



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Proyecto de Investigación previo
a la obtención del título de
Ingeniera en Gestión Empresarial

TEMA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS, EMPRESA INSUMOS
AGRÍCOLAS QUEVEDO, CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015”**

Autora:

Evelin Lizeth Daza Chica

Director de Proyecto de Investigación:

Lcdo. Luis Villota Guevara, MSc.

Quevedo - Ecuador

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Evelin Lizeth Daza Chica, 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 normatividad institucional vigente.

Evelin Lizeth Daza Chica

C.I. 120677698-9

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

El suscrito, Lcdo. Luis Villota Guevara, MSc., docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la estudiante Evelin Lizeth Daza Chica, realizó el proyecto de investigación “**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS, EMPRESA INSUMOS AGRÍCOLAS QUEVEDO, CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015**”, previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión Empresarial; bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Lcdo. Luis Rodrigo Villota Guevara, MSc.

Director de Proyecto de Investigación

**CERTIFICADO DE REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE
PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO**



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

**“Proyecto de inversión para el mejoramiento de la comercialización de productos,
Empresa Insumos Agrícolas Quevedo, Cantón Quevedo, año 2015**

Presentado al Consejo Académico como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial.

Aprobado por:

Ing. Carlos Alexis Villacis Láinez M.Sc

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Lcdo. Angel Bolivar Yépez Yánez

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Karina Murillo Limonez M.Sc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Quevedo - Ecuador

2016

AGRADECIMIENTO

El autor deja constancia de su agradecimiento a las siguientes instituciones y personas:

En primer lugar a Dios, por guiarme por el camino del bien.

Un agradecimiento a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo por ser unas de las instituciones que nos brindan sus servicios, para pulir profesionales.

A la facultad de ciencias empresariales por acogerme en sus aulas que con esfuerzo y sacrificio durante los años de estudios permitieron lograr el éxito.

Mi agradecimiento a los Directivos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, y en especial al Ing. Luis Villota Guevara director del presente proyecto de investigación por su guía invaluable para alcanzar los objetivos, a los catedráticos de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial que durante mis años de estudios de tercer nivel fueron quienes en forma desinteresada pusieron de manifiesto sus conocimientos para lograr mi formación académica integral.

Un agradecimiento a los miembros del tribunal examinador por haber actuado de forma profesional en el cumplimiento de sus funciones

A mis padres en especial a mi madre le agradezco inmensamente por darme la vida, por sus consejos, su apoyo incondicional el mismo que me ha incentivado a continuar con mi meta establecida, a mi padre Rodis Vera quien ha sido el encargado de ser de mi lo que soy hoy, a él le debo todo estos logros.

Y a todas y cada una de las personas que son parte de mi vida, que de una u otra manera han colaborado en la culminación exitosa de la investigación desarrollada.

Evelin Lizeth Daza Chica

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación realizado con esfuerzo y dedicación va dedicado a Dios por darme la salud, fortaleza diaria y lograr mis metas propuestas, a las personas que de una u otra forma han contribuido para su realización, a mis padres en especial a mi madre la persona que más amo y que en todo momento me brindó su apoyo de manera incondicional.

A mi familia y amigos por brindarme su amistad sincera y estar conmigo en todo momento e incentivarme a continuar aun cuando se presentaron obstáculos, y a todos los docentes que durante todo este tiempo portaron su granito de arena para ser de sus estudiantes unos excelentes profesionales.

A mi esposo, por estar conmigo en todos esos momentos difíciles que hemos pasado, gracias por apoyarme cuando he estado caída, ha sido quien me ayudo a levantarme en los momentos duros.

Evelin Lizeth Daza Chica

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES

El presente proyecto está dirigido a cumplir con su objetivo principal que es un proyecto de inversión para el mejoramiento de la comercialización de productos, Empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” Cantón Quevedo año 2015, y consiste en realizar un estudio que analice el cambio de ubicación de local que en la actualidad es arrendado a uno propio, inversión permita mejorar la atención a los clientes actuales y potenciales en la venta de insumos agrícolas para productores de banano en el cantón Quevedo, la empresa contara con espacios suficientes para brindar una atención personalizada de calidad y eficiencia. En tal sentido se procedió a la realización de un estudio de mercado, mediante la aplicación de encuesta dirigida a los agricultores, productores de banano en el cantón Quevedo, donde se determinó la oferta, demanda, precios, y su criterio sobre la nueva ubicación del almacén que les permita adquirir sus productitos con mayor facilidad. Mediante el estudio técnico se identificó la localización óptima del terreno, analizando la existencia de los servicios básicos necesarios para el funcionamiento como: agua, energía eléctrica, caminos de acceso, entre otros para el funcionamiento del almacén, inversiones en infraestructura, muebles y enseres capital de trabajo, maquinarias y equipos, así como la mano de obra requerida para poner en marcha a la empresa. El estudio económico muestra el flujo de caja, mediante el análisis realizado sobre los ingresos y egresos del proyecto, muestra que existe superávit durante la vida útil del proyecto. Y en la evaluación financiera los indicadores analizados arrojaron un Valor actual neto de \$51.656,00 y una tasa interna de retorno de 59% resultados que dan seguridad de emprender en la creación de este nuevo y propio local que permitirá mejorar la comercialización y generar mayor rentabilidad económica

Palabras claves: Proyecto de inversión, comercialización de productos, insumos agrícolas.

ABSTRACT AND KEYWORDS

This project is aimed at fulfilling its main objective, which is an investment project for the improvement of product marketing, Enterprise "Agricultural Inputs Quevedo" Canton Quevedo 2015 and is to conduct a study to analyze the change in location Local which currently is leased to own one, investment will improve the attention to current and potential clients in the sale of agricultural inputs for banana producers in the canton Quevedo, the company will have sufficient space to provide personalized quality care and efficiency. In this regard we proceeded to carry out a market study, by applying survey of farmers, banana producers in the Quevedo canton, where supply, demand, prices, and judgment on the new location was determined store them to acquire their productitos more easily. Through technical study the optimal location of the land is identified by analyzing the existence of basic services necessary for the operation as water, electricity, roads, among others to operate the warehouse, investments in infrastructure, furniture and fixtures Capital labor, machinery and equipment as well as the labor required to launch the company. The economic study shows cash flow, by analysis on revenues and expenditures of the project shows that there is surplus over the life of the project. And in the financial evaluation indicators analyzed they showed a net present value of \$ 51,656.00 and an internal rate of return of 59% results giving security to undertake the creation of this new and separate room that will improve the market and generate higher returns economic

Keywords: investment project, commercialization of products, agricultural inputs.

TABLA DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	ii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	iii
CERTIFICADO DE REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO	iv
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES	viii
ABSTRACT AND KEYWORDS	ix
TABLA DE CONTENIDO	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
DUBLÍN CODE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN)	xvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1. Problema de investigación	4
1.1.1. Planteamiento del problema	4
1.1.2. Formulación del problema	5
1.1.3. Sistematización del problema	5
1.2. Objetivos	6
1.2.1. Objetivo general	6
1.2.2. Objetivos específicos	6
1.3. Justificación	6
CAPÍTULO II	8
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN	8

2.1.	Marco conceptual.....	9
2.1.1.	Proyecto de inversión.	9
2.1.2.	Mejoramiento.	9
2.1.3.	Comercialización.....	10
2.1.4.	Producto.....	10
2.1.5.	Estudio de mercado.	11
2.1.6.	Segmentación del mercado.....	11
2.1.7.	El producto.	12
2.1.8.	La demanda.....	12
2.1.9.	Oferta.	12
2.1.10.	Precios.	12
2.1.11.	Comercialización del producto.....	13
2.1.12.	Comercialización.....	13
2.1.13.	Distribución del producto.....	13
2.1.14.	Estructura del mercado.....	14
2.1.15.	Investigación de mercados en proyectos	14
2.1.16.	Tamaño del proyecto	15
2.1.17.	Localización de la planta	15
2.1.18.	Microlocalización.....	16
2.1.19.	Ingeniería del proyecto	16
2.1.20.	Estudio económico	16
2.1.21.	Costos de producción	16
2.1.22.	Costos de administración y ventas.....	18
2.2.	Marco Referencial.....	18
2.2.1.	Estudio de mercado	18
2.2.2.	Objetivos del mercado	19
2.2.3.	Producto.....	19

2.2.4.	Análisis de las Demanda.....	20
2.2.5.	Análisis de la oferta	20
2.2.6.	Análisis de los precios.	21
2.2.7.	Canales de distribución.....	21
2.2.8.	Estudio técnico	21
2.2.9.	Tamaño del proyecto	22
2.2.10.	Localización del proyecto.....	22
2.2.11.	Distribución de la planta orientada al producto.....	24
2.2.12.	Ingeniería del proyecto	24
2.2.13.	Distribución de la planta.....	24
2.2.14.	Estudio económico	25
2.2.15.	Proyección de ingresos.....	25
2.2.16.	Proyección de egresos.	25
2.2.17.	Flujos de efectivos.....	25
2.2.18.	Capital de trabajo.....	26
2.2.19.	Estado de resultados.	26
2.2.20.	Financiamiento.	26
CAPÍTULO III		27
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		27
3.1.	Localización.....	28
3.2.	Tipos de investigación	28
3.2.1.	Investigación exploratoria	28
3.2.2.	Investigación diagnóstica	28
3.2.3.	Investigación de Campo	28
3.3.	Métodos de investigación	29
3.3.1.	Método analítico	29
3.3.2.	Método Deductivo	29

3.3.3. Método Inductivo	29
3.4. Fuentes de recolección de la información.....	29
3.5. Diseño de la investigación	29
3.5.1. Población	30
3.5.2. Muestra	30
3.6. Instrumentos de investigación	30
3.7. Tratamiento de los datos	30
3.8. Recursos humanos y materiales	30
3.8.1. Humanos.....	30
3.8.2. Materiales	30
CAPÍTULO IV	32
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
4.1. Resultados.....	33
4.1.1. Análisis de la demanda	43
4.2. Estudio técnico.....	48
4.2.1. Localización.....	48
4.2.2. Macro localización	48
4.2.3. Micro localización	48
4.2.4. Ingeniería del proyecto	48
4.2.5. Distribución de la planta.....	49
4.2.6. Proceso del servicio de ventas	49
4.2.7. Factores que condicionan el mercado.....	49
4.2.8. Recursos financieros.....	50
4.2.9. Disponibilidad de insumos	50
4.2.10. Impacto ambiental	50
4.2.11. Base Legal	50
4.3. Estudio Financiero	50

4.3.1.	Inversión Inicial del proyecto	51
4.3.2.	Financiamiento del proyecto	52
4.3.3.	Proyecciones de Costo	53
4.3.4.	Proyecciones de Ventas	55
4.3.5.	Gastos de Sueldos	57
4.3.6.	Estado de Resultado proyectado	59
4.3.7.	VAN y TIR	61
4.4.	Discusión	61
CAPÍTULO V		63
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		63
5.1.	Conclusiones	64
5.2.	Recomendaciones	65
CAPÍTULO V I		66
BIBLIOGRAFÍA		66
6.1.	Literatura citada	67
CAPÍTULO VII		68
ANEXOS		68

ÍNDICE DE TABLAS

Insumos agrícolas para sus plantaciones	33
Valoración de insumos para banano	34
Servicio de vendedores	35
Proveedores de insumos agropecuarios	36
Precios que venden los productos	37
Superficie de banano	38
Implementación de servicios	39
Problemas de comercialización	40
Conoce la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo	41

Ubicación para local propio.....	42
Demanda Actual	43
Demanda proyecta de insumos de banano.....	43
Demanda proyecta de insumos de banano.....	44
Oferta proyecta de insumos de banano.....	44
Demanda insatisfecha de insumos de banano	44
Precios de los insumos agrícolas	45
Inversión Inicial.....	51
Financiamiento del proyecto	52
Tabla de amortización de pago	52
Costo del producto.....	53
Ingresos de Ventas.....	55
Beneficios más sueldos.....	57
Proyecciones de sueldos	58
Estado de Resultado Proyectado.....	59
VAN y TIR	61

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Insumos agrícolas para sus plantaciones	33
Valoración de insumos para banano	34
Servicio de vendedores	35
Proveedores de insumos agropecuarios	36
Precios que venden los productos son:	37
Superficie de banano	38
Implementación de servicios	39
Problemas de comercialización	40
Conoce la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo	41
Conoce la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo	42

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Preguntas de la encuesta realizada a los productores de banano en el cantón Quevedo y a los clientes de la empresa Insumos Agrícolas Quevedo para conocer su criterio sobre la atención recibida.	69
---	----

DUBLÍN CODE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN)

Título:	<u>Proyecto de inversión</u> para el mejoramiento de la <u>comercialización de productos</u> , <u>Empresa “Insumos Agrícolas Quevedo”</u> Cantón Quevedo año 2015				
Autor:	Evelin Lizeth Daza Chica,				
Palabras Clave:	Proyecto de inversión	Estudio de mercado	Estudio técnico	Estudio económico	Evaluación financiera
Fecha de Publicación:	30-nov-15				
Editorial:					
Resumen:	Resumen. El presente proyecto está dirigido a cumplir con su objetivo principal que es un proyecto de inversión para el mejoramiento de la comercialización de productos, Empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” Cantón Quevedo año 2015, y consiste en realizar un estudio que analice el cambio de ubicación de local que en la actualidad es arrendado a uno propio, inversión permita mejorar la atención a los clientes actuales y potenciales en la venta de insumos agrícolas para productores de banano en el cantón Quevedo, la empresa contara con espacios suficientes para brindar una atención personalizada de calidad y eficiencia. En tal sentido se procedió a la realización de un estudio de mercado, mediante la aplicación de encuesta dirigida a los agricultores, productores de banano en el cantón Quevedo, donde se determinó la oferta, demanda, precios, y su criterio sobre la nueva ubicación del almacén que les permita adquirir sus productitos con mayor facilidad. Mediante el estudio técnico se identificó la localización óptima del terreno, analizando la existencia de los servicios básicos necesarios para el funcionamiento como: agua, energía eléctrica, caminos de acceso, entre otros para el funcionamiento del almacén, inversiones en infraestructura, muebles y enseres capital de				

trabajo, maquinarias y equipos, así como la mano de obra requerida para poner en marcha a la empresa. El estudio económico muestra el flujo de caja, mediante el análisis realizado sobre los ingresos y egresos del proyecto, muestra que existe superávit durante la vida útil del proyecto. Y en la evaluación financiera los indicadores analizados arrojaron un Valor actual neto de \$51.656,00 y una tasa interna de retorno de 59% resultados que dan seguridad de emprender en la creación de este nuevo y propio local que permitirá mejorar la comercialización y generar mayor rentabilidad económica

Abstract: This project is aimed at fulfilling its main objective, which is an investment project for the improvement of product marketing, Enterprise "Agricultural Inputs Quevedo" Canton Quevedo 2015 and is to conduct a study to analyze the change in location Local which currently is leased to own one, investment will improve the attention to current and potential clients in the sale of agricultural inputs for banana producers in the canton Quevedo, the company will have sufficient space to provide personalized quality care and efficiency. In this regard we proceeded to carry out a market study, by applying survey of farmers, banana producers in the Quevedo canton, where supply, demand, prices, and judgment on the new location was determined store them to acquire their productitos more easily. Through technical study the optimal location of the land is identified by analyzing the existence of basic services necessary for the operation as water, electricity, roads, among others to operate the warehouse, investments in infrastructure, furniture and fixtures Capital labor, machinery and equipment as well as the labor required to launch the company. The economic study shows cash flow, by analysis on revenues and expenditures of the project shows that there is surplus over the life of the project. And in the financial evaluation indicators analyzed they showed a net present

	value of \$ 51,656.00 and an internal rate of return of 59% results giving security to undertake the creation of this new and separate room that will improve the market and generate higher returns economic Keywords: investment project, commercialization of products, agricultural inputs.
Descripción:	99 hojas: dimensiones 29 x 21 cm + CD-ROM
URI:	(en blanco)

INTRODUCCIÓN

El Ecuador se caracteriza por ser un país tradicionalmente agrícola, gran parte de la población tiene sus fuentes de ingreso través de esta actividad, representa el 0,45% de Producto Interno Bruto (PIB).

La Provincia de los Ríos es prominentemente agrícola, gran parte de su población se dedica a esta actividad, siendo esta la principal fuente de ingresos económicos de las familias. El sector rural cultiva arroz, maíz, banano, palma africana, cereales, tubérculos por lo que la demanda de insumos agrícolas representa un enorme mercado para el cuidado e incremento de la producción de estos y otros productos.

En el cantón Quevedo, existen grandes extensiones de terrenos dedicados a la agricultura, por lo que representa un mercado atractivo para la comercialización de insumos agrícolas.

La investigación establece un instrumento de información y orientación para que la Empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” eleve sus ventas y logre la fidelización y el aumento de la demanda de parte de los agricultores de la zona de influencia del proyecto.

En el capítulo I, detalla la contextualización de la investigación, mediante un análisis de la situación problemática realizado mediante el diagnóstico de la realidad actual, el mismo que permitió realizar la formulación del problema y por ende plantear los objetivos que sirvieron de guía para el desarrollo del proyecto; además de la respectiva justificación.

El capítulo II, hace referencia al marco conceptual y referencial, basado en teorías y conceptos sobre información escrita en libros y textos, sobre temas relacionados con las variables encontradas en los objetivos planteados y que fueron fundamentales para el desarrollo del presente trabajo.

En el capítulo III, se detalla la metodología aplicada mediante la identificación de los tipos, métodos, técnicas, población y la respectiva muestra obtenida mediante la aplicación de una formula estadística, y que posteriormente fue aplicada mediante encuesta a los agricultores bananeros clientes de la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” Cantón Quevedo.

El capítulo IV, presenta los resultados y la discusión que se desarrolló mediante un estudio de mercado dirigido a establecer la demanda de los productos de la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” Cantón Quevedo, y para conocer su criterio sobre el mejoramiento de los procesos de la empresa en la comercialización de sus productos; el estudio técnico determinó la localización optima de la empresa, terrenos, equipos, infraestructura entre otros necesarios para el proceso operativo de la empresa.

El estudio económico permitió demostrar la factibilidad económica mediante el análisis de los ingresos y la totalidad de egresos analizados mediante el estado de resultados el mismo que reflejo la utilidad neta encontrada; finalmente se aplicó la evaluación financiera realizada mediante la aplicación de indicadores como el Valor actual neto (VAN) y la Tasa interna de retorno (TIR).

El capítulo V detalla las conclusiones y las recomendaciones pertinentes, a las que se llegó una vez terminada la investigación.

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de investigación

1.1.1. Planteamiento del problema

El sector bananero se ve obligado a abastecerse de diversos insumos que ayudan a preservar los cultivos como: Balanzas, calibradores, cintas, fundas garruchas pro para racimos entre otros, productos que comercializa la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo”.

La empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” no cuenta con local propio, y no aplica Estrategias de Ventas, lo que le limita la captación de clientes e incide en la comercialización de sus productos, además en el entorno existen muchas empresas dedicadas a la comercialización de insumos agrícolas por lo que el mercado se vuelve cada vez más competitivo y hace que la empresa pierda posicionamiento en el mercado.

La empresa no está al tanto de las expectativas del mercado, no cuenta con herramientas y técnicas, que permitan mejorar las estrategias de ventas, no se enfoca a las situaciones cambiantes que se dan en el mercado, lo que no le permite lograr los objetivos planteados.

La Empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” en los últimos tiempos ha tenido que enfrentar el problema de baja en el volumen de sus ventas, por lo que necesita formular adecuadas estrategias de comercialización, que le permita mantener y captar nuevos clientes para lograr el crecimiento de la empresa.

1.1.1.1. Diagnóstico:

1.1.1.2. Causa

- Local en arriendo
- Espacio físico limitado
- Infraestructura inapropiada
- Lejos dl mercado objetivo

1.1.1.3. Efectos

- Incremento de costos
- Incomodidad al cliente
- Bajo stop de mercadería
- Baja en las ventas

1.1.1.4. Pronóstico

Al no contar la empresa con un local propio y no existir estrategias de comercialización que permitan la captación y la fidelización de los actuales y potenciales clientes, ocasionará un decremento en el volumen de las ventas, pérdida de clientes, afectando directamente a la economía de la empresa la misma que podría en el corto plazo desaparecer.

1.1.2. Formulación del problema

¿De qué manera el proyecto de inversión mejorará la comercialización de productos Empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” Cantón Quevedo Año 2015?

1.1.3. Sistematización del problema

¿De qué manera el estudio de mercado incide en la situación interna y externa de la empresa “Insumos agrícolas Quevedo “en el cantón Quevedo, año 2015?

¿Cómo ejecutar un estudio técnico, que determine la localización, infraestructura, equipos para el proceso operativo de la empresa “Insumos agrícolas Quevedo “en el cantón Quevedo, año 2015?

¿Cómo el estudio económico influirá en la inversión de la empresa “Insumos agrícolas Quevedo “en el cantón Quevedo, año 2015?

¿De qué manera la evaluación financiera demostrará la viabilidad de la inversión en la empresa “Insumos agrícolas Quevedo “en el cantón Quevedo, año 2015?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Realizar un proyecto de inversión para el mejoramiento de la comercialización de productos. Empresa Insumos Agrícolas Quevedo Cantón Quevedo, Año 2015.

1.2.2. Objetivos específicos

Efectuar un estudio de mercado y su incidencia en la situación interna y externa de la empresa “Insumos agrícolas Quevedo” en el cantón Quevedo, año 2015.

Ejecutar un estudio técnico, que determine la localización, infraestructura, equipos para el proceso operativo de la empresa “Insumos agrícolas Quevedo” en el cantón Quevedo, año 2015.

Elaborar un estudio económico influye en la inversión de la empresa “Insumos agrícolas Quevedo” en el cantón Quevedo, año 2015.

Efectuar la evaluación financiera que demuestre la viabilidad de la inversión en la empresa “Insumos agrícolas Quevedo” en el cantón Quevedo, año 2015.

1.3. Justificación

La necesidad de realizar esta investigación para mejorar el sistema de comercialización para la Empresa “Insumos Agrícolas Quevedo”, se debe a que es el área de ventas es la más importante para el propietario y al no contar con un local propio pierde la oportunidad de retener y captar nuevos clientes.

Mediante la realización del proyecto de inversión se presenta la oportunidad de contar con un local propio, con nuevas instalaciones, lo que permitirá mejorar atención al cliente, la fidelización de los mismos e incrementar la cartera de clientes al brindar mayor seguridad y una mejor atención.

Con la atención personalizada que se dará en el nuevo local hará que se implementen nuevas estrategias, metas y objetivos en la empresa que ayudaran a mejorar el posicionamiento del almacén en el mercado de insumos agrícolas para los bananeros del cantón Quevedo.

Se Contribuirá al desarrollo productivo del área bananera de Quevedo y por ende mejorar la calidad de vida de miles de familias que dependen de su trabajo en las plantaciones de banano.

Con el uso de materiales agrícolas que cumplen con las exigencias del mercado se cumple una función importante con el mejoramiento de la ecología de la zona de influencia.

Los nuevos objetivos de la empresa le permitirán contribuir con el desarrollo socio-económico y ecológico de la zona de influencia de las plantaciones de banano.

El proyecto se dirige a cubrir una demanda insatisfecha de los clientes del almacén sobre la comodidad y seguridad al momento de realizar sus compras, problemas que se le presentan a la empresa por no contar con local propio y amplio para cumplir con estas exigencias de sus clientes.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco conceptual

2.1.1. Proyecto de inversión.

(Orosco, 2010) Define a un proyecto de inversión como un plan, al que si se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio útil a la sociedad.

(Morales, 2010) Manifiesta que son inversiones en renglones de capital que, de antemano, requieren un estudio cuidadoso de todas las áreas que afectará o que justifica el estudio.

(Urbina, 2010) Según el autor, es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana. Es esta forma manifiesta que puede haber diferentes ideas , inversiones de diferentes montos, tecnología y metodologías con diversos enfoques, pero todas ellas destinadas a resolver las necesidades del ser humano en todas sus facetas , como pueden ser educación, alimentación, salud, ambiente, cultura etcétera.

Coincido con las definiciones de los autores que anteceden, considerando que proyecto de inversión es la búsqueda de una solución inteligente para solucionar un problema ante una necesidad humana de un bien o un servicio y puede ser aplicado en diferentes áreas, que en el presente caso trata de un proyecto de inversión para el mejoramiento de la Comercialización de productos, Empresa “Insumos Agrícolas Quevedo”

2.1.2. Mejoramiento.

(Harrington, 2010) Indica que para el mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente, y adaptable, que cambiar y como cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso.

(Beer, 2010) Expresa que el mejoramiento es un medio eficaz para desarrollar cambios positivos que van a permitir ahorrar dinero tanto para la empresa como para los clientes, ya que las fallas de calidad cuestan dinero.

(Deming, 2010) Según este autor la administración de la calidad total requiere de un proceso constante que será llamado mejoramiento continuo, donde la perfección nunca se logra pero siempre se busca.

Coincidiendo con criterios expuesto por los autores se deduce que el mejoramiento es un proceso constante que las empresas requieren si quieren ser competitivas.

2.1.3. Comercialización

(Velez, 2013) Puntualiza que la comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios, una estrategia de comercialización adecuada debe comprender aspecto de mercado, como la fijación de precios, medidas de promoción, incluido organización de ventas, canales de distribución, comisiones y descuentos, así como el costo de la distribución.

(Urbina, 2010) Indica que la comercialización es un mecanismo que permite al productor hacer llegar el bien o servicio al consumidor en el lugar y en los plazos establecidos. Una buena comercialización es la que coloca el producto en un sitio y en el momento adecuado y que dé al consumidor la satisfacción esperada.

(Cordova, 2013) Según el autor la comercialización es la entrega de un bien o servicio de parte del producto, al consumidor final.

Como conclusión de lo expresado por los autores se puede decir que la comercialización de productos es la acción por medio de la cual se hace llegar el producto al consumidor final en los plazos y tiempos establecidos.

2.1.4. Producto.

(Cordova, 2013) Según el autor producto es un bien que se ofrece para satisfacer una necesidad humana y comprende a objetos físicos, personas, lugares, servicios, organizaciones etc.

(Urbina, 2010) Producto es la definición exacta de lo que se pretenda elaborar, siempre debe ir acompañado de las normas de calidad que existe cada estado o el ministerio correspondiente.

(Florez, 2012) Indica el autor que el producto es un bien a comercializar para atender las necesidades de los clientes teniendo presente el uso, atributos, beneficios, ventajas que brindaran los productos a comprar.

Se puede afirmar que producto es la oferta que toda empresa ofrece al consumidor para lograr satisfacer necesidades a un precio determinado.

2.1.5. Estudio de mercado.

(Cordova, 2013) Según el autor mercado es el lugar donde se encuentran oferentes y demandantes de un bien o un servicio para realizar transacciones de un bien o un servicio para llegar a un acuerdo determinado por la calidad y el precio.

(Florez, 2012) Según manifiesta el autor, mercado es el lugar donde se encuentran la oferta y la demanda de un producto o servicio, y en donde se deberá definir cuáles son las características del mercado al cual está dirigida su oferta.

2.1.6. Segmentación del mercado.

(Tamayo, 2010) Indica que segmentar el mercado permite seleccionar las estrategias que aprueben satisfacer necesidades de acuerdo a la demanda.

(Miranda, 2012) El autor manifiesta que el propósito de la segmentación del mercado es detectar la demanda con los mayores detalles posibles, que permitan orientar los esfuerzos para la satisfacción de la necesidad de cada uno de los grupos que componen la demanda global.

2.1.7. El producto.

(Orosco, 2010) Dice que producto es lo que se puede ofrecer al mercado para satisfacer una necesidad insatisfecha.

(Urbina, 2010) Expresa es una descripción exacta de lo que se pretende elaborar, el mismo o que debe ir acompañado de las normas de calidad que rigen en cada país.

2.1.8. La demanda.

(Florez, 2012) Según el autor la demanda es un proceso a través del cual se puede determinar los factores que afectan el consumo ya sea de un bien o de un servicio, además indica que el análisis de la demanda constituye una de los aspectos centrales del estudio de proyectos, por la incidencia de ella en los resultados del negocio.

(Chain, 2010) Expresa que se conoce como demanda los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda. De acuerdo con la teoría de la demanda, la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor.

2.1.9. Oferta.

(Urbina, 2010) Puntualiza que oferta es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

(Morales, 2010) Según el autor oferta es la cantidad de bienes y servicios que los productores ponen a disposición del mercado para satisfacer necesidades de los consumidores.

2.1.10. Precios.

(Urbina, 2010) Dice que el precio es la cantidad de recursos monetarios mediante al cual los productores venden y los compradores compran un bien o un servicio cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

(Morales, 2010) Indica que el precio es el regulador de la oferta y la demanda, excepto cuando existen restricciones o protecciones y tiene una gran incidencia en el estudio de mercado.

2.1.11. Comercialización del producto.

(Urbina, 2010) Explica que es la venta directa del producto al consumidor cuando la empresa ya está en marcha.

(Florez, 2012) El autor indica que la Importancia del estudio de la comercialización varía dependiendo del producto de que se trate, si es de consumo final, intermedio o de capital; o si se trata de productos agrícolas industriales, mineros, etc.

2.1.12. Comercialización.

(Urbina, 2010) Expresa que la comercialización es una actividad que permite al productor hacer llegar el producto al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

(Florez, 2012) Manifiesta que es importante tener en cuenta los costos asociados con el proceso de ventas como parte de la evaluación de mercado. Estos costos pueden tener un impacto importante en la operación del negocio. Además dice que entre los tipos de costos que se deben tener en cuenta en la comercialización están incluidos el envase y empaque del producto; la etiqueta y los materiales de protección para el transporte desde la fábrica hasta el punto de venta.

2.1.13. Distribución del producto.

(Velez, 2013) Indica que la distribución del producto es la transferencia de un bien o de un servicio de la unidad de producción al consumidor final. Las decisiones del canal de distribución son las más importantes que pueden afectar de manera directa a la empresa.

2.1.14. Estructura del mercado.

(Chain, 2010) Dice que el ambiente competitivo en que se desenvolverá el proyecto, en caso de ser implementado, puede adquirir una de las siguientes cuatro formas generales: competencia perfecta, monopolio, competencia monopolística, y oligopolio. Agrega el autor que la competencia perfecta se caracteriza porque en el mercado de un determinado producto existen muchos compradores y vendedores que, dado que la participación de cada uno de ellos en el mercado es muy pequeña, no pueden influir en el precio; el producto es idéntico y homogéneo; existe movilidad perfecta de los recursos, no hay barreras a la entrada o salida y los agentes económicos están perfectamente informados de las condiciones del mercado.

(Cordova, 2013) Indica que en la estructura del mercado, el primer aspecto que debe considerarse en el estudio de mercado es la identificación de su morfología,. Para ello el camino más sencillo es utilizar las categorías desarrolladas por la teoría económica que permiten, en forma esquemática, dividir los mercados en categorías teóricas: competitivos, monopolísticos, monopsonios oligopolísticos, de competencia monopolística.

2.1.15. Investigación de mercados en proyectos

(Florez, 2012) El estudio de mercado en los proyectos de inversión privados, busca cuantificar los bienes y / o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final. En los proyectos públicos, los esfuerzos, se orientan hacia el mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de la comunidad que se beneficia con el proyecto. Para su realización, se identifican una serie de variables de tipo económica, financiera, social, organizacional y de producción, que al ser tenidas en cuenta, permitan desarrollar con posibilidades de éxito, el plan de negocio que se está elaborando.

(Chain, 2010) Según el autor mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o de un servicio, para llegar a acuerdos con la calidad y el precio.

(Morales, 2010) Según el autor en esta etapa se determinan las actividades en que se definen los activos necesarios entre otros, maquinarias, equipos, instalaciones, terrenos, edificios etc., necesarios para llevar a cabo el proyecto de producción de un bien o de un servicio.

(Cordova, 2013) Manifiesta que a través del estudio técnico se buscan las respuestas a ¿Cuánto, cuando, como y con que producirá la empresa? Así como el diseño de la función de producción óptima que permita utilizar los recursos para lograr el bien o el servicio que se pretende.

2.1.16. Tamaño del proyecto

(Herrera, 2010) Indica que el tamaño de un proyecto, se define como su capacidad de producción en un determinado período de tiempo de funcionamiento. Se puede dar en número de unidades producidas, valor total de la producción, número de personas ocupadas en su vida útil, valor de los activos totales, monto de inversión., cantidad de maquinaria utilizada etc.

(Florez, 2012) Expresa que para definir el tamaño de un proyecto es importante realizar una demanda, disponibilidad de insumos, localización y el plan estratégico comercial de la competencia directa del proyecto. Análisis de una serie de variables de un proyecto

2.1.17. Localización de la planta

(Morales, 2010) El autor manifiesta que en la localización de la planta es importante realizar la localización más ventajosa para el proyecto para la generación del servicio que se pretende

(Urbina, 2010) Indica que la localización óptima para el proyecto, es la contribuye de mejor manera para lograr una buena rentabilidad sobre el capital invertido o a obtener el mínimo costo unitario.

2.1.18. Microlocalización.

(Herrera, 2010) El autor expresa que la microlocalización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.

(Morales, 2010) Manifiesta que en este aspecto se requiere identificar de manera específica en que terreno se ubicará la planta y/o instalaciones que contempla el proyecto. Sin embargo, la microlocalización se realiza de manera simultánea con la determinación de las especificaciones de las instalaciones, maquinaria y tamaño de la planta de producción.

2.1.19. Ingeniería del proyecto

(Urbina, 2010) Indica que la ingeniería está relacionada con la instalación y el proceso operativo de la misma, además su objetivo general es resolver todo lo concerniente a la descripción del proceso.

(Florez, 2012) Indica que la ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio técnico, que se relaciona con su fase de producción; que permita optimizar los recursos disponibles para la fabricación de producto o la prestación del servicio.

2.1.20. Estudio económico

(Urbina, 2010) Manifiesta que el estudio económico determina cual de los recursos necesarios que demanda el proyecto, y cuál será el costo total para que la planta empiece a funcionar.

(Herrera, 2010) Expresa que es el proceso en el cual a partir de una información disponible y un conjunto de herramientas manuales y computarizadas más unas suposiciones razonables se trate de prever el resultado de las operaciones del proyecto.

2.1.21. Costos de producción

(Urbina, 2010) Manifiesta que costo de producción sintetiza los recursos económicos determinados en estudio técnico y de mercado, y se determinan en base al costo de las

materias primas, costo de mano de obra, envases costo de energía eléctrica, mantenimiento, depreciación entre otros.

2.1.22. Costos de administración y ventas

(Cordova, 2013) Según el autor incluye los costos en que incurre la planta en las funciones de administración y ventas, entre otros sueldos y prestaciones al personal administrativo, y de ventas.

(Coss, 2010) Manifiesta que son los costos que se dan en las funciones de administración y de ventas, incluye la función administrativa de la empresa y los costos que se dan en el desarrollo de nuevos mercados.

2.2. Marco Referencial

2.2.1. Estudio de mercado

(Cordova, 2013) El autor indica que el estudio de mercado es lugar donde los productores y demandante realizan a determinados precios, tomando en cuenta calidad, cantidad y precios. En el estudio de mercado se trata de identificar los bienes y servicios que la comunidad adquiere a determinados precios. La definición del estudio de mercados o segmentos al que van a ser destinados los productos/servicios a ofrecer y las correspondientes estrategias de mercadeo, tiene como base para el planteamiento financiero y la evaluación, exige conocer con el mayor grado de exactitud un conjunto de variables, más importantes que el precio o la demanda, entre los que se encuentra el análisis de la competencia en el mercado.

También expresa que la realización de un estudio de mercado para medir la rentabilidad de un proyecto no se debe ver como un requisito impuesto por una institución financiera para prestar recursos financieros, sino principalmente como un instrumento que provea una importante información a los inversionistas respecto a su propia conveniencia de llevarlo a cabo.

Revela que el resultado de un estudio de viabilidad constituye un antecedente más para ayudar al inversionista a tomar la decisión de llevar a cabo una determinada iniciativa de inversión. Indica que su carácter anticipado determina incluso que su resultado puede estar totalmente equivocado puesto que éste depende del comportamiento de las

variables que condicionan el proyecto. De cualquier manera la evaluación sigue una serie de fases que tienen el objetivo primordial de garantizar su reducción de la incertidumbre, intentando convertirla en un riesgo medido.

Asume una gran importancia vital puesto que en muchos casos una inversión viene concentrando un proyecto de inversión tecnológica, el riesgo siempre es alto pero sobre todo cuando se trata de una innovación radical, más que de una innovación incremental.

2.2.2. Objetivos del mercado

(Friend, 2010) Al considerar a que segmentos apuntar, se deberá analizar el atractivo del segmento y de los recursos disponibles para dirigirlos hacia él. En general si un segmento puede ofrecer rentabilidad este representa una meta potencial. Una empresa puede concentrarse en un segmento o apuntar a varios o a todos los segmentos, esto no implica falta de segmentación de mercado, los elementos del mix comercial se podrán ajustar a fin de guardar segmentos especiales.

2.2.3. Producto

(Herrera, 2010) Los productos se clasifican en bienes de consumo y bienes de capital, al estudiar el producto se debe tener en cuenta:

Grado de diferenciación de los productos: que tipos de productos y subproductos pueden clasificarse; que aspectos los diferencian.

Requerimientos técnicos de los productos: necesidad o no de la cadena de frío, redes de transporte especial, tipo de embalaje requerido, conocimiento por marcas.

Se debe considerar su naturaleza, usos actuales, alternativos y complementarios, usos sustitutos, unidad presentación, empaques, composición características físicas entre otros aspectos, así.

Usos; estableciendo sus utilización para que se utiliza, como se utiliza, en el hogar, en la industria.

Presentación, tiene que ver con las cantidades, empaque, y calidad los cuales tienen influencia en la estructura de costos.

Naturaleza, identificando los productos principales, los secundarios, los subproductos y los desechos, igualmente se debe establecer si se trata de productos para consumo final su duración o si es perecedero, de consumo habitual o esporádico.

Los de bienes de consumo, se ofrecen al usuario sin sufrir ninguna transformación, los bienes intermediarios son utilizados como insumos para la producción de otros bienes o servicio y los bienes de capital o de inversión son utilizados como medios en el proceso de transformación de la producción de otros bienes o servicios.

La presión de los productos o servicios sustitutos ejercen su poder al limitar el precio que se puede establecer por similares, con capacidad para reducir la rentabilidad y el crecimiento del sector, siendo este un aspecto significativo que debe ser evaluado cuidadosamente. Es importante la planeación e investigación permanente del producto y la determinación de su ciclo de vida; introducción-crecimiento-saturación-declinación

2.2.4. Análisis de las Demanda

(Cordova, 2013) Manifiesta que la determinación de la demanda es uno de los puntos críticos en el estudio de la viabilidad económica y la rentabilidad financiera de un proyecto. La demanda es el elemento más importante y más complejo del mercado, integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra tiempo de consumo y condiciones ambientales de consumo. Además indica el autor que el análisis de la demanda permite conocer: la estructura de consumo, la estructura de los consumidores, estructura geográfica de la demanda, la interrelación de la demanda, necesidad potencial o la fuente, potencial de mercado.

2.2.5. Análisis de la oferta

(Urbina, 2010) Según el autor el propósito que se persigue al analizar la oferta es determinar las cantidades que una unidad de producción pone a disposición del mercado un bien o un servicio previo el análisis de varios factores como el precio del producto en

el mercado, incentivos gubernamentales a la producción, En esencia se sigue el mismo procedimiento que en la investigación de la demanda. Esto es hay que recabar dentro de las fuentes primarias y secundarias. Respecto a las fuentes secundarias extensa explica que se tendrá que realizar un ajuste de puntos con algunas de las técnicas descritas para proyectar la oferta.

2.2.6. Análisis de los precios.

(Cordova, 2013) El autor puntualiza que el precio regula la oferta y la demanda , salvo cuando existe protección como aranceles, impuestos; el estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercados, ya que de la fijación del precio y sus posibles variaciones dependerá el existo del producto o servicio a ofrecer. En las economías de mercado de libre competencia el precio está determinado por las relaciones entre oferta y demanda y sus fluctuaciones tienen como límite mínimo el costo de la producción, que podría ser rebasado solo en condiciones excepcionales y si se tiene capacidad de absorber la pérdida.

2.2.7. Canales de distribución

(Berghe, 2010) Según el autor la identificación de los canales de distribución sirve para hacer llegar los productos hasta el consumidor final en las cantidades necesarias y en el tiempo oportuno a los precios más convenientes, se definen las rutas que los productos deben tomar para llegar al consumidor final de los productos.

2.2.8. Estudio técnico

(Coss, 2010) manifiesta que a través del estudio técnico, se trata de resolver las preguntas: ¿Cuánto? ¿Cómo? ¿Cuándo y con que producirá la empresa, también se busca diseñar la mejor forma de diseñar la función de producción que permita mejorar la utilización de los recursos disponibles que permitan obtener los productos o servicios deseados.

Con el estudio técnico se determinan los recursos necesarios, la mano de obra requerida para la ejecución del proyecto, donde se puede definir: producción de un solo producto, de varios productos, de una línea de artículos. El estudio técnico abarca; ensayo y

pruebas preliminares, selección del proceso de producción, especificación de las maquinarias para la operación y del equipo de montaje, estudio de distribución de edificios y del terreno, estudio de distribución interior de la planta, proyectos complementarios de ingeniería, rendimientos, flexibilidad en la capacidad de producción.

2.2.9. Tamaño del proyecto

(Friend, 2010) Indica que es muy importante definir el tamaño de la planta y tomar en cuenta la incidencia que esta tiene sobre el total de las inversiones y costo, además de la estimación de las rentabilidades que deberá tener. Por otra parte indica que el tamaño de la planta es la capacidad de producción que tendrá el proyecto durante su funcionamiento; la define como la capacidad de producción o número de unidades que se producen en determinado tiempo dependiendo del tipo de proyecto que se esté formulando.

El estudio del tamaño comprende los diversos aspectos referentes al funcionamiento y operatividad del propio proyecto, lo cual lleva implícito, el análisis del tamaño óptimo, localización, proceso productivo, programa de producción, insumos requeridos, disponibilidad de los mismo, características de los equipos de procesos básicos e instalaciones físicas que convienen detallar, cuantificar determinar su costo.

En las unidades de presentación de servicios, que carecen de un proceso de producción propiamente dicho, se debe describir el número de operaciones que requiere la prestación del mencionado servicio. En función de los diversos factores pueden limitar el tamaño, tales como el mercado, la disponibilidad de recursos financieros y la tecnología, se efectuará una evaluación a través de un proceso de aproximaciones que permita solucionar un tamaño que se considere óptimo.

2.2.10. Localización del proyecto

(Beer, 2010) Indica que la localización del proyecto, permite realizar el análisis de los factores más relevantes para determinar el lugar donde se ubicara la planta y que le cause el más mínimo costo y le permita maximizar las utilidades, además dice que esto

puede ser el caso de las empresas pequeñas de ámbito local, pequeños comercios o tiendas, bares restaurantes, para otras en cambio es mucho más habitual por ejemplos bancos, cadena de tiendas, empresas hoteleras, etc.

Un mercado en expansión, requerirá añadir una nueva capacidad, la cual habrá que localizar, bien ampliando las instalaciones ya existentes en un aplazamiento determinado, bien creando una nueva en algún otro sitio. La introducción de nuevos productos o servicios, conlleva una problemática analógica.

Además la elección de localización es una decisión compleja, en la mayoría de los casos tanto en sí misma como por sus interrelaciones, aunque es cierto que para algunas empresas, la localización viene determinada por un factor muy importante que restringe el número de alternativas, en general la cantidad de factores y de lugares involucrados en el análisis es enorme, si ellos es así para compañías de ámbito nacional lo es mucho más para aquellas que operan a nivel internacional.

También dice en lo que respecta a las firmas pequeñas de nueva creación, estas se localizan típicamente en el lugar de residencia de su fundador y comienza a expandirse a su entorno local y regional, también se basan sobre todo en las preferencias y la intuición del propietario, o en todo caso en estudio simples de carácter más bien informal, las grandes deben considerar muchas alternativas de localización y la decisión que se toma a través de procedimientos formalizados, se fundamentan en estudios más amplios y rigurosos cuya magnitud vendrá influida por la naturaleza y el alcance de la decisión que se ha de tomar.

Uno de los aspectos importantes de un proyecto es la definición y la selección de un lugar más adecuado para ubicar las instalaciones productivas. Antes de proceder a evaluar y analizar posibles sitios para la instalación un proyecto, es necesario contar, con informes técnicos, económicos y comerciales del mismo que aportan elementos de evaluación de consideración de las zonas de interés.

2.2.11. Distribución de la planta orientada al producto

(Berghe, 2010) Es un sistema de producción en línea, donde cada una de las unidades en producción requiere la misma secuencia de operaciones desde el comienzo hasta el final. Por ello los equipos deben quedar alineados para ofrecer una secuencia especializada de operaciones, y lograr una fabricación progresiva del producto en cada etapa de la producción. Cuando la producción se realiza en este flujo de proceso lineal el producto a fabricar debe ser uno solo, estar estandarizado y los materiales deben pasar de una operación a la siguiente en una secuencia pre-escrita con tiempos pre-limitados de manera que ninguna tarea reemplace a la siguiente.

2.2.12. Ingeniería del proyecto

(Cordova, 2013) Manifiesta que es el proceso que permite identificar el proceso productivo de la planta o empresa mediante la utilización razonable de los recursos destinados a la elaboración del producto. La ingeniería permite seleccionar el proceso de producción más adecuado seleccionando la tecnología más conveniente, las instalaciones de la obra física de acuerdo con la maquinaria y equipos disponibles, almacenamiento y distribución del producto, empaque, entre otros.

El objetivo es disponer las bases fundamentales del aspecto técnico de un proyecto específico que proveen la información de tipo económico al preparador y evaluador de proyecto además es una propuesta de formas de recopilación y sistematización de la información relevantes y costos que se extraen del estudio técnico.

La ingeniería identifica la función de producción más óptima, que permita la utilización apropiada de los recursos disponibles, para lo que se debe emplear alternativas de acuerdo a los factores productivos relacionados con el monto de las inversiones, costos e ingresos de acuerdo a las necesidades de la planta.

2.2.13. Distribución de la planta

(Cordova, 2013) Según el autor que una vez que se han conocido los principales equipos y las instalaciones necesarias, se deberá considerar el área necesaria para su

entrada, salida, y maniobras de carga o descarga, se desarrolla un diagrama que especifique donde esta cada equipo y donde esta cada instalación. La precisión del diagrama de la distribución de la planta incide sobre la precisión de la estimación de costos de terrenos, y sobre las pérdidas de carga asociadas a los equipos.

2.2.14. Estudio económico

(Urbina, 2010) El autor indica que una vez que no exista ningún impedimento tecnológico por cubrir y que existe un mercado potencial para llevar adelante el proyecto, el análisis económico determina cual es el monto de recursos económicos para realizar el proyecto, cuál será el costo de operación que tendrá la planta en las funciones de administración, producción, financiero, ventas, y otros indicadores que servirán de base para la realización de la evaluación financiera.

2.2.15. Proyección de ingresos.

(Velez, 2013) Según el autor, la proyección de los ingresos está de acuerdo al programa de producción de la empresa, se deben estimar los ingresos para un periodo de tiempo previsto a precios constantes, de un producto al finalizar el respectivo proyecto, afirmando que este periodo de tiempo es diferente al ciclo de vida del proyecto y por lo general es más corto.

2.2.16. Proyección de egresos.

(Cordova, 2013) El autor indica la proyección de los egresos es una secuencia partir de la ejecución del mismo proyecto, tomando como base el calendario de inversiones y las respectivas previsiones contempladas en la vida útil del proyecto, donde los egresos de operación y otros egresos se comportan de modo constante.

2.2.17. Flujos de efectivos

(Castro, 2010) El autor considera que es la suma de la utilidad neta más las amortizaciones y depreciaciones del ejercicio. En toda inversión que se realiza es preciso recuperar el monto de la inversión y, en este caso mediante las utilidades que genera la inversión. De esta manera los beneficio netos más depreciación y

amortización por cada uno de los años en el horizonte de tiempo que se considera durara la inversión con el elemento de recuperación financiera del proyecto de inversión.

2.2.18. Capital de trabajo

(Coss, 2010) El autor dice que el capital de trabajo es aquel que la empresa requiere antes de obtener ingresos por las primeras ventas, considerando que existe necesidad de gastos en materias primas, crédito de proveedores, salarios, y un efectivo diario para solventar ciertos gastos. La utilización está determinada por las políticas de ventas de la empresa, condiciones de pago a proveedores, nivel de inventarios materias primas, etc.

2.2.19. Estado de resultados.

(Urbina, 2010) Puntualiza que la finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es que permite realizar el cálculo de la utilidad neta, y los flujos netos del proyecto que representan el beneficio de la planta mediante la resta a los ingresos todos los costos de la planta más los impuestos que tenga que pagar dice que esta definición no es muy exacta pues habrá que aclarar que los ingresos pueden provenir de fuentes externas e internas y no solo de la venta de productos.

Manifiesta que una situación similar ocurre con los costos, ya que los hay de varios tipos y pueden provenir tanto del exterior como del interior de la empresa. Para realizar un estado de resultados adecuado, el evaluador deberá basarse en la ley tributaria, en las secciones referentes a la determinación de ingresos y costos deducibles de impuestos, aunque no hay que olvidar que en la evaluación de proyectos se planean y pronostican los resultados probables que tendrá una unidad productiva.

2.2.20. Financiamiento.

(Urbina, 2010) El autor indica que cuando se ha pedido dinero en préstamo, se considera que la empresa está financiada y que puede cubrir cualquier necesidad económica y que le ayudará a elevar considerablemente sus rendimientos sobre su inversión siempre tratando de conseguir dinero más barato que exista en las instituciones bancarias.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

La investigación se realizará en el cantón de Quevedo Provincia de los Ríos, la misma que cuenta con una población de 173.575 pobladores, según censo de población y vivienda del 2010 realizado por el INEC.

El cantón está situado geográficamente a 1°02'00' con una altura máxima de 150msnm y limita al Norte con los cantones Buena Fe y Valencia al Este con los cantones Quinsaloma y ventanas, al Sur con el cantón Mocache y al Oeste con la Provincia del Guayas.

3.2. Tipos de investigación

3.2.1. Investigación exploratoria

Este tipo de investigación facilitó familiarizarse con el objeto de estudio a desarrollarse mediante el conocimiento de la situación actual de la Empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” Cantón Quevedo.

3.2.2. Investigación diagnóstica

Consistió en detallar la situación actual relacionada con el objeto de estudio de la investigación determinado las características y situaciones más relevantes en los datos encontrados y necesarios para mejorar la comercialización de los insumos en el almacén.

3.2.3. Investigación de Campo

Permitió obtener información que sirvió para encontrar los resultados pertinentes que permitieron el desarrollo de la investigación. Se realizó una encuesta a los clientes, agricultores productores de banano del cantón Quevedo.

3.3. Métodos de investigación

3.3.1. Método analítico

Admitió realizar el análisis estratégico aplicando como instrumento encuestas y observación, para cumplir con los objetivos planteados sobre el mejoramiento de la comercialización de insumos agrícolas en el almacén. “Insumos Agrícolas Quevedo” Cantón Quevedo

3.3.2. Método Deductivo

Con este método se utilizó el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación será de carácter general. Información necesaria para encontrar los resultados previstos de acuerdo a los objetivos planteados en la presente investigación. .

3.3.3. Método Inductivo

Permitió realizar un estudio general del proceso tanto administrativo como productivo de la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” Cantón Quevedo.

3.4. Fuentes de recolección de la información

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron las fuentes primarias obtenidas mediante la aplicación de encuestas a la población objetivo, agricultores y clientes del almacén “Insumos Agrícolas Quevedo” además se acudió a fuentes de información secundaria lo que permitieron recolectar información a través de libros revistas, tesis, páginas web entre otros.

3.5. Diseño de la investigación

En el diseño de la investigación se aplicó el método no experimental que permitió definir a la población de agricultores productores de banano en el cantón Quevedo.

3.5.1. Población

La población total para el objeto de la investigación son los agricultores productores de banano del cantón Quevedo según el MAGAD son 22.

3.5.2. Muestra

La investigación se aplicó a la totalidad de productores de banano según el MAGAD son 22 bananeros.

3.6. Instrumentos de investigación

Para realizar la investigación se utilizó como instrumento de investigación fichas bibliográficas que sirvieron para el registro de datos, el internet como instrumento de consulta sobre datos relevantes, además el Excel y Word respectivamente y se utilizó en la investigación una encuesta y un cuestionario de preguntas.

3.7. Tratamiento de los datos

El tratamiento de los datos se lo realizó mediante la clasificación de los datos encontrados, se analizaron, tabularon y codificaron mediante el programa de Excel.

3.8. Recursos humanos y materiales

3.8.1. Humanos

Gestora del proyecto

3.8.2. Materiales

Detalle	Cantidad
Computadora	1
Impresora	1

Cámaras fotográficas	1
Lapiceros	5
Pen drive	1
Horas de internet	31
Calculadora	1
Resma de papel	1
Scanner	1
Empastados	2

Elaborado por: Autora

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

Encuesta realizada a los productores de banano en el cantón Quevedo y a los clientes de la empresa Insumos Agrícolas Quevedo para conocer su criterio sobre la atención recibida

1.- ¿Con qué frecuencia compra usted insumos agrícolas para sus plantaciones de banano?

Tabla 1: Insumos agrícolas para sus plantaciones

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Diariamente	0	0%
Semanalmente	7	32%
Mensualmente	15	68%
De vez en cuando	0	0%
TOTAL	22	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de banano Cantón Quevedo

Elaborado por: Lizeth Daza

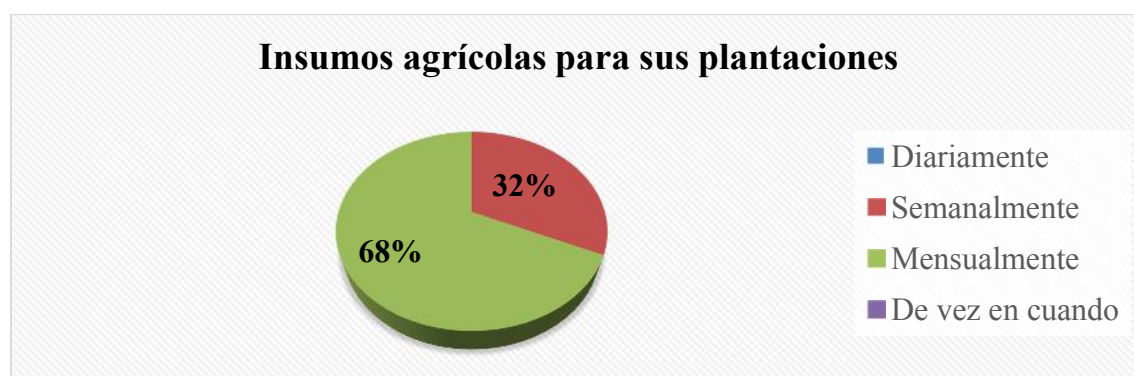


Gráfico 1: Insumos agrícolas para sus plantaciones

Análisis:

Según los datos de la tabla se demuestra con el 68% que compra mensualmente insumos agrícolas para sus plantaciones de banano y el 32% indica semanalmente. Se especifica que los agricultores compran mensualmente los productos agrícolas para el proceso y crecimiento de sus cultivos, para su distribución y comercialización en el mercado.

2.- ¿Qué es lo que usted más valora en el mercado de insumos para banano en el cantón Quevedo?

Tabla 2: Valoración de insumos para banano

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Variedad de productos	12	55%
Calidad de productos	10	45%
Ubicación de los almacenes	0	0%
Limpieza de los insumos	0	0%
Total	22	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de banano Cantón Quevedo

Elaborado por: Lizeth Daza



Gráfico 2: Valoración de insumos para banano

Análisis

Este gráfico dice que 55% hay una gran variedad en el mercado de insumos para banano, mientras que el 45% expresa calidad de productos.

Se concluye que para la mayoría de los agricultores lo que más valoran es la diversidad de productos que existe en el mercado necesario para sus plantaciones bananeras.

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el servicio de los vendedores?

Tabla 3: Servicio de vendedores

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Correcto	18	82%
Estafan al consumidor	0	0%
Impreciso	4	18%
Total	22	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de banano Cantón Quevedo

Elaborado por: Lizeth Daza



Gráfico 3: Servicio de vendedores

Análisis

Este gráfico explica que 82% que el servicio de los vendedores es correcto, además el 18% es impreciso porque no dan un asesoramiento correcto. La mayoría de los encuestados ratifica que el servicio que reciben de los vendedores es correcto.

4.- Diga usted lo que más valora de los proveedores de insumos agropecuarios

Tabla 4: Proveedores de insumos agropecuarios

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Presentación del producto	0	0%
Entregas oportunas	0	0%
Calidad del producto	10	45%
Variedad de marcas	4	18%
Comodidad al momento de compra	0	0%
Precios bajos	8	36%
Total	22	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de banano Cantón Quevedo

Elaborado por: Lizeth Daza

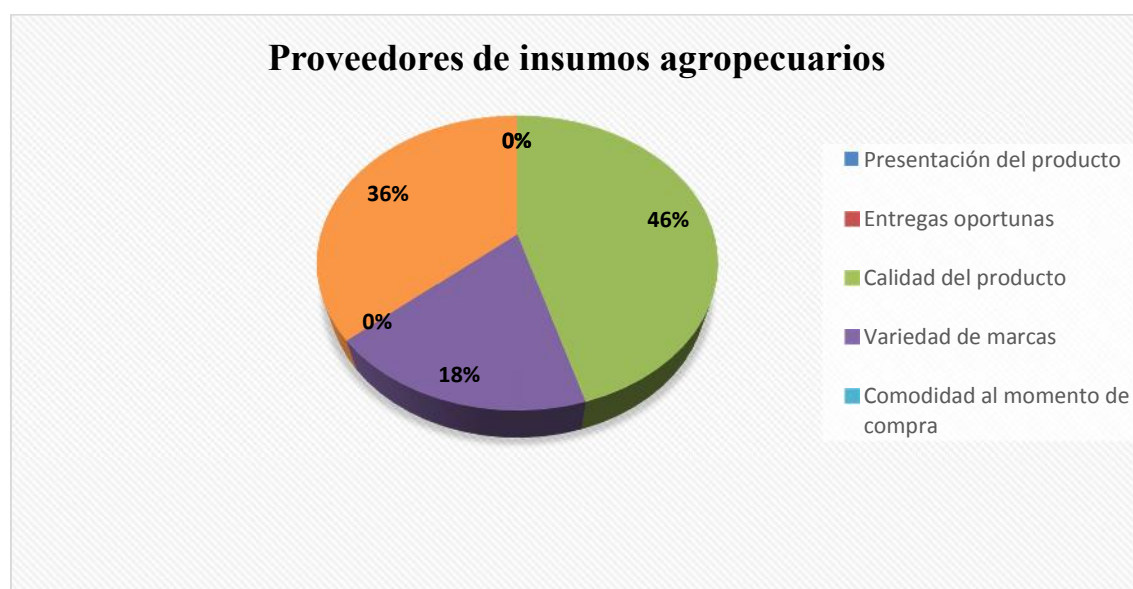


Gráfico 4: Proveedores de insumos agropecuarios

Análisis

Con el 46% de los agricultores encuestados dicen que más valora de los proveedores de insumos agropecuarios es la calidad del producto, 36% precios bajos, y 18% variedad de marcas. Asimismo manifiestan que lo que más se valora de los proveedores es la calidad de los productos.

5.- ¿Cómo considera usted a los precios a los que le venden los productos?

Tabla 5: Precios que venden los productos

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Altos	6	27%
Medios	16	73%
Bajos	0	0%
Los precios los ponen los vendedores	0	0%
Total	22	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de banano Cantón Quevedo

Elaborado por: Lizeth Daza

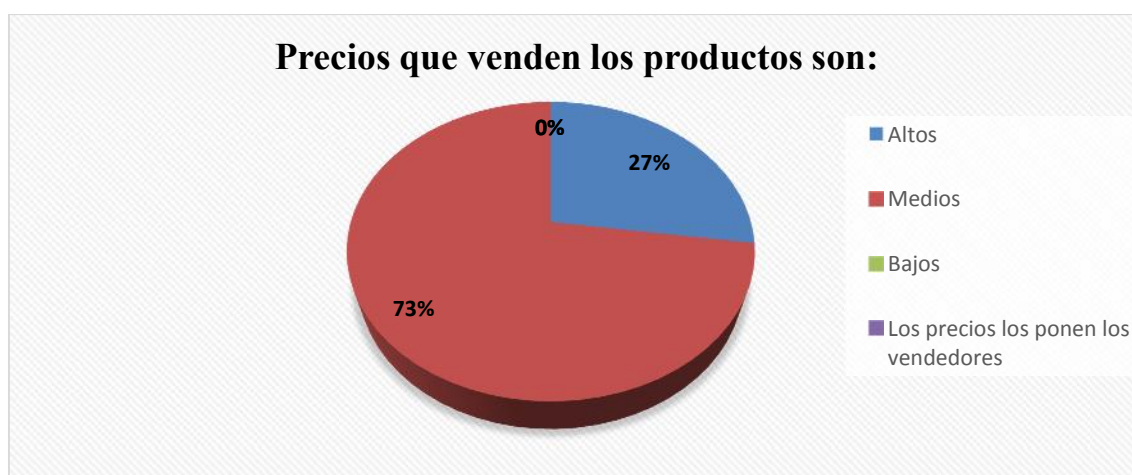


Gráfico 5: Precios que venden los productos

Análisis

Según lo expuesto por los encuestados objetos de estudio el 73% manifiestan que los precios de los productos, son medios, y el 27% son altos. La mayoría de los productores de banano están conformes con los precios de los productos.

6.- ¿Cuál es la superficie de banano con que cuenta en su propiedad?

Tabla 6: Superficie de banano

Detalle	Cantidad	Porcentaje
1-5 hectáreas	4	18%
6-10 hectáreas	18	82%
10 en adelante	0	0%
Total	22	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de banano Cantón Quevedo

Elaborado por: Lizeth Daza



Gráfico 6: Superficie de banano

Análisis

El 82% de los encuestados cuentan con 6-10 hectáreas de banano, seguido con el 18% de 1-5. Se concluye que la gran mayoría de los bananeros dispone de un promedio de diez hectáreas.

7.- Considera usted necesario que la empresa de “Insumos Agrícolas Quevedo” implementen el servicio de venta en:

Tabla 7: Implementación de servicios

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Servicio a domicilio	4	18%
Ventas por internet	5	23%
Directamente en la propiedad	13	59%
Total	22	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de banano Cantón Quevedo

Elaborado por: Lizeth Daza

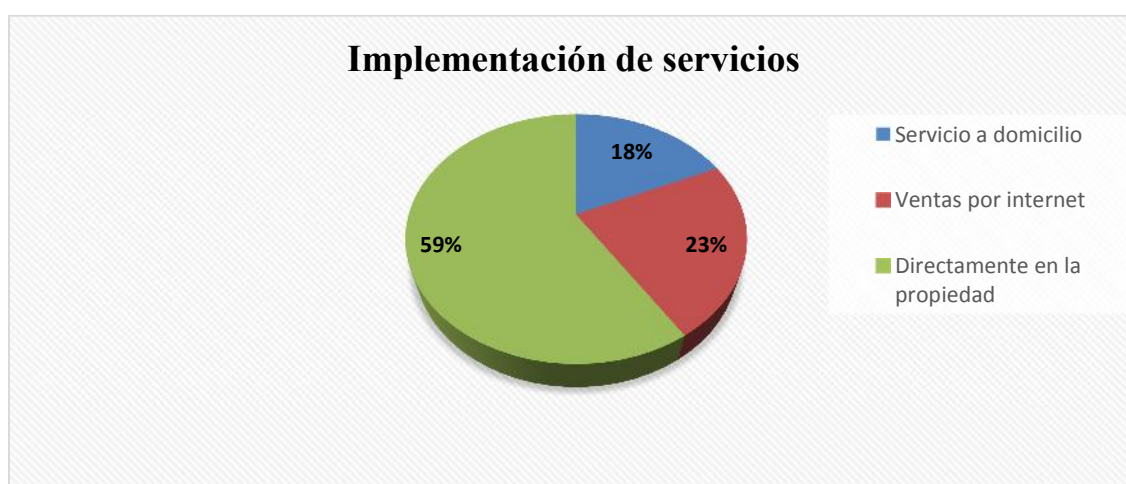


Gráfico 7: Implementación de servicios

Análisis

De acuerdo con este gráfico los encuestados manifestaron con un 59% que la empresa de “Insumos Agrícolas Quevedo” el servicio lo realiza directamente en la propiedad, el 23% ventas por internet y por último servicio a domicilio con el 18% respectivamente. La mayoría de los encuestados preferiría que la empresa de insumos agrícolas implemente sus ventas directamente en las propiedades.

8.- ¿Cuáles considera los principales problemas de comercialización para una empresa de insumos agrícolas?

Tabla 8: Problemas de comercialización

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Intermediarios	5	23%
Ubicación de la empresa	10	45%
Falta de compradores de insumos agrícolas	5	23%
Falta de transporte	2	9%
Otro	0	0%
Directamente en la propiedad	0	0%
Total	22	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de banano Cantón Quevedo

Elaborado por: Lizeth Daza

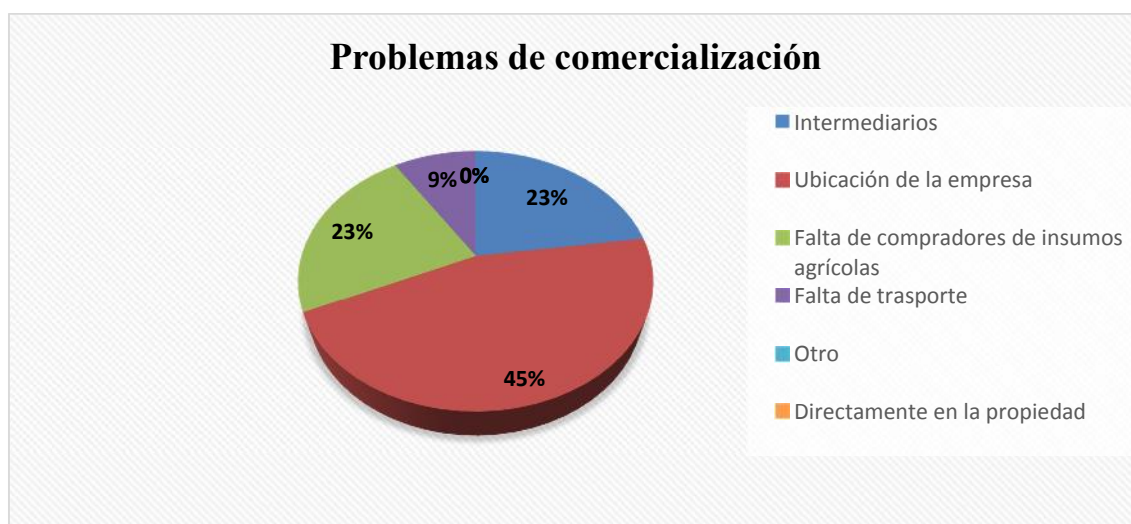


Gráfico 8: Problemas de comercialización

Análisis

En este gráfico dice que los principales problemas de comercialización para una empresa de insumos agrícolas es la ubicación de la empresa con el 45%, 23% falta de compradores de insumos agrícolas e intermediarios y por último el 9% falta de transporte. Los agricultores se manifiestan que la ubicación de la empresa presenta problemas en la compra de sus productos.

9.- ¿Conoce usted a la empresa comercializadora de insumos para banano Empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” en el cantón Quevedo?

Tabla 9: Conoce la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	11	50%
No	11	50%
Total	22	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de banano Cantón Quevedo

Elaborado por: Lizeth Daza

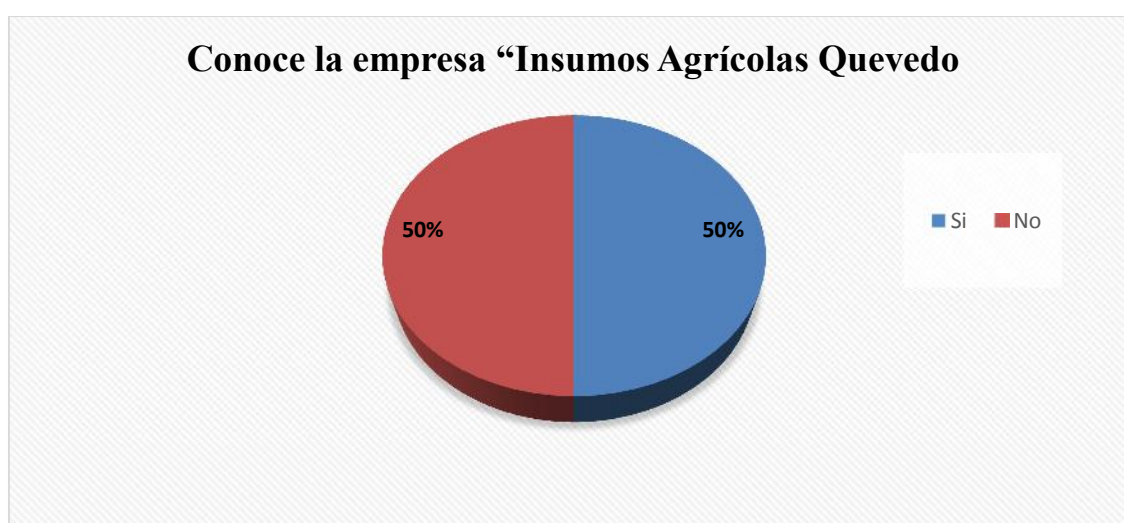


Gráfico 9: Conoce la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo

Análisis

Este gráfico indica que el 50% que si conoce la empresa comercializadora de insumos para banano Empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” mientras que el 50% manifiesta que no. Se concluye que no todos los agricultores conocen a la empresa Insumos agrícolas.

10.- ¿Cuál sitio considera ideal para la ubicación en un local propio para la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” en el cantón Quevedo?

Tabla 10: Ubicación para local propio

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Vía al Cantón Valencia	18	82%
Vía a la Parroquia San Carlos	3	14%
Vía A Santo Domingo	1	4%
Vía El Empalme	0	0%
Total	22	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de banano Cantón Quevedo

Elaborado por: Lizeth Daza

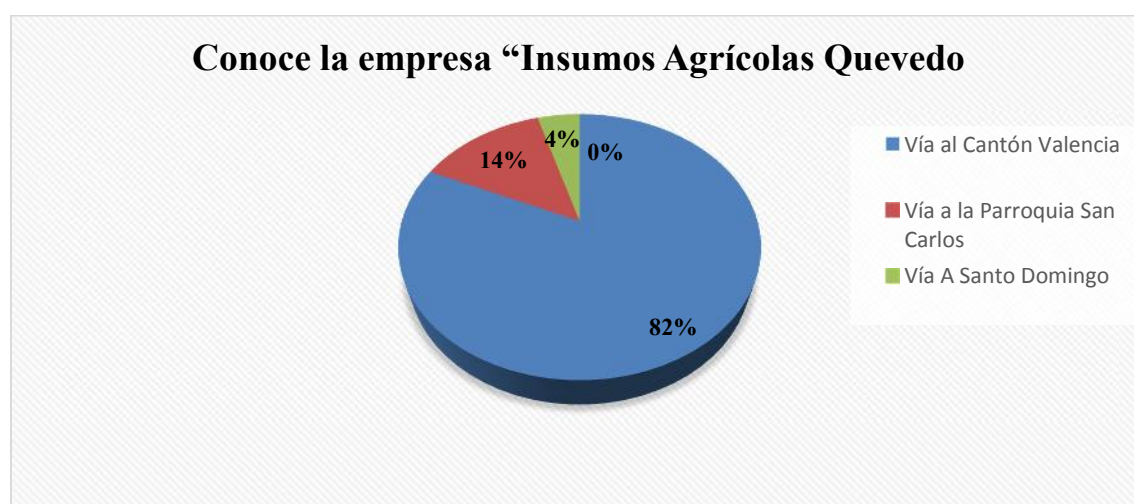


Gráfico 10: Conoce la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo”

Análisis

El 82% considera que la ubicación más ideal para la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” es la vía hacia al cantón Valencia, 14% vía a la Parroquia San Carlos y por último 4% vía A Santo Domingo. Una gran mayoría de los encuestados se pronuncia en que la ubicación del almacén debe ser en la vía hacia el cantón Valencia, por cuanto estaría más ceca del mercado objetivo.

4.1.1. Análisis de la demanda

4.1.1.1. Demanda actual de insumos para plantaciones de Banano.

Se detalla la demanda actual de los insumos para el banano en el cantón Quevedo, datos obtenidos de PROMO – ECUADOR.

Tabla 11: Demanda Actual

Demanda de Insumos de Banano	
Año	Banano
2012	38768
2013	39163
2014	39563
2015	39966

Fuente: PROMO – ECUADOR

Elaborado por: Lizeth Daza

4.1.1.2. Demanda proyectada de insumos para plantaciones de Banano

La demanda proyectada para conocer la cantidad de productos que demanda en el mercado se la realiza mediante el incremento de las plantaciones de banano, que es el 1,02% dato obtenido de PROMO – ECUADOR.

Tabla 12: Demanda proyecta de insumos de banano

Demanda Proyecta de Banano		
Año	Insumos para Banano	Crecimiento 1,02%
2016	38768	39163
2017	39163	39563
2018	39563	39966
2019	39966	40374

Fuente: PROMO – ECUADOR

Elaborado por: Lizeth Daza

4.1.1.3. Análisis de la oferta

Oferta considera como la cantidad de bienes o servicios que se pretende poner a disposición del mercado.

Tabla 13: Demanda proyecta de insumos de banano

Oferta de Insumos de Banano	
Año	Banano
2012	30768
2013	31082
2014	31399
2015	31719

Fuente: PROMO – ECUADOR

Elaborado por: Lizeth Daza

4.1.1.4. Proyección de la oferta

Tabla 14: Oferta proyecta de insumos de banano

Oferta Proyecta de Banano		
Año	Insumos para Banano	Crecimiento 1,02%
2016	30768	31082
2017	31082	31399
2018	31399	31719
2019	31719	32043

Fuente: PROMO – ECUADOR

Elaborado por: Lizeth Daza

4.1.1.5. Demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha es la que no logra cubrir el producto o servicio establecido en el mercado.

Tabla 15: Demanda insatisfecha de insumos de banano

Demanda Insatisfecha			
Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
2016	39163	31082	8082
2017	39563	31399	8164
2018	39966	31719	8247
2019	40374	32043	8331

Fuente: PROMO – ECUADOR

Elaborado por: Lizeth Daza

4.1.1.6. Análisis de los precios.

Los precios que rigen en el mercado están estructurados de acuerdo a la ley, con ciertas variaciones causadas principalmente por la inflación, especulación de ciertos comerciantes de insumos agrícolas.

Tabla 16: Precios de los insumos agrícolas

Producto	Costo unit.	Precio 1.
Ácido fosfórico 614 p 25 kg	58,00	65,00
Banarox en galón	6,30	7,80
Bandejas de división	12,50	15,75
Calibradores de 2 servicios # 39-46	3,33	4,32
Calibradores de 2 servicios # 43-44	2,70	4,32
Calibradores 39 - 40	2,70	4,32
Calibradores 39 - 47	2,70	4,32
Calibradores de palanca # 40	3,33	4,32
Cinta de color azul	2,49	3,90
Cinta de color blanca	2,49	3,90
Cinta de color negra	2,49	3,90
Cinta de color lila	2,49	3,90
Cinta de color verde	2,49	3,90
Cinta de color naranja	3,30	3,90
Cinta de color ploma	3,30	3,90
Cipermetrina litro	7,15	10,00
Comprobadores de grado	4,75	7,00
Corbatines tratados	8,00	18,00
Cunas de corosil	15,50	20,41
Cucharetas	4,00	6,50
Curvos de deshoje	5,36	9,00
Curvos de cosecha	1,79	3,50
Delantal de corosil	2,00	2,50
Diurex 1 kg (prof)	13,40	17,00
Escobas	5,00	6,75
Euroling en galon	6,68	8,20

F-34x68x0.04 biflex (grupo Mendoza) plantilla	89,20	97,00
F-34x72x0.4biflex (grupo Mendoza)	92,00	97,50
F-34x74x0.4biflex (grupo Mendoza)	97,07	104,00
F-35x74x0.4biflex (grupo Mendoza)	97,32	107,00
Glifosato en caneca	88,00	94,00
Goma en caneca duracol (20 litros)	23,75	27,40
Goma en galón	5,39	7,00
Guantes industriales	1,50	2,25
Guadañas	7,00	10,00
Jabón paquete	18,82	25,00
Paquete lustre	0,52	0,99
Caja de mascarilla	32,14	40,00
Papel hydrion	4,56	4,50
Rollo cinta amarilla	1,65	1,65
Rollo cinta azul	1,65	1,65
Rollo cinta negra	1,65	1,65

Fuente: PROMO – ECUADOR

Elaborado por: Lizeth Daza

4.1.1.7. Comercialización

El nuevo sistema de comercialización que aplicará la empresa está orientado a mejorar el tiempo de espera en el momento de la compra de parte de los clientes, darle más seguridad, la venta se realizará de manera directa en el almacén, la forma de pago será en efectivo o con tarjetas de crédito, se le dará valor agregado a los productos, mejorando su producción entregándolos con una buena presentación, completamente limpios, y en buen empaque.

4.1.1.7.1. Estrategias de servicio y productos del almacén “Insumos Agrícolas Quevedo”

La estrategia a aplicar consistirá en la presentación del producto dándole valor agregado en la limpieza y presentación del producto

- Invertir en equipos de bajas temperaturas para mantener en buen estado a los productos que ameriten.

- Establecer estándares de calidad internacionales, que le permita diferenciarse de la competencia
- Dirigir la fuerza de venta hacia nuevos clientes que se encuentran en el entorno del cantón Quevedo.

4.1.1.7.2. Estrategias de precios

Ampliar la forma de pago con los proveedores a 30 días, que le permita a la empresa adquirir los productos con mayor comodidad y por medio de este margen de tiempo actuar mejor en el manejo del recurso económico.

- Disminuir el precio de los productos de acuerdo al volumen de compra de parte de los clientes.
- Conceder precios preferenciales y rebajas a los mejores compradores

4.1.1.7.3. Estrategias de plaza

- La fuerza de venta estará orientada hacia la totalidad de agricultores productores de banano en el cantón Quevedo y su entorno, que permita a la empresa lograr un mejor posicionamiento y aumentar la rentabilidad.
- Empezar alianzas estratégicas directamente con los bananeros, para contrarrestar la presencia de intermediarios
- Realizar reingeniería logística con la finalidad de mejorar los tiempos de entrega para reducir costos en la empresa.

4.1.1.7.4. Estrategias de promoción

- Lograr la fidelización de los clientes actuales y potenciales de la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” implementando promociones y crédito.
- Crear tarjetas de descuentos, considerando el volumen de compra y pagos oportunos.
- Dar a conocer la presencia del almacén por medio de medios de publicidad, hojas volantes, entre otros.

- Será la carta de presentación en su nuevo local del almacén “Insumos Agrícolas Quevedo” comercializadora de insumos agrícolas para las bananeras principalmente ubicadas en el cantón Quevedo

4.2. Estudio técnico

El estudio técnico para la creación de la empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” Cantón Quevedo, comprendió todo lo concerniente con el proceso operativo de la empresa, determinando el tamaño, la localización, equipos, mano de obra, insumos, procesos administrativos, infraestructura y la organización necesaria para la producción.

4.2.1. Localización

La importancia de determinar la localización se debe a que de ella depende en gran medida la rentabilidad de la empresa por lo que se tomaron en cuenta factores como: ubicación geográfica, vías de acceso, transporte, comunicaciones, niveles de contaminación por desechos, cercanía del mercado potencial, servicios básicos etc. La empresa estará ubicada en la vía hacia el Cantón Valencia KM. 5

4.2.2. Macro localización

Basándose en la investigación de mercado, la empresa se ubicará en el Cantón Quevedo, vía Quevedo, Valencia Km.5 debido a la que en el sector están ubicadas las mayorías de las bananeras.

4.2.3. Micro localización

La empresa estará ubicada en el km. 5 de la vía Quevedo-Valencia, en base a la disponibilidad de servicios básicos y la cercanía al mercado objetivo, existen servicios básicos, facilidad de acceso, cercanía de clientes, proveedores y seguridad.

4.2.4. Ingeniería del proyecto

Se comprara un terreno de 200 m2 y se realizara la construcción para el local, se lo adecuara acorde a las necesidades para mejorar la atención a los clientes y se surtirá cada una de las estanterías y enfriador con los productos que comercializamos.

4.2.5. Distribución de la planta

Es la manera de cómo están distribuidos los equipos, insumos, materiales, el elemento humano dentro de la empresa, minimizando los espacios utilizando los espacios que estén disponibles.

4.2.5.1. Materiales y equipos

- Material de oficina
- Equipos necesarios para oficina
- Sillones
- Escritorios.
- Computadores
- Impresora
- Servicio de internet
- Material de limpieza
- Anaqueles y estantería
- Frigoríficos

4.2.5.2. Requerimiento de infraestructura

- Bodega
- Área administrativa
- Área de venta.
- Baño

4.2.6. Proceso del servicio de ventas

La comercialización de los productos se dirige a dar seguridad y comodidad al momento de la compra de parte del cliente, recibir el producto y pagar.

4.2.7. Factores que condicionan el mercado

Existen leyes que regulan la comercialización de insumos agrícolas para comerciantes formales e informales, además de factores económicos, políticos, el clima, que de alguna manera regulan las cantidades a vender y por ende influyen en el precio.

4.2.8. Recursos financieros

Se procederá a obtener financiamiento del 80% de la inversión a través de la banca, y el 20% será aporte del propietario.

4.2.9. Disponibilidad de insumos

Los insumos disponibles en calidad y cantidad y seleccionados de acuerdo a las exigencias y necesidades de los clientes. Corresponden a los insumos que tiene la empresa para la comercialización.

4.2.10. Impacto ambiental

- Uso inadecuado de los frigos, lo que puede causar descomposiciones los insumos
- Eliminación de desechos orgánicos e inorgánicos
- Medidas de mitigación implementar adecuados mantenimientos a todo lo que pueda causar contaminación

4.2.11. Base Legal

- La empresa se registrará por las normas legales establecidas en la Ley como son:
- Ley de compañías
- Código de trabajo
- Código mercantil
- Código tributario

4.3. Estudio Financiero

Se realizaron los estudios financieros del proyecto para conocer la inversión que incurriría en la ejecución del proyecto y analizar la utilidad que obtendríamos para los años analizados.

4.3.1. Inversión Inicial del proyecto

Se detalle la siguiente tabla con los elementos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 17: Inversión Inicial

Activos			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Muebles de Oficinas			
Escritorios	2	220,00	440,00
Sillones de escritorios	2	165,00	330,00
Sillas para atención cliente	8	54,00	432,00
Total Muebles de Oficina		439,00	1202,00
Muebles y Enseres			
Estanterías aluminio	5	350,00	1750,00
Vitrinitas	4	380,00	1520,00
Enfriador	2	1300,00	2600,00
Total Muebles y Enseres		2030,00	5870,00
Equipos de Oficina			
Computadora	2	978,00	1956,00
Impresoras	2	178,00	356,00
Teléfono Inalámbrico dúo	1	156,00	156,00
Split	1	1650,00	1650,00
Total Equipos de Oficina			4118,00
Bienes Inmuebles			
Terreno 200 mt.	1	17000,00	17000,00
Construcción	1	9000,00	9000,00
Total Bienes Inmuebles			26000,00
Inversión Diferida			
Gastos Legales	1	359,00	359,00
Permisos	1	275,00	275,00
Gastos de Investigación de Mercado	1	1100,00	1100,00
Total Inversión Diferida			1734,00
Total Activos			38924,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Lizeth Daza

4.3.2. Financiamiento del proyecto

Para la realización del proyecto se consideró realizar un préstamo bancario cubriendo el 80% y el 20% el dueño del negocio.

Tabla 18: Financiamiento del proyecto

Inversiones del Proyecto			
Detalle		Valor Total	
Inversión Total			38924,00
Total			38924,00
Financiamiento del Proyecto			
Inversión Total		100%	38924,00
Financiamiento del Proyecto		80%	31139,20
Aportes Propios		20%	7784,80

Fuente: Investigación

Elaborado por: Lizeth Daza

4.3.2.1. Financiamiento del proyecto

Se detalla los pagos que se realizaran cada año del préstamo.

Tabla 19: Tabla de amortización de pago

Tabla de Amortización del Préstamo				
Periodo	Capital	Interés	Pago	Saldo
0				31139,20
1	6227,84	3394,17	9622,01	24911,36
2	6227,84	2646,83	8874,67	18683,52
3	6227,84	1899,49	8127,33	12455,68
4	6227,84	1152,15	7379,99	6227,84
5	6227,84	404,81	6632,65	0,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Lizeth Daza

4.3.3. Proyecciones de Costo

Tabla 20: Costo del producto

Descripción	Proyecciones de Costos							
	C. Unitario	Cantidad	C. Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ácido fosfórico 614 p 25 kg	57,00	24	1368,00	16416,00	17095,62	17803,38	18540,44	19308,02
Banarox en galón	6,30	18	113,40	1360,80	1417,14	1475,81	1536,90	1600,53
Bandejas de división	11,50	36	414,00	4968,00	5173,68	5387,87	5610,92	5843,22
Calibradores de 2 servicios # 39-46	3,33	36	119,88	1438,56	1498,12	1560,14	1624,73	1691,99
Calibradores de 2 servicios # 43-44	2,70	34	91,80	1101,60	1147,21	1194,70	1244,16	1295,67
Calibradores 39 - 40	2,70	24	64,80	777,60	809,79	843,32	878,23	914,59
Calibradores 39 - 47	2,70	36	97,20	1166,40	1214,69	1264,98	1317,35	1371,89
Calibradores de palanca # 40	3,33	48	159,84	1918,08	1997,49	2080,18	2166,30	2255,99
Cinta de color azul	2,49	48	119,52	1434,24	1493,62	1555,45	1619,85	1686,91
Cinta de color blanca	2,49	48	119,52	1434,24	1493,62	1555,45	1619,85	1686,91
Cinta de color negra	2,49	48	119,52	1434,24	1493,62	1555,45	1619,85	1686,91
Cinta de color lila	2,49	48	119,52	1434,24	1493,62	1555,45	1619,85	1686,91
Cinta de color verde	2,49	48	119,52	1434,24	1493,62	1555,45	1619,85	1686,91
Cinta de color naranja	3,30	48	158,40	1900,80	1979,49	2061,44	2146,79	2235,66
Cinta de color ploma	3,30	48	158,40	1900,80	1979,49	2061,44	2146,79	2235,66
Cipermetrina litro	7,15	48	343,20	4118,40	4288,90	4466,46	4651,37	4843,94
Comprobadores de grado	4,75	48	228,00	2736,00	2849,27	2967,23	3090,07	3218,00
Corbatines tratados	8,00	58	464,00	5568,00	5798,52	6038,57	6288,57	6548,92
Cunas de corosil	14,50	36	522,00	6264,00	6523,33	6793,40	7074,64	7367,53
Cucharetas	4,00	48	192,00	2304,00	2399,39	2498,72	2602,17	2709,90
Curvos de deshoje	5,36	36	192,96	2315,52	2411,38	2511,21	2615,18	2723,45

Curvos de cosecha	1,79	48	85,92	1031,04	1073,73	1118,18	1164,47	1212,68
Delantal de corosil	2,00	48	96,00	1152,00	1199,69	1249,36	1301,08	1354,95
Diurex 1 kg (prof)	11,40	36	410,40	4924,80	5128,69	5341,01	5562,13	5792,40
Escobas	5,00	48	240,00	2880,00	2999,23	3123,40	3252,71	3387,37
Euroling en galón	6,68	48	320,64	3847,68	4006,97	4172,86	4345,62	4525,53
F-34x68x0.04 biflex (grupo Mendoza) plantilla	85,20	24	2044,80	24537,60	25553,46	26611,37	27713,08	28860,40
F-34x72x0.4biflex (grupo Mendoza)	90,00	24	2160,00	25920,00	26993,09	28110,60	29274,38	30486,34
F-34x74x0.4biflex (grupo Mendoza)	95,07	24	2281,68	27380,16	28513,70	29694,17	30923,50	32203,74
F-35x74x0.4biflex (grupo Mendoza)	95,32	24	2287,68	27452,16	28588,68	29772,25	31004,82	32288,42
Glifosato en caneca	84,00	24	2016,00	24192,00	25193,55	26236,56	27322,76	28453,92
Goma en caneca duracol (20 litros)	21,75	36	783,00	9396,00	9784,99	10190,09	10611,96	11051,30
Goma en galón	5,39	48	258,72	3104,64	3233,17	3367,03	3506,42	3651,59
Guantes industriales	1,50	48	72,00	864,00	899,77	937,02	975,81	1016,21
Guadañas	7,00	48	336,00	4032,00	4198,92	4372,76	4553,79	4742,32
Jabón paquete	16,82	48	807,36	9688,32	10089,42	10507,12	10942,11	11395,12
Paquete lustre	0,52	60	31,20	374,40	389,90	406,04	422,85	440,36
Caja de mascarilla	30,14	24	723,36	8680,32	9039,69	9413,93	9803,66	10209,54
Papel hydrion	4,56	60	273,60	3283,20	3419,12	3560,68	3708,09	3861,60
Rollo cinta amarilla	1,65	60	99,00	1188,00	1237,18	1288,40	1341,74	1397,29
Rollo cinta azul	1,65	60	99,00	1188,00	1237,18	1288,40	1341,74	1397,29
Rollo cinta negra	1,65	60	99,00	1188,00	1237,18	1288,40	1341,74	1397,29
Total				249730,08	260068,91	270835,76	282048,36	293725,16

Fuente: Investigación

Elaborado por: Lizeth Daza

4.3.4. Proyecciones de Ventas

Tabla 21; Ingresos de Ventas

Ingresos de Ventas								
Descripción	C.Unitario	Cantidad	C. Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ácido fosfórico 614 p 25 kg	65,00	24	1560,00	18720,00	19495,01	20302,10	21142,61	22017,91
Banarox en galón	7,80	18	140,40	1684,80	1754,55	1827,19	1902,83	1981,61
Bandejas de división	16,75	36	603,00	7236,00	7535,57	7847,54	8172,43	8510,77
Calibradores de 2 servicios # 39-46	4,32	36	155,52	1866,24	1943,50	2023,96	2107,76	2195,02
Calibradores de 2 servicios # 43-44	4,32	34	146,88	1762,56	1835,53	1911,52	1990,66	2073,07
Calibradores 39 - 40	4,32	24	103,68	1244,16	1295,67	1349,31	1405,17	1463,34
Calibradores 39 - 47	4,32	34	146,88	1762,56	1835,53	1911,52	1990,66	2073,07
Calibradores de palanca # 40	4,32	36	155,52	1866,24	1943,50	2023,96	2107,76	2195,02
Cinta de color azul	3,90	48	187,20	2246,40	2339,40	2436,25	2537,11	2642,15
Cinta de color blanca	3,90	48	187,20	2246,40	2339,40	2436,25	2537,11	2642,15
Cinta de color negra	3,90	48	187,20	2246,40	2339,40	2436,25	2537,11	2642,15
Cinta de color lila	3,90	48	187,20	2246,40	2339,40	2436,25	2537,11	2642,15
Cinta de color verde	3,90	48	187,20	2246,40	2339,40	2436,25	2537,11	2642,15
Cinta de color naranja	3,90	48	187,20	2246,40	2339,40	2436,25	2537,11	2642,15
Cinta de color ploma	3,90	48	187,20	2246,40	2339,40	2436,25	2537,11	2642,15
Cipermetrina litro	11,00	48	528,00	6336,00	6598,31	6871,48	7155,96	7452,22
Comprobadores de grado	8,00	48	384,00	4608,00	4798,77	4997,44	5204,33	5419,79
Corbatines tratados	19,00	36	684,00	8208,00	8547,81	8901,69	9270,22	9654,01
Cunas de corosil	21,41	24	513,84	6166,08	6421,36	6687,20	6964,05	7252,36
Cucharetas	6,50	36	234,00	2808,00	2924,25	3045,32	3171,39	3302,69
Curvos de deshoje	10,00	36	360,00	4320,00	4498,85	4685,10	4879,06	5081,06

Curvos de cosecha	3,50	48	168,00	2016,00	2099,46	2186,38	2276,90	2371,16
Delantal de corosil	2,50	48	120,00	1440,00	1499,62	1561,70	1626,35	1693,69
Diurex 1 kg (prof)	19,00	36	684,00	8208,00	8547,81	8901,69	9270,22	9654,01
Escobas	6,75	48	324,00	3888,00	4048,96	4216,59	4391,16	4572,95
Euroling en galón	8,20	48	393,60	4723,20	4918,74	5122,38	5334,44	5555,29
F-34x68x0.04 biflex (grupo Mendoza) plantilla	98,00	24	2352,00	28224,00	29392,47	30609,32	31876,55	33196,24
F-34x72x0.4biflex (grupo Mendoza)	98,50	24	2364,00	28368,00	29542,44	30765,49	32039,18	33365,61
F-34x74x0.4biflex (grupo Mendoza)	105,00	24	2520,00	30240,00	31491,94	32795,70	34153,44	35567,40
F-35x74x0.4biflex (grupo Mendoza)	108,00	24	2592,00	31104,00	32391,71	33732,72	35129,26	36583,61
Glifosato en caneca	95,00	24	2280,00	27360,00	28492,70	29672,30	30900,74	32180,03
Goma en caneca duracol (20 litros)	29,40	36	1058,40	12700,80	13226,61	13774,19	14344,45	14938,31
Goma en galón	7,00	48	336,00	4032,00	4198,92	4372,76	4553,79	4742,32
Guantes industriales	2,25	48	108,00	1296,00	1349,65	1405,53	1463,72	1524,32
Guadañas	11,00	48	528,00	6336,00	6598,31	6871,48	7155,96	7452,22
Jabón paquete	26,00	48	1248,00	14976,00	15596,01	16241,68	16914,09	17614,33
Paquete lustre	0,99	60	59,40	712,80	742,31	773,04	805,05	838,37
Caja de mascarilla	42,00	24	1008,00	12096,00	12596,77	13118,28	13661,38	14226,96
Papel hydrion	4,50	60	270,00	3240,00	3374,14	3513,83	3659,30	3810,79
Rollo cinta amarilla	2,65	60	159,00	1908,00	1986,99	2069,25	2154,92	2244,13
Rollo cinta azul	2,65	60	159,00	1908,00	1986,99	2069,25	2154,92	2244,13
Rollo cinta negra	2,65	60	159,00	1908,00	1986,99	2069,25	2154,92	2244,13
Total				310998,24	323873,57	337281,93	351245,40	365786,96

Fuente: Investigación

Elaborado por: Lizeth Daza

4.3.5. Gastos de Sueldos

Tabla 22: Beneficios más sueldos

Remuneración Mínima Más Beneficios de Ley									
Nomina	Cantidad	S.	S. Total	13 avo sueldo	14 avo sueldo	Vacaciones	Fondos	11,15%	Sueldo Total +
		Mensual	Empleados	Bonif.	Bono		/Reserva	Fondos	Bonificación
				Navideña	Educación			/Reserva	
Gerente	1	450,00	450,00	37,50	29,50	37,50	37,50	50,18	642,18
Secretaria	1	360,00	360,00	30,00	29,50	30,00	30,00	40,14	519,64
Vendedores	2	354,00	708,00	118,00	59,00	118,00	118,00	78,94	1199,94
Conserje	1	354,00	354,00	29,50	29,50	29,50	29,50	39,47	511,47
Guardia	1	370,00	370,00	30,83	29,50	30,83	30,83	41,26	533,26
Total									3406,48

Fuente: Investigación

Elaborado por: Lizeth Daza

4.3.3.1.Gastos de Sueldos Proyectados

Tabla 23: Proyecciones de sueldos

		Sueldos Proyectados				
Descripción	Sueldo Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	642,18	7706,10	8025,13	8357,37	8703,37	9063,69
Secretaria	519,64	6235,68	6493,84	6762,68	7042,66	7334,22
Vendedores	1199,94	14399,30	14995,44	15616,25	16262,76	16936,04
Conserje	511,47	6137,65	6391,75	6656,37	6931,94	7218,93
Guardia	533,26	6399,06	6663,98	6939,87	7227,18	7526,39
Total		40877,80	42570,14	44332,54	46167,91	48079,26

Fuente: Investigación

Elaborado por: Lizeth Daza

4.3.6. Estado de Resultado proyectado

Se presenta el estado de resultado del proyecto en sus cinco años analizados.

Tabla 24: Estado de Resultado Proyectado

ESTADO DE RESULTADO					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		323873,5		351245,4	365786,9
Ventas	310998,24	7	337281,93	0	6
		260068,9		282048,3	293725,1
(-) costo de ventas	249730,08	1	270835,76	6	6
(=) Utilidad bruta	61268,16	63804,66	66446,17	69197,05	72061,80
(-) Gasto de Administración	40877,80	42570,14	44332,54	46167,91	48079,26
(-) Gasto de ventas	8800,00	9164,32	9543,72	9938,83	10350,30
(-) Gastos Financieros	9622,01	8874,67	8127,33	7379,99	6632,65
(=) Utilidad Operacional	1968,35	3195,53	4442,58	5710,32	6999,59
(-) Participación de Trabajadores 15%	295,25	479,33	666,39	856,55	1049,94

(=) Utilidad					
Antes Impuesto.	1673,10	2716,20	3776,19	4853,77	5949,66
(-) Impuesto a la					
Renta 22%	368,08	597,56	830,76	1067,83	1308,92
(=) Utilidad					
Neta	1305,02	2118,64	2945,43	3785,94	4640,73

Fuente: Investigación

Elaborado por: Lizeth Daza

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Flujo de Caja						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		310998,	323873,	337281,	351245,	365786,
		24	57	93	40	96
(-) Costos de Ventas		249730,	260068,	270835,	282048,	293725,
		08	91	76	36	16
(=) Utilidad Bruta		61268,1	63804,6	66446,1	69197,0	72061,8
		6	6	7	5	0
(-) Gastos de Administración		40877,8	42570,1	44332,5	46167,9	48079,2
		0	4	4	1	6
(-) Gastos de Ventas						10350,3
		8800,00	9164,32	9543,72	9938,83	0
(=) Utilidad Operacional		11590,3	12070,2	12569,9	13090,3	13632,2
		6	1	1	1	4
(-) Participación de Trabajadores 15%		1738,55	1810,53	1885,48	1963,54	2044,83
		46	08	67	59	67
(=) Utilidad Antes Impuesto.			10259,6	10684,4	11126,7	11587,4
		9851,81	7	2	6	1
(-) Impuesto a la Renta 22%		2167,40	2257,13	2350,57	2447,89	2549,23
(=) Utilidad Neta		7684,41	8002,55	8333,85	8678,87	9038,18
(+) Depresión Activos		8566,14	8566,14	8566,14	8566,14	8566,14
-						
(-) Inversión de Activos	38924,					

	00					
	31139,					
(+) Préstamo bancario	20					
		-	-	-	-	-
(-) Pago de Deuda	9622,01	8874,67	8127,33	7379,99	6632,65	
	25872,5	25443,3	25027,3	24625,0	24236,9	
(=) Flujo de Caja	6	6	2	0	7	

4.3.7. VAN y TIR

Se detalla el valor del van y el TIR ya que tenemos un valor actual neto positivo y un TIR del 59%.

Tabla 25: VAN y TIR

VAN Y TIR						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Neto	-38924,00	25872,56	25443,36	25027,32	24625,00	24236,97
VAN						51676,09
TIR						59%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Lizeth Daza

4.4. Discusión

Jhonny José Molina Ortega en su tesis titulada Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa Comercializadora de Productos Agropecuarios en el cantón San Miguel de los Bancos al noroccidente de Pichincha, puntualiza que el estudio de factibilidad le permitió determinar que la creación de una empresa comercializadora de insumos agropecuarios en el cantón San Miguel de los Bancos es óptimamente factible y financieramente rentable.

La inversión inicial requerida para el proyecto es de 432.607,13 monto que indica será financiado en un 75% por los inversionistas y el 25% restante a través de un préstamo

bancario en el banco de Guayaquil. La evaluación financiera determinó que el valor actual neto (VAN) es de \$29.249,83 y la tasa interna de retorno 56.16%%

Estos resultados coinciden con la presente investigación realizada sobre un proyecto de inversión para el mejoramiento de la comercialización de productos, empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” cantón Quevedo año 2015, luego de realizar los estudios de mercado, técnico , económico y financiero se llega a la conclusión de que el proyecto es factible y viable considerando la necesidad insatisfechas sobre este servicio, que permitirá mejorar la comercialización de los productos del almacén, la inversión total en el proyecto es de-\$ 38.924,00 el análisis financiero arroja un valor actual neto de %51.7676,09 y una tasa interna de retorno de 59%indicadores que demuestran la rentabilidad de la inversión.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado el 50% de los bananeros encuestados manifiestan que si conocen la empresa Comercializadora de insumos agrícolas “Insumos Agrícolas Quevedo” el 70% manifestó que el lugar ideal para la ubicación de la empresa es en la vía hacia el cantón Valencia, sector donde están concentradas las mayores plantaciones de banano, mientras que el 45% indica que es muy importante la ubicación de la empresa para la compra de insumos.
- El estudio técnico demuestra que la inversión total del proyecto es de \$38.924,00 el lugar más indicado es en el km. 5 de la vía Quevedo-Valencia.
- El estudio económico refleja utilidad neta desde el primer año de vida útil del proyecto y en la evaluación financiera realizada el valor actual neto del proyecto es de \$51.676,09 y la tasa interna de retorno de la inversión es de 59%

5.2. Recomendaciones

- Empezar en publicidad considerando la nueva ubicación del almacén “Insumos Agrícolas Quevedo” y posicionar la nueva dirección en la mente de los clientes nuevos y actuales.
- Mantener en constante innovación los insumos comprados a los proveedores y ampliar la oferta de los productos en base a la capacidad instalada de la planta. Sin incurrir en nuevos gastos
- Invertir en el presente proyecto considerando que los índices financieros aplicados se muestran positivos en la factibilidad y la viabilidad económica.

CAPÍTULO V I

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura citada

- Berghe, E. V. (2010). *Gestión y Gerencia Empresariales* . Bogotá : Ecoe Ediciones .
- Castro, A. m. (2010). *Proyecto de Inversión, Evaluación y Formulación* . México: Mc Graw Hill.
- Chain, N. S. (2010). *Proyectos de inversión* . México: Pearson .
- Cordova, P. M. (2013). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Coss, B. R. (2010). *Análisis Evaluación de Proyectos de Inversión* . México: Limusa .
- Florez, J. A. (2012). *Plan de negocios para pequeñas empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Friend, G. (2010). *Cómo Diseñar un Plan de Negocios* . Argentina : The Economist.
- Herrera, J. E. (2010). *Proyectos Enfoque Gerencial*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Miranda, J. (2012). *Gestión de proyectos*. Bogotá: MM Editores.
- Morales, C. J. (2010). *Proyectos de inversión*. México: Mc Graw-Hill.
- Orosco, J. d. (2010). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Tamayo, W. M. (2010). *Plan de marketing*. Ecuador.
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw .Hill.
- Velez, G. A. (2013). *Proyectos*. Cali: AC Editores.

CAPÍTULO VII

ANEXOS

Anexo 1: Preguntas de la encuesta realizada a los productores de banano en el cantón Quevedo y a los clientes de la empresa Insumos Agrícolas Quevedo para conocer su criterio sobre la atención recibida.

1.- ¿Con qué frecuencia compra usted insumos agrícolas para sus plantaciones de banano?

Diariamente

Semanalmente

Mensualmente

De vez en cuando

2.- Que es lo que usted más valora en el mercado de insumos para banano en el cantón Quevedo.

Variedad de productos

Calidad de productos

Ubicación de los almacenes

Limpieza de los insumos

3.- Cual es su opinión sobre el servicio de los vendedores

Correcto

Estafan al consumidor

Impreciso

4.- Diga usted lo que más valora de los proveedores de insumos agropecuarios

Presentación del producto

Entregas oportunas

Calidad del producto

Variedad de marcas

Comodidad al momento de
compra

Precios bajos

5.- Como considera usted a los precios a los que le venden los productos.

Altos

Medios

Bajos

Los precios los ponen los vendedores

6.- Cuál es la superficie de banano con que cuenta en su propiedad

1-5 hectáreas

6-10 hectáreas

10 en adelante

7.- Considera usted necesario que la empresa de “Insumos Agrícolas Quevedo” implementen el servicio de venta en:

Servicio a domicilio

Ventas por internet

Directamente en la propiedad

8.- Cuales considera los principales problemas de comercialización para una empresa de insumos agrícolas

Intermediarios

Ubicación de la empresa

Falta de compradores de insumos agrícolas

Falta de transporte

Otro-----

9.- Conoce usted a la empresa comercializadora de insumos para banano Empresa “Insumos Agrícolas Quevedo” en el cantón Quevedo

Si

No

**10.- Cual sitio considera ideal para la ubicación en un local propio para la empresa
“Insumos Agrícolas Quevedo” en el cantón Quevedo**

Vía al Cantón Valencia

Vía a la Parroquia San Carlos

Vía A Santo Domingo

Vía El Empalme