



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS AGROPECUARIAS

Proyecto de Investigación
previo a la obtención del título
de Ingeniera en Administración
de Empresas Agropecuarias.

Título del proyecto de Investigación:

**“Estudio de mercado de insumos agrícolas para posicionamiento y crecimiento de
una empresa con fines de rentabilidad en la zona del cantón Buena Fe”**

Autora:

Jennifer Andrea Carriel Herrera

Director de Proyecto de Investigación:

Econ. Flavio Raúl Ramos Martínez, MSc.

Quevedo – Los Ríos – Ecuador.

2018

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO

Yo, **JENNIFER ANDREA CARRIEL HERRERA**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

f. _____

Jennifer Andrea Carriel Herrera

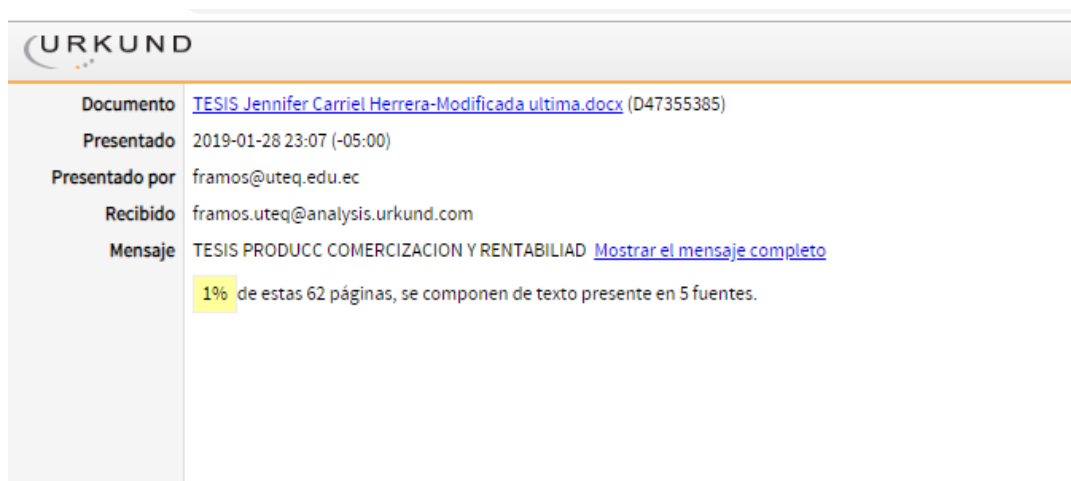
CERTIFICADO DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito, **Econ. Flavio Raúl Ramos Martínez, MSc.**, docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Certificó que la estudiante **Jennifer Andrea Carriel Herrera**, desarrollo el presente Proyecto de Investigación de grado titulado. **“ESTUDIO DE MERCADO DE INSUMOS AGRÍCOLAS PARA POSICIONAMIENTO Y CRECIMIENTO DE UNA EMPRESA CON FINES DE RENTABILIDAD EN LA ZONA DEL CANTÓN BUENA FE”**, bajo mi dirección, asesoría y tutoría; habiendo cumplido con las disposiciones reglamentaria establecida para efecto.

ECON. FLAVIO RAÚL RAMOS MARTÍNEZ, MSc.
DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO

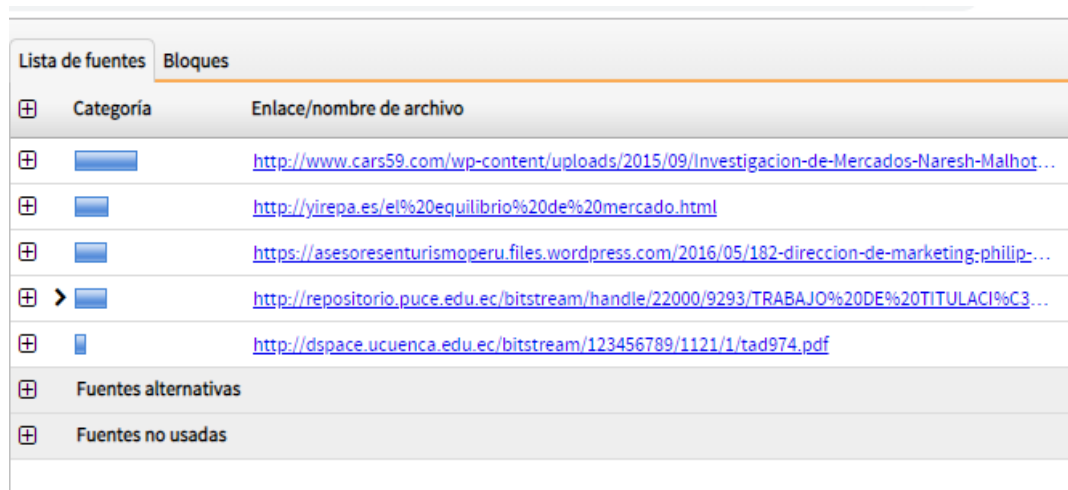
El suscrito, **Econ. Flavio Raúl Ramos Martínez, MSc.**, docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en calidad de Director del Proyecto de Investigación **CERTIFICA** el cumplimiento de parámetros establecidos por el SENESCYT y se evidencia el reporte de la herramienta de prevención de coincidencia y/o plagio académico (URKUND) con porcentaje de similitud del 1%.



The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

- Documento:** [TESIS Jennifer Carriel Herrera-Modificada ultima.docx](#) (D47355385)
- Presentado:** 2019-01-28 23:07 (-05:00)
- Presentado por:** framos@uteq.edu.ec
- Recibido:** framos.uteq@analysis.arkund.com
- Mensaje:** TESIS PRODUCC COMERCIALIZACION Y RENTABILIDAD [Mostrar el mensaje completo](#)

A yellow highlight indicates: **1%** de estas 62 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.



Lista de fuentes	Bloques
⊕ Categoría	Enlace/nombre de archivo
⊕	http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2015/09/Investigacion-de-Mercados-Naresh-Malhot...
⊕	http://yirepa.es/el%20equilibrio%20de%20mercado.html
⊕	https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/05/182-direccion-de-marketing-philip-...
⊕ >	http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9293/TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3...
⊕	http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1121/1/tad974.pdf
⊕ Fuentes alternativas	
⊕ Fuentes no usadas	

ECON. FLAVIO RAÚL RAMOS MARTÍNEZ, MSc.
DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
AGROPECUARIAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

“Estudio de mercado de insumos agrícolas para posicionamiento y crecimiento de una empresa con fines de rentabilidad en la zona del cantón Buena Fe”

Presentando a la Comisión Académica como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Agropecuarias.

Aprobado por:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

Econ. Deyanira Mata Anchundia, MSc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Econ. Luis Zambrano Medranda, MSc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. César Varas Maenza, MSc.

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2018

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme permitido culminar esta etapa de mi vida, por darme fuerza, sabiduría y perseverancia, por guiarme por el camino correcto en cada paso que doy, y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo mi período estudiantil.

A mi familia y en especial a mis padres, que son el motor e inspiración de mi vida, quienes han cultivados en mí valores y virtudes, que moldearon mi carácter y personalidad, gracias a su apoyo incondicional y por mantener su fe siempre en mí.

Asimismo, agradezco infinitamente a mi Director de Tesis, que gracias a sus consejos y experiencia me oriento para culminar con éxito mi investigación, a los profesores que me han visto crecer como persona, quienes impartieron con su enseñanza sus conocimientos, sabiduría y experiencia, hicieron que pueda crecer día a día como profesional.

Finalmente, quiero expresar mi más grande y sinceros sentimientos de gratitud y amistad, hacia todos mis amigos/as y compañeros, quienes supieron ver en mí una persona amigable y confiable, con los cuales he podido compartir momentos agradables.

DEDICATORIA

Dedico la investigación principalmente a Dios, por haberme dado la vida ya que, con su infinita voluntad y gracia, ha realzado mi fortaleza en momentos de debilidad y me ha brindado humildad en los momentos de grandeza; incrementando mi capacidad, para lograr los objetivos propuestos, y mi fe para poner en sus manos cualquier adversidad que se me presente.

A mis padres, por su lucha incansable y sacrificio, por apoyarme día a día brindándome su amor, su confianza y su apoyo incondicional, que me permitieron lograr culminar mi carrera profesional.

A todos mis profesores que gracias a sus enseñanzas y dedicación impartieron sus conocimientos y experiencias, que me ayudaron a mi formación como persona y como profesional, ahora empieza un camino nuevo por recorrer y poner en práctica todo lo aprendido buscando el progreso y el éxito.

RESUMEN

En nuestro país el sector agrícola se ha convertido en una de las fuentes de ingreso más importante en la economía ecuatoriana debido a su gran producción, se ve la necesidad del empleo de insumos agrícolas para el tratamiento de tierra y mejora de los cultivos, aumentando la rentabilidad en la producción. La presente investigación tiene como objetivo elaborar un estudio de mercado de insumos agrícolas, con énfasis en los cultivos (palma africana, piña, jengibre, banano, cacao y maíz), buscando nichos de mercados para el posicionamiento de una empresa en la zona del cantón Buena Fe, seleccionando los productos de mayor venta y su grado de aceptación. La metodología aplicada en la investigación permitió obtener la información primaria a través de la utilización de encuestas y entrevistas aplicada a los agricultores (consumidores) y oferentes (vendedores) con preguntas relacionadas a los objetivos planteados. Los resultados obtenidos demostraron que existe un exceso de demanda que se encuentra insatisfecha, ya que las empresas que expenden agroquímicos no son suficientes ni específicos para el uso de los diferentes cultivos de la zona. El análisis económico mostró que los volúmenes de venta de los insumos fluctuaron entre 28.588,00 y 34.740,00 siendo la Agrícola “Vásquez” la que mayor grado de aceptación, seguido por la Agroservicios “Ubilla” con 34.153,90 teniendo una diferencia en las ventas de 1,7%; con una rentabilidad del 31% mientras que la Agro “Lara” mostró un 33% de tal manera que las otras agroquímicas se observaron volúmenes importante en las ventas pero no alcanzaron su aceptación teniendo consigo una baja rentabilidad.

Palabras claves: Estudio de mercado, insumos agrícolas, demanda, oferta, demanda insatisfecha, rentabilidad.

ABSTRACT

In our country the agricultural sector has become one of the most important sources of income in the Ecuadorian economy due to its great production, we see the need of agricultural inputs for land treatment and crop improvement , increasing profitability in production. This research aims to develop a market study of agricultural inputs, with emphasis on crops (African palm, pineapple, ginger, banana, cocoa and maize), looking for niche markets for the positioning of a company in the canton area Good faith, selecting the best selling products and their degree of acceptance. The methodology applied in the research allowed to obtain the primary information through the use of surveys and interviews applied to the farmers (consumers) and offerers (vendors) with questions related to the objectives raised. The results showed that there is an excess of demand that is unsatisfied, since the companies that dispense agrochemicals are not enough or specific for the use of the different crops in the area. The economic analysis showed that the volumes of sales of the inputs fluctuated between 28,588.00 and 34,740.00 being the agricultural "Vásquez" which highest degree of acceptance, followed by the Agroservicios "Ubilla" with 34,153.90 having a difference in the sales of 1.7%; With a profitability of 31% while the Agro "Lara" showed a 33% in such a way that the other agrochemical were observed volumes important in the sales but did not reach their acceptance having with them a low profitability.

Key words: Market research, agricultural inputs, demand, supply, unmet demand, profitability.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO.....	ii
CERTIFICADO DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
CERTIFICACIÓN DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO	iv
CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de investigación.....	3
1.1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.1.2. Formulación del problema	3
1.1.3. Sistematización del problema	3
1.2. Objetivos.....	4
1.2.1. Objetivo General	4
1.2.2. Objetivos Específicos.....	4
1.3. Justificación.....	5

CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco conceptual	7
2.1.1. Empresa.....	7
2.1.2. El mercado.	7
2.1.3. Producto.....	7
2.1.4. Insumos agrícolas.....	7
2.1.4.1. Tipos de insumos agrícolas	8
2.1.4.1.1. Productos fitosanitarios	8
2.1.4.1.2. Fungicidas.....	8
2.1.4.1.3. Insecticidas.....	9
2.1.4.1.4. Herbicidas.....	9

2.1.4.1.5. Fertilizantes.....	10
2.1.5. Estudio de mercado.....	10
2.1.6. Investigación de mercado.....	10
2.1.6.1. Clasificación de la investigación de mercado.....	11
2.1.6.1.1. La investigación para la identificación de problemas.....	11
2.1.6.1.2. Investigación para resolver problemas.....	11
2.1.6.2. El proceso de la investigación de mercado.....	12
2.1.7. Definición de las categorías de mercado.....	12
2.1.8. Fijación de mercados objetivos.....	12
2.1.9. Segmentación de mercado.....	13
2.1.9.1. Características de un segmento de mercado.....	13
2.1.9.2. Variables de segmentación de mercado.....	14
2.1.9.2.1. Variables demográficas.....	14
2.1.9.2.2. Variables geográficas.....	15
2.1.9.2.3. Unidad geográfica.....	15
2.1.9.2.4. Condiciones geográficas.....	15
2.1.9.2.5. Tipo de población.....	16
2.1.9.2.6. Variables psicográficas.....	16
2.1.9.2.7. Variables de posición del usuario de uso.....	16
2.1.10. Nicho de mercado.....	16
2.1.11. Posicionamiento.....	17
2.1.11.1. Pasos y estrategias para el posicionamiento.....	17
2.1.12. La Oferta.....	18
2.1.12.1. Análisis de la oferta.....	19
2.1.12.2. Principales tipos de oferta.....	19
2.1.12.3. Como analizar la oferta.....	19
2.1.13. Demanda.....	20
2.1.13.1. Análisis de la demanda.....	20
2.1.13.2. Determinación de la demanda potencial insatisfecha.....	21
2.1.14. El precio.....	21
2.1.14.1. Análisis de los precios.....	21
2.1.14.2. Decisiones de precio.....	22
2.1.15. Comercialización de producto.....	22
2.1.15.1. Canales de distribución y su naturaleza.....	22

2.1.15.2.	Canales para productos de consumo popular:.....	22
2.1.16.	Punto de equilibrio en el mercado.....	23
2.1.17.	Rentabilidad	23

CAPÍTULO III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.	Localización	25
3.1.1.	Localización de la zona de estudio	25
3.1.1.1.	Ubicación geográfica y límites	25
3.2.	Tipo de investigación	26
3.2.1.	Investigación exploratoria.....	26
3.2.2.	Investigación descriptiva	26
3.3.	Métodos de investigación	27
3.3.1.	Método Inductivo.....	27
3.3.2.	Método Deductivo	27
3.4.	Fuente de recopilación de información.....	27
3.4.1.	Primaria.....	27
3.4.2.	Secundaria.....	28
3.5.	Diseño de la investigación.....	28
3.5.1.	Población y muestra	28
3.6.	Instrumento de investigación	29
3.7.	Tratamiento de los datos.....	30
3.8.	Recursos humanos y materiales.....	30

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.	Determinación de la demanda y oferta	32
4.1.1.	Análisis de la demanda y oferta de herbicidas específicos para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana.	32
4.1.2.	Análisis de la demanda y oferta de fungicidas específicos para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana.	38
4.1.3.	Análisis de la demanda y oferta de insecticidas específicos para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana.	45
4.1.4.	Análisis de la demanda y oferta de fertilizantes para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana.	52
4.1.5.	Discusión.....	61

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.	Conclusiones.....	66
5.2.	Recomendaciones.....	67

CAPÍTULO VI. BIBLIOGRAFÍA

6.1.	Bibliografía.....	69
------	-------------------	----

CAPÍTULO VII. ANEXOS

7.1.	Anexo.....	73
------	------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Recursos empleados en la investigación	30
Tabla 2. Demanda y oferta de herbicida (diuron) para el cultivo piña y jengibre.....	32
Tabla 3. Demanda y oferta de herbicida (verdict) para piña y palma africana.....	33
Tabla 4. Demanda y oferta de herbicida (dicloruro de paraquat) para maíz y banano.....	34
Tabla 5. Demanda y oferta de herbicida (atrazina) para maíz y jengibre.....	35
Tabla 6. Demanda y oferta de herbicida (ametrina) para cacao y palma africana	36
Tabla 7. Demanda y oferta de herbicida (diquat) para cacao y banano.....	37
Tabla 8. Demanda y oferta de fungicida (azoxystrobim) para piña y jengibre	38
Tabla 9. Demanda y oferta de fungicida (carbendazim) para piña y palma africana	39
Tabla 10. Demanda y oferta de fungicida (propiconazole) para maíz.....	40
Tabla 11. Demanda y oferta de fungicida (sulf. cob. Pentahidratado) para maíz y banano.	41
Tabla 12. Demanda y oferta de fungicida (captan) para cacao y jengibre	42
Tabla 13. Demanda y oferta de fungicida (clorotalonil) para cacao y palma africana.....	43
Tabla 14. Demanda y oferta de fungicida (tridemorph) para banano.....	44
Tabla 15. Demanda y oferta de insecticida (diazinon) para piña y banano.....	45
Tabla 16. Demanda y oferta de insecticida (chlorpyrifos) para piña y palma africana.....	46
Tabla 17. Demanda y oferta de insecticida (lambda) para maíz y jengibre	47
Tabla 18. Demanda y oferta de insecticida (profenofos) para maíz y banano	48
Tabla 19. Demanda y oferta de insecticida (benfuracarb) para cacao y palma africana	49
Tabla 20. Demanda y oferta de insecticida (methomyl) para cacao.....	50
Tabla 21. Demanda y oferta de insecticida (carbofuran) para jengibre.....	51
Tabla 22. Demanda y oferta de fertilizante (fertiactyl GZ) para piña y jengibre	52
Tabla 23. Demanda y oferta de fertilizante (nutrifort) para piña y banano	53
Tabla 24. Demanda y oferta de fertilizante (evegreen) para maíz y palma africana.....	54
Tabla 25. Demanda y oferta de fertilizante (basacote plus 9M) para maíz y palma africana.....	55
Tabla 26. Demanda y oferta de fertilizante (roca fosfórica) para cacao y banano	56
Tabla 27. Demanda y oferta de fertilizante (foliarsol B) para cacao.....	57
Tabla 28. Demanda y oferta de fertilizante (algasoil) para jengibre	58
Tabla 29. Análisis económico y grado de aceptación de las empresas de agroquímicos en función del volumen de ventas y rentabilidad alcanzada en el período lluvioso del 2018. cantón Buena Fe	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación del cantón Buena Fe.....	25
Figura 2. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas herbicida (diuron).....	32
Figura 3. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas herbicida (verdict).....	33
Figura 4. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas herbicida (dicloruro de paraquat)	34
Figura 5. Esquematización de las cantidades demandas y ofertadas herbicida (atrazina)	35
Figura 6. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas herbicida (ametrina).....	36
Figura 7. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas herbicida (diquat).....	37
Figura 8. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida (azoxystrobim).....	38
Figura 9. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida (carbendazim)	39
Figura 10. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida.....	40
Figura 11. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida (sulfato de cobre pentahidratado).....	41
Figura 12. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida (captan)	42
Figura 13. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida (clorotalonil)	43
Figura 14. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida (tridemorph).....	44
Figura 15. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (diazinon).....	45
Figura 16. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (chlorpyrifos)	46
Figura 17. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (lambda).....	47

Figura 18. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (profenofos)	48
Figura 19. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (benfuracarb).....	49
Figura 20. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (methomyl)	50
Figura 21. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (carbofuran)	51
Figura 22. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (fertiactyl GZ).....	52
Figura 23. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (nutrifort)	53
Figura 24. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (evegreen)	54
Figura 25. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (basacote plus 9M).....	55
Figura 26. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (roca fosfórica).....	56
Figura 27. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (foliarsol B).....	57
Figura 28. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (algaosil)	58

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	Cuestionario aplicado a los agricultores del cantón Buena Fe	73
Anexo 2.	Lista de agricultores encuestados en el cantón Buena Fe	76
Anexo 3.	Cantidad demandada herbicidas para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018	78
Anexo 4.	Cantidad demandada fungicidas para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018	79
Anexo 5.	Cantidad demandada insecticidas para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018	79
Anexo 6.	Cantidad demandada fertilizantes para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018	81
Anexo 7.	Cuestionario aplicado a las empresas de agroquímicos del cantón Buena Fe...	82
Anexo 8.	Lista de empresas que expenden insumos agrícolas en el cantón Buena Fe	85
Anexo 9.	Cantidad ofertada herbicidas para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018	86
Anexo 10.	Cantidad ofertada fungicidas para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018	87
Anexo 11.	Cantidad ofertada insecticidas para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018	87
Anexo 12.	Cantidad ofertada fertilizantes para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018	89
Anexo 13.	Análisis económico y grado de aceptación de las empresas de agroquímicos en función del volumen de ventas y rentabilidad alcanzada en el período lluvioso del 2018. cantón Buena Fe.....	90
Anexo 14.	Encuesta a los agricultores del recinto Guayacanes.....	91
Anexo 15.	Encuesta a los agricultores del recinto Alegria del Congo	91
Anexo 16.	Encuesta a los agricultores del recinto El Triunfo.....	91
Anexo 17.	Encuesta a los agricultores del recinto Aguas Blancas.....	91
Anexo 18.	Entrevista al Almacén agropecuario.....	92
Anexo 19.	Entrevista Agro Yong.....	92
Anexo 20.	Entrevista Agroservicios Ubilla.....	92

CÓDIGO DUBLÍN

Título:	Estudio de mercado de insumos agrícolas para posicionamiento y crecimiento de una empresa con fines de rentabilidad en la zona del cantón Buena Fe.
Autora:	Carriel Herrera Jennifer Andrea
Palabras Claves:	Estudio de mercado, insumos agrícolas, demanda, oferta, demanda insatisfecha, rentabilidad.
Fecha de publicación:	
Editorial:	
Resumen:	<p>En nuestro país el sector agrícola se ha convertido en una de las fuentes de ingreso más importante en la economía ecuatoriana debido a su gran producción, se ve la necesidad del empleo de insumos agrícolas para el tratamiento de tierra y mojera de los cultivos, aumentando la rentabilidad en la producción. La presente investigación tiene como objetivo elaborar un estudio de mercado de insumos agrícolas, con énfasis en los cultivos (palma africana, piña, jengibre, banano, cacao y maíz), buscando nichos de mercados para el posicionamiento de una empresa en la zona del cantón Buena Fe, seleccionando los productos de mayor venta y su grado de aceptación. La metodología aplicada en la investigación permitió obtener la información primaria a través de la utilización de encuestas y entrevistas aplicada a los agricultores (consumidores) y oferentes (vendedores) con preguntas relacionadas a los objetivos planteados. Los resultados obtenidos demostraron que existe un exceso de demanda que se encuentra insatisfecha, ya que las empresas que expenden agroquímicos no son suficientes ni específicos para el uso de los diferentes cultivos de la zona. El análisis económico mostró que los volúmenes de venta de los insumos fluctuaron entre 28.588,00 y 34.740,00 siendo la Agrícola “Vásquez” la que mayor grado de aceptación, seguido por la Agroservicios “Ubilla” con 34.153,90 teniendo una diferencia en las ventas de 1,7%; con una rentabilidad del 31% mientras que la Agro “Lara” mostró un 33% de tal manera que las otras agroquímicas se observaron volúmenes importante en las ventas pero no alcanzaron su aceptación teniendo consigo una baja rentabilidad.</p>
Descripción:	
URI:	

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo tiene como propósito desarrollar un estudio de mercado de insumos agrícolas para posicionamiento y crecimiento de una empresa con fines de rentabilidad en la zona del cantón Buena Fe, teniendo en cuenta las expectativas e interés por captar mercado y la cartera de demandantes y a la vez se seleccionen los productos de mayor venta como pesticidas y fertilizante para los cultivos en estudio.

Las oportunidades que ofrece el mercado son muy amplias ya que el Ecuador es un país rico en agricultura y con óptimas condiciones climáticas para el desarrollo de los cultivos, en la cual se requerirá de insumos agrícolas para el mejoramiento y calidad de los mismos, dando como resultado mayores rendimientos económicos en la producción.

Es importante la comercialización de insumos agrícolas, en los sectores donde predomina la agricultura, ya que, mediante la utilización de estos productos, han contribuido al desarrollo de nuevas tecnologías para mejorar la producción de los cultivos, ejerciendo la prevención y control sobre las malezas, enfermedades y plagas. Debido a la gran producción y necesidad del empleo de insumos agrícolas y considerando que existe una demanda que se encuentra insatisfecha, se ha visto la necesidad de realizar un estudio de mercado que radica en conocer las necesidades de los productores de la zona y así ofrecerles a los agricultores insumos para sus cultivos a precios más competitivos y de excelente calidad satisfaciendo necesidades. Asimismo, hay que tener en cuenta que estos insumos son de gran ayuda para el desarrollo de la agricultura, pero deben ser utilizados de una forma adecuada ya que el uso inadecuado puede ocasionar daños a la salud del ser humano y al medio ambiente,

Con los resultados obtenidos proveniente de fuentes primarias, que llevaron a diagnóstico del análisis económico de las empresas expendedoras de agroquímicos mostró que los volúmenes de venta de los insumos oscilaron entre 28.588,00 y 34.740,00 siendo la Agrícola “Vásquez” la que mayor grado de aceptación, seguido por la Agroservicios “Ubilla” con 34.153,90 con una rentabilidad del 31% mientras que la Agro “Lara” mostró un 33% de tal manera que las otras agroquímicas se observaron volúmenes importante en las ventas pero no alcanzaron su aceptación teniendo consigo una baja rentabilidad.

CAPÍTULO I.
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de investigación

1.1.1. Planteamiento del problema

Actualmente existen empresas dedicadas a la comercialización de insumos agrícolas para diferentes cultivos, que no son suficientes ni específicos para los cultivos de la zona (palma africana, piña, jengibre, banano, cacao y maíz), productos que no se encuentran en las comercializadoras, existiendo una demanda que se encuentra insatisfecha.

Diagnóstico

La falta de insumos agrícolas en el mercado, ha ocasionado diversos problemas en la producción, entre ellas podemos indicar que existe una deficiente calidad en los cultivos y una baja rentabilidad económica.

Pronóstico

La no atención adecuada sobre el problema antes mencionado ocasiona diversos inconvenientes a los agricultores, porque los insumos específicos no se encuentran fácilmente para el uso en sus cultivos; y peor en cantidades suficientes, generando insatisfacción en los clientes y reducción potencial de las ventas de dichos productos; por ello los agricultores buscan en zonas cercanas para abastecerse.

1.1.2. Formulación del problema

¿Cómo determinar la demanda insatisfecha de insumos agrícolas para los cultivos de palma africana, piña, jengibre, banano, cacao y maíz, y satisfacer las necesidades de los agricultores?

1.1.3. Sistematización del problema

- ¿De qué manera la determinación de la demanda insatisfecha permite captar nuevos nichos de mercados?

- ¿Qué insumos agrícolas cubrirían las demandas de los agricultores de los cultivos de palma africana, piña, jengibre, banano, cacao y maíz?
- ¿Cómo cubrir la demanda de insumos de los agricultores, incrementando su grado de aceptación en el volumen de compra que redundaría en la rentabilidad de la empresa?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Elaborar un estudio de mercado de insumos agrícolas, con énfasis en los cultivos de (palma africana, piña, jengibre, banano, cacao y maíz), buscando nichos de mercados para el posicionamiento de una empresa en la zona del cantón Buena Fe.

1.2.2. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar la oferta y la demanda de los insumos agrícolas para los cultivos en estudio.
- ✓ Establecer la demanda insatisfecha con fines de captación de nichos de mercados.
- ✓ Establecer el grado de aceptación, volumen de venta y rentabilidad de la empresa de agroquímicos.

1.3. Justificación

En los últimos años el sector agrícola ha crecido notablemente, ya que existen muchas empresas dedicadas a comercializar insumos agrícolas para el control fitosanitario para los cultivos, por tal motivo se ve la necesidad de realizar un estudio de mercado para conocer las necesidades de los agricultores.

Con el presente estudio se busca tener una visión clara sobre el objeto de estudio mediante el uso de encuestas y entrevistas realizadas a los consumidores (agricultores) y expendedores (oferentes) de agroquímicos en el cantón Buena Fe; ya que permitió obtener los resultados más relevantes de la investigación.

Por esta razón se ejecutó dicha investigación para determinar el grado de aceptación de los insumos, buscando satisfacer a clientes potenciales y cubrir los nichos de mercados que conducen al posicionamiento del negocio de agroinsumos específicos para los cultivos en estudio, ya que de esta manera los agricultores podrán adquirir con facilidad los insumos que sus cultivos requieren para mejorando la producción.

Con el posicionamiento o la expansión de una de las casas comerciales podrá satisfacer las necesidades de los consumidores de la zona, ya que contarán con un stock suficiente y variedad de insumos agrícolas, además de asesoría técnica, lo cual permitira captar gran parte del mercado que se encuentra insatisfecho.

CAPÍTULO II.
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA
INVESTIGACIÓN

2.1. Marco conceptual

2.1.1. Empresa

La empresa es una unidad productiva que toma decisiones sobre la utilización de recursos: humanos, materiales, financieros y técnicos para obtener bienes y servicios que se ofrecen en el mercado para satisfacer las necesidades de los clientes, obteniendo una utilidad razonable. La existencia de una empresa es de vital importancia para quienes la conforman, ya que su naturaleza es obtener una rentabilidad y satisfacer la demanda del consumidor, aportando en el desarrollo económico de la sociedad (Alarcón, 2016).

2.1.2. El mercado

El mercado enfoca como todo lugar físico o virtual, como el caso del internet, donde existe, por un lado, la presencia de compradores con necesidades o deseos específicos por satisfacer, dinero para gastar y disposición para participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Y, por otro lado, la de vendedores que pretenden satisfacer esas necesidades o deseos mediante un producto o servicios (Alarcón, 2016).

2.1.3. Producto

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer al mercado para recibir atención, ser adquirido, utilizado o consumido que puede satisfacer un deseo o una necesidad (Loachamín, 2015).

2.1.4. Insumos agrícolas

Mongón (2013) son materiales que comprende a plaguicidas de uso agrícola, fertilizante y abonos, semillas y materiales de propagación vegetal, agentes y productos biológicos para el control de plagas, productos de usos veterinario y alimento para animales.

Los agroquímicos participan en forma importante en los costos de producción de los bienes agrícolas y, por lo tanto, son determinantes de las condiciones de competitividad en el sector.

Debido al ingresos de nuevas variedades de cultivos, los agricultores se vieron en la necesidad de usar insumos agrícolas como fertilizantes y pesticidas, entre otros; con la finalidad de que los trabajos realizados por los dueños de las fincas puedan tener un cuidado más apropiado para que de esta manera también se pueda elevar su productividad.

2.1.4.1. Tipos de insumos agrícolas

2.1.4.1.1. Productos fitosanitarios

Son materiales que se utilizan para conservar en buen estado las plantas y los cultivos. Estos instrumentos consisten en productos químicos, naturales o sintéticos, que constituyen a controlar las enfermedades, insectos y las malas hierbas que contribuyen las plantas y los cultivos. Estos productos ayudan al cuidado de las plantaciones y cultivos, los mismos que se emplean para conseguir una producción óptima (Mongón, 2013).

2.1.4.1.2. Fungicidas

Los fungicidas son productos químicos que se emplean para exterminar o impedir el crecimiento de hongos, estos insumos se deben usar con cuidado para evitar cualquier daño en la salud humana, de los animales y del medio ambiente. Existen mayor variedad de fungicidas, los mismos que se utilizan de una manera más selectiva para combatir hongos específicos en las plantas (Mongón, 2013).

➤ Tipos de fungicidas

Según Mongón (2013) existen dos tipos de fungicidas que son:

Los fungicidas sistémicos: Son absorbidos por medio de las raíces y se trasladan por toda la planta. Existen otros insumos sintéticos, llamados fungicidas translaminares, estos pueden moverse del lado superior de la hoja al inferior, pero no de hoja en hoja. Estos productos afectan diversas fases de la vida del hongo.

Los fungicidas de contacto: también se los conoce como protectores, que operan solamente sobre la superficie de la planta donde el producto ha sido situado e impide que

los esporangios aparezcan y penetren a las células. Por ellos es aconsejable cubrir la mayor parte de la planta con este tipo de insumo.

2.1.4.1.3. Insecticidas

Un insecticida es un compuesto químico que se emplea para exterminar insectos, a través de la separación de enzimas vitales. Estos productos son de vital importancia para el control de plagas de insectos o para excluir todos aquellos que perjudiquen la salud humana y animal. Existen otros productos recomendados, los mismos que no generan daños en el ambiente, sin embargo, tiene que ser almacenado de manera adecuada (Mongón, 2013).

2.1.4.1.4. Herbicidas

Son productos químicos eficaces para combatir las malas hierbas que son muy difíciles de eliminar en terrenos que han sido o van a ser cultivados, Para elegir un herbicida, hay que tener en cuenta el estado del cultivo, tipo de la maleza que queremos controlar, así como las características físicas del suelo (Mongón, 2013).

Se puede clasificar a los herbicidas de la siguiente manera:

- Herbicidas que se aplican sobre la tierra.
- Herbicidas que se aplican sobre las hojas., estos pueden ser de contacto o sistémicos.
Dentro de los dos tipos mencionados anteriormente, pueden ser herbicidas totales o herbicidas selectivos.
- El herbicida total es aquel que elimina todo tipo de plantas.
- El herbicida selectivo es aquel que elimina una clase específica de plantas. Por ejemplo, herbicidas para maleza de hojas anchas y herbicidas para maleza de hojas estrecha.
- Un herbicida total, en ocasiones, puede convertirse en selectivos, disminuyendo la cantidad. O uno selectivo en total incrementando la cantidad.

2.1.4.1.5. Fertilizantes

Mongón (2013) considera como fertilizante o abono a cualquier sustancias orgánica o inorgánica, natural o sintética que contribuya a las plantas uno o varios componentes nutritivos imprescindibles para su crecimiento vegetativo y lograr un buen rendimiento

2.1.5. Estudio de mercado

El estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Con el estudio de mercado se puede determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio específico, aparte de identificar las empresas productoras y las condiciones en las que se están suministrando, igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios, además facilita la toma de decisiones empresariales, ayuda la alternativa más acertada que aumenta la posibilidad del éxito (Baca, 2010). Los objetivos del estudio de mercados son:

- ✓ Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- ✓ Determinar la cantidad de bienes o servicios de una nueva unidad de producción que la comunidad está dispuesta a adquirir a determinados precios.
- ✓ Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.

2.1.6. Investigación de mercado

La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el vendedor a través de la información, una información que se la utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar, refinar y evaluar las acciones de marketing; para observar el comportamiento del mercado; y para mejorar la comprensión del marketing como un proceso. La investigación de mercados

especifica la información requerida para abordar estos aspectos; diseña el método de recopilación de información; administra e implementa el proceso de recopilación de información de datos; analiza los resultados; y comunica los descubrimientos y sus implicaciones (Carl & Gates, 2005).

2.1.6.1. Clasificación de la investigación de mercado

Según Malhotra (2008) establece que la investigación de mercados se clasifican en:

2.1.6.1.1. La investigación para la identificación de problemas

Se emprende para ayudar a conocer problemas que quizás no son aparentemente a primera vista y que, sin embargo, existen y pueden aparecer en el futuro. Algunos ejemplos de este tipo de investigación incluyen:

- a) Investigación del potencial del mercado.
- b) Investigación de la participación de mercado.
- c) Investigación de imagen.
- d) Investigación de las características del mercado.
- e) Investigación del análisis de ventas.
- f) Investigación de proyección.
- g) Investigación sobre las tendencias del mercado.

2.1.6.1.2. Investigación para resolver problemas

Una vez identificado el problema o la oportunidad, se emprende la investigación para resolver problemas con el fin de llegar a una solución. Algunos ejemplos de este tipo de investigación son:

- a) Investigación de segmentación.
- b) Investigación de producto.
- c) Investigación de precios.
- d) Investigación de promoción.
- e) Investigación de distribución.

2.1.6.2. El proceso de la investigación de mercado

Es el conjunto de seis pasos que define las tareas que deben cumplirse al realizar una investigación de mercados (Malhotra, 2008).

- *Paso 1:* Definición del problema.
- *Paso 2:* Desarrollo del enfoque del problema.
- *Paso 3:* Formulación del diseño de investigación.
- *Paso 4:* Trabajo de campo o recopilación de datos.
- *Paso 5:* preparación y análisis de datos.
- *Paso 6:* Elaboración y presentación del informe.

2.1.7. Definición de las categorías de mercado

Según Rodríguez (2008) existen dos tipos de categorías de mercado como son:

- **Mercado potencial:** Está compuesta por todas aquellas personas e instituciones que tienen o pueden llegar a tener la necesidad que satisface el producto en cuestión. Es posible que parte de este mercado satisfaga su necesidad, comprando a la competencia, pero eso no quiere decir que en algún momento llegue a cambiar y comprar otra marca.
- **Mercado cautivo:** se llama mercado cautivo al conjunto de clientes que siempre compran el producto considerado; tiene la característica de que ha probado otros productos similares o no, pero actualmente requiere el producto considerado, es decir los satisface plenamente y por lo tanto siempre que tiene la necesidad piensa automáticamente en la marca y el producto que los ha cautivado.

2.1.8. Fijación de mercados objetivos

Para Hair, Bush, & Ortinau (2010) mencionan que el análisis de mercados objetivos proporciona información útil para identificar a las persona o compañías que la organización quiere atender. Además, ayuda a la gerencia a determinar la manera más

eficiente de atender al grupo señalado. Con este análisis se pretende dar información sobre los siguientes temas:

- ✓ Oportunidades para productos nuevos.
- ✓ Datos demográficos, incluyendo opiniones y comportamientos.
- ✓ Perfiles de usuarios, pautas de uso y actitudes.
- ✓ Eficiencia del programa de mercadotecnia actual de una compañía.

2.1.9. Segmentación de mercado

Según Fernández (2009) la segmentación de mercado es el proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferente para cada uno de ellos, que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. La segmentación de mercado es una actividad que brinda al mercadólogo certeza en el desarrollo de sus actividades, en forma particular brinda algunas ventajas como:

- **Certidumbre en el tamaño del mercado:** al conocer el grupo podrá calcularse en casi todos los casos el tamaño del mercado; es decir el número aproximado de personas que conforman el mercado disponible.
- **Claridad al establecer planes de acción:** al conocer los integrantes del mercado meta, se tendrá claridad en los planes de acción a desarrollar.
- **Identificación de los consumidores integrantes del mercado:** conocer a los consumidores sirve para saber sus necesidades en forma oportuna.
- **Reconocimiento de las actividades y deseo del consumidor:** las costumbres de los consumidores sirven para saber cómo satisfacer sus necesidades en forma óptima.

2.1.9.1. Características de un segmento de mercado

Según Fernández (2009) para que un segmento de mercado sea realmente eficaz debe tener al menos las siguientes características:

- El segmento de mercado debe ser *medible*; es decir, debemos conocer el número aproximado de elementos que lo conforman.
- El segmento de mercado debe ser *susceptible a la diferenciación*; esto es, debe responder a un programa de mercadotecnia distinto a otros productos.
- Debe ser *accesible*, o sea, se debe llegar al público integrante de manera sencilla.
- Tiene que ser *susceptible a las acciones planeadas*; esto se refiere a la capacidad que se debe tener para satisfacer al mercado identificado con las acciones que son posibles para la empresa.
- Debe ser *rentable*; es decir, debe representar un ingreso que justifique la inversión.

2.1.9.2. Variables de segmentación de mercado

Para segmentar un mercado es necesario considerar una serie de variables que nos brindan la posibilidad de definir el segmento de mercado de manera clara y precisa (Fernández, 2009). Las variables de segmentación de mercado que se debe considerar en la segmentación de mercado son:

2.1.9.2.1. Variables demográficas

Permiten determinar el *Target Group* o perfil del consumidor. Inicialmente, las variables demográficas eran el único elemento que se utilizaba para determinar el segmento de mercado. Entre las variables demográficas más importantes tenemos:

- Nivel socioeconómico:** una de las variables de mayor importancia para realizar una segmentación de mercado es el *nivel socioeconómico* (NSE), ya que permite identificar el poder adquisitivo de nuestros futuros consumidores, de esta forma sabremos si tiene o no la posibilidad de comprar el producto.
- Nivel de instrucción:** este dato es relevante para entender por qué algunos productos tienen mayor nivel de venta que otros, así como para entender cómo afecta la

preparación académica en la conducta que sigue el consumidor al realizar alguna compra.

2.1.9.2.2. Variables geográficas

La segmentación de mercado a partir de las variables geográficas permite identificar grupos de consumidores específicos. Dentro de las variables geográficas es necesario considerar las siguientes variables:

2.1.9.2.3. Unidad geográfica

Se entenderá como *unidad geográfica* el lugar donde vive la gente y que tiene características similares en cuanto a forma de gobierno, cultural, religión, costumbres, etc., de tal modo que podemos definir unidades geográficas de diferentes tamaños, tales como: religión, municipio, estado o país. A través de la definición de la *unidad geográfica* es posible determinar tres conceptos de mercado:

- ✓ **Mercado local:** Se considera como el grupo de personas habitantes de una región, municipio, estado o localidad que tienen una necesidad específica y que cuentan con las características necesarias para consumir un producto determinado.
- ✓ **Mercado nacional:** Es un grupo de personas con una necesidad específica y que cuentan con las características necesarias para consumir un producto determinado dentro de las fronteras de un país o nación.
- ✓ **Mercado global:** Conjunto de personas que comparten la compra de algunos productos rebasando las fronteras de su país, el mercado global conjunto de países que mantienen acuerdos comerciales y que venden sus productos en estos, adaptando las características de los mismos a las necesidades de cada país.

2.1.9.2.4. Condiciones geográficas

Otra de las variables que se consideran desde el punto de vista geográfico son las condiciones geográficas de la región o regiones donde viven las personas que forman el

mercado meta; dentro de este grupo es importante considerar las siguientes variables: clima y relieve.

2.1.9.2.5. Tipo de población

Se refiere a las condiciones de densidad de población de las comunidades donde pretendemos comercializar el producto; existen cuatro clasificaciones de este grupo:

- ✓ **Suburbana:** se conoce como poblaciones suburbanas a las concentraciones que están próximas a poblaciones urbanas o megalópolis y que tienen un menor índice de densidad de población.

- ✓ **Rural:** la población rural dista de ser una ciudad, carece de algunos servicios, tiene poca infraestructura y pocos habitantes.

2.1.9.2.6. Variables psicográficas

En la actualidad las variables psicográficas han tenido una influencia total en los motivos y decisiones de compra del consumidor, no son claramente perceptibles y no siempre pueden medirse; sin embargo, solo representan un excelente medio para posicionar y comercializar los productos de una empresa. Las variables psicográficas se integran como: grupos de referencia, clase social, personalidad, cultura, ciclo de vida familiar, motivos de compra.

2.1.9.2.7. Variables de posición del usuario de uso

Este grupo de variables se refiere, a la disposición que tiene el consumidor ante la posible compra de un producto; es de decir; a la posición que tiene dentro del segmento de mercado como: frecuencia de uso, ocasión de uso, tasa de uso, lealtad, disposición de compra.

2.1.10. Nicho de mercado

Un nicho de mercado es el término de mercadotecnia utilizado para referirse a la porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades

semejantes, y donde estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado (Chirinos, 2011). El nicho de mercado presenta las siguientes características:

- ✓ Es la fracción de un segmento de mercado.
- ✓ Es un grupo reducido.
- ✓ Tiene necesidades específicas.
- ✓ Existe la capacidad económica.
- ✓ Requiere operaciones especializadas.
- ✓ Existen muy pocas o ninguna empresa oferente.
- ✓ Tiene tamaño suficiente como para generar utilidades.

2.1.11. Posicionamiento

Según Kotler & Armstrong (2007) el posicionamiento juega en la actualidad un papel muy importante para las empresas, ya que permite ubicar de manera específica el lugar que ocupa una empresa o un producto en la mente de los consumidores. Cuando las empresas han definido finalmente en que segmento quieren estar o en cual quieren entrar, tienen que decir que posición quieren dentro de este. La posición de un producto es la forma en que los consumidores, en relación con los productos de la competencia, esto implica implantar los beneficios distintivos y la diferenciación de la marca en la mente de los consumidores.

2.1.11.1. Pasos y estrategias para el posicionamiento

Los consumidores pueden posicionar una marca en su cabeza a partir de uno solo de los componentes de la mezcla de mercadeo (producto, plaza, promoción, y precio). Sin embargo las empresas deben escoger el componente por el cual se van a distinguir y decir cuál es la mejor estrategia para lograr que su producto o servicio sea elegido (Kotler & Armstrong, 2007).

- ✓ Identificar las posibles ventajas competitivas.
- ✓ Seleccionar correctamente las ventajas competitivas sostenibles y una estrategia general de posicionamiento.

2.1.11.2. Ventajas competitivas

De acuerdo con el modelo de la ventaja competitiva de Porter, la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una empresa, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión (Porter, 2010). Establece que existen tres maneras principales de posicionarse en el mercado por encima de los competidores:

- ✓ *Precios más bajos:* una empresa podrá ofrecer precios más bajos que sus competidores si es capaz de producir estos productos o servicios a un bajo costo.
- ✓ *Diferenciación:* una empresa ofrece un producto o servicio, que es percibido por el público como superior a los productos o servicios sustitutos ofrecidos por otras empresa del mercado.
- ✓ *Enfoque:* esta relacionada con la dedicación absoluta a comprender por completo las características y necesidades del público al cual una empresa ofrece cierto producto o servicio.

2.1.12. La Oferta

La oferta es la cantidad de productos que pueden ser vendidos a los diferentes precios del mercado por un individuo o por el conjunto de individuos de la sociedad (Fernández, 2009).

$$Q_{sx} = f(Px, S, T, Fn)$$

Matemáticamente la oferta puede ser expresada como una función del precio del artículo cuando los demás componentes se mantienen constantes (cet par) ceteris paribus:

$$Q_{sx} = f(Px,)_{cet\ par}$$

Donde:

P = Precio del bien;

S = Valor de los insumos;

T = Tecnología;

Fn = Fuerzas naturales.

La ley de la oferta: siempre y cuando las condiciones no varíen, la cantidad de producto que ofrece en el mercado varía en razón de su precio.

2.1.12.1. Análisis de la oferta

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todo estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolla el proyecto (Baca, 2010).

2.1.12.2. Principales tipos de oferta

Según Baca (2010) existen tres tipos de oferta:

- a) **Oferta competitiva o de mercado libre:** En ella los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrece al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.
- b) **Oferta oligopólica (del griego *oligos*, poco):** se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores.
- c) **Oferta monopolística:** es en la que existe un solo productor del bien o servicio y, por tal motivo, domina por completo el mercado e impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente un productor único. Si el productor domina o posee más de 95% del mercado siempre impondrá precio y cantidad.

2.1.12.3. Como analizar la oferta

Es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. En esencia se sigue el mismo procedimiento que la investigación de la demanda. Esto es, hay

que conseguir datos de fuentes primarias y secundarias. Sin embargo, habrá datos muy importantes que no aparecen en las fuentes secundarias y, por tanto, será necesario realizar encuestas (Baca, 2010). Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Número de productores.
- Localización.
- Capacidad instalada y utilizada.
- Calidad y precio de los productos.
- Planes de expansión.
- Inversión fija y números de trabajadores.

2.1.13. Demanda

La demanda es la cantidad de mercancías que pueden ser compradas a los diferentes precios por un individuo de una sociedad (Fernández, 2009).

$$Qdx = f(Px, M, G, Po)$$

Matemáticamente la demanda puede ser expresada como una función del precio del artículo cuando los demás componentes se mantienen constantes (cet par) ceteris paribus:

$$Qdx = f(Px,)_{cet\ par}$$

Donde:

P = Precios del artículo;

M = Ingreso monetario;

G = Gustos y preferencias;

Po, = Precio de otros artículos (complementarios y sustitutos).

2.1.13.1. Análisis de la demanda

Según Baca (2010) el análisis de la demanda es el principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

Además, con el análisis de demanda se puede establecer una serie de factores, como son *la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros*, por lo que en estudio habrá que tomar en cuenta información provenientes de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etc.

2.1.13.2. Determinación de la demanda potencial insatisfecha

Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo (Baca, 2010).

2.1.14. El precio

El precio es el único elemento de la mezcla (mix) de marketing que produce ingreso; los demás generan costos. Por otro lado, es quizás el elemento más fácil de ajustar dependiendo las características del producto, asimismo el precio comunica al mercado el posicionamiento de valor del producto o marca buscado por la empresa (Kotler & Keller, 2012).

2.1.14.1. Análisis de los precios

El análisis de los precios es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio (Baca, 2010).

Existen varios tipos de precios que se tipifican como:

- a) Internacional.
- b) Regional externo.
- c) Regional interno.
- d) Local.
- e) Nacional.

2.1.14.2. Decisiones de precio

Para Hair, Bush, & Ortinau (2010) las decisiones de precios se toman para tasar nuevos productos, establecer niveles de precios en pruebas de mercado y modificar lo que se cobra por los productos. La investigación de mercados responde a las siguientes preguntas:

- a) ¿De qué tamaño es la demanda posible en el mercado objetivo?
- b) ¿Qué tan sensible es la demanda a los cambios de precios?
- c) ¿Qué factores, aparte del precio, les parecen importantes a los clientes?
- d) ¿Cuáles son los pronósticos de ventas en diversos niveles de precio?

2.1.15. Comercialización de producto

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicios al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar (Baca, 2010).

2.1.15.1. Canales de distribución y su naturaleza

Un canal de distribución es la ruta que forma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, determinándose en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago de transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todo los puntos de vista (Baca, 2010). Los canales de distribución son:

2.1.15.2. Canales para productos de consumo popular:

- a) **Productores-consumidores:** este canal es una vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a comprar los productos; también incluyen las ventas por correo etc.

- b) **Productores-minoristas-consumidores:** es un canal muy común, y la fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que exhiban y vendan los productos.
- c) **Productores-mayoristas-minoristas-consumidor:** el mayorista entra como auxiliar al comercializar productos más especializados; este tipo de canal se da en las ventas de medicinas, ferretería, madera, etc.
- d) **Productores-agentes-mayoristas-minoristas:** aunque es el canal más indirecto, es el más utilizado por empresas que venden sus productos a cientos de kilómetros de su sitio de origen.

2.1.16. Punto de equilibrio en el mercado

El punto de equilibrio de mercado es una situación de mercado donde el precio y la cantidad del bien deseado por la oferta y demanda son iguales. El precio que existe en un equilibrio del mercado es tal que la cantidad demandada del bien es exactamente igual a la cantidad ofrecida de este mismo (Nunes, 2015).

2.1.17. Rentabilidad

La rentabilidad es la relación entre el ingresos y costos generados por el uso de los activos de la empresa en actividades productivas. Además la rentabilidad de una empresa puede ser evaluada en referencia a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario, ya que mide la capacidad de utilidad por parte de la empresa, dicha medida garantiza la continuidad de la organización en el mercado y por ende el aumento de este valor es el aspecto más importante (De la Hoz, Ferrer, & De la Hoz, 2008) .

2.1.18. Relación beneficio costo (B/C)

La relación beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar invertido. Es importante mencionar que en la B/C se debe tomar los precios sombra o precio de cuenta en lugar de los precios de mercado expresan. Estos últimos no expresan necesariamente las oportunidades socio-económicas (De la Hoz, Ferrer, & De la Hoz, 2008).

CAPÍTULO III.
MÉTODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

3.1.1. Localización de la zona de estudio

La presente investigación se realizó en el cantón Buena Fe, Provincia de Los Ríos orientado para el desarrollo de un estudio de mercado de insumos agrícolas para posicionamiento y crecimiento de una empresa de agroquímicos con fines de rentabilidad.

3.1.1.1. Ubicación geográfica y límites

- **Cantón Buena Fe**

Esta situado al centro-norte de la región litoral del Ecuador, con una población de 63,148 habitantes y mantiene una fuerza agroindustrial que la convierte en un importante centro de desarrollo turístico y económico del Ecuador, de manera que 7989 (INEC, 2001), de sus habitantes se dedican al cultivo de banano, cacao, café, arroz, maíz, soya, maracuyá, plama africana, palmito, piña, jengibre y frutas tropicales, además de la crianza de ganado vacuno, porcino y aves de corral.

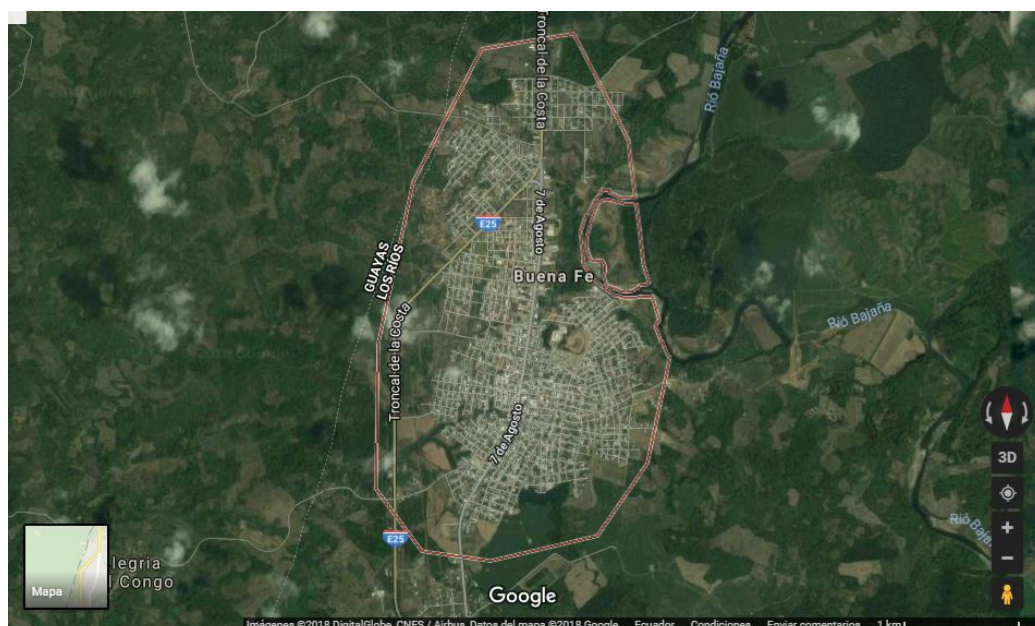


Figura 1. Ubicación del cantón Buena Fe
Fuente: (Google Maps)

- **Delimitaciones**

El cantón Buena Fe tiene las siguientes delimitaciones:

- ✓ **Al Norte:** Con la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.
- ✓ **Al Sur:** Con la Provincia del Guayas y el Cantón Quevedo.
- ✓ **Al Este:** Con la Provincia de Santo Domingo y el Cantón Valencia.
- ✓ **Al Oeste:** Con la Provincia de Manabí.

- **Coordenadas geográficas**

El cantón Buena Fe comprende las siguientes coordenadas:

0° 53' 35.5" S, 79° 29' 26.6" W.

- **Grados decimales (latitud - longitud)**

-0.893194° , -79.490722°

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. Investigación exploratoria

A través de la investigación exploratoria se efectuó un acercamiento del problema del objeto de estudio, además sirvió para realizar el diseño de investigación, y el uso de técnicas para la recopilación de datos.

3.2.2. Investigación descriptiva

Se utilizó este tipo de investigación para obtener una imagen clara sobre el objeto de estudio, además permitió describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se necesitó durante la investigación, mediante la utilización de las encuestas y entrevistas aplicadas a los agricultores y expendedores de insumos químicos.

3.3. Métodos de investigación

3.3.1. Método Inductivo

Este método permitió obtener resultados concretos mediante la observación y clasificación de la información recopilada durante la investigación que conllevó a dar paso a las conclusiones y recomendaciones del problema planteado.

3.3.2. Método Deductivo

Mediante este método se observó de manera directa el objeto de estudio, por medio del uso del instrumento de investigación (encuestas y entrevistas), dirigida a los agricultores y oferentes del cantón Buena Fe, para su posterior análisis y clasificación de los datos obtenidos que condujo a llegar a las conclusiones del objeto de estudio.

3.4. Fuente de recopilación de información

3.4.1. Primaria

Para la obtención de la recopilación de los datos primarios se utilizó:

- **Observación directa**

A través de esta técnica se observó atentamente el fenómeno de estudio efectuando visitas a los agricultores y vendedores en el cantón Buena Fe; para conocer la problemática, siendo elemento fundamental para el proceso de la investigación, ya que permitió recopilar datos para su posterior análisis.

- **Entrevista**

Esta técnica se la utilizó para obtener información mediante el diálogo con los dueños o trabajadores encargado de las 14 empresas (Anexo 8) existentes en el cantón Buena Fe que

expenden insumos agrícolas, quienes proporcionaron información acerca de la situación actual de las ventas de insumos.

- **Encuesta**

Mediante el uso de esta técnica se encuestó a 72 agricultores que fue el tamaño de la muestra (Anexo 2) del cantón Buena Fe, para así obtener una información clara y precisa con la finalidad de conocer sus necesidades, gustos y preferencias al adquirir los insumos agrícolas para sus cultivos, de tal manera que con los datos recolectados se efectuó su posterior análisis para llegar a las conclusiones sobre el tema en estudio.

3.4.2. Secundaria

La recopilación de datos secundarios se realizó mediante la manipulación de textos, tesis de grados, revistas, boletines informativos etc., relacionados con la temática en estudio.

3.5. Diseño de la investigación

3.5.1. Población y muestra

- **Población**

Para la presente investigación se tomó en cuenta como población a los agricultores del cantón Buena Fe, para determinar el número de encuestados, se utilizó la información obtenida por el Instituto Nacional de Estadística (INEC, 2001), la cual cuenta con una población de 7.989 habitantes dedicados a la agricultura, ganadería, pesca y silvicultura, etc.

- **Muestra**

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

Z = Nivel de confianza (95%)

N = Tamaño de población (7989)

P = Probabilidad que el evento ocurra (95%)

Q = Probabilidad que el evento no ocurra (5%)

E = Error máximo admisible (0,05).

n = Tamaño de muestra?

Aplicando la formula antes mencionada, se determinó el número de personas a encuestar.

$$n = \frac{1.96^2 * 0.95 * 0.05 * 7989}{0.05^2 (7989 - 1) + 1.96^2 * 0.95 * 0.05}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.0475 * 7989}{0.0025 (7988) + 3.8416 * 0.0475}$$

$$n = \frac{1457,57}{20,15} = \mathbf{72 \text{ agricultores R//}}$$

3.6. Instrumento de investigación

Para la recopilación de información se utilizaron como instrumento de investigación las encuestas, dirigidas a 72 agricultores y 14 entrevista dirigidas a los negocios que venden insumos agrícolas en el cantón Buena Fe, las cuales fueron de gran utilidad para el desarrollo de la investigación y así alcanzar los objetivos propuestos del objeto de estudio.

La demanda y la oferta fue calculada tomando en cuenta el resultado de las encuestas y entrevistas aplicadas (Anexo 1 y 7) realizadas a los agricultores (consumidores) y vendedores (oferentes) del cantón Buena Fe, en los Anexos 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11 y 12 están asentadas las cantidades demandadas y ofertadas de litros de insumos agrícolas de herbicidas, fungicidas, insecticidas y fertilizantes para los cultivos en estudio, además del precios de venta unitario de cada litro, que las agroquímicas ofrecen en el mercado, de tal manera que se tomó como referencia dos insumo específico para cada cultivo para sus posterior análisis.

3.7. Tratamiento de los datos

Una vez realizado el trabajo de campo con la información obtenida, se procedió a realizar el procesamiento y tabulación de datos recolectados se utilizó el programa Microsoft Excel mediante el mismo permitió agrupar y ordenar correctamente cada uno de los cuestionarios aplicados para su respectivo análisis y así obtener los resultados de la investigación.

3.8. Recursos humanos y materiales

Tabla 1. Recursos empleados en la investigación

Recursos empleados	Cantidad
Humanos	
Autora	1
Director de proyecto de investigación	1
Agricultores (consumidores)	72
Oferentes (vendedores)	14
Materiales	
Libros	10
Cuaderno	1
Tablero 1	1
Resmas de papel INEN A4	2
Bolígrafos	2
Copias	100
Computadora	1
Impresora	1
Flash Memory	1
Cámara fotográfica	1

CAPÍTULO IV.
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Determinación de la demanda y oferta

4.1.1. Análisis de la demanda y oferta de herbicidas específicos para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana.

Tabla 2. Demanda y oferta de herbicida (diuron) para el cultivo piña y jengibre

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 16,00	98	87	11	69,00
\$ 15,00	56	42	14	
\$ 16,50	63	60	3	
\$ 14,50	51	42	9	
\$ 16,50	70	63	7	
\$ 15,00	99	59	40	
\$ 14,50	116	90	26	
\$ 16,00	119	99	20	
\$ 15,50	102	73	29	
\$ 15,50	80	56	23	
\$ 15,00	122	83	39	
\$ 15,50	59	44	15	
\$ 16,00	83	67	17	
\$ 14,50	133	78	56	
Total	1251	942	309	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

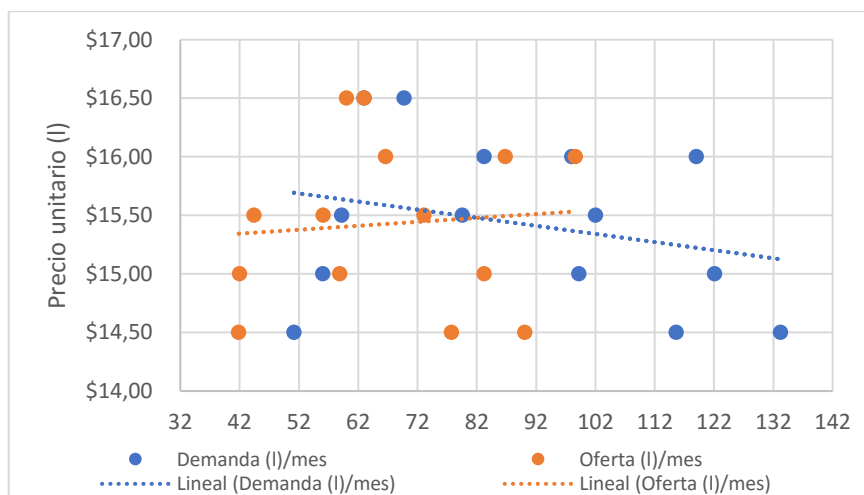


Figura 2. Esquemización de las cantidades demandadas y ofertadas herbicida (diuron)

Como se puede apreciar (Figura 2) que los agricultores demandaron 132 litros de herbicida **diuron** específicos para los cultivos mencionados, ya que las empresas solo ofertaron 99 litros, en la Tabla 2, se observa un faltante de oferta de 309 litros que no fue cubierto por las agroquímicas, dando consigo una demanda insatisfecha.

Tabla 3. Demanda y oferta de herbicida (verdict) para piña y palma africana

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección Y = ax + b	
\$ 33,00	60	51	9	70,04	
\$ 31,50	92	68	24		
\$ 32,00	100	85	14		
\$ 32,50	77	65	12		
\$ 31,50	84	56	28		
\$ 31,00	109	74	35		
\$ 31,00	98	74	24		
\$ 32,00	81	59	22		
\$ 33,00	110	83	27		
\$ 33,50	105	90	16		
\$ 32,00	62	51	12		
\$ 31,50	88	66	21		
\$ 32,50	70	51	20		
\$ 33,50	103	88	16		
Total	1239	559	280		

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

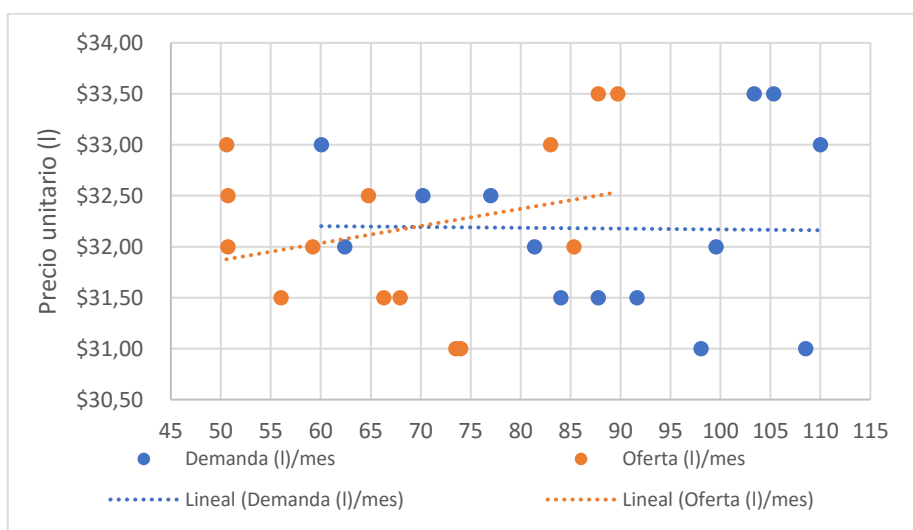


Figura 3. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas herbicida (verdict)

Mediante los datos obtenidos de las encuestas y entrevistas reflejadas en la Tabla 3, se observa una demanda insatisfecha de 280 litros de herbicida **verdict**; específico para el cultivo de piña y palma africana, que las empresas del cantón Buena Fe no lo puede cubrir, ya que no cuentan con un stock suficiente, de tal manera que la Figura 3, muestra que existe un desequilibrio en el mercado local porque las cantidades ofertadas son inferiores a las demandadas por los agricultores.

Tabla 4. Demanda y oferta de herbicida (dicloruro de paraquat) para maíz y banano

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 6,00	86	74	12	81,10
\$ 6,50	83	77	6	
\$ 5,80	91	72	19	
\$ 5,00	102	79	23	
\$ 6,00	108	94	14	
\$ 6,50	105	96	9	
\$ 5,50	83	67	17	
\$ 5,00	96	74	22	
\$ 6,00	111	98	13	
\$ 5,80	78	68	10	
\$ 5,50	88	70	18	
\$ 4,50	117	88	29	
\$ 5,00	73	66	7	
\$ 4,50	113	82	31	
Total	1334	1105	229	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

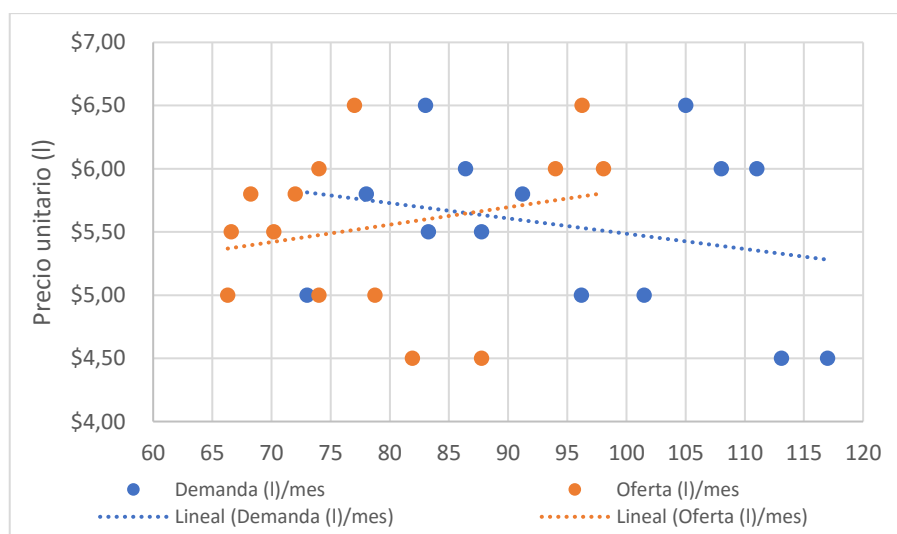


Figura 4. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas herbicida (dicloruro de paraquat)

Según el análisis de la demanda y la oferta, en la Tabla 4, se observa que las 14 comercializadoras que expenden insumos agrícolas en el cantón Buena Fe, ofertaron 1,105 litros de **dicloruro de paraquat** específico para el cultivo de maíz y banano, mientras que los agricultores demandaron alrededor de 1,334 litros, con una diferencia de 229 litros que no fueron cubiertos, (Figura 2) se aprecia el movimiento a lo largo de la curva inducidos por el total de cantidades demandadas y ofertadas.

Tabla 5. Demanda y oferta de herbicida (atrazina) para maíz y jengibre

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 6,50	56	39	17	56,65
\$ 7,50	42	34	8	
\$ 8,00	39	36	3	
\$ 7,00	68	50	19	
\$ 8,00	74	51	23	
\$ 7,50	71	59	12	
\$ 8,50	54	43	12	
\$ 8,00	61	51	10	
\$ 7,00	54	46	9	
\$ 7,50	65	52	13	
\$ 8,50	80	74	6	
\$ 6,50	81	65	17	
\$ 7,50	85	68	17	
\$ 6,50	70	48	22	
Total	902	715	187	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

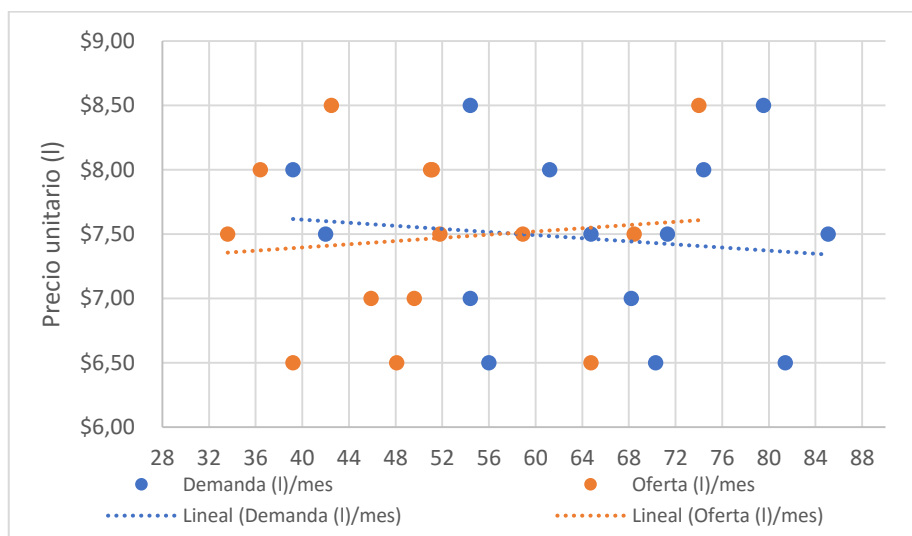


Figura 5. Esquematización de las cantidades demandas y ofertadas herbicida (atrazina)

Del total de empresas entrevistadas en el cantón Buena Fe (Anexo 8), que comercializan insumos agrícolas, se puede apreciar en la Tabla 5, un déficit de 187 litros de herbicida **atrazina** específico para el cultivo de maíz y jengibre que no fue cubierto por el mercado local, donde se demuestra que existe una demanda que se encuentra insatisfecha, de tal manera que la Figura 5, muestra desequilibrio porque las cantidades vigente en el mercado no iguala la demanda de la oferta.

Tabla 6. Demanda y oferta de herbicida (ametrina) para cacao y palma africana

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 8,00	61	56	5	80,43
\$ 7,50	72	61	11	
\$ 8,50	75	64	11	
\$ 9,00	84	70	14	
\$ 7,00	96	74	23	
\$ 7,50	84	63	21	
\$ 9,00	96	78	19	
\$ 8,00	81	65	17	
\$ 8,50	70	65	6	
\$ 7,00	98	68	29	
\$ 9,00	101	82	19	
\$ 7,00	107	74	33	
\$ 7,50	90	70	20	
\$ 8,00	82	68	14	
Total	1,198	957	241	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

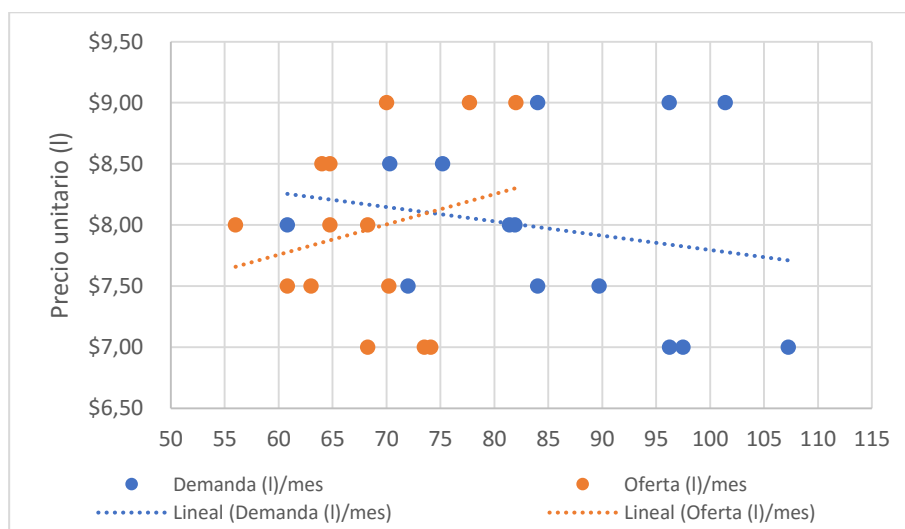


Figura 6. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas herbicida (ametrina)

Tomando en consideración en análisis (Tabla 6), las agroquímicas las cantidades ofrecidas de herbicida **ametrina** para el cultivo de cacao y palma africana son insuficientes, debido que 245 litros no fueron ofertados en el mercado del cantón Buena Fe y se ven en la necesidad de trasladarse a zonas aledañas para adquirir las cantidades necesarias que sus cultivos requieren. Figura 6, se observa que las cantidades expendidas no satisfacen a los agricultores.

Tabla 7. Demanda y oferta de herbicida (diquat) para cacao y banano

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 30,00	80	69	7	78,63
\$ 28,50	75	67	8	
\$ 29,00	74	64	6	
\$ 28,00	91	74	10	
\$ 30,00	88	79	5	
\$ 28,50	84	75	7	
\$ 29,00	78	70	4	
\$ 28,00	89	72	9	
\$ 29,50	91	85	3	
\$ 30,00	88	82	6	
\$ 28,50	82	72	5	
\$ 28,00	99	86	9	
\$ 29,00	74	70	2	
\$ 30,00	84	74	3	
Total	1,176	1,039	139	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

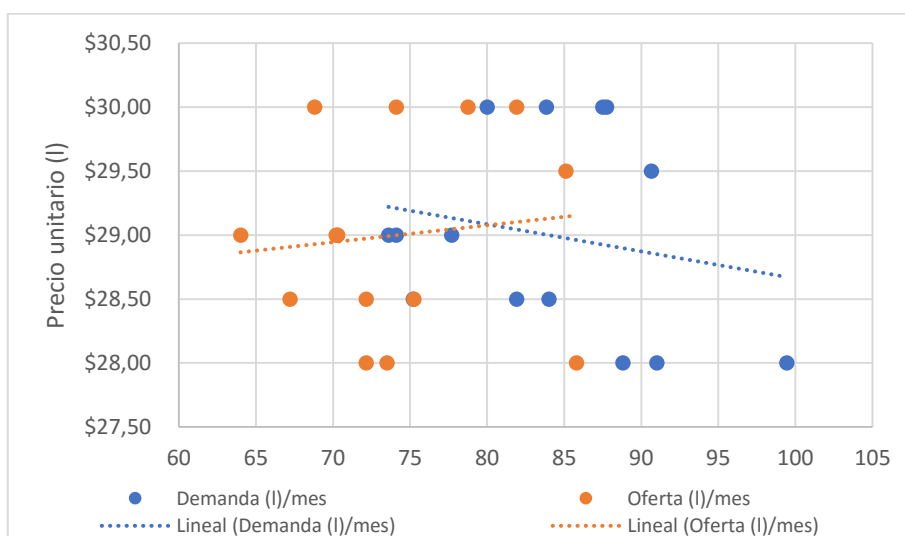


Figura 7. Esquematzación de las cantidades demandadas y ofertadas herbicida (diquat)

Observando la Figura y tabla 7, podemos darnos cuenta que existe una demanda que se encuentra insatisfecha de 139 litros de **diquat** para el cultivo de cacao y banano, ya que las comercializadoras no cumplen con las exigencias requeridas de los consumidores, lo cual contribuye a que los agricultores no puedan aplicar a tiempo el tratamiento correcto para sus cultivos, teniendo que trasladarse a otros lugares para poder adquirir los insumos.

4.1.2. Análisis de la demanda y oferta de fungicidas específicos para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana.

Tabla 8. Demanda y oferta de fungicida (azoxystrobim) para piña y jengibre

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 38,00	69	61	8	81,74
\$ 35,00	90	67	22	
\$ 35,50	80	62	18	
\$ 37,50	75	70	5	
\$ 38,00	85	77	8	
\$ 36,00	65	56	9	
\$ 37,00	70	65	6	
\$ 35,50	102	87	15	
\$ 36,50	104	89	15	
\$ 35,00	82	72	10	
\$ 36,00	77	70	7	
\$ 37,00	101	90	12	
\$ 38,00	109	98	12	
\$ 37,50	72	66	6	
Total	1,180	1,030	151	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

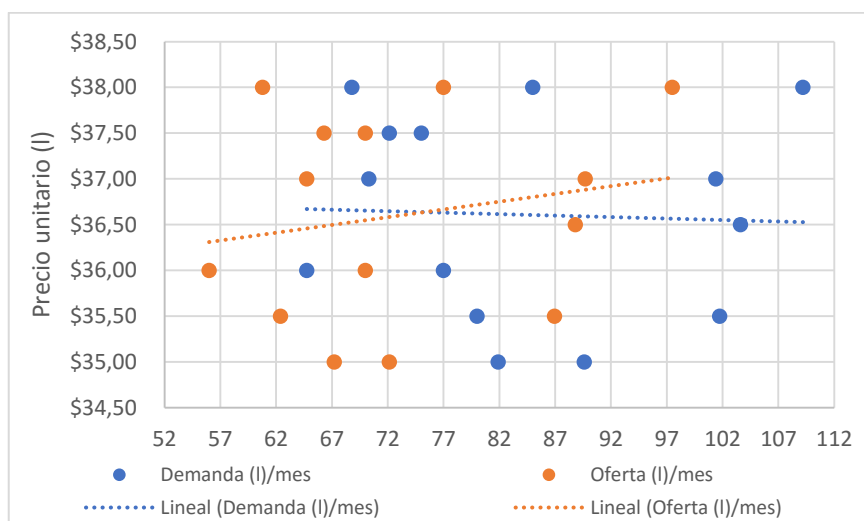


Figura 8. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida (azoxystrobim)

Es notable que las cantidades demandadas de fungicida en la Tabla y Figura 8 se observa para el cultivo de piña y jengibre son superiores a las ofertadas, esto quiere decir que hay un exceso de demanda de 151 litros de **azoxystrobim** que el mercado interno del cantón Buena Fe no puede cubrir generando insatisfacción en los agricultores de la zona.

Tabla 9. Demanda y oferta de fungicida (carbendazim) para piña y palma africana

Precio unitario	Cantidad demandada (g)/mes	Cantidad ofertada (g)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 3,20	70	64	6	81,00
\$ 3,00	74	69	5	
\$ 2,50	65	61	4	
\$ 2,00	93	79	14	
\$ 3,50	98	88	11	
\$ 2,00	96	75	21	
\$ 3,20	85	80	5	
\$ 2,50	96	74	22	
\$ 3,00	81	73	8	
\$ 3,50	88	82	6	
\$ 3,00	92	78	14	
\$ 2,00	98	86	12	
\$ 3,20	88	76	12	
\$ 3,50	90	81	9	
Total	1,213	1,065	149	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

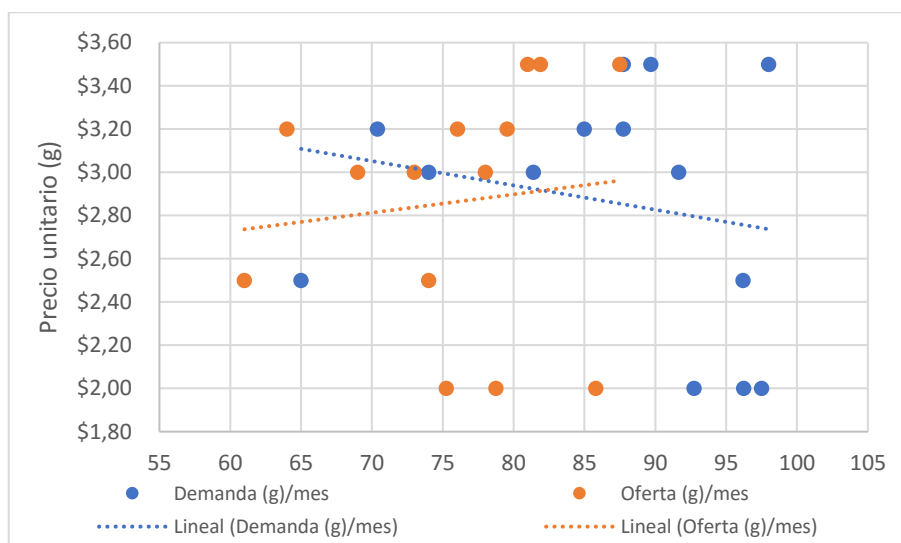


Figura 9. Esquemización de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida (carbendazim)

Se tomó como base (Tabla 9), para determinar el punto de equilibrio entre la demanda y la oferta de fungicida **carbendazim**, en la Figura 9 se valoró las necesidades y las exigencias de los agricultores del cantón Buena Fe, que muestra un déficit de 149 gramos que no fueron comercializados por las agroquímicas para el cultivo de piña y banano, teniendo consigo una demanda que se encuentra insatisfecha.

Tabla 10. Demanda y oferta de fungicida (propiconazole) para maíz

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 27,00	43	38	5	61,40
\$ 25,00	48	40	8	
\$ 26,50	47	42	5	
\$ 25,50	53	46	7	
\$ 24,50	52	40	12	
\$ 25,00	55	44	11	
\$ 24,50	50	40	10	
\$ 27,00	44	40	4	
\$ 26,00	32	30	2	
\$ 24,50	50	40	10	
\$ 25,50	32	30	2	
\$ 26,50	30	27	3	
\$ 27,00	56	52	4	
\$ 27,00	55	50	5	
Total	647	559	88	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas
Elaborado por: Autora

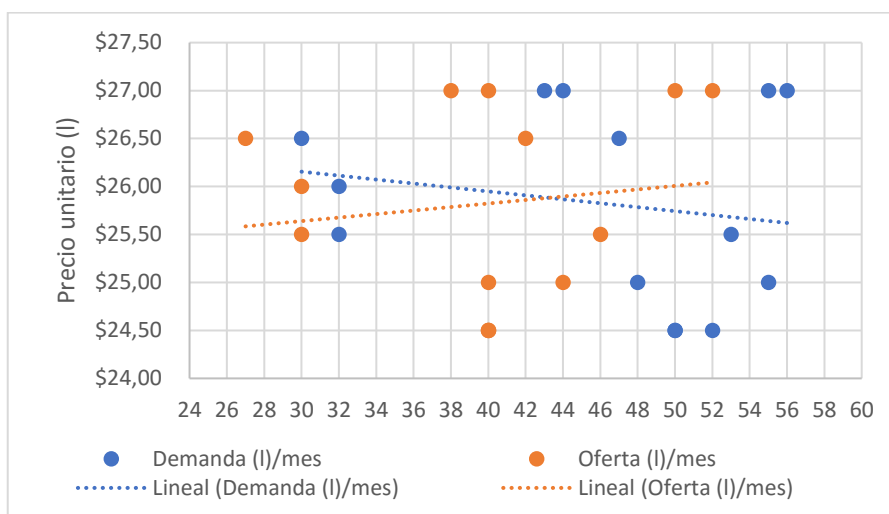


Figura 10. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida (propiconazole)

De acuerdo a la información obtenida (Tabla 10), se gráfico la Figura 10 donde se observa un desequilibrio en el mercado local, ya que las cantidades ofertadas son menores a las demandadas, existiendo un deficit de 88 litros de fungicida **propiconazole** específico para el cultivo de maíz, que no fueron comercializados por las empresas, ya que no cuentan con un stock suficiente de productos que satisfaga las necesidades de los agricultores, esto significa que existe un nicho de mercado que puede ser cubierto por una nueva empresa.

Tabla 11. Demanda y oferta de fungicida (sulf. cob. Pentahidratado) para maíz y banano

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada maíz (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 11,50	95	88	7	87,33
\$ 11,00	88	85	3	
\$ 10,00	77	73	4	
\$ 10,50	75	70	5	
\$ 9,00	98	76	22	
\$ 11,00	81	78	3	
\$ 9,50	108	84	24	
\$ 10,00	85	68	17	
\$ 11,50	85	77	8	
\$ 9,00	94	80	14	
\$ 10,50	92	85	7	
\$ 11,00	105	90	15	
\$ 9,50	100	90	10	
\$ 11,50	90	83	7	
Total	1,284	1,145	139	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

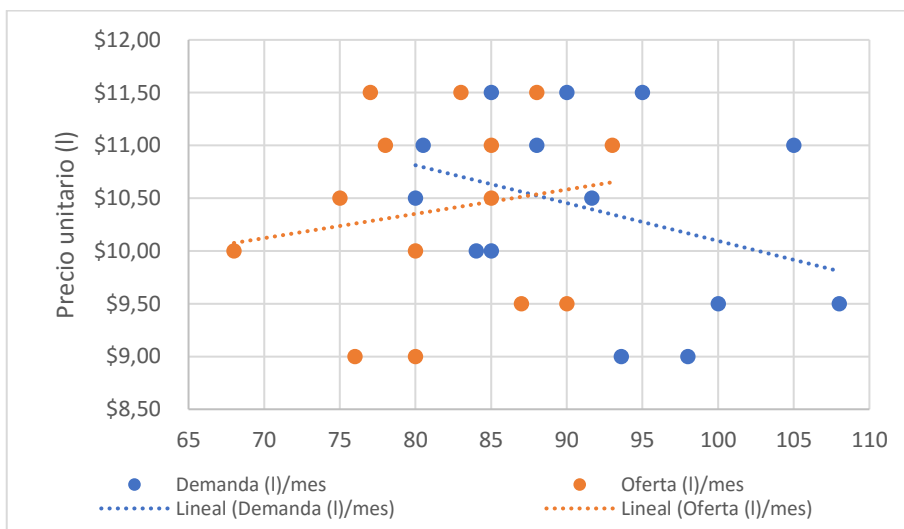


Figura 11. Esquemmatización de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida (sulf. cob. pentahidratado)

La Tabla 11, muestra un exceso de demanda de 139 litros de fungicida **sulfato de cobre pentahidratado** específico para el cultivo de maíz y banano que las agroquímicas del cantón Buena Fe no pudo comercializar por no contar un stock suficiente de insumos agrícolas, mediante la representación (Figura 11) indica que este deficit induce a un desequilibrio en el mercado.

Tabla 12. Demanda y oferta de fungicida (captan) para cacao y jengibre

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 11,30	73	56	17	66,92
\$ 10,50	67	53	14	
\$ 11,00	76	60	16	
\$ 10,00	70	56	14	
\$ 9,50	81	62	19	
\$ 11,00	62	54	8	
\$ 9,50	88	70	18	
\$ 10,00	81	65	16	
\$ 11,30	85	73	12	
\$ 9,00	78	56	22	
\$ 10,50	74	61	13	
\$ 11,00	83	67	17	
\$ 9,50	90	66	24	
\$ 11,30	93	78	15	
Total	1,099	876	223	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

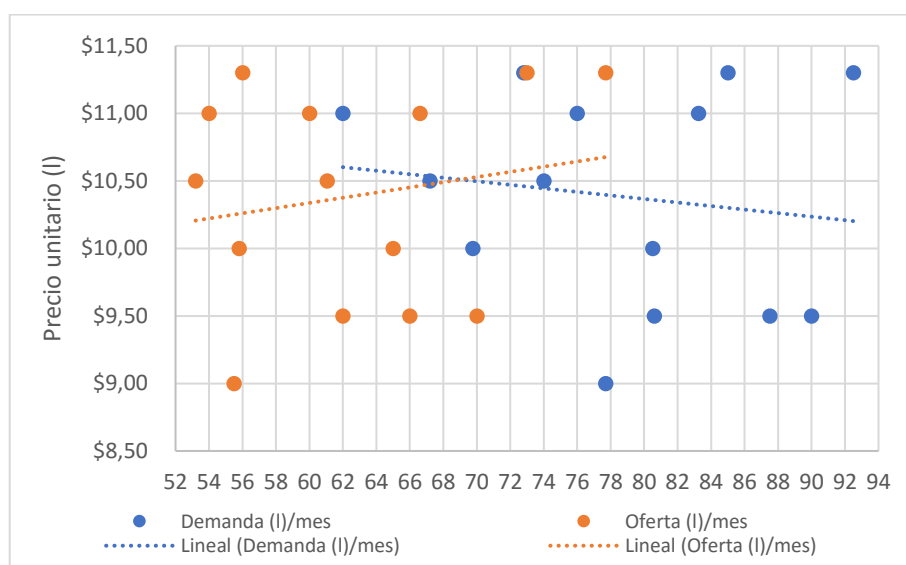


Figura 12. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida (captan)

De las encuestas y entrevista realizada en la Tabla 12, se analiza (Figura 12), indicando que los agricultores del cantón Buena Fe, compran grandes cantidades de litros de fungicida para el cultivo de cacao y jengibren durante el invierno demandando 1,099 litros de **captan**, de la cual no se encuentran satisfecho porque las comercializadoras ofrecen menos cantidades existiendo un déficit de 223 litros que no fueron ofertados en el mercado.

Tabla 13. Demanda y oferta de fungicida (clorotalonil) para cacao y palma africana

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 29,50	90	78	12	85,31
\$ 28,00	86	72	14	
\$ 27,50	83	68	15	
\$ 29,00	88	70	18	
\$ 27,00	84	65	19	
\$ 26,00	95	70	25	
\$ 29,50	76	67	9	
\$ 28,50	89	66	23	
\$ 29,00	96	81	15	
\$ 27,00	86	62	24	
\$ 28,00	94	80	14	
\$ 26,00	98	76	22	
\$ 27,50	70	58	12	
\$ 29,00	92	75	17	
Total	1,226	988	237	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

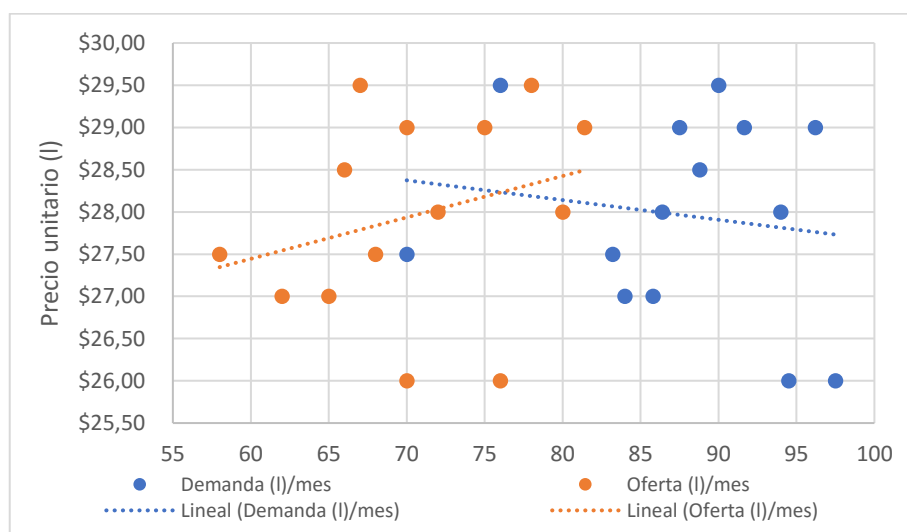


Figura 13. Esquematación de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida (clorotalonil)

Cabe mencionar que en la Tabla 13, se aprecia que existe una demanda insatisfecha de 237 litros de **clorotalonil** que las empresas de agroquímicos (Anexo 8), del cantón Buena Fe, no han podido cubrir por que las cantidades ofertadas no son suficientes ni específicas para el cultivo de cacao y palma africana, de tal manera que la Figura 13 muestra que esta deficiencia en el mercado provoca pérdida en la captación de clientes que demandan este tipo de producto.

Tabla 14. Demanda y oferta de fungicida (tridemorph) para banano

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 22,00	103	92	11	80,13
\$ 18,50	83	69	14	
\$ 19,00	85	75	10	
\$ 21,50	75	68	7	
\$ 19,50	98	75	23	
\$ 20,00	88	81	7	
\$ 18,50	96	80	16	
\$ 22,00	73	68	5	
\$ 19,50	81	70	11	
\$ 21,50	82	78	4	
\$ 19,00	101	82	19	
\$ 21,50	80	75	5	
\$ 20,00	99	85	14	
\$ 22,00	93	87	6	
Total	1,237	1,085	153	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

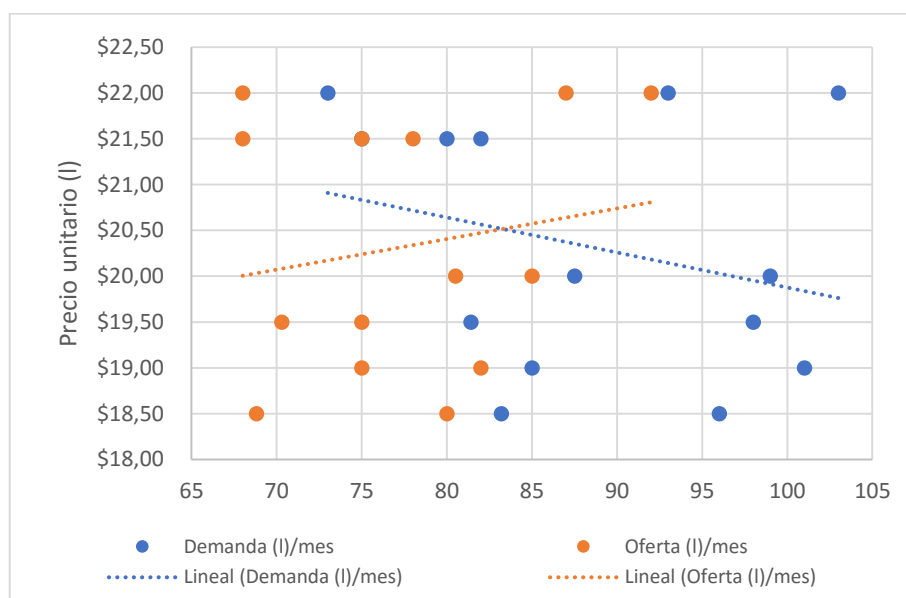


Figura 14. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fungicida (tridemorph)

En la Tabla 14, se observa un déficit de 153 litros de fungicida **tridemorph** específico para el cultivo de banano que no fueron expendidos en el mercado local, dando como resultado insatisfacción en los agricultores, (Figura 14) muestra que esta deficiencia induce pérdida en la captación de clientes que requieren este tipo de productos esto significa que existe un nicho de mercado por cubrir mediante el posicionamiento de una nueva agroquímica.

4.1.3. Análisis de la demanda y oferta de insecticidas específicos para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana.

Tabla 15. Demanda y oferta de insecticida (diazinon) para piña y banano

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$18,00	70	60	10	77,12
\$19,00	78	74	4	
\$18,50	92	85	7	
\$17,50	95	70	25	
\$18,00	77	68	9	
\$17,50	90	77	13	
\$18,50	89	74	15	
\$17,00	108	80	28	
\$18,50	100	83	17	
\$17,00	88	74	14	
\$19,00	80	78	2	
\$18,00	90	80	10	
\$17,00	94	78	16	
\$19,00	103	89	14	
Total	1252	1070	182	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

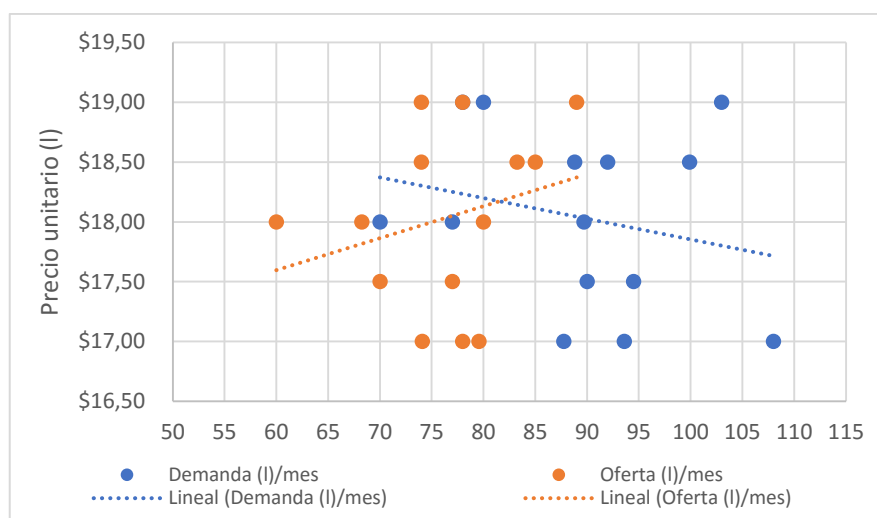


Figura 15. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (diazinon)

De las 14 empresas entrevistadas, se puede observar (Tabla 15), que existe una escasez de 182 litros de insecticida **diazinon** específico para el cultivo de piña y banano que no fueron demandados por los agricultores de la zona, esto quiere decir que las agroquímicas no cuentan con un stock suficientes de insumos, como se puede apreciar en la Figura 15.

Tabla 16. Demanda y oferta de insecticida (chlorpyrifos) para piña y palma africana

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 16,50	85	75	10	78,74
\$ 16,00	67	60	7	
\$ 15,00	73	63	10	
\$ 15,50	78	71	6	
\$ 15,00	65	59	6	
\$ 16,00	82	74	8	
\$ 15,50	93	75	18	
\$ 16,50	98	88	11	
\$ 14,50	98	70	28	
\$ 15,00	100	83	17	
\$ 14,50	102	78	24	
\$ 16,00	89	80	9	
\$ 16,50	93	81	11	
\$ 15,50	98	85	13	
Total	1220	1043	177	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

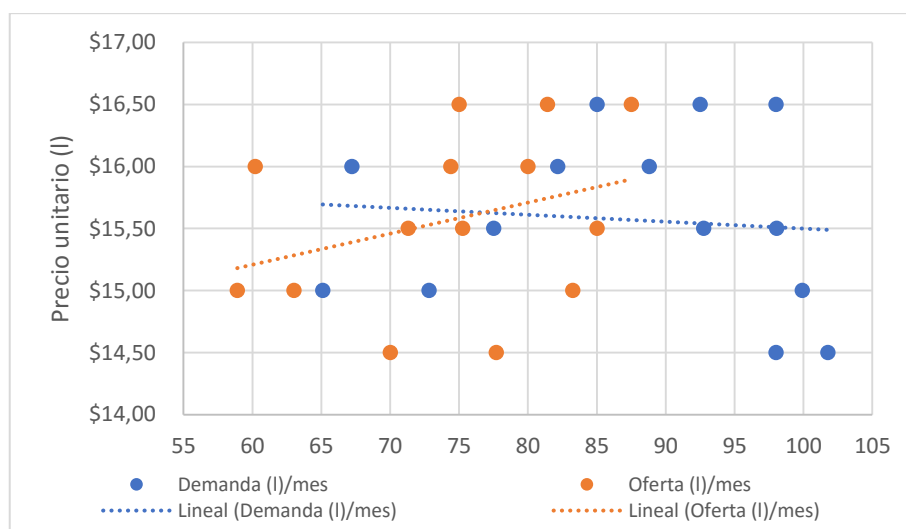


Figura 16. Esquematación de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (chlorpyrifos)

De acuerdo la información (Tabla 16) en la Figura 16, se expresa el análisis de la curva de la oferta y la demanda, donde se define el punto de intersección entre ambas curvas, la cual muestra que hay una escasez de 177 litros de insecticida **chlorpyrifos** para el cultivo de piña y palma africana, que los consumidores no pueden adquirir porque las agroquímicas ofertan menos cantidades a los agricultores dando como resultado insatisfacción en los agricultores de la zona.

Tabla 17. Demanda y oferta de insecticida (lambda) para maíz y jengibre

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 19,50	71	63	8	72,98
\$ 18,00	80	61	19	
\$ 19,00	62	54	8	
\$ 18,50	88	70	18	
\$ 19,00	73	56	17	
\$ 18,50	77	60	18	
\$ 19,50	76	69	7	
\$ 19,00	85	70	15	
\$ 18,00	83	67	17	
\$ 18,50	94	72	21	
\$ 19,50	98	84	14	
\$ 18,00	94	70	23	
\$ 19,00	101	72	29	
\$ 19,50	90	74	16	
Total	1,171	942	228	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

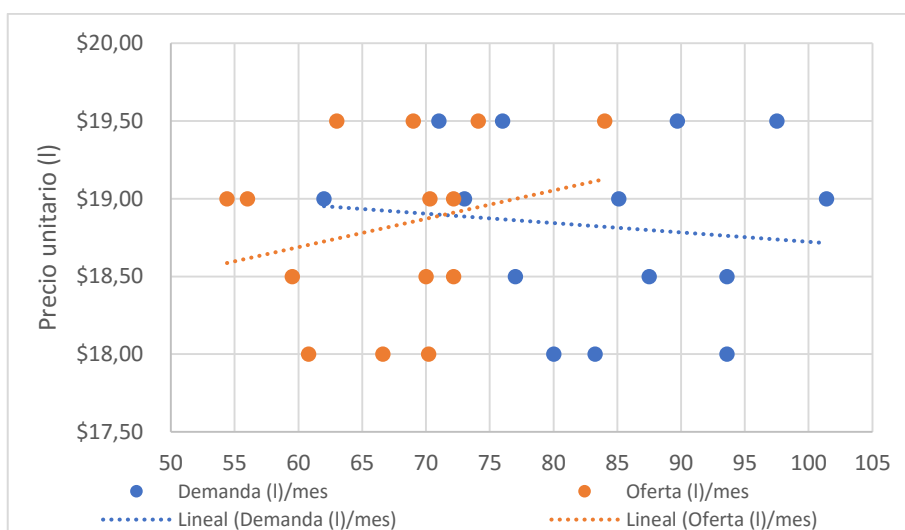


Figura 17. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (lambda)

En relación a lo observado (Tabla 17), se aprecia que los agricultores demandaron 1,171 litros de **lambda** para el cultivo de maíz y jengibre a un precios diferente, mientras que las agroquímicas solo ofertaron 942 litros, dando como resultado insatisfacción en los consumidores ya que existe un déficit de 228 litros que no fue cubierto por el mercado interno del cantón Buena Fe, la Figura 17, indica que el posicionar una nueva agroquímica en la zona captara la cartera de clientes insatisfecho que demandan este tipo de producto.

Tabla 18. Demanda y oferta de insecticida (profenofos) para maíz y banano

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 26,00	80	58	22	70,40
\$ 27,50	60	46	14	
\$ 28,00	70	56	14	
\$ 26,50	93	67	26	
\$ 27,00	88	67	21	
\$ 28,00	96	74	23	
\$ 26,00	106	76	30	
\$ 27,50	95	70	25	
\$ 26,50	78	56	22	
\$ 28,00	90	78	12	
\$ 27,50	72	64	8	
\$ 26,00	100	70	30	
\$ 27,00	74	59	16	
\$ 28,00	98	84	14	
Total	1,199	922	277	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

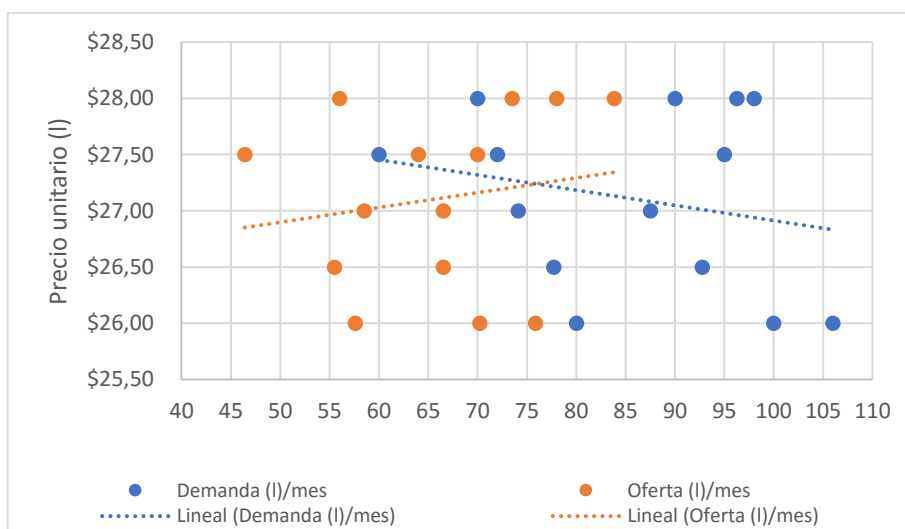


Figura 18. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (profenofos)

A partir de los datos obtenidos (Tabla 18), se gráfica la Figura 18, donde se observa inconformidad en los agricultores porque las casas comerciales no cuentan con un stock suficiente de insumos agrícolas para el cultivo de maíz y banano, esta deficiencia en el mercado del cantón Buena Fe, provoca pérdida en la captación de clientes, ya que 277 litros de insecticida **profenofos** específico para estos cultivos no fueron comercializados, esto induce que las empresas tengan una baja reducción en las ventas.

Tabla 19. Demanda y oferta de insecticida (benfuracarb) para cacao y palma africana

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 17,00	72	66	6	71,23
\$ 16,50	64	56	8	
\$ 16,00	95	67	28	
\$ 17,50	90	80	10	
\$ 15,00	79	61	18	
\$ 17,50	80	70	10	
\$ 16,50	78	61	17	
\$ 15,00	89	67	22	
\$ 17,00	96	78	19	
\$ 15,50	101	85	16	
\$ 16,00	84	67	17	
\$ 15,50	88	70	18	
\$ 15,00	94	70	23	
\$ 17,50	83	70	13	
Total	1,192	922	224	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

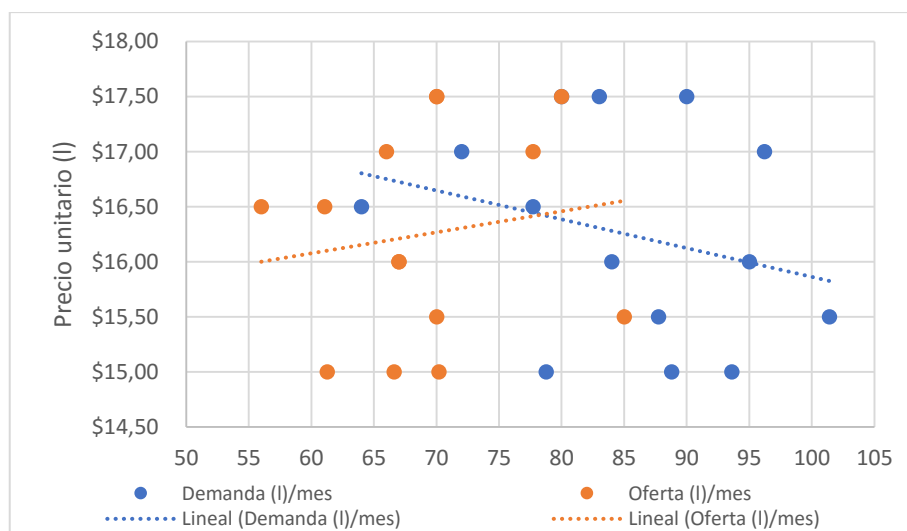


Figura 19. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (benfuracarb)

La Figura 19, nos muestra que las cantidades demandadas son superiores a las que comercializan las empresas de agroquímicas en el cantón Buena Fe, de tal manera que (Tabla 19) se aprecia que existe una demanda insatisfecha de 224 litros de insecticida **benfuracarb**, ya que los productos que ofrecen no son suficientes ni específicos para el control fitosanitario para el cultivo de cacao y palma africana, esta deficiencia en el mercado induce al posicionamiento y crecimiento de una empresa.

Tabla 20. Demanda y oferta de insecticida (methomyl) para cacao

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 15,00	43	38	5	58,62
\$ 14,00	50	44	6	
\$ 13,00	45	38	7	
\$ 14,50	52	43	9	
\$ 12,50	50	40	10	
\$ 13,50	52	43	9	
\$ 14,00	48	40	8	
\$ 13,00	52	41	11	
\$ 14,50	48	40	8	
\$ 13,00	47	38	9	
\$ 12,50	48	40	8	
\$ 14,00	38	35	3	
\$ 15,00	52	45	7	
\$ 12,50	50	42	8	
Total	675	567	108	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

Elaborado por: Autora

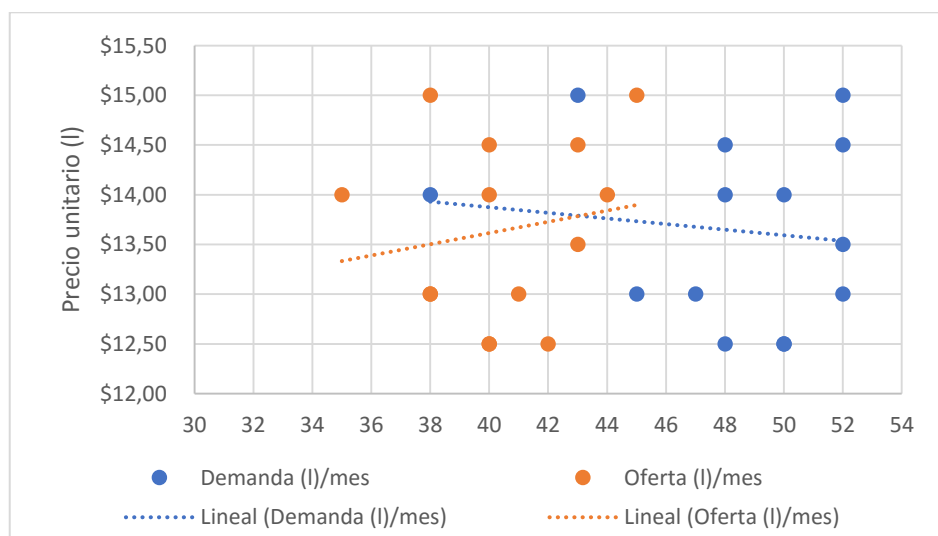


Figura 20. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (methomyl)

De acuerdo a la (Figura 20), se observa el cruzamiento entre la curva de la demanda y la oferta, la cual muestra la variación de precio y las cantidades demandadas y ofertadas de litros de insecticida **methomyl** específico para el cultivo de cacao a medida que el precio cambia del insumo se produce un movimiento a lo largo de la curva, esto significa que existe un desequilibrio en el mercado local del cantón Buena Fe, (Tabla 20) muestra un exceso de demanda de 108 litros.

Tabla 21. Demanda y oferta de insecticida (carbofuran) para jengibre

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 22,00	55	48	7	51,25
\$ 18,50	52	43	9	
\$ 19,00	48	40	8	
\$ 21,50	40	35	5	
\$ 19,50	58	50	8	
\$ 20,00	50	46	4	
\$ 18,50	63	52	11	
\$ 22,00	60	56	4	
\$ 19,50	44	38	6	
\$ 21,50	58	50	8	
\$ 19,00	65	48	17	
\$ 21,50	38	35	3	
\$ 20,00	56	40	16	
\$ 22,00	62	50	12	
Total	749	631	118	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

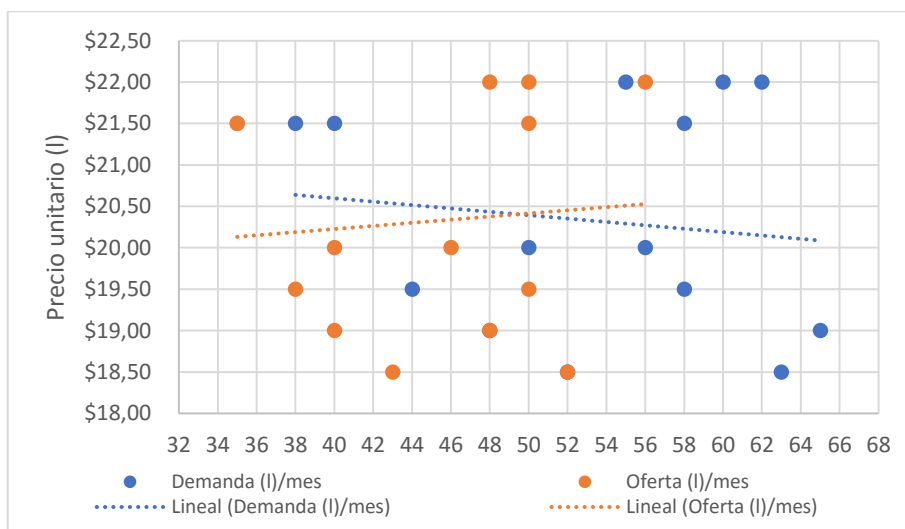


Figura 21. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas insecticida (carbofuran)

De los resultados obtenidos (Tabla 21), se observa una oferta insuficiente de 118 litros de insecticida **carbofuran** específico para el cultivo de jengibre que no fueron comercializados por las agroquímicas del cantón Buena Fe, esto significa que existe un nicho de mercado que puede ser cubierto por una nueva empresa o expansión de una de ellas, ofreciendo calidad y un stock suficiente de insumos agrícolas como se puede apreciar en la Figura 21.

4.1.4. Análisis de la demanda y oferta de fertilizantes para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana.

Tabla 22. Demanda y oferta de fertilizante (fertiactyl GZ) para piña y jengibre

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 30,00	90	75	15	98,54
\$ 28,00	88	72	16	
\$ 29,50	83	68	15	
\$ 27,50	95	70	25	
\$ 30,00	93	83	10	
\$ 29,00	84	76	8	
\$ 28,50	96	74	22	
\$ 29,50	75	59	16	
\$ 27,50	98	78	20	
\$ 28,00	94	74	20	
\$ 28,50	84	65	19	
\$ 29,50	98	88	10	
\$ 27,	88	64	23	
\$ 30,00	80	70	10	
Total	1,245	1,016	229	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

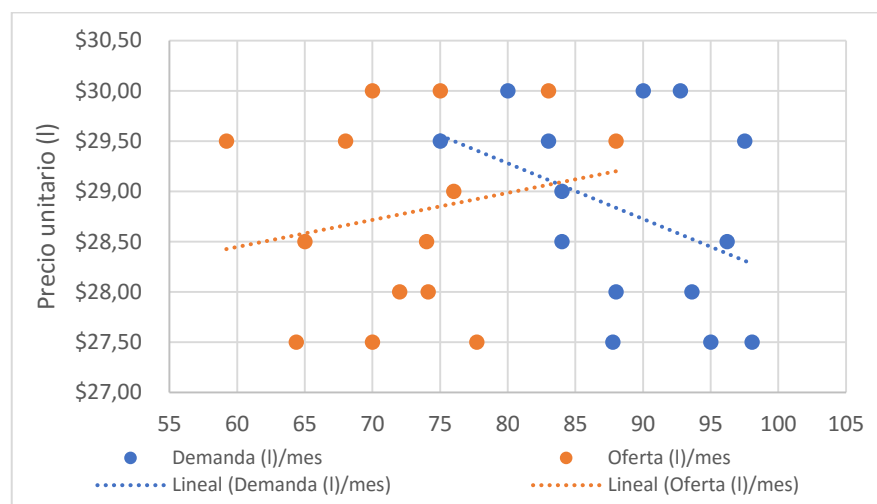


Figura 22. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (fertiactyl GZ)

De acuerdo a la información (Tabla 22), de las 14 empresas entrevistadas en el cantón Buena Fe, se observa una demanda deficiente de 229 litros de **fertiactyl GZ** específico para el cultivo de piña y jengibre que no fueron expendidos por las agroquímicas, dando como resultado insatisfacción en los agricultores como se puede apreciar en la Figura 22.

Tabla 23. Demanda y oferta de fertilizante (nutrifort) para piña y banano

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 7,00	65	58	7	70,70
\$ 6,50	77	54	23	
\$ 5,00	77	59	18	
\$ 6,00	74	56	18	
\$ 7,00	81	65	16	
\$ 6,00	79	62	17	
\$ 5,00	84	65	19	
\$ 6,50	70	60	11	
\$ 7,00	90	77	13	
\$ 6,50	83	70	13	
\$ 5,00	98	73	25	
\$ 6,00	83	68	15	
\$ 5,00	93	70	23	
\$ 7,00	98	85	13	
Total	1,153	922	230	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

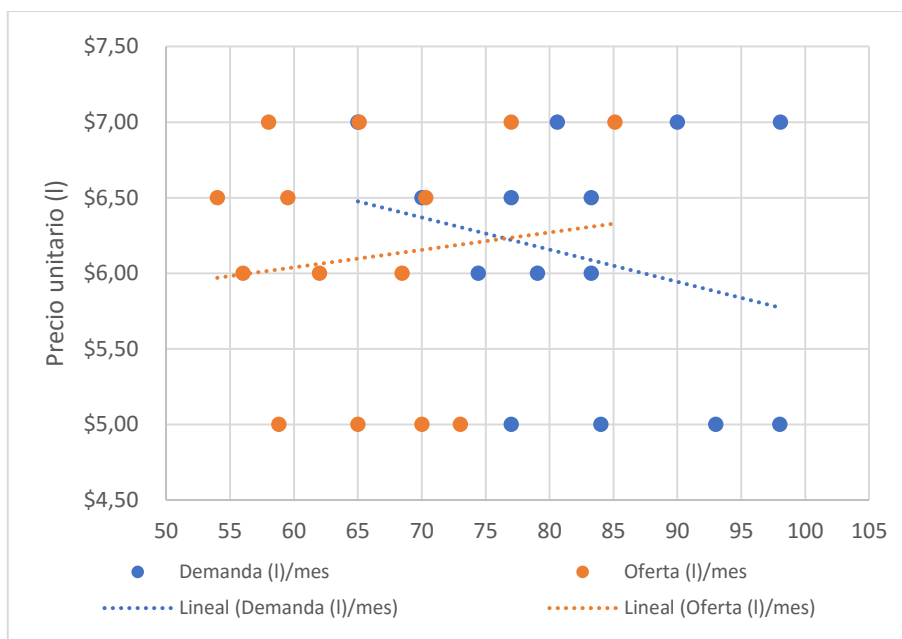


Figura 23. Esquematación de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (nutrifort)

Con la información obtenida de las encuestas y entrevistas aplicadas (Tabla 23), muestra las principales cantidades demandadas y ofertadas de litros de **nutrifort** específicos para el cultivo de piña, en la Figura 23, se observa un desequilibrio en el mercado ya que las cantidades ofertadas no son suficientes ni específicas existiendo una escasez de 230 litros de fertilizante que los agricultores no lograron adquirir.

Tabla 24. Demanda y oferta de fertilizante (evegreen) para maíz y palma africana

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 27,30	80	72	8	85,87
\$ 26,00	88	72	16	
\$ 25,50	90	64	26	
\$ 27,00	84	65	19	
\$ 26,50	75	65	10	
\$ 26,00	79	61	18	
\$ 27,30	85	78	7	
\$ 27,00	88	81	7	
\$ 25,50	93	74	19	
\$ 26,00	94	78	16	
\$ 27,00	82	74	8	
\$ 26,50	68	59	10	
\$ 25,50	100	80	20	
\$ 27,30	105	90	15	
Total	1,210	1,013	197	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

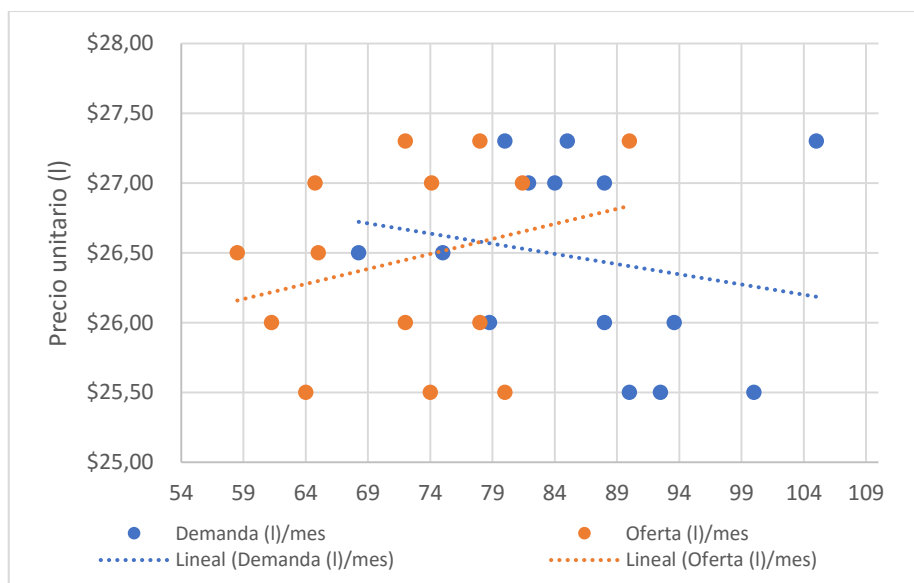


Figura 24. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (evegreen)

Partiendo de los datos obtenidos (Tabla 24), se detalla la relación entre el precio y las cantidades demandas y ofertadas de litros de fertilizante específico para el cultivo de maíz y palma africana, se observa un exceso de 197 litros de **evegreen** que no fueron comercializados por las casas comerciales de la zona, debido que en la Figura 24, se aprecia un desequilibrio en el mercado local por la falta de insumo.

Tabla 25. Demanda y oferta de fertilizante (basacote plus 9M) para maíz y palma africana

Precio unitario	Cantidad demandada (sacos)/mes	Cantidad ofertada (sacos)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 28,00	94	85	9	86,18
\$ 26,00	98	70	27	
\$ 27,50	78	59	20	
\$ 26,50	108	81	28	
\$ 27,00	115	87	28	
\$ 28,00	120	94	25	
\$ 26,00	115	92	23	
\$ 27,50	97	77	20	
\$ 26,50	110	82	28	
\$ 28,00	135	112	23	
\$ 27,00	114	88	26	
\$ 26,50	104	75	29	
\$ 25,50	130	91	39	
\$ 28,00	104	87	17	
Total	1,521	1,179	342	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

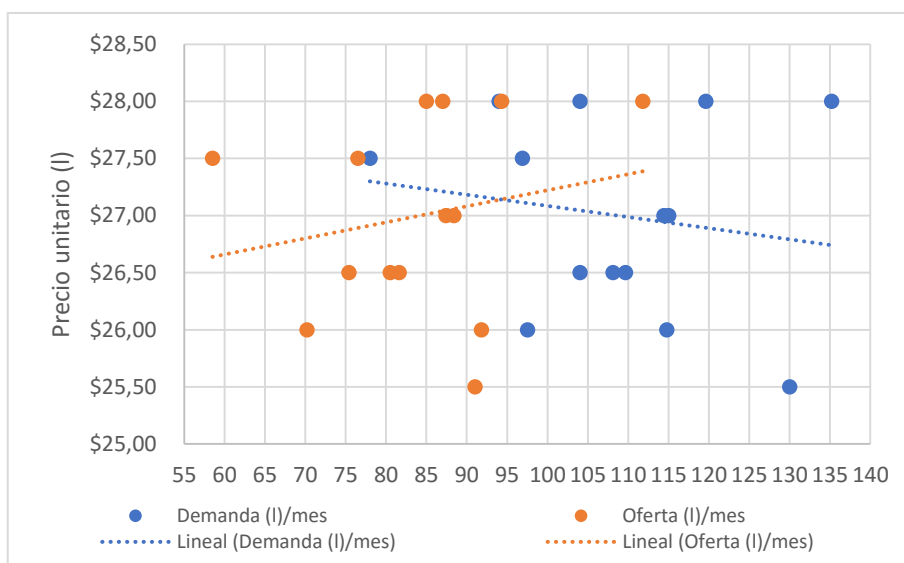


Figura 25. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (basacote plus 9M)

Con los valores obtenidos (Tabla 25), se observa inestabilidad en el mercado del cantón Buena Fe, es decir hay un exceso de demanda de 342 litros de fertilizante **basacote plus 9M** específico para el cultivo de maíz y palma africana que no fue cubierto por las agroquímicas, esta insuficiencia además provoca pérdida en la captación de clientes al no contar con un stock suficiente de insumos agrícolas como se muestra en la Figura 25.

Tabla 26. Demanda y oferta de fertilizante (roca fosfórica) para cacao y banano

Precio unitario	Cantidad demandada (sacos)/mes	Cantidad ofertada (sacos)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 32,00	128	115	13	106,41
\$ 30,00	118	98	20	
\$ 31,50	120	105	15	
\$ 30,50	124	100	24	
\$ 32,00	98	92	6	
\$ 30,00	127	110	17	
\$ 30,50	140	115	26	
\$ 31,00	107	93	14	
\$ 31,50	100	94	6	
\$ 32,00	130	122	8	
\$ 30,50	107	86	21	
\$ 31,00	122	104	18	
\$ 30,00	135	110	25	
\$ 32,00	120	108	12	
Total	1,676	1,452	224	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

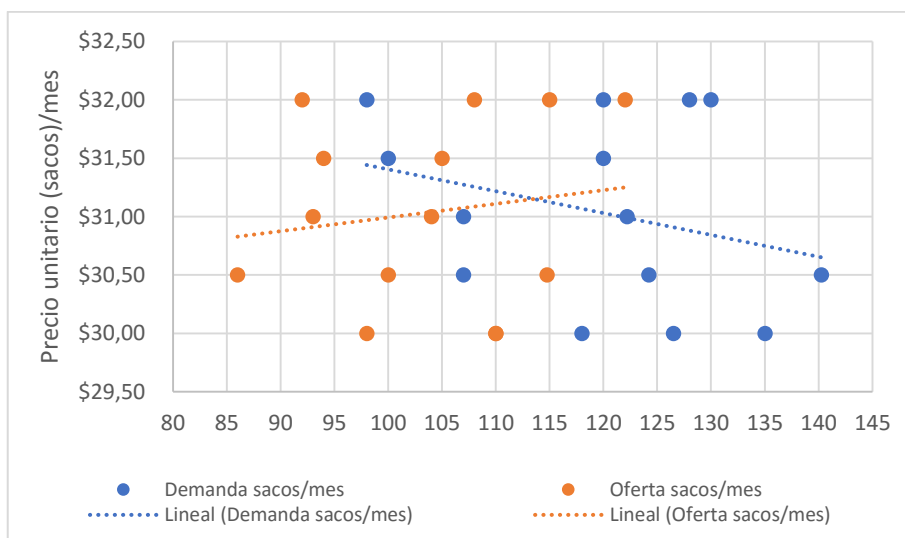


Figura 26. Esquemización de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (roca fosfórica)

Mediante los datos (Tabla 26), obtenidos de las encuestas y entrevista en el esquema de la Figura 26, se puede observar que cuando cambia el precio de los insumos se produce un movimiento a lo largo de la curva de la oferta y la demanda, por que la variación en el precio no afecta la decisión de compra de los consumidores, pero existe un déficit de 224 sacos de **roca fosfórica** para el cultivo de cacao y banano que no ha podido ser cubierto por las agroquímicas.

Tabla 27. Demanda y oferta de fertilizante (foliarsol B) para cacao

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 10,00	55	46	9	50,69
\$ 8,00	50	42	8	
\$ 9,50	53	44	9	
\$ 8,50	48	42	6	
\$ 9,00	42	38	4	
\$ 10,00	50	42	8	
\$ 8,00	55	44	11	
\$ 8,50	52	40	12	
\$ 9,50	39	36	3	
\$ 10,00	49	44	5	
\$ 8,50	50	40	10	
\$ 8,00	52	42	10	
\$ 10,00	50	46	4	
\$ 9,50	46	40	6	
Total	691	586	105	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

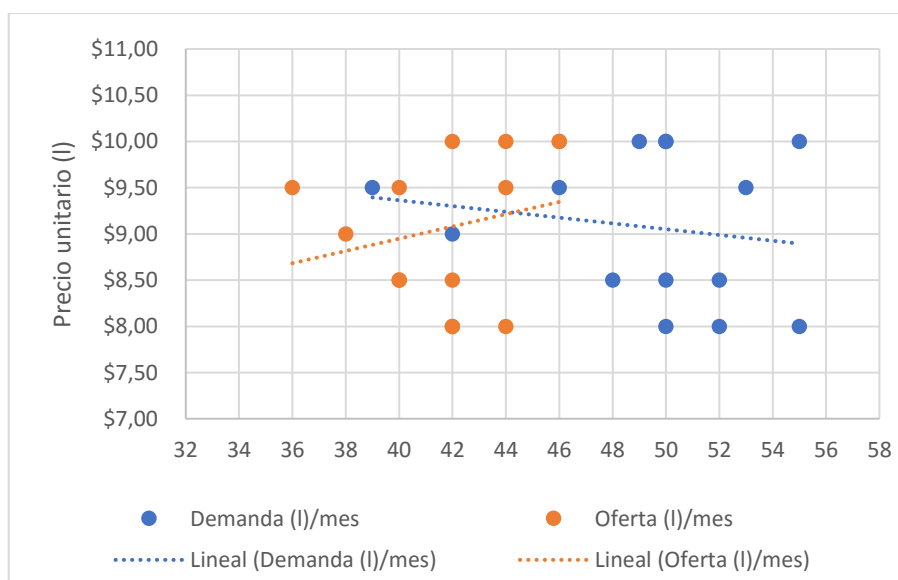


Figura 27. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (foliarsol B)

En la Figura 27, se evaluó que actualmente existen empresas (Anexo 8) en el cantón Buena Fe, que comercializan insumos agrícolas para los cultivos de la zona que no son suficientes ni específicos, (Tabla 27) muestra que existe una demanda que se encuentra insatisfecha de 105 litros de **foliarsol B** específico para el cultivo de cacao que no fue cubierto por el mercado local.

Tabla 28. Demanda y oferta de fertilizante (alga soil) para jengibre

Precio unitario	Cantidad demandada (l)/mes	Cantidad ofertada (l)/mes	Demanda Insatisfecha	Proyección $Y = ax + b$
\$ 35,00	45	40	5	47,19
\$ 33,00	50	42	8	
\$ 34,50	53	44	9	
\$ 33,50	53	42	11	
\$ 34,00	42	38	4	
\$ 35,00	52	48	4	
\$ 34,50	55	44	11	
\$ 33,00	65	45	20	
\$ 33,50	45	36	9	
\$ 34,00	55	50	5	
\$ 35,00	60	53	7	
\$ 33,00	58	42	16	
\$ 33,50	63	46	17	
\$ 35,00	56	50	6	
Total	752	620	132	

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

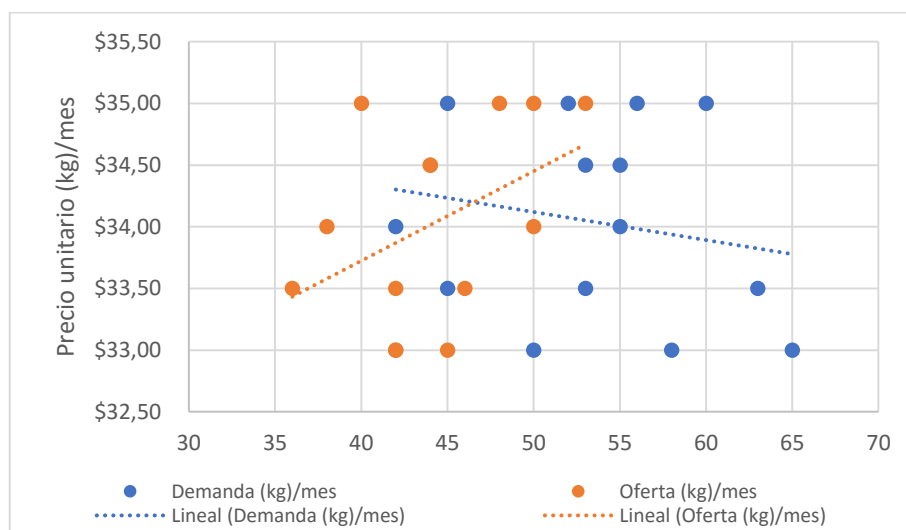


Figura 28. Esquematización de las cantidades demandadas y ofertadas fertilizante (alga soil)

Mediante el análisis de la Tabla y Figura 28 , se observa una demanda insatisfecha de 132 kg de fertilizante **alga soil** específico para en cultivo de jengibre, que no fueron ofertadas por las casas comerciales del cantón Buena Fe, esto significa que existe un nicho de mercado para el posicionamiento o expansión de una de ellas, captando la cartera de demandantes ofreciendo un stock de insumos agrícolas.

Tabla 29. Análisis económico y grado de aceptación de las empresas de agroquímicos en función del volumen de ventas y rentabilidad alcanzada en el período lluvioso del 2018 cantón Buena Fe

Descripción /Empresas	Agroq Yong	Agrop la Granja	Agroq Yong Suc	Agric Mons	Agrop la Granja #2	Almac agrop	Fertisa almac agrop	Agripac	Agroc Muñoz Garcia	Agros. Ubilla	Agroq. Fumisa	Agrop. tierra fértil	Agro Lara	Agrícola Vásquez
INGRESOS	31672,70	28558,00	29570,60	30491,00	29925,00	31426,50	32408,40	31613,50	33340,90	34153,90	31110,50	31949,00	32151,70	34730,90
EGRESOS	24919,79	21948,39	23327,58	23686,96	23417,57	24020,72	25080,10	24590,12	25706,61	25983,28	24107,75	24735,94	24153,94	27301,22
Compra de insumos agrícolas	22091,79	19735,39	20364,58	21030,96	20690,57	21606,72	22317,10	21788,12	23004,61	23470,28	21428,75	22066,94	22254,94	23958,22
Gastos de venta	1584,00	828,00	1449,00	1422,00	1449,00	871,00	1474,00	1439,00	1267,00	1334,00	1459,00	1469,00	454,00	1838,00
Gastos Administrativos	1119,00	1240,00	1324,00	1059,00	1095,00	1390,00	1109,00	1225,00	1300,00	1059,00	1055,00	1045,00	1245,00	1370,00
Gastos generales	125,00	145,00	190,00	175,00	183,00	153,00	180,00	138,00	135,00	120,00	165,00	155,00	200,00	135,00
Utilidad Neta	6752,91	6609,61	6243,02	6804,04	6507,43	7405,78	7328,30	7023,38	7634,29	8170,62	7002,75	7213,06	7997,76	7429,68
Relación beneficio costo	1,27	1,30	1,27	1,29	1,28	1,31	1,29	1,29	1,30	1,31	1,29	1,29	1,33	1,27
Rentabilidad (%)	27	30	27	29	28	31	29	29	30	31	29	29	33	27

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

Análisis económico del volumen de ventas de las empresas de agroquímicos durante el período de invierno 2018 del cantón Buena Fe. El volumen de venta de herbicidas, fungicidas, insecticidas y fertilizantes destinados para los cultivos (piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana) oscilaron entre 28.588,00 a 34.740,00 esto último para la empresa Agrícola “Vásquez” que demostró un mayor grado de aceptación de sus clientes, seguido por la Agroservicios “Ubilla” con 34.153,90 que fue inferior en 1,7% respecto al volumen total de las ventas, Tabla 29, se observa algunas empresas con volúmenes importantes de ventas, sin alcanzar la mayor aceptación en el grupo de las agroquímicas de la zona. Previo el análisis de la rentabilidad es importante el manejo del volumen de los costos, tales como gastos de venta, administrativo y gastos generales que fluctuaron de 21.948,39 a 27.301,22 influyendo en la rentabilidad que pese al mayor volumen de venta de la Agrícola “Vásquez” a penas obtuvo un 27%.

La mayor rentabilidad se registra en la empresa Agro “Lara” con 33% y seguida de la Agroservicios “Ubilla” que alcanzo 31%; ratificando el grado de aceptación de estas dos empresas por los demandantes de agroquímicos para su cultivo.

4.1.5. Discusión

Del análisis de la información alcanzado en el estudio de mercado se puede observar que el herbicida diuron específico para el cultivo de piña y jengibre hay una diferencia de 309 litros que no han podido ser cubierto por el mercado local, considerándose como demanda insatisfecha, concordando con Baca (2010), quien sostiene que se llama demanda insatisfecha potencial a las cantidades de bienes o servicios que es probable que ningún mercado puede satisfacer las necesidades de los consumidores. Esta misma condición se observa para el herbicida verdict específico también para el cultivo de piña y palma africana que muestra un déficit de 280 litros.

Para el cultivo de maíz y banano se observó una oferta deficiente de 229 litros de dicloruro de paraquat y para el herbicida atrazina con 187 litros específicos para maíz y jengibre, lo que indica que en el mercado de estos herbicidas existe un nicho de mercado que puede ser llenado por una nueva casa comercial o expansión de una de ella, coincidiendo con Chirinos (2011), quien sostiene que el nicho de mercado es la porción de un segmento de mercado que posee características y necesidades semejantes que no están del todo cubierta por la oferta general del mercado.

En el cultivo de cacao y banano el herbicida selectivo diquat mostró una oferta insuficiente de 139 litros, lo que significa que este herbicida puede ser introducido al mercado para complementar la demanda que no ha podido ser cubierta por las casas comerciales de la zona, existiendo la posibilidad de captar la demanda de los agricultores cacaotero y bananero que requieren ejecutar un control específico de maleza en sus cultivos; de igual manera para el herbicida ametrina con una diferencia de 141 litros específicos para cacao y palma africana, con la introducción del producto en el mercado fácilmente podría posicionar a la casa comercial que comercializa dichos productos químicos. Concordando con Kotler & Armstrong (2007), que les permitiría ubicar la casa comercial o la empresa.

El uso de fungicidas específicos para el cultivo de piña y jengibre muestran que 151 litros de azoxystrobin no fue cubierto por el mercado del cantón Buena Fe, de igual manera para el fungicida carbendazim con 149 litros específicos para piña y palma africana, el cual genera que las agroquímicas pierdan la oportunidad de segmentación de mercado y captar

clientes que requieran este tipo de producto, lo expuesto por Fernández (2009), quien manifiesta que es importante satisfacer de forma efectiva las necesidades y así alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el presente estudio de mercado muestra una disconformidad en los agricultores ya que 88 litros de propiconazole específico para maíz que no fueron ofertados, de igual manera para el fungicida pentahidratado se observa un déficit de 111 litros para el cultivo de maíz y banano que los consumidores no han podido demandar, por esta razón se ve la necesidad de captar este nicho de mercado, que coincide con lo expuesto por Baca (2010), manifiesta que uno de los objetivos del estudio de mercado es ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen otras empresas.

De acuerdo a las encuestas y entrevista realizada a los agricultores y expendedores (oferentes) mostró; que existen varias empresas que comercializan insumos agrícolas en el cantón Buena Fe, quienes mantienen ventajas competitivas al momento de vender sus productos, pero existe insatisfacción en los consumidores porque las cantidades ofertadas de captan para cacao y jengibre son deficientes a 223 litros, al igual que el fungicida clorotalonil diferente a 237 litros que no son suficientes ni específicos para el cultivo de cacao y palma africana, Porter (2010), establece que existen tres maneras de posicionarse en el mercado por encima de los competidores ofreciendo precios más bajos, por medio de la diferenciación y por medio del enfoque que comprende las características y necesidades del público.

El insecticida diazinon específicos para el cultivo de piña y banano mostró una deficiencia de 182 litros y 177 litros de chlorpyrifos para piña y palma africana que no fueron ofertados en el mercado interno del cantón Buena Fe, esto provoca pérdida en la captación de clientes por esta razón las empresas no pueden alcanzar la segmentación de mercado ni los objetivos comerciales, lo que concuerda con Fernández (2009), quien menciona que para que un segmento de mercado sea eficaz debe ser medible, susceptible a la diferenciación distinto a otros productos, accesible y rentable.

Mediante el análisis entre la demanda y la oferta se observó que las cantidades ofertadas son menores a las demandadas existiendo insatisfacción en los agricultores, ya que 228

litros de lambda para el cultivo de maíz y jengibre, de igual manera para el insecticida profenofos con 172 litros específicos para maíz y banano que no ha podido ser cubierto por las agroquímicas, debido a que por específicos no se encuentran fácilmente en el mercado peor en suficientes cantidades, afectando el punto de equilibrio en el mercado, coincidiendo con Nunes (2015), quein menciona que para que exista un punto de equilibrio en el mercado donde el precio y la cantidad del bien deseado por la oferta y demandan son iguales, si una de estas variables cambian existirá un desequilibrio en el mercado.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio permitió analizar las cantidades ofertadas, la cual muestra una oferta deficiente de 136 litros de benfuracarb para cacao y palma africana, de tal manera que el insecticida methomyl también presenta un deficit de 108 litros específicos para el cultivo de cacao no fue expendidos, estos resultados guardan relación con lo que sostiene Baca (2010), quien investiga que a través del análisis de la oferta permite determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede poner a disposición del mercado un bien o un servicio.

Mediante el análisis de la demanda mostró que los agricultores están dispuestos a demandar 1,245 litros de fertiactyl GZ para el cultivo de piña y jengibre a un precio diferente, de la misma manera para el fertilizante nutrifort con 1,153 litros de las cuales las cantidades ofrecidas no son suficientes ni específicas para piña y banano, coincidiendo con Fernández (2009), quien indica que la demanda es la cantidad de mercancía que puede ser comprada a diferentes precios por un individuo, además Baca (2010), explica que mediante el análisis de la demanda permite determinar y medir, cuales son las fuerzas que afectan los requerimiento del mercado.

De acuerdo a los resultados que se observaron durante el presente estudio se analizó el comportamiento del mercado del cantón Buena Fe, el cual mostró la existencia de una demanda insatisfecha, ya que no cuentan con un stock de insumos agrícolas suficientes que sus cultivos requieren con una oferta deficiente de 197 litros de evengreen para el cultivo de maíz y palma africana y 342 litros de basacote plus 9M específicos para maíz y palma african, concordando con Carl & Gates (2005), mencionan que mediante la investigación de mercados y la observación del comportamiento del mismo permite identificar y definir las oportunidades y los problemas.

El mayor volumen de venta se determinó en la Agrícola “Vásquez” (34.730,90) y Agroservicios “Ubilla” (34.153,90) se puede deber posiblemente a la ubicación física de ambos Agroservicios. La Agroservicios “Vásquez” está ubicada en Fumisa y capta a los agricultores dedicados a los cultivos de piña, maíz y cacao; mientras que la Agroservicios “Ubilla” está en un sitio estratégico en el centro del cantón Buena Fe atendiendo a los agricultores de las zonas aledañas y que producen jengibre, banano, palma africana, maíz, cacao y piña. Concordando con Baca (2010), quien manifiesta que la participación en el mercado de las empresas está determinado por la ubicación geográfica y también por factores como calidad, precio y el servicio que ofrece al demandante.

La rentabilidad alcanzada por las empresas Agroservicios “Lara” 33% y “Ubilla” 31% dependen de los ingresos totales y los costos generados en las actividades productivas y comerciales, se evalúa por diferencia entre ambos rubros (ingresos – costos). Coincidiendo con De la Hoz, Ferrer, & De la Hoz (2008), quien sostiene que la rentabilidad de una empresa puede ser evaluada en referencia a las ventas que producen ingresos y a los costos generados.

CAPÍTULO V.
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Los herbicidas específicos para el cultivo de piña y jengibre mostraron un comportamiento deficitario de 309 litros de diuron y 280 litros de verdict para piña y palma africana que no fueron ofertados por las casas comerciales, dando como resultado insatisfacción en los agricultores del cantón Buena Fe.

Las cantidades demandadas son superiores a las ofertadas en el mercado local del cantón Buena Fe, con una diferencia 229 litros de dicloruro de paraquat para maíz y banano y 187 litros de atrazina herbicida selectivo para el control de maleza en el cultivo de maíz y jengibre, que no han sido cubiertas por las empresas de agroquímicos.

El volumen de venta de las cantidades ofertadas del herbicida diquat específico para el cultivo de cacao y banano mostró una deficiencia de 139 litros que no pudieron ser satisfechas por los agricultores, de igual manera para el herbicida ametrina con 241 litros para cacao y palma africana que no fueron ofertadas por las casas comerciales de la zona.

El uso de fungicidas e insecticidas específicos para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana respectivamente mostraron un comportamiento deficiente en el mercado ratificando así la oportunidad de captar ese mercado ampliando o posicionando una nueva casa comercial que satisfaga dichos requerimientos.

Las empresas Agrícola “Vásquez” con 34.730,90 y la Agroservicios “Ubilla” 34.153,90 presentaron los mayores volúmenes de venta, presentando grado de aceptación favorable por encima de las demás empresas de tal manera que la Agro “Lara” alcanzó la mayor rentabilidad con un 33% en el período de evaluación.

5.2. Recomendaciones

Posicionar una casa comercial con responsabilidad social, que brinde disponibilidad y un stock suficiente de insumos agrícolas específicos para los cultivos piña, maíz, cacao, jengibre, banano, palma africana y otros.

Brindar alternativas a los agricultores del cantón Buena Fe ofreciendo diversidad y calidad de insumos agrícolas para los cultivos de la zona y así ampliando el mercado de dichos productos aumentando la capacidad de venta generando mayores ingresos a la empresa de agroquímicos.

Incentivar a las empresas con mayor grado de aceptación que ofrezcan a sus demandantes promociones en productos, atención personalizada y manejo ambiental adecuado de los recursos.

CAPÍTULO VI.
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

Alarcón, G. C. (2016). *"Estudio de mercado para la producción y comercialización de tilapia (Oreochromis) en el Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos, 2015"*. Tesis Previa a la Obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas Agropecuarias, Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Quevedo-Los Ríos-Ecuador. Recuperado el 09 de Agosto de 2018.

Argueta, A. (25 de Julio de 2017). *Componentes de un estudio de mercado*. Obtenido de mindmeister: <https://www.mindmeister.com/es/928614389/componentes-de-un-estudio-de-mercado>.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2007). *Marketing* (8va Edición. ed.). México.: Pearson Education.

Baca, U. G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. (Sexta edición. ed.). (S. C. Editores, Ed.) México.: Mc Graw-Hill/Interamericana . Obtenido de Disponible en: <https://leonelmartinez.files.wordpress.com/2015/01/1-gabriel-baca-urbina-evaluacion-de-proyectos-6ta-edicion-2010.pdf>

Carl, M., & Gates, R. (2005). *Investigación de mercados* (Sexta edición. ed.). México: Editorial Thomson.

Chirinos, C. (19 de junio de 2011). Nicho de mercad: El enfoque desde el océano azul. *redalyc*(núm. 29), Pág. 12. Recuperado el 14 de enero de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/3374/337428495009.pdf>

De la Hoz, S. B., Ferrer, M. A., & De la Hoz, S. A. (Enero - Abril de 2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados de Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, Vol. XIV(núm. 1), Pág. 23. Recuperado el 18 de 01 de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28011673008.pdf>

Fernández, V. R. (2009). *Segmentación de Mercados* (Tercera edición, ed.). México: Editorial McGraw Hill Educación. . Obtenido de Disponible en:

https://www.academia.edu/23876840/Segmentacion_de_Mercados_2009_Ricardo_Fernandez

Hair, J., Bush, R., & Ortinau, D. (2010). *Investigación de mercados, en un ambiente de información digital*. México: Editorial Mc Graw Hill Educación , Cuarta edición. ISBN: 978-607-15-0290-2. Páginas 678. Dispobible en:

https://www.academia.edu/20202793/Investigacion_de_Mercados_Hoseph_F._Hair?auto=download.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing: Visión para Latinoamérica*, (11° edición. ed.). México: Pearson Educación: Prentice Hall.

Kotler, P., & keller, K. (2012). *Dirección de Maeketing* (Decímocuarta edición ed.). México: Pearson Educación. Recuperado el 18 de enero de 2019, de

<https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/05/182-direccion-de-marketing-philip-kotler.pdf>

Loachamín, S. A. (2015). *Desarrollo de un plan estratégico de marketing para una empresa productora y comercializadora de productos para la actividad agrícola en la Provincia del Carchi, caso:"AGROMUNDO S.C"*. Tesis Previa a la Obtención del Título de Ingeniera Comercial, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito - Ecuador. Obtenido de

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9293/TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%93N%20ADRIANA%20LOACHAM%C3%8DN.pdf?sequence=1>

Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados* (Vol. 5ta Edición.). México: Pearson Education, . Obtenido de Disponible en:

[http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2015/09/Investigacion-de-Mercados-Naresh Malhotra.pdf](http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2015/09/Investigacion-de-Mercados-Naresh-Malhotra.pdf)

Mongón, R. M. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la venta de insumos agrícolas que permita atender la demanda de los productores del Recinto el Batán*. Tesis Previa a la Obtención del Título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría - CPA, Universidad Estatal de Milagro , Milagro-Ecuador. Obtenido de

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/224/3/Estudio%20de%20la%20factibilidad%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20microempresa%20dedicada%20a%20la%20venta%20de%20insumos%20agr%C3%ADcolas%20que%20permita%20atender%20la%20demanda%20de%20lo>

Munch, L. (2010). *Administración gestión organizacional enfoque y procesos administrativos*. (Primera Edición ed.). Prentice Hall.

Nunes, P. (11 de 10 de 2015). *Knoow.net Enciclopedia temática*. Recuperado el 24 de 11 de 2018, de Knoow.net Enciclopedia temática: <http://knoow.net/es/cieeconcom/economias/es/equilibrio-de-mercado/>

Porter, M. E. (2010). *Ventaja competitiva. Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. Madrid-España: Ediciones Pirámide. Recuperado el 15 de enero de 2019

Rodríguez, S. A. (2008). *Mercadotecnia la tecnología para la competencia*. México,; Ediciones Facultad de Ciencias Administrativas Universitarias de Guanajuato. Disponible en: http://www.adizesca.com/site/assets/me-fundamentos_de_mercadotecnia-ar.pdf.

CAPÍTULO VII.

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario aplicado a los agricultores del cantón Buena Fe



Universidad Técnica Estatal de Quevedo
Facultad de ciencias Agrarias
Escuela de Ingeniería en Administración de Empresas Agropecuarias

CUESTIONARIO 1

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN BUEN FE

Nº: _____ Fecha: _____

Nombre del entrevistado: _____

1. ¿Cuál de los cultivos tiene sembrado usted en sus tierras?

Palma africana	
Piña	
Jengibre	
Banano	
Cacao	
Maíz	
Otros	

2. ¿Cuál es la cantidad de área sembrada que usted tiene para el cultivo? palma africana..... Piña.... Jengibre.... Maíz.... Cacao.... Banano.... Otros....

- 1 ha	
2 - 4 ha	
4 - 6 ha	
6 - 8 ha	
8 - 10 ha	
- 1 ha	
2 - 4 ha	

3. ¿Los insumos que usted puede adquirir satisfacen los requerimientos específicos de su cultivo?

Satisfecho	
Medio satisfecho	
Insatisfecho	

4. **¿Con qué frecuencia utiliza insumos agrícolas para su cultivo? palma africana..... Piña.... Jengibre.... Maíz.... Cacao.... Banano.... Otros....**

Una vez por semana	
Más de una vez por semana	
Una vez al mes	
Más de una vez al mes	

5. **¿La falta de insumos agrícolas específicos para su cultivo? ¿Ha afectado el desarrollo y producción en el nivel?**

Bajo	
Medio	
Alto	

6. **De forma aproximada, que cantidad de insumos agrícolas adquiere según la frecuencia ¿Cuántas unidades suele comprar?**

1 – 3 litros, gramos, sacos			
3 – 5 litros, gramos o sacos			
5 – 7 litros, gramos o sacos			
7 – 8 litros, gramos o sacos			
8 – 10 litros, gramos o sacos			
Más de 10 litros, gramos o sacos			

7. **Al momento de adquirir los insumos agrícolas ¿Qué toma usted en consideración?**

La calidad	
El precio	
La cantidad	
La marca	
La presentación	
La disponibilidad	

8. **¿Suele usted fijarse en el origen de los insumos agrícolas que habitualmente adquiere?**

Siempre	
A veces	
Nunca	

9. **¿Qué tipo de insumos agrícolas prefiere?**

Químicos	
Biológicos	
Orgánicos	

10. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera usted, mas importante al momento de realizar la compra?

Preventivos	
De contacto	
De control	
Sistémicos	

11. ¿Cree usted que el precio de los insumos al adquirir varía considerablemente en los almacenes de agroquímicos?

Si	Poco	Mucho
no		

12. ¿Cuál es el mes o los meses del año en que compra mayor cantidad de insumos agrícolas para su cultivo?

Enero – Marzo	
Abril – Junio	
Julio – Septiembre	
Octubre – Diciembre	
Todo el año	

13. ¿Aproximadamente que valor en promedio gasta en insumos al adquirir y en qué frecuencia en su cultivo?

Inferior o igual a 40 dólares/mes	
40 a 60 dólares/mes	
60 a 80 dólares/mes	
80 a 100 dólares/mes	
Mayor de 100 dólares/mes	

14. ¿Por qué compra usted en esa empresa?

Productos de marcas recomendados	
La calidad del producto	
Cercanía	
Atención personalizada	

15. ¿Qué comodidades busca en la empresa para adquirir los insumos?

Facilidad de acceso	
Stock de productos suficientes	
Parqueo y seguridad del vehiculo durante la compra	

Anexo 2. Lista de agricultores encuestados en el cantón Buena Fe

Número de agricultores	Nombres	Ubicación
1	Sr. Jose Mendieta	Recinto El Triunfo
2	Sr. Jacinto Zambrano Conforme	Recinto El Triunfo
3	Sr. Edilson Vélez Pisco	Recinto El Triunfo
4	Sr. Miguel Zambrano Vera	Recinto El Triunfo
5	Sr. Cristhian Vergara Pereira	Recinto El Triunfo
6	Sr. German Loor Saltos	Recinto El Triunfo
7	Sr. Gillermo Solorzano Rosado	Recinto El Triunfo
8	Sr. Raúl Vélez Pisco	Recinto El Triunfo
9	Sr. Jacinto Sanchez Mera	Recinto El Triunfo
10	Sra. Emely Tomalá Bravo	Recinto El Triunfo
11	Sr. Manuel Medrana Arango	Recinto El Triunfo
12	Sra. Lourde de Lucas Salazar	Recinto El Triunfo
13	Sr. Nestor Carreño Tomalá	Recinto El Triunfo
14	Sra. Dina Alvarado Briones	Recinto El Guayacan
15	Sr. Hugo Luna Tomalá	Recinto El Guayacan
16	Sr. Pedro Campuzano Bravo	Recinto El Guayacan
17	Sr. Kennidy Pale Benavídez	Recinto El Guayacan
18	Sr. Juan Dausdebes Mendoza	Recinto El Guayacan
19	Sr. Félix Pérez Luna	Recinto El Guayacan
20	Sr. Pulio Alcivar Cedeño	Recinto El Guayacan
21	Sr. Pablo Ramos Montoya	Recinto El Guayacan
22	Sr. Calor Herrera Carranza	Recinto El Guayacan
23	Sr. Manuel Torres Ramos	Recinto El Guayacan
24	Sr. Miguel Vera Panezo	Recinto El Guayacan
25	Sr. Ciro Bravo Mendoza	Recinto Aguas Clara
26	Sr. Jonny Quiroz Ganchozo	Recinto Aguas Clara
27	Sr. Galo Rivas Vergara	Recinto Aguas Clara
28	Sr. José Jimenez Gómez	Recinto Aguas Clara
29	Sr. Oscar Rivas Rosedo	Recinto Aguas Clara
30	Sr. Pedro Verela Chica	Recinto Aguas Clara
31	Sr. Francisco Barba Esmeralda	Recinto Aguas Clara
32	Sr. Henry Vera Flores	Recinto Aguas Clara
33	Sr. Washington Alcivar Sabando	Recinto Aguas Clara
34	Sr. Eduardo Motiel Alvarado	Recinto Aguas Clara
35	Sr. Luis Carranza Vera	Recinto 4 Mangas
36	Sr. Enrique Carranza Vera	Recinto 4 Mangas
37	Ing. Adrian Ubilla	Recinto 4 Mangas
38	Sr. Augusto Mera	Recinto 4 Mangas
39	Sr. Miguel Salavarría	Recinto 4 Mangas

Continúa...

40	Sr. Marlon Vásquez Veintimilla	Recinto El Guayacan
41	Sr. Jhon Vásquez Veintimilla	Recinto El Guayacan
42	Sra. Olga Veintimilla Casual	Recinto El Guayacan
43	Sra. Maryuri Pico Vélez	Recinto El Guayacan
44	Sr. Francisco Salguero	Recinto Alegria del Congo
45	Sr. Remigio Saltos	Recinto Alegria del Congo
46	Ing. Julio Arce Alzate	Recinto Aguas Blanca
47	Sr. Ruben Zambrano	Recinto Alegria del Congo
48	Sr. Edy Salguero	Recinto Alegria del Congo
49	Sra. Pilar Cevallos Arana	Recinto Alegria del Congo
50	Sr. Vinicio Gonzales	Recinto Alegria del Congo
51	Sr. Saltos Pita	Recinto Alegria del Congo
52	Sra. Rosana Larrea	Recinto 4 Mangas
53	Sra. Silvana Mendoza	Recinto 4 Mangas
54	Sra. Maria Erazo	Recinto 4 Mangas
55	Sra. Narcisa Vélez	Recinto 4 Mangas
56	Sr. Máximo Herrera Morales	Recinto 4 Mangas
57	Sr. Secundo Franco	Recinto 4 Mangas
58	Sr. Carlos Laso Estrella	Recinto Fumisa
59	Sra. Fabian Sánchez	Recinto Fumisa
60	Sra. Leonardo Sánchez Herrera	Recinto Fumisa
61	Sr. Jhon Camacho Ramírez	Recinto Fumisa
62	Sr. Jose Pico	Recinto Fumisa
63	Sr. Rafael Caicedo	Recinto Fumisa
64	Sr. Urbano Vásquez	Recinto Fumisa
65	Sr. Juan Correa	Recinto Fumisa
66	Sra. Alexandra Proaño	Recinto Fumisa
67	Sr. Elias Malliquinga	Recinto Fumisa
68	Sr. Dante Bermúdez	Recinto Fumisa
69	Sr. Jorgue Sabando	Recinto Fumisa
70	Sr. Vicente Laso Estrella	Recinto Fumisa
71	Sra. Roxana Vergara	Recinto Fumisa
72	Sr. Kevin Camacho Ramírez	Recinto Fumisa

Fuente: Encuesta realizada

Anexo 3. Cantidad demandada herbicidas para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018

HERBICIDAS																		
Emp. Agroq.	Piña y jengibre	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Piña y palma africana	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz y banano	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz y jengibre	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao y palma africana	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao y banano	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)
1	Diuron	98	\$16,00	Verdict	60	\$33,00	Paraquat	86	\$6,00	Atrazina	56	\$6,50	Ametrina	61	\$8,00	Diquat	80	\$30,00
2	Diuron	56	\$15,00	Verdict	92	\$31,50	Paraquat	83	\$6,50	Atrazina	42	\$7,50	Ametrina	72	\$7,50	Diquat	75	\$28,50
3	Diuron	63	\$16,50	Verdict	100	\$32,00	Paraquat	91	\$5,80	Atrazina	39	\$8,00	Ametrina	75	\$8,50	Diquat	74	\$29,00
4	Diuron	51	\$14,50	Verdict	77	\$32,50	Paraquat	102	\$5,00	Atrazina	68	\$7,00	Ametrina	84	\$9,00	Diquat	91	\$28,00
5	Diuron	70	\$16,50	Verdict	84	\$31,50	Paraquat	108	\$6,00	Atrazina	74	\$8,00	Ametrina	96	\$7,00	Diquat	88	\$30,00
6	Diuron	99	\$15,00	Verdict	109	\$31,00	Paraquat	105	\$6,50	Atrazina	71	\$7,50	Ametrina	84	\$7,50	Diquat	84	\$28,50
7	Diuron	116	\$14,50	Verdict	98	\$31,00	Paraquat	83	\$5,50	Atrazina	54	\$8,50	Ametrina	96	\$9,00	Diquat	78	\$29,00
8	Diuron	119	\$16,00	Verdict	81	\$32,00	Paraquat	96	\$5,00	Atrazina	61	\$8,00	Ametrina	81	\$8,00	Diquat	89	\$28,00
9	Diuron	102	\$15,50	Verdict	110	\$33,00	Paraquat	111	\$6,00	Atrazina	54	\$7,00	Ametrina	70	\$8,50	Diquat	91	\$29,50
10	Diuron	80	\$15,50	Verdict	105	\$33,50	Paraquat	78	\$5,80	Atrazina	65	\$7,50	Ametrina	98	\$7,00	Diquat	88	\$30,00
11	Diuron	122	\$15,00	Verdict	62	\$32,00	Paraquat	88	\$5,50	Atrazina	80	\$8,50	Ametrina	101	\$9,00	Diquat	82	\$28,50
12	Diuron	59	\$15,50	Verdict	88	\$31,50	Paraquat	117	\$4,50	Atrazina	81	\$6,50	Ametrina	107	\$7,00	Diquat	99	\$28,00
13	Diuron	83	\$16,00	Verdict	70	\$32,50	Paraquat	73	\$5,00	Atrazina	85	\$7,50	Ametrina	90	\$7,50	Diquat	74	\$29,00
14	Diuron	133	\$14,50	Verdict	103	\$33,50	Paraquat	113	\$4,50	Atrazina	70	\$6,50	Ametrina	82	\$8,00	Diquat	84	\$30,00

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

Anexo 4. Cantidad demandada fungicidas para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018

FUNGICIDAS																				
Emp. Agroq.	Piña y jengibre	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Piña y palma africana	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz y banano	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao y jengibre	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao y palma africana	Cant. demand (l)/mes	banano	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)
1	Azoxystrobin	69	\$38,00	Carbendazim	70	\$3,20	Propiconazole	43	\$27,00	Sulf. cobr Pentahid.	95	\$11,50	Captan	73	\$11,30	Clorotalonil	90	Tridermorph	103	\$22,00
2	Azoxystrobin	90	\$35,00	Carbendazim	74	\$3,00	Propiconazole	48	\$25,00	Sulf. cobr Pentahid.	88	\$11,00	Captan	67	\$10,50	Clorotalonil	86	Tridermorph	83	\$18,50
3	Azoxystrobin	80	\$35,50	Carbendazim	65	\$2,50	Propiconazole	47	\$26,50	Sulf. cobr Pentahid.	84	\$10,00	Captan	76	\$11,00	Clorotalonil	83	Tridermorph	85	\$19,00
4	Azoxystrobin	75	\$37,50	Carbendazim	93	\$2,00	Propiconazole	53	\$25,50	Sulf. cobr Pentahid.	80	\$10,50	Captan	70	\$10,00	Clorotalonil	88	Tridermorph	75	\$21,50
5	Azoxystrobin	85	\$38,00	Carbendazim	98	\$3,50	Propiconazole	52	\$24,50	Sulf. cobr Pentahid.	98	\$9,00	Captan	81	\$9,50	Clorotalonil	84	Tridermorph	98	\$19,50
6	Azoxystrobin	65	\$36,00	Carbendazim	96	\$2,00	Propiconazole	55	\$25,00	Sulf. cobr Pentahid.	81	\$11,00	Captan	62	\$11,00	Clorotalonil	95	Tridermorph	88	\$20,00
7	Azoxystrobin	70	\$37,00	Carbendazim	85	\$3,20	Propiconazole	50	\$24,50	Sulf. cobr Pentahid.	108	\$9,50	Captan	88	\$9,50	Clorotalonil	76	Tridermorph	96	\$18,50
8	Azoxystrobin	102	\$35,50	Carbendazim	96	\$2,50	Propiconazole	44	\$27,00	Sulf. cobr Pentahid.	85	\$10,00	Captan	81	\$10,00	Clorotalonil	89	Tridermorph	73	\$22,00
9	Azoxystrobin	104	\$36,50	Carbendazim	81	\$3,00	Propiconazole	32	\$26,00	Sulf. cobr Pentahid.	85	\$11,50	Captan	85	\$11,30	Clorotalonil	96	Tridermorph	81	\$19,50
10	Azoxystrobin	82	\$35,00	Carbendazim	88	\$3,50	Propiconazole	50	\$24,50	Sulf. cobr Pentahid.	94	\$9,00	Captan	78	\$9,00	Clorotalonil	86	Tridermorph	82	\$21,50
11	Azoxystrobin	77	\$36,00	Carbendazim	92	\$3,00	Propiconazole	32	\$25,50	Sulf. cobr Pentahid.	92	\$10,50	Captan	74	\$10,50	Clorotalonil	94	Tridermorph	101	\$19,00
12	Azoxystrobin	101	\$37,00	Carbendazim	98	\$2,00	Propiconazole	30	\$26,50	Sulf. cobr Pentahid.	105	\$11,00	Captan	83	\$11,00	Clorotalonil	98	Tridermorph	80	\$21,50
13	Azoxystrobin	109	\$38,00	Carbendazim	88	\$3,20	Propiconazole	56	\$27,00	Sulf. cobr Pentahid.	100	\$9,50	Captan	90	\$9,50	Clorotalonil	70	Tridermorph	99	\$20,00
14	Azoxystrobin	72	\$37,50	Carbendazim	90	\$3,50	Propiconazole	55	\$27,00	Sulf. cobr Pentahid.	90	\$11,50	Captan	93	\$11,30	Clorotalonil	92	Tridermorph	93	\$22,00

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

Anexo 5. Cantidad demandada insecticidas para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018

INSECTICIDAS																					
Emp. Agroq.	Piña y banano	Cant. deman. (l)/mes	Precio unit. (l)	Piña y palma africana	Cant. deman. (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz y jengibre	Cant. deman. (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz y banano	Cant. deman. (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao y palma africana	Cant. deman. (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao	Cant. deman. (l)/mes	Precio unit. (l)	Jengibre	Cant. deman. (l)/mes	Precio unit. (l)
1	Diazinon	70	\$18,00	Chlorpyrifo	85	\$16,50	Lambda Cyhalothrin	71	\$19,50	Profenofos	80	\$26,00	Benfuracarb	72	\$17,00	Methomyl	43	\$15,00	Carbofuran	55	\$22,00
2	Diazinon	78	\$19,00	Chlorpyrifo	67	\$16,00	Lambda Cyhalothrin	80	\$18,00	Profenofos	60	\$27,50	Benfuracarb	64	\$16,50	Methomyl	50	\$14,00	Carbofuran	52	\$18,50
3	Diazinon	92	\$18,50	Chlorpyrifo	73	\$15,00	Lambda Cyhalothrin	62	\$19,00	Profenofos	70	\$28,00	Benfuracarb	95	\$16,00	Methomyl	45	\$13,00	Carbofuran	48	\$19,00
4	Diazinon	95	\$17,50	Chlorpyrifo	78	\$15,50	Lambda Cyhalothrin	88	\$18,50	Profenofos	93	\$26,50	Benfuracarb	90	\$17,50	Methomyl	52	\$14,50	Carbofuran	40	\$21,50
5	Diazinon	77	\$8,00	Chlorpyrifo	65	\$15,00	Lambda Cyhalothrin	73	\$19,00	Profenofos	88	\$27,00	Benfuracarb	79	\$15,00	Methomyl	50	\$12,50	Carbofuran	58	\$19,50
6	Diazinon	90	\$17,50	Chlorpyrifo	82	\$16,00	Lambda Cyhalothrin	77	\$18,50	Profenofos	96	\$28,00	Benfuracarb	80	\$17,50	Methomyl	52	\$13,50	Carbofuran	50	\$20,00
7	Diazinon	89	\$18,50	Chlorpyrifo	93	\$15,50	Lambda Cyhalothrin	76	\$19,50	Profenofos	106	\$26,00	Benfuracarb	78	\$16,50	Methomyl	48	\$14,00	Carbofuran	63	\$18,50
8	Diazinon	108	\$17,00	Chlorpyrifo	98	\$16,50	Lambda Cyhalothrin	85	\$19,00	Profenofos	95	\$27,50	Benfuracarb	89	\$15,00	Methomyl	52	\$13,00	Carbofuran	60	\$22,00
9	Diazinon	100	\$18,50	Chlorpyrifo	98	\$14,50	Lambda Cyhalothrin	83	\$18,00	Profenofos	78	\$26,50	Benfuracarb	96	\$17,00	Methomyl	48	\$14,50	Carbofuran	44	\$19,50
10	Diazinon	88	\$17,00	Chlorpyrifo	100	\$15,00	Lambda Cyhalothrin	94	\$18,50	Profenofos	90	\$28,00	Benfuracarb	101	\$15,50	Methomyl	47	\$13,00	Carbofuran	58	\$21,50
11	Diazinon	80	\$19,00	Chlorpyrifo	102	\$14,50	Lambda Cyhalothrin	98	\$19,50	Profenofos	72	\$27,50	Benfuracarb	84	\$16,00	Methomyl	48	\$12,50	Carbofuran	65	\$19,00
12	Diazinon	90	\$18,00	Chlorpyrifo	89	\$16,00	Lambda Cyhalothrin	94	\$18,00	Profenofos	100	\$26,00	Benfuracarb	88	\$15,50	Methomyl	38	\$14,00	Carbofuran	38	\$21,50
13	Diazinon	94	\$17,00	Chlorpyrifo	93	\$16,50	Lambda Cyhalothrin	101	\$19,00	Profenofos	74	\$27,00	Benfuracarb	94	\$15,00	Methomyl	52	\$15,00	Carbofuran	56	\$20,00
14	Diazinon	103	\$9,00	Chlorpyrifo	98	\$15,50	Lambda Cyhalothrin	90	\$19,50	Profenofos	98	\$28,00	Benfuracarb	83	\$17,50	Methomyl	50	\$12,50	Carbofuran	62	\$22,00

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

Anexo 6. Cantidad demandada fertilizantes para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018

FERTILIZANTES																					
Emp. Agroq.	Piña y jengibre	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Piña y banano	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz y palma africana	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz y palma africana	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao y banano	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)	Jengibre	Cant. demand (l)/mes	Precio unit. (l)
1	Fertiactyl GZ	90	\$30,00	Nutrifort	65	\$7,00	evengreen	80	\$27,30	Basacote Plus 9M	94	\$28,00	Roca fosfórica	128	\$32,00	Foliarsol B	58	\$10,00	Algasoil	45	\$35,00
2	Fertiactyl GZ	88	\$28,00	Nutrifort	77	\$6,50	evengreen	88	\$26,00	Basacote Plus 9M	98	\$26,00	Roca fosfórica	118	\$30,00	Foliarsol B	50	\$8,00	Algasoil	50	\$33,00
3	Fertiactyl GZ	83	\$29,50	Nutrifort	77	\$5,00	evengreen	90	\$25,50	Basacote Plus 9M	78	\$27,50	Roca fosfórica	120	\$31,50	Foliarsol B	53	\$9,50	Algasoil	53	\$34,50
4	Fertiactyl GZ	95	\$27,50	Nutrifort	74	\$6,00	evengreen	84	\$27,00	Basacote Plus 9M	108	\$26,50	Roca fosfórica	124	\$30,50	Foliarsol B	48	\$8,50	Algasoil	53	\$33,50
5	Fertiactyl GZ	93	\$30,00	Nutrifort	81	\$7,00	evengreen	75	\$26,50	Basacote Plus 9M	115	\$27,00	Roca fosfórica	98	\$32,00	Foliarsol B	42	\$9,00	Algasoil	42	\$34,00
6	Fertiactyl GZ	84	\$29,00	Nutrifort	79	\$6,00	evengreen	79	\$26,00	Basacote Plus 9M	120	\$28,00	Roca fosfórica	127	\$30,00	Foliarsol B	50	\$10,00	Algasoil	52	\$35,00
7	Fertiactyl GZ	96	\$28,50	Nutrifort	84	\$5,00	evengreen	85	\$27,30	Basacote Plus 9M	115	\$26,00	Roca fosfórica	140	\$30,50	Foliarsol B	55	\$8,00	Algasoil	55	\$34,50
8	Fertiactyl GZ	75	\$29,50	Nutrifort	70	\$6,50	evengreen	88	\$27,00	Basacote Plus 9M	97	\$27,50	Roca fosfórica	107	\$31,00	Foliarsol B	52	\$8,50	Algasoil	65	\$33,00
9	Fertiactyl GZ	98	\$27,50	Nutrifort	90	\$7,00	evengreen	93	\$25,50	Basacote Plus 9M	110	\$26,50	Roca fosfórica	100	\$31,50	Foliarsol B	39	\$9,50	Algasoil	45	\$33,50
10	Fertiactyl GZ	94	\$28,00	Nutrifort	83	\$6,50	evengreen	94	\$26,00	Basacote Plus 9M	135	\$28,00	Roca fosfórica	130	\$32,00	Foliarsol B	49	\$10,00	Algasoil	55	\$34,00
11	Fertiactyl GZ	84	\$28,50	Nutrifort	98	\$5,00	evengreen	82	\$27,00	Basacote Plus 9M	114	\$27,00	Roca fosfórica	107	\$30,50	Foliarsol B	50	\$8,50	Algasoil	60	\$35,00
12	Fertiactyl GZ	98	\$29,50	Nutrifort	83	\$6,00	evengreen	68	\$26,50	Basacote Plus 9M	104	\$26,50	Roca fosfórica	122	\$31,00	Foliarsol B	52	\$8,00	Algasoil	58	\$33,00
13	Fertiactyl GZ	88	\$27,50	Nutrifort	93	\$5,00	evengreen	100	\$25,50	Basacote Plus 9M	130	\$25,50	Roca fosfórica	135	\$30,00	Foliarsol B	50	\$10,00	Algasoil	63	\$33,50
14	Fertiactyl GZ	80	\$30,00	Nutrifort	98	\$7,00	evengreen	105	\$27,30	Basacote Plus 9M	104	\$28,00	Roca fosfórica	120	\$32,00	Foliarsol B	46	\$9,50	Algasoil	56	\$35,00

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

Anexo 7. Cuestionario aplicado a las empresas de agroquímicos del cantón Buena Fe



Universidad Técnica Estatal de Quevedo
Facultad de ciencias Agrarias
Escuela de Ingeniería en Administración de Empresas Agropecuarias
CUESTIONARIO 2
ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS VENEDORES DE LA EMPRESAS DE
AGROQUÍMICOS

Nº: _____ Fecha: _____

Nombre del entrevistado: _____

1. ¿Qué dificultades encuentra usted a la hora de comercializar sus productos?

bicación física	
Competencia	
Clientes exigentes	
Asesoría técnica	

2. ¿Que influye en los clientes al adquirir los insumos que usted vende?

Calidad del producto	
El precio	
La competencia	
Atención personalizada	

3. ¿Qué toma en cuenta al fijar el precio de los insumos agrícolas?

Precio de la plaza de mercado	
De acuerdo a lo invertido	
Otros	

4. ¿Cuál es el beneficio más importante que los clientes reciben al adquirir los insumos requeridos para sus cultivos?

Asesoramiento técnico	
Calidad del producto	
Precio	
Otros	

5. Entre los insumos agrícolas que vende ¿Cuál de los siguientes le otorgan mayores ingresos en USD por venta?

Herbicidas	
Fungicidas	
Insecticidas	
Fertilizantes	

6. ¿Cuáles son los herbicidas de mayor volumen de venta en su negocio para los cultivos de palma africana, piña, jengibre, banano, cacao y maíz?

Paraquat	
Diuron	
Ametrina	
Verdict	
diquat	
Atrazina	
Otros	

7. ¿Cuáles son los insecticidas de mayor volumen de venta en su negocio para los cultivos de?

Palma africana.....Piña.....Jengibre..... Banano.....

Cacao.....Maíz

Azoxystrobin	
Carbendazim	
Propiconazole	
Sulf. de cobr Pentahid.	
Captan	
Clorotalonil	
Otros	

8. ¿Cuáles son los fungicidas de mayor volumen de venta en su negocio para los cultivos de?

Palma africana.....Piña.....Jengibre..... Banano.....

Cacao.....Maíz

Diazino	
Chlorpyrifos	
Lambda Cyhalothrin	
Profenofos	
Benfuracarb	
Methomyl	
Otros	

9. ¿Cuáles son los fertilizantes de mayor volumen de venta en su negocio para los cultivos?

Palma africana.....Piña.....Jengibre... Banano...Cacao.....Maíz...

Evengreen	
Urea	
Abono completo	
Eco hornomas	
Calciboro	
Boroned	
Otros	

10. ¿Cuál de los siguientes distribuidoras o proveedores de productos agroquímicos, es la de mayor demanda por el consumidor para los cultivos de palma africana, piña, jengibre, banano, cacao y maíz?

GVM Corp S.A	
Farmagro S.A	
Del Monte S.A	
Nederagro S.A	
Afecor S.A	
Quimser S.A	
Agrota	
Ecuaquímica	
Interoc	
Crystal Chemical	
Adama	
Punto verde	
Syngenta	
Agripac	
Otros	

11. ¿Cuál de las siguientes características hacen que la marca tenga mayor demanda por el consumidor?

Precio	
Calidad	
Efectividad	
Disponibilidad	

12. ¿Cuál es el mes o los meses del año en que usted vende mayor cantidad de insumos agrícolas para los cultivos de:

Palma africana (1)

Piña (2)

Jengibre (3)

Banano (4)

Cacao (5)

Maíz (6)

Enero - Marzo	
Abril - Junio	
Julio - Septiembre	
Octubre - Diciembre	
Todo el año	

13. ¿Cuáles son los costos que inciden dentro de su empresa?

Anexo 8. Lista de empresas que expenden insumos agrícolas en el cantón Buena Fe

N° agroquímicas	Nombre	Ubicación
1	Agroquímicos Yong	Cantón Buena Fe
2	Agropecuaria la Granja	Cantón Buena Fe
3	Agroquímicos Yong Sucursar	Cantón Buena Fe
4	Agric Mons	Cantón Buena Fe
5	Agropecuaria la Granja #2	Cantón Buena Fe
6	Almacén agropecuario	Cantón Buena Fe
7	Fertisa almacén agropecuario	Cantón Buena Fe
8	Agripac	Cantón Buena Fe
9	Agrocomercio Muñoz Garcia	Cantón Buena Fe
10	Agroservicios Ubilla	Cantón Buena Fe
11	Agroquímica Fumisa	Recinto Fumisa
12	Agropecuaria tierra fértil	Recinto Fumisa
13	Agro Lara	Recinto Fumisa
14	Agrícola Vásquez	Recinto Fumisa

Fuente: Entrevista realizada

Anexo 9. Cantidad ofertada herbicidas para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018

HERBICIDAS																		
Emp. Agroq.	Piña y jengibre	Cant. ofertada (l)/mes	Precio unit. (l)	Piña y palma africana	Cant. ofertada (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz y banano	Cant. ofertada (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz y jengibre	Cant. ofertada (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao palma africana	Cant. ofertada (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao y banano	Cant. ofertada (l)/mes	Precio unit. (l)
1	Diuron	87	\$16,00	Verdict	51	\$33,00	Paraquat	74	\$6,00	Atrazina	39	\$6,50	Ametrina	56	\$8,00	Diquat	69	\$30,00
2	Diuron	42	\$15,00	Verdict	68	\$31,50	Paraquat	77	\$6,50	Atrazina	34	\$7,50	Ametrina	61	\$7,50	Diquat	67	\$28,50
3	Diuron	60	\$16,50	Verdict	85	\$32,00	Paraquat	72	\$5,80	Atrazina	36	\$8,00	Ametrina	64	\$8,50	Diquat	64	\$29,00
4	Diuron	42	\$14,50	Verdict	65	\$32,50	Paraquat	79	\$5,00	Atrazina	50	\$7,00	Ametrina	70	\$9,00	Diquat	74	\$28,00
5	Diuron	63	\$16,50	Verdict	56	\$31,50	Paraquat	94	\$6,00	Atrazina	51	\$8,00	Ametrina	74	\$7,00	Diquat	79	\$30,00
6	Diuron	59	\$15,00	Verdict	74	\$31,00	Paraquat	96	\$6,50	Atrazina	59	\$7,50	Ametrina	63	\$7,50	Diquat	75	\$28,50
7	Diuron	90	\$14,50	Verdict	74	\$31,00	Paraquat	67	\$5,50	Atrazina	43	\$8,50	Ametrina	78	\$9,00	Diquat	70	\$29,00
8	Diuron	99	\$16,00	Verdict	59	\$32,00	Paraquat	74	\$5,00	Atrazina	51	\$8,00	Ametrina	65	\$8,00	Diquat	72	\$28,00
9	Diuron	73	\$15,50	Verdict	83	\$33,00	Paraquat	98	\$6,00	Atrazina	46	\$7,00	Ametrina	65	\$8,50	Diquat	85	\$29,50
10	Diuron	56	\$15,50	Verdict	90	\$33,50	Paraquat	68	\$5,80	Atrazina	52	\$7,50	Ametrina	68	\$7,00	Diquat	82	\$30,00
11	Diuron	83	\$15,00	Verdict	51	\$32,00	Paraquat	70	\$5,50	Atrazina	74	\$8,50	Ametrina	82	\$9,00	Diquat	72	\$28,50
12	Diuron	44	\$15,50	Verdict	66	\$31,50	Paraquat	88	\$4,50	Atrazina	65	\$6,50	Ametrina	74	\$7,00	Diquat	86	\$28,00
13	Diuron	67	\$16,00	Verdict	51	\$32,50	Paraquat	66	\$5,00	Atrazina	68	\$7,50	Ametrina	70	\$7,50	Diquat	70	\$29,00
14	Diuron	78	\$14,50	Verdict	88	\$33,50	Paraquat	82	\$4,50	Atrazina	48	\$6,50	Ametrina	68	\$8,00	Diquat	74	\$30,00

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

Anexo 10. Cantidad ofertada fungicidas para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018

FUNGICIDAS																					
Emp. Agroq.	Piña y jengibre	Cant. Ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Piña y palma africana	Cant. Ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz	Cant. Ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz y banano	Cant. Ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao y jengibre	Cant. Ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao y palma africana	Cant. Ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Banano	Cant. Ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)
1	Azoxystrobin	61	\$38,00	Carbendazim	64	\$3,20	Propiconazole	38	\$27,00	Sulf. de cobr Pentahid.	88	\$11,50	Captan	56	\$11,30	Clorotalonil	78	\$29,50	Tridermorph	92	\$22,00
2	Azoxystrobin	67	\$35,00	Carbendazim	69	\$3,00	Propiconazole	40	\$25,00	Sulf. de cobr Pentahid.	85	\$11,00	Captan	53	\$10,50	Clorotalonil	72	\$28,00	Tridermorph	69	\$18,50
3	Azoxystrobin	62	\$35,50	Carbendazim	61	\$2,50	Propiconazole	42	\$26,50	Sulf. de cobr Pentahid.	80	\$10,00	Captan	60	\$11,00	Clorotalonil	68	\$27,50	Tridermorph	75	\$19,00
4	Azoxystrobin	70	\$37,50	Carbendazim	79	\$2,00	Propiconazole	46	\$25,50	Sulf. de cobr Pentahid.	75	\$10,50	Captan	56	\$10,00	Clorotalonil	70	\$29,00	Tridermorph	68	\$21,50
5	Azoxystrobin	77	\$38,00	Carbendazim	88	\$3,50	Propiconazole	40	\$24,50	Sulf. de cobr Pentahid.	76	\$9,00	Captan	62	\$9,50	Clorotalonil	65	\$27,00	Tridermorph	75	\$19,50
6	Azoxystrobin	56	\$36,00	Carbendazim	75	\$2,00	Propiconazole	44	\$25,00	Sulf. de cobr Pentahid.	78	\$11,00	Captan	54	\$11,00	Clorotalonil	70	\$26,00	Tridermorph	81	\$20,00
7	Azoxystrobin	65	\$37,00	Carbendazim	80	\$3,20	Propiconazole	40	\$24,50	Sulf. de cobr Pentahid.	87	\$9,50	Captan	70	\$9,50	Clorotalonil	67	\$29,50	Tridermorph	80	\$18,50
8	Azoxystrobin	87	\$35,50	Carbendazim	74	\$2,50	Propiconazole	40	\$27,00	Sulf. de cobr Pentahid.	68	\$10,00	Captan	65	\$10,00	Clorotalonil	66	\$28,50	Tridermorph	68	\$22,00
9	Azoxystrobin	89	\$36,50	Carbendazim	73	\$3,00	Propiconazole	30	\$26,00	Sulf. de cobr Pentahid.	77	\$11,50	Captan	73	\$11,30	Clorotalonil	81	\$29,00	Tridermorph	70	\$19,50
10	Azoxystrobin	72	\$35,00	Carbendazim	82	\$3,50	Propiconazole	40	\$24,50	Sulf. de cobr Pentahid.	80	\$9,00	Captan	56	\$9,00	Clorotalonil	62	\$27,00	Tridermorph	78	\$21,50
11	Azoxystrobin	70	\$36,00	Carbendazim	78	\$3,00	Propiconazole	30	\$25,50	Sulf. de cobr Pentahid.	85	\$10,50	Captan	61	\$10,50	Clorotalonil	80	\$28,00	Tridermorph	82	\$19,00
12	Azoxystrobin	90	\$37,00	Carbendazim	86	\$2,00	Propiconazole	27	\$26,50	Sulf. de cobr Pentahid.	93	\$11,00	Captan	67	\$11,00	Clorotalonil	76	\$26,00	Tridermorph	75	\$21,50
13	Azoxystrobin	98	\$38,00	Carbendazim	76	\$3,20	Propiconazole	52	\$27,00	Sulf. de cobr Pentahid.	90	\$9,50	Captan	66	\$9,50	Clorotalonil	58	\$27,50	Tridermorph	85	\$20,00
14	Azoxystrobin	66	\$37,50	Carbendazim	81	\$3,50	Propiconazole	50	\$27,00	Sulf. de cobr Pentahid.	83	\$11,50	Captan	78	\$11,30	Clorotalonil	75	\$29,00	Tridermorph	87	\$22,00

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

Anexo 11. Cantidad ofertada insecticidas para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018

INSECTICIDAS																					
Emp. Agroq.	Piña	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Piña	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Jengibre	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)
1	Diazinon	60	\$18,00	Chlorpyrifos	75	\$16,50	Lambda Cyhalothrin	63	\$19,50	Profenofos	58	\$26,00	Benfuracarb	66	\$17,00	Methomyl	38	\$15,00	Carbofuran	48	\$22,00
2	Diazinon	74	\$19,00	Chlorpyrifos	60	\$16,00	Lambda Cyhalothrin	61	\$18,00	Profenofos	46	\$27,50	Benfuracarb	56	\$16,50	Methomyl	44	\$14,00	Carbofuran	43	\$18,50
3	Diazinon	85	\$18,50	Chlorpyrifos	63	\$15,00	Lambda Cyhalothrin	54	\$19,00	Profenofos	56	\$28,00	Benfuracarb	67	\$16,00	Methomyl	38	\$13,00	Carbofuran	40	\$19,00
4	Diazinon	70	\$17,50	Chlorpyrifos	71	\$15,50	Lambda Cyhalothrin	70	\$18,50	Profenofos	67	\$26,50	Benfuracarb	80	\$17,50	Methomyl	43	\$14,50	Carbofuran	35	\$21,50
5	Diazinon	68	\$8,00	Chlorpyrifos	59	\$15,00	Lambda Cyhalothrin	56	\$19,00	Profenofos	67	\$27,00	Benfuracarb	61	\$15,00	Methomyl	40	\$12,50	Carbofuran	50	\$19,50
6	Diazinon	77	\$17,50	Chlorpyrifos	74	\$16,00	Lambda Cyhalothrin	60	\$18,50	Profenofos	74	\$28,00	Benfuracarb	70	\$17,50	Methomyl	43	\$13,50	Carbofuran	46	\$20,00
7	Diazinon	74	\$18,50	Chlorpyrifos	75	\$15,50	Lambda Cyhalothrin	69	\$19,50	Profenofos	76	\$26,00	Benfuracarb	61	\$16,50	Methomyl	40	\$14,00	Carbofuran	52	\$18,50
8	Diazinon	80	\$17,00	Chlorpyrifos	88	\$16,50	Lambda Cyhalothrin	70	\$19,00	Profenofos	70	\$27,50	Benfuracarb	67	\$15,00	Methomyl	41	\$13,00	Carbofuran	56	\$22,00
9	Diazinon	83	\$18,50	Chlorpyrifos	70	\$14,50	Lambda Cyhalothrin	67	\$18,00	Profenofos	56	\$26,50	Benfuracarb	78	\$17,00	Methomyl	40	\$14,50	Carbofuran	38	\$19,50
10	Diazinon	74	\$17,00	Chlorpyrifos	83	\$15,00	Lambda Cyhalothrin	72	\$18,50	Profenofos	78	\$28,00	Benfuracarb	85	\$15,50	Methomyl	38	\$13,00	Carbofuran	50	\$21,50
11	Diazinon	78	\$19,00	Chlorpyrifos	78	\$14,50	Lambda Cyhalothrin	84	\$19,50	Profenofos	64	\$27,50	Benfuracarb	67	\$16,00	Methomyl	40	\$12,50	Carbofuran	48	\$19,00
12	Diazinon	80	\$18,00	Chlorpyrifos	80	\$16,00	Lambda Cyhalothrin	70	\$18,00	Profenofos	70	\$26,00	Benfuracarb	70	\$15,50	Methomyl	35	\$14,00	Carbofuran	35	\$21,50
13	Diazinon	78	\$17,00	Chlorpyrifos	81	\$16,50	Lambda Cyhalothrin	72	\$19,00	Profenofos	59	\$27,00	Benfuracarb	70	\$15,00	Methomyl	45	\$15,00	Carbofuran	40	\$20,00
14	Diazinon	89	\$9,00	Chlorpyrifos	85	\$15,50	Lambda Cyhalothrin	74	\$19,50	Profenofos	84	\$28,00	Benfuracarb	70	\$17,50	Methomyl	42	\$12,50	Carbofuran	50	\$22,00

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

Anexo 12. Cantidad ofertada fertilizantes para piña, maíz, cacao, jengibre, banano y palma africana durante el período de invierno 2018

FERTILIZANTES																					
Emp. Agroq.	Piña y jengibre	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Piña y banano	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz y palma africana	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Maíz y palma africana	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao y banano	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Cacao	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)	Jengibre	Cantid. ofert. (l)/mes	Precio unit. (l)
1	Fertiactyl GZ	75	\$30,00	Nutrifort	58	\$7,00	evengreen	72	\$27,30	Basacote Plus 9M	85	\$28,00	Roca fosfórica	115	\$32,00	Foliarsol B	46	\$10,00	Algasoil	40	\$35,00
2	Fertiactyl GZ	72	\$28,00	Nutrifort	54	\$6,50	evengreen	72	\$26,00	Basacote Plus 9M	70	\$26,00	Roca fosfórica	98	\$30,00	Foliarsol B	42	\$8,00	Algasoil	42	\$33,00
3	Fertiactyl GZ	68	\$29,50	Nutrifort	59	\$5,00	evengreen	64	\$25,50	Basacote Plus 9M	59	\$27,50	Roca fosfórica	105	\$31,50	Foliarsol B	44	\$9,50	Algasoil	44	\$34,50
4	Fertiactyl GZ	70	\$27,50	Nutrifort	56	\$6,00	evengreen	65	\$27,00	Basacote Plus 9M	81	\$26,50	Roca fosfórica	100	\$30,50	Foliarsol B	42	\$8,50	Algasoil	42	\$33,50
5	Fertiactyl GZ	83	\$30,00	Nutrifort	65	\$7,00	evengreen	65	\$26,50	Basacote Plus 9M	87	\$27,00	Roca fosfórica	92	\$32,00	Foliarsol B	38	\$9,00	Algasoil	38	\$34,00
6	Fertiactyl GZ	76	\$29,00	Nutrifort	62	\$6,00	evengreen	61	\$26,00	Basacote Plus 9M	94	\$28,00	Roca fosfórica	110	\$30,00	Foliarsol B	42	\$10,00	Algasoil	48	\$35,00
7	Fertiactyl GZ	74	\$28,50	Nutrifort	65	\$5,00	evengreen	78	\$27,30	Basacote Plus 9M	92	\$26,00	Roca fosfórica	115	\$30,50	Foliarsol B	44	\$8,00	Algasoil	44	\$34,50
8	Fertiactyl GZ	59	\$29,50	Nutrifort	60	\$6,50	evengreen	81	\$27,00	Basacote Plus 9M	77	\$27,50	Roca fosfórica	93	\$31,00	Foliarsol B	40	\$8,50	Algasoil	45	\$33,00
9	Fertiactyl GZ	78	\$27,50	Nutrifort	77	\$7,00	evengreen	74	\$25,50	Basacote Plus 9M	82	\$26,50	Roca fosfórica	94	\$31,50	Foliarsol B	36	\$9,50	Algasoil	36	\$33,50
10	Fertiactyl GZ	74	\$28,00	Nutrifort	70	\$6,50	evengreen	78	\$26,00	Basacote Plus 9M	112	\$28,00	Roca fosfórica	122	\$32,00	Foliarsol B	44	\$10,00	Algasoil	50	\$34,00
11	Fertiactyl GZ	65	\$28,50	Nutrifort	73	\$5,00	evengreen	74	\$27,00	Basacote Plus 9M	88	\$27,00	Roca fosfórica	86	\$30,50	Foliarsol B	40	\$8,50	Algasoil	53	\$35,00
12	Fertiactyl GZ	88	\$29,50	Nutrifort	68	\$6,00	evengreen	59	\$26,50	Basacote Plus 9M	75	\$26,50	Roca fosfórica	104	\$31,00	Foliarsol B	42	\$8,00	Algasoil	42	\$33,00
13	Fertiactyl GZ	64	\$27,50	Nutrifort	70	\$5,00	evengreen	80	\$25,50	Basacote Plus 9M	91	\$25,50	Roca fosfórica	110	\$30,00	Foliarsol B	46	\$10,00	Algasoil	46	\$33,50
14	Fertiactyl GZ	70	\$30,00	Nutrifort	85	\$7,00	evengreen	90	\$27,30	Basacote Plus 9M	87	\$28,00	Roca fosfórica	108	\$32,00	Foliarsol B	40	\$9,50	Algasoil	50	\$35,00

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas

Anexo 13. Análisis económico y grado de aceptación de las empresas de agroquímicos en función del volumen de ventas y rentabilidad alcanzada en el período lluvioso del 2018 cantón Buena Fe

Descripción /Empresas	Agroq. Yong	Agrop. la Granja	Agroq. Yong Sucursar	Agric Mons	Agrop. la Granja #2	Alm. agrop.	Fertisa alm agrop.	Agripac	Agroc. Muñoz García	Agros. Ubilla	Agroq. Fumisa	Agrop. tierra fértil	Agro Lara	Agríc. Vásquez
INGRESOS	31672,70	28558,00	29570,60	30491,00	29925,00	31426,50	32408,40	31613,50	33340,90	34153,90	31110,50	31949,00	32151,70	34730,90
Venta de insumos agrícolas														
Herbicidas	6290,50	5894,50	6815,60	6168,50	6663,50	6855,50	7065,00	6786,00	7840,50	7603,40	6681,00	6505,50	6124,50	7524,00
Fungicidas	7494,60	7059,50	6796,50	7333,50	7242,00	6538,00	7109,00	7564,50	8306,90	6685,00	7292,00	7953,50	8448,20	8119,40
Insecticidas	6746,00	6269,00	6677,50	7419,50	5717,00	7519,00	7419,50	7605,00	7146,50	7830,50	7583,00	7375,00	7348,50	7663,50
Fertilizantes	11141,60	9335,00	9281,00	9569,50	10302,50	10514,00	10814,90	9658,00	10047,00	12035,00	9554,50	10115,00	10230,50	11424,00
EGRESOS	24919,79	21948,39	23327,58	23686,96	23417,57	24020,72	25080,10	24590,12	25706,61	25983,28	24107,75	24735,94	24153,94	27301,22
Compra de insumos agrícolas	22091,79	19735,39	20364,58	21030,96	20690,57	21606,72	22317,10	21788,12	23004,61	23470,28	21428,75	22066,94	22254,94	23958,22
Herbicidas (35%)	4088,82	3831,42	4430,14	4009,52	4331,27	4456,07	4592,25	4410,90	5096,32	4942,21	4342,65	4228,57	3980,92	4890,60
Fungicidas (25%)	5620,95	5294,62	5097,37	5500,12	5431,50	4903,50	5331,75	5673,37	6230,17	5013,75	5469,00	5965,12	6336,15	6089,55
Insecticidas (35%)	4582,90	4074,85	4340,37	4822,67	3716,05	4887,35	4822,67	4943,25	4645,22	5089,82	4928,95	4792,75	4776,52	4981,27
Fertilizantes (30%)	7799,12	6534,50	6496,70	6698,65	7211,75	7359,80	7570,43	6760,60	7032,90	8424,50	6688,15	7080,50	7161,35	7996,80
Gastos de venta	1584,00	828,00	1449,00	1422,00	1449,00	871,00	1474,00	1439,00	1267,00	1334,00	1459,00	1469,00	454,00	1838,00
Pago personal de venta	394,00	788,00	394,00	394,00	394,00	788,00	394,00	394,00	1182,00	394,00	394,00	394,00	394,00	788,00
Publicidad	90,00	40,00	75,00	78,00	65,00	83,00	95,00	65,00	85,00	40,00	70,00	85,00	60,00	70,00
Honorarios profesionales en venta	900,00	0,00	980,00	950,00	990,00	0,00	985,00	980,00	0,00	900,00	995,00	990,00	0,00	980,00
Arriendo de local	200,00	300,00	350,00	0,00	350,00	300,00	250,00	250,00	300,00	350,00	250,00	300,00	350,00	350,00
Gastos Administrativos	1119,00	1240,00	1324,00	1059,00	1095,00	1390,00	1109,00	1225,00	1300,00	1059,00	1055,00	1045,00	1245,00	1370,00
Sueldos pagados (propietario y secretaria)	1094,00	1195,00	1294,00	994,00	1045,00	1350,00	1064,00	1200,00	1250,00	994,00	980,00	1000,00	1200,00	1300,00
Suministro de oficinas	25,00	45,00	30,00	65,00	50,00	40,00	45,00	25,00	50,00	65,00	75,00	45,00	45,00	70,00
Gastos generales	125,00	145,00	190,00	175,00	183,00	153,00	180,00	138,00	135,00	120,00	165,00	155,00	200,00	135,00
Pago de impuesto (patente y permiso de funcionamiento)	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Servicios básicos	40,00	50,00	65,00	45,00	68,00	63,00	70,00	48,00	40,00	35,00	65,00	45,00	65,00	45,00
Utilidad Neta	6752,91	6609,61	6243,02	6804,04	6507,43	7405,78	7328,30	7023,38	7634,29	8170,62	7002,75	7213,06	7997,76	7429,68
Relacion beneficio costo	1,27	1,30	1,27	1,29	1,28	1,31	1,29	1,29	1,30	1,31	1,29	1,29	1,33	1,27
Rentabilidad (%)	27	30	27	29	28	31	29	29	30	31	29	29	33	27

Fuente: Encuestas y entrevistas realizadas



Anexo 14. Encuesta agricultores recinto Guayacanes



Anexo 15. Encuesta agricultores recinto Alegria del Congo



Anexo 16. Encuesta agricultores recinto El Triunfo



Anexo 17. Encuesta agricultores recinto Aguas Blancas



Anexo 18. Entrevista “Almacén Agropecuario”



Anexo 19. Entrevista Agro “Yong”



Anexo 20. Entrevista Agroservicios “Ubilla”