



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO  
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO COMERCIAL, MENCIÓN RECURSOS HUMANOS**

**INGENIERIA COMERCIAL**

**TÍTULO:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE ABONOS ORGÁNICOS QUE  
CONTRIBUYAN A LA RECUPERACIÓN DE LOS SUELOS, REDUCCIÓN EN  
LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y MEJORE LA CALIDAD ALIMENTICIA  
DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MILAGRO.**

**AUTORES:**

**JESSICA CRISTINA PEREZ SAMPEDRO  
JORGE LUIS GONZALEZ ALARCON**

**MILAGRO, SEPTIEMBRE 2011  
ECUADOR**

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**COMERCIALES**

**CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor del Proyecto de investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal de Milagro.

**CERTIFICO**

Que he analizado el proyecto de grado presentado por los **Egresados: Jéssica Cristina Pérez Sampedro y Jorge Luis González Alarcón**, para optar al título de:

**INGENIERIA COMERCIAL**

El proyecto de grado tiene como tema “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE ABONOS ORGÁNICOS QUE CONTRIBUYAN A LA RECUPERACIÓN DE LOS SUELOS, REDUCCIÓN EN LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y MEJORE LA CALIDAD ALIMENTICIA DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MILAGRO” y el problema se refiere a que en el Cantón Milagro a pesar de ser una zona altamente agrícola, no existe una empresa que se dedique a la comercialización de abonos orgánicos.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema presentado por los egresados.

Eco. Evelin Arteaga Arcentales.

TUTORA

## **DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN**

Los autores de esta investigación declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de ciencias Administrativas 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.

JESSICA PEREZ SAMPEDRO

C.I. 092522309-1

JORGE GONZALEZ ALARCON

C.I. 091846057-7

## CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingenieros Comerciales mención Finanzas, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	( )
DEFENSA ORAL	( )
TOTAL	( )
EQUIVALENTE	( )

---

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

---

PROFESOR DELEGADO

---

PROFESOR SECRETARIO

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a mis amados Padres **SR. LENIN PEREZ RIOS Y SRA. EDID SAMPEDRO SOLIS** por apoyarme en cada uno de mis propósitos sin esperar nada a cambio, por haberme dado la oportunidad de estudiar y de ser quien soy.

A mi hijo, mi **XAVY EMANUEL**, por acompañarme en todo este proceso, desde que estabas en mi vientre sentía tu apoyo mi niño hermoso y te convertiste en mi inspiración, gracias por la paciencia que tu y mi querido esposo **ING. JAVIER LEON** me han tenido, serán recompensados por el tiempo que los tuve abandonados mis amores.

A mis hermanas, **TATI Y KATHE** mis abuelitos **AUREA, OLIVO y MERCEDES**, mis sobrinos **CARLITOS Y SCARLETH**, mis tíos y tías.

A mis profesores y compañeros por hacer de cada clase un momento especial, por tantas anécdotas compartidas, por cada alegría y sufrimiento.

En fin a cada una de esas personitas que forman parte de mi vida y que siempre confiaron en mí.

**Jéssica Pérez Sampedro**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto lo dedico a mi madre **LUISA ALARCÓN VALLS**, quien ha sido un pilar muy importante con toda su ayuda y consejos, también a mi esposa **JESSENIA TERAN** y mis dos hijas **NOELIA Y ROMINA** quienes han sido una verdadera inspiración para culminar mi carrera universitaria brindándome todo sus apoyos en cada momento en que las necesite.

Y también a la memoria de mis dos grandes abuelos; **ORFILIO GIL MACIAS y CLEMENCIA VALLS BURGOS** ya que sin ellos no hubiera sido posible terminar mi carrera porque con sus apoyos, consejos y dedicación fueron los que me inspiraron estudiar y con todo su apoyo incondicional brindado he alcanzado una de mis metas en la que siento una enorme satisfacción.

A todos los mencionados le puedo decir lo logramos porque cada uno contribuyo en este objetivo gracias mi querida familia.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente agradezco a DIOS por permitirme llegar a uno más de mis logros que no será el último, a mi madre, esposa e hijas, hermanas y a la familia Monge Gil, Coloma Cepeda.

A quienes prive de mi apoyo, guía y presencia; cuyo tiempo sacrifique con el fin de conseguir mi objetivo anhelado venciendo los obstáculos que se presentaron siendo para ellos un ejemplo que cuando se quiere tener algo hay que luchar hasta conseguirlo, y a todos los docentes que he tenido en toda mi vida estudiantil que de a poco me fueron formando en el hombre de bien que soy ahora con todos sus conocimientos sabios y científicos impartidos en cada clase, desde mi primaria hasta la actualidad.

A mi directora de tesis EC. EVELIN ARTEAGA a quien le debo mi gratitud por todo su aporte y apoyo en mi tesis, a mi compañera y amiga de tesis JESSICA PEREZ SAMPEDRO.

A todos los mencionados le puedo decir lo logramos porque cada uno contribuyo en este éxito gracias mi querida familia.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por la vida y capacidad de razonar, a mis padres por ser esa guía tan precisa y necesaria, por no dejarme renunciar a mis sueños, por tanto esfuerzo y tanto sacrificio, por brindarme el amor más puro que existe.

A la Virgen María por mantener mi embarazo saludable a pesar de los inconvenientes.

A mi esposo por toda la ayuda que me supo brindar.

A mi hijo porque a pesar de ser muy pequeño me ha sabido comprender y acompañar en cada momento.

A mi tutora por la paciencia y generosidad y a mi compañero de tesis Jorge González por las anécdotas compartidas.

A mi Jefe por los permisos para continuar con mi proyecto y a la Sra. Isaura Martínez por cuidar de mi niño cuando llora en el trabajo.

A todas las personas que desde cerca o lejos me apoyan y motivan a seguir luchando.

Gracias a todos.

**Jéssica Pérez Sampedro**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Doctor

ROMULO MINCHALA MURILLO

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente

Mediante el presenta documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la cesión de derecho del autor del trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de tercer nivel, cuyo tema fue **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE ABONOS ORGÁNICOS QUE CONTRIBUYAN A LA RECUPERACIÓN DE LOS SUELOS, REDUCCIÓN EN LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y MEJORE LA CALIDAD ALIMENTICIA DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MILAGRO”** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativa y Comerciales.

**JESSICA PEREZ SAMPEDRO**

**C.I. 092522309-1**

**JORGE GONZALEZ ALARCON**

**C.I. 091846057-7**

## INDICE

<b>CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>iii</b>
<b>CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA .....</b>	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....</b>	<b>ix</b>
<b>INDICE .....</b>	<b>x</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I</b>	
<b>EL PROBLEMA.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>3</b>
1.1.1 Problematización.....	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	6
1.1.3 Formulación del problema .....	6
1.1.4 Sistematización del problema .....	6
1.1.5 Determinación del tema .....	7
<b>1.2 OBJETIVOS.....</b>	<b>7</b>
1.2.2 Objetivos Específicos .....	7
<b>1.3 JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>11</b>
<b>MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>11</b>
<b>2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.....</b>	<b>35</b>
2.4.1 Hipótesis general .....	35
2.4.2 Hipótesis particulares.....	36
2.4.3 Declaración de variables .....	36
2.4.4 Operacionalización de las variables .....	38

<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>40</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>40</b>
<b>3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....</b>	<b>40</b>
3.2.1 Características de la población.....	40
3.2.2 Delimitación de la población .....	41
3.2.3 Tipo de muestra.....	41
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	41
3.2.5 Proceso de selección.....	42
<b>3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS .....</b>	<b>42</b>
3.3.1 Métodos teóricos .....	42
3.3.2 Métodos empíricos .....	42
3.3.3 Técnicas e instrumentos.....	43
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>44</b>
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>57</b>
<b>5.1 TEMA.....</b>	<b>57</b>
<b>5.2 FUNDAMENTACIÓN.....</b>	<b>57</b>
<b>5.3 JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>60</b>
<b>5.4 OBJETIVOS.....</b>	<b>62</b>
<b>5.5 UBICACIÓN .....</b>	<b>63</b>
<b>5.6 FACTIBILIDAD .....</b>	<b>64</b>
<b>5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....</b>	<b>71</b>
5.7.1 Análisis.....	72
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero .....	74
5.7.3 Impacto.....	115
5.7.4 Cronograma .....	116
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	117
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>118</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>119</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>120</b>

## **INDICE DE FIGURAS**

Figura 1	
Número de hectáreas cultivadas de manera orgánica a nivel mundial.....	12
Figura 2	
Número de hectáreas sembradas con producción orgánica en América Latina.....	13
Figura 3	
Conocimiento sobre abonos orgánicos.....	44
Figura 4	
Conciencia de la responsabilidad con el medio ambiente.....	45
Figura 5	
Abonos empleados en los cultivos.....	46
Figura 6	
Inversión mensual en los cultivos.....	47
Figura 7	
Conocimientos de los beneficios de los abonos orgánicos.....	49
Figura 8	
Disposición para cambiar los abonos químicos por los orgánicos.....	50
Figura 9	
Beneficios esperados de los abonos orgánicos.....	51
Figura 10	
Servicios adicionales esperados de la microempresa.....	52
Figura 11	
Mapa de ubicación del local.....	63
Figura 12	
Croquis de la ubicación de la Microempresa.....	63
Figura 13	
Ventajas y desventajas de la ubicación.....	64
Figura 14	
Organigrama.....	74
Figura 15	
Ciclo de vida del producto.....	92
Figura 16	
Ilustraciones de algunos de los productos comercializados.....	94
Figura 17	
Página	
Web.....	99
Figura 18	
Publicación en la prensa escrita.....	100

## **INDICE DE TABLAS**

Tabla 1	
Operacionalización de las variables.....	38
Tabla 2	
Conocimiento sobre abonos orgánicos.....	44
Tabla 3	
Conciencia de la responsabilidad con el medio ambiente.....	45
Tabla 4	
Abonos predominantes en los cultivos.....	46
Tabla 5	
Inversión mensual en los cultivos.....	47
Tabla 6	
Conocimiento de los beneficios de los abonos orgánicos.....	49
Tabla 7	
Disposición para cambiar los abonos químicos por los orgánicos.....	50
Tabla 8	
Beneficios esperados de los abonos orgánicos.....	51
Tabla 9	
Servicios adicionales esperados de la microempresa.....	52
Tabla 10	
Valoración FODA.....	85
Tabla 11	
Análisis FO, FA, DO, DA.....	89
Tabla 12	
Productos ofrecidos.....	93
Tabla 13	
Producto con sus respectivos precios.....	95
Tabla 14	
Detalle de las promociones en diferentes plazos de compra.....	96
Tabla 15	
Inversión del proyecto.....	101
Tabla 16	
Financiamiento del proyecto.....	102
Tabla 17	
Activos Fijos.....	103
Tabla 18	
Detalle de gastos.....	104
Tabla 19	

Presupuesto de compras.....	105
Tabla 20	
Presupuesto de ventas.....	106
Tabla 21	
Estado de Pérdidas y Ganancia.....	107
Tabla 22	
Balance General.....	108
Tabla 23	
Flujo de caja.....	109
Tabla 24	
Recuperación de la Inversión.....	110
Tabla 25	
Razones financieras proyectadas a cinco años.....	111
Tabla 26	
Cronograma.....	116

## **RESUMEN**

El punto motivador para la elaboración de este proyecto es concienciar a la ciudadanía del Cantón Milagro, principalmente a los agricultores y comerciantes de la importancia de cambiar nuestro estilo de vida, específicamente en la parte alimenticia.

Para ello proponemos la agricultura alternativa que consiste en disminuir gran parte de los insumos químicos que se emplean en la agricultura convencional por unos más sanos, que adicional a las ventajas que brindan en cuanto a la salud se refiere, también genera beneficios económicos.

Se muestran los diferentes requisitos legales, logísticos, administrativos y financieros que se consideraran en el estudio para la creación de una Microempresa comercializadora de abonos orgánicos que contribuyan a la recuperación de los suelos, reducción en los costos de producción y mejore la calidad alimenticia de los habitantes del Cantón Milagro.

Para dar inicio a este proyecto, se realizó un estudio de mercado dirigido a los agricultores del cantón y a partir de los resultados obtenidos, se planificó meticulosamente la manera de satisfacer las necesidades y la demanda en base al presupuesto para mantener la microempresa en las mejores condiciones.

Se considera además la estructura organizacional junto a las características de cada cargo y el análisis financiero para probar la factibilidad en un plazo de 5 años junto con sus respectivos balances y flujos, analizando cada uno de los aspectos importantes y lograr el éxito del negocio.

## **ABSTRACT**

The point motivator for the development of this project is to educate citizens of Milagro Canton, mainly farmers and merchants of the importance of changing our lifestyle, specifically in the food.

We propose that alternative agriculture is to reduce much of the chemical inputs used in conventional agriculture for a more healthy, that in addition to the advantages they provide in terms of health concerns, it also generates economic benefits.

Shows the different legal, logistical, administrative and financial resources in the study to consider creating a micro marketing of organic fertilizers that contribute to the recovery of soils, reduced production costs and improve the nutritional quality of Milagro Canton residents.

To start this project, we conducted a market survey designed at farmers in the county and from the results; we planned carefully how to meet the needs and demand based on the budget to support microenterprise in the best conditions.

It is also considered the financial analysis of project to test feasibility within 5 years along with their balances and flows, analyzing each of the important issues and achieve business success.

## INTRODUCCION

El presente proyecto fue escogido para poder encontrar la manera de disminuir las complicaciones causadas por los diferentes cambios a los que nos estamos exponiendo todos los seres humanos ya sean estos en el ámbito climático, alimenticio y el daño que le ocasionamos al ecosistema.

La finalidad es que todos los seres humanos hagamos conciencia sobre la manera en que nos alimentamos, pues los productos que nos ofrece el medio no son los más nutritivos.

La necesidad de disminuir el uso descontrolado de productos químicos artificiales en los diferentes cultivos, nos obliga a buscar alternativas fiables y sostenibles.

La agricultura libre de químicos ayudará a mejorar diversas características físicas, químicas y biológicas del suelo pues sus particularidades permiten que se incremente la capacidad que posee el suelo de absorber los distintos elementos nutritivos.

A pesar de que la agricultura natural u orgánica no ha tenido la difusión necesaria, cada día crece más la demanda de productos cultivados naturalmente.

Este tipo de abonos tiene gran acogida en la agricultura ecológica, y cada vez se están utilizando más en cultivos intensivos.

Existen incluso empresas que están buscando en distintos ecosistemas naturales de todas las partes del mundo, sobre todo tropicales, distintas plantas, extractos de algas, etc. Que desarrollan en las diferentes plantas, distintos sistemas que les permiten crecer y protegerse de enfermedad.

La principal preocupación de los seres humanos es la salud, y la buena alimentación esta directamente ligada a ella. La solución que encuentran los consumidores es el ingerir alimentos ecológicos.

La innecesaria ingestión de químicos, producto de las explotaciones agrícolas y ganaderas son nocivos para la salud y deteriora el medio ambiente. Se podría decir que los alimentos ecológicos, orgánicos o biológicos, son aquellos alimentos y bebidas producidos sin la utilización de productos químicos en todas las fases de su elaboración.

Los alimentos ecológicos proporcionan además un aporte nutricional más completo que los convencionales y sus efectos en el organismo siempre serán positivos. Los alimentos ecológicos contienen entre un 40% y un 60% más de vitaminas y minerales que los productos convencionales y menos porcentaje de agua, por lo que aportan más resistencia ante las enfermedades. Se conservan mejor que los tradicionales y poseen un contenido en nutrientes muy superior al de los productos convencionales.

La parte negativa se encuentra en el precio de venta de los alimentos ecológicos que es más elevado que el de los convencionales. Si bien es cierto, esta diferencia se está reduciendo en los últimos años por el aumento de la demanda y ya son muchos los alimentos ecológicos que se pueden comprar, zumos, legumbres, frutas, carne, verduras, vinos, etc. También es cierto que algunos productos, sobre todo vegetales, no tienen un aspecto muy vistoso como los tradicionales pero a cambio si tienen un color mucho más puro y su conservación es más prolongada. Los alimentos ecológicos hacen recuperar el verdadero aroma y sabor de las comidas y bebidas.

Como aspectos positivos se puede observar el aumento de la producción agrícola y ganadera de origen ecológica, gracias a la alta demanda de los mercados del exterior. Este incremento ha llevado a crearse asociaciones regionales de productores de alimentos ecológicos como, IFOAM y FiBL con el objetivo de dar apoyo y promover el consumo de productos ecológicos.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 Problematización**

Tras una larga investigación los expertos han coincidido que una de las principales causas del creciente nivel de enfermedades y diversos males que aquejan a la humanidad, se debe al uso exagerado de productos químicos, como se da el caso principalmente en el área de la agricultura.

Ciertamente los niveles de productividad de los cultivos han tenido un considerable incremento por la utilización de fertilizantes sintéticos, venenos, semillas híbridas, etc. No es menos cierto que nuestro ecosistema está pagando las consecuencias de la falta de control y racionalización de los mismos.

Todo esto ha incidido de tal manera que cada día podemos tener conocimiento de nuevos tipos de enfermedades, tanto para el ser humano como para los mismos cultivos, ya que muchos de los productos químicos son fumigados y al no tener la precaución necesaria, estos pueden viajar fácilmente con el viento, e incluso con el agua, afectando todo con cuanto tengan contacto.

Por ende la salud del hombre también se ve notablemente comprometida tanto directa como indirectamente, pues se crean complicaciones al exponerse imprudente o accidentalmente a los químicos sin ningún tipo de protección, otra manera muy común de afectarse es al consumir productos contaminados con trazas químicas, los mismos

que son de muy baja calidad, también al ingerir o incluso bañarse con aguas contaminadas.

Es necesario tener en cuenta que hoy en día las normas ambientales exigen la protección del medio ambiente, lo que implica disminuir y tener mayor cuidado con el uso de los químicos antes mencionados.

De no poner remedio a esta problemática, las complicaciones futuras serán devastadoras, puesto que los daños en el ecosistema serán tan graves que pronto los suelos quedaran inertes y completamente inservibles para la agricultura.

A esto se sumaran la afección en la salud del hombre, aparecerán nuevos tipos de aberraciones y enfermedades degenerativas para el hombre, y en cuanto a los cultivos, las plagas y enfermedades se harán resistentes a los químicos y será difícil de controlarlas. Lo que implica un alto costo de producción y pérdida de cultivos.

Lamentablemente en nuestros días, ya podemos observar algunos cambios desfavorables en el ecosistema, hay muchos cultivos que se han perdido, animales extinguidos, mutaciones en personas y animales, el índice de niños con labio-leporino, con síndrome de Down, y otras enfermedades degenerativas se ha incrementado, la ausencia de lluvias en algunos lugares, el exceso de temperatura solar que cada vez es más intenso, etc.

Todos estos factores deberían hacernos reflexionar y recapacitar para atinar en que estamos fallando como administradores del planeta tierra, ya hemos cometido muchos errores y debemos empezar a corregirlos antes de que sea muy tarde y un paso importante será el recuperar nuestros suelos, y no hay mejor manera que cambiando la agricultura convencional por una más saludable, una agricultura que permita desintoxicar tanto los suelos como nuestro organismo, una agricultura sana, la agricultura orgánica.

Podríamos definir entonces a la agricultura orgánica como el sistema de producción que integra aspectos agronómicos, económicos, ecológicos y sociales; en donde se utilizan insumos agrícolas naturales, se mantienen la diversidad vegetal y animal, así como la

fertilidad y salud del suelo, se promueve la conservación de la **Biota** y se minimiza el impacto ambiental.

Este proyecto no busca echar de lado completamente los insumos utilizados en la agricultura convencional, sino que pretende que se los utilice de la mejor manera, es decir, todo insumo tiene un proceso, el cual debe ser respetado fielmente, tanto en la dosis como en las condiciones de aplicación y tiempo de espera luego de la aplicación para proceder con la cosecha, pues está comprobado que la ambición de muchos y la despreocupación e ingenuidad de otros, ha llevado a nuestro medio a competir de manera deshonestas.

Acto que se evidencia en que ahora los agricultores no son precavidos al cosechar los diferentes cultivos, pues la crisis y la complicada situación económica actual incrementan el deseo de vender, dejando como factor secundario la responsabilidad con la sociedad, y no se llega a reflexionar que poco a poco nos estamos auto envenenando porque aunque un productor irresponsable evite consumir el resultado de su cosecha contaminada, en cualquier momento consumirá los alimentos obtenidos por otro agricultor irresponsable, de aquí se generan un sinnúmero de enfermedades y complicaciones en la salud del hombre.

El primer paso a seguir para lograr el decrecimiento de este fenómeno será el cambiar las costumbres de los agricultores, promoviendo el uso de abonos orgánicos efectivos que brinden iguales o mejores resultados que los que se obtenían con los métodos de cultivo y control antiguos y que a más de eso no se vean afectados ni el hombre ni los cultivos colindantes.

Se debe impartir programas de capacitación a grupos de agricultores para explicarles la importancia del uso de nuevos abonos y los beneficios económicos y ecológicos que les ofrecen los abonos orgánicos.

Es importante contar con el apoyo de campañas televisivas y radiales que difundan el uso de abonos orgánicos, de esta manera el mensaje de concienciación llegará de manera más rápida y efectiva tanto a los agricultores como a los consumidores y pronto estos cambiarán sus estilos de vida, los consumidores se alimentarán de manera más

sana y los agricultores comprenderán que al emplear estas nuevas costumbres de cultivo se aseguraran un terreno saludable por mucho tiempo y personalmente no pondrán en riesgo de intoxicación y demás peligros su salud.

Como punto importante se debe empezar a dar tratamiento a los suelos contaminados, lo cual se puede lograr con la rotación de cultivos para de esta manera no afectar la parte económica del agricultor. Luego de ello la fertilización debe ser constante.

### **1.1.2 Delimitación del problema**

#### **Espacio:**

El siguiente proyecto se va a desarrollar en el Ecuador, en la provincia del Guayas, en el Cantón Milagro, y estará direccionado al sector agrícola.

#### **Tiempo:**

La información bibliográfica y lincográfica empleada en este proyecto tendrá una antigüedad de 5 años, a excepción de determinados libros y documentos que por su muy importante contenido han sido estudiados a pesar de que estos tengan una edad superior a la indicada.

#### **Universo:**

El Universo de este proyecto será la Zona agrícola del Cantón Milagro.

### **1.1.3 Formulación del problema**

¿En qué medida beneficiará la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de abonos orgánicos que contribuyan a la recuperación de los suelos a la reducción en los costos de producción y mejoramiento de la calidad alimenticia de los habitantes del Cantón Milagro?

### **1.1.4 Sistematización del problema**

- ¿Cómo introducir el producto en un mercado que aun no posee plena conciencia de los daños causados por la agricultura convencional?

- ¿Cómo favorece económicamente al agricultor el uso de abonos orgánicos, y cómo ayudan a mantener la armonía entre el ecosistema y el cultivo?
- ¿Por qué no se ha impulsado el uso de este tipo de abono en el sector agrícola?
- ¿Por qué las asociaciones de agricultores no le han dado mucha importancia al uso de este tipo de abonos?
- ¿Qué nivel de responsabilidad y conocimiento tienen los agricultores en el uso de productos químicos en los cultivos?

### **1.1.5 Determinación del tema**

Creación de una microempresa comercializadora de abonos orgánicos que contribuyan a la recuperación de los suelos, reducción en los costos de producción y mejore la calidad alimenticia de los habitantes del Cantón Milagro.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General**

Determinar la factibilidad de crear una microempresa destinada a la comercialización de abonos orgánicos dirigidos al sector agrícola con el fin de contribuir a la recuperación de los suelos, la reducción de los costos de producción y al mejoramiento de la calidad alimenticia de los habitantes del Cantón Milagro, mediante un estudio de mercado.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Determinar cómo influye la falta de distribuidores de abonos orgánicos en el Cantón Milagro.
- Analizar los diferentes beneficios de los abonos orgánicos y como están relacionados directamente con la economía del agricultor.
- Investigar cuál es la tendencia en el uso de abonos orgánicos a nivel mundial.
- Establecer si este tipo de proyectos cuentan o no con ayuda de organizaciones locales o extranjeras.

### 1.3 JUSTIFICACIÓN

A través del tiempo la agricultura ha venido siendo la base económica de muchos países, por ello el hombre ha ido modificando constantemente las técnicas agrícolas, como la siembra, el riego, la fertilización, etc.

Lamentablemente, la necesidad de tener cada vez más nos ha hecho caer en el terrible error de facilismo, de esta manera todo o cuando menos la mayor parte del proceso es automatizado, nos hemos preocupado de muchas cosas para obtener productos visiblemente mejores y en menos tiempo que al usar los métodos tradicionales y naturales.

Una prueba de ello la tenemos en que antes para consumir determinado producto se tenía que esperar a que sea su temporada, como es el caso de la piña en nuestra ciudad, pero ahora, “gracias a la agricultura moderna”, el consumidor puede degustar de este fruto en cualquier época del año.

Los agricultores y los consumidores nos sentimos complacidos, pues ya no tenemos que esperar para consumir estos productos, pero si nos detenemos un poco a pensar en las consecuencias que esto nos traerá, no nos será difícil deducir que los alimentos que ingerimos en estos días son prácticamente sintéticos, puesto que todo en la vida tiene su etapa y proceso y la ambición nos ha hecho violar esa condición.

Imaginemos que a futuro, el ser humano determina que no se puede esperar 20 años o más para que una persona empiece a ser productiva por cuenta propia y se inventara la manera de acelerar nuestro proceso de crecimiento, como es lógico todo en nosotros será sintetizado y no seremos iguales a las personas que se desarrollaron de manera natural.

Lo mismo ocurre con los cultivos, se muestran aparentemente buenos pero nutricionalmente no ofrecen la calidad que necesita nuestro cuerpo para estar sano.

Ese es el gran error de la agricultura moderna, se ha preocupado por todo menos por su objetivo principal, su razón de ser: *el alimentar correctamente al ser humano.*

En la actualidad mueren envenenados alrededor de 40 mil agricultores a nivel mundial, de ellos 24 millones son de los países subdesarrollados y otros 5 millones de agricultores sufren de enfermedades crónicas por la aplicación de venenos en los cultivos.

La agricultura orgánica evita o excluye el uso de insumos externos de síntesis química. Se basa en una planificación a largo plazo del manejo del suelo, incluye un plan de rotación balanceada de cultivos, incorporación de materia orgánica (rastros y estiércoles), utilización de cultivos de cobertura y abonos verdes, adecuadas prácticas de labranza y conservación de suelos y agua, control biológico de plagas, utiliza recursos propios de la finca, recicla nutrientes, diversifica la producción y conserva el medio ambiente.

El uso de abonos orgánicos, le representa al agricultor varios beneficios, entre los que se destaca el de carácter económico, ya que al emplearlos, el agricultor contribuye a la recuperación continua de los suelos, por lo que no tendrá que suspender sus cultivos en ningún momento para someter sus terrenos a una rehabilitación, lo que implica ahorro en productos sintéticos para recuperación y a más de ello un ingreso de dinero ya que al no tener que paralizar los cultivos, se sigue produciendo y obteniendo valores monetarios, a más de ello no se emplea tanta mano de obra, puesto que con los abonos mencionados, el proceso de producción requiere aplicaciones menos constantes.

Un factor que representa ventajas y desventajas para el agricultor, es el hecho de que en la actualidad con la agricultura convencional, es muy común el uso de semillas híbridas, y estas están diseñadas de tal manera que no se puede utilizar las semillas obtenidas de los productos de dicha cosecha, esto nos conduce a que hay que invertir nuevamente una fuerte cantidad de dinero si queremos volver a producir, mientras que con la agricultura ecológica, podemos hacer uso de una parte de los cultivos para sembrarla y así no invertir en semillas sintéticas, la desventaja está en que el índice de supervivencia y producción de estos cultivos es del 75% y el de las semillas sintéticas supera en ocasiones el 95 %.

A esto debemos añadir que lamentablemente los consumidores nos hemos acostumbrado a adquirir alimentos visiblemente buenos o bonitos, sin percatarnos de que esto es una de las características de la agricultura convencional, pues la ecológica ofrece productos nutritivos pero no perfectamente atractivos.

Otro punto económico a favor de los productos ecológicos y orgánicos certificados, es que gozan de un sobreprecio el cual depende de la calidad del producto, del movimiento de la oferta–demanda y de la estrategia de mercadeo de los comercializadores.

Lógicamente el aumento en la productividad de los cultivos ha sido dramático pero todo esto viene acompañado de la degradación ambiental, erosión del suelo, contaminación de agua y aire, etc.

Para llevar a cabo este estudio y determinar qué tanta acogida tendrá este proyecto riesgoso será para el ser humano el seguir con este tipo de agricultura, se emplearán herramientas como las encuestas y entrevistas, para conocer directamente de los agricultores y consumidores sus expectativas, y saber que tan convencidos están de los métodos empleados en la actualidad y que necesitan de un abono orgánico para tener la certeza de que les irá mejor empleando estos antes que con los agrotóxicos no sufrir afecciones graves en su salud.

Debido a la problemática detectada, se impartirá charlas de concienciación a grupos de agricultores, en las mismas que se hará hincapié sobre la necesidad de recuperar la calidad de los suelos y las ventajas económicas que ofrecen los abonos orgánicos, ya que con ellos es posible la reducción de los costos de producción.

A mas de ello, una de las principales ventajas del uso de este tipo de abonos, ayudará al consumidor a mejorar su calidad alimenticia, lo que se evidenciará en la disminución de enfermedades, que si lo vemos de manera económica, también se presentara un beneficio monetario puesto que se invertirá menos en el área de salud.

Es necesario reaccionar ahora que aun tenemos un poco de tiempo pues ya nos podemos encontrar varios sectores que antes eran muy productivos y ahora solo son suelos desérticos e inhábiles para la agricultura, y eso no es debido a la mala suerte del agricultor sino a la negligencia y falta de visión con la que vivimos.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1.- Antecedentes Históricos**

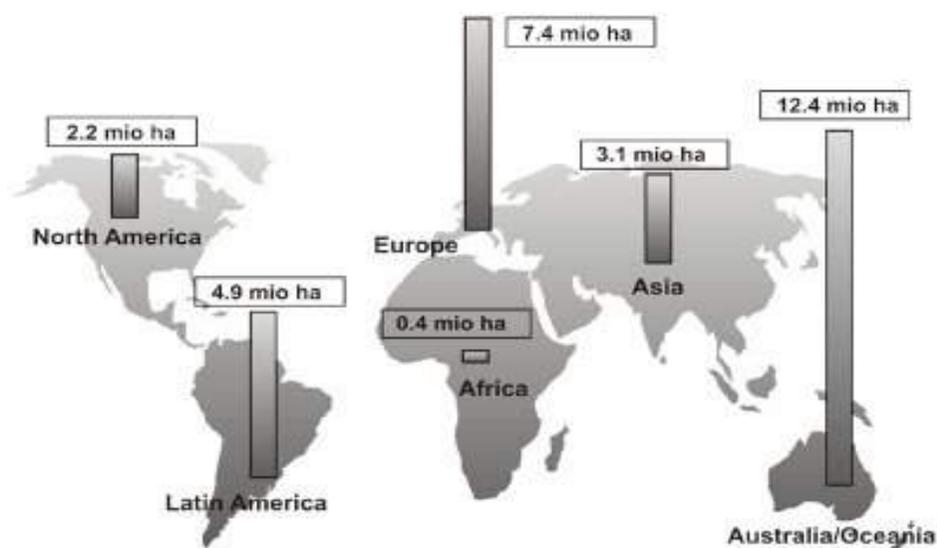
Desde hace más de 40 años, científicos y técnicos en todo el mundo, se dedican al estudio y trabajo para mejorar las técnicas agronómicas de la agricultura biológica, la que utiliza métodos de cultivo en los que no se hace uso de productos de síntesis química y prevalece el conocimiento del suelo como organismo vivo. La fertilidad del suelo y el equilibrio del ecosistema son la clave del éxito en la agricultura biológica.

El mercado de los orgánicos se muestra como un sector al que aún no ha sido explotado por los productores de los países en desarrollo; y a pesar de que es en el continente americano, la mayor cantidad de áreas cultivadas de manera orgánica las encontramos en los países del Norte, los países de América Latina han presentado un creciente desarrollo durante los últimos años.

Son aproximadamente 120 países los que se dedican a la producción de alimentos orgánicos y a nivel, el área destinada a esta producción es de 305,582 km<sup>2</sup> aproximadamente (superficie similar al territorio de Italia). Si comparamos con el área del año 2000, registra un crecimiento de casi el 190% de superficie cultivada. No obstante, estos valores aún representan una proporción muy pequeña sobre el área destinada a la agricultura, puesto que no llega ni al 1% del total de esta.

Por sorprendente que parezca, está demostrado que Australia es el país con mayor área destinada a la producción orgánica, este cuenta con una superficie cercana a 118,000 km<sup>2</sup> (cerca del 40% del total mundial), luego de este, pero con una diferencia considerable tenemos a Argentina, con un área inferior a los 40,000 km<sup>2</sup>. Pero si consideramos el número de granjas destinadas a la producción orgánica por país, México es el primero con más de 80 mil y Perú que tiene más de 30 mil granjas es el séptimo.

A continuación se muestra un gráfico donde se aprecia el número de hectáreas



© SOEL. Source: FiBL Survey 2008

cultivadas de manera orgánica a nivel mundial.

**Figura 1.** Número de hectáreas cultivada de manera orgánica a nivel mundial

*Fuente: FiBL*

En el año 2007 las ventas mundiales de abonos orgánicos tuvieron un valor aproximado de 40.3 millones de dólares (similar al PIB Total de Ecuador) frente a los 35 millones del año anterior. En los dos años siguientes, las ventas crecieron alrededor del 15%.

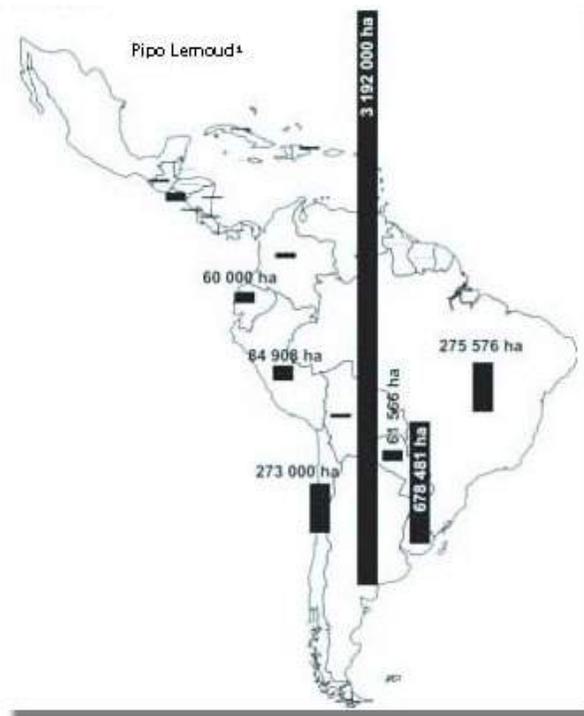
Analizando por zonas geográficas, la Unión Europea es la que vendió 26 mil millones de dólares y Estados Unidos 13 mil millones, lo que equivale al 63% y 32%

respectivamente; a más de eso, las ventas presentan una tendencia creciente durante los últimos tres años con una tasa promedio de 16% y 13% respectivamente para región.

Una característica interesante sobre la producción orgánica es que beneficia directamente los sectores rurales y pobres. Esto puede ser una señal para que los países consideren el desarrollo de este mercado como medida para combatir la pobreza generando trabajo a los sectores más pobres.

La gráfica detalla el número de hectáreas sembradas con producción orgánica en América Latina.

**Figura 2.**  
hectáreas  
producción  
América



Número de  
sembradas con  
orgánica en  
latina

*Federación Internacional del Movimiento de la Agricultura Orgánica (IFOAM), Vicepresidencia, Argentina.*  
FUENTE: IFOAM, "The World Organic Agriculture"

### **2.1.2.- Antecedentes Referenciales**

Ventajosamente para la microempresa, en nuestra provincia y en nuestro País, se han puesto en marcha varias empresas y microempresas dedicadas a este tipo de actividades, las mismas que han ido dando a conocer las bondades de los abonos orgánicos en los cultivos, al analizar dichas empresas y microempresas, éstas nos muestran un nivel de aceptación bastante confiable.

A mas de eso, dado el caso de que en el Cantón Milagro, no ha existido mayor nivel de difusión sobre los beneficios de los abonos orgánicos ni institución que los distribuya, se requiere de una muy preparada estrategia de ventas para lograr un impacto beneficioso en los posibles clientes.

En la región Sierra hay grupos de agricultores que se han unido con el objeto de elaborar sus propios abonos orgánicos, y por ende los productos que cultivan son orgánicos, ellos están motivados por la ayuda que en la actualidad ofrece el gobierno y por la demanda creciente de los mismos.

De hecho hoy en día los productos obtenidos de manera orgánica resultan muy apetecibles y no es raro escuchar de la existencia de banano, papa, chochos, vegetales, y muchos otros productos con la característica de orgánicos, incluso ya existen los pollos y ganado orgánico.

Lógica y lamentablemente la mayoría de estos alimentos están dirigidos para la exportación, ya que existe la resistencia e incredulidad de muchas personas en que los productos que habitualmente consumimos puedan estar contaminados con trazas químicas y que eso pueda afectar su integridad y la de sus familias.

### **2.1.3 Fundamentación Científica**

#### **QUÉ SON LAS EMPRESAS.**

La empresa es el establecimiento o agente económico que toma las medidas sobre el manejo de factores de fabricación para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. Para tratar de conseguir sus objetivos, la empresa obtiene del entorno los

factores que emplea en la producción, tales como materias primas, maquinaria y equipo, mano de obra, capital, etc.

En la empresa el administrador humano es decisivo y la administración crea los fundamentos para lograr pactar los numerosos intereses de los accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores.

### **EN QUÉ CONSISTE LA COMERCIALIZACIÓN.**

La misión estratégica de comercialización es un proceso que consiente a las empresas ser proactivas en vez de reactivas en la enunciación de su futuro, éste se puede contar como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisión, compuesto por tres etapas esenciales: formulación, implementación y control de estrategias.

Comercialización implica tomar conciencia creciente sobre el ambiente de su negocio, concebir datos sobre contactos calificados y crear las herramientas eficaces que usted o su personal de ventas pueden utilizar cuando conversan de la empresa. La comercialización y sus herramientas de mercadotecnia agrupan la atención sobre el cliente presentado, qué decirle, cómo llegar hasta él. Las ventas involucran vincularse directamente con los clientes, establecer relaciones con ellos y cerrar tratos comerciales.

Si realiza bien las diligencias de comercialización, puede bajar el costo de cada venta y aumentar las probabilidades de que la relación comercial culmine en una venta. La comercialización incluye, la planificación y control de los bienes y servicios que favorecen el desarrollo adecuado del producto, para asegurar que el mismo este en el lugar apropiado, en el momento oportuno y en el precio y en las cantidades solicitadas, que garanticen ventas beneficiosas a través del período.

### **PORQUÉ ES IMPORTANTE EL COMERCIO EN EL MUNDO.**

El comercio es de mucha importancia a nivel mundial, ya que sirve para garantizar el acceso de los diferentes productos a los mercados externos, de una forma más fácil y sin barreras. Permite también que aumente la comercialización de productos nacionales, se forje más empleo, se modernice el aparato productivo, mejore la riqueza de la población y se promueva la creación de nuevas empresas por parte de inversionistas nacionales y

extranjeros. Así el comercio sirve para abaratar los precios que cancela el consumidor por los productos que no se promueven en el país.

La importancia del buen desempeño de las relaciones internacionales en el desarrollo, político, comercial, cultural a nivel mundial es fundamental hoy día para el logro del desarrollo integral de los países.

No hay una sola nación que pueda creerse autosuficiente así misma y que no necesite del concurso y apoyo de los demás países, aun los países más ricos necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de los convenios y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otras zonas.

Las condiciones climatológicas propias de cada país lo hacen intercambiar con zonas donde originan bienes necesarios para la estabilidad y desarrollo de áreas vitales entre países. El desarrollo del comercio internacional hace que los países prosperen, al aprovechar sus activos producen mejor, y luego intercambian con otros países lo que a su vez ellos producen mejor.

### **EL COMERCIO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS.**

Un progreso agrícola de base amplia, una productividad mantenida y un aumento de los ingresos en las áreas rurales son fundamentales para adquirir un desarrollo equilibrado y equitativo y para certificar la seguridad alimentaria. La privatización del comercio de productos agrícolas y el distanciamiento del Estado en materia de prestación de servicios básicos han sido mancomunados con una creciente desigualdad y una mayor pobreza rural e inseguridad alimentaria. El entorno internacional para la comercialización de productos agrícolas ha puesto en desventaja a los países en desarrollo mientras que el sector agrícola del Norte se beneficia de fuerte amparo gracias a las crestas arancelarias, las limitaciones cuantitativas, las medidas de salvaguardia y otros obstáculos no impositivos al comercio.

La comercialización de bienes agrícolas tiene un papel primordial pues la cadena del valor (producción-distribución y comercialización) de la agricultura se diferencia del resto de los sectores y lo hacen más vulnerable: En los países en vía de desarrollo está constituido generalmente por pequeñas y medianas empresas, escasamente integrado,

que emplea un alto porcentaje de la plaza activa esencialmente en los países en vías de desarrollo, es una dinastía en el que la aptitud tiene un papel básico, pues se pone en juego la salud de las personas, es decir, que el consumidor no se dispondría a aceptar riesgos en su alimentación y los estados están prestos a tomar las medidas necesarias para proteger la salud de los consumidores.

A partir de investigaciones anteriores comenzados en la década del 90 se ha llegado como resultados que el consumo de bienes agrícolas (nos referimos lo que se comercializa el mercado agropecuario desde su surgimiento) ha afectado grandemente al bienestar del consumidor, por los altos precios que tienen estos productos en dicho mercado, comportándose en su gran mayoría como bienes de lujo siendo insuficiente el actual ingreso real per. Cápita de las personas para su ganancia.

### **CÓMO HA BENEFICIADO EL COMERCIO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS.**

La agricultura está íntimamente relacionada con numerosos problemas, entre ellos la pérdida de la biodiversidad, el calentamiento global y la disponibilidad del agua. A pesar del importante aumento de la productividad, la malnutrición y la pobreza siguen asolando gran parte del mundo.

La economía de Ecuador es la octava más grande de América Latina después de las de Brasil, México, Argentina, Colombia, Venezuela, Perú y Chile. A principios del siglo XXI Ecuador se diferencia por ser uno de los países más intervencionista y donde la reproducción del patrimonio es una de las más complicadas de Latinoamérica. Existen diferencias importantes del ingreso donde el 20% de la población más rica posee el 54,3% del patrimonio y el 91% de las tierras productivas. Por otro lado, el 20% de la población más pobre apenas tiene acceso al 4,2% del patrimonio y tiene en propiedad sólo el 0,1% de la tierra. Coexiste cierta permanencia económica pero con bases débiles y de forma forzosa.

Ecuador está ubicado territorialmente en la línea ecuatorial que le da su nombre lo cual le permite tener un clima constante casi todos los meses del año con las consecuencias positivas para el sector agrícola; posee petróleo en cantidades que si bien no lo ubican como un país con grandes reservas, las tiene suficientes para su desarrollo, sin embargo, hay gobiernos anteriores que no fructificaron para el mismo. Tiene importantes reservas

ecológicas y turísticas en cuyo aprovechamiento puede estar el sustento para el progreso.

El Ecuador realizó negociaciones para la firma de un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, con una fuerte oposición de los movimientos sociales ecuatorianos. Con la elección del Presidente Correa, estas negociaciones fueron suspendidas. Se ha logrado la extensión de las Preferencias Arancelarias Andinas (ATPDEA) hasta febrero del 2008.

Ecuador ha negociado tratados bilaterales con otros países, además de pertenecer a la Comunidad Andina de Naciones, y ser miembro asociado de Mercosur. También es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), además del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional (FMI), Corporación Andina de Fomento (CAF), y otros organismos multilaterales. En noviembre de 2007, Ecuador se convirtió nuevamente en miembro pleno de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP), de la cual se había ausentado por 14 años. Ese mismo año se creó la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR), con sede en Quito, y cuyo primer Secretario General es el ex Presidente ecuatoriano Rodrigo Borja Cevallos. También se ha estado negociando la creación del Banco del Sur, con seis otras naciones sudamericanas.

Porque a base de la comercialización de productos agrícolas muchos países se han desarrollado y otros los han hecho como una base fuerte de la economía de sus países.

### **CUÁLES SON LOS ABONOS ORGÁNICOS MÁS COMERCIALIZADOS.**

El “Humus de lombriz” es un abono orgánico natural, que se consigue de la acción natural del procesado de materiales orgánicos, utilizando lombrices rojas californianas.

El producto obtenido es rico, balanceado y muy fácil de equiparar sus nutrientes y la micro flora, por parte de la tierra donde se manipula. Usado en cientos de cultivos y campos. Los fertilizantes químicos no restauran la distribución y la fertilidad de las tierras, sino que los contaminan con elementos malsanos. En general, los productos de

tales campos están saturados con los nitratos y nitritos, así que su valor como beneficio alimenticio no es alto.

Fertilizantes orgánicos, ácidos húmicos, fertilizantes minerales, fertilizantes de lenta liberación, fertilizantes líquidos, aminoácidos y extractos de algas.

### **Fertilizantes Orgánicos**

#### *Estiércol*

Se trata de los estiércoles, compost, basuras fermentadas, turba, guano, humus de lombriz, etc. Su acción es lenta, pues suministran Nitrógeno a medida que los microbios los descomponen.

#### **Ácidos húmicos**

Hay un tipo de abono un tanto ignorado para el aficionado, los llamados *ácidos húmicos*. Son muy buenos. Su presentación es líquida o sólida.

### **Fertilizantes líquidos**

Se mezclan con el agua de riego. Son muy apropiados los fertilizantes líquidos. Un poco cada 15 días durante los meses de mayor actividad de las plantas (primavera y verano).

### **Amoniacos y extractos de algas.**

Cuando una planta ha sufrido por plagas, por unos trasplantes, por sequía, por un tratamiento con pesticidas mal ejecutado, por ejemplo, herbicida, o por cualquier otro trastorno, puedes emplear unos productos llamados aminoácidos; esto le ayudará a superar el daño ocasionado. También los extractos de algas sirven como "recuperadores".

### **TIPOS DE ABONOS, CÓMO EMPLEARLOS.**

Los abonos pueden ser de dos tipos: orgánicos y minerales, de los cuales citamos algunos para su conocimiento y que han resultado beneficiosos para los diferentes cultivos:

ECOANONAZA, HUMITA-40, CHIVAZA, GALLINAZA, HUMUS LIQUIDOS, ESTIERCOL, ASERRIN, ALGANOVA, ABONO COMPLETO,

ACONDICIONADOR BIOLÓGICO, HUMUS, CALDO BORDELES, COMPOST, HUMUS DE LOMBRIS, BOCASHI, HUMITREX, FOLIKELP, MICROMAX.

Para la aplicación al suelo, la forma más frecuentemente usada son los granulados. Por lo general contienen uno o más de los "Tres Mayores Nutrientes" (N, P, K), cantidades variables del azufre y del calcio (como portadores), y muy pequeñas o ningunas cantidades del micro-nutriente. Los abonos pueden ser mezclas mecánicas simples de dos o más abonos o una combinación química con cada gránulo idéntico en su contenido de nutrientes. Generalmente los abonos son incorporados al suelo, pero pueden ser también aportados por el agua de riego. Una técnica particular, el cultivo hidropónico, permite alimentar las plantas con o sin sustancia.

Las raíces se desplazan gracias a una solución nutritiva – agua más abonos - que corre en contacto con ellas. La composición y la concentración de la solución nutritiva deben ser constantemente reajustadas.

Se recomienda emplear manualmente lo que a su vez demanda de más mano de obra pero el resultado será beneficioso ya que así no se desperdiciara el abono como los convencionales que son mal abonados y cayendo a veces el producto en lugares que no está la plantación.

### **DIRECCIÓN DEL NEGOCIO Y LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX.**

En las estrategias comerciales de muchas que podremos aplicar en base a diferentes sectores del negocio podremos citar las siguientes ya que tienen relación con el marketing:

- Colocar vallas publicitarias en las entradas principales al Cantón esto nos permitirá que el producto sea conocido por todos y va dirigido a futuros consumidores.
- Realizar descuentos a ciertos productos en un tiempo de 4 meses de diferencia.
- Por metas en las ventas para nuestros vendedores.
- Cada fin de año realizar donaciones de víveres de primera necesidad a personas o entidades necesitadas.
- Colocar stand de ventas en diferentes eventos que cuente el Cantón.

### **CÓMO DEBE TRATARSE O ALMACENARSE ESTE TIPO DE ABONOS PARA SER COMERCIALIZADO.**

Los abonos orgánicos para conservarse en las mejores condiciones deben almacenarse en lugares frescos y secos, a una temperatura no mayor a los 35 grados y alejados a los rayos solares además los envases deben estar en una posición vertical y no deben estar apiladas las cajas más de 5 cartones encima de la base.

### **EN QUÉ CONSISTE LA ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LAS EMPRESAS.**

La estructura organizacional consiste en formar un organigrama donde se dé a conocer los mandos jerárquicos y las diferentes funciones que cada uno tiene que desempeñar de esta manera la comunicación serán eficaces. El resultado se puede instituir que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y segmentación de las funciones componentes de ella. Jerarquizar es crear líneas de autoridad a través de los diversos niveles y demarcar la responsabilidad de cada empleado ante solo un supervisor inmediato. El valor de una jerarquía bien definida consiste en que reduce la confusión respecto a quien da las órdenes y quien las obedece. Define como se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas en los puestos.

Toda organización cuenta con una estructura, la cual puede ser formal o informal. La formal es la estructura explícita y oficialmente examinada por la empresa. La estructura informal es la proveniente de la filosofía de la dirección y el poder relativo de las personas que componen la organización, no en ocupación de su ubicación en la estructura formal, sino en función de influencia sobre otros miembros.

- Especialización del Trabajo.
- Departamentalización.
- Cadena de mando.
- Extensión del Tramo de Control.
- Centralización y Descentralización.
- Formalización.

### **QUÉ DEPARTAMENTOS DEBE TENER UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN.**

Cuando la compañía se ordena por fragmentados departamentos, en cada uno de los cuales se reúnen todas las tareas de un mismo tipo: departamento comercial, técnico, social. Esta habilidad es la más utilizada en la organización o estructura centralizada

empresarial, porque todos los puestos están asociados por el presidente o director general de la empresa.

Éstas serían figuras semejantes con funciones iguales en la cumbre del organigrama, nos encontraríamos con las siguientes áreas o departamentos, atravesando las posibles diferencias entre unas y otras empresas y la mayor o menor incorporación de las mismas:

- Administración, Finanzas y/o Económico- Financiero
- Recursos Humanos o Personal
- Marketing y/o Comercial o Ventas

### **QUÉ ES Y EN QUÉ CONSISTE EL ESTUDIO DE MERCADO.**

El estudio de mercado es una herramienta que consiste en recopilar y analizar información procedente del mercado con el fin de elaborar un plan de negocio y estrategias basadas en la información procedente del entorno, facilitando a quien lo aplica el comprobar la factibilidad del proyecto y aprovechar cada una de las variables para introducirse en el mercado de manera precisa ofreciendo a los posibles clientes el producto o servicio que más se asemeje a sus necesidades.

### **QUÉ ES EL ANÁLISIS FODA, CÓMO SE REALIZA UN FODA,**

El FODA es una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información que posea una empresa o negocio, con ella se estudian los elementos internos o externos de la organización.

El FODA se representa a través de una matriz de doble entrada, llamada **matriz FODA**, en la que el nivel horizontal se analizan los factores positivos que son las Fortalezas y las Oportunidades y los negativos que son las Debilidades y las Amenazas.

Las Fortalezas y las Debilidades son los aspectos internos de la empresa, es decir los aspectos que se pueden controlar, mientras que las Oportunidades y las Amenazas son aspectos externos y se los considera como no controlables.

Las Fortalezas son todos aquellos elementos internos de carácter positivos que hacen que la empresa marque la diferencia frente a otras de igual clase.

Las Oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez que son identificadas deben ser aprovechadas de la mejor manera.

Las Debilidades son problemas internos, que al momento de ser identificados, debemos desarrollar una adecuada estrategia para contrarrestarlas y eliminarlas.

Las Amenazas son todas las situaciones negativas externas, que pueden representar dificultades y complicaciones para la empresa, para contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para evitar que nos afecten.

### **EN QUÉ CONSISTE EL ANÁLISIS DE 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER, CÓMO SE LO REALIZA.**

El modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de gestión que permite realizar un análisis externo de una empresa, a través del análisis de la industria o sector al que pertenece, con el fin de diseñar estrategias que permitan al administrador aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas.

Para este análisis es necesario tener en consideración los siguientes puntos:

#### **1. Rivalidad entre competidores**

Se refiere a las empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de productos.

El grado de rivalidad entre los competidores aumentará a medida que se eleve la cantidad de éstos, se vayan igualando en tamaño y capacidad, disminuya la demanda de productos, se reduzcan los precios, etc.

El análisis de la rivalidad entre competidores nos permite comparar nuestras estrategias o ventajas competitivas con las de otras empresas rivales y, de ese modo, saber, por ejemplo, si debemos mejorar o rediseñar nuestras estrategias.

## **2. Amenaza de la entrada de nuevos competidores**

Hace referencia a la entrada potencial de empresas que vendan el mismo tipo de producto.

Al intentar entrar una nueva empresa a una industria, ésta podría tener barreras de entradas tales como la falta de experiencia, lealtad del cliente, cuantioso capital requerido, falta de canales de distribución, falta de acceso a insumos, saturación del mercado, etc. Pero también podrían fácilmente ingresar si es que cuenta con productos de calidad superior a los existentes, o precios más bajos.

El análisis de la amenaza de la entrada de nuevos competidores nos permite establecer barreras de entrada que impidan el ingreso de estos competidores, tales como la búsqueda de economías de escala o la obtención de tecnologías y conocimientos especializados; o, en todo caso, nos permite diseñar estrategias que hagan frente a las de dichos competidores.

## **3. Amenaza del ingreso de productos sustitutos**

Hace referencia a la entrada potencial de empresas que vendan productos sustitutos o alternativos a los de la industria.

Un ejemplo de productos sustitutos sería las bebidas gaseosas que podrían ser sustitutas o competencia de las aguas minerales.

La entrada de productos sustitutos pone un tope al precio que se puede cobrar antes de que los consumidores opten por un producto sustituto.

En análisis de la amenaza del ingreso de productos sustitutos nos permite diseñar estrategias destinadas a impedir la penetración de las empresas que vendan estos productos o, en todo caso, estrategias que nos permitan competir con ellas.

## **4. Poder de negociación de los proveedores**

Hace referencia a la capacidad de negociación con que cuentan los proveedores, por ejemplo, mientras menor cantidad de proveedores existan, mayor será su capacidad de

negociación, ya que al no haber tanta oferta de insumos, éstos pueden fácilmente aumentar sus precios.

Además de la cantidad de proveedores que existan, el poder de negociación de los proveedores también podría depender del volumen de compra, la cantidad de materias primas sustitutas que existan, el costo que implica cambiar de materias primas, etc.

El análisis del poder de negociación de los proveedores, nos permite diseñar estrategias destinadas a lograr mejores acuerdos con nuestros proveedores o, en todo caso, estrategias que nos permitan adquirirlos o tener un mayor control sobre ellos.

### **5. Poder de negociación de los consumidores**

Hace referencia a la capacidad de negociación con que cuentan los consumidores o compradores, por ejemplo, mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos.

Además de la cantidad de compradores que existan, el poder de negociación de los compradores también podría depender del volumen de compra, la escasez del producto, la especialización del producto, etc.

Cualquier que sea la industria, lo usual es que los compradores siempre tengan un mayor poder de negociación frente a los vendedores.

El análisis del poder de negociación de los consumidores o compradores, nos permite diseñar estrategias destinadas a captar un mayor número de clientes u obtener una mayor fidelidad o lealtad de éstos, por ejemplo, estrategias tales como aumentar la publicidad u ofrecer mayores servicios o garantías.

Fuente: <http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>

### **IMPORTANCIA DE LA LIQUIDEZ Y LOS MÁRGENES DE UTILIDAD EN LAS EMPRESAS.**

La liquidez en las empresas es de gran importancia, ya que ello implica la capacidad de conversión del Activo en efectivo o de obtención de fondos a corto plazo, entendiendo como tal a un período de tiempo hasta de un año, aunque en ocasiones se lo puede definir como el ciclo normal de explotación de una empresa, es decir, el intervalo de tiempo que se da desde el inicio del proceso de compra – venta y cobro de la entidad o empresa.

La liquidez es de carácter esencial ya que de no existir le puede representar a la empresa, la imposibilidad de aprovechar las ventajas derivadas de los descuentos por pronto pago o las posibles oportunidades comerciales. En este sentido, la falta de liquidez implica falta de libertad de elección, así como una limitación a la libertad de movimientos, por parte de la Dirección. También puede representar la incapacidad de la empresa para cumplir con el pago de sus deudas u obligaciones, lo que de agravarse la situación conllevaría a la venta forzosa de los activos, las inversiones o incluso la quiebra.

Para los propietarios de la empresa. La falta de liquidez quizá signifique una reducción de la rentabilidad y de las oportunidades, o bien la pérdida del control o la pérdida parcial o total de las inversiones de capital. En el caso de los propietarios con responsabilidad ilimitada, la pérdida puede rebasar el límite de la inversión original.

Para los acreedores de la empresa. La falta de liquidez a veces el retraso en el Cobro de los intereses y de capital vencidos o incluso la pérdida parcial o total de tales cantidades.

Los clientes y proveedores de bienes y servicios, también puede verse afectados por la situación financiera a corto plazo de la empresa. Estos efectos pueden ser la incapacidad de cumplir sus obligaciones contractuales y la pérdida de relación con sus proveedores.

Por lo expuesto, se apreciará claramente por qué se da tanta importancia a las medidas de liquidez a corto plazo; pues si una empresa no puede hacer frente a sus obligaciones pendientes a su vencimiento, su futura existencia está en peligro, lo que relega a las demás medidas de rendimiento a un lugar secundario o irrelevante. La evaluación de la liquidez a corto plazo está relacionada con la evaluación del riesgo financiero de la

empresa. Aunque todas las decisiones contables se hacen suponiendo la continuidad indefinida de la empresa, el Analista Financiero siempre debe someter tal presunción a la prueba de liquidez y solvencia de la empresa.

El margen de utilidad en una empresa es el que permite determinar que tanto está contribuyendo un determinado producto o servicio a la empresa. Este ayuda a identificar en qué medida es rentable seguir con la producción de un artículo o con la ejecución de un negocio.

### **FLUJO DE CAJA.**

Es la proyección que relaciona los ingresos y egresos de efectivo previstos durante un período presupuestal.

Es la relación de los ingresos y gastos que una empresa va a experimentar en un periodo determinado. Se utiliza para prever la necesidad de recursos financieros en determinado momento.

El Flujo de Efectivo o de Caja debe presentar los ingresos y egresos de efectivo para el periodo de proyección establecido por la empresa. Los ingresos están representados por el presupuesto de cobranza por ventas y demás ingresos presupuestados, del mismo modo los egresos se basan en el presupuesto de pagos por compras y otros egresos presupuestados.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.

- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

El Flujo de caja es importante, porque le permite al Gerente Financiero prever sus necesidades de efectivo a corto plazo, es decir tener una visión anticipada de los ingresos y egresos de efectivo esperados durante un periodo determinado.

A su vez, se debe indicar que el Flujo de Caja, se utiliza como una medida de control de los gastos de efectivo de una empresa.

### **DE QUÉ FORMA EL ABONO ORGÁNICO DISMINUYE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LOS AGRICULTORES.**

En la actualidad, las empresas productoras y comercializadoras de agroquímicos y pesticidas, nos han vendido la idea de que para cada proceso del cultivo es necesario aplicar un sinnúmero de productos, tanto así que hay una línea de productos destinada a la preparación del terreno, luego de ello se aplica otro grupo de químicos para proteger la semilla sembrada, otro para endurecer raíces y tallos, luego cuando la planta entra en el proceso de floración, se hace indispensable aplicar un químico especial para dicha evolución, posteriormente cuando la planta obtiene sus frutos, hay que aplicar una nueva dosis de productos especiales para el engrose del fruto y finalmente, días antes de la cosecha se aplican químicos cuyo objetivo será el de prolongar la vida y vistosidad del producto fuera de la planta.

Todo este proceso será reducido en gran cantidad al emplear los abonos orgánicos ya que la función principal de estos es nutrir el suelo en el que se desarrolla la planta, para que este a su vez brinde las condiciones necesarias para la evolución beneficiosa del cultivo.

Ya no serán necesarias tantas aplicaciones, pues los agrotóxicos matan los microorganismos del suelo y por ello este va perdiendo sus bondades, lo que obliga al agricultor a reemplazarlas sintéticamente con químicos.

De aquí la gran importancia económica de los abonos orgánicos, esto es lo que genera la disminución de los costos de producción, tanto a corto como a largo plazo.

### **CÓMO BENEFICIA EL ABONO ORGÁNICO A LOS ALIMENTOS QUE SE PRODUCEN.**

Entre los principales beneficios que ofrecen los abonos orgánicos a los cultivos y los alimentos que de ellos se obtienen tenemos:

- Los alimentos que se cultivan de manera orgánica tienen más nutrientes que los alimentos "normales". Por lo que se puede comer menos.
- Tienen menos o ningún residuo de pesticidas, abonos artificiales.
- Tienen mejor sabor generalmente. Por esta razón los alimentos en algunos países de Latinoamérica son más deliciosos que los de USA.
- Ocasionan menos daños al medio ambiente y a las personas que los cosechan.

Científicos de la Universidad de Berkeley, California, han publicado recientemente datos sólidos donde se documenta que los agrotóxicos pueden tener efectos dramáticos sobre la salud de los niños.

La revista Nature ha publicado un estudio realizado por investigadores del Rodale Institute, en Pensilvania (EE.UU). Se pusieron en marcha tres tipos de cultivo, dos de ellos con técnicas de agricultura biológica y un tercero en agricultura convencional

En este último se cultivó sólo soja y maíz, se usó un fertilizante nitrogenado y pesticida a discreción. Los de cultivo biológico fueron menos intensivos, con especies más variadas: además de pastos y varios tipos de leguminosas, se plantó maíz y otros cereales. Los pastos sirvieron para alimentar al ganado, que a su vez produjo estiércol para fertilizar el suelo; las leguminosas fueron en ocasiones añadidas al cultivo de maíz para nutrirlo (las legumbres tienen en sus raíces bacterias que extraen de la atmósfera el nitrógeno, un nutriente indispensable para la planta, y los fijan al suelo).

Los resultados obtenidos al cabo de 15 años son contundentes

Entre 1986 y 1995, la media anual de cosechas de maíz en los tres tipos de cultivo fue muy similar: 7.140 kg /ha en el sistema de fertilización con estiércol; 7.170 kg/ha en el de leguminosas; y 7.170 kg/ha en el convencional. Después de una década, los beneficios económicos de los tres son equivalentes, por tanto puede deducirse que la agricultura biológica es más rentable, ya que obteniendo los mismos kg/ha es respetuosa para el medio ambiente, da vida a la tierra en lugar de esquilmarla, sus frutos son sanos y nutritivos y no perjudica a los trabajadores del campo.

Los suelos donde crecen cultivos variados son más saludables que los de monocultivo.

El hecho de que el nitrógeno se añada en etapas y no de una vez, como en la agricultura convencional (en 1998 sólo en España se han echado al campo más de 2 millones de fertilizantes), permite usar menos cantidad y evita que grandes cantidades de este elemento se filtre y acabe contaminando las aguas subterráneas.

Fue en la década del 1970 en la que se propagó de manera acelerada el uso masivo de fertilizantes sintéticos, venenos y semillas híbridas. Se generalizó la contaminación ambiental, la destrucción de los recursos naturales y se incrementaron las intoxicaciones crónicas y agudas en los trabajadores del campo. Los residuos de venenos se hicieron más constantes en los alimentos, afectando directamente a los consumidores.

*Fuente: <http://www.todomonografias.com/ecologia-y-medio-ambiente/agricultura-ecologica-parte-1/>*

## **18-Mayo-2011**

### **\*Salud: Nuevas evidencias sobre los agrotóxicos en la salud de los niños**

Durante doce años, la Dra. Brenda Eskenazi y sus colegas han trabajado con clínicas comunitarias y otras organizaciones en Salinas Valley, California, para documentar cómo la salud de los niños se ve afectada por la exposición diaria y permanente a los agrotóxicos.

El estudio llevado a cabo por el Centro para la Evaluación de la Salud de la Madre y el Niño de Salinas (CHAMACOS), muestra que los niños están expuestos a los agrotóxicos durante su infancia e incluso antes de nacer y que los efectos de ello sobre la salud son alarmantes.

En año 2000 el equipo de Eskenazi reclutó para el estudio a cerca de 600 mujeres embarazadas para medir los niveles de varios agrotóxicos en sus cuerpos. Una vez que nacieron sus hijos, también se convirtieron en sujetos de estudio a partir de pruebas de agrotóxicos en muestras de sangre del cordón umbilical inmediatamente después del nacimiento. Luego, los investigadores han realizado un seguimiento sobre la salud de los niños a través del tiempo. Los resultados se publican periódicamente y en los últimos datos (diciembre 2010) se describen efectos dramáticos en cerebros y sistemas nerviosos en desarrollo.

A la edad de 2 años, hijos de madres que tenían los niveles más altos de residuos de agrotóxicos organofosforados en la orina presentaban mayor riesgo de "trastorno generalizado del desarrollo". Los síntomas incluyen efectos en el comportamiento, como tener miedo a probar cosas nuevas, la incapacidad de tolerar cualquier cosa fuera de lugar, e imposibilidad de mirar a una persona a los ojos, signos que responden a comportamiento del espectro autista. A los 5

años, los niños que habían estado expuestos a la mayoría de los agrotóxicos en el útero estaban en mayor riesgo de déficit de atención / hiperactividad. Mientras los niños siguen creciendo, los investigadores están estudiando si la mayor exposición prenatal está relacionada con problemas de aprendizaje, problemas de conducta, asma, diabetes y obesidad.

Si bien la situación es sin duda peor en las comunidades agrícolas, los niños en las zonas urbanas pueden enfrentar riesgos similares. Datos de los Centros para el Control y la Prevención sugieren que el nivel de contaminación por agrotóxicos de los niños en todo el país, independientemente de la proximidad a la agricultura, es lo suficientemente alto como para plantear dudas sobre el impacto de los agrotóxicos en su desarrollo. Esto significa que la exposición habitual a agrotóxicos en los alimentos que comemos puede no ser tan segura como nos quieren hacer creer.

*Fuente: <http://red-latina-sin-fronteras.lacoctelera.net/post/2011/05/18/salud-nuevas-evidencias-sobre-agrotoxicos-la-salud-de>*

El problema del inadecuado manejo de los residuos orgánicos y sólidos ha motivado a que el mundo adopte una tendencia a la producción y consumo de productos alimenticios de manera “limpia” es decir sin el uso excesivo de insecticidas y fertilizantes sintéticos o químicos.

Como ya notamos, uno de los principales problemas que se generan por el descontrol en el uso de químicos son las enfermedades degenerativas, y gran número de estas se contraen en el área de la agricultura, ya que se ha comprobado en un sinnúmero de estudios que los alimentos ofertados al consumidor contienen un alto porcentaje de sustancias artificiales, las mismas que al ser ingeridas provocan daños severos en el ser humano y más aun a quien se encarga de hacer las aplicaciones de fungicidas, herbicidas y demás productos de origen químico empleados en el proceso de producción.

En la actualidad, aunque no se ha hecho una campaña profunda para la recuperación y conservación del medio ambiente, existen varios organismos encargados de la protección del mismo, lo que proporciona un punto a favor de los abonos orgánicos, ya que son los únicos que por sus características van a regenerar los suelos que cada vez van quedando más expuestos a los daños del hombre.

Los suelos que antes eran altamente productivos están siendo exageradamente afectados y debilitados por la aplicación de agrotóxicos, a tal punto de que gran cantidad de ellos se está volviendo inerte.

La generación de enfermedades en el ser humano es solo un punto más de este círculo vicioso en el que estamos inmersos, porque cada uno de los seres humanos estamos aportando para que nuestro mundo sea un lugar inhabitable, la contaminación ambiental cada día toma mayor fuerza y como es de esperarse, ni nuestros suelos, ni el agua, ni el aire presentan las condiciones adecuadas para contrarrestar este fenómeno.

Adicional a ello, la falta de prevención de las personas que trabajan directamente expuestas a los químicos, ha hecho que surjan problemas en la salud tan graves como las aberraciones y enfermedades degenerativas, afecciones dermatológicas y un sinnúmero de anomalías por no hacer conciencia sobre la seriedad de esta situación.

Dentro de los aspectos a analizarse en lo que se refiere a Agroquímicos, se hará hincapié sobre los costos de producción generados por el uso de los mismos y la baja calidad de los productos cultivados con químicos, ya que como bien sabemos, la agricultura artificial es aplicada por la errada creencia de que con ella se abaratan costos, a más de ello, se afirma que mientras más agroquímicos se usan, mejores serán los resultados en los cultivos, pero no es así puesto que cada vez debe aumentarse la cantidad de fertilizantes solubles, lo que debilita el suelo y por ende a las plantas, acto seguido estas son más propensas a insectos y enfermedades que para combatirlas se requiere de un incremento en las dosis de insecticidas, fungicidas y matamalezas.

Como si fuera poco, luego de cada cultivo, nuestros suelos están débiles y para volver a producir en ellos hay que darles mantenimiento o reforzarlos para que la nueva semilla se adapte rápidamente, y para ello se necesita aplicar una nueva línea de productos mucho más concentrados que los anteriores para un mejor resultado, lo que genera un incremento en la toxicidad del cultivo.

Lo más recomendable sería darle el mantenimiento adecuado al suelo, no exponiéndolo a químicos sino reforzándolo con elementos propios e indispensables para el suelo que no pueden ser más que abonos y micro elementos orgánicos. Pero como esto para el agricultor implica tiempo y dinero, no por el costo a invertir en productos orgánicos

sino por el lapso que deja de producir para que su terreno se recupere, este opta por la alternativa más fácil y equivocada así que aplica una gran cantidad de químicos, lo que lo conduce a aumentar sus costos de producción, y como resultado de la negligencia se obtienen cultivos más débiles y menos productivos.

Los productos que se cosechan como resultado de un proceso de siembra basado en químicos, cada vez son de calidad inferior, y es que no puede ser de otra manera puesto que cada una de las etapas del cultivo está desarrollada de manera semi o totalmente artificial, porque los productores de químicos día a día nos ofrecen una línea completa de fertilizantes, riegos, plaguicidas y medicinas, es decir el proceso completo de producción está copado de productos tóxicos.

Todo esto hace que la economía se acelere por la degradación progresiva del medio ambiente y obliga al productor a aumentar los insumos artificiales demandando más energía fósil para producir las mismas cantidades, a esto le agregamos que luego de ser cosechado el producto, su apariencia y duración se modifican con estabilizantes, ceras y otros productos sintéticos.

Las mismas semillas que se obtienen de los cultivos son de baja calidad, producen poco o las cosechas no son buenas, lo que motiva la promoción de “semillas mejoradas”, (híbridos), que prometen una mayor producción.

## **2.2 MARCO LEGAL (en la propuesta)**

### **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

**Aberraciones:** Desviación del tipo normal que en determinados casos experimenta un carácter morfológico o fisiológico.

**Afección dermatológica:** Se caracteriza por retención de la secreción de las glándulas sebáceas y las alteraciones de carácter inflamatorio y de tipo infeccioso que sufren estas glándulas

**Agricultor:** Es la persona que cultiva la tierra utilizando técnicas, arte y práctica.

**Agricultura artificial/convenacional:** Tipo de agricultura en la que se emplean métodos semi o totalmente artificiales, agricultura con técnicas sintéticas.

**Agricultura orgánica:** Es un sistema de producción agropecuario socialmente justo, rentable y ecológicamente responsable, que no daña, ni contamina el ambiente; sino que más bien, promueve la conservación de los recursos naturales, contribuyendo a preservar la biodiversidad, asegurando una nutrición sana y una mejor salud para la población de nuestro país.

**Agrotóxicos:** Se denomina así al amplio conjunto de sustancias tóxicas que se utilizan para combatir o prevenir los ataques de plagas en la agricultura y para eliminar toda vegetación ajena al cultivo.

**Acestros:** Antepasados, hereditario / ascendencia familiar.

**Artrópodos:** Animales de cuerpo segmentado, patas articuladas y esqueleto externo, como los insecto, arácnidos, miriópodos y crustáceos.

**Biota:** Ecosistema, Medio ambiente. Todos los organismos, incluyendo animales, plantas, hongos, y los microorganismos, encontrados en un área o región determinada.

**Cultivos:** Campos sembrados de manera manual o mecanizada. Productos de la tierra.

**Degradar.** Rebajar, degenerar, afrentar, mancillar, corromperse

**Desintoxicar:** Combatir o curar la intoxicación

**Ecología:** Parte de la biología que estudia la relación de los seres vivos con su medio o naturaleza

**Fertilizar:** Abonar, arreglar, irrigar, tornar apto para cultivar o producir.

**Fertilizantes solubles:** Abonos que fácilmente se diluyen o se mezclan al entrar en contacto con el agua.

**FiBL:** siglas del Instituto Internacional de Agricultura Orgánica

**IFOAM:** siglas en inglés de la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica

**Microorganismos:** Organismos microscópico. / Microbios.

**Nutrición:** Que es bueno para la alimentación.

**Prudencia:** Virtud que hace prever y evitar el mal. / Moderación.

**Semillas híbridas:** Semillas provenientes del cruzamiento de diferentes líneas, por lo tanto su potencial de rendimiento se expresa en una sola generación, no pudiendo volver a sembrarse.

**Susceptibilidad:** Facilidad para recibir modificaciones.

**Toxicidad:** calidad de tóxico

**Trofobiosis:** Estudia la relación entre la planta y organismos no deseados (insectos, bacterias, hongos, etc.), y resultante de un desequilibrio nutricional. Esto quiere decir todo y cualquier ser vivo solo sobrevive si existe alimento adecuado y disponible para él.

## **2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.4.1 Hipótesis general**

La creación de una microempresa destinada a la comercialización de abono orgánico en el Cantón Milagro provocará la reducción en los costos de producción de los agricultores y la mejora en la calidad alimenticia de los habitantes.

### **2.4.2 Hipótesis particulares**

- Las estrategias comerciales empleadas, ayudaran a crear conciencia sobre los daños ocasionados al emplear la agricultura convencional.
- El uso de abonos orgánicos favorecerá económicamente al agricultor y contribuirá a mantener la armonía entre el ecosistema y el cultivo.
- La comercialización de abonos orgánicos incurrirá en la recuperación de los suelos y en la calidad de los productos cultivados.
- Al poner en marcha este proyecto se impulsará el uso de abonos orgánicos en el sector agrícola, con ello los agricultores notaran su importancia y se incrementará el sentido de responsabilidad que tenemos con el ecosistema.
- Con el análisis del promedio de inversión en abonos de los agricultores se establecerán las características de la oferta garantizando un alto nivel de demanda.

### **2.4.3 Declaración de variables**

#### **Hipótesis General**

##### **Variable independiente:**

La creación de una microempresa destinada a la comercialización de abono orgánico en el Cantón Milagro.

##### **Variable dependiente:**

La reducción en los costos de producción y la mejora de la calidad alimenticia de los habitantes.

#### **Hipótesis Particulares:**

##### **Hipótesis particular 1**

##### **Variable independiente:**

El uso de abonos orgánicos.

**Variable dependiente:**

Mejoras económicas para el agricultor y mantenimiento de la armonía entre el ecosistema y el cultivo.

**Hipótesis particular 2**

**Variable independiente:**

La comercialización de abonos orgánicos

**Variable dependiente:**

La recuperación de los suelos y la calidad de los productos cultivados.

**Hipótesis particular 3**

**Variable independiente:**

Proyecto en marcha.

**Variable dependiente:**

Incremento en el uso de abonos orgánicos en el sector agrícola con ello los agricultores notaran su importancia y se incrementará el sentido de responsabilidad que tenemos con el ecosistema.

**Hipótesis particular 4**

**Variable independiente:**

Análisis del promedio de inversión en abonos de los agricultores.

**Variable dependiente:**

Garantía de un alto nivel de demanda

## 2.4.4 Operacionalización de las variables

**Tabla 1. Operacionalización de las variables**

### **HIPÓTESIS GENERAL**

<b>Variable Independiente</b> La creación de una microempresa destinada a la comercialización de abono orgánico en el Cantón Milagro.	<b>Conceptualización</b> Negocio que se dedicará a comprar y vender un innovador abono, que le aportará grandes beneficios al agricultor y a la vez a sus consumidores.
<b>Variable Dependiente</b> La reducción en los costos de producción y la mejora de la calidad alimenticia de los habitantes	<b>Indicador</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Disminución de costos fijos y costos variables.</li><li>• Disminución de los costos totales.</li><li>• Disminución del nivel de plaguicidas en los alimentos.</li><li>• Disminución de enfermedades provocadas por ingerir alimentos contaminados con plaguicidas.</li></ul>

### **HIPÓTESIS PARTICULAR 1**

<b>Variable Independiente</b> El uso de abonos orgánicos	<b>Conceptualización</b> Cambio de las antiguas formas de cultivo por una mucho más rentable y sana.
<b>Variable Dependiente</b> Mejoras económicas para el agricultor y mantenimiento de la armonía entre el ecosistema y el cultivo.	<b>Indicador</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Incremento de la demanda.</li><li>• Nivel de ventas.</li><li>• Márgenes de utilidad.</li></ul>

## HIPÓTESIS PARTICULAR 2

<b>Variable Independiente</b> La comercialización de abonos orgánicos	<b>Conceptualización</b> Ofertar insumos orgánicos al consumidor.
<b>Variable Dependiente</b> La recuperación de los suelos y la calidad de los productos cultivados.	<b>Indicador</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Niveles de eficiencia.</li><li>• Incremento de la demanda.</li></ul>

## HIPÓTESIS PARTICULAR 3

<b>Variable Independiente</b> Proyecto en marcha.	<b>Conceptualización</b> Comercialización de los productos ofrecidos, y brindar soporte técnico a los agricultores.
<b>Variable Dependiente</b> Incremento en el uso de abonos orgánicos en el sector agrícola con ello los agricultores notaran su importancia y se incrementará el sentido de responsabilidad que tenemos con el ecosistema.	<b>Indicador</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Demanda creciente.</li><li>• Ecosistema menos contaminado.</li></ul>

## HIPÓTESIS PARTICULAR 4

<b>Variable Independiente</b> Análisis del promedio de inversión en abonos de los agricultores.	<b>Conceptualización</b> Comercialización de los productos ofrecidos, y brindar soporte técnico a los agricultores.
<b>Variable Dependiente</b> Garantía de un alto nivel de demanda	<b>Indicador</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Número de Ventas.</li></ul>

**Fuente:** Hipótesis (general y particulares)

**Autores:** Jéssica Pérez y Jorge González

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL**

La presente investigación será de tipo no experimental, porque el tema que se estudiará es la creación de una microempresa comercializadora de abonos orgánicos que contribuyan a la recuperación de los suelos y mejore la calidad alimenticia de los habitantes del Cantón milagro, se utilizarán técnicas ya existentes, lo cual no justifica el uso de la investigación experimental.

El proyecto estará basado en diseños transversales, dado que los datos requeridos se los obtendrá en una sola ocasión.

La modalidad a seguir en este análisis será descriptiva, puesto que se identificarán un determinado número de variables, las mismas que contaran con su respectiva descripción.

Adicional a ello parte de estas variables guardará relación entre si, por ello será necesario plantear una explicación coherente y concisa para despejar cualquier tipo de dudas que se presenten en determinado momento.

#### **3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA**

##### **3.2.1 Características de la población**

El universo para tomar la muestra que será objeto de estudio estará dirigido al sector agrícola del Cantón Milagro, teniendo como base el número de agricultores del Cantón según el MAGAP

### 3.2.2 Delimitación de la población

#### GEOGRAFICA

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Milagro

Esto nos indica que nuestra población es finita.

#### DEMOGRAFICA

**Sector:** Agrícola del Cantón Milagro.

### 3.2.3 Tipo de muestra

La muestra será de tipo no probabilístico

### 3.2.4 Tamaño de la muestra

Para encontrar el tamaño de la muestra, hemos tomado como referencia el número de productores agrícolas en la ciudad de Milagro según el MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca) que es de 4.396 personas. Esto nos permite desarrollar la fórmula siguiente:

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

$$n = \frac{4.396 (0,5) (0,5)}{\frac{(4396 - 1) (0,05)^2}{1,96^2} + (0,5) (0,5)} \qquad n = \frac{1099}{\frac{10,9875}{3,842} + (0,25)}$$

$$n = \frac{1099}{4,092} \qquad \mathbf{n = 269}$$

**Donde:**

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

P= Posibilidad de que ocurra un evento, p = 0.05

Q= Posibilidad de no ocurrencia de un evento,  $q = 0.05$

E= Error, se considera el 5%;  $E = 0.05$

Z= Nivel de confianza, que para el 95%,  $Z = 1.96$

### **3.2.5 Proceso de selección**

La selección aplicada es de tipo probabilístico, ya que tiene por objeto recolectar información que se asemeje a la realidad y se la obtendrá de 269 sujetos inmersos en actividades agrícolas en el Cantón Milagro.

## **3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS**

### **3.3.1 Métodos teóricos**

Los métodos teóricos a utilizarse en este proyecto serán el Inductivo, ya que con él se obtendrá conclusiones y premisas generales que podrán ser aplicadas en situaciones futuras de similares características.

El método Deductivo permitirá señalar conclusiones de cada una de las variables involucradas en este estudio, luego de haber ejecutado el método de observación.

Con el método sintético se conseguirá una visión más clara de la problemática principal y sus posibles causas.

El método histórico nos ofrece una visión clara sobre la evolución y aceptación que ha tenido a través del tiempo este tipo de proyectos.

Con el método lógico seremos capaces de relacionar las diferentes variables, ya sean dependientes o independientes, con el fin de darle un sentido mas claro a cada una de las hipótesis.

### **3.3.2 Métodos empíricos**

Uno de los principales métodos involucrados en este proyecto será el de Observación debido a que fue mediante este que se determinaron las ideas y causas motivadoras para la realización de esta tesis.

Debido a la necesidad de establecer diferencias y relaciones entre las variables será necesario hacer uso del método Comparativo.

Con el fin de realizar una correcta tabulación de los datos obtenidos, se empleará el método matemático.

Por motivos didácticos, el proyecto deberá complementar el método comparativo con el método Estadístico, de este modo se contará con una base numérica porcentual para una mayor comprensión.

### **3.3.3 Técnicas e instrumentos**

Con el fin de obtener la información necesaria para deducir si el mercado se encuentra o no preparado para una microempresa como esta, emplearemos la encuesta, la misma que estará dirigida a los agricultores del Cantón Milagro.

## **3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

La información se procesará mediante los siguientes pasos:

- Elaboración del cuestionario de la encuesta
- Aplicación de la encuesta al sector agrícola del Cantón Milagro
- Recolección de datos, ordenamiento y tabulación de los mismos en Excel.
- Interpretación de los resultados (estadísticas).
- Verificación de las hipótesis.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

##### PREGUNTA UNO

¿Ha escuchado de la importancia del uso de abonos orgánicos?

**Tabla 2.** Nivel Conocimiento sobre abonos orgánicos

ALTERNATIVAS	# AGRICULTORES	% AGRICULTORES
MUCHO	54	20,00%
POCO	188	70,00
NADA	27	10,00
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

**Figura 3.** Conocimiento sobre abonos orgánicos



Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

La muestra indica un alto porcentaje de desconocimiento sobre abonos orgánicos, dado que solo el 20,00% de la misma tiene abundante conocimiento del tema, el 70,00 conoce poco y el 10,00% desconoce en absoluto acerca de estos abonos.

## PREGUNTA DOS

**¿Conoce usted la responsabilidad que debemos tener todas las personas con el medio ambiente?**

**Tabla 3.** Concienciación de la responsabilidad con el medio ambiente

ALTERNATIVAS	# AGRICULTORES	% AGRICULTORES
SI	269	100,00%
NO	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
 Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

**Figura 4.** Conciencia de la responsabilidad con el medio ambiente



Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
 Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

En el estudio de mercado encontramos que el 100,00% de los agricultores encuestados está consciente de la responsabilidad que debemos tener con el medio ambiente, sin embargo no han atinado a saber que los abonos orgánicos colaboran con dicha responsabilidad.

**PREGUNTA TRES**

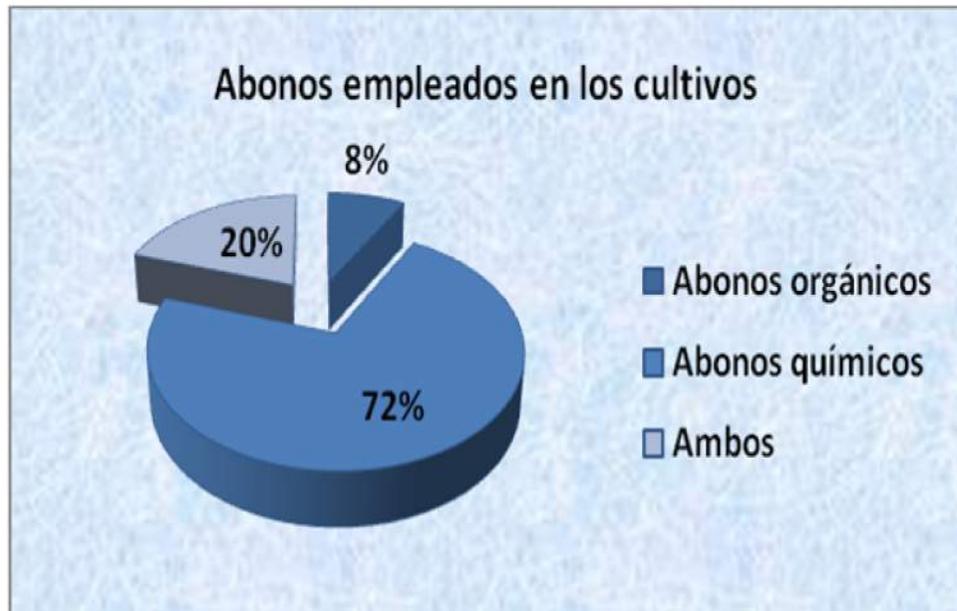
**Para abonar sus cultivos usted utiliza:**

**Tabla 4.** Abonos predominantes en los cultivos

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b># AGRICULTORES</b>	<b>% AGRICULTORES</b>
Abonos orgánicos	22	8,00%
Abonos químicos	194	72,00%
Ambos	54	20,00%
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
**Autores:** Jéssica Pérez y Jorge González

**Figura 5.** Abonos predominantes en los cultivos



**Fuente:** Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
**Autores:** Jéssica Pérez y Jorge González

La muestra confirma nuestra teoría sobre el exagerado uso de productos de origen químico en los diferentes cultivos, ya que el 72% de los encuestados utiliza abonos químicos en sus cultivos.

#### PREGUNTA CUATRO

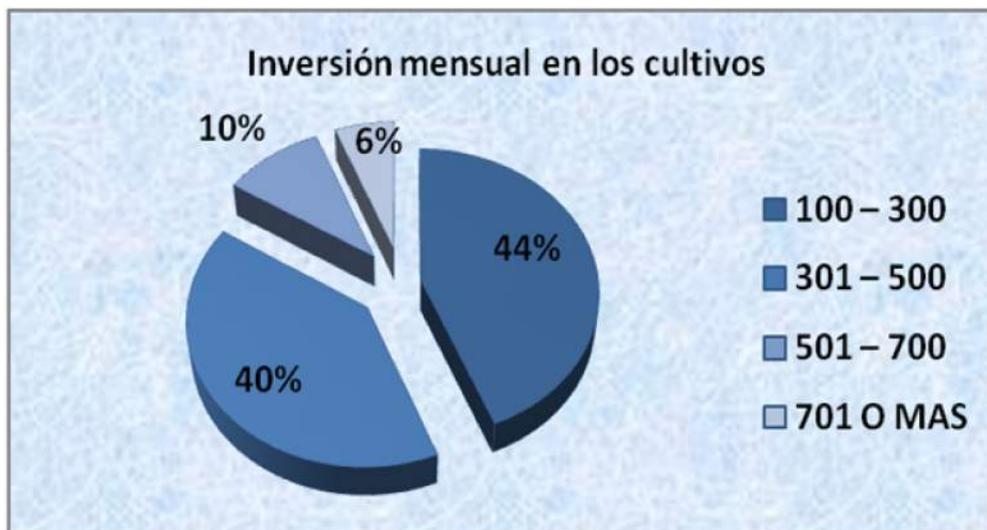
**¿Cuánto dinero invierte mensualmente por hectárea en abonos para sus cultivos?**

**Tabla 5.** Inversión mensual en los cultivos

ALTERNATIVAS \$	# AGRICULTORES	% AGRICULTORES
100 – 300	118	44,00%
301 – 500	108	40,00%
501 – 700	27	10,00%
701 O MAS	16	6,00%
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
 Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

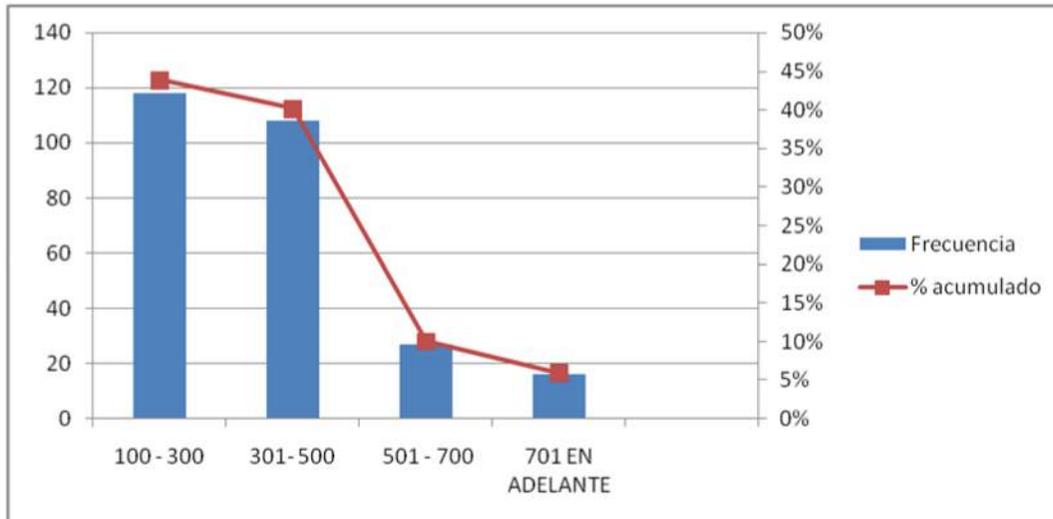
**Figura 6.** Inversión mensual en los cultivos



Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
 Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

El 44,00% de los agricultores encuestados coinciden en que invierten de 100 a 300 USD mensuales en sus siembras, el 40% de 301 a 500 USD, el 10% de 501 a 700 USD, mientras que solo el 6,00% invierte de 701 USD en adelante.

**Histograma**



**Análisis:** En el Histograma observamos la tendencia de la inversión promedio mensual por hectárea de los agricultores del Cantón Miagro.

**Barrido estadístico**

Media	67,25
Error típico	26,59
Mediana	67,50
Desviación estándar	53,18
Varianza de la muestra	2827,58
Curtosis	-5,61
Coefficiente de asimetría	-0,01
Rango	102,00
Mínimo	16,00
Máximo	118,00
Suma	269,00
Cuenta	4,00

Nivel de confianza (95,0%)	84,61
----------------------------	-------

### PREGUNTA CINCO

¿Sabía usted que el uso de abonos orgánicos contribuye a la reducción de costos en su producción, mejoramiento de la calidad alimenticia de los consumidores, y recuperación de los suelos?

**Tabla 6.** Conocimiento de los beneficios de los abonos orgánicos

ALTERNATIVAS	# AGRICULTORES	% AGRICULTORES
SI	229	85,23%
NO	40	14,77%
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
 Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

**Figura 7.** Conocimiento de los beneficios de los abonos orgánicos



Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
 Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

El estudio nos da como resultado el alto porcentaje de desconocimiento sobre los beneficios que ofrecen los abonos orgánicos al agricultor, ya que solo el 14,77% de los encuestados está consciente de los mismos.

### **PREGUNTA SEIS**

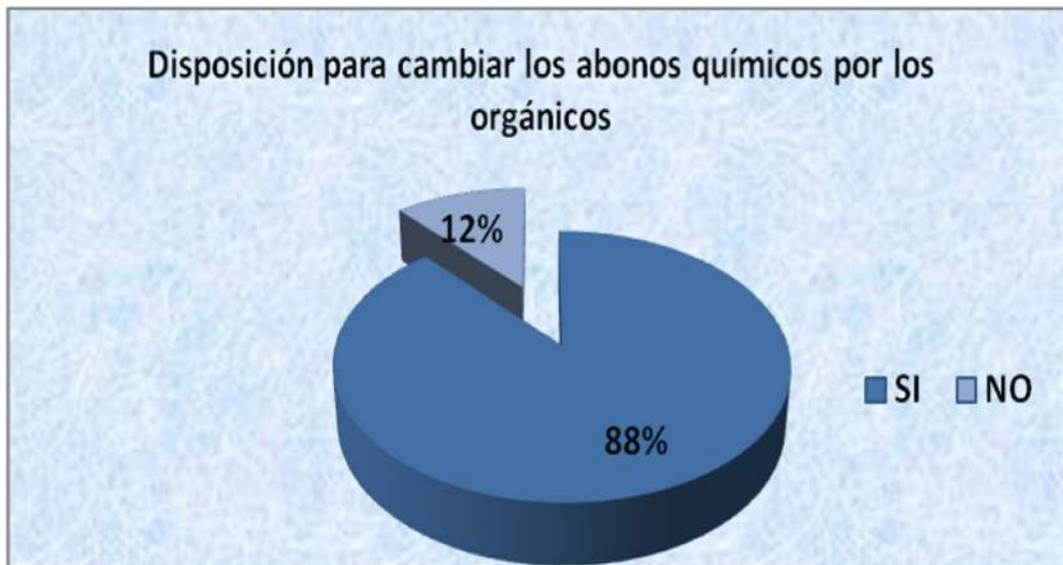
**¿Estaría dispuesto a cambiar su estilo de producción utilizando abonos orgánicos en lugar de los químicos?**

**Tabla 7.** Disposición para cambiar los abonos químicos por los orgánicos

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b># AGRICULTORES</b>	<b>% AGRICULTORES</b>
SI	238	88,34%
NO	31	11,66%
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

**Figura 8.** Disposición para cambiar los abonos químicos por los orgánicos



Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

El 88,34% de los agricultores se muestra interesado en cambiar su estilo de agricultura, mientras que el 11,66% aun no se siente preparado para abandonar su método habitual.

## PREGUNTA SIETE

**¿Qué beneficios quisiera que le ofrezcan los abonos orgánicos?**

**Tabla 8.** Beneficios esperados de los abonos orgánicos

ALTERNATIVAS	# AGRICULTORES	% AGRICULTORES
Cultivos de mejor calidad	103	38,34%
Que le garanticen que su producción no decaiga drásticamente	111	41,19%
Que eviten los riesgos de enfermedades en la piel	55	20,47
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

**Figura 9.** Beneficios esperados de los abonos orgánicos



Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

El 41,19% de los encuestados como punto primordial solicitan la garantía de que su producción no decaiga drásticamente a la hora de cambiar las técnicas de cultivar con químicos a orgánicos y el 38,34% coincide en que el producto les ofrezca cultivos de mejor calidad, mientras que el 20,47% necesita que el producto no provoque enfermedades en su piel.

**PREGUNTA OCHO**

**¿Si le ofreciéramos abonos orgánicos, que servicio adicional le gustaría recibir?**

**Tabla 9.** Servicios adicionales esperados de la microempresa

ALTERNATIVAS	#	%
	AGRICULTORES	AGRICULTORES
Soporte técnico	32	12,00%
Charlas para su grupo de consumidores	91	34,00%
Visitas de control	145	54,00%
Otras	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
 Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

**Figura 10.** Servicios adicionales esperados de la microempresa



Fuente: Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
 Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

El servicio adicional requerido por los agricultores es que se le realicen visitas de control a sus cultivos, opción que tiene el 54,00% de aceptación, seguida de las charlas para el grupo de consumidores de los agricultores que obtuvo el 34% de aceptación.

#### **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS**

En la actualidad, hay varios grupos de personas que se han preocupado por difundir esta iniciativa, tanto así que ya existen varias microempresas y empresas, nacionales y extranjeras, con fines y sin fines de lucro, que se dedican a la comercialización de abonos orgánicos, lo cual resulta muy beneficioso para nuestra microempresa, ya que se ha evaluado el nivel de aceptación de este tipo de productos y presenta una demanda creciente.

En la serranía del nuestro País, hay grupos de agricultores que se reúnen con sus comunidades y entre ellos elaboran sus propios abonos orgánicos.

De hecho otros estudiantes han elaborado proyectos similares y la acogida ha sido muy significativa, ya que las hipótesis se confirmaron en su mayoría.

Incluso los grandes fabricantes de agroquímicos están haciendo un espacio para la comercialización de los abonos orgánicos, como es el caso de Pronaca, Agrofarm, etc.

El estudio realizado, nos muestra grandes posibilidades de captar clientes ya que afortunadamente para nosotros, en el Cantón Milagro no existe ninguna microempresa que se dedique exclusivamente a la distribución de abonos orgánicos.

Al comparar nuestra propuesta con otras que se han aplicado en circunstancias similares e incluso menos privilegiadas como la nuestra hemos notado que las probabilidades de éxito no son escasas, lo que nos motiva a seguir adelante con la ejecución del proyecto.

### **4.3 RESULTADOS**

Luego de realizar las encuestas, podemos decir que el 70% de la muestra tiene poco conocimiento sobre abonos orgánicos, el 20% de los mismos esta mucho mas informado, mientras que el 10% ignora rotundamente lo que son los abonos orgánicos.

Ventajosamente el 100% de la población coincide en que todos debemos ser responsables con el medio ambiente.

El 72% de los agricultores encuestados afirma que en el proceso de producción de sus cultivos únicamente emplean abonos de síntesis química, el 8% manejan métodos de tipo orgánico y la diferencia del 10% emplea ambos métodos, es decir que en sus cultivos aplican abonos tanto orgánicos como inorgánicos.

Dentro del ámbito económico, el 44% de los agricultores invierte de 100 a 300 USD al mes, el 40%, de 301 a 500USD, el 10% de 501 a 700 USD y el únicamente el 6% de los sujetos objeto de estudio compra de 701 USD en adelante cada mes.

El 85,23% de los encuestados tiene conocimiento de los beneficios y bondades que obtendrían al abonar sus cultivos con productos orgánicos, la diferencia del 14.77% desconocía absolutamente estas características. De acuerdo con lo investigado, el 88,34% de la muestra coincide en que estarían dispuestos a dejar de lado la agricultura convencional por una más sana que es la orgánica o ecológica.

Para decidirse a cambiar el estilo de cultivar, el 41% necesita tener la garantía de que su nivel de producción no decaerá de manera drástica al empezar con este nuevo método el 38.34% quiere que sus cultivos tengan mejor calidad que la que presentaban con el antiguo método y el 20.47% necesita que los productos ofertados no les causen lesiones ni enfermedades dermatológicas en la piel.

Los posibles clientes necesitan que adicional a los beneficios que brinda el producto, se les brinde soporte técnico, es decir sugerirles que pasos deben seguir para que sus cosechas sean fructíferas y saludables, este requisito lo hace el 12% de los agricultores, el que se impartan charlas informativas y educativas a su grupo de consumidores, es la prioridad del 34% de los mismos pero el 54% de los encuestados solicitaron que se les

realicen visitas de control constantes para comprobar que el proceso de cultivo sea el óptimo.

#### 4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
<p><b>La creación de una microempresa destinada a la comercialización de abono orgánico en el Cantón Milagro provocará la reducción en los costos de producción de los agricultores y la mejora en la calidad alimenticia de los habitantes.</b></p>	<p>La pregunta No. 1 da como resultado que el 70% de los encuestados conoce sobre el uso y beneficios de los abonos orgánicos, los resultados de la pregunta No. 3 indican que el 72% usan abonos químicos. Esto permite inferir que los agricultores aun utilizan abonos químicos, sin embargo es necesario implementar una estrategia de comunicación que permita influir en estas personas hacia el uso de abonos orgánicos, la mejor estrategia sería la de ofrecer servicios adicionales, ante esto, la pregunta No. 8 indica que el 54% de agricultores encuestados consideran que un servicio adicional es el servicio de control.</p>
<p>➤ <b>Las estrategias comerciales empleadas, ayudarán a crear conciencia sobre los daños ocasionados al emplear la agricultura convencional.</b></p>	<p>De acuerdo al 54% de agricultores que respondieron en la pregunta No. 8 que ellos desean como servicios adicionales el servicio de control esto debe implementarse, además, en la pregunta No. 5, el 85% responde que sí conocen sobre los beneficios de abonos orgánicos, por lo tanto estarían dispuestos a cambiar los que actualmente usan como parte de la agricultura convencional.</p>
<p>➤ <b>El uso de abonos orgánicos favorecerá económicamente al agricultor y contribuirá a mantener la armonía entre el ecosistema y el</b></p>	<p>De acuerdo a la pregunta No. 3, el 72% de encuestados usan abonos químicos, ocasionando daños al ecosistema, por ello es importante que se apliquen estrategias de</p>

<b>cultivo.</b>	comunicación sobre los beneficios económicos y al ecosistema que ocasionan los abonos orgánicos.
<b>➤ La comercialización de abonos orgánicos incurrirá en la recuperación de los suelos y en la calidad de los productos cultivados.</b>	De acuerdo a los resultados de la pregunta No. 7, el 41% de agricultores desean que los abonos orgánicos contribuyan al mantenimiento y mejora de los niveles de producción, es decir, que esta no decaiga, por ello hay que comunicar que los abonos orgánicos recuperan los suelos y la producción se vuelve sostenible y sustentable.
<b>➤ Al poner en marcha este proyecto se impulsará el uso de abonos orgánicos en el sector agrícola, con ello los agricultores notaran su importancia y se incrementará el sentido de responsabilidad que tenemos con el ecosistema.</b>	Todos los encuestados, el 100%, según los resultados de la pregunta No. 2 indican que conocen la responsabilidad que cada ser humano tiene con el medio ambiente, este factor debe emplearse para implementar estrategias de concienciación a los agricultores, indicando que la mejor opción es el uso de abonos orgánicos.
<b>➤ Con el análisis del promedio de inversión en abonos de los agricultores se establecerán las características de la oferta garantizando un alto nivel de demanda.</b>	La pregunta No. 4, demuestra que el 44% de agricultores invierte entre \$100 y \$300 en abonos químicos, si se acentúa una estrategia de precio en los abonos orgánicos se tendrá una demanda conveniente.

**Fuente:** Encuesta realizada al sector agrícola del Cantón Milagro  
**Autores:** Jéssica Pérez y Jorge González

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Creación de una microempresa comercializadora de abonos orgánicos que contribuyan a la recuperación de los suelos, reducción en los costos de producción y mejore la calidad alimenticia de los habitantes del cantón Milagro.

#### **5.2 FUNDAMENTACIÓN**

El errado y deficiente estilo de vida del hombre es algo muy notorio, ello ha desencadenado una serie de complicaciones y una de las más dañinas es la creciente despreocupación en la calidad de alimentos que consumimos.

Razón por la cual se ha creado esta microempresa, que tiene como meta dar a conocer un método de cultivo novedoso y responsable con el medio ambiente, que dará como resultado una agricultura sostenible y saludable.

La agricultura convencional ha dejado cuantiosos problemas, tanto en contra de la salud del hombre como del medio en el que nos desenvolvemos, ya que como es de conocimiento de todos, el uso de químicos en cualquiera que sea el área es delicado, mucho más si nos referimos al área alimenticia.

Está demostrado que los individuos que están constantemente expuestos a los agrotóxicos presentan afecciones en su salud, que si bien es cierto, muchas veces no son

visibles, han ocasionado severos daños y no solo al individuo comprometido sino también a su familia.

Gran número de niños con síndrome de Down y otras enfermedades degenerativas, han nacido así porque uno de sus padres ha mantenido contacto constante con químicos.

A más de eso los agroquímicos van dejando desastres a su paso, al entrar en contacto con otros cultivos, ya sea por medio de fumigación o en el mismo viento, los dañan, los queman o secan sus frutos, los habitantes de las poblaciones cercanas al área fumigada presentan irritaciones en la piel.

El agua de los ríos está contaminada, ya no contamos con la cantidad de peces que antes existía, el ganado y todos los animales que ingieren agua del río se contaminan y como es normal en la cadena alimenticia, el hombre consume todos estos productos contaminados y se enferma todo se extingue y a pesar de ello aun hay muchos que han encontrado en los agroquímicos la solución para tener una buena producción.

Lamentablemente solo piensan en generar ganancias propias sin importar los daños que están ocasionando a los demás seres humanos, también con la buena distribución y el uso de abonos orgánicos aportaremos al cuidado del ecosistema que ya nos está pasando la factura de tanto descontrol porque nos hemos acostumbrado a utilizar químicos para toda actividad comercial, hoy por hoy con tantos cambios que se presentan en nuestro planeta se está empleando y apostando a lo natural así ya tenemos muchos productos como son los combustibles, la energía y porque no empezar a cambiar el estilo del trabajo agrícola orgánicamente.

Al emplear este tipo de abonos, el agricultor ahorrara dinero de una u otra forma, por ejemplo, se recuperarán las propiedades naturales del suelo, reaparecerán los microorganismos propios del suelo, que son los que mantienen viva la tierra; de aquí la finalidad de conseguir la recuperación de los suelos, que más que nada se irá dando de carácter cualitativo, puesto que al dejar de aplicar de manera exagerada los agroquímicos, enfatizaremos en los abonos orgánicos, que le ofrecen a la biota riqueza y nutrición natural y duradera.

Quien no sabe q las lombrices son el mejor humus que tiene la tierra?, bien pues debemos saber que al aplicar agrotóxicos, matamos muchos animales e insectos valiosos para el cultivo, mientras que con la agricultura orgánica, ayudamos a que estos habitantes contribuyan con nuestro sembrío, lo que nos permitirá obtener una cosecha superior a lo habitual, que se refleja en un incremento de ingresos, a esto sumémosle el hecho de que en la actualidad los productos orgánicos son mejor pagados que los convencionales, otro factor de tipo económico es que al consumir sano disminuirán las enfermedades y con ello también disminuyen las visitas a los médicos y la compra de medicinas.

No hay que dejar de un lado el hecho de que con suelos que se están recuperando paulatinamente, ya no será necesario paralizar las siembras para permitir que el suelo semi-inerte recobre sus propiedades de producción, lo que evidentemente también se convierte en una ventaja económica para el agricultor.

En los países de economía estable y desarrollados se están tomando muy en serio el cuidado de su alimentación exigiendo productos orgánicos y porque no ponerlo en práctica en países pequeños como el Ecuador que SI SE PUEDE cambiar el estilo de agricultura antiguo para cosechar productos sanos.

## **10 Razones para comer orgánico**

*La producción orgánica o ecológica tiene como objetivo principal la producción de alimentos saludables, de la mejor calidad nutritiva, sin contaminantes y obtenidos mediante sistemas de trabajo sustentables.*

1. Protege la calidad de vida de las futuras generaciones. Somos administradores de la tierra, como tales, responsables de la calidad de los recursos que heredarán las futuras generaciones. Los alimentos orgánicos, proveen una dieta segura, libre de pesticidas y residuos de productos químicos sintéticos, muchos de los cuales son cancerígenos.
2. Previene la erosión de los suelos. Según investigaciones científicas, la erosión que sufren los suelos tratados con fertilizantes químicos es 7 veces más rápida que la capacidad de reconstrucción natural de los mismos. Por el contrario, en los cultivos orgánicos el suelo es el fundamento de la cadena alimentaria.

3. Mantiene fuera de su plato los productos químicos. Muchos de los pesticidas utilizados en la agricultura tradicional fueron aprobados por los organismos correspondientes antes de comprobarse sus propiedades cancerígenas.
4. Ayuda a los productores chicos. Las granjas a gran escala están provocando la desaparición de los pequeños granjeros. Se prevé que en el futuro y con la gradual conversión a la agricultura orgánica de las de gran escala se revalorizará la actividad de los agricultores independientes.
5. Defiende una "verdadera" economía. Muchos consumidores creen que el cultivo orgánico es más caro que el tradicional, esto parecería desprenderse de los precios al consumidor. En realidad los costos de la agricultura moderna se trasladan a los contribuyentes por los onerosos controles que debe ejercer el estado para controlar la calidad de los alimentos y la gran pérdida económica que implica el deterioro de los recursos naturales.
6. Protege la salud de los granjeros. Los granjeros y trabajadores agrícolas por su exposición directa a los pesticidas y herbicidas, tienen un porcentaje mayor de riesgo de contraer algún tipo de cáncer o envenenamiento por productos químicos.
7. Resguarda la calidad del agua. El uso de pesticidas para el riego genera contaminación de las capas subterráneas de agua que son la fuente primaria de agua potable para gran parte de la población.
8. Preserva la energía. Los procedimientos que utiliza la agricultura tradicional insumen enormes cantidades de energía. La agricultura orgánica, tiene su base en la práctica del trabajo intensivo, muchas de las tareas son manuales y los abonos verdes que se utilizan no requieren de combustibles fósiles para su fabricación.
9. Elimina los monocultivos. La plantación de un solo tipo de cultivo año tras año debilita la tierra quitándole los minerales naturales y sus nutrientes, tornándola más susceptible a las plagas por lo que se debe aumentar el uso de pesticidas.
10. Los alimentos tienen más sabor. La granja moderna ha logrado extender los cultivos fuera de su temporada habitual y ha privilegiado una uniformidad estética. Ambas cosas a menudo atentan contra el gusto y frescura, propiedades que se mantienen intactas en los productos orgánicos.

*Fuente: <http://www.verdesabores.com/frontEnd/Articulo.aspx?id=12>*

### **5.3 JUSTIFICACIÓN**

Es responsabilidad de todos quienes vivimos y nos servimos del planeta tierra cuidar y ayudar a mantener nuestro hábitat en óptimas condiciones, razón por la cual hemos

decidido, mediante este proyecto poner nuestro granito de arena para lograr un mundo mejor y prolongar su salud para el bienestar de las futuras generaciones.

La creación de esta microempresa comercializadora de abonos orgánicos se fundamenta en la aceptación que muestran los agricultores, aunque la mayoría de ellos tiene poco conocimiento y otra parte mucho sobre los beneficios que estos le aportarían en sus cultivos, están dispuestos a cambiar su estilo de vida al cultivar y cosechar sus productos dejando atrás los abonos químicos comunes, por los orgánicos, o cuando menos, algunos optaran por ir combinando ambas técnicas durante el proceso productivo, porque estos les representarían una reducción en los costos de producción también mejorando y recuperando los terrenos utilizados en cada uno de sus sembríos a más de ello obtendrán el mejoramiento de la calidad alimenticia y por ende la calidad de vida de los consumidores finales.

Uno de los beneficios más importantes y relevantes es que el producto por sus propiedades hará que aparezcan cultivos de mejor calidad.

Otro factor que motiva la ejecución de la microempresa es que el ofrecimiento de charlas técnicas y visitas de control ha incentivado a los agricultores a optar por este tipo de abonos.

Los agricultores hoy en día invierten fuertes cantidades de dinero en productos químicos, dado que las enfermedades cada vez son menos fáciles de combatir, lo que induce al agricultor a invertir más para salvar sus cultivos y con tantos componentes químicos se aniquilan los insectos que en casi todas las ocasiones son necesarios para la salud de los cultivos. Mientras que con los abonos orgánicos se puede conseguir una alianza y complicidad especial entre el cultivo y el medio en el que se encuentra, pues los abonos orgánicos a diferencia de los sintéticos, preservan las bondades y propiedades naturales de la tierra para no afectar a los microorganismos productores de sales y minerales indispensables las plantas en todas sus etapas.

En la actualidad, las autoridades y organizaciones, tanto nacionales como extranjeras, están inclinado sus preferencias alimenticias, lo que avizora un futuro prometedor para

nuestra microempresa ya que constantemente se está buscando todo lo que sea orgánico, tanto así que ya hay en algunos mercados los pollos, reses, porcinos, frutas como el banano, etc., de origen orgánico, y aunque no cuentan con una promoción muy concentrada, cada día están ganando más terreno en las necesidades de los consumidores.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1. Objetivo General**

Crear una microempresa de comercialización de abonos orgánicos en la ciudad de Milagro con el fin de contribuir a la optimización de recursos agrícolas para el desarrollo productivo del sector, aplicando estrategias que garanticen la satisfacción de los clientes y la estabilidad en el mercado.

### **5.4.2. Objetivos Específicos**

- Analizar la adecuada estrategia comercial para introducir estos abonos en un mercado que aun no está plenamente consciente de los daños causados por la agricultura convencional.
- Proponer las significativas ventajas económicas y ecológicas obtenidas por el uso de abonos orgánicos que no afectan la calidad del suelo.
- Invertir en asesoramiento técnico para grupos de agricultores para darles a conocer los beneficios económicos que ofrecen los abonos orgánicos, tanto a corto como a largo plazo.
- Fomentar el consumo de alimentos sanos cultivados de manera orgánica indicando al consumidor y al agricultor lo ventajoso y económico que puede ser el alimentarse adecuadamente.



**Figura 13. Ventajas y Desventajas de la ubicación:**

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Local de fácil ubicación.</li> <li>• Está cerca de la zona agrícola de Las Piñas.</li> <li>• Paso del autobús frente al local.</li> <li>• Gran número de los habitantes del sector tienen cultivos en otras zonas.</li> <li>• Vía con afluencia de personas de otras zonas agrícolas.</li> <li>• Facilidad de movilización de los clientes para ir en los medios de transporte público.</li> <li>• Tener relativamente cerca 3 colegios que fomentan la agricultura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No está en la vía principal.</li> <li>• La vía no es de doble tránsito.</li> <li>• Sector no cuenta con vigilancia constante.</li> <li>• Vía angosta no permite parqueo prolongado.</li> <li>• Proveedores de agroquímicos ubicados en la vía principal.</li> </ul>

**Fuente:** Ventajas y Desventajas de la ubicación  
**Autores:** Jéssica Pérez y Jorge González

El local de distribución será de 20\*10m, estructura de hormigón armado, cubierta de zinc, con tumbado, piso de cerámica, cuenta con todos los servicios básicos así mismo los equipos tecnológicos y de oficina para la comodidad de los empleados y clientes y esta adecuado de la mejor manera a fin de contribuir a la conservación eficiente de los abonos.

La ejecución se la realizara a partir del segundo semestre del año 2012.

## 5.6 FACTIBILIDAD

### Marco Legal

#### Objetivos:

Definir la posibilidad legal y social que existe, para que el negocio se establezca y opere bajo los parámetros establecidos por la ley.

#### Análisis legal

La microempresa será constituida como una sociedad anónima por la flexibilidad que esta brinda.

## **Trámites de Constitución**

### **La compañía anónima**

Es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

- La sociedad anónima puede reunir grandes capitales y se caracteriza por que es una sociedad de capital, que de personas.
- El capital suscrito mínimo es de \$800, dividido en acciones negociables.
- La junta general de accionistas, es el órgano supremo de la compañía.
- El nombre de la sociedad comúnmente es a su objeto, y se agrega las expresiones S.A. o C.A.
- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución.
- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.
- La compañía anónima es solemne, se celebra mediante escritura pública que será aprobada por la superintendencia de compañías, e inscrita en el registro mercantil.

### **Los requisitos para la escritura pública de constitución contendrán:**

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato.
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
- El objeto social, debidamente concretado.
- Su denominación y duración.
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital.
- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado.
- El domicilio de la compañía.
- La forma de administración y las facultades de los administradores.
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales.

- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía.
- Las normas de reparto de utilidades
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y la forma de proceder a la designación de liquidadores.

### **Presentación de la escritura de constitución al superintendente de compañías**

Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución. La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación. La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva. Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse.

La escritura contendrá además:

- El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- La denominación, objeto y capital social
- Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y
- El domicilio de la compañía.

Los promotores convocarán por la prensa, con no menos de ocho ni más de quince días de anticipación, a la junta general constitutiva, una vez transcurrido el plazo para el

pago de la parte de las acciones que debe ser cubierto para la constitución de la compañía. Dicha junta general se ocupará de:

- Comprobar el depósito bancario de las partes pagadas del capital suscrito;
- Examinar y en su caso, comprobar el avalúo de los bienes distintos del numerario que uno o más socios se hubieren obligado a aportar. Los suscriptores no tendrán derecho a votar con relación a sus respectivas aportaciones en especie;
- Deliberar acerca de los derechos y ventajas reservados a los promotores;
- Acordar el nombramiento de los administradores si conforme al contrato de promoción deben ser designados en el acto constitutivo; y,
- Designar las personas que deberán otorgar la escritura de constitución definitiva de la compañía.
- El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañía, hay que afiliarse a la Cámara de Comercio, en caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio.

### **Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

- Presentar el documento original del registro de la sociedad
- Copia de planillas en las que aparezca la dirección donde funcionara la compañía.
- Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal.
- Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite.
- El trámite para la obtención del registro único de contribuyentes no tienen ningún costo monetario.

El plazo para la obtención del RUC es de 30 días posteriores a la iniciación de actividades o constitución de una compañía. De acuerdo con la ley, éste deberá constar en matrículas, facturas, planillas de sueldos, declaraciones de tributos, etiqueta, envases, etc. Además, el número de registro del RUC será exigido para conceder permisos de importación, pólizas de exportación, pedimentos de aduana, actuaciones ante notarios y registradores, concesión de matrículas de comercio, industrias o agricultura, tramitaciones de préstamos en instituciones financieras, concesión de visas, recepción de declaraciones y pago de tributos, entre otras diligencias.

### **Período tributario (SRI)**

El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 1° de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1° de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año. Las sociedades calcularán el impuesto causado aplicando la tarifa del 15% sobre el valor de las utilidades que reinviertan en el país y la tarifa del 25% sobre el resto de utilidades.

### **Obligación de llevar contabilidad**

Los artículos 20 y 21 de la Ley de Régimen Tributario Interno y el artículo 15 del Reglamento de Aplicación del Impuesto a la Renta, determinan lo siguiente:

- Todas las sociedades están obligadas a llevar contabilidad.
- Las personas naturales también están obligadas a llevar contabilidad, aquellas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al primero de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado los 24.000 dólares, o cuyos ingresos brutos anuales del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 40.000 dólares.

### **Permiso y patente municipal**

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación:

- Registro único de contribuyentes (RUC).

- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Llenar formulario de solicitud de locales comerciales, industriales y de servicio, la tasa de habilitación cuesta \$ 2,00 USD.
- Croquis del lugar donde está ubicado el negocio.

### **Certificado de salud**

Lo otorga la Subdirección de Salud de cada ciudad donde se va a realizar la actividad mercantil.

- Permiso de la Dirección de Higiene Municipal
- Copia del RUC.
- Copia Nombramiento Representante Legal.
- Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- Planilla de luz.

El carnet de salud ocupacional por cada uno de los empleados. Con lo que después se puede obtener el respectivo registro sanitario.

### **Afiliación a la cámara de comercio**

Emitido por la cámara de comercio donde se vaya a realizar las actividades comerciales, en este caso las gestiones de afiliación deberán realizarse en las instalaciones de la cámara de comercio del cantón Milagro. Presentando la siguiente documentación y el recibo oficial de caja.

- Original y copia de la cédula de identidad
- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia del RUC.
- Certificado extendido por el cuerpo de bomberos y la copia de factura del o los extintores comprados para el local.
- Tres copias certificadas del Proceso Judicial

### **Legalización de libros de planillas**

Una vez inscrita se llevará el libro de planillas de remuneraciones al Ministerio de Trabajo o a su dependencia para que sea legalizada.

Después diríjase al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y registre la afiliación del patrono y los empleados. El primero debe obtener una clave a través de: la página web del mismo. [www.ies.gov.ec](http://www.ies.gov.ec)

### **Permiso ambiental.**

Solicitar la inspección del local con oficio dirigido al Dr. De salud Eduardo Verdesoto Martínez con los siguientes documentos:

- Copia de cédula
- Certificado e votación
- Copia del RUC

### **Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos**

Permiso que es emitido por el benemérito cuerpo de bomberos del cantón. Después que un grupo encargado haya inspeccionado las instalaciones, y revisado que se cuenta los recursos necesarios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

- Copia del RUC
- Copia del Nombramiento Representante Legal
- Copia de Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal
- Planilla de Luz
- Pago de tasa o permiso, de acuerdo a la actividad económica
- Factura del extintor (mínimo de 5 libras) que colocará en el establecimiento comercial.

### **Registro Y Acreditación En Ecuador**

En cumplimiento de la Resolución SESA No. 16, publicada en el Registro Oficial No. 152, de Jueves 24 de Noviembre del 2005, mediante el cual se expide el manual de Procedimientos y Formularios para la aplicación del Reglamento de la Normativa General para Promover y Regular la Producción Orgánica Agropecuaria en el Ecuador, la CERTIFICADORA ECUATORIANA DE ESTANDARES CERESCUADOR CIA.LTDA., se encuentra registrada ante la Autoridad Nacional Competente de Control

de la Agricultura Orgánica en el Ecuador: la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro AGROCALIDAD, con certificado de registro N° 002-AC-0510, lo que le autoriza a funcionar como agencia certificadora de productos orgánicos en el territorio ecuatoriano; además está acreditado por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano - OAE con certificado N° OAE OCP 07-C02 de acuerdo con los requerimientos establecidos en la Guía GPE INEN ISO/IEC 65:2005 “Requisitos Generales para Organismos que operan Sistemas de Certificación de Producto”, equivalente a Guide ISO/IEC 65:1996 (E), y con los Criterios Generales de Acreditación para Organismos que operan Sistemas de Certificación de Productos OAE CR GA03, lo que garantiza su competencia técnica para el alcance de certificación de productos orgánicos agropecuarios de conformidad con:

- a. Reglamento de la Normativa de la Producción Orgánica Agropecuaria del Ecuador, Acuerdo Ministerial N° 302, Registro Oficial N° 384 del 25 de Octubre de 2006
- b. Reglamento (CE) N° 834/2007 del Consejo de 28 de Junio de 2007
- Reglamento (CE) N° 889/2008 de la Comisión de 5 de septiembre de 2008

En los ámbitos de actividad:

- a. Productos vegetales orgánicos no transformados
- b. Semillas y material de reproducción orgánico,
- c. Procesamiento de productos orgánicos para alimentación humana
- d. Comercialización de productos orgánicos incluido exportación e importación.

## **5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

La ejecución de este proyecto se realizara mediante un estudio de mercado. Se conocerá la necesidad real y por medio de una sociedad implementar el proyecto y se socializará de una manera informativa mediante anuncios televisivos, radiales, vallas publicitarias, etc.

Se plantea que tantos los agricultores como la organización tengas mayor número de beneficios económicos, ya que el producto por ser orgánico representara ganancias al cosechar mas producto por su alto contenido de vitaminas y mejoramiento del suelo, por tanto la comercializadora venderá mayor cantidad del producto generando ganancias esperadas.

### **5.7.1 Análisis**

#### **Misión**

Ser una microempresa de comercialización de abonos orgánicos que satisfaga la demanda no cubierta y apoye al desarrollo de una agricultura orgánica sostenible que asegure la salud del hombre y la mujer y contribuya a la recuperación de los suelos.

#### **Visión**

Dentro de cinco años posicionarnos en el mercado de comercialización de abonos orgánicos y convertirnos en productores de nuestros propios abonos, apoyándonos en la experiencia y conocimiento de nuestro equipo de trabajo con la humanidad a tener un estilo de vida saludable.

#### **Objetivos**

##### **Objetivo General**

Aportar al desarrollo de la agricultura en el Cantón Milagro mediante la comercialización de abonos orgánicos fomentando una agricultura sostenible ayudando a la recuperación de los suelos y contribuyendo al cultivo de productos más saludables, mediante la optimización de los recursos.

##### **Objetivos Específicos**

- Generar cuatro (4) empleos directos y un empleo (1) indirecto durante el primer año operativo de la empresa. De manera que se beneficie el nivel de ingreso de los participantes del proyecto y por ende la calidad de vida de sus familias. Mediante el aporte de su capacidad laboral, conocimiento y experiencia en el cargo asignado.
- Brindar a la clientela la mayor confianza y credibilidad sobre los diferentes beneficios que ofrecen los abonos orgánicos.
- Disminuir los niveles de contaminación producidos por el uso de abonos de origen sintético, contribuyendo con la recuperación del ecosistema.

- Aumentar el nivel de la oferta de abonos orgánicos existentes en los sectores de flores, hortalizas y frutales, en las zonas agrícolas del Cantón, que contribuya a suplir sus demandas, mediante técnicas avanzadas de producción limpia.

### **Valores Corporativos**

- **Competitividad:** Aplicar la cultura de calidad en el servicio, ofreciendo una amplia cobertura, que permita responder efectivamente frente a las exigencias del mercado dentro de un mundo globalizado.
- **Eficiencia:** Cumpliendo con cada uno de los requerimientos de los clientes.
- **Moralidad:** comercializar productos de la calidad y características que se ofrecieron previamente al cliente.
- **Transparencia:** ser honestos en el manejo de las personas, recursos, materiales e información, fomentar una relación directa con el cliente.
- **Responsabilidad social:** contribuir al mejoramiento de la calidad alimenticia y la prolongar la vida de los suelos haciéndolos más productivos.
- **Imparcialidad:** actuar de acuerdo a los parámetros empresariales, garantizando un trato objetivo e independiente, tanto al cliente interno como al externo.
- **Liderazgo:** Permitir que los empleados se sientan seguros en el cargo que ocupan.
- **Respeto:** Comprender y valorar la libertad de pensamiento y los derechos inherentes a cada persona. Entender al interlocutor, compañeros, clientes o proveedores para sincronizar los intereses y necesidades con ellos. Desarrollar una relación basada en confianza, respeto e integridad.
- **Lealtad:** Cumplir las responsabilidades individuales para fortalecer la imagen institucional.

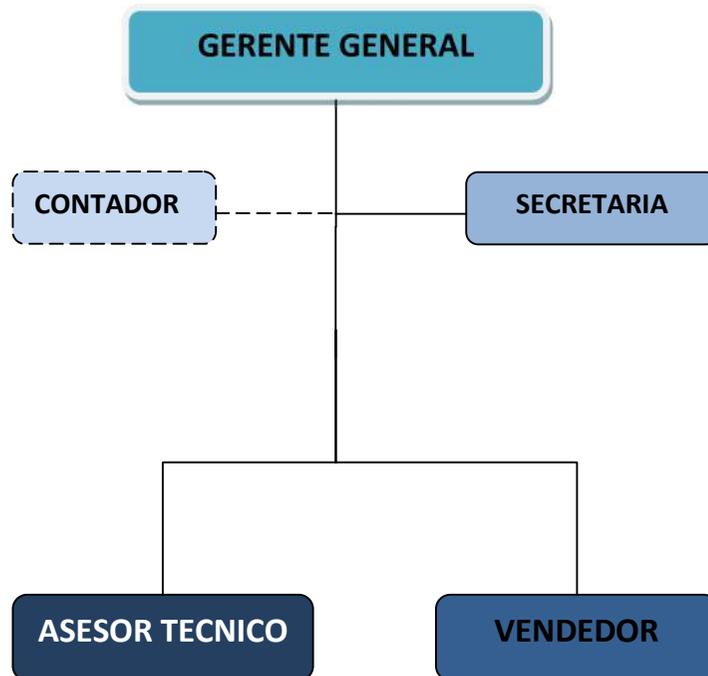
- **Integridad:** Guardar respeto y compostura hacia todos los clientes sean estos internos o externos, ser leales con los clientes, compañeros de trabajo, presentarse puntual en el trabajo.

## 5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

### Organigrama

La microempresa estará constituida por 5 cargos, los mismos que se distribuyen de la siguiente manera:

**Figura 14. Organigrama de la microempresa**



**Fuente:** Organigrama de la microempresa

**Autores:** Jéssica Pérez y Jorge González

### Análisis del puesto

En este punto se pone a consideración la descripción de cada uno de los cargos reflejados en el organigrama junto con sus funciones generales, específicas y los requisitos que cada cargo demanda de los aspirantes o funcionarios.

# **GERENTE GENERAL**

## **IDENTIFICACION DEL PUESTO:**

<b>Nombre del Cargo:</b>	GERENTE GENERAL
<b>Área a la que pertenece:</b>	EJECUTIVA
<b>Supervisa a:</b>	ASISTENTE, (CONTADOR). VENDEDOR Y ASESOR TECNICO

## **FUNCION PRINCIPAL:**

- Es el único responsable de todas las actividades que realiza la empresa (es quien toma las decisiones)

## **FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- Dirigir, coordinar, controlar y supervisar cada una de las acciones de la microempresa.
- Manejo corporativo y depuración de requerimientos
- Selección de proveedores y aprobación de órdenes de Compra
- Desarrollo y calificación de proveedores
- Revisión y control de plan anual de compras y negociaciones
- Control y planificación de compras justo a tiempo
- Control de almacenamiento en bodegas
- Revisión y suscripción de contratos a largo plazo
- Aprobación de pagos a proveedores
- Análisis de mercado y comparativo de precios

- Negociación y gestión con proveedores externos e internos
- Supervisión del abastecimiento y planificación de compras
- Reporte y análisis de indicadores sobre abastecimiento
- Control y depuración de requerimientos de empresas relacionadas
- Analizar y firmar los cheques para pago a proveedores, etc.

### **REQUISITOS MINIMOS:**

- Excelente presencia.
- Habilidad Numérica.
- Facilidad de expresión.
- Capacidad para Liderar y manejar Grupos.
- Profesionales en carreras relacionadas a logística, economía o a fines.
- Disponibilidad de laborar a tiempo completo y para viajar.
- Experiencia mínima 3 años desempeñando funciones y cargos similares (Gerentes de Sucursal, Jefes de Agencia o afines)
- Nivel avanzado en manejo de paquetes informáticos.
- Capacidad de Resolución de Problemas y Manejo de Conflictos, Comunicativo

## **CONTADOR**

### **IDENTIFICACION DEL PUESTO:**

<b>Nombre del Cargo:</b>	CONTADOR
<b>Área a la que pertenece:</b>	EJECUTIVA (STAFF)
<b>Cargo de Jefe Directo:</b>	<b>GERENTE GENERAL</b>

### **FUNCION PRINCIPAL:**

- La persona será responsable del manejo de la contabilidad general de la empresa, la cual deberá organizar para emitir reportes contables que permitan a la Gerencia conocer la situación de la empresa. Será el responsable de la implementación de controles y procesos del área Contable.

### **FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- Responsable de la planificación, organización, registro y control del proceso contable que se realiza en la microempresa, propiciando un manejo racional de los recursos disponibles, de acuerdo a principios contables, normas tributarias, normas internacionales de información financiera NIIF, políticas y procedimientos establecidos.
- Responsable de la Emisión de los Estados Financieros de acuerdo a los Objetivos fijados para la microempresa.
- Revisar y aprobar los análisis de cuentas de los Estados Financieros con los responsables de cada uno de los rubros.

- Coordinar los procesos mensuales de cierre de información.
- Coordinar todos los requerimientos internos y mejoramientos de los procesos operativos y automáticos que requiera la microempresa.
- Supervisar y Registrar las Partidas Contables y Financieras de la microempresa.
- Realizar Tomas Físicas de Inventarios.
- Proporcionar la Documentación e Información Solicitada por la Administración o Auditoría Externa.
- Colaborar en la Implementación de Nuevas Herramientas en ZAP.
- Elaborar declaraciones mensuales y pagos al SRI y al IESS.

#### **REQUISITOS MINIMOS:**

- Educación Formal: CPA / Ingeniero Comercial / Economista o carreras afines.
- Experiencia: 3 años en cargos similares.
- Disponibilidad inmediata y a tiempo completo.
- Excelente manejo de utilitarios. Manejo de Sistemas Financieros Integrados.
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Edad máxima 30 años.
- Persona proactivo y analítico.
- Dinámico, con muy buen manejo de sus Relaciones Interpersonales.
- Con Capacidad de Trabajo en Equipo.
- Con conocimientos de: ° Leyes Tributarias vigentes en el País.
- Elaboración de Presupuestos.
- Sistema SAP.

## **SECRETARIA**

### **IDENTIFICACION DEL PUESTO:**

<b>Nombre del Cargo:</b>	SECRETARIA
<b>Área a la que pertenece:</b>	EJECUTIVA
<b>Cargo de Jefe Directo:</b>	GERENTE GENERAL
<b>Supervisa a:</b>	NINGUNO

### **FUNCION PRINCIPAL:**

- Recepción de llamadas Atención de primera línea a clientes Manejo de caja chica con el propósito de cumplir con las metas y estándares definidos para su cargo. Coordinar la agenda del Gerente general.

### **FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- Supervisión de cuentas por pagar.
- Verificar los valores (efectivo, cheque, transferencias).
- Procesar en el sistema y demás registros los pagos y facturaciones solicitadas por Gerencia.
- Emitir los formularios (recibo de caja, facturas otros) resultantes del procesamiento de Caja Chica.
- Coordinar la recepción del dinero con el vendedor.
- Realizar el proceso de cuadro diario de valores monetarios, facturas, recibos y cierre de caja.

- Emitir los reportes de caja y sumillarlos.
- Mantener archivo en orden cronológico.
- Controlar el proceso de pago de cheques para que el gerente general los firme.
- Informar al jefe sobre aspectos contables, presupuestales, financieros y rentabilidad de la inversión y producción.
- Formular normas y elaborar programas de capacitación en promoción y comercialización.
- Atención al cliente, control servicio al cliente.

### **REQUISITOS MINIMOS:**

- Nivel de Instrucción: Universidad Incompleta en Contabilidad, Administración de Empresas, Ingeniería Comercial.
- Buena presencia.
- Excelentes relaciones interpersonales.
- Facilidad de palabra.
- Cordialidad.
- Honorabilidad.
- Integra.
- Experiencia en trabajo bajo presión.
- Orientada a resultados.
- Dispuesto a trabajar en horarios extendidos.

## **VENDEDOR**

### **IDENTIFICACION DEL PUESTO:**

Nombre del Cargo: VENDEDOR  
Área a la que pertenece: COMERCIAL  
Cargo del Jefe Directo: GERENTE GENERAL  
Supervisa a: NINGUNO

### **FUNCION PRINCIPAL:**

- Es el responsable de dar a la clientela los productos solicitados.

### **FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- Entrega-recepción de documentos en la oficina o agencia.
- Atención directa con los clientes.
- Recepción del dinero pagado por los clientes.
- Entregar el dinero recibido en el día a la secretaria.
- Atender las llamadas telefónicas.
- Pagar servicios básicos.
- Trámites bancarios.
- Pagos al IESS.
- Cumplir y hacer cumplir las políticas generales, reglamento de seguridad y salud ocupacional, reglamento interno y código de conducta de la microempresa.

### **REQUISITOS MINIMOS:**

- Experiencia: 2 años.
- Disponibilidad de horario.
- Responsable.
- Proactivo.
- Honesto.
- Capacidad de Resolución de Problemas.
- Comunicativo.

## **ASESOR TECNICO**

### **IDENTIFICACION DEL PUESTO:**

Nombre del Cargo: ASESOR  
Área a la que pertenece: COMERCIAL  
Cargo del Jefe Directo: GERENTE GENERAL  
Supervisa a: NINGUNO

### **FUNCION PRINCIPAL:**

- Es el responsable de dar Asesoría los agricultores.

### **FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- Atención directa con los clientes.
- Evaluar cada uno de los cultivos de los clientes y receptar los insumos adecuados para cada etapa de la producción.
- Llevar el control del proceso en los cultivos de los clientes.
- Brindar charlas a sus grupos de consumidores de sus clientes.
- Cuando la situación lo amerite transportar los pedidos a los clientes.
- Captar nuevos clientes.

### **REQUISITOS MINIMOS:**

- Ingeniero Agrónomo.
- Experiencia: 2 años.
- Disponibilidad de horario.
- Responsable.
- Proactivo.
- Honesto.
- Capacidad de Resolución de Problemas.
- Comunicativo.
- Licencia de conducir tipo B.

## Análisis FODA

### *F* ortalezas

- Recurso humano altamente calificado.
- Personal comprometido con el trabajo.
- Infraestructura adecuada.
- Amplio asesoramiento técnico.
- La calidad del producto y servicio.
- Cumplimiento rápido del proceso de clasificación de los productos.
- Disponibilidad de productos todo el año.
- Motivación para realizar cambios tomando en cuenta tiempo y espacio.

### *O* portunidades

- Mercado idóneo para este tipo de microempresas ya que no existe competencia cercana.
- Gran apoyo por parte de instituciones gubernamentales y organizaciones, tanto nacionales como extranjeras.
- Demanda creciente.
- Competir en un mercado en expansión.
- Incremento de puntos de venta.
- Productos importantes para economías agrícolas.
- Altas probabilidades de elaborar nuestros propios abonos orgánicos.

## ***D***ebilidades

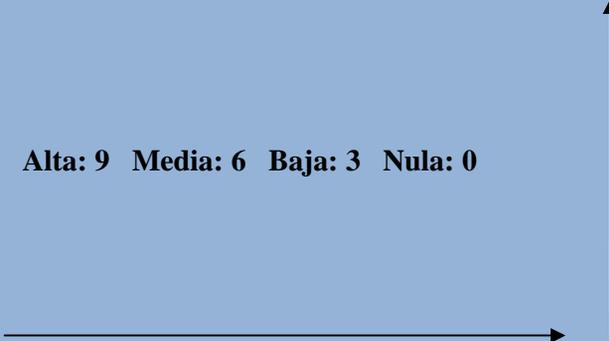
- Capacidad de crédito limitada.
- Escasa difusión de los beneficios de los abonos orgánicos.
- Nivel elevado de desconocimiento de nuestro producto por parte de los agricultores.
- Ser nuevos en el mercado.
- No poder cubrir la demanda en determinado momento.

## ***A***menazas

- Posibilidad de ingreso de nuevos competidores ofreciendo amplio crédito.
- Mayor presión de grupos ecológicos / Nuevas restricciones ambientales.
- Cambios climáticos drásticos.
- Rentabilidad fluctuante para el agricultor.
- Urea subsidiada permanentemente.

**Tabla 10.** Valoración FODA.

<p>Alta: 9 Media: 6 Baja: 3 Nula: 0</p>									
<b>O P O R T U N I D A D E S</b>									
	Demanda creciente.	Mercado idóneo para este tipo de microempresas ya que ni en el Cantón, ni en el País existen muchas.	Altas probabilidades de elaborar nuestros propios abonos orgánicos.	Competir en un mercado en expansión	Gran apoyo por parte de instituciones gubernamentales y organizaciones, tanto nacionales como extranjeras.	Incremento en puntos de venta	Productos importantes para economías locales, comerciales, provinciales y regionales.	<b>TOTAL</b>	
<b>FORTALEZAS</b>									
Contamos con infraestructura adecuada	9	9	9	9	9	9	9	9	63
Amplio asesoramiento técnico.	9	9	9	9	9	9	9	9	63
La calidad del producto y servicio ofrecido a la clientela.	9	9	9	9	9	9	9	9	63
Recurso humano altamente calificado	9	9	9	9	9	9	9	6	60
Personal comprometido con el trabajo	9	9	9	9	9	9	9	6	60
Motivación para realizar cambios tomando en cuenta tiempo y espacio.	9	9	9	6	9	9	9	9	60
Disponibilidad de productos todo el año	9	9	9	9	6	6	6	6	54
<b>TOTAL</b>									
	63	63	63	60	60	60	60	54	

<p style="text-align: center;">Alta: 9    Media: 6    Baja: 3    Nula: 0</p> 	<b>O P O R T U N I D A D E S</b>							
	Demanda creciente.	Mercado idóneo para este tipo de microempresas ya que ni en el Cantón, ni en el País existen muchas.	Altas probabilidades de elaborar nuestros propios abonos orgánicos.	Competir en un mercado en expansión	Gran apoyo por parte de instituciones gubernamentales y organizaciones,	Incremento en puntos de venta	Productos importantes para economías locales, comerciales, provinciales y regionales.	<b>TOTAL</b>
<b>FORTALEZAS</b>								
Contamos con infraestructura adecuada	9	9	9	9	9	9	9	63
Amplio asesoramiento técnico.	9	9	9	9	9	9	9	63
La calidad del producto y servicio ofrecido a la clientela.	9	9	9	9	9	9	9	63
Recurso humano altamente calificado	9	9	9	9	9	9	6	60
Personal comprometido con el trabajo	9	9	9	9	9	9	6	60
Motivación para realizar cambios tomando en cuenta tiempo y espacio.	9	9	9	6	9	9	9	60
Disponibilidad de productos todo el año	9	9	9	9	6	6	6	54
<b>TOTAL</b>	63	63	63	60	60	60	54	

**FOCO DE LAS ACCIONES OFENSIVAS**

<p style="text-align: center;">Alta: 9    Media: 6    Baja: 3    Nula: 0</p> 	<b>D E B I L I D A D E S</b>	Capacidad de crédito limitada.	Ser nuevos en el mercado.	No poder cubrir la demanda en determinado momento	Nivel elevado de desconocimiento de nuestro producto por parte de los agricultores.	Escasa difusión de los beneficios de los abonos orgánicos	<b>TOTAL</b>
<b>AMENAZAS</b>							
Posibilidad de ingreso de nuevos competidores ofreciendo amplio crédito.		9	9	9	9	6	<b>42</b>
Urea subsidiada permanentemente		9	6	3	6	9	<b>33</b>
Mayor presión de grupos ecológicos / Nuevas restricciones ambientales.		3	9	6	6	6	<b>30</b>
Rentabilidad fluctuante para el agricultor.		9	6	6	3	3	<b>27</b>
Cambios climáticos drásticos.		9	0	3	0	6	<b>18</b>
<b>TOTAL</b>		<b>39</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	

Alta: 9 Media: 6 Baja: 3 Nula: 0	D E B I L I D A D E S	Capacidad de crédito limitada.	Ser nuevos en el mercado.	No poder cubrir la demanda en determinado momento	Nivel elevado de desconocimiento de nuestro producto por parte de los agricultores.	Escasa difusión de los beneficios de los abonos orgánicos	TOTAL
<b>AMENAZAS</b>							
Posibilidad de ingreso de nuevos competidores ofreciendo amplio crédito.		9	9	9	9	6	<b>42</b>
Urea subsidiada permanentemente		9	6	3	6	9	<b>33</b>
Mayor presión de grupos ecológicos / Nuevas restricciones ambientales.		3	9	6	6	6	<b>30</b>
Rentabilidad fluctuante para el agricultor.		9	6	6	3	3	<b>27</b>
Cambios climáticos drásticos.		9	0	3	0	6	<b>18</b>
<b>TOTAL</b>		<b>39</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	

FOCO DE LAS ACCIONES OFENSIVAS

Fuente: Valoración FODA  
 Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

## ANÁLISIS FO, FA, DO, DA

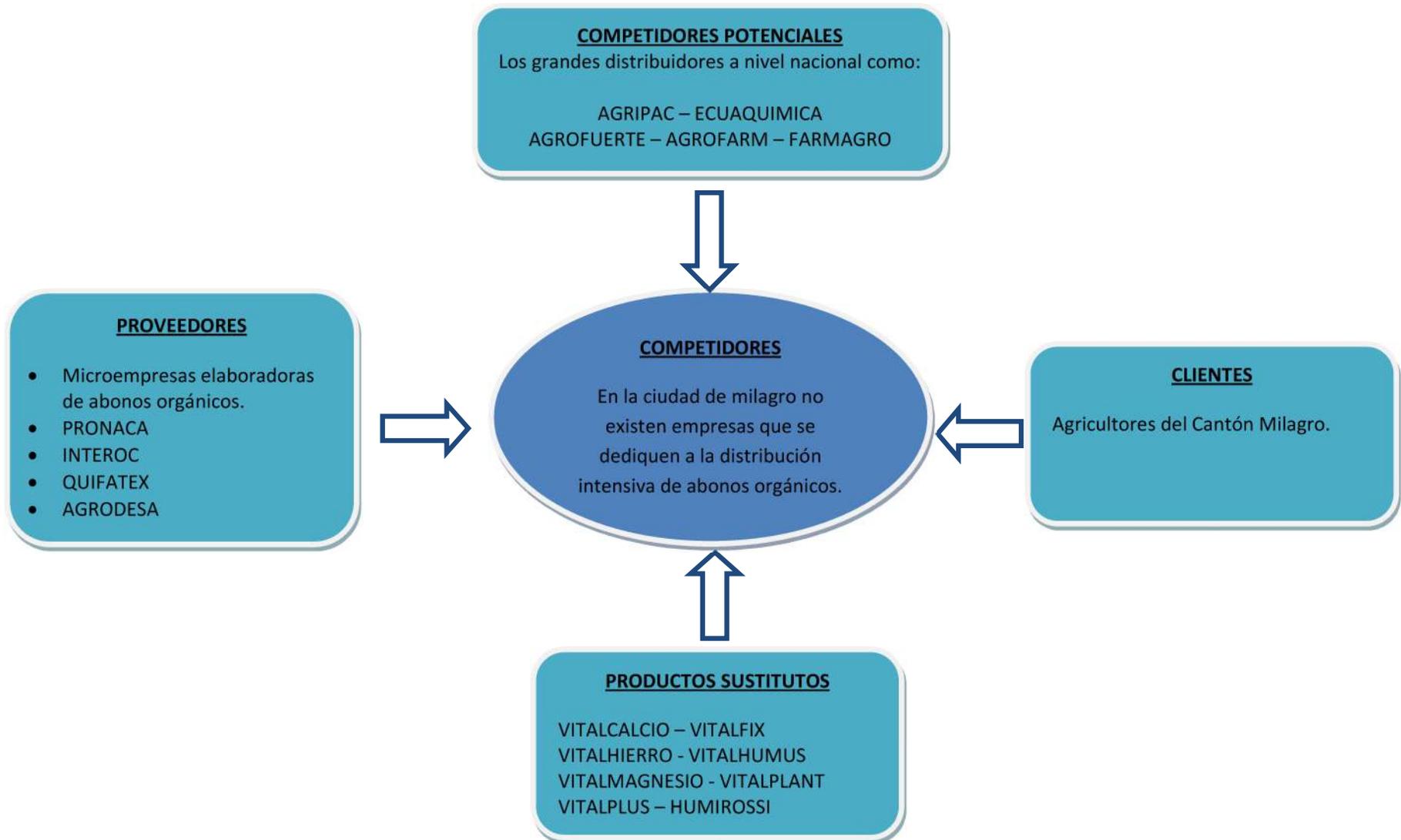
**Tabla 11. Análisis FO, FA, DO, DA**

<p><b>FACTORES INTERNOS</b></p> <p><b>FACTORES EXTERNOS</b></p>	<p><b>FORTALEZAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• RECURSO HUMANO ALTAMENTE CALIFICADO</li> <li>• PERSONAL COMPROMETIDO CON EL TRABAJO</li> <li>• INFRAESTRUCTURA ADECUADA</li> <li>• AMPLIO ASESORAMIENTO TÉCNICO.</li> <li>• CALIDAD DEL PRODUCTO Y SERVICIO.</li> <li>• CLASIFICACIÓN RÁPIDA DE LOS PRODUCTOS.</li> <li>• COLABORACIÓN DEL SECTOR PRODUCTOR PARA CUMPLIR FUNCIONES INFORMATIVAS, SOBRE TÉCNICAS DE CULTIVO.</li> <li>• PRODUCTOS DISPONIBLES TODO EL AÑO</li> <li>• MOTIVACIÓN PARA REALIZAR CAMBIOS TOMANDO EN CUENTA TIEMPO Y ESPACIO.</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CAPACIDAD DE CRÉDITO LIMITADA.</li> <li>• ESCASA DIFUSIÓN DE LOS BENEFICIOS DE LOS ABONOS ORGÁNICOS</li> <li>• NIVEL ELEVADO DE DESCONOCIMIENTO DE NUESTRO PRODUCTO POR PARTE DE LOS AGRICULTORES.</li> <li>• SER NUEVOS EN EL MERCADO.</li> <li>• NO PODER CUBRIR LA DEMANDA EN DETERMINADO MOMENTO</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MERCADO IDÓNEO PARA ESTE TIPO DE MICROEMPRESAS POR SER ESCASAS EN EL CANTÓN Y EN EL PAÍS</li> <li>• GRAN APOYO DE INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES Y ORGANIZACIONES NACIONALES Y EXTRANJERAS.</li> <li>• DEMANDA CRECIENTE.</li> <li>• COMPETIR EN UN MERCADO EN EXPANSIÓN</li> <li>• INCREMENTAR PUNTOS DE VENTA</li> <li>• PRODUCTOS IMPORTANTES PARA ECONOMÍAS LOCALES, COMERCIALES, PROVINCIALES Y REGIONALES.</li> <li>• PROBABILIDAD DE ELABORAR NUESTROS PROPIOS ABONOS.</li> </ul>	<p><b>Estrategias FO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar la calidad y compromiso del recurso humano para acaparar el mercado insatisfecho.</li> <li>• Ofrecer en todo momento productos de calidad para ser más competitivos en un mercado en expansión.</li> <li>• Obtener nuestros propios abonos gracias al asesoramiento técnico con que contamos y el apoyo gubernamental.</li> <li>• Sacar el máximo beneficio de la infraestructura y preocuparnos siempre por satisfacer la demanda.</li> <li>• Difundir técnicas de cultivos con estos abonos para llegar a todas las economías.</li> </ul>	<p><b>Estrategias DO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar métodos especiales para otorgar crédito a nuestros clientes.</li> <li>• Desarrollar campañas intensivas para llegar a más agricultores.</li> <li>• Dar a conocer la importancia y beneficios de estos abonos.</li> <li>• Aprovechar la escasez de estos abonos para ser la mejor opción del agricultor.</li> <li>• Procurar tener siempre abonos en stock de modo que no quede ningún pedido desatendido.</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• INGRESO DE COMPETIDORES OFRECIENDO AMPLIO CRÉDITO.</li> <li>• MAYOR PRESIÓN DE GRUPOS ECOLÓGICOS/NUEVAS RESTRICCIONES AMBIENTALES.</li> <li>• CAMBIOS CLIMÁTICOS DRÁSTICOS</li> <li>• RENTABILIDAD FLUCTUANTE PARA EL AGRICULTOR.</li> <li>• UREA SUBSIDIADA PERMANENTEMENTE.</li> </ul>	<p><b>Estrategias FA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar a grupos determinados de agricultores para mantener su fidelidad a pesar de que existieran fuertes competidores.</li> <li>• Actualizarnos constantemente en los requerimientos medioambientales para no cometer infracciones.</li> <li>• Mantener siempre un margen que nos permita tener liquidez aun cuando existan inconvenientes climáticos.</li> <li>• Mostrar y brindar continuamente asesoría técnica a nuestros clientes para notificarles las bondades de los abonos orgánicos, evitando el uso intensivo de la urea.</li> </ul>	<p><b>Estrategia DA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear alternativas de comercialización para cuando aparezcan competidores con mejores opciones de crédito.</li> <li>• Difundir las cualidades del producto haciendo hincapié en las normas ambientales.</li> <li>• Procurar que el ser nuevos en el mercado no sea una limitante para la introducción de nuestros productos.</li> <li>• Establecer políticas claras para que la concesión de crédito no se vea afectada con la rentabilidad fluctuante del agricultor.</li> <li>• Estudiar las estadísticas de demanda para tener lo necesario para satisfacerla y disminuir considerablemente el uso único de la urea en el cultivo.</li> </ul>

**Fuente: Análisis FO, FA, DO, DA**

**Autores: Jéssica Pérez y Jorge González**

## Modelo de las 5 fuerzas de Porter



### **PROVEEDORES:**

Son las personas o empresas que se encargan de abastecer lo necesario para determinado fin o actividad a otra persona, empresa o comunidad.

Nuestros proveedores serán principalmente microempresarios dedicados a la producción de abonos orgánicos, pero a más de ellos también nos proveerán productos empresas como PRONACA, INTEROC, QUIFATEX Y AGRODESA, pues estas también cuentan con una línea de productos orgánicos.

### **COMPETIDORES:**

Son las personas o empresas que ofertan un producto o servicio de similares característica o que tiene el mismo proveedor que otra persona o empresa.

Como se ha explicado anteriormente, nuestra ciudad no cuenta con empresas dedicadas exclusivamente a la comercialización de abonos orgánicos. Pero consideraremos como competencia a la Universidad Agraria del Ecuador, pues en ella los alumnos realizan proyectos sobre abonos orgánicos y luego los comercializan pero en mínimas cantidades.

### **CLIENTES:**

Es la persona o empresa que adquiere de manera voluntaria el producto o servicio ofertado, ya sea para uso o para el de otra persona o empresa.

Nuestros productos estarán dirigidos a toda la zona agrícola del Cantón Milagro.

### **COMPETIDORES POTENCIALES:**

Es el grupo de personas o empresas que compiten en el mismo sector que opera otra empresa desempeñando la misma actividad

A pesar de no tener un competidor de similares características que la de nuestra microempresa, consideraremos competidores potenciales a empresas como Agripac, Agrofarm, Ecuaquímica, Agrofuerce, Farmagro, etc., ya que estas aunque no distribuyen abonos orgánicos, por la alta capacidad de otorgar crédito que poseen, resultan una buena alternativa para el agricultor.

## **PRODUCTOS SUSTITUTOS:**

Son aquellos productos o servicios que pueden fácilmente satisfacer una necesidad, sustituyendo a otro, dejándolo total o parcialmente obsoleto.

Consideraremos productos sustitutos a algunos de los ofrecidos por las empresas mencionadas con antelación, como son el Vitalcalcio – Vitalfix - Vitalhierro – Vitalhumus – Vitalmagnesio Vitalplant – Vitalplus – Humirossi.

## **Marketing Mix.- Estrategias:**

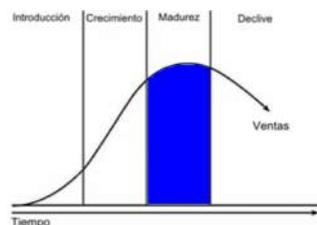
### **PRODUCTO:**

El producto es el resultado que se obtiene, ya sea de la naturaleza como de alguna actividad humana y posee un grupo de características tangibles e intangibles y tiene como fin cubrir alguna necesidad.

Los productos que ofrecemos, los hemos escogido por el invaluable aporte que ofrecen tanto al agricultor como al medio ambiente y al consumidor, ya que estos abonos son de síntesis orgánica y no implican ningún riesgo al usarse, no existe peligro al entrar en contacto con la piel, agua o suelo y a mas de ello al aplicarlo en los cultivos, mejoran la calidad de los suelos y por ende la de los frutos de los mismos, dando como resultado final grandes beneficios para el consumidor.

Si bien es cierto que cada producto tiene un proceso de vida en el que luego de su introducción y con una buena estrategia comercial, entra en la etapa de crecimiento y luego en la de madurez, no es menos cierto que cuando el mercado este abastecido o ingrese un nuevo producto con iguales o mejores características, se dará inicio a la etapa del declive en las ventas, para lo que procuraremos estar preparados, innovando y haciendo publicidad permanente de cada insumo ofertado.

**Figura 15. Ciclo de vida de un producto.**



**Fuente: Ciclo de vida de un producto**  
**Autores: Jéssica Pérez y Jorge González**

Los productos a comercializar son:

**Tabla 12. Productos Ofrecidos.**

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRESENTACION</b>
ECOABONAZA	45 KG
HUMITA-40	50 KG
CHIVAZA	45 KG
GALLINAZA	45 KG
HUMUS LIQUIDO	LT
ESTIERCOL	45 KG
ASERRIN	45 KG
ALGANOVA	500 GR
ABONO COMPLETO	46 KG
ACONDICIONADOR BIOLOGICO	45 KG
HUMUS	2 KG
CALDO BORDELES	LT
COMPOST	45 KG
HUMUS DE LOMBRIS	45 KG
BOCASHI	LT
HUMITREX	LT
FOLIKELP	LT
MICROMAR	LT

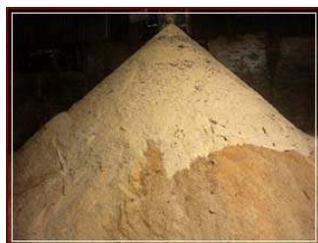
**Fuente: Productos ofrecidos**

**Autores: Jéssica Pérez y Jorge González**

Figura 16. Ilustraciones de algunos de los productos comercializados.



Estiércol



Aserrín



Abono completo



Acondicionador Biológico



Chivaza



Fuente: Ilustraciones de algunos productos comercializados  
Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

## PRECIO:

Es el valor que se le atribuye a algo en el mercado y se lo expresa en unidades monetarias.

Los precios de nuestros productos por ahora han sido fijados en su mayoría por los proveedores, cabe indicar que existe un margen dentro del cual podemos hacer variaciones y descuentos según como sea la situación y de acuerdo a la competitividad.

Los precios de venta al público son:

## Estrategias de precio:

- Analizando el nivel de competencia que existe en el mercado, se ha decidió trabajar con una estrategia de *precios en relación a la competencia*; es decir se establecen *los precios que nuestros competidores* tienen, así se demuestra a los agricultores la calidad de los abonos, al establecer precios comercializables en libre mercado.

**Tabla 13. Nombres de diferentes productos con sus respectivos precios.**

PRODUCTO	PRESENTACION	PRECIO
ECOABONAZA	45 KG	5,60
HUMITA-40	50 KG	15,00
CHIVAZA	45 KG	5,00
GALLINAZA	45 KG	5,50
HUMUS LIQUIDO	LT	4,00
ESTIERCOL	45 KG	5,00
ASERRIN	45 KG	4,50
ALGANOVA	500 GR	20,00
ABONO COMPLETO	46 KG	25,00
ACONDICIONADOR BIOLÓGICO	45 KG	4,64
HUMUS	2 KG	2,25
CALDO BORDELES	LT	17,50
COMPOST	45 KG	8,00
HUMUS DE LOMBRIS	45 KG	6,50
BOCASHI	LT	18,00
HUMITREK	LT	13,40
FOLIKELP	LT	6,20
MICROMAR	LT	7,30

Fuente: Nombres de diferentes productos con sus respectivos precios

Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

- Otra estrategia de precios será el descuento por pronto pago que ofreceremos a los clientes; si nos cancelan la factura unos 8 días antes del vencimiento se ofrecerá el 3% de descuento.
- POR COMPRAS SUPERIORES A 250 USD RECIBE EL 2% DE DESCUENTO.
- POR COMPRAS DE CONTADO RECIBES EL 5% DE DESCUENTO.
- POR PAGOS ANTICIPADOS RECIBES DESCUENTOS ADICIONALES.

**Tabla 14. Detalle de promociones en diferentes plazos en la compra**

<b>COMPRAS A 120 DIAS PLAZO</b>	
<b>POSTERIOR A LA EMISION DE LA FACTURA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
81 – 100 DIAS	1%
61 – 80 DIAS	2%
41 – 60 DIAS	3%
20 – 40 DIAS	4%
0 – 20 DIAS	5%

<b>COMPRAS A 90 DIAS PLAZO</b>	
<b>POSTERIOR A LA EMISION DE LA FACTURA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
61 – 89 DIAS	1%
31 – 60 DIAS	2%
1 – 30 DIAS	3%

<b>COMPRAS A 60 DIAS PLAZO</b>	
<b>POSTERIOR A LA EMISION DE LA FACTURA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
41 – 59 DIAS	1%
21 – 40 DIAS	2%
1 – 20 DIAS	3%

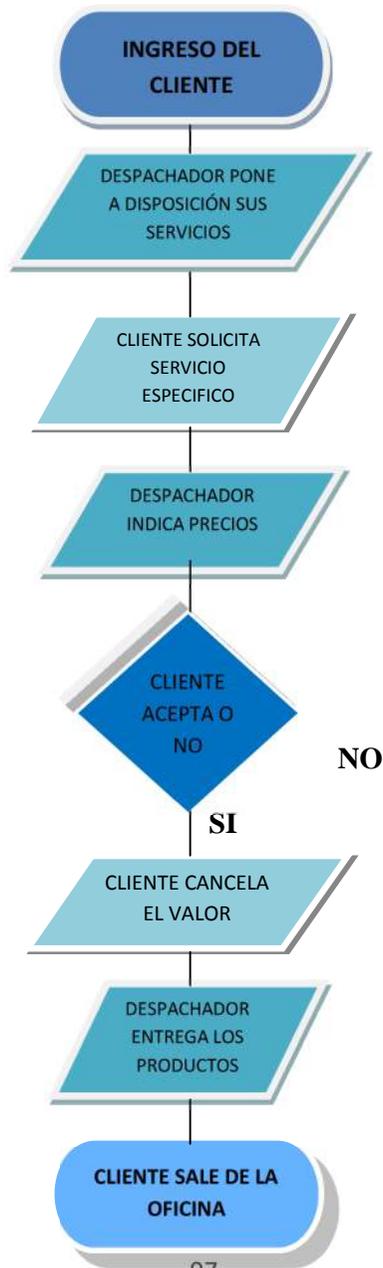
<b>COMPRAS A 30 DIAS PLAZO</b>	
<b>POSTERIOR A LA EMISION DE LA FACTURA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
21 – 29 DIAS	1%
11 – 20 DIAS	2%
1 – 10 DIAS	3%

**Fuente:** Detalles de promociones en diferentes plazos en la compra

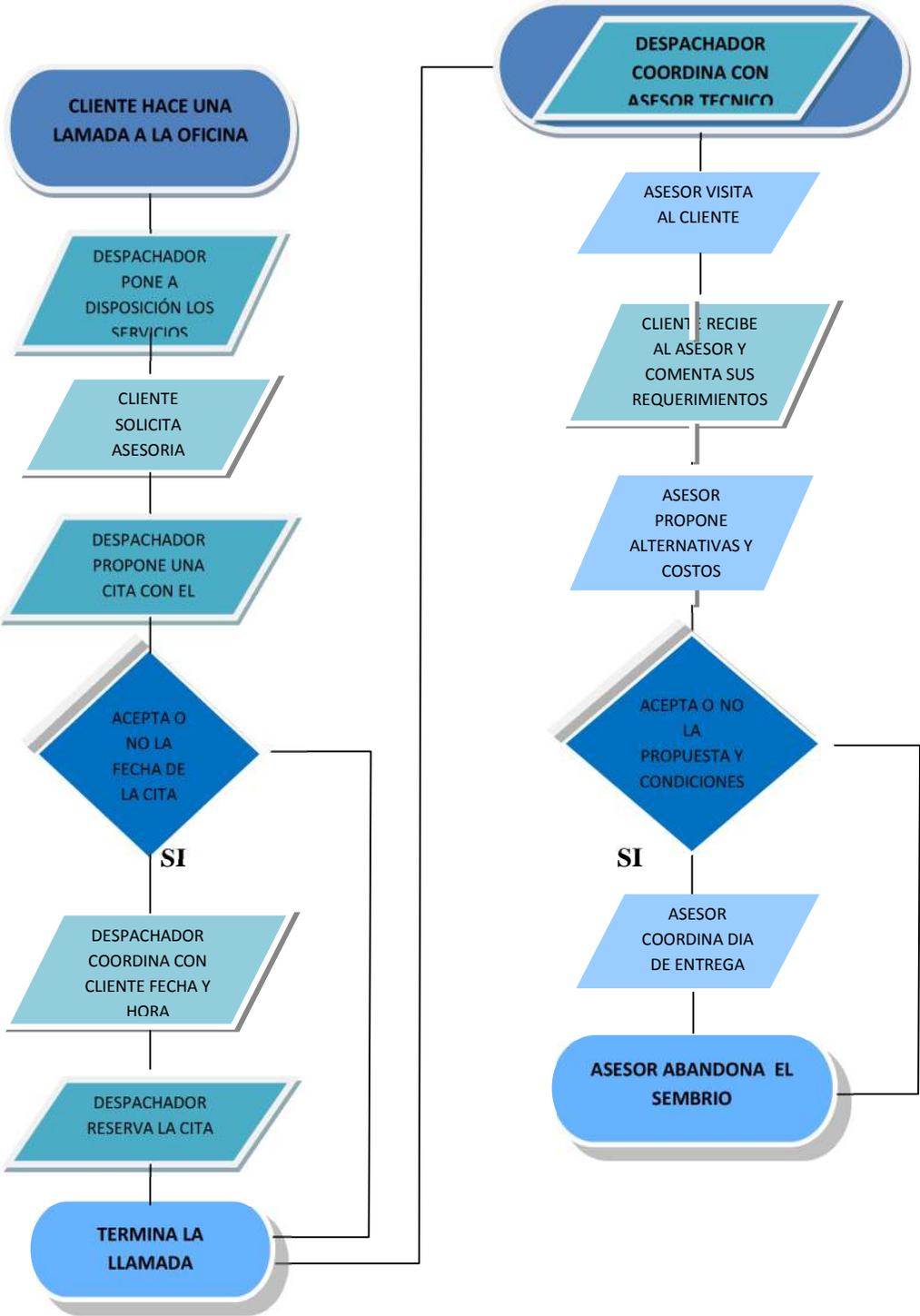
**Autores:** Jéssica Pérez y Jorge González

## PLAZA O DISTRIBUCIÓN:

- La distribución será directa, seremos un intermediario en la cadena de producción y comercialización de los abonos orgánicos.
- Entre las estrategias de distribución aplicadas estarán el formar parte de las estrategias del tirón que establecen los productores (contribuir a atraer a los clientes-agricultores).



El segundo canal de distribución que usará este proyecto son las asesorías técnicas, que consisten en la visita y recomendación directa al agricultor en sus cultivos:



## PROMOCIÓN

Entre las estrategias de promoción, tenemos las siguientes:

### Estrategia de venta personal:

Se ofrecerá servicio especializado, a través de la forma venta en frío (acudiendo directamente donde está el agricultor), aquí se ofrecerá el producto (abono orgánico) y se aprovechará para dar servicio o asesoría técnico-agrícola y de control.

### Estrategia de promoción en ventas:

Se otorgará una cantidad adicional de producto en compras al por mayor.

### Estrategias de publicidad:

- Página Web:

Figura 17. Diseño en la página Web



Fuente: Diseño en la página Web

Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

## PRENSA ESCRITA

Figura 18. Publicación en la prensa escrita



**MÁS VIDA PARA TUS TERRENOS**

**¿Sabías que al aplicar productos químicos en tus cultivos estas acabando con el futuro de tus hijos?**  
**Pues sí, los abonos químicos matan la vida del suelo y pronto la de tus tierras.**  
**Estás a tiempo de asegurar un futuro productivo.**  
**Te ofrecemos lo mejor en abonos orgánicos y asesoría técnica para tus cultivos.**

**¡PIENSA EN CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD - PIENSA EN BIOTAGRO S.A.!**

**Dirección:** Vía a las piñas, a 1 cuadra después del redondel de la av. Colon, pasando la farmacia Génesis.  
**Tel. :** 2 974-802 - 094180537  
**E-mail:**biotagro@gmail.com [www.biotagrosa.net/stijos.com](http://www.biotagrosa.net/stijos.com)

Fuente: Publicación en la prensa escrita

Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

## PRENSA HABLADA

### MICRO-EMPRESA DE ABONOS ORGANICOS “BIOTAGRO S.A.”

Si quieres que tus terrenos tengan larga vida y asegurar tu productividad sin exponer tu integridad física ni la de tus consumidores y familia.

Te ofrecemos los mejores abonos orgánicos. Además contamos con lo mejor en asesoría técnica para que hagas tus aplicaciones de manera segura.

Es tiempo de pensar en calidad, productividad y salud,....es tiempo de pensar en “BIOTAGRO S.A.”

Encuétranos en la Vía a las piñas, a 1 cuadra después del redondel de la av. Colon, pasando la farmacia Génesis.

Tel. : 2 974-802 - 094180537

## PERSONAL DE VENTAS

Es el conjunto de personas que laboran en una misma empresa.

Para la comercialización de nuestros productos se necesitan 2 personas claves:

**El Asesor Técnico:** quien estará encargado de realizar visitas constantes a los agricultores para controlar el proceso productivo de los cultivos, será quien recete los productos necesarios para el correcto desarrollo de la plantación, a su vez se encargará de incrementar la cartera de clientes, los mismos que deben ser sujetos de crédito seguro.

**El Vendedor:** que estará en el local de venta despachando los productos solicitados por cada uno de los clientes.

**Estrategias de Personal:**

- Contratar un especialista agrícola para que brinde el servicio técnico.
- Ofrecer estabilidad laboral al personal, así se lo motivará y se logrará el compromiso por parte de ellos.
- Fomentar la cultura organizacional

**RECURSOS FINANCIEROS**

**Tabla 15. Inversión del Proyecto**

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>	
MUEBLES Y ENSERES	4.320,00
EQUIPO DE COMPUTACION	3.740,00
EQUIPO DE OFICINA	1.280,00
VEHICULOS	15.000,00
CAJA – BANCO	2.000,00
GASTOS PARA APERTURA	797,00
GASTOS DE CONSTITUCION	1.710,00
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>28.847,00</b>

**Fuente:** Inversión del proyecto

**Autores:** Jéssica Pérez y Jorge González

**Análisis:** Para dar inicio al proyecto se requiere una inversión de \$28.847,00, de los cuales el capital de los socios será del 10% que equivale a \$ 2.884,70 y la diferencia se la obtendrá por medio de un financiamiento.

**Tabla 16. Financiamiento del Proyecto**

<b>FINANCIACION DEL PROYECTO</b>		
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>28.847,00</b>
Financiado	<b>90%</b>	25.962,30
Aporte Propio	<b>10%</b>	2.884,70
		<b>28.847,00</b>

<b>TASA</b>		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	<b>10,00%</b>	<b>0,100</b>
		<b>0,100</b>

<b>PRESTAMO BANCARIO</b>		
Préstamo Bancario	<b>25.962,30</b>	<b>2.596,23</b>

**Fuente:** Financiamiento del proyecto  
**Autores:** Jéssica Pérez y Jorge González

**Análisis:** El 90% faltante para completar la inversión, será cubierto por medio de financiamiento bancario, el mismo que será de \$ 25.962,30 con un tiempo de duración de 5 años cuya tasa de interés será del 10%, según lo establecido por la CFN para proyectos agropecuarios.

El valor anual apagar será de \$ 5.192,46 más los intereses.

**Tabla 17. Activos Fijos**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>C. UNIT</b>	<b>C. TOTAL</b>
	<b><u>MUEBLES Y ENSERES</u></b>		
2	ESCRITORIO Y SILLA	300,00	600,00
1	ARCHIVADOR	100,00	100,00
6	SILLAS	20,00	120,00
2	VITRINAS	250,00	500,00
10	PERCHAS METALICAS	300,00	3.000,00
	<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>4.320,00</b>
	<b><u>EQUIPOS DE OFICINA</u></b>		
1	ACONDICIONADOR DE AIRE	900,00	900,00
2	TELEFONO CELULAR	75,00	150,00
1	TELEFAX	150,00	150,00
1	DISPENSADOR DE AGUA	80,00	80,00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>1.280,00</b>
	<b><u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u></b>		
2	COMPUTADORAS	750,00	1.500,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	250,00	250,00
1	IMPRESORA MATRICIAL	120,00	120,00
1	SISTEMA DE FACTURACION	1.800,00	1.800,00
1	ROUTER	70,00	70,00
	<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		<b>3.740,00</b>
	<b><u>VEHICULOS</u></b>		
1	CAMIONETA DE 125 KGS DE CAPACIDAD	15.000,00	15.000,00
	<b>TOTAL VEHICULOS</b>		<b>15.000,00</b>
<b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>24.340,00</b>

Fuente: Activos fijos

Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

**Análisis:** En la tabla se detallan los activos fijos necesarios para la implementación de la microempresa.

**Tabla 18. Detalle de Gastos**

<b>DETALLE DE GASTOS</b>						
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
1	GERENTE GENERAL	9940,70	10537,14	11169,37	11839,53	12549,90
1	ASESOR TECNICO	4705,40	4987,72	5286,99	5604,21	5940,46
1	CONTADOR	4166,91	4416,93	4681,94	4962,86	5260,63
1	SECRETARIA	4406,24	4670,61	4950,85	5247,90	5562,78
	VENDEDOR	4705,40	4987,72	5286,99	5604,21	5940,46
	<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>27924,65</b>	<b>29600,13</b>	<b>31376,14</b>	<b>33258,71</b>	<b>35254,23</b>
<b>GASTOS DE GENERALES</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	AGUA	96,00	101,76	107,87	114,34	121,20
	ENERGIA ELECTRICA	300,00	318,00	337,08	357,30	378,74
	TELEFONO CONVENCIONAL	240,00	254,40	269,66	285,84	302,99
	TELEFONO MOVIL	240,00	254,40	269,66	285,84	302,99
	SERVICIOS DE INTERNET	300,00	318,00	337,08	357,30	378,74
	ALQUILER DEL LOCAL	4200,00	4452,00	4719,12	5002,27	5302,40
	UTILES DE OFICINA	300,00	318,00	337,08	357,30	378,74
	MANTENIMIENTO Y ASEO	1200,00	1272,00	1348,32	1429,22	1514,97
	UNIFORMES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	1234,20	1234,20	1234,20		
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	128,00	128,00	128,00	128,00	128,00
	DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00
	<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>10170,20</b>	<b>10582,76</b>	<b>11020,07</b>	<b>10249,43</b>	<b>10740,79</b>
<b>GASTO DE VENTAS</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	PUBLICIDAD	4200,00	4452,00	4719,12	5002,27	5302,40
	<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>4200,00</b>	<b>4452,00</b>	<b>4719,12</b>	<b>5002,27</b>	<b>5302,40</b>
<b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS</b>		<b>42294,85</b>	<b>44634,89</b>	<b>47115,33</b>	<b>48510,40</b>	<b>51297,42</b>

Fuente: Detalle de gastos

Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

**Análisis:** Se detallan los diferentes gastos generados durante el funcionamiento de los primeros cinco años de la microempresa, incluyendo los sueldos, gastos generales y gastos publicitarios, todos con incrementos anuales.

**Tabla 19. Presupuesto de Compras**

COSTO DE VENTAS						
DETALLE	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ECOABONAZA	4,45	5498,22	5938,08	6413,12	6926,17	7480,27
HUMITA-40	11,93	14846,63	16034,36	17317,10	18702,47	20198,67
CHIVAZA	3,98	4929,00	5323,32	5749,19	6209,12	6705,85
GALLINAZA	4,37	6383,85	6894,56	7446,12	8041,81	8685,16
HUMUS LIQUIDO	3,18	6232,80	6731,42	7269,94	7851,53	8479,66
ESTIERCOL	3,98	4750,13	5130,14	5540,55	5983,79	6462,49
ASERRIN	3,58	4096,24	4423,94	4777,85	5160,08	5572,89
ALGANOVA	15,90	19716,00	21293,28	22996,74	24836,48	26823,40
ABONO COMPLETO	19,88	40346,25	43573,95	47059,87	50824,66	54890,63
ACONDICIONADOR BIOLOGICO	3,69	8074,78	8720,77	9418,43	10171,90	10985,65
HUMUS	1,79	7512,75	8113,77	8762,87	9463,90	10221,01
CALDO BORDELES	13,91	15790,69	17053,94	18418,26	19891,72	21483,06
COMPOST	6,36	7886,40	8517,31	9198,70	9934,59	10729,36
HUMUS DE LONBRIS	5,17	23770,50	25672,14	27725,91	29943,98	32339,50
BOCASHI	14,31	20892,60	22564,01	24369,13	26318,66	28424,15
HUMITREK	10,65	13156,46	14208,97	15345,69	16573,34	17899,21
FOLIKELP	4,93	5890,16	6361,37	6870,28	7419,90	8013,49
MICROMAR	5,80	12703,86	13720,17	14817,78	16003,21	17283,46
<b>TOTAL</b>		<b>222477,30</b>	<b>240275,48</b>	<b>259497,52</b>	<b>280257,32</b>	<b>302677,91</b>

**Fuente:** Presupuestos de compras  
**Autores:** Jéssica Pérez y Jorge González

**Análisis:** En este cuadro mostramos el presupuesto de compras para los primeros cinco años de funcionamiento de la microempresa representado en unidades monetarias con el mismo porcentaje de incremento.

**Tabla 20. Presupuesto de Ventas**

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>						
<b>INGRESOS POR VENTA</b>	<b>P.U.</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
ECOABONAZA	5,60	6916,00	7469,28	8066,82	8712,17	9409,14
HUMITA-40	15,00	18675,00	20169,00	21782,52	23525,12	25407,13
CHIVAZA	5,00	6200,00	6696,00	7231,68	7810,21	8435,03
GALLINAZA	5,50	8030,00	8672,40	9366,19	10115,49	10924,73
HUMUS LIQUIDO	4,00	7840,00	8467,20	9144,58	9876,14	10666,23
ESTIERCOL	5,00	5975,00	6453,00	6969,24	7526,78	8128,92
ASERRIN	4,50	5152,50	5564,70	6009,88	6490,67	7009,92
ALGANOVA	20,00	24800,00	26784,00	28926,72	31240,86	33740,13
ABONO COMPLETO	25,00	50750,00	54810,00	59194,80	63930,38	69044,81
ACONDICIONADOR BIOLÓGICO	4,64	10156,96	10969,52	11847,08	12794,84	13818,43
HUMUS	2,25	9450,00	10206,00	11022,48	11904,28	12856,62
CALDO BORDELES	17,50	19862,50	21451,50	23167,62	25021,03	27022,71
COMPOST	8,00	9920,00	10713,60	11570,69	12496,34	13496,05
HUMUS DE LOMBRIS	6,50	29900,00	32292,00	34875,36	37665,39	40678,62
BOCASHI	18,00	26280,00	28382,40	30652,99	33105,23	35753,65
HUMITREK	13,40	16549,00	17872,92	19302,75	20846,97	22514,73
FOLIKELP	6,20	7409,00	8001,72	8641,86	9333,21	10079,86
MICROMAR	7,30	15979,70	17258,08	18638,72	20129,82	21740,21
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>279845,66</b>	<b>302233,31</b>	<b>326411,98</b>	<b>352524,94</b>	<b>380726,93</b>

**Fuente:** Presupuestos de ventas  
**Autores:** Jéssica Pérez y Jorge González

**Análisis:** Presupuesto de ventas estimadas para los primeros cinco años de comercialización, obteniendo \$279.845,66 en el primer año, valor con el cual se cubren los montos del presupuesto de gastos y compras.

**Tabla 21. Estado de Pérdidas y Ganancias**

<b>BIOTAGRO S.A.</b>						
<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b>						
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>VENTAS</b>	279845,66	302233,31	326411,98	352524,94	380726,93	1641742,82
(-) <b>COSTO DE VENTAS</b>	222477,30	240275,48	259497,52	280257,32	302677,91	1305185,54
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>57368,36</b>	<b>61957,83</b>	<b>66914,46</b>	<b>72267,61</b>	<b>78049,02</b>	<b>336557,28</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	42294,85	44634,89	47115,33	48510,40	51297,42	233852,90
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>15073,51</b>	<b>17322,94</b>	<b>19799,12</b>	<b>23757,21</b>	<b>26751,60</b>	<b>102704,38</b>
(-) <b>GASTOS FINANCIEROS</b>	2596,23	2076,98	1557,74	1038,49	519,25	7788,69
(-) <b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>	2507,00					
<b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>	<b>9970,28</b>	<b>15245,95</b>	<b>18241,38</b>	<b>22718,72</b>	<b>26232,35</b>	<b>92408,69</b>
<b>PARTICIPACION EMPLEADOS</b>	1495,54	2286,89	2736,21	3407,81	3934,85	13861,30
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>8474,74</b>	<b>12959,06</b>	<b>15505,18</b>	<b>19310,91</b>	<b>22297,50</b>	<b>78547,38</b>
<b>IMPUESTO RENTA</b>	2118,68	3239,77	3876,29	4827,73	5574,37	33498,15
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>6356,05</b>	<b>9719,30</b>	<b>11628,88</b>	<b>14483,18</b>	<b>16723,12</b>	<b>58910,54</b>

**Fuente:** Estados de pérdidas y ganancias

**Autores:** Jéssica Pérez y Jorge González

**Análisis:** Como podemos apreciar en la presente tabla, en el primer año nuestra nivel de ventas llega a \$ 279.845,66, el costo de las mismas será de \$ 222.447,30, luego de ello descontando los diferentes gastos, participaciones e impuestos, alcanzamos una utilidad neta de \$2543,07, lo que permitirá seguir acumulando capital para el progreso de la microempresa.

**Tabla 22. Balance General**

<b>BIOTAGRO S.A.</b>					
<b>BALANCE GENERAL</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
CAJA -BANCOS	12579,02	22312,49	33128,95	46102,71	60967,06
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>12579,02</b>	<b>22312,49</b>	<b>33128,95</b>	<b>46102,71</b>	<b>60967,06</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	24340,00	24340,00	24340,00	24340,00	24340,00
DEPRECIAC. ACUMULADA	3294,20	6588,40	9882,60	11942,60	14002,60
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>21045,80</b>	<b>17751,60</b>	<b>14457,40</b>	<b>12397,40</b>	<b>10337,40</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>33624,82</b>	<b>40064,09</b>	<b>47586,35</b>	<b>58500,11</b>	<b>71304,46</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>CORRIENTE</b>					
PRESTAMO	20769,84	15577,38	10384,92	5192,46	0,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	1495,54	2286,89	2736,21	3407,81	3934,85
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	2118,68	3239,77	3876,29	4827,73	5574,37
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>24384,07</b>	<b>21104,04</b>	<b>16997,42</b>	<b>13428,00</b>	<b>9509,23</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
APORTE CAPITAL	2884,70	2884,70	2884,70	2884,70	2884,70
UTILIDAD DEL EJERCICIO	6356,05	9719,30	11628,88	14483,18	16723,12
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES		6356,05	16075,35	27704,23	42187,41
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>9240,75</b>	<b>18960,05</b>	<b>30588,93</b>	<b>45072,11</b>	<b>61795,24</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>33624,82</b>	<b>40064,09</b>	<b>47586,35</b>	<b>58500,11</b>	<b>71304,46</b>

Fuente: Balance general

Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

**Análisis:** Detalle de los activos de la microempresa durante los cinco años iniciales de operatividad.

**Tabla 23. Flujo de caja**

<b>BIOTAGRO S.A.</b>							
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>							
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>							
VENTAS		279845,66	302233,31	326411,98	352524,94	380726,93	1641742,82
VALOR RESIDUAL						<b>50000,00</b>	
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>279845,66</b>	<b>302233,31</b>	<b>326411,98</b>	<b>352524,94</b>	<b>430726,93</b>	<b>1691742,82</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>							
INVERSION INICIAL	<b>28847,00</b>						
PAGO COSTO DE VENTA		222477,30	240275,48	259497,52	280257,32	302677,91	
GASTO DE ADMINISTRATIVOS		27924,65	29600,13	31376,14	33258,71	35254,23	157413,86
PUBLICIDAD		4200,00	4452,00	4719,12	5002,27	5302,40	23675,79
GASTOS GENERALES		6876,00	7288,56	7725,87	8189,43	8680,79	38760,65
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS			1495,54	2286,89	2736,21	3407,81	3934,85
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA			2118,68	3239,77	3876,29	4827,73	5574,37
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>28847,00</b>	<b>261477,95</b>	<b>285230,40</b>	<b>308845,31</b>	<b>333320,23</b>	<b>360150,87</b>	<b>229359,53</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>28847,00</b>	<b>18367,71</b>	<b>17002,91</b>	<b>17566,66</b>	<b>19204,71</b>	<b>70576,06</b>	<b>142718,05</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>							
PRESTAMO BANCARIO	25962,30						
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>25962,30</b>						
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>							
<b>INVERSIONES</b>							
PAGO DE CAPITAL		5192,46	5192,46	5192,46	5192,46	5192,46	25962,30
PAGO DE INTERESES		2596,23	2076,98	1557,74	1038,49	519,25	7788,69
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>		<b>7788,69</b>	<b>7269,44</b>	<b>6750,20</b>	<b>6230,95</b>	<b>5711,71</b>	<b>33750,99</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>25962,30</b>	<b>-7788,69</b>	<b>-7269,44</b>	<b>-6750,20</b>	<b>-6230,95</b>	<b>-5711,71</b>	<b>-33750,99</b>
<b>FLUJO NETO</b>		<b>10579,02</b>	<b>9733,47</b>	<b>10816,47</b>	<b>12973,76</b>	<b>64864,35</b>	<b>108967,06</b>
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE/ACCIONISTA</b>							
<b>FUJO NETO</b>	<b>-2884,70</b>	<b>10579,02</b>	<b>9733,47</b>	<b>10816,47</b>	<b>12973,76</b>	<b>64864,35</b>	<b>108967,06</b>

Fuente: Flujo de caja

Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

Análisis: Detalle del flujo de caja estimado para los cinco primeros años de funcionamiento.

### Análisis de la Rentabilidad de la Microempresa

Según los flujos de efectivo proyectados, el Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 32.742.33, la Tasa Interna de Retorno es del 56.03%, la misma que es mayor a la Tasa de Descuento que equivale al 15%. El monto de la inversión inicial equivale a \$ 28.847,00, el cual según observamos en la Tabla, lo recuperamos en el año 3.

Esto nos demuestra que el proyecto es viable y que se lo debería ejecutar.

**Tabla 24. Recuperación de la Inversión**

AÑOS	FLUJOS	VALOR ACTUAL	VALOR ACUMULADO
AÑO 0	-28847,00		
AÑO 1	18367,71	15971,92	15971,92
AÑO 2	17002,91	12856,64	28828,56
AÑO 3	17566,66	11550,37	40378,93
AÑO 4	19204,71	10980,35	51359,29
AÑO 5	70576,06	35088,78	20576,06

Recuperación de la Inversión.



Fuente: Recuperación de la Inversión

Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

TIR= 56,03%

VAN= \$ 32.742.33

TASA DE DESCUENTO= 15,00%

COSTO BENEFICIO= 2,14

### Análisis de Rentabilidad para el Inversor

Los flujos nos muestran que el Valor Actual Neto (VAN) para el inversionista es de \$37231.91, la Tasa Interna de Retorno es del 363%, la misma que es mayor a la Tasa de Descuento que equivale al 15% y la inversión es recuperada en el segundo año. Esto nos deja ver que el proyecto es viable para el inversionista.

AÑOS	FLUJOS
AÑO 0	-2.884,70
AÑO 1	10.579,02
AÑO 2	9.733,47
AÑO 3	10.816,47
AÑO 4	12.973,76
AÑO 5	14.864,35

TIR= 363%

VAN= \$ 37231.91

TASA DE DESCUENTO= 15,00%

**Tabla 25. Razones Financieras proyectadas a cinco años**

RAZONES FINANCIERAS					
RAZONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ	0,52	1,06	1,95	3,43	6,41
RAZON DE EFECTIVO	0,52	1,06	1,95	3,43	6,41
MARGEN NETO	2,27%	3,22%	3,56%	4,11%	4,39%
ROA	18,90%	24,26%	24,44%	24,76%	23,45%
RAE	68,78%	51,26%	38,02%	32,13%	27,06%

**AÑO 1**

**INDICES DE LIQUIDEZ**

<b>RAZON CORRIENTE</b>	$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \frac{12.579,02}{24.384,07} = 0,516$

<b>RAZON DE EFECTIVO</b>	$\frac{\text{EFECTIVO}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \frac{12.579,02}{24.384,07} = 0,516$

Según la razón Corriente, durante el primer año, por cada dólar (\$1,00) que se adeuda, podremos cubrir treinta centavos (\$0,52).

**INDICES DE RENTABILIDAD**

<b>MARGEN NETO</b>	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS}} = \frac{6.356,05}{279.845,66} = 0,023$

<b>ROA</b>	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}} = \frac{6.356,05}{33.624,82} = 0,189$

<b>ROE</b>	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}} = \frac{6.356,05}{9.240,75} = 0,688$

El margen neto obtenido de las ventas durante el primer año será del 2,27%.

La rentabilidad de la microempresa sobre los activos es del 18,90%.

El apalancamiento de la microempresa es del 68,78%

## AÑO 2

### INDICES DE LIQUIDEZ

<b>RAZON CORRIENTE</b>	$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \frac{22.312,49}{21.104,04} = 1,057$

<b>RAZON DE EFECTIVO</b>	$\frac{\text{EFECTIVO}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \frac{22.312,49}{21.104,04} = 1,057$

Según la razón Corriente, durante el segundo año, por cada dólar (\$1,00) que se adeuda, podremos cubrir cincuenta y ocho centavos (\$ 1,06).

### INDICES DE RENTABILIDAD

<b>MARGEN NETO</b>	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS}} = \frac{9.719,30}{302.233,31} = 0,032$

<b>ROA</b>	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}} = \frac{9.719,30}{40.064,09} = 0,243$

<b>ROE</b>	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}} = \frac{9.719,30}{18.960,05} = 0,513$

El margen neto obtenido de las ventas durante el segundo año será del 3,22%.

La rentabilidad de la microempresa sobre los activos es del 24,26%.

El apalancamiento de la microempresa es del 51,26%.

### AÑO 3

#### INDICES DE LIQUIDEZ

<b>RAZON CORRIENTE</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	=	33.128,95	=	1,949
	<b>PASIVO CORRIENTE</b>		16.997,42		

<b>RAZON DE EFECTIVO</b>	<b>EFFECTIVO</b>	=	33.128,95	=	1,949
	<b>PASIVO CORRIENTE</b>		16.997,42		

Según la razón Corriente, durante el tercer año, por cada dólar (\$1,00) que se adeuda, la microempresa puede cubrir un dólar con ocho centavos (\$1,95).

#### INDICES DE RENTABILIDAD

<b>MARGEN NETO</b>	<b>UTILIDAD NETA</b>	=	11.628,88	=	0,036
	<b>VENTAS</b>		326.411,98		

<b>ROA</b>	<b>UTILIDAD NETA</b>	=	11.628,88	=	0,244
	<b>ACTIVO TOTAL</b>		47.586,35		

<b>ROE</b>	<b>UTILIDAD NETA</b>	=	11.628,88	=	0,380
	<b>PATRIMONIO</b>		30.588,93		

El margen neto obtenido de las ventas durante el tercer año será del 3,56%.

La rentabilidad de la microempresa sobre los activos es del 24,44%.

El apalancamiento de la microempresa es del 38,02%

### AÑO 4

#### INDICES DE LIQUIDEZ

<b>RAZON CORRIENTE</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	=	46.102,71	=	3,433
	<b>PASIVO CORRIENTE</b>		13.428,00		

<b>RAZON DE EFECTIVO</b>	<b>EFFECTIVO</b>	=	46.102,71	=	3,433
	<b>PASIVO CORRIENTE</b>		13.428,00		

Según la razón Corriente, durante el año cuatro, por cada dólar (\$1,00) que se adeuda, podremos cubrir dos dólares con veinte y dos centavos (\$3,43).

### INDICES DE RENTABILIDAD

<b>MARGEN NETO</b>	UTILIDAD NETA	=	$\frac{14.483,18}{352.524,94}$	=	0,041
	VENTAS		352.524,94		

<b>ROA</b>	UTILIDAD NETA	=	$\frac{14.483,18}{58.500,11}$	=	0,248
	ACTIVO TOTAL		58.500,11		

<b>ROE</b>	UTILIDAD NETA	=	$\frac{14.483,18}{45.072,11}$	=	0,321
	PATRIMONIO		45.072,11		

El margen neto obtenido de las ventas durante el cuarto año será del 4,11%.

La rentabilidad de la microempresa sobre los activos es del 24,76%.

El apalancamiento de la microempresa es del 32,13%

### AÑO 5

#### INDICES DE LIQUIDEZ

<b>RAZON CORRIENTE</b>	ACTIVO CORRIENTE	=	$\frac{60.967,06}{9.509,23}$	=	6,411
	PASIVO CORRIENTE		9.509,23		

<b>RAZON DE EFECTIVO</b>	EFECTIVO	=	$\frac{60.967,06}{9.509,23}$	=	6,411
	PASIVO CORRIENTE		9.509,23		

Según la razón Corriente, durante el quinto año, por cada dólar (\$1,00) que se adeuda, podremos cubrir seis dólares con treinta y un centavos (\$6,41).

### INDICES DE RENTABILIDAD

<b>MARGEN NETO</b>	UTILIDAD NETA	=	$\frac{16.723,12}{380.726,93}$	=	0,044
	VENTAS		380.726,93		

<b>ROA</b>	UTILIDAD NETA	=	$\frac{16.723,12}{71.304,46}$	=	0,235
	ACTIVO TOTAL		71.304,46		

<b>ROE</b>	UTILIDAD NETA	=	$\frac{16.723,12}{61.795,24}$	=	0,271
	PATRIMONIO		61.795,24		

**Fuente: Razones financieras a proyectadas a cinco años**

**Autores: Jéssica Pérez y Jorge González**

El margen neto obtenido de las ventas durante el quinto año será del 6,41%.

La rentabilidad de la microempresa sobre los activos es del 23,45%.

El apalancamiento de la microempresa es del 27,06%

### **5.7.3 Impacto**

El impacto de este proyecto será de carácter social y económico, pero sobretodo ambiental.

- Se aportara a la buena alimentación de los seres humanos.
- Se recuperaran los terrenos destinados para el cultivo en el Cantón Milagro.
- Ayudar al ecosistema, especialmente el agua y los microorganismos del suelo.
- Mayor ingreso para el SRI en cobro por impuestos al exportar productos orgánicos.
- Disminuir la inversión económica de los agricultores en la compra de abono, cambiando la cultura de producción en el agricultor y la manera de cosechar.
- Mejorar la salud de los involucrados en la actividad agrícola así como de los consumidores finales.
- Se generarán nuevas fuentes de trabajo, tanto directa como indirectamente, muchas personas y organizaciones empezarán a producir abonos orgánicos y emplearán a otras más para las labores de campo.
- Al incrementarse la demanda, se crearán sucursales, lo que conlleva a incrementar el personal de oficina y de campo.

### 5.7.4 Cronograma

Se describen las actividades por cumplirse en función del tiempo.

**Tabla 26. Actividades a realizarse según cronograma.**

ACTIVIDADES	MESES																																			
	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Trámite y obtención de préstamo bancario																																				
Alquiler del local																																				
Trámites legales																																				
Registro patronal en el IESS																																				
Elaboración del reglamento interno																																				
Contactar proveedores																																				
Compras de equipos y muebles de oficina																																				
Equipamiento del local																																				
Cotización y compra de vehículo																																				
Solicitud e instalación de línea telefónica																																				
Campaña publicitaria																																				
Requisición de personal																																				
Selección del personal																																				
Contratar personal																																				
Capacitación del personal																																				
Inauguración del negocio																																				

Fuente: Actividades a realizarse según cronograma

Autores: Jéssica Pérez y Jorge González

### **5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta**

Para la evaluación de los resultados económicos de la propuesta, se proyectarán todos los estados financieros anualmente, así se podrá tomar medidas correctivas en caso de que aparezcan contingencias que afecten las actividades normales del desarrollo de la microempresa. Los lineamientos son:

- Demanda
- Liquidez
- Márgenes de utilidad
- Nivel de Ventas
- Nivel de Costos
- Nivel de Gastos

## CONCLUSIONES

Con el estudio realizado se ha llegado a las siguientes conclusiones:

En el cantón de Milagro no existe empresa que se dedique a la venta de abonos orgánicos, por ello teniendo una muy buena aceptación de los agricultores en esta zona hacia los productos orgánicos, notamos la necesidad de que exista una distribución de los mismos, esto se lo puede demostrar en base a las encuestas realizadas en el cantón, en donde la mayor preocupación son los daños en los terrenos que se utilizan para el cultivo y las enfermedades que los químicos causan tanto a las personas que dosifican estos productos, como a los consumidores y el medio ambiente.

El nivel de importancia de lo que cultivamos y consumimos es de alto grado, por ello cabe indicar que sería de mucho provecho poner en marcha esta propuesta, pues representa un sinnúmero de beneficios, ya sean a nivel salud, economía, progreso, etc.

Según lo evaluado mediante la investigación encontramos que este tipo de proyectos representaría el progreso de una comunidad y de un país, pues para ponerlo en marcha se necesita de personas del área agrícola que como todos sabemos generalmente son de economía muy baja, y al darles la oportunidad de trabajar, estaremos generando nuevos ingresos, disminuyendo el nivel de desempleo e incrementando los estándares de salud y nutrición.

El proyecto muestra viabilidad según lo establecido mediante el análisis financiero, la inversión de los accionistas es poca y de acuerdo con lo proyectado financieramente, esta irá ganando utilidades con el pasar de los años, por lo que es una decisión rentable para quien invierta en este proyecto.

## **RECOMENDACIONES**

Si hay posibilidad de expandir la microempresa se recomienda abrir un local en la parroquia Roberto Astudillo por que se ha escuchado en el tiempo del desarrollo del proyecto que los agricultores de este sector, ya están utilizando abonos orgánicos pero en cantidades pequeñas.

Procurar afiliarse a una cooperativa de ahorro y crédito para conseguir financiamiento a una menor tasa de interés y un tiempo más distante de las que nos facilitan las instituciones bancarias representándonos un beneficio en el pago de intereses.

Especificar planes estratégicos para la promoción adecuada de la microempresa.

Hacer énfasis en los objetivos y estrategias establecidos para lograr el éxito deseado.

## **BIBLIOGRAFÍA DE INVESTIGACIÓN.**

- CAPISTRÁN, ARANDA, ROMERO, Manual de reciclaje, compostaje y lombriz compostaje, 2001.
- ALFONSO, Ángel: Elaboración de abono orgánico, La Lima, Honduras, enero 2010.
- FLORES, Javier: Agricultura Ecológica, Ediciones Mundi-Prensa, 2009.
- SINGER, Peter: Somos lo que comemos.
- MASON, Jim, Ediciones Ibérica S.A. 2009.
- LAMBIN J. J., Marketing Estratégico, McGrawHill. p 18-25
- ANONIMO, Proyecto sobre elaboración, uso y manejo de los abonos orgánicos.
- ANONIMO, Manual sobre elaboración uso y manejo de abonos orgánicos.
- MANSILLA, Fernando, "Adicción al trabajo". Otros riesgos Psicosociales en el trabajo, 2004. p 1-6
- ALVIAR, Camilo, Manual agricultura alternativa: principios 2004.
- BILLENE, Ricardo A. "Costos para PYME". Ediciones Errepar. Año 2002
- • MANUAL PARA EL DESARROLLO EMPRESARIO. Editorial Mercado Clarín. Año 2000
- SCHEAFER, Richard; MENDENHALL, William. Elementos de muestreo, Iberoamérica, Tercera Edición
- MIGUEZ, Sandra, Periodista de "salud en familia".  
<http://www.saludenfamilia.com.ar/>  
Publicado por <http://www.semarnat.gob.mx/> según Boletín del PNUMA 04/10/05

- RESTREPO, Jairo, Abonos orgánicos fermentados.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA DE COSTA RICA, Abonos orgánicos / programa nacional de agricultura orgánica, San José, Costa Rica, Editorial del norte, 2001.
- BLANK, Leland; TARQUIN Anthony. Ingeniería económica, Mc Graw Hill, Cuarta edición, 2008
- BESLEY, Scott; BRIGHAM Eugene. Fundamentos de Administración Financiera, Mc Graw Hill, Doceava Edición, 2001
- MALHOTRA, Naresh. Investigación de Mercados, un enfoque aplicado, Pearson Prentice Hall, Cuarta Edición, 2004.
- SAPAG ChainNassi y Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos 2da Edición, Mc Graw Hill, 1989, p 197 – 219
- GARCÍA, Hugo. Marketing Principios y Metas, Ediciones Holguín, Primera Edición, 2008.
- SQUARE Newton, Guía fundamental para la gestión de proyectos, edición 2000 U.S.A. p12-38.

### **LINKOGRAFIA**

- <http://www.slideshare.net/>
- <http://www.controlbiologico.com/>
- [http://bpa.peru-v.com/abono\\_organico.htm#Los\\_conceptos\\_basicos](http://bpa.peru-v.com/abono_organico.htm#Los_conceptos_basicos)
- <http://abono-organico.com/2010/05/abono-con-reciclados/>
- <http://abono-organico.com/2010/03/cultiva-tu-propio-jardin-organico/>
- <http://abono-organico.com/2010/03/como-hacer-abono-organico/>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Alimentos\\_organicos](http://es.wikipedia.org/wiki/Alimentos_organicos)
- <http://humano.ya.com/holbeja/abonos.htm>
- <http://www.enplenitud.com/nota.asp?notaid=1928>
- [http://www.deyave.com/POLITIKOM/NIDC\\_II.htm](http://www.deyave.com/POLITIKOM/NIDC_II.htm)
- [http://www.cusur.udg.mx/fodepal/Articulos%20referentes%20de%20Des%20Su%20sr/Construyendo%20el%20desarrollo%20rural\\_archivos\\_ArturoSC/agriculsustentable%5B1%5D.pdf](http://www.cusur.udg.mx/fodepal/Articulos%20referentes%20de%20Des%20Su%20sr/Construyendo%20el%20desarrollo%20rural_archivos_ArturoSC/agriculsustentable%5B1%5D.pdf)

- <http://www.grr.org.ar/campanapdf/guia-basica-agrotoxicos.pdf>
- <http://www.barrameda.com.ar/colabora/agrttox01.htm>
- <http://red-latina-sin-fronteras.lacoctelera.net/post/2011/05/18/salud-nuevas-evidencias-sobre-agrotoxicos-la-salud-de>
- <http://www.jardinyplantas.com/suelos-y-fertilizantes/fertilizantes-organicos.html>
- [http://www.infoagro.com/abonos/abonos\\_organicos.htm](http://www.infoagro.com/abonos/abonos_organicos.htm)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Abono\\_organico](http://es.wikipedia.org/wiki/Abono_organico)
- <http://elagronomico.blogspot.com/2010/05/abonos-organicos-para-una-produccion.html>
- <http://surrecicla.wordpress.com/>
- <http://elagronomico.blogspot.com/2009/08/importancia-de-los-abonos-organicos.html>
- <http://www.microambiente.org/home/home.cfm>
- <http://tecnoagronomia.com/abonos-organicos-importacia-propiedades-de-los-abonos-organicos.html>
- <http://tecnoagronomia.com/tag/abono-verde>
- <http://curso15demayo01.wordpress.com/2008/04/10/conciencia-ecologica/>
- <http://www.aciamericas.coop/El-mercado-global-de-productos>
- <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/foda.htm>
- <http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>
- [http://translate.google.com/ec/translate?hl=es&sl=en&u=http://www.triplepundit.com/2011/03/organic-farming-really-feed-world/&ei=wIskTuuONu3-sQKlze2\\_Aw&sa=X&oi=translate&ct=result&resnum=10&ved=0CGYQ7gEwCQ&prev=/search%3Fq%3DThe%2BWorld%2Bof%2BOrganic%2BAgriculture%2B2011%26hl%3Des%26biw%3D1024%26bih%3D548%26prmd%3Divns](http://translate.google.com/ec/translate?hl=es&sl=en&u=http://www.triplepundit.com/2011/03/organic-farming-really-feed-world/&ei=wIskTuuONu3-sQKlze2_Aw&sa=X&oi=translate&ct=result&resnum=10&ved=0CGYQ7gEwCQ&prev=/search%3Fq%3DThe%2BWorld%2Bof%2BOrganic%2BAgriculture%2B2011%26hl%3Des%26biw%3D1024%26bih%3D548%26prmd%3Divns)
- [http://webapp.ciat.cgiar.org/agroempresas/comercio\\_justo/mercado.htm](http://webapp.ciat.cgiar.org/agroempresas/comercio_justo/mercado.htm)
- <http://agriculturaurbanaperu.blogspot.com/2011/04/que-es-la-agricultura-biologica.html>
- <http://www.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?ID=116842>
- <http://otroperroqueteladra.blogspot.com/>
- <http://www.organic-world.net/yearbook-2011-graphs.html?&L=idtbbcdeumlpvldb>
- <http://www.organic-world.net/yearbook-2010-graphs.html>
- <http://www.organic-world.net/statistics-fao.html>

- <http://fphconference.org/organic-farming/>
- [http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=135&Itemid=407](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=135&Itemid=407)
- <http://www.verdesabores.com/frontEnd/Articulo.aspx?id=12>

# **ANEXOS**

### INVERSION INICIAL

GASTOS PARA APERTURA		C. TOTAL
Gastos de Escritura y Constitución		\$ 400,00
Bomberos		\$ 200,00
Tasa de habilitación y Patente Munic.		\$ 122,00
Salud		\$ 25,00
AGROCALIDAD		50,00
		-
		<b>797,00</b>

GASTOS DE CONSTITUCION		C. TOTAL
TELEFONO CONVENCIONAL		300,00
SERVICIOS DE INTERNET		70,00
ALQUILER DEL LOCAL		400,00
UTILES DE OFICINA		300,00
MANTENIMIENTO Y ASEO		80,00
UNIFORMES		560,00
		<b>1.710,00</b>

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS					
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL A 5 AÑOS
MUEBLES Y ENSERES	4.320,00	10%	36,00	432,00	43,20
EQUIPO DE COMPUTACION	3.740,00	33%	102,85	1.234,20	411,40
EQUIPO DE OFICINA	1.280,00	10%	10,67	128,00	12,80
VEHICULOS	15.000,00	10%	125,00	1.500,00	150,00
<b>TOTAL</b>	<b>24.340,00</b>		<b>274,52</b>	<b>3.294,20</b>	<b>617,40</b>

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>	
MUEBLES Y ENSERES	4.320,00
EQUIPO DE COMPUTACION	3.740,00
EQUIPO DE OFICINA	1.280,00
VEHICULOS	15.000,00
CAJA – BANCO	2.000,00
GASTOS PARA APERTURA	797,00
GASTOS DE CONSTITUCION	1.710,00
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>28.847,00</b>

<b>FINANCIACION DEL PROYECTO</b>		
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>28.847,00</b>
Financiado	<b>90%</b>	25.962,30
Aporte Propio	<b>10%</b>	2.884,70

<b>TASA</b>		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	<b>10,00%</b>	<b>0,100</b>
		<b>0,100</b>
		<b>28.847,00</b>

<b>PRESTAMO BANCARIO</b>		
Préstamo Bancario	<b>25.962,30</b>	<b>2.596,23</b>

<b>FINANCIAMIENTO</b>				
<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO</b>	<b>SALDO</b>
-				<b>25.962,30</b>
1	5.192,46	2.596,23	7.788,69	20.769,84
2	5.192,46	2.076,98	7.269,44	15.577,38
3	5.192,46	1.557,74	6.750,20	10.384,92
4	5.192,46	1.038,49	6.230,95	5.192,46
5	5.192,46	519,25	5.711,71	-
	<b>25.962,30</b>	<b>7.788,69</b>	<b>33.750,99</b>	

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>						
VENTAS	279845,66	302233,31	326411,98	352524,94	380726,93	1641742,82
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>279845,66</b>	<b>302233,31</b>	<b>326411,98</b>	<b>352524,94</b>	<b>380726,93</b>	<b>1641742,82</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>						
COSTO DE VENTAS	222477,30	240275,48	259497,52	280257,32	302677,91	0,00
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	27924,65	29600,13	31376,14	33258,71	35254,23	157413,86
GASTOS GENERALES	6876,00	7288,56	7725,87	8189,43	8680,79	38760,65
PUBLICIDAD	4200,00	4452,00	4719,12	5002,27	5302,40	
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	0,00	1495,54	2286,89	2736,21	3407,81	3934,85
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	0,00	2118,68	3239,77	3876,29	4827,73	5574,37
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>261477,95</b>	<b>285230,40</b>	<b>308845,31</b>	<b>333320,23</b>	<b>360150,87</b>	<b>205683,74</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>18367,71</b>	<b>17002,91</b>	<b>17566,66</b>	<b>19204,71</b>	<b>20576,06</b>	<b>92718,05</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PRESTAMO BANCARIO	25962,30	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>25962,30</b>		<b>0,00</b>		<b>0,00</b>	
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
<b>INVERSIONES</b>						
COMPRA DE ACTIVO FIJO	25962,30					
PAGO DE CAPITAL	5192,46	5192,46	5192,46	5192,46	5192,46	25962,30
PAGO DE INTERESES	2596,23	2076,98	1557,74	1038,49	519,25	7788,69
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>33750,99</b>	<b>7269,44</b>	<b>6750,20</b>	<b>6230,95</b>	<b>5711,71</b>	<b>59713,29</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>-7788,69</b>	<b>-7269,44</b>	<b>-6750,20</b>	<b>-6230,95</b>	<b>-5711,71</b>	<b>-33750,99</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>10579,02</b>	<b>9733,47</b>	<b>10816,47</b>	<b>12973,76</b>	<b>14864,35</b>	<b>58967,06</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>2000,00</b>	<b>12579,02</b>	<b>22312,49</b>	<b>33128,95</b>	<b>46102,71</b>	
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>12579,02</b>	<b>22312,49</b>	<b>33128,95</b>	<b>46102,71</b>	<b>60967,06</b>	<b>58967,06</b>

PERSONAS PRODUCTORAS POR PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS, SEGÚN CANTÓN

CANTÓN	TOTAL	SEXO		TOTAL	NIVEL DE INSTRUCCIÓN FORMAL (1)				TOTAL	ORIGEN PRINCIPAL DE LOS INGRESOS		TOTAL
		Masculino	Femenino		Ninguno	Primaria	Secundaria	Superior		Actividades agropec	Actividades no agropec	
TOTAL GUAYAS	65.292	56.292	9.000	65.292	13.939	40.825	7.107	3.421	65.292	58.145	7.147	17.934
Guayaquil	2.525	2.355	170	2.525	226	1.240	400	659	2.525	1.938	587	362
Alfredo Baquerizo Moreno	1.647	1.320	327	1.647	362	982	213	89	1.647	1.544	102	526
Balao	880	788	93	880	52	524	186	118	880	739	142	75
Balzar	3.658	3.224	434	3.658	874	2.292	328	164	3.658	3.517	141	878
Colimes	2.418	2.152	266	2.418	466	1.722	172	57	2.418	2.210	208	854
Daule	6.488	5.692	796	6.488	1.392	4.099	782	215	6.488	6.034	455	3.479
Durán	497	431	66	497	108	277	43	69	497	463	33	156
Empalme	4.861	4.154	707	4.861	1.151	3.095	459	156	4.861	4.571	290	506
El Triunfo	1.722	1.272	450	1.722	209	1.021	355	138	1.722	1.415	307	193
Milagro	4.396	3.517	879	4.396	827	2.785	505	280	4.396	3.806	590	352
Naranjal	3.885	3.361	524	3.885	636	2.421	565	263	3.885	3.388	498	528
Naranjito	1.222	1.001	222	1.222	201	784	152	85	1.222	999	223	145
Palestina	1.063	931	131	1.063	341	634	46	41	1.063	968	95	245
Pedro Carbo	3.026	2.544	482	3.026	1.172	1.597	190	67	3.026	2.631	395	768
Samborondón	3.246	2.950	295	3.246	772	1.979	431	64	3.246	3.150	96	2.487
Santa Lucia	4.392	3.916	476	4.392	1.093	2.807	433	59	4.392	4.127	265	1.559
Urbina Jado	6.278	5.564	714	6.278	1.419	4.178	593	88	6.278	6.061	217	2.401
Yaguachi	4.475	3.777	698	4.475	877	2.853	507	239	4.475	4.013	462	1.325
Playas	216	178	*	216	13	144	33	26	216	66	150	*
Simón Bolívar	2.052	1.587	465	2.052	551	1.166	213	123	2.052	1.837	215	124
Cornel Marcelino Maridueña	806	662	145	806	170	493	101	42	806	694	112	96
Lomas de Sargentillo	607	537	70	607	223	335	42	7	607	545	62	195
Nobol	496	400	96	496	97	289	76	33	496	424	72	248
General Antonio Elizalde	417	342	75	417	48	277	41	51	417	333	84	31
Isidro Ayora	755	649	107	755	274	396	48	38	755	667	89	181



Detalle de Costos de Venta

PRESUPUESTO DE INGRESOS													
INGRESOS POR VENTA	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
ECOABONAZA	5,60	616,00	616,00	644,00	560,00	560,00	616,00	504,00	504,00	504,00	560,00	616,00	616,00
HUMITA-40	15,00	1500,00	1500,00	1650,00	1425,00	1500,00	1650,00	1650,00	1650,00	1350,00	1500,00	1650,00	1650,00
CHIVAZA	5,00	550,00	500,00	500,00	500,00	550,00	550,00	450,00	450,00	500,00	550,00	550,00	550,00
GALLINAZA	5,50	825,00	715,00	605,00	550,00	605,00	825,00	660,00	605,00	495,00	550,00	770,00	825,00
HUMUS LIQUIDO	4,00	800,00	800,00	760,00	800,00	740,00	760,00	600,00	480,00	480,00	320,00	500,00	800,00
ESTIERCOL	5,00	500,00	550,00	500,00	450,00	450,00	500,00	450,00	400,00	500,00	550,00	550,00	575,00
ASERRIN	4,50	450,00	405,00	405,00	360,00	450,00	495,00	450,00	405,00	360,00	360,00	450,00	562,50
ALGANOVA	20,00	2200,00	2000,00	2000,00	2000,00	2200,00	2200,00	1800,00	1800,00	2000,00	2200,00	2200,00	2200,00
ABONO COMPLETO	25,00	5000,00	5000,00	5750,00	5750,00	4625,00	4750,00	3750,00	3000,00	3000,00	2000,00	3125,00	5000,00
ACONDICIONADOR BIOLOGICO	4,64	928,00	1067,20	1020,80	1067,20	881,60	1067,20	784,16	696,00	603,20	464,00	649,60	928,00
HUMUS	2,25	900,00	900,00	787,50	675,00	675,00	787,50	675,00	675,00	787,50	787,50	900,00	900,00
CALDO BORDELES	17,50	1925,00	1925,00	1837,50	1575,00	1575,00	1750,00	1400,00	1400,00	1400,00	1575,00	1750,00	1750,00
COMPOST	8,00	800,00	800,00	880,00	760,00	800,00	880,00	920,00	880,00	720,00	800,00	800,00	880,00
HUMUS DE LOMBRIS	6,50	3250,00	3250,00	2925,00	1950,00	1950,00	2925,00	1950,00	1950,00	1950,00	2275,00	2600,00	2925,00
BOCASHI	18,00	2700,00	2340,00	1980,00	1800,00	1980,00	2700,00	2160,00	1980,00	1620,00	1800,00	2520,00	2700,00
HUMITREK	13,40	1474,00	1474,00	1541,00	1340,00	1340,00	1474,00	1206,00	1206,00	1206,00	1340,00	1474,00	1474,00
FOLIKELP	6,20	620,00	682,00	620,00	558,00	558,00	620,00	558,00	496,00	620,00	682,00	682,00	713,00
MICROMAR	7,30	1460,00	1679,00	1606,00	1679,00	1387,00	1679,00	1233,70	1095,00	949,00	730,00	1022,00	1460,00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>26498,00</b>	<b>26203,20</b>	<b>26011,80</b>	<b>23799,20</b>	<b>22826,60</b>	<b>26228,70</b>	<b>21200,86</b>	<b>19672,00</b>	<b>19044,70</b>	<b>19043,50</b>	<b>22808,60</b>	<b>26508,50</b>



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.: \_\_\_\_\_

Nº 0005612

VALOR US\$ 2.00

I. MUNICIPALIDAD MILAGRO  
DIRECCIÓN FINANCIERA  
F. B. Z.  
FIRMA AUTORIZADA  
Director Financiero



# CERTIFICADOS DE AGROCALIDAD



REPÚBLICA DEL ECUADOR

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

## CERTIFICADO DE REGISTRO DE EMPRESA DE PLAGUICIDAS DE USO AGRÍCOLA

### DATOS DEL CLIENTE:

Persona o Empresa: \_\_\_\_\_  
Representante Legal: \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_  
Provincia: \_\_\_\_\_ Cantón: \_\_\_\_\_ Parroquia: \_\_\_\_\_  
Teléfono: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_ e-mail: \_\_\_\_\_

### ACTIVIDADES AUTORIZADAS

### DATOS DE LA BODEGA

Dirección: \_\_\_\_\_  
Provincia: \_\_\_\_\_ Cantón: \_\_\_\_\_ Parroquia: \_\_\_\_\_  
Teléfono: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_ e-mail: \_\_\_\_\_  
Responsable Técnico: \_\_\_\_\_

### INSCRITO EN EL REGISTRO NACIONAL DE EMPRESAS DE PLAGUICIDAS

Con el No: \_\_\_\_\_ Con Fecha: 28 de Marzo 2011  
Lugar y Fecha de Emisión: Quito, 28 de Marzo de 2011  
Certificado valido hasta: 28 de Marzo de 2016

MARIA ISABEL JIMENEZ, PhD  
DIRECTORA EJECUTIVA DE AGROCALIDAD



REGISTRO DE PLAGUICIDAS  
Quito - Ecuador



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



En cumplimiento a la Resolución 012 publicada en el Registro Oficial 248, de 9 de enero del 2004, mediante la cual se expide la norma que establece los procedimientos técnicos de las medidas fitosanitarias y el uso de la marca que aprueba su aplicación, para el embalaje de madera que se utiliza en el comercio internacional, se concede el presente:

**CERTIFICADO DE REGISTRO N° 0000053**

NOMBRE DE LA EMPRESA: \_\_\_\_\_

PROPIETARIO/GERENTE: \_\_\_\_\_

PRODUCTO: \_\_\_\_\_

CÓDIGO DE REGISTRO: \_\_\_\_\_

TRATAMIENTO UTILIZADO: \_\_\_\_\_  
TERMICO

PROVINCIA: \_\_\_\_\_  
LOS RÍOS

CANTÓN: \_\_\_\_\_  
QUEVEDO

PARROQUIA: \_\_\_\_\_  
EL EMPALME

SECTOR: \_\_\_\_\_  
KM. 1 1/2 VÍA EL EMPALME

FECHA DE EXPEDICIÓN: \_\_\_\_\_  
QUITO, 24 DE JUNIO DEL 2009

  
X DIRECTOR EJECUTIVO DE AGROCALIDAD



NOTA: en caso de incumplimiento de lo establecido en la resolución 012 y el Manual de Procedimientos, AGROCALIDAD procederá a cancelar el presente certificado.

**VÁLIDO POR UN AÑO**

# Sector Agropecuario y Reprogramaciones

## Operaciones con Tasas Reajustables

La Tasa Base para  
reajuste es la TPR.  
En el mes de julio es de  
4.58%

<b>Sector Agropecuario</b>	
Plazo (años)	Tasa Efectiva Anual
1 a 3	9,50%
4 a 6	10,00%
7 a 10	10,50%

<b>Reprogramaciones</b>	
Plazo (años)	Tasa Efectiva Anual
1 a 3	9,50%
4 a 6	10,00%
7 a 10	10,50%

01 al 31 de Julio 2011

