólo una mayor fertilidad y estabilidad de los suelos sino también una capacidad de retención de humedad más elevada, que reduce el riesgo de erosión y desertización.
- Los suelos cultivados orgánicamente poseen una actividad biológica superior y una mayor cantidad de masa de microorganismos, que aceleran el reciclado de nutrientes y mejoran la estructura del suelo.

RECOMENDACIONES

Este trabajo ha sido un recorrido, por un conjunto de áreas posibles cuando hablamos de Agricultura. Si bien no nos propusimos profundizar en todos los márgenes del problema, cada uno aporta principios, alertas y en alguna medida criterios prácticos y técnicos para organizar la tarea o supervisarla según el caso.

Si los interesados por su parte consiguen añadir algo significativo a la gestión de empresas agrícolas, o si la organización en su conjunto descubre el placer y eficacia de operar; entonces este trabajo habrá cumplido su cometido y sólo nos resta superarlo.

Para ello debemos:

- Evitar la improvisación y usar adecuadamente la planeación, organización y control para optimizar los saberes y experiencias, generando resultados positivos.
- Incrementar por medio de estrategias las ventas de publicidad del negocio, esto se logrará estimulando al personal encargado de las mismas.
- Capacitar al personal periódicamente para lograr los objetivos establecidos y con la ayuda de la tecnología brindar una mejor calidad en servicio.
- Lograr una imagen de prestigio, trabajando con imparcialidad; ofreciendo precios justos.
- Aprovechar en forma rápida y oportuna los sectores donde se difunda la venta de productos, haciéndolos participar de manera directa.
- Las exigencias de los clientes deben ser acatadas por la empresa.

- Manejar una buena política de relaciones públicas para poder comunicar a los proveedores, socios y clientes de los avances en la empresa, promociones y políticas que serán establecidas, tomando en cuenta los resultados analizados en las investigaciones de mercado.

- Usar abono orgánico en las cosechas ha aumentado mucho la demanda de alimentos frescos y sanos para el consumo humano.

BIBLIOGRAFÍA

- MARIÑO, Wilson: *100 respuestas a los problemas de la pequeña empresa*, Aguilar, Quito, 2010.
- SPULBER, Daniel F. : *Estrategia de gestión*, Bresca Editorial, Barcelona, 2010
- NAVARRO, Peter: *Microeconomía para directivos*, Bresca Editorial, Barcelona, 2010
- BASCAL, Robert: *Como mejorar el rendimiento (técnicas para aumentar la productividad)*, Bresca Editorial, Barcelona, 2010
- CULTURAL S.A. *Diccionario de Contabilidad y Finanzas, Polígono Industrial*, Madrid, 2005.
- PALAO, Jorge y GOMEZ, Vicent: *Diez claves para ser un Empresario de éxito*, Palao Editores SAC, Lima, 2009.
- GRUPO OCEANO, *Enciclopedia práctica de la Pequeña y Mediana Empresa*, MMIII Océano, Barcelona 2006
- D’ALESSIO, Fernando: “*El Proceso Estratégico- Un enfoque de Gerencia*” , Pearson Education, Barcelona, 2008.
- FERRÉ, Jose Maria, RAMON, Robinat, TRIGO Arana: *Enciclopedia Marketing y Venta*, Oceano Centrum, Madrid 2005.
- INTERNET : *Fertilizantes orgánicos: ayudan al desarrollo de cultivos y plantas sin efectos secundarios*, <http://www.jardinyplantas.com/suelos-y-fertilizantes/fertilizantes-organicos.html>

- WALS, Sergio: *Antecedentes de los sistemas de Contabilidad*, <http://html.rincondelvago.com/sistemas-contables.html>.
- Diccionario de las ciencias de la educación, Santillana, Madrid, España, 2000
- HERNANDEZ, Sampieri y HERNANDEZ Baptista: *Metodología de la Investigación*, <http://www.bing.com/search?q=tipos+de+investigaci%C3%B3n&form=QBLH&filt=all> Metodología de la investigación.
- ROBBINS, Stephen P.: *Comportamiento Organizacional 10ma. Edición*, Pearson Education, Barcelona, 2004.
- EL UNIVERSO: *Pequeños y medianos agricultores piden ayuda al Magap para afrontar pérdidas*, <http://www.eluniverso.com/2012/03/05/1/1447/pequenos-medianos-agricultores-piden-ayuda-magap-afrentar-invierno.html>.
- MAGAP: *Ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca*, www.magap.gob.ec/
- JARDINERIA DIGITAL: *Abonos inorgánicos*, <http://www.jardinerialdigital.com/accsesorios/abonos-inorganicos.php>.
- WIKIPEDIA: *Abono Orgánico*, http://es.wikipedia.org/wiki/Abono_org%C3%A1nico.
- UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA SUR: *Proyecto de Inversión*, <http://html.rincondelvago.com/creacion-de-una-empresa-agricola.html>.
- ECUADOR EXPORT.COM: *Empresas agrícolas del Ecuador*, http://www.ecuadorexports.com/esp/empresas_agricolas.htm.
- KALIPEDIA: *Agricultura*, http://ec.kalipedia.com/geografia-ecuador/tema/uso-suelo-agricola-ecuador.html?x=20080801klpgeogec_33.Kes&ap=0.

- CASTRO, Carlos: *Apuntes de Edafología II: Suelos Agrícolas*, <http://elknol.wordpress.com/article/suelos-agricolas-1i29ptfum49sf-7/>
- EXOVA: *Suelo agrícola*, http://www.exova.ca/index.php?option=com_content&view=article&id=1039&lang=es
- MONOGRAFIAS.COM: *El suelo*, <http://www.monografias.com/trabajos6/elsu/elsu.shtml>
- BUENAS TAREAS: *Fundamentación Empresarial*; <http://www.buenastareas.com/ensayos/Fundamentos-Empresarial/262364.html>
- UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS: *Ingeniería Agronómica*; http://web.unillanos.edu.co/new/index.php?option=com_content&view=article&id
- SCIELO: *Silicato de Calcio*, http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S0378-18442008001100012&script=sci_arttext
- ORGANI GREEN: *Sili-Cal*, organigreen_cia.ltda@hotmail.com
- NEDERAGRO: *Empresa Agrícola*, <http://www.nederagro.com/>
- AGRIPAC: *Empresa líder en comercialización de insumos para la agroindustria en Ecuador*, <http://www.agripac.com.ec/nuestraempresa.html>
- AGROFERTIL: *Empresa proveedora de insumos agrícolas*, <http://www.agrofertil.com.py/v2/index.php?location=laempresa>

ANEXOS



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

ENCUESTA

Encuesta dirigida a los agricultores de la Región 5.

OBJETIVO:

. Obtener resultados factibles sobre la necesidad de la implementación de un sistema de distribución de silicato de calcio, por medio de encuesta para contribuir a la mejora en el rendimiento de cultivos de arroz y banano

INSTRUCCIONES

- Por favor, solicitamos dedique parte de su tiempo a responder esta encuesta
- Es importante que lean detenidamente las preguntas y contesten con la mayor sinceridad posible.
- Marque con una x la alternativa adecuada.
- Les agradecemos de antemano su sinceridad y su tiempo.

MUCHAS GRACIAS



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

ENCUESTA

Encuesta dirigida a los agricultores de la Región 5.

OBJETIVO:

Obtener resultados factibles sobre la necesidad de la implementación de un sistema de distribución de silicato de calcio, por medio de encuesta para contribuir a la mejora en el rendimiento de cultivos de arroz y banano

1.- Ha usado usted fertilizantes orgánicos en su cultivo?

SIEMPRE___ MUY A MENUDO___ ALGUNAS VECES___
RARA VEZ___ NUNCA___

2.- ¿Usted ha escuchado sobre los efectos de la salinidad en los suelos agrícolas?

SI___ TAL VEZ _____ NO_____

3.- ¿Sabía usted que los fertilizantes orgánicos reducen los efectos de enfermedades fungosas como la Sigatoka negra (*Mycosphaerella fijiensis*) en banano y la pilicularia (*Pyricularia grisea*) en arroz?

SI___ TAL VEZ _____ NO_____

4.- ¿Tenía conocimiento de que realizando un adecuado análisis de suelo y foliar antes de la implementación del cultivo se optimiza y ahorra el uso de fertilizantes?

SI_____ TAL VEZ _____ NO_____

5.- ¿Usted había escuchado que el uso indiscriminado de fertilizantes influye en la acidez y bloqueos del suelo agrícola?

SI_____ TAL VEZ _____ NO_____

6.- ¿Cuenta usted con los medios de transporte para trasladar sus fertilizantes al campo?

SI_____ MUY A MENUDO_____ ALGUNAS VECES_____

RARA VEZ_____ NO_____

7.- ¿Cómo califica usted el sistema de distribución de sus proveedores?

EXCELENTE_____ BUENO_____ MUY BUENO_____

REGULAR_____ DEFICIENTE_____

8.- ¿Conoce usted los beneficios para sus cultivos al utilizar fertilizantes orgánicos?

SI_____ TAL VEZ _____ NO_____

9.- ¿Había escuchado usted de los beneficios del producto llamado silicato de calcio?

SI_____ TAL VEZ _____ NO_____

10.- ¿Estaría dispuesto a consumir abono de tipo orgánicos al conocer todos los beneficios que este genera a su terreno?

SI_____ TAL VEZ _____ NO_____



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

ENTREVISTA

PREGUNTAS DE ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE PEQUEÑAS EMPRESAS DEDICADOS A LA VENTA DE AGROQUIMICOS EN LA CIUDAD DE MILAGRO.

- Considera usted que el mercado de fertilizantes orgánicos está en constante desarrollo y sus perspectivas de crecimiento están cada vez más prometedoras.
- Qué tan difícil considera usted la incursión de este tipo de negocio en el mercado actual
- Considera usted que el uso de fertilizantes orgánicos incrementa la productividad de los cultivos agrícolas

Anexo 3: Permisos para el correcto funcionamiento


GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE ALFREDO BAQUERIZO MORENO (JUJAN)
 PROVINCIA DEL GUAYAS
 

PATENTE DE COMERCIANTES E INDUSTRIALES
0002267

Jujan, FEBRERO 15 del 2012

Se concede a: PARRAGA MARQUEZ WASHINGTON RAFAEL

Esta Patente para el funcionamiento de su negocio
Distribuidora de agroquímicos y fertilizantes

El mismo que esta ubicado en las calles:
Sebastián de Benalcazar y Velasco Ibarra

Con un Capital 3.000,00

Según declaración hecha por Washington Parraga

Correspondiente al año 2012

TOTAL 15,00

Caduca el 31 de Diciembre del 2012



JEFE DE RENTAS MUNICIPALES **TESORERO MUNICIPAL**

NOTA: El Establecimiento debe exhibir la Patente en lugar visible.
 El incumplimiento de la misma será sancionado con una Multa.

Dirección: Calle 15 de Agosto, 533000, Juján, Domingo Delgado E-mail: muniujan2008@gmail.com


REPÚBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA
AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO
AGROCALIDAD


CONCEDE EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO
AL LOCAL DE EXPENDIO DE PRODUCTOS AGROVETERINARIOS Y CENTROS DE ATENCIÓN VETERINARIA

Distribuidora de agroquímicos y fertilizantes **N° 0000661**

AGROTOTAL

Por el año: 2012

Propietario: PARRAGA MARQUEZ WASHINGTON RAFAEL

Dirección: SEBASTIAN DE BENALCAZAR Y VELASCO IBARRA

Provincia: GUAYAS

Cantón/Parroquia: MILAGRO/ LOS CHIRIJOS

Guayaquil, 05/ ENERO/ 2012


 Coordinador (a) Provincial AGROCALIDAD-Guayas



 República del Ecuador
Ilustre Municipalidad del Cantón Milagro

Departamento Financiero **Sección Rentas**

Partida No.: 6.2.3.01.13 Valor \$ 1.00

Recibi del Sr.: DEYSI MARINA Jimenez Vera

La cantidad de: UN DOLAR

Por concepto de: REGISTRO SANITARIO Y PSICOLÓGICO AÑO 2004, PARA PRESTAR SERVICIOS DE CONSTRUCCION

Milagro, de septiembre del 2004

N° 0471987

 Departamento Financiero	 Jefe de Rentas	 Tesorero Municipal
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------



 República del Ecuador
Ilustre Municipalidad del Cantón Milagro

Departamento Financiero **Sección Rentas**

Partida No.: 6.2.1.02.07 Valor \$ 1.80

Recibi del Sr.: DEYSI MARINA Jimenez Vera


La cantidad de: UN DOLAR OCHENTA CENTAVOS

Por concepto de: CAPITAL EN GIRO No. 3297 PARA PRESTAR SERVICIOS DE CONSTRUCCION DE PUENTES, ETC.

Milagro, de septiembre del 2004

N° 0471986

 Departamento Financiero	 Jefe de Rentas	 Tesorero Municipal
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------


MUNICIPIO DE MILAGRO

PATENTE

De Comerciantes, Industriales y otras Actividades que se ejerzan en el Cantón

De conformidad con el Capítulo VIII de la Ley de Regimen Municipal vigente y en uso de las atribuciones que concede la ordenanza Municipal para la aplicación y el cobro del Impuesto de Patentes, se confiere en esta fecha, la presente Patente para que pueda funcionar el establecimiento comercial.

Destinado a _____

Propiedad de _____ Cédula No.: _____

Situado en la calle _____

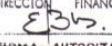
Queda obligado el propietario de este negocio a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes, bajo apercibimiento de ser sancionado, hasta con la usura.

Esta Patente caduca el 31 de Diciembre del 2004

Registro No.: _____


N° 0005612

VALOR US\$ 2.00

I. MUNICIPALIDAD MILAGRO
 DIRECCION FINANCIERA

 FIRMA AUTORIZADA
 Director Financiero

VALOR DE ESPECIE US\$ 2.00

Nº 0005625

 MUNICIPIO DE MILAGRO	Declaración Individual del Impuesto del 1.5 por mil sobre el capital en giro, de acuerdo a disposiciones legales del decreto 153 del R. O. No. 662 de Enero 16/84. Año 2004	SELLO DEL R.U.C.
	Registro Económico al que Corresponde la Declaración Desde: _____ Hasta el 31 de Diciembre del 200__	

01 **IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE**

01 Apellido Paterno	02 Apellido Materno	03 Nombres	04 Cédula Identidad	
05 Lugar de Nacimiento	06 Fecha de Nacimiento	07 Nacionalidad	08 Sexo M () F ()	09 estado Civil
10 Domicilio Ciudad	11 Calle	12 No.	13 Provincia	14 Cantón
15 Teléfono	16 Casilla	17 Actividades Económicas	18 Título Profesional	

01 **IMPUESTOS A LOS CAPITALES**

Capital	Valor	Impuesto Básico	Recargo	Total
Propio	01 \$	02 \$	03	04
Ajeno	05	06	07 - 5 ABR 2004	08
Otros	09	10	11	12
Total	13	14	15	16

Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o Falsedad declaro que todas las informaciones contenidas En este formulario son veridicas, correctas y completas.

Firma del Declarante	Dirección Financiera	Lugar y Fecha de Presentación
	MUNICIPALIDAD MILAGRO DIRECCION FINANCIERA FIRMA AUTORIZADA	Milagro, _____

TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO

Nº 0005612

MUNICIPIO DE MILAGRO

Milagro, _____ del 200__

La Dirección del DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE en uso de las atribuciones que le concede la Ley de Régimen Municipal vigente (Art. 164 y 398) extiende permiso ANUAL para que pueda funcionar el establecimiento destinado a _____

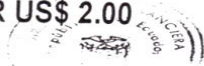
Clasificado como de _____ Categoría

De Propiedad _____ situado en _____

Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes bajo percibimiento de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario.

Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 200__

VALOR US\$ 2.00



MUNICIPALIDAD MILAGRO
DIRECCION FINANCIERA
FIRMA AUTORIZADA
Director Financiero Municipal

PERMISO DE DIRECCIÓN DE HIGIENE MUNICIPAL



CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO

RUC. 0968513910001

DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS

CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO

TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

No. :	TASA :	\$ 10.00
FECHA :	TITULO :	\$ 0.00
AÑO :	RECARGO :	\$ 0.00
RUC :	TOTAL :	\$ 10.00
NOMBRES :		
DIRECCION :		
ACTIVIDAD :		
	CATEGORIA:	PRIMERA

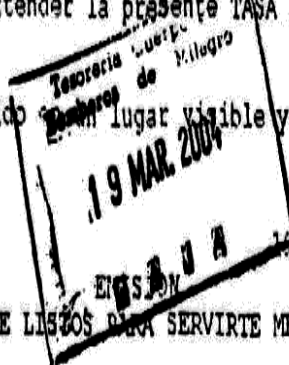
Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentado cuando fuera requerido.

Abnegación y Disciplina

JEFE DE PREVENCIÓN

SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR



19/03/2004 02:10:37 PM



PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MSP



MINISTERIO DE SALUD PUBLICA
DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS
DPTO. EMISION DE PERMISOS



Guayaquil, a 30 de Marzo

de 2004

PERMISO : 6591

La Dirección Provincial de Salud del Guayas de conformidad con el decreto ejecutivo No 811 Oficial N. 173 del 20 de Abril/99 y reformado decreto #814 RO#178 del 5 Oct/2000, concede

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

POR EL AÑO 2004

Nombre o Razón Social :

Tipo :

Propietario :

Dirección :

Parroquia :

Localidad :

No. Cedula:

Tasa :

Area # :

Código... :

Categoría:

Cantón :

R.U.C. :

Cód.Int. :

Comprob. N.º 6591

Dolares \$

Dr. Jaime Romero Tausig
Director Provincial de Salud del Guayas

DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS

Nota...: Este Permiso debera ser colocado en un lugar visible para procesos de control



CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

Fundada el 10 de Septiembre de 1952
García Moreno y Chile (esquina) Telefax: 2-970181
R. U. C. 0992161809001
MILAGRO - ECUADOR

Recibo Oficial de Caja

Nº 0235

Fecha: _____

Recibí de: _____

CONCEPTO			VALOR
CUOTAS ORDINARIAS			
CUOTAS EXTRAORDINARIAS			
CHEQUE NO.	BANCO	CTA. CTE.	VALOR
TOTAL \$.			

NOTA: Este recibo firmado por el Agente autorizado, es el único documento que acredita la cancelación de cuotas.



CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

JOHNSON E. MUYO ALMEIDA

(F) Recaudador

(F) Afiliado

AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO

AFILIACIÓN AL IESS

**INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL
CAPYMESSA.**

Junio 8 del 2011 01:08
ZUÑIGA IBARRA CLAUDIO ENCARNACION

EMPLEADORES

[ACTUALIZAR](#)

Servicio de novedades

Consulta e impresión de planillas

Consulta e impresión de comprobantes de Pago

Servicio de Mor Patronal

Otros servicios

Consultas

Salir

Ayuda

ACCESOS DIRECTOS

- [Aviso de Salida](#)
- [Aviso de Nuevo Sueldo](#)
- [Procesos Batch, Novedades por Procesos Batch y Formatos](#)
- [Registro de RUCs Corporativas](#)
- [Afiliación Débitos Bancarios](#)
- [Consulta e impresión de Comprobantes de Pago](#)
- [Afiliados extranjeros activos con más de 24 meses de afiliación](#)
- [Módulo de Solicitudes de Acumulación de FR](#)

Distribución de Clave

A partir de la presente fecha el IESS ha modificado el proceso de aprobación de solicitudes de clave, por favor califique e imprima las solicitudes de claves de sus colaboradores/as ingresando por el Nuevo Sistema de Empleadores.

SI EMPLEADOR NO REPORTE DÍAS NO LABORADOS CUANDO TENGA UN TRABAJADOR CON REPOSO MÉDICO, ÚNICAMENTE RECOMIENDE A SU TRABAJADOR FIRMAR A LA UNIDAD MÉDICA EL

PLANILLAS PENDIENTES

Can.	Fecha de ven.	Tipo	Periodo	Reg.	Valor	Est.	Val. Ad. Tie. Par.
1	2011-06-15	A	2011-5		4 242.00	06N	
1	2011-06-15	P	2011-5		2 64.20	06N	

ROL DEL PERIODO 2011-06

Relación de trabajo

No. Emp.	Nº Apo.	% Ad.	Valor sueldo	Valor extras	UC	FP
06 06-código del trabajo - 01						
4	20.50		1,100.00		X	P

Nota: El valor de la planilla será igual al valor del rol solo si todos los empleados laboran el mes completo.


Si desea consultar el detalle del rol acceder por la sección de consultas a la opción [rol de empleados](#)

PLANILLA DEL PERIODO 2011-06

Planillas de aportes (normales)

Periodo:	2011-5
Total de registros:	4
Sueldo total:	1,100.00
Aportes	
Valor aportes normal:	201.64
Valor aportes adicional:	0.00
Valor aportes cesantía ad.:	0.00
Valor aportes recap:	5.64
Valor aportes lece:	5.64

Anexo 5: Solicitud de Crédito



SOLICITUD DE CRÉDITO

FOR CRE 01 VER 30 01 12

FECHA DE EMISIÓN: _____

CRÉDITO SOLICITADO: _____

MONTO SOLICITADO: _____

VENDEDOR: _____

INFORMACIÓN PERSONAL SOLICITANTE

NOMBRE RAZÓN SOCIAL: _____ C.I./RUC: _____

DIRECCIÓN NEGOCIO: _____ CIUDAD: _____ TELÉFONO: _____

DIRECCIÓN DOMICILIO: _____ CIUDAD: _____ TELÉFONO: _____

ESTADO CIVIL: _____ NOMBRE DEL CONYUGUE: _____ C.I./RUC: _____

INGRESOS MENSUALES GASTOS

ORIGEN DE INGRESO: _____

TIPO DE CLIENTE: DISTRIBUIDORES FABRICA CORPORATIVO
 FOMENTADORES CLIENTE DIRECTO

INFORMACIÓN BANCARIA (Cuentas y Tarjetas de Crédito)

BANCO	AGENCIA	TELÉFONO	No. DE CUENTA	TIPO DE CTA.

INFORMACIÓN COMERCIAL

EMPRESA	CIUDAD	TELÉFONO	FECHA DE CRÉDITO	VALOR DE CRÉDITO	DURACIÓN DE CRÉDITO



DESCRIPCIÓN PROPIEDADES

BIENES PROPIEDADES VEHICULOS - OTROS

DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN	VALOR	HIPOTECA	
			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

REFERENCIAS PERSONALES

NOMBRE	PARENTESCO	CIUDAD	TELÉFONO

AUTORIZO (AMOS) A NEDERAGRO S.A. Para que:

- 1.- Efectúe el análisis y verificación de los datos personales proporcionados a efectos de realizar un proceso de precalificación crediticia
- 2.- Obtenga de cualquier fuente de información, pública o privada, nacional o internacional, mis (nuestras) referencias e información personal (es) sobre mi (nuestro) comportamiento crediticio, manejo de mi (s) cuenta (s) tarjeta (s) de crédito etc., y en general sobre cumplimiento de mis (nuestras) obligaciones y demás activos, pasivos y datos personales.
- 3.- Pueda utilizar, transferir o entregar dicha información a autoridades competentes, organismos de control, Buros de información crediticia y otras instituciones o personas jurídicas legal o reglamentariamente facultadas, así como para que pueda hacer público mi (nuestro) comportamiento crediticio.
- 4.- Realice el análisis que considere pertinente e informar documentadamente a las autoridades competentes en caso de investigación y/o determinación de transacciones inusuales o sospechosas.
- 5.- En caso de mora en el pago por parte del solicitante, Nederagro S.A., se reserva el derecho de liquidar los intereses legales por dicha mora después de días a partir de la presentación de la factura. Así mismo se procederá al cobro de gastos por gestión de cobranzas extrajudiciales.

FIRMA DEUDOR / GARANTE
C.I.:

FIRMA DEL CONYUGUE
C.I.:

DOCUMENTOS QUE SE DEBEN ADJUNTAR:

PERSONA NATURAL:

- COPIA DE CÉDULA A COLORES (SOLICITANTE Y CONYUGUE)
- AUTORIZACIÓN PARA PEDIR INFORMACIÓN DE CUENTAS
- PERMISO DE FUNCIONAMIENTO
- COPIA DE PLANILLA DE AGUA Ó LUZ DEL DOMICILIO

PERSONA JURÍDICA:

- COPIA DEL RUC
- COPIA DE NOMBRAMIENTO DEL REPRESENTANTE LEGAL
- COPIA A COLOR DE CEDULA DEL REPRESENTANTE LEGAL
- AUTORIZACIÓN PARA PEDIR INFORMACIÓN DE CUENTAS
- COPIA DE CONTRATO LABORAL DE UN ING. AGRÓNOMO

USO EXCLUSIVO PARA VERIFICACION DE REFERENCIAS

NUEVA

ACTUALIZACIÓN

FECHA DE INGRESO DE SOLICITUD:

EMPRESA:		
APERTURA CRÉDITO:		
CUPO:		
DÍAS DE CRÉDITO:		
FORMA DE PAGO:		
PROTESTOS:		
<input type="checkbox"/> MENSUAL DE COMPRAS:		
OBSERVACIONES:		

CUPO APROBADO: _____
FORMA DE PAGO: _____
TIEMPO DE CREDITO: _____

FIRMA: _____ FECHA: _____

INFORMADO AL VENDEDOR: _____

FIRMA: _____ FECHA: _____

Anexo 6: Fotos







Anexo 7: Estados Financieros

AGROTOTAL ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
2	ESCRITORIOS	150,00	300,00
2	SILLAS EJECUTIVAS	60,00	120,00
4	SILLAS	40,00	160,00
2	ARCHIVADORES METALICOS	75,00	150,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		730,00
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>		
1	CALCULADORAS	50,00	50,00
1	MESA PARA REUNIONES	250,00	250,00
2	MUEBLE PARA COMPUTADORAS	150,00	300,00
2	TELEFONOS	40,00	80,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		2.140,00
	<u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u>		
1	COMPUTADORAS	650,00	650,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCION	300,00	300,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		950,00
	<u>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</u>		
1	MONTACARGAS A GAS	10.000,00	10.000,00
2	TRANSPALETAS	1.000,00	2.000,00
20	PALLETS DE 102 cm X 122 cm	15,00	300,00
1	EXTRACTORES INDUSTRIALES	1.450,00	1.450,00
1	CASILLEROS METALICOS PARA EL PERSONAL	350,00	350,00
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		14.100,00
	<u>VEHICULOS</u>		
1	CAMIONETAS PARA TECNICOS	15.000,00	15.000,00
3	MOTOS	1.200,00	3.600,00
1	CAMION PEQUEÑO	20.000,00	20.000,00
	TOTAL VEHICULOS		38.600,00
	<u>EDIFICIOS</u>		
1	GALPON	40.000,00	40.000,00
	TOTAL EDIFICIO		40.000,00
			82.920,00

MUEBLES Y ENSERES	730,00	10%	6,08	73,00
EQUIPO DE COMPUTACION	950,00	33%	26,13	313,50
VEHICULO	38.600,00	20%	643,33	7.720,00
EDIFICIO	40.000,00	5%	166,67	2.000,00
EQUIPO DE OFICINA	2.140,00	10%	17,83	214,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	14.100,00	10%	117,50	1.410,00

96.520,00

977,54

11.730,50

VARIACION INGRESOS 5%
 VARIACION GASTOS 5%

TIR DEL NEGOCIO 46%
 TIR DEL INVERSIONISTA 116%

**AGROTOTAL
DETALLE DE GASTOS**

GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
1 ADMINISTRADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	8.400,00	8.820,00	9.261,00	9.724,05	10.210,25	
1 SECRETARIA	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	3.504,00	3.679,20	3.863,16	4.056,32	4.259,13	
3 TECNICO	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00	10.512,00	11.037,60	11.589,48	12.168,95	12.777,40	
1 JEFE DE COMERCIALIZACION	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04	
APORTE PATRONAL	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	287,71	3.452,54	3.625,17	3.806,43	3.996,75	4.196,59	
DECIMO CUARTO				438,00									1.314,00	1.752,00	1.839,60	1.931,58	2.028,16	2.129,57
DECIMO TERCERO													2.368,00	2.368,00	2.486,40	2.610,72	2.741,26	2.878,32
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	2.655,71	2.655,71	2.655,71	3.093,71	2.655,71	2.655,71	2.655,71	2.655,71	2.655,71	2.655,71	2.655,71	6.337,71	35.988,54	37.787,97	39.677,37	41.661,24	43.744,30	

GASTOS DE GENERALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
ENERGIA ELECTRICA	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
TELEFONO	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
SERVICIOS DE INTERNET	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
UTILES DE OFICINA	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
GASTO DE MANTENIMIENTO													546,00	573,30	601,97	632,06	663,67
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	26,13	313,50	313,50	313,50	-	-
DEPRECIACION DE VEHICULO	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	643,33	7.720,00	7.720,00	7.720,00	7.720,00	7.720,00
DEPRECIACION DE EDIFICIO	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	17,83	214,00	214,00	214,00	214,00	214,00
DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	117,50	1.410,00	1.410,00	1.410,00	1.410,00	1.410,00
TOTAL GASTOS GENERALES	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	1.887,54	23.196,50	23.769,80	24.371,77	24.690,33	25.353,99

GASTO DE VENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	4.743,25	4.743,25	4.743,25	5.181,25	4.743,25	4.743,25	4.743,25	4.743,25	4.743,25	4.743,25	4.743,25	8.425,25	61.585,04	63.957,77	66.449,13	68.751,57	71.498,29
-----------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	3.765,71	3.765,71	3.765,71	4.203,71	3.765,71	3.765,71	3.765,71	3.765,71	3.765,71	3.765,71	3.765,71	3.765,71	7.447,71	49.854,54	52.227,27	54.718,63	57.334,57	60.081,29
GASTOS GENERALES	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	10.920,00	11.466,00	12.039,30	12.641,27	13.273,33
DEPRECIACION	977,54	977,54	977,54	977,54	977,54	977,54	977,54	977,54	977,54	977,54	977,54	977,54	977,54	11.730,50	11.730,50	11.730,50	11.417,00	11.417,00
														11.730,50	23.461,00	35.191,50	46.608,50	58.025,50

COSTO DE VENTAS

CANT.	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMB	OCTUBRE	NOVIEMB	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
2000	INVENTARIOS	17,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	408000,00	428.400,00	449.820,00	472.311,00	495.926,55
TOTAL			34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	34000,00	408000,00	428400,00	449820,00	472311,00	495926,55

AGROTOTAL

PRESUPUESTO DE INGRESOS

INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMB	OCTUBRE	NOVIEMB	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES VENDIDAS	2.000,00	26,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	624.000,00	655.200,00	687.960,00	722.358,00	758.475,90
TOTAL DE INGRESOS			52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	624.000,00	655.200,00	687.960,00	722.358,00	758.475,90

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	730,00
EQUIPO DE COMPUTACION	950,00
VEHICULO	38.600,00
EDIFICIO	40.000,00
EQUIPO DE OFICINA	2.140,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	14.100,00
CAJA - BANCO	9.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	105.520,00

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		105.520,00
Financiado	62%	65.520,00
Aporte Propio	38%	40.000,00
		105.520,00

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	13,00%	0,13 0,13

PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	65.520,00	8.517,60

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				65.520,00
1	13.104,00	8.517,60	21.621,60	52.416,00
2	13.104,00	6.814,08	19.918,08	39.312,00
3	13.104,00	5.110,56	18.214,56	26.208,00
4	13.104,00	3.407,04	16.511,04	13.104,00
5	13.104,00	1.703,52	14.807,52	-
	65.520,00	25.552,80	91.072,80	

FINANCIAMIENTO

TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				65.520,00
1	1.092,00	709,80	1.801,80	64.428,00
2	1.092,00	709,80	1.801,80	63.336,00
3	1.092,00	709,80	1.801,80	62.244,00
4	1.092,00	709,80	1.801,80	61.152,00
5	1.092,00	709,80	1.801,80	60.060,00
6	1.092,00	709,80	1.801,80	58.968,00
7	1.092,00	709,80	1.801,80	57.876,00
8	1.092,00	709,80	1.801,80	56.784,00
9	1.092,00	709,80	1.801,80	55.692,00
10	1.092,00	709,80	1.801,80	54.600,00
11	1.092,00	709,80	1.801,80	53.508,00
12	1.092,00	709,80	1.801,80	52.416,00
	13.104,00	8.517,60	21.621,60	

AGROTOTAL

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	624.000,00	655.200,00	687.960,00	722.358,00	758.475,90	3.447.993,90
(-) COSTO DE VENTAS	408.000,00	428.400,00	449.820,00	472.311,00	495.926,55	2.254.457,55
UTILIDAD BRUTA	216.000,00	226.800,00	238.140,00	250.047,00	262.549,35	1.193.536,35
COSTOS INDIRECTOS	61.585,04	63.957,77	66.449,13	68.751,57	71.498,29	332.241,81
UTILIDAD OPERACIONAL	154.414,96	162.842,23	171.690,87	181.295,43	191.051,06	861.294,54
(-) GASTOS FINANCIEROS	8.517,60	6.814,08	5.110,56	3.407,04	1.703,52	25.552,80
UTILIDAD ANTES PART. IMP	145.897,36	156.028,15	166.580,31	177.888,39	189.347,54	835.741,74
PARTICIPACION EMPLEADOS	21.884,60	23.404,22	24.987,05	26.683,26	28.402,13	125.361,26
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	124.012,75	132.623,93	141.593,26	151.205,13	160.945,40	710.380,48
IMPUESTO RENTA	31.003,19	33.155,98	35.398,31	37.801,28	40.236,35	302.956,38
UTILIDAD NETA	93.009,56	99.467,94	106.194,94	113.403,85	120.709,05	532.785,36

AGROTOTAL BALANCE GENERAL

Cuentas	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	9.000,00	153.523,86	255.290,71	363.937,31	479.753,35	602.929,34
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	9.000,00	153.523,86	255.290,71	363.937,31	479.753,35	602.929,34
ACTIVOS FIJOS	96.520,00	96.520,00	96.520,00	96.520,00	96.520,00	96.520,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		11.730,50	23.461,00	35.191,50	46.608,50	58.025,50
TOTAL DE ACTIVO FIJO	96.520,00	84.789,50	73.059,00	61.328,50	49.911,50	38.494,50
TOTAL DE ACTIVOS	105.520,00	238.313,36	328.349,71	425.265,81	529.664,85	641.423,84
PASIVO						
CORRIENTE						
PRESTAMO	65.520,00	52.416,00	39.312,00	26.208,00	13.104,00	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	21.884,60	23.404,22	24.987,05	26.683,26	28.402,13
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	31.003,19	33.155,98	35.398,31	37.801,28	40.236,35
TOTAL PASIVO	65.520,00	105.303,79	95.872,20	86.593,36	77.588,54	68.638,48
PATRIMONIO						
APOORTE CAPITAL	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	93.009,56	99.467,94	106.194,94	113.403,85	120.709,05
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	93.009,56	192.477,51	298.672,45	412.076,30
TOTAL PATRIMONIO	40.000,00	133.009,56	232.477,51	338.672,45	452.076,30	572.785,36
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	105.520,00	238.313,36	328.349,71	425.265,81	529.664,85	641.423,84

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-105.520,00	166.145,46	121.684,94	126.861,16	132.327,07	137.983,51

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	11,00%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	685.002,14
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	105.520,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	129,83%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		510.257,04
VAN	POSITIVO	404.737,04
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,26
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	26,07
TASA INTERNA DE RETORNO		139,61%

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	624000,00
COSTO DIRECTO	408.000,00
COSTO INDIRECTO	61585,04
FLUJO NETO	144523,86
PAGO DE DIVIDENDOS	13104,00
GASTOS FINANCIEROS	8517,60
GASTOS PERSONAL	35988,54
ACTIVOS FIJOS NETOS	84.789,50

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	177912,35
EN PORCENTAJE	28,51%

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	108646,60
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	12,03
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	7,13
INDICE DE EMPLEO		0,42

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	153.523,86
ACTIVOS TOTALES	238.313,36
UTILIDAD NETA	93.009,56

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,3558	35,58%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,3903	39,03%

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	685.002,14
GASTOS FINANCIEROS	25.552,80
INVERSION INICIAL	105.520,00
UTILIDAD NETA	532.785,36
VALOR DEL CREDITO	65.520,00
VENTAS	3.447.993,90
COSTO DE VENTA	2.586.699,36
TOTAL DEL ACTIVO	38.494,50

AGROTOTAL

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

AÑO	AÑO 0	1	2	3	4	5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	624.000,00	655.200,00	687.960,00	722.358,00	758.475,90	3.447.993,90
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		624.000,00	655.200,00	687.960,00	722.358,00	758.475,90	3.447.993,90
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	105.520,00	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	35.988,54	37.787,97	39.677,37	41.661,24	43.744,30	198.859,42
GASTO DE VENTAS	-	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	12.000,00
GASTOS GENERALES	-	10.920,00	11.466,00	12.039,30	12.641,27	13.273,33	60.339,89
GASTO DE MANTENIMIENTO	-	546,00	573,30	601,97	632,06	663,67	3.016,99
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	21.884,60	23.404,22	24.987,05	26.683,26	28.402,13
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	31.003,19	33.155,98	35.398,31	37.801,28	40.236,35
COSTOS DE VENTA							
INVENTARIOS		408.000,00	428.400,00	449.820,00	472.311,00	495.926,55	2.254.457,55
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	105.520,00	457.854,54	533.515,06	561.098,84	590.030,93	620.492,39	2.597.312,34
FLUJO OPERATIVO	-105.520,00	166.145,46	121.684,94	126.861,16	132.327,07	137.983,51	685.002,14
INGRESOS NO OPERATIVOS	-		-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	65.520,00	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	65.520,00	-		-			
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	13.104,00	13.104,00	13.104,00	13.104,00	13.104,00	65.520,00
PAGO DE INTERESES	-	8.517,60	6.814,08	5.110,56	3.407,04	1.703,52	25.552,80
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	21.621,60	19.918,08	18.214,56	16.511,04	14.807,52	91.072,80
FLUJO NETO NO OPERATIVO	65.520,00	-21.621,60	-19.918,08	-18.214,56	-16.511,04	-14.807,52	-91.072,80
FLUJO NETO	-40.000,00	144.523,86	101.766,86	108.646,60	115.816,03	123.175,99	593.929,34
SALDO INICIAL	-	9.000,00	153.523,86	255.290,71	363.937,31	479.753,35	
FLUJO ACUMULADO	-	153.523,86	255.290,71	363.937,31	479.753,35	602.929,34	