



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

**PROYECTO DE IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
FUNGICIDAS NATURALES DESDE CHINA PARA LA EMPRESA
AGROVERDE DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN EL AÑO 2019.**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

AUTOR: GERMAN OSWALDO ROMERO GAIBOR

DIRECTOR: ING. EDISON RUPERTO CARILLO PARRA

Riobamba - Ecuador

2020

© 2020, German Oswaldo Romero Gaibor

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimientos, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, German Oswaldo Romero Gaibor, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumí la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 28 de febrero de 2020






German Oswaldo Romero Gaibor

C.C. 060440967-2

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR

El tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación tipo proyecto de investigación, **PROYECTO DE IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FUNGICIDAS NATURALES DESDE CHINA PARA LA EMPRESA AGROVERDE DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN EL AÑO 2019**, realizado por el señor: **GERMAN OSWALDO ROMERO GAIBOR**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Juan Alberto Avalos Reyes PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2020-02-28
Ing. Edison Ruperto Carrillo Parra DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2020-02-28
Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza MIEMBROS DEL TRIBUNAL		2020-02-28

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios que me bendijo con una familia maravillosa por los padres y hermanos que tengo, los cuales siempre han estado junto a mí apoyándome.

A toda mi familia por demostrarme día a día todo el amor que sienten por mí, el cual me ha servido de estímulo para cumplir con todos y cada uno de mis objetivos.

German

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la vida, y la bendición de tener a mi madre junto a mí, ya que ella ha sabido guiarme para superar cualquier obstáculo y dificultad que se me presenten en la vida personal y profesional

Agradezco a mis hermanos y sobrinos porque han compartido conmigo todas mis alegrías y, mis fracasos

A mi Director Ing. Edison Carillo y miembro Ing. Gabriel Pilaguano por haberme dado su tiempo, su apoyo y por impartirme sus conocimientos.

German

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REDERENCIAL.....	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.1.1 <i>Formulación del Problema</i>.....	3
1.1.2 <i>Delimitación del Problema</i>.....	3
1.1.3 <i>Sistematización del Problema</i>.....	3
1.2 Justificación.....	3
1.2.1 <i>Justificación Teórica</i>.....	3
1.2.2 <i>Justificación Metodológica</i>.....	4
1.2.3 <i>Justificación Práctica</i>.....	4
1.3 Objetivos.....	4
1.3.1 <i>Objetivos General</i>.....	4
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>.....	4
1.4 Antecedentes investigativos.....	5
1.5 Fundamentación teórica.....	7
1.5.1 <i>Proyecto</i>.....	7
1.5.2 <i>Etapas de un proyecto</i>.....	7
1.5.3 <i>Viabilidad de un proyecto</i>.....	8
1.5.4 <i>Mercado</i>.....	9
1.5.5 <i>Tipos de Mercado</i>.....	9
1.5.6 <i>Estudio de Mercado</i>.....	10
1.5.7 <i>Tipos de estudio de Mercado</i>.....	10
1.5.8 <i>Estudio Técnico</i>.....	11
1.5.9 <i>Estudio Organizacional</i>.....	12
1.5.10 <i>Estudio Financiero</i>.....	12
1.5.11 <i>Elementos del estudio financiero de un proyecto</i>.....	12

1.5.12	<i>Balance general proyectado</i>	13
1.5.13	<i>Valor actual neto (VAN)</i>	13
1.5.14	<i>TIR o Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad</i>	14
1.5.15	<i>Estudio Administrativo</i>	14
1.5.16	<i>Elementos de un Estudio Administrativo</i>	14
1.5.17	<i>Planeación estratégica</i>	15
1.5.18	<i>Misión</i>	15
1.5.19	<i>Visión</i>	15
1.5.20	<i>Objetivo</i>	16
1.5.21	<i>Estrategia</i>	16
1.5.22	<i>Comercio exterior</i>	16
1.5.23	<i>Incoterms</i>	17
1.5.24	<i>Importación</i>	21
1.5.25	<i>Regímenes de importación</i>	21
1.5.26	<i>Principios de importación</i>	25
1.5.27	<i>Proceso operativo de importación</i>	26
1.6	Idea a defender	27
1.7	Variables	27
1.7.1	<i>Variable Independiente</i>	27
1.7.2	<i>Variable Dependiente</i>	27

CAPÍTULO II

2	MARCO METODOLÓGICO	28
2.1	Modalidad de la investigación	28
2.1.1	<i>Enfoque</i>	28
2.2	Tipos de investigación	28
2.2.1	<i>Investigación descriptiva</i>	28
2.2.2	<i>Investigación de campo</i>	28
2.2.3	<i>Investigación exploratoria</i>	28
2.2.4	<i>Investigación documental</i>	29
2.3	Población y muestra	29
2.3.1	<i>Población</i>	29
2.3.2	<i>Muestra</i>	29
2.4	Métodos, técnicas e instrumentos	31
2.4.1	<i>Métodos de investigación</i>	31
2.4.1.1	<i>Método Deductivo</i>	31

2.4.1.2	<i>Método Descriptivo</i>	31
2.4.2	<i>Técnicas de investigación</i>	31
2.4.2.1	<i>Encuestas</i>	31
2.4.3	<i>Instrumento</i>	32
2.4.3.1	<i>Cuestionarios</i> :.....	32

CAPÍTULO III

3	MARCO PROPOSITIVO	33
3.1	Resultados	33
3.1.1	<i>Resultados de la encuesta a los empleados de la Empresa</i>	35
3.2	Verificación de idea a la idea a defender	37
3.2.1	<i>Resultados de las encuestas a los consumidores</i>	40
3.3	Propuesta	44
3.3.1	<i>Título</i>	44
3.4	Contenido de la propuesta	44
3.4.1	<i>Reseña histórica</i>	44
3.4.2	<i>Conformación jurídica</i>	45
3.4.3	<i>Misión</i>	45
3.4.4	<i>Visión</i>	45
3.4.5	<i>Valores Corporativos</i>	46
3.4.6	<i>Productos que oferta</i>	47
3.4.7	<i>Organigrama Estructural</i>	48
3.4.8	<i>Organigrama Funcional</i>	48
3.4.9	<i>Estudio de mercado</i>	49
3.4.10	<i>Marketing mix</i>	49
3.4.10.1	<i>Precio</i>	51
3.4.10.2	<i>Plaza</i>	51
3.4.10.3	<i>Promoción</i>	52
3.4.11	<i>Estudio técnico</i>	53
3.4.11.1	<i>Localización</i>	53
3.4.11.2	<i>Tamaño</i>	53
3.4.12	<i>Diagnostico FODA</i>	56
3.4.13	<i>Objetivos estratégicos</i>	65
3.4.14	<i>Estrategias</i>	65
3.4.15	<i>Proceso de importación</i>	66
3.4.16	<i>Factibilidad Financiera</i>	70

CONCLUSIONES	77
RECOMENDACIONES	78
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Población.....	29
Tabla 1-3:	Resultados de la Encuesta a los empleados de la Empresa	35
Tabla 2-3:	Resultados de las Encuestas a los Consumidores.....	40
Tabla 3-3:	Reseña Histórica de la Empresa Agro Verde	44
Tabla 4-3:	Demanda, oferta, y demanda insatisfecha	49
Tabla 5-3:	Productos a importar	49
Tabla 6-3:	Precio de los productos	51
Tabla 7-3:	Recursos Humanos.....	53
Tabla 8-3:	Recursos Materiales	54
Tabla 9-3:	Impacto de fortalezas y debilidades	56
Tabla 10-3:	Ponderación de las fortalezas y debilidades	57
Tabla 11-3:	Impacto de las amenazas y oportunidades	60
Tabla 12-3:	Ponderación de las amenazas y las oportunidades	61
Tabla 13-3:	Matriz FODA	64
Tabla 14-3:	Cotización de los fungicidas naturales	67
Tabla 15-3:	Partida Arancelaria.....	67
Tabla 16-3:	Liquidación de Aduana	69
Tabla 17-3:	Total de importación	69
Tabla 18-3:	Rol de pagos	70
Tabla 19-3:	Rol de pagos.....	70
Tabla 20-3:	Proyección Rol de Pagos Anuales.....	71
Tabla 21-3:	Recursos de la Empresa.....	71
Tabla 22-3:	Servicios Básicos.....	73
Tabla 23-3:	Costos Anuales de los productos de la Empresa	73
Tabla 24-3:	Precios Anuales de los productos de la Empresa	74
Tabla 25-3:	Estados de Resultados	74
Tabla 26-3:	Estado de flujo de efectivo	74
Tabla 27-3:	Valor Actual Neto	75
Tabla 28-3:	Tasa de Interna de Retorno.....	75
Tabla 29-3:	Beneficio - Costo.....	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1:	Proceso Operativo de Importación.....	26
Gráfico 1-3:	Valores corporativos	46
Gráfico 2-3:	Organigrama Estructural	48
Gráfico 3-3:	Organigrama Funcional.....	48
Gráfico 4-3:	Proceso de importación.....	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1: Etapas de un Proyecto	8
Figura 2-1: Aspectos del estudio técnico	11
Figura 1-3: Impresos comerciales	52
Figura 2-3: Localización	53
Figura 3-3: Almacén	54
Figura 3-3: Bodega.....	55

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

ANEXO B: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

ANEXO C: COTIZACIÓN DE LOS FUNGICIDAS

ANEXO D: COTIZACIÓN DE LA RADIO TRICOLOR

RESUMEN

El trabajo de titulación se llevó por objeto el Diseño de un proyecto de importación y comercialización de fungicidas naturales desde China para la empresa AGROVERDE de la ciudad de Riobamba en el año 2019, para el mejoramiento de la competitividad, para lo cual se revisan los hechos principales que afectan a la empresa. Se revisaron varias fuentes bibliográficas que permiten la inclusión de términos como proyectos, elementos, factibilidad financiera, en el marco metodológico se definen los tipos de investigación, descriptiva, de campo y exploratoria para la obtención de información se aplicó la encuesta y la observación directa, en el desarrollo de la propuesta se define cada uno de los estudios propios para su ejecución, se elaboró la filosofía empresa, se estableció la estructura orgánica funcional, se estimó el mercado insatisfecho y a quien se dirige los productos, se identificó al proveedor y las condiciones en las que se realizara el proceso de adquisición, una vez realizada las proyecciones financieras se pudo determinar una Valor Neto Actual de 82.224.42 Dólares y una Tasa Interno de Retorno 63%, se concluyó lo siguiente: el mercado Chino ofrece una amplia variedad de productos en diversas gamas, al ser un socio comercial y financiero del país se convierte en una alternativa ideal como proveedor, cuando se solito información supo manifestar que el proceso se realizaría bajo el termino internacional de comercio entregando el productos en el puerto de Guayaquil listo para el proceso de desaduanización, por lo que recomienda su aplicación.

Palabras clave: <PROYECTO DE IMPORTACIÓN>, <CHINA (PAÍS)>, <AGROVERDE>, <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>, <VALOR ACTUAL NETO (VAN) >



ABSTRACT

The present research proposes to design an import and commercialization project of natural fungicides from Chinese for AGROVEDE Company located Riobamba City, in 2019, to improve businesses' competitiveness and, for this, it will be necessary to review the main facts affecting the company. Several bibliographical sources that allow the inclusion of terms such as projects, elements, and financial feasibility were reviewed in the methodological framework are defined types of investigations, descriptive, field and exploratory for obtaining information, the survey and direct observation were made, in the development of the proposal, each of the own studies is defined for its execution, the company philosophy was elaborated, the functional organic structure was established, the unsatisfied market was estimated and to whom the products are directed, the supplier was identified and the conditions under which the acquisition process will be carried out, once the financial projections were made, a current net value of \$ 82,224.42 and an internal rate of return of 63% could be determined, the following was concluded: the Chinese market offers a broad variety of products in various ranges, being a commercial and financial partner of the country becomes an ideal alternative as a supplier, when information was requested, he was able to state that the process would be carried out under the international trade term by delivering the product to the port of Guayaquil ready for the customs clearance process, so its application is recommended.

.Keywords: <IMPORT PROJECT>, <CHINA (COUNTRY)>, <AGROVERDE>, <INTERNAL RETURN RATE TIR>, <NET CURRENT VALUE>.



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación tiene por objeto Diseñar un proyecto de importación y comercialización de fungicidas naturales desde China para la empresa AGROVERDE de la ciudad de Riobamba en el año 2019, en el cual se define el problema, los objetivos y justificativos.

El capítulo I se incluyeron conceptos de varios autores sobre el tema propuesto, en el marco metodológico se definieron los tipos de investigación, descriptiva, de campo y exploratoria para la obtención de información se aplicó encuestas a los empleados y los agricultores orgánico para conocer la viabilidad del tema y la demanda insatisfecha y la observación directa.

En la propuesta se define cada uno de los estudios propios para su ejecución, se elaboró la filosofía empresa, se estableció la estructura orgánica funcional, se estimó el mercado insatisfecho y a quien se dirige los productos, se identificó al proveedor y las condiciones en las que se realizara el proceso de adquisición.

En las proyecciones financieras incluyen los valores de las posibles ventas, costos y gastos que se den dentro del empresa, se elaboró el estado de resultados proyectado se calculó el VAN y TIR, finalmente se incluyó las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REDERENCIAL

1.1 Planteamiento del problema

Desde el 2013 hasta el 2016 a Ecuador ingresaron 214 764 toneladas de fungicidas, por un valor de 1 608 millones de dólares, que fueron vertidos en nuestros campos. Entre 2017 y 2018 se cuadruplicaron las toneladas de fungicidas por cada mil hectáreas, la relación de kilogramos de plaguicidas por productor fue de 6,35 kg. (Agrocalidad, 2018)

En Ecuador no existe producción nacional de fungicidas, las 86 empresas que ofertan estos productos se limitan a importar, formular o reenvasar el producto extranjero, el porcentaje de toneladas de fungicidas importados en Ecuador de acuerdo al país de origen en el año 2017 de algunos países son Alemania el 3% china 34%, México 6%, Colombia 29%, EE.UU. 6%. Esta alianza con el Estado tanto en semillas como en agroquímicos se verá cristalizada económicamente en subsidios y en programas para el agro lideradas por el MAG, como el plan semillas y otros negocios inclusivos. (Agrocalidad, 2018)

Durante el 2018 el total de las importaciones de insumos agrícolas privadas y oficiales se cifró valor C&F (costo+ flete a puerto ecuatoriano) en 621'293.500 dólares, cantidad repartida el 62% en fertilizantes, 32% en agroquímicos, 4% en semillas y 2% en bombas y equipos, de los más de \$ 200 millones que traen las empresas que formulan y distribuyen agroquímicos, el 54% correspondió a fungicidas, 24% a herbicidas, 16% a Insecticidas, 3% a nematicidas. Comparadas las cifras con las del 2017, los fungicidas aumentaron el 8%. (INIAP, 2018).

Debido al alto nivel de toxicidad de los agroquímicos, su uso en la agricultura ha tenido un negativo impacto ambiental y social, por cuanto estos productos contaminan el suelo, el agua y el aire, y afectan la salud de los agricultores que aplican dichos productos en los cultivos, y de los consumidores de los alimentos producidos con agroquímicos. De ahí nace la necesidad de motivar a los agricultores a emplear métodos alternativos al uso de plaguicidas y fertilizantes químicos.

En la provincia de Chimborazo, en el 100% de cultivos utilizan químicos con frecuencia mezclan y aplicadas en una sola fumigación. Así, cada parcela recibe más de 3 aplicaciones con 4 insecticidas o fungicidas en cada una, son aplicadas cada 10 a 20 días, dependiendo de las condiciones climáticas y de la situación económica de los agricultores. "AGROVERDE" es una

empresa dedicada a la distribución de las mejores semillas y plantas de tomate, cebolla, pimiento, sandía y hortalizas como la zanahoria Flam de la casa HAZERA SEED LTD de Israel.

En el año 2018 las importaciones fueron de 149106 dólares esto ha generado porque los agricultores han buscado alternativas para cuidar su salud y los suelos, la empresa quiere ofrecer variedades de insumos naturales para evitar las plagas en sus cultivos ya que AGROVERDE cuenta solo con diferentes tipos de fertilizantes naturales y semillas con lo que inicia del cultivo que es la siembra y con productos químicos que no son naturales.

1.1.1 *Formulación del Problema*

¿Cómo incidirá el proyecto de importación y comercialización de fungicidas naturales desde china para la empresa Agro Verde de la ciudad de Riobamba en el año 2019, para el mejoramiento productivo y desarrollo de la misma?

1.1.2 *Delimitación del Problema*

El presente trabajo de titulación, tiene los siguientes parámetros:

Área: Comercio Exterior
Campo de acción: Proyecto de importación y comercialización
Campo espacial: Empresa AGROVERDE de la ciudad de Riobamba,

1.1.3 *Sistematización del Problema*

- ¿Es factible la importación de fungicidas naturales?
- ¿La empresa Agro Verde está en capacidad de importar la cantidad necesaria de fungicidas naturales desde China?
- ¿Los fungicidas naturales es un producto potencialmente para introducir al mercado Riobambeño?

1.2 *Justificación*

1.2.1 *Justificación Teórica*

La presente investigación se ve justificada en medida de su alcance teórico pues se presenta argumentos de valor y teorías científicas comprobadas plantea mecanismos, fundamentación

científica, estudios sobre, planificación estratégica, mercados, administración, negociación internacional e importación, al largo del marco teórico, todo esto guarda relación directa de dependencia con el problema que se pretende resolver.

1.2.2 *Justificación Metodológica*

Este proyecto permitirá desarrollar un análisis sistemático de un mercado abierto para la obtención de los productos a través del cual se plantea la proyección de importar para la comercialización, es por ello que la siguiente investigación se ha propuesto aprovechar las necesidades de la empresa.

1.2.3 *Justificación Práctica*

El desarrollo de la presente investigación está centrado en la importancia de la creación de un proyecto que permita conocer y seguir los parámetros adecuados para la importación de fungicidas naturales, el mismo que tiene como fin beneficiar a la empresa dedicada a la comercialización de productos agrícolas del cantón Riobamba.

1.3 *Objetivos*

1.3.1 *Objetivos General*

Diseñar un proyecto de importación y comercialización de fungicidas naturales desde China para la empresa AGROVERDE de la ciudad de Riobamba en el año 2019, para el mejoramiento de la competitividad.

1.3.2 *Objetivos Específicos*

- Realizar un estudio de mercado que permita la identificación de la demanda y necesidades de los productores entorno a fungicidas naturales.
- Definir el proceso logístico para la importación de fungicidas naturales considerando la normativa aplicable para la empresa Agro Verde.
- Realizar la factibilidad financiera sustentado en proyecciones de ingresos, costos y gastos y el análisis del riesgo para la toma de decisiones.

1.4 Antecedentes investigativos

El tema planteado se ha ejecutado en múltiples ocasiones por lo que existen antecedentes que demuestran su ejecución:

Para (Castro Paredes & Cantos Sánchez , 2012), en su trabajo de titulación dice: “Plan de importación y Logística de comercialización del insecticida Neonicotinoide para el control de plagas en los cultivos en la provincia del guayas”

El Ecuador ha sido considerado un país Agrícola, la variedad de cultivo asegura la disponibilidad de alimentos para el consumo humano y animal, así como para la exportación para mantener los cultivos en excelentes condiciones de productividad es necesario el uso de los productos para el control de plagas como son los plaguicidas, los más utilizados son los insecticidas uno de ellos son el Endosulfan, producto que es usado en una amplia variedad de cultivos de control de plaga. Las restricciones de uso de este tipo de insecticidas organofosforada a nivel mundial y los compromisos ambientales firmados por el país a nivel internacional, las autoridades locales como Agro calidad emitan la resolución correspondiente de prohibición de uno de este insecticida por ser considerado un compuesto orgánico. El presente trabajo de investigación permitirá conocer la importancia de realizar una importación de un determinado de un insecticida y cuales son algunas de las estrategias de comercialización y logística que se pueden emplear.

Para (Castro Sotelo , 2018), en su trabajo de titulación dice: “Plan de negocio para la importación y comercialización de un fungicida en plantaciones de las ciudades de Cayambe y Tabacundo”

Según el III censo Nacional Agropecuario, la mayor parte de la superficie del cantón corresponde a cultivos transitorios y barbechos, seguido por pastos naturales y finalmente montes y bosques, los cuales abarcan una superficie de 10501ha, mientras que el resto de cantón corresponde a otras coberturas, el motivo de la presente investigación es minimizar la cantidad de las enfermedades presentes en la planta de rosas y fresales, cebollines, berenjenas, pimiento, leguminosas. Puesto que ataca al hongo de las botitas, Esclerotinia en 4 momentos diferentes de su desarrollo biológico que inhibe la germinación de las esporas en el momento del crecimiento del tubo germinativo y no sufra ningún tipo de enfermedad para su posterior florecimiento, la factibilidad de venta dentro del proceso de importación de molécula llamada Switch y podemos llegar a encontrar un mejor precio para obtener un diferenciador y con el fin de comercializar en presentaciones de 500g y 1000 g.

Para (Hidalgo Dávila , 2017) En su trabajo de titulación dice: “La situación actual de la sustitución de insumos agroquímicos por productos biológicos como estrategia en la producción agrícola”

La agricultura atraviesa una crisis nivel mundial, la productividad y sostenibilidad son dos factores, que los agricultores están desafiando para producir mayores alimentos y preservar el ambiente, y la salud de los seres vivos, los países desarrollados necesitan adoptar nuevas alternativas productivas, que mejoren la calidad de los alimentos, y su vez conserven el ambiente, y el entorno de los ecosistemas, En la actualidad, los agricultores utilizan agroquímicos, productos necesarios para el control de plagas y enfermedades pero el abuso y mal uso de estos productos, han provocado una serie de problemas agronómicos, uno de los factores climáticos y otras transformaciones por las que está atravesando la agricultura, generó que surja la industria de insumos biológicos, productos amigables con el ambiente y salud de los humanos. Estos productos poseen características y modos de acción que ayudan a controlar las plagas y enfermedades con menos riegos que la utilización de pesticidas por lo cual causaba pérdida de nutrientes del suelo, salinización, resistencia de plagas, entre otros factores, reduciendo la productividad y rentabilidad en los cultivos.

Dentro de los antecedentes incluidos tenemos los siguientes:

Los plaguicidas ofertados en Ecuador, de acuerdo con Agro calidad, provienen de 48 países, 5 de ellos producen el 70% de los plaguicidas importados y concentran el 74% del valor de esta importación. Nuestro nivel de intercambio comercial con China en los últimos años se ha consolidado tanto que junto con Colombia son nuestros principales socios comerciales en lo que respecta a plaguicidas. Este nivel de intercambio está asociado a la crisis del 2009 donde se consolidaron las potencias emergentes como China, India y Rusia, así que el alto nivel de intercambio no solo se relaciona con Ecuador sino que es creciente en toda América Latina. (MAGAP, 2016)

Sobre los insumos provenientes de Francia, Alemania y de otros países de la UE es necesario señalar que muchos de los ingredientes activos que estos países exportan tanto a Ecuador como a otros países del Sur global no son permitidos dentro de su territorio por ser altamente peligrosos aun cuando por el valor de importación Colombia destaca sobre los demás, al medir en toneladas métricas, la balanza se inclina hacia China; este país oferta plaguicidas mucho más baratos que en otros países, entre otros factores porque exporta productos genéricos de ingredientes activos cuya patente ha caducado, como es el caso del glifosato o el mancozeb. (CARRASCO, 2017)

1.5 Fundamentación teórica

1.5.1 Proyecto

Para (Flórez, 2015), dice: es un instrumento de decisión que determina si es rentable, se podrá implementar, y si no, deberá abandonarse. Sin embargo, debe tenerse presente que una propuesta técnicamente realizada, habrá de servir como una herramienta que oriente la toma de una decisión y no como una opción definitiva de “si es rentable se implementa y si no se descarta”, dado que existen casos en que por estrategia de mercado es indispensable llevar a la ejecución un plan de negocio que en su estudio no es rentable pero que es indispensables mantenerlo presente en el mercado como una estrategia de comercialización de otros posibles productos. (págs. 37 - 38)

Es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar de manera sistemática conjunto de datos para luego obtener resultados que se desean con el fin de satisfacer las necesidades. (Sapag Chain, 2016)

Es una herramienta básica para satisfacer necesidades que sirve para orientar a las personas a la toma de buenas decisiones y de esta forma ejecutar de una manera indispensable, recolectando, creando analizando los datos para ver la mejor opción definitiva si es factible y si no se le descarta.

1.5.2 Etapas de un proyecto

Teniendo en cuenta las actividades a realizar durante las diferentes fases correspondientes al ciclo de vida de un proyecto,

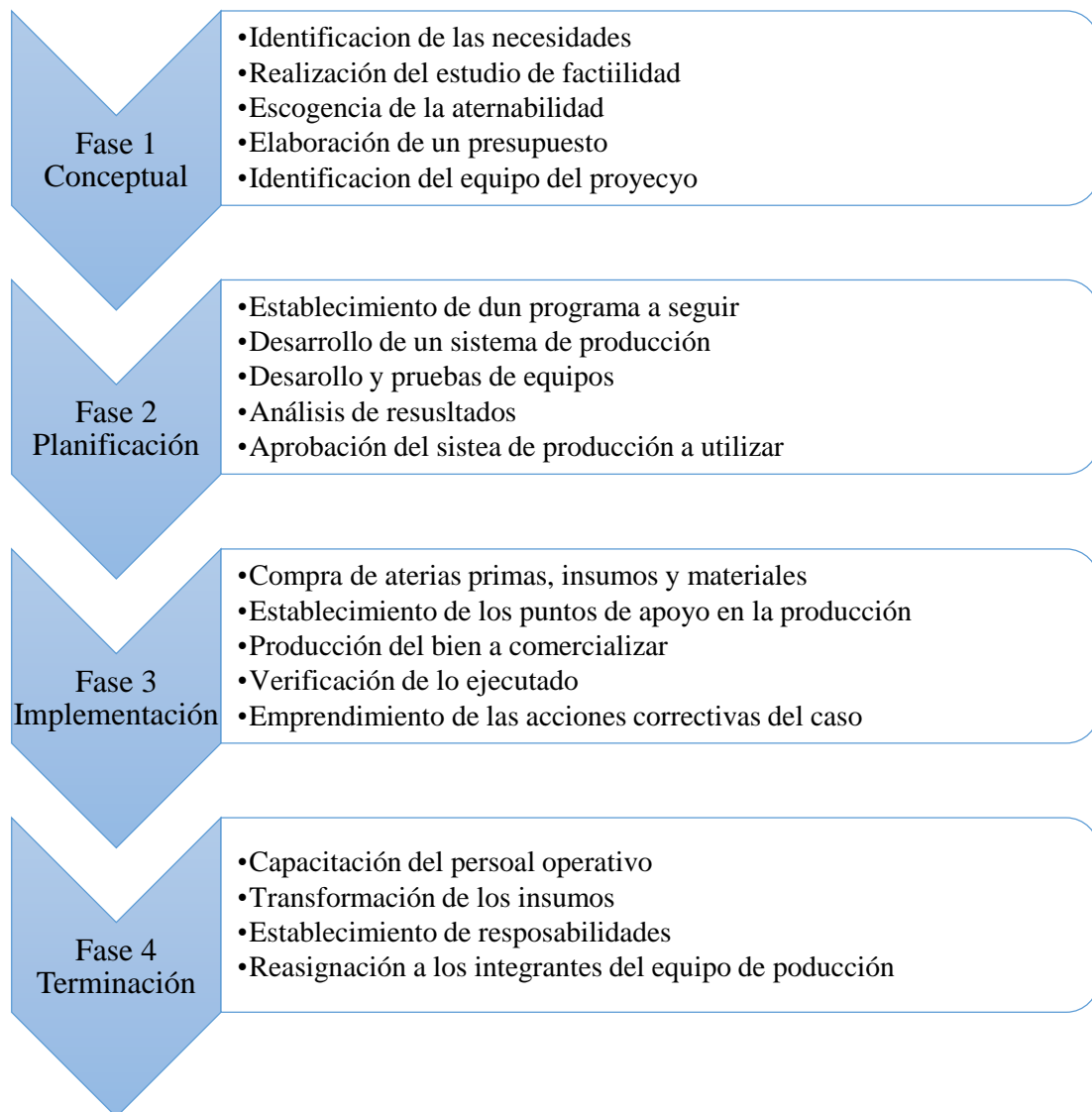


Figura 1-1: Etapas de un Proyecto
 Elaborado por: Romero G. (2020)
 Fuente: (Flórez, 2015)

1.5.3 Viabilidad de un proyecto

Para (Flórez, 2015), dice: Se entiende por viabilidad la posibilidad de desarrollar un plan de negocio. En la evaluación de un proyecto deberá estudiarse las siguientes viabilidades:

- **Viabilidad técnica:** determina si física y materialmente, con la maquinaria, el equipo y la tecnología a aplicar, se puede desarrollar el plan de negocio.
- **Viabilidad legal:** se refiere al análisis y determinación de los aspectos legales que afectan la instalación y operación del plan de negocio
- **Viabilidad financiera** (o económica): buscar definir, mediante la aplicación de criterios financieros y económicos, si el plan de negocio es recomendable desde el punto de vista de rentabilidad.

- **Viabilidad Social:** determina si con la puesta en marcha del plan de negocio, cuales son los beneficios que traen para los inversionistas, para sus trabajadores, para la comunidad y para el país.
- **Viabilidad medio ambiental:** por la forma como se ha venido afectando ecológicamente el planeta, las instituciones gubernamentales se han venido preocupado por implementar normas que protejan de cierta forma, el medio ambiente de la región (págs. 47-48)

La viabilidad de un proyecto es el desarrollo de un plan negocio donde que se va midiendo por varios factores tanto en lo financiero, social, medio ambiental, todos estos elementos son necesarios para realizar la evaluación de un proyecto.

1.5.4 *Mercado*

Para tener más claro sobre que es el mercado nos enfocamos en el contexto del comercio.

“El mercado es el conjunto de actos de compra y venta asociados a un producto o servicio concreto en un momento del tiempo, sin que haya ninguna referencia de espacio” (Garcia, 2017)

Para (Flórez, 2015), dice: Es el sitio donde convergen las fuerzas de la oferta y de la demanda de un producto y/o servicio. La empresa deberá identificar cuáles son las características que conforman el mercado al cual dirigirá su oferta, teniendo en cuentas aspectos como: ubicación geográfica, tamaño del mercado (en unidades y en unidad monetaria), porcentaje de crecimiento anual del mercado, quienes conforman la competencia, identificación del segmento del mercado objeto del producto y/o servicio y el establecimiento de un orden cronológico en el que se va a entrar en el mercado. (pág. 99)

Un mercado es un espacio donde se puede comercializar, basándose en la oferta y en la demanda de un producto o servicio para satisfacer las necesidades de los clientes a través de los gustos, preferencias, modas y precios.

1.5.5 *Tipos de Mercado*

Toda empresa tiene identificado geográficamente su mercado los cuales pueden ser:

- Local: Es el más reducido en su clasificación, abarca los consumidores del perímetro municipal o provincial.
- Regional: Es un poco más amplio que el local anterior.

- Mercado nacional: Es el caso que se da cuando los compradores potenciales se extienden por todo el país cuya distribución abarca el país.
- Mercado internacional: Cuando una empresa extiende su actividad por diversos países. Mediante la exportación o bajo las figuras de franquicias, transnacionales.
- Mercado global: Se origina con el fenómeno de la globalización, las empresas extienden sus operaciones por todo el mundo, similar a las internacionales bajo la imagen de transnacionales o franquicias. (Riquelme, 2019)

Para la importación de fungicidas naturales desde china para cubrir las necesidades de la demanda de Riobamba utilizaremos el mercado internacional en función al concepto que este mercado tiene y se acopla a nuestras necesidades para realizar nuestro proyecto de importación.

1.5.6 Estudio de Mercado

Estudio de Mercado, es un conjunto de acciones sistematizadas para aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda de los consumidores, ello mediante el conocimiento de respuesta del mercado, proveedores y competencia ante un producto o servicio, analizando la oferta y demanda, así como los precios y canales de distribución. (HUERTA ARGUEZ, 2016)

Un estudio de mercado es la recopilación de datos que permitan tomar decisiones de un producto o servicio ya sea nuevo o ya este posesionado en el mercado para realizar mejoras para estar siempre delante de la competencia y ser más competitivos en el mercado.

1.5.7 Tipos de estudio de Mercado

Los tipos de estudios de mercado pueden ser cualitativos y cuantitativos:

- **Estudios cualitativos:** Se utilizan entrevistas individuales o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y tendencias de una población determinada, con el fin de brindar una descripción completa y detallada del tema de investigación. Los datos obtenidos son muy valiosos, dado que sirven como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones.
- **Estudios cuantitativos:** Se centra más en el conteo y clasificación de características, en la construcción de modelos estadísticos y cifras para explicar lo que se observa, permitiendo investigar cuántas personas asumen cierta actitud. Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia. (HUERTA ARGUEZ, 2016)

Dentro de los tipos de estudio de mercado expuestos anteriormente el tipo de estudio que se va a escoger para la importación de fungicidas naturales desde china es el estudio cuantitativo, porque nos permitirá conocer a través de las encuestas cuáles son sus necesidades, preferencias y lo más importante que esta información se podrá determinar la demanda insatisfecha que existe en nuestro mercado objetivo (Riobamba).

1.5.8 Estudio Técnico

El estudio técnico consiste en la selección de los medios de producción, así como de la organización de la actividad productiva, e implica los requerimientos de materias primas e insumos

Su objetivo básico es demostrar la viabilidad del proyecto, justificando seleccionar la mejor alternativa para abastecer el mercado de acuerdo con las restricciones de recursos, ubicación y tecnologías accesibles. (Rodríguez Aranday, 2017)

Para (Flórez, 2015), dice: El estudio de la ingeniería en el proyecto abarca la descripción técnica del producto, su incidencia ambiental, la escogencia del proceso de producción, instalaciones, maquinarias y equipos e insumos a utilizar en la elaboración del producto. También es necesario evaluar una serie de aspectos que afectan de una u otra forma su localización (pág. 179)

El estudio técnico consiste en los procesos de producción de una empresa basada en la selección para la elaboración de un producto o servicio donde que abarca recursos, tecnología, insumos, materia prima.

Tres aspectos fundamentales del estudio técnico



Figura 2-1: Aspectos del estudio técnico

Elaborado por: Romero G. (2020)

Fuente: (Rodríguez Aranday, 2017)

1.5.9 Estudio Organizacional

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación. (Rojas, 2014)

El estudio organizacional busca conocer a fondo cada parte de la empresa lo que está realmente sucediendo a través de las fortalezas, debilidades con el fin de definir un buen manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento.

1.5.10 Estudio Financiero

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Federico, 2019)

Para (Flórez, 2015), dice: Busca fijar los conceptos necesarios para la realización del presupuesto de inversión identificando los principales rubros que componen el activo, pasivo y patrimonio, en el caso del balance general; los ingresos operacionales y no operacionales, los costos de producción, de ventas y gastos operativos, en el caso del estado de resultados; y las entradas y salidas de dinero, en el caso de flujo de caja. Teniendo claro los conceptos antes mencionado, facilitara la elaboración de los pronósticos que permitan la elaboración de los estados financieros antes descritos y la cuantificación aproximada de inversión a realizar. (pág. 207)

El estudio financiero es una de las partes más importantes de un proyecto de inversión o un emprendimiento el cual se puede verificar paso a paso las inversiones, los balances, los ingresos operacionales y no operacionales, las entradas y salidas de dinero con el fin de facilitar la elaboración de los estados financieros.

1.5.11 Elementos del estudio financiero de un proyecto

Durante la elaboración del estudio financiero debemos tener claros algunos componentes que serán necesarios para elaborar el estudio financiero a continuación daremos a conocer cuáles son:

- Ingresos
- Costos
- Gastos de administración
- Gastos de venta
- Gastos financieros
- Plan de inversión
- Balance de apertura
- Balance general proyectado
- Flujo Neto de efectivo
- Costo de capital
- Valor actual neto (VAN)
- TIR o Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad

1.5.12 Balance general proyectado

Para (Ortiz Anaya , 2018), dice: Muestra la posición financiera esperada al finalizar cada período pronosticado. Por lo general las empresas realizan proyecciones para el siguiente año, pero cuando se presentan proyectos de inversión a largo plazo se proyectan los estados financieros para los futuros cinco o diez años. Los estados pro forma son de gran utilidad tanto para el analista interno como para el externo, y se deben comparar con los estados históricos para evaluar su grado de exactitud y posibilidad de cumplimiento. (pág. 59)

El balance general proyectado se realiza al finalizar cada periodo que se ha propuesto en cada una de las empresas, se desarrolla a través de proyecciones para el año siguiente y sirven de gran ayuda para ver cómo se va dando el cumplimiento la posición financiera en comparación de años anteriores y de esta manera poder evaluar nuestra empresa con exactitud.

1.5.13 Valor actual neto (VAN)

Para (Brotons , 2017), dice: El VAN puede definirse como la suma de todos los flujos de caja asociados a un proyecto de inversión (desembolso por la inversión inicial y posterior y flujos de cada caja asociados al mismo) actualizados a una tasa de descuento.

El valor actual neto se utiliza para determinar la viabilidad de los proyectos de inversión. Permite obtener el valor actual de todos los flujos de caja y decidir la conveniencia de llevar a cabo dichos proyectos en función del resultado obtenido. En general, se decide llevar a cabo el proyecto de inversión si resulta un VAN positivo. (págs. 17-18)

El valor actual neto es la suma de todos los flujos de caja acompañada de una tasa de descuento y sirve para medir la viabilidad del proyecto a través de los resultados si es positivo se toma la mejor decisión para continuar con el proyecto.

1.5.14 *TIR o Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad*

Para (Cano Morales , 2017), dice: Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico. (pág. 269)

Tasa Interna de Retorno es una parte fundamental para el proyecto financiero o emprendimiento que se expresa en porcentajes en la cual la tasa se debe igualar a cero.

1.5.15 *Estudio Administrativo*

“Se trata de averiguar y describir cómo se va a organizar el proyecto. Desde su planificación estratégica hasta la estructura organizacional del mismo, pasando por la legalidad, fiscalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento” (sinnaps, 2019)

El estudio Administrativo consiste en la organización del proyecto pasando varios procesos sistematizados de una manera ordenada con el fin de obtener la legalidad, fiscalidad, aspectos laborales y estrategias de reclutamiento para poner en marcha el proyecto.

1.5.16 *Elementos de un Estudio Administrativo*

Para llevar un estudio administrativo debemos tener claros los elementos que son esenciales para poder realizar un proyecto a continuación presentaremos cada uno de ellos:

- Planeación Estratégica
- Misión y Visión del Proyecto
- Objetivos
- Políticas y procedimientos para la toma de decisiones
- Estrategias para alcanzar el objetivo principal
- Valores y Cultura Organizacional
- Evaluación del proyecto

- Organigramas de jerarquía
- Marco legal
- Aspectos ecológicos y medioambientales

1.5.17 *Planeación estratégica*

Para (Raquel & Sebas, 2016) dice: El pensamiento estratégico es el punto de partida para la toma de decisiones estratégicas. Implica pensar racionalmente, es decir, pensar cuidadosamente antes de actuar, realizar un análisis de la situación, conocer las limitaciones, conocer el oponente y ser consciente de los objetivos. El pensamiento estratégico es un proceso de reflexión que nos ayuda a alcanzar una ventaja competitiva. (pág. 51)

La planeación estratégica es un elemento primordial para la toma de decisiones para una empresa, se tiene que analizar cuidadosamente cada proceso, conociendo los riesgos, las limitaciones, las debilidades del oponente y de esta manera alcanzar la competitividad necesaria.

1.5.18 *Misión*

Para (Raquel & Sebas, 2016) dice: Es el punto inicial, es la clave de un negocio. Define él porque y para que existe una organización, es decir, a que se dedica la empresa.

Es la razón de ser de una empresa, esencial para elaborar el plan estratégico, donde se realizará un diagnóstico de la situación y se formularán objetivos y estrategias, para diferenciarse del resto de compañías del sector. (pág. 54)

La misión es uno de los elementos claves para la creación de un negocio porque se conoce a que se dedica la empresa, lo más esencial para la elaboración del plan estratégico para poder formular los objetivos, estrategias de la cual se puede diferenciar de las demás empresas.

1.5.19 *Visión*

Para (Raquel & Sebas, 2016) dice. Es el estado futuro deseado para la organización. Se trata de la aspiración que tiene la empresa, así como la misión define lo que soy (el hoy), la visión define lo que quiero ser (el mañana). Nos permite pensar en lo que queremos ser y aun no somos. (pág. 56)

La visión es muy importante para la empresa porque nos ayuda a ver el más allá de lo que queremos alcanzar y de esta forma alcanzar las metas y los objetivos que nos proponemos al momento de comenzar nuestro proyecto.

1.5.20 *Objetivo*

Para (Raquel & Sebas, 2016) dice: son metas específicas, medibles y controlables, por lo que facilitan su consecución.

Mientras más precisa sea nuestra medición más posibilidades tendremos de:

- Asegurarnos de estar obteniendo objetivos adecuados y válidos.
- Seleccionar correctamente entre los posibles medios a fin de conseguir trasladarnos desde donde estamos hasta donde deseamos estar.
- Ayudarnos a confirmar nuestro progreso y resultados. (pág. 58)

Los objetivos es uno de los elementos que nos ayuda en cualquier proyecto, emprendimiento a generar metas claras y precisas de lo que queremos alcanzar en determinado tiempo ya sea largo o corto tomando en cuenta que los objetivos son medibles y contables.

1.5.21 *Estrategia*

Para (Raquel & Sebas, 2016) dice: la estrategia es la dirección y el alcance de una organización a largo plazo que permite lograr una ventaja en un entorno cambiante mediante la configuración de sus recursos y competencias, con el fin de satisfacer las expectativas de las partes interesadas. (pág. 58)

La estrategia es la que permite ser competitivos ante nuestra competencia en un entorno cada vez cambiante, mediante recursos que faciliten satisfacer las necesidades de las personas para alcanzar ser mejores y siempre estar un paso adelante-

1.5.22 *Comercio exterior*

Para (Coll Tor, 2015), dice: El comercio exterior es sinónimo de importación o de exportación entre países distintos. Sin embargo, en la actualidad, debido al desarrollo de las necesidades logísticas, además de lo citado existen otras posibilidades, como las siguientes:

- Mercancías situadas en un área económica, fiscal exenta también conocida como zona franca de extensión variable.
- Mercancías introducidas en un área económico, fiscal exenta y sometidas a transformación
- Mercancías introducidas en un área económico fiscal exenta con las características fiscales de almacén (pág. 14)

El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios entre países globalizados ya sea una importación o una exportación teniendo cuenta los acuerdos comerciales que se tengan entre sí, para disminuir impuestos y aranceles.

1.5.23 Incoterms

Para (Vera Lopéz , 2015), dice: Son las reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales, es de aceptación voluntaria por las partes, es decir no son bajo ningún concepto un esquema jurídico obligatorio. Su principal ventaja consiste tener simplificadas mediante denominaciones normalizadas las condiciones a cumplir por las partes. (pág. 6)

Los incoterms son términos internacionales comerciales que se dan entre el comprador y el vendedor sin ninguna obligación alguna, la principal ventaja de los términos comerciales es simplificar de la mejor manera los tiempos y costos de la mercancía que se exportada o importada.

Los incoterms se agrupan en dos clases:

Multimodales pueden usarse para cualquier medio de transporte sea terrestre, aéreo, marítimo son:

- **EXW (Ex Works)**

Para (Vera Lopéz , 2015), dice: “La entrega de la mercancía se realizará en el lugar de la fábrica o almacén del vendedor acordado, pero sin efectuar su carga toda la responsabilidad tiene el comprador.” (pág. 11)

El EXW (ex Works) este término comercial internacional se realiza en el lugar de fábrica el vendedor entrega la mercancía al comprador en la fábrica toda la responsabilidad es del comprador.

- **FCA (Free Carrier to)**

Para (Vera López , 2015), dice: “incluye carga y transporte interior el vendedor correrá con todos los gastos y riesgos hasta que la mercancía sea entregada en el punto acordado al transportista o transitorio contratado por el comprador.” (pág. 13)

El termino FCA comprende lo que es el transporte terrestre que lleva la mercancía al puerto convenido para las dos partes en este término el corre con todos los gastos y riesgos es el vendedor hasta que la mercancía se ha entregada en el punto acorado entre el comprador y el vendedor.

- **CPT (Carriage Paid to)**

Para (Vera López , 2015), dice: “Este término es, en el fondo una generalización del CFR, aplicable a cualquier medio de transporte, por lo que el vendedor para hasta el destino y los gastos de descarga”. (pág. 15)

CPT este término se caracteriza por utilizarse en todos los transportes sea marítimo, aéreo, terrestre; la responsabilidad de la mercancía está en el vendedor hasta dejar en el punto final para que el comprador corra su responsabilidad una vez que la mercancía esta descargada.

- **CIP (Carriage and Insurance Paid to)**

Para (Vera López , 2015), dice: “(transporte y seguro pagados hasta) Análogamente el caso anterior, este término es una generalización del CIF marítimo, aplicado a cualquier medio de transporte por la que la transferencia de la mercancía lo cubre el vendedor hasta llegar a su destino.” (pág. 17)

CIP es un término comercial internacional que lo utiliza tanto para el comprador y el vendedor para el intercambio de mercancías con el pago del transporte y un seguro hasta el destino que se haya acordado entre las dos partes.

- **DAP (Delivered at Place)**

Para (García Mallo, 2015), dice: Este término es otra novedad de la última revisión. Supone que el exportador entrega la mercancía una vez sea puesto a disposición del importador en el lugar convenido, en el momento previo a su descarga. El exportador asumirá los costes de descarga de la mercancía en el lugar de destino, salvo que las partes hayan acordado otra cosa. (pág. 204)

DAP este término significa que el vendedor se encarga de todo al momento de realizar la exportación hasta llegar al lugar de destino acordado entre las dos partes, el vendedor corre los riesgos de la mercancía hasta el momento que ya llega la mercancía a las manos del comprador.

- **DAT (Delivered at terminal)**

Para (García Mallo, 2015), dice: Entrega en terminal es un término de nueva inclusión en la última revisión de 2010, en el que, tras la descarga de la mercancía, la entrega se produce con su puesta a disposición del importador en la terminal, puerto o lugar de destino pactado. (pág. 202)

DAT este término significa que la mercancía será entregada en el puerto o terminal que se haya acordado entre las dos partes corriendo el riesgo el vendedor.

- **DDP (Delivered Duties Paid)**

Para (Doyle; Fryer, 2019), dice: El vendedor asume todos los costos y riesgos ocasionados al transportar las mercancías has el lugar de destino acordado, incluso los trámites aduaneros y el pago de los trámites, derechos de aduanas, impuestos y otras cargas para importación del país de destino.

El termino DDP se refiere que la mercancía llega al lugar de destino final del comprador, en este término el que corre los gastos y los riesgos es el vendedor ya que se encarga del pago de transportes, documentación necesaria para que llegue la mercancía en el punto acordado esto ya sea en la fábrica o almacén del comprador. (pág. 450)

Marítimos (de uso exclusivo para transportes marítimos) son:

- **CFR (Coat and Freight)**

Para (Doyle; Fryer, 2019), dice: El vendedor cumple con su obligación de entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Indica que en la cotización de precios del vendedor se incluye el transporte de la mercancía hasta cualquier puerto nombrado por el comprador para su descarga. El vendedor consigue la autorización aduanera para la exportación de los bienes y el comprador asume los riesgos (el pago de los seguros) y los costos cuando la mercancía se descarga en el puerto de destino. La sigla se usa para el transporte marítimo y las vías navegables interiores. La abreviatura va seguida del nombre del puerto de destino convenido. (pág. 450)

CFR es uno de los términos más utilizados para la exportación como para la importación de las mercancías ya que nos ayuda a dejar en el puerto para su respectiva descarga y exportación, realizando el vendedor la autorización aduanera para la exportación de mercancías y el comprador es quien asume todos los riesgos, pagos de seguros, pagos de descarga en el puerto acordado.

- **CIF (Cost, Insurance and Freight)**

Para (Doyle; Fryer, 2019), dice: El vendedor tiene las mismas obligaciones que para CFR, más la obligación de conseguir los seguros marítimos mínimos para proteger las mercancías contra pérdidas y daños durante el transporté. La abreviatura va seguida del nombre del puerto de destino convenido

CIF el término se refiere a los pagos de transportes, seguros en caso de pérdidas o daños de la mercancía también incluye el pago del flete, esto varía dependiendo de la distancia de los puertos. (pág. 450)

- **FAS Free alongside ship)**

Para (Doyle; Fryer, 2019), dice: El vendedor cumple con su obligación de entrega al colocar la mercancía al costado /lado de un buque o vapor en el muelle de un puerto estipulado. A partir de ese momento, el comprador asume todos los costos y riesgos de transporte. El vendedor se hace responsable de conseguir la autorización aduanera para la exportación de los bienes. La abreviatura va seguida del nombre puerto de carga/embarque convenido. (pág. 450)

FAS este término significa que la mercancía esta al costado del buque el comprador realiza un acuerdo con el vendedor que la mercancía que se adquirido el comprador le debe dejar al costado del buque libre de toda documentación para luego el comprador realizar la respectiva documentación para embarcarle al buque y llegar al punto de destino.

- **FOB (Free on board)**

Para (Vera Lopéz , 2015), dice: la transferencia de gastos y responsabilidades el vendedor al comprador se realizará al momento en que la mercancía es cargada a bordo del buque, este término solo se usa para para el transporte marítimo (pág. 25)

El termino FOB se da entre el comprador y el vendedor cuando la mercancía llega al buque ya para subir a bordo, este término se da solo para el transporte marítimo y también se puede utilizar para la mercadería a granel.

1.5.24 Importación

Las importaciones son el conjunto de bienes y servicios comprados por un país en territorio extranjero para su utilización en territorio nacional. Junto con las exportaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional. (Kiziryan, 2014)

Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del RÉGIMEN DE IMPORTACION al que se haya sido declarado. (Senae, 2017)

Es la entrada de bienes y servicios de una frontera a otra con un pago de aranceles siempre cumpliendo las normativas del país que ingrese los bienes y servicios que se compren, dependiendo la clase de mercancía o servicios se cobrara los aranceles.

1.5.25 Regímenes de importación

- **Importación para el consumo (Régimen 10)**

Es el régimen aduanero de ingreso definitivo de mercancías al país, cuyos procedimientos para su aplicación serán establecidos por el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Las mercancías ingresadas bajo este régimen podrán circular libremente en el Territorio ecuatoriano una vez satisfecha la obligación tributaria aduanera. Art. 120 del Reglamento al Copci. (Senae , 2011)

Este régimen es la entrada de las mercancías definitivas que se utiliza para el consumo de un país, cumpliendo las obligaciones y normativas que son establecidas por el órgano mayor de control (Servicio Nacional del Ecuador) las mercancías importadas que ya estén libres de toda documentación requerida podrá libremente estar en el territorio Nacional.

- **Admisión temporal para reexportación en el mismo estado (Régimen 20)**

Es el régimen especial aduanero a través del cual se puede introducir mercancías al territorio ecuatoriano, para ser utilizadas en un fin determinado, con suspensión total o parcial de los

derechos e impuestos a la importación. Las mercancías importadas a este régimen deberán ser individualizadas y susceptibles de identificación, sometidas por ley a aforo físico. Art. 123 del Reglamento al Copci. (Senae , 2011)

La admisión temporal para reexportación en el mismo estado es el régimen que nos permite ingresar mercancías a un determinado país, para ser manipuladas con una finalidad. Al momento de que ingrese las mercancías al país que se está importando se aplicara la suspensión de todo o parcial de los impuestos de importación.

- **Reimportación en el mismo estado (Régimen 32)**

Es el régimen aduanero que permite la importación para el consumo con exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos aplicables, de las mercancías que han sido exportadas de manera definitiva.

Condiciones: La mercancía debe ser la misma que se exportó y no haberse sometido a ningún tipo de transformación en el extranjero, contar con el certificado de origen y deberá estar consignada a nombre de quién realizó la exportación a consumo. (Art. 121 del Reglamento al Copci).

Plazo: La reimportación deberá ser realizada dentro de un año contado desde la fecha de embarque de la exportación a consumo. Art. 122 del Reglamento al Copci. (Senae , 2011)

La reimportación en el mismo estado es un régimen aduanero que se puede consumir sin pagar los impuestos que exige la Senae, pero siempre deberá cumplir con los requisitos que rige el mayor órgano de control, señalando quien realizo la respectiva exportación de la mercancía, siempre y cuando no sufra ningún cambio, con un plazo de un año desde que la mercancía ha sido embarcada.

- **Reposición con franquicia arancelaria (Régimen 11)**

Es el régimen aduanero que permite importar con exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos con excepción de las tasas aplicables, mercancías idénticas o similares por su especie, calidad y sus características técnicas a aquellas nacionalizadas y que hayan sido utilizadas para obtener las mercancías exportadas previamente con carácter definitivo.

Condiciones.- a) Que el solicitante del régimen se encuentre domiciliado dentro del territorio aduanero ecuatoriano; b) Que los productos que ingresaron al país no registren cambios en su

condición, características fundamentales o estado al momento de su exportación definitiva; c) Que sea posible determinar que los productos que ingresan al país bajo este régimen, son idénticos o similares a aquellos que se importaron para el consumo, y que fueron incorporados en los productos previamente exportados definitivamente; y, d) Que previo a la exportación de los bienes que incorporen productos importados a consumo, se haya obtenido el certificado de reposición, en los términos y condiciones previstos para el efecto. (Art. 140 de Reglamento al Copci).

Plazo: Para acogerse a los beneficios del régimen de Reposición de mercancías con Franquicia Arancelaria, la Declaración Aduanera de mercancías de exportación de los productos compensadores deberá presentarse dentro del plazo de un año que se computará a partir de la fecha del levante de las mercancías importadas para el consumo. La declaración al régimen de reposición con franquicia arancelaria mediante la que los bienes ingresen al país deberá ser presentada dentro de los seis meses posteriores al embarque de las mercancías exportadas definitivamente. Art. 143 de Reglamento al Copci. (Senae , 2011)

La reposición con franquicia arancelaria es un régimen que permite la importación sin el pago de impuestos, las mercancías que llegan al país deben ser idénticas o similares a los productos que ya ingresaron para el consumo nacional y que ya estén definitivamente exportadas, dentro de un plazo de un año tomando en cuenta desde la fecha que ya se embarcado.

- **Depósitos aduaneros (Régimen 70)**

El Depósito Aduanero es un régimen especial aduanero, mediante el cual las mercancías importadas son almacenadas por un periodo determinado sin el pago de derechos e impuestos y recargos aplicables; y, podrá ser público o privado. Los depósitos aduaneros privados estarán destinados al uso exclusivo de su titular. Los depósitos aduaneros públicos podrán almacenar mercancías de propiedad de terceros. Plazo: Un año, Art. 146 de Reglamento al Copci. (Senae , 2011)

Los depósitos aduaneros es un régimen que comprenden todas las mercancías importadas para luego ponerlas en un espacio de la aduana con un determinado lapso de tiempo sin realizar ningún pago de los impuestos que otorga la Seane al momento de importar una mercancía al Ecuador

- **Regímenes de transformación**

Admisión temporal para perfeccionamiento activo (Régimen 21)

El Régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo es un régimen aduanero a través del cual se puede introducir mercancías al territorio ecuatoriano, para ser sometidas a un proceso de perfeccionamiento, siempre que cumpla con cualquiera de estos fines: a) Transformación; b) Elaboración de nuevas mercancías, aún inclusive en caso de montaje, incorporación ensamblaje y adaptación a otras mercancías; c) Reparación, restauración o acondicionamiento; o, d) Cumplimiento de programas de maquila autorizados por la autoridad competente. Art. 131 del Reglamento al Copci.

Plazo: Un año con opción a prórroga una sola vez por el período igual autorizado Art. 136 del Reglamento al Copci. (Senae , 2011)

La admisión temporal para perfeccionamiento activo es un régimen muy importante para que las personas naturales o jurídicas puedan importar las mercancías al territorio Nacional, cumpliendo con algunos parámetros de este régimen que son: la transformación, la elaboración, reparación, restauración o el programa de maquila autorizados por la autoridad competente.

- **Transformación bajo control aduanero (Régimen 72)**

Es el régimen especial aduanero que permite introducir al país mercancías, con suspensión del pago de tributos al comercio exterior, para someterlas a operaciones que modifiquen su especie o estado. Bajo este régimen podrán ingresar todo tipo de mercancías susceptibles de ser transformadas, incluso aquellas que se consideren de prohibida importación. Las mercancías de prohibida importación que ingresen bajo este régimen especial, deberán estar destinadas a procesos de transformación, cuyo producto resultante no podrá mantener la característica de prohibida importación, en los casos en que esta se pretenda importar para el consumo. (Art. 150 del Reglamento al Copci).

Plazo: Máximo seis meses, contado a partir del momento del levante de la mercancía o su aceptación de cambio a este régimen especial. Cuando la autorización se haya otorgado por un plazo inferior al máximo establecido en el presente inciso, se podrá solicitar las prórrogas requeridas, siempre que en su totalidad no superen los seis meses de permanencia en el país. Art. 154 del Reglamento al Copci. (Senae , 2011)

La transformación bajo control aduanero es un régimen específico que nos permite importar al territorio nacional, sin el pago de los impuestos de los aranceles que otorga la Senae, podrán ingresar mercancías que solo sean sometidas a un proceso de transformación, modificación, restauración.

- **Almacén especial (Régimen 75)**

Es el régimen especial aduanero que permite almacenar mercancías destinadas al aprovisionamiento, reparación y mantenimiento de naves, aeronaves y unidades de carga destinadas para la prestación del servicio público de transporte de pasajeros y carga, libre de todo tributo al comercio exterior. Bajo este régimen podrán ingresar repuestos, partes, piezas y provisiones destinados a reparación, aprovisionamiento y mantenimiento de medios de transportes y unidades de carga. Art. 181 del Reglamento al Copci. Plazo: 5 años Art. 185 del Reglamento al Copci. (Senae , 2011)

El almacén especial es el régimen específico que ayuda almacenar las mercancías de provisión que son destinadas a la reparación y mantenimiento de naves o aeronaves que prestan servicios de transporte público o de carga dentro del territorio nacional.

1.5.26 Principios de importación

En el Comercio Internacional existen tres principios que son:

- Un impuesto a las importaciones es un impuesto a las exportaciones: en el comercio internacional siempre va a existir el debate entre el proteccionismo y el libre comercio, los gobiernos han optado por aranceles u otras barreras burocráticas para impedir los productos importados para sí proteger el mercado interno y de esta manera ayudar a los productores locales que fabriquen productos que se comprarían en el extranjero.
- Las empresas también son consumidoras: Adam Smith sostenía que el consumo es el único fin de toda producción; y los intereses de los productores deben ser atendidos solo hasta el punto en que sea necesario para promover el de los consumidores.

Pero en el sistema mercantilista, el interés del consumidor casi constantemente se ve sacrificado por el del productor, y parece que se considera a la producción, y no al consumo, como el fin último y objeto de toda industria y comercio. (Carrino, 2018)

- Los desequilibrios comerciales dependen de los flujos de capitales: La cuenta corriente refleja el total del comercio de mercancías y servicios. La cuenta capital y financiera refleja todas las transacciones de activos entre países, dado que la Balanza de Pagos siempre balancea, un país que tiene un déficit de cuenta corriente, debe tener también un superávit en la cuenta capital, es decir que si uno compra más mercancías de las que vende, entonces por otro lado estará vendiendo más activos de los que compra. (Carrino, 2018)

1.5.27 Proceso operativo de importación

Para importar fungicidas naturales desde china se deberá cumplir con los siguientes procesos:
(Senae, 2017)

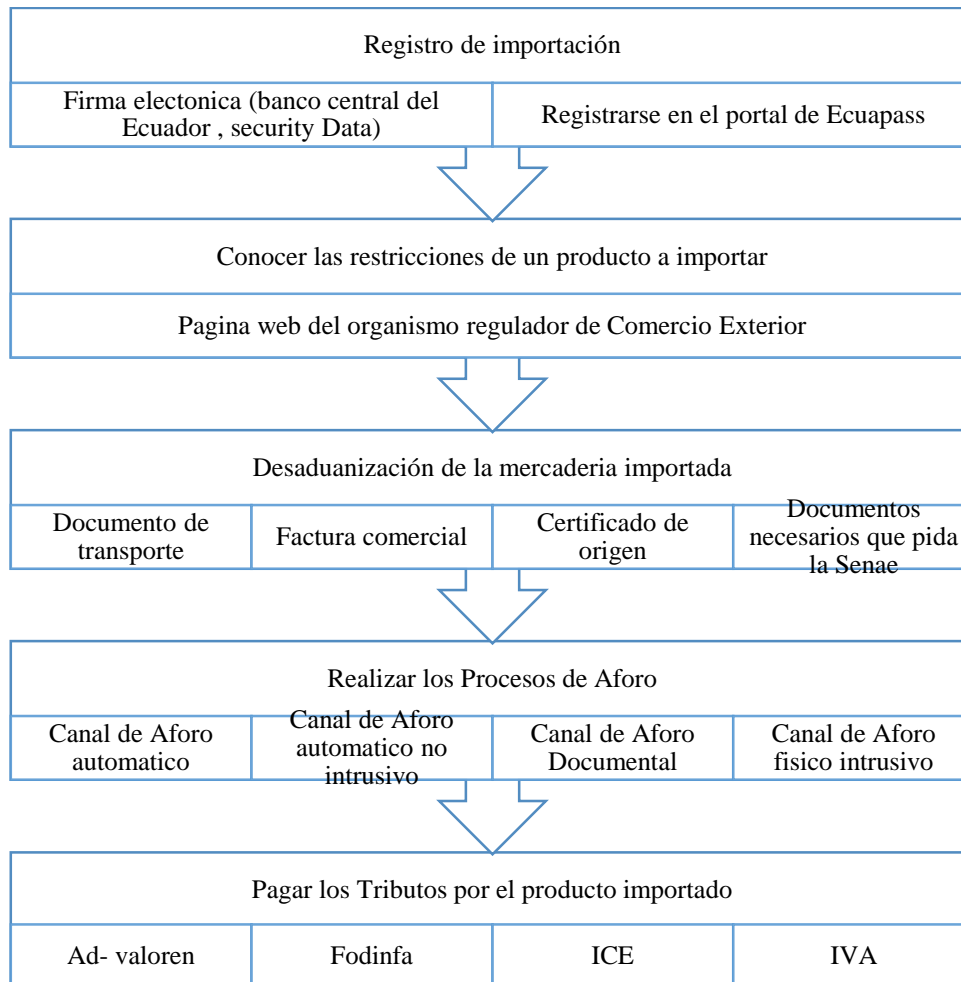


Gráfico 1-1: Proceso Operativo de Importación.

Fuente: (Senae, 2017)

Elaborado por: Romero G. (2020)

1.6 Idea a defender

El proyecto de importación y comercialización de fungicidas naturales desde china para la empresa agro verde de la ciudad de Riobamba en el año 2019 mejorara la competitividad de la empresa.

1.7 Variables

1.7.1 *Variable Independiente*

Proyecto de Importación

1.7.2 *Variable Dependiente*

Competitividad

CAPÍTULO II

2 MARCO METODOLÓGICO

2.1 Modalidad de la investigación

2.1.1 *Enfoque*

La investigación será de tipo cualitativa debido a que se recurrirá a bases bibliográficas para el desarrollo de la fundamentación teórica la misma que servirá como base para la ejecución de la propuesta de la investigación, se lo realizará bajo la utilización de artículos científicos, tesis, libros, revistas entre otras fuentes seguras.

2.2 Tipos de investigación

2.2.1 *Investigación descriptiva*

A lo largo de la presente investigación se pretende desarrollar el proyecto de importación con base a la implementación de estrategias que serán efectuadas mediante las necesidades de la empresa, y en consecuencia que sobre la determinación de procesos se fije todas las variables y fenómenos relacionados con el proceso de importación.

2.2.2 *Investigación de campo*

Se utilizará este tipo de investigación porque durante el proceso investigativo, es necesario realizar el respectivo levantamiento de información, con la finalidad de desarrollar el proyecto de Importación, por lo que es fundamental realizar la investigación de campo a fin de conocer a más profundidad aspectos de relevancia que contribuyan a la investigación.

2.2.3 *Investigación exploratoria*

La presente investigación es de tipo exploratoria ya que se tomarán decisiones acerca de las estrategias de acción que mejor convengan para dar respuesta a la situación problemática, es decir en la investigación se busca establecer la estrategia más conveniente para el desarrollo del proyecto de importación de fungicidas naturales para la empresa Agro Verde.

2.2.4 *Investigación documental*

La investigación documental será una fuente secundaria que nos permitirá complementar el trabajo de investigación aportando con datos de hechos pasados y servirán para comparar datos obtenidos con el trabajo de campo.

2.3 **Población y muestra**

2.3.1 *Población*

Población es "conjunto de seres que poseen la característica o evento a estudiar y que se enmarcan dentro de los criterios de inclusión" (Barrera, 2008)

El mercado potencial al que va dirigido el producto, es decir el mercado de la ciudad de Riobamba en donde se ubicará o hacia donde se importará como mercado potencial.

Tabla 1-2: Población

Población	
Población Global	225741 población de Riobamba
Población Potencial	88130 Agricultores
Mercado Neto	2366 productores Orgánicos

Fuente: INEN/MAG

Elaborado por: Romero G. (2020)

2.3.2 *Muestra*

Es la parte de la población que se selecciona, y de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuaran la medición y la observación de las variables objeto de estudio.

Actualmente en la ciudad de Riobamba cuenta con un total de 2366 productores orgánicos por lo tanto siendo esta la población para dicha investigación.

La muestra que se considera para el estudio por ser de 2366 es finita por lo que para encontrar el tamaño de la muestra se aplicara la siguiente formula:

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

Dónde:

n= tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos hacer)

Z= nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos.

Los valores z que más se utilizan y sus niveles de confianza son:

Z	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

p= probabilidad que el evento ocurra. 0.5

q= probabilidad de que el evento no ocurra. 0.5

e= 0.05 o 5% es el error muestral deseado

N= tamaño de la población

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

$$n = \frac{1.96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 2366}{0,05^2 \times (2366 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{2272,31}{6,87}$$

$$n = 331 \text{ encuestas}$$

2.4 Métodos, técnicas e instrumentos

2.4.1 *Métodos de investigación*

2.4.1.1 Método Deductivo

El método deductivo parte de características generales a particulares, en la investigación se emplea el presente método ya que se a realizará cada procedimiento necesario para dar cumplimiento a cada uno de los objetivos propuestos.

Las principales características de este método según son:

- Encadenamiento de conocimientos
- Validación de la lógica
- Combinación de principio necesarios y simples

El método deductivo en la investigación será utilizado para dar cumplimiento con los objetivos partiendo de lo general para llegar a lo específico definiéndolo bajo las conclusiones. (Rodríguez, 2017)

2.4.1.2 Método Descriptivo

El método descriptivo se utilizará mediante el análisis de las variables, bajo la recopilación de la información, mediante la aplicación de instrumentos de investigación, con el propósito de llegar a generar resultados frente a la problemática.

2.4.2 *Técnicas de investigación*

Las técnicas que se utilizarán para la recopilación de información son:

2.4.2.1 Encuestas.

La encuesta será aplicada a una parte de la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba, con el fin de conocer la opinión de los mismos y determinar los elementos que facilitan el diseño del proyecto de importación.

2.4.3 Instrumento

Se utilizará el siguiente instrumento:

2.4.3.1 Cuestionarios:

Será desarrollado como guía para la recopilación de información la misma que servirá para la generación del proyecto de importación, el mismo contendrá preguntas de interés relacionado al tema investigativo.

CAPÍTULO III

3 MARCO PROPOSITIVO

3.1 Resultados

Para presentar los resultados se aplicó una encuesta a los empleados de la empresa con la finalidad de conocer si el tema propuesto es viable.

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR**

Objetivo:

Establecer si es necesaria la elaboración de un proyecto de importación y comercialización de fungicidas naturales procedentes de China para la empresa AGROVERDE.

1. ¿La empresa AGROVERDE es una empresa debidamente constituida y bajo los preceptos legales aplicables?

Si	
No	

2. ¿Los productos que son comercializados por la empresa tienen cogida en el mercado?

Si	
No	

3. ¿Se ha reportado la necesidad de importar productos para la comercialización dentro cantón Riobamba?

Si	
No	

4 ¿Anteriormente se ha realizado procesos de importación de otros productos que comercializa la empresa?

Si	
No	

5 ¿Existe la necesidad de importar fungicidas naturales para los productos cultivados en el Cantón Riobamba?

Si	
No	

6 ¿En la actualidad cuentan con un proceso definido para la importación de productos?

Si	
No	

7 ¿Desde su punto de vista es necesario un proyecto para la importación de fungicidas naturales?

Si	
No	

8 ¿Usted, participaría activamente en el proyecto de importación?

Si	
No	

3.1.1 Resultados de la encuesta a los empleados de la Empresa

Tabla 1-3: Resultados de la Encuesta a los empleados de la Empresa

Preguntas	Análisis e interpretación
1. ¿La empresa AGROVERDE es una empresa debidamente constituida y bajo los preceptos legales aplicables?	Se analiza que de un total de 5 encuestas realizadas se obtuvo el 100% respondiendo que si, por lo que interpretamos que la empresa AGROVERDE es una empresa que cumple con todos los permisos necesarios para su funcionamiento.
2. ¿Los productos que son comercializados por la empresa tienen acogida en el mercado?	Se analiza que de un total de 5 encuestas realizadas se obtuvo que el 100% de los productos que vende la empresa AGROVERDE tienen acogida en el mercado por lo que interpretamos que la empresa al tener variedades de productos se vuelve más competitiva con el resto de las empresas.
3. ¿Se ha reportado la necesidad de importar productos para la comercialización dentro cantón Riobamba?	Se analiza que de un total de 5 encuestas realizadas se obtuvo que el 80% ha reportado la necesidad de importar y solo un 20% ha dicho que no, por lo que comprobamos que en la empresa AGROVERDE existe una necesidad de traer productos de otros países para de esta manera tener productos de calidad a bajo costos y ofreciendo variedades de productos para el agricultor.
4. ¿Anteriormente se ha realizado procesos de importación de otros productos que comercializa la empresa?	Se analiza de que un total de 5 encuestas realizadas se obtuvo que el 100% han respondido que la empresa AGROVERDE ha realizado procesos de importación, por lo que interpretamos que la empresa también tiene productos importados para ofrecer variedad a sus clientes.
5. ¿Existe la necesidad de importar fungicidas naturales para los productos cultivan en el Cantón Riobamba?	Se analiza que de un total de 5 encuestas realizadas se obtuvo un 80% respondieron que sí y un 20% que no existe la necesidad de importar fungicidas naturales, por lo que interpretamos según el porcentaje mayor que en la empresa AGROVERDE existe una gran necesidad tener variedades de productos para de esta manera competir con las empresas importadoras y alcanzar ser una empresa competitiva que tenga productos innovadores ,nuevos, de calidad a bajos precios y sobre

	todo cuidando el medio ambiente y la salud de los agricultores.
6. ¿En la actualidad cuentan con un proceso definido para la importación de productos?	Se analiza que de un total de 5 encuestas realizadas se obtuvo un 80% respondieron que, si cuentan con un proceso de importación, y un porcentaje muy bajo del 20% que no, por lo que se confirma que la empresa AGROVERDE cuenta con el proceso de importación bien definido y está al tanto de cómo se realiza una importación legal cumpliendo todas las normativas que regula la Senae.
7. ¿Desde su punto de vista es necesario un proyecto para la importación de fungicidas naturales?	Se analiza que de un total de 5 encuestas realizadas se obtuvo que el 100% respondió que, si es necesario un proyecto de importación de fungicidas naturales, por lo que comprobamos que, al ser un producto nuevo, de calidad y que ayude a la salud y al medio ambiente es muy beneficioso para las personas que se dedica al área de la agricultura. Y de esta manera la empresa puede ofrecer a sus clientes variedad de productos ya sea nacionales o productos de importación siendo competitivos con la competencia.
8. ¿Usted, participaría activamente en el proyecto de importación?	Se analiza de un total de 5 encuestas realizadas se obtuvo un 60% respondiendo que sí y un porcentaje del 40% respondieron que no participara activamente en el proyecto de importación, por lo que interpretamos que la empresa AGROVERDE al estar legalmente constituida también tiene el personal para cada área específica en lo que se realiza la empresa y cada empleado realiza actividades para lo que ha sido contratado.

Fuente: Tabulación de la encuesta.

Elaborado por: Romero G. (2020)

3.2 Verificación de idea a la idea a defender

Según la encuesta aplicada se pudo conocer que es viable la aplicación del tema debido a que hay la necesidad de importar para mantener la actividad comercial de la empresa, siendo necesario el proyecto de importación y comercialización de fungicidas naturales desde china para la empresa agro verde de la ciudad de Riobamba en el año 2019 mejorara la competitividad de la empresa.

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ESCUELA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

Objetivo:

Conocer las tendencias del mercado en el consumo de fungicidas naturales para el cantón Riobamba para la determinación de la demanda insatisfecha.

Indicaciones;

1. Lea con atención las interrogantes antes de contestar,
2. Utilice un bolígrafo de color azul.

Datos Generales:

Sexo:

Femenino ___

Masculino ___

Edad:

18 – 22 ___

23 – 28 ___

29 – 34 ___

35 _ 40 ___

41 a más ___

Estado civil:

Soltero ___

Casado ___

Unión Libre ___

Divorcio ___

Viudo ___

ENCUESTA

1. ¿Usted, se dedica a la agricultura?

Si _____

No _____

2. ¿Adquiere fungicida para la producción agrícola?

Si _____

No _____

3. ¿Dónde usted adquiere fungicidas?

4. ¿Cuándo usted adquiere los productos es su proveedor porque lo hace?

- Calidad
- Precio
- Confianza

5. ¿Está interesado en emplear en su cultivo fungicidas de origen natural?

Si _____

No _____

6. ¿Conoce los beneficios de emplear fungicidas de origen natural?

Si _____

No _____

7. ¿Usted emplearía en sus cultivos fungicidas Naturales internacionales (China)?

Si _____

No _____

8. ¿En lo referente a la comercialización, usted donde prefiere adquirir los fungicidas naturales?

En el almacén _____

Mediante Asociaciones u organizaciones _____

Vendedor (se dirige a su lugar de trabajo) _____

9. ¿Cuál es el medio de comunicación que usted emplea en la actualidad?

Televisión _____

Radio _____

Prensa escrita _____

Impresos comerciales _____

Redes sociales _____

10. ¿En qué momento del día usted revisa el medio de comunicación de su preferencia?

En la mañana _____

Al medio día _____

La tarde _____

En la noche _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.2.1 Resultados de las encuestas a los consumidores

Tabla 2-3: Resultados de las Encuestas a los Consumidores

Preguntas	Análisis e interpretación
Sexo (Genero)	Se analiza que de un total de 331 encuestas realizadas se obtuvo que el 69% son de género masculino y el 31% son género femenino, por lo que interpretamos que la mayoría de las personas que se dedican a la agricultura son de género masculino.
Edad	Se analiza que de un total de 331 encuestas realizadas se obtuvo varios porcentajes en las edades de 18 a 21 años tenemos un 13%, de 23 a 28 años tenemos un 18%, de 29 a 34 años el 23%, de 35 a 40 años el 25%, de 41 a más el 21%. Por lo que interpretamos que la edad que más se dedica a la agricultura es de 35 a 40 años de edad.
Estado Civil	Se analiza que de un total de 331 encuestas realizadas se obtuvo varios porcentajes del estado civil de las personas por lo que tenemos el 18% son solteros, 40% casados, 21% unión libre, 16% divorciados y las personas que son viudas el 5% por lo que interpretamos que la mayoría de las personas que dedican a la agricultura son personas de estado civil casados.
1. ¿Usted, se dedica a la agricultura?	Se analiza que de un total de 331 encuestas realizadas se obtuvo que el 100% ha respondido que si se dedican a la agricultura que por lo que interpretamos que al realizar las encuestas en los diferentes mercados de Riobamba y en los terrenos donde realizan el trabajo hemos obtenido la mayoría de personas que se dedican a la agricultura.
2. ¿Adquiere fungicida para la producción agrícola?	Se analiza que de un total de 331 encuestas realizadas se obtuvo que el 100% de las

	<p>personas utilizan fungicidas por lo que interpretamos que el total de las personas encuestadas utilizan fungicidas para mejorar sus productos y tener productos de calidad sin enfermedades.</p>
<p>3. ¿Dónde usted adquiere fungicidas?</p>	<p>Se analiza que de un total de 331 encuestas realizadas se obtuvo varios porcentajes donde que las personas adquieren sus insumos, el agro con el 13%, el sembrador 16%, Agro verde 8%, segoviagro 5%, Meneses 6%, Fertisa 6%, Agripac 12%; otros almacenes el 34% por lo que interpretamos que las personas tienen su almacén de preferencia para la compra de los insumos agrícolas, esto se da por la confianza, calidad, o precios que se manejan cada uno de los almacenes.</p>
<p>4. ¿Cuándo usted adquiere los productos en su proveedor porque lo hace?</p>	<p>Se analiza que de un total de 331 encuestas realizadas se obtuvo que el 52% compran a sus proveedores por el precio, el 27% lo hace por su calidad, y el 21% por la confianza por lo que interpretamos que las personas más dirigen a los almacenes agropecuarios por los precios bajos que van de acuerdo con la economía de los agricultores.</p>
<p>5. ¿Está interesado en emplear en su cultivo fungicidas de origen natural?</p>	<p>Se analiza que de un total de 331 encuestas realizadas se obtuvo que el 79% de las personas si utilizarían fungicidas de origen natural y el 21% han respondido que no, por lo que interpretamos que las personas que se dedican a la agricultura si cambiarían la forma de producir sus cultivos contribuyendo con el medio ambiente, con la salud y con las buenas practicas agropecuarias para que de esta forma sus productos que sacan pueden tener un valor agregado.</p>

<p>6. ¿Conoce los beneficios de emplear fungicidas de origen natural?</p>	<p>Se analiza que de un total de 331 encuestas realizadas se obtuvo que el 65% conocen sobre los beneficios de emplear fungicidas de origen natural y el 35% respondieron que no saben los beneficios por lo que interpretamos que la mayoría de las personas están siendo conscientes por el cuidado del medio ambiente y la salud de cada uno de los productores a través de las capacitaciones para tener un buen manejo de las practicas agropecuarias para contribuir con nuestro planeta.</p>
<p>7. ¿Usted emplearía en sus cultivos fungicidas Naturales internacionales (China)?</p>	<p>Se analiza que de un total de 331 encuestas realizadas se obtuvo el 73% de las personas están dispuestas a emplear fungicidas naturales de origen chino y el 27% de las personas han respondido que no emplearían, por lo que, interpretamos que las personas estarían dispuestas a cambiar los fungicidas químicos por los fungicidas de origen natural proveniente de china y de esta manera tener una variedad de productos que puede elegir el productor al momento de cultivar sus tierras.</p>
<p>8. ¿En lo referente a la comercialización, usted donde prefiere adquirir los fungicidas Naturales?</p>	<p>Se analiza que de un total de 331 encuestas realizadas se obtuvo que el 94% de las personas prefieren comprar los fungicidas naturales en los almacenes, el 5% de las personas prefieren que los vendedores asistan al punto de trabajo, y el 1% prefieren en las asociaciones u organizaciones, por lo que, interpretamos que las personas prefieren llegar al almacén para comprar los fungicidas naturales y de esta manera tener un asesoramiento técnico sobre los cultivos.</p>
<p>9. ¿Cuál es el medio de comunicación que usted emplea en la actualidad?</p>	<p>Se analiza que de un total de 331 encuestas realizadas se obtuvo que el 51% de las</p>

	<p>personas prefieren escuchar radio, el 29% lo hacen por la televisión, el 9% por prensa escrita, el 1% por impresos comerciales, y el 10% emplean por las redes sociales, por lo que, interpretamos que para poder llegar al productor debemos utilizar el medio de comunicación que es la radio para dar a conocer sobre nuestros productos en lo que se refiere a la calidad y los beneficios que tienen al utilizar sobre nuestros productos.</p>
<p>10. ¿En qué momento del día usted revisa el medio de comunicación de su preferencia?</p>	<p>Se analiza que de un total de 331 encuestas realizadas se obtuvo el 40% de las personas prefieren revisar su medio de comunicación por la mañana, el 19% lo hacen al medio día, el 14% lo hacen en la tarde, el 27% lo revisa en la noche, por lo que, interpretamos que el espacio publicitario de nuestros productos es factible pasarlos por la mañana en las diferentes radios que más son escuchadas en la ciudad de Riobamba.</p>

Fuente: Tabulación de la encuesta.

Elaborado por: Romero G. (2020)

3.3 Propuesta

3.3.1 Título

PROYECTO DE IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FUNGICIDAS NATURALES DESDE CHINA PARA LA EMPRESA AGROVERDE DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN EL AÑO 2019.

3.4 Contenido de la propuesta

3.4.1 Reseña histórica

Tabla 3-3: Reseña Histórica de la Empresa Agro Verde

1994	Los primeros tomates israelitas de la casa Hazera Genetics Ltd sembrados en Ecuador se lo hizo en el Cantón Chambo de la Provincia de Chimborazo a 2954 m.s.n.m. desde allí no ha parado la investigación y desarrollo de estos materiales.
1996	El Ingeniero Hernan Rivera construye el primer invernadero para producción de tomate riñón en la Provincia de Chimborazo
1998	Además de la producción de hortalizas se inicia con la construcción de Invernaderos
2000	Se abre una oficina de asesoría agrícola y distribución de plásticos con el nombre de T.P. AGRO
2003	Se abre el Almacén de Comercialización de Agroquímicos AGROVERDE, con la distribución de semillas y plásticos para la Zona Sierra Centro
2005	Se crea la marca registrada AGROVERDE
2006	Se inicia la producción de insumos orgánicos para la agricultura creándose la línea de productos AGROVERDE
2008	2008 – Con una trayectoria de investigación permanente durante 8 años se crea la empresa AGRICOLA RIVERA HEREDIA S.A. con el Ing. Hernan Rivera y sus dos hijos como accionistas
2008	2008 – AGROVERDE se convierte en importador y distribuidor exclusivo para el Ecuador de Semillas Hazera de Israel.
2010	Se instala una planta de Agroindustria para deshidratar productos
2011	AGRORIVERSA inicia la importación de Herramientas y tecnología para la Agricultura desde España.
2012	AGRORIVERSA inicia la importación de Cinta de tutoreo proveniente de China.
2014	AGRORIVERSA importa para Ecuador equipos para siembra y trasplante desde Italia.
2015-2019	Hoy seguimos nuestro trabajo de investigación y desarrollo para actualizarnos y seguir mejorando la producción de nuestros clientes.

Fuente: (AgroVerde, 2020)

Elaborado por: Romero G. (2020)

3.4.2 Conformación jurídica

La empresa es nace el veinte y seis de abril del 2000, siendo una sociedad regulada por la Superintendencia de Compañías, cuya razón social es AGRICOLA RIVERA HEREDIA S A AGRORIVHERSA, su representante legal es el sr. Rivera Fierro Hernán Patricio, los socios propietarios son: Rivera Fierro Hernán Patricio Gerente, Luis Gabriel Rosero Parra, Mayra Elisabeth Garcés Viñan, José Antonio Auncancela Reino y Alex Fabricio Hernández Loza, cuya actividad principal es la venta por mayor y menor de semillas.

3.4.3 Misión

AGRÍCOLA RIVERA HEREDIA S.A., AGRORIVHERSA (AGROVERDE), es una empresa dedicada a la distribución para Ecuador de las mejores semillas y plantas de tomate, cebolla, pimiento, sandía y hortalizas como la zanahoria Flam de la casa HAZERA SEED LTD de Israel, equipos para siembra y trasplante de tomate y hortalizas de Sfoggia Italia, turba y cinta de tutoreo de tomate, pimiento, frejol e insumos agrícolas. Con investigación y desarrollo de una agricultura ecológica que cuida el medio ambiente y la salud de los agricultores y consumidores. Suministrando productos orgánicos de calidad probados en el campo, y fertilizantes de las mejores marcas para proporcionar AGRORIVHERSA al agricultor las herramientas necesarias para elevar su productividad y sus ingresos.

Generando proyectos, planes de inversión, capacitación, consultoría especializada, plantas, semillas e insumos orgánicos. Trabajando con responsabilidad social y ambiental. (AgroVerde, 2020)

Agro Verde es una empresa que se dedica a la importación, distribución y comercialización de productos agrícolas, maquinarias y equipos, con presencia en el mercado nacional, brindando productos de alta calidad, mejorando la productividad de los cultivos, procurando productos naturales que ayuden al medio ambiente, la salud de los agricultores y los consumidores generando un valor agregado.

3.4.4 Visión

Ser una empresa líder en el mercado nacional ofertando semillas, maquinaria e insumos agrícolas con un alto valor agregado, que trabaje en beneficio de los agricultores y para los agricultores, que genere investigación en el campo y lo ponga en práctica, que vele por los intereses del productor para elevar sus ingresos con productos de calidad, cultivados bajo parámetros

ecológicos cuidando siempre la salud de los productores, consumidores y el medio ambiente.
(AgroVerde, 2020)

Ser una empresa competitiva en el mercado nacional ofertando productos naturales tanto Nacionales e importados, que generen un valor agregado a los productos, para proporcionar a los agricultores y consumidores productos de alto rendimiento de esta manera elevando sus ingresos a través de una agricultura ecológica para que de esta forma alcanzar los máximos estándares de una empresa con responsabilidad ambiental, a través de nuevas tecnologías, maquinarias, accesorios, semillas y fungicidas con empaques biodegradables para ser un referente a nivel Nacional

3.4.5 Valores Corporativos

Los valores corporativos que maneja la empresa son:

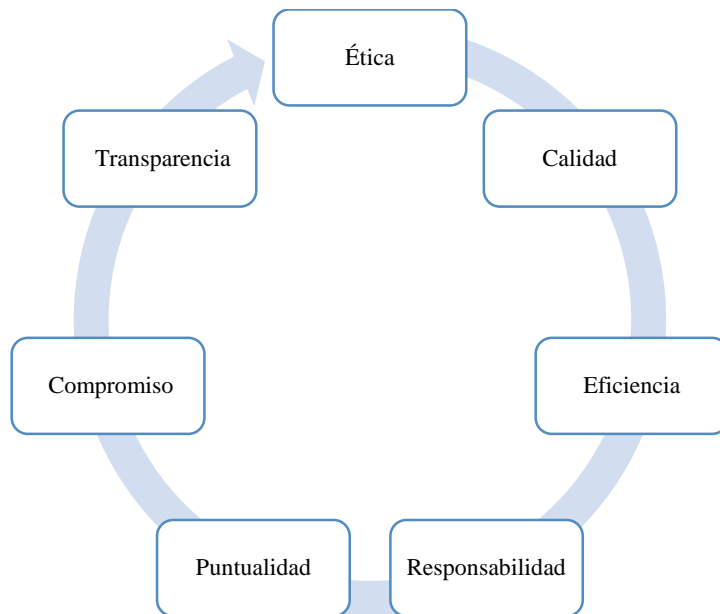


Gráfico 1-3: Valores corporativos
Elaborado por: Romero G. (2020)

Ética: trabajaremos con toda la honestidad hacia a nuestros clientes para generar un ambiente de confianza y credibilidad.

Calidad: establecer prácticas de responsabilidad al momento de realizar actividades, centrándose en las mejores técnicas y estrategias para darle a la empresa una imagen de prestigio basada en la experiencia y sobre todo en la evaluación de los resultados.

Eficiencia: Conseguir las mejoras necesarias para determinar los tiempos necesarios de entrega a través de un buen manejo de la logística para que los productos lleguen a tiempo a los clientes.

Responsabilidad: promover la participación de todos los trabajadores comprometiéndose con la empresa para el buen manejo de las actividades con conciencia, tanto para los clientes y para la sociedad.

Puntualidad: uno de los principales valores que tenemos dentro de nuestra empresa para demostrar el respeto a nuestros clientes será siempre llegar puntual a las actividades que desempeñamos para la comercialización de nuestros productos.

Compromiso: buscar el ambiente propicio para el desarrollo de las actividades con un buen manejo de los procesos para cumplir objetivos, metas que se han puesto en marcha para ser una empresa comprometida con los buenos estándares de calidad.

Transparencia. Se manejará toda la información necesaria de forma abierta y sincera sin ocultar nada, para que los clientes puedan tener una libertad de expresarse y dejar sus comentarios para la toma de decisiones correspondientes para el buen manejo de la empresa.

3.4.6 *Productos que oferta*

Los productos que oferta son los siguientes:

- Semillas: Zanahoria, Tomates, Cebollas, Pimiento, Sandias
- Plantas
- Fertilizantes Orgánicos
- Rafia (piolas de amarre)
- Turba (sustrato para la germinación de las semillas)
- Kit atador profesional
- Maquinaria (cultivador, motocultores, sembradoras, trasplantadora)

3.4.7 Organigrama Estructural

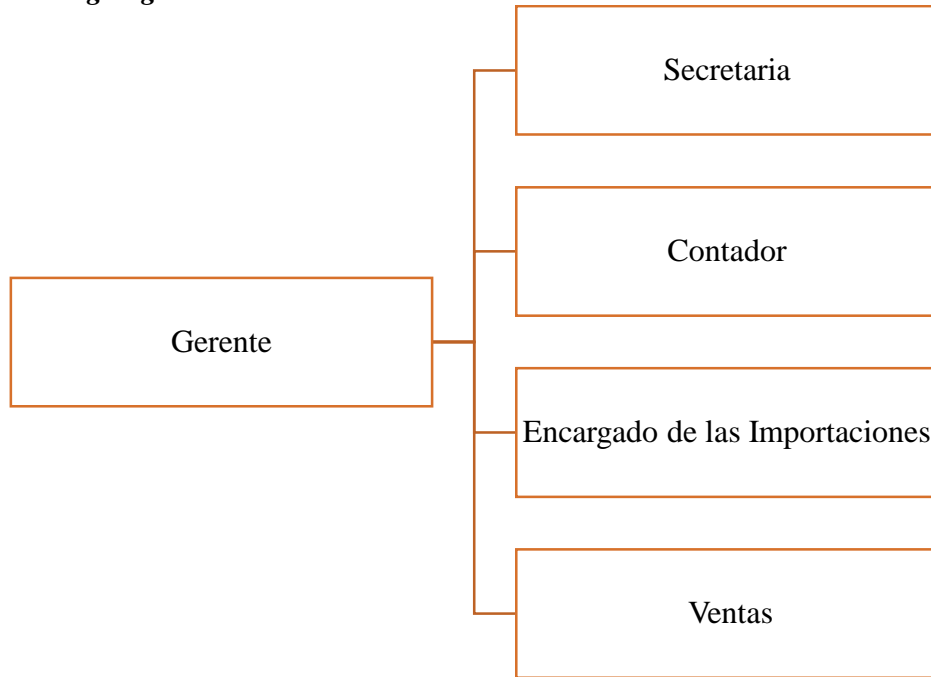


Gráfico 2-3: Organigrama Estructural
Elaborado por: Romero G. (2020)

3.4.8 Organigrama Funcional

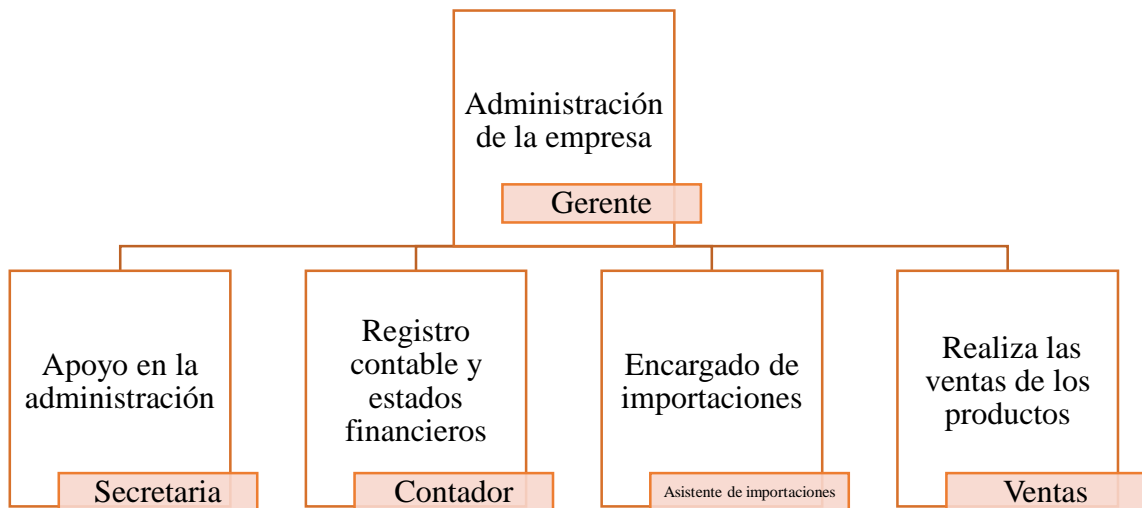


Gráfico 3-3: Organigrama Funcional
Elaborado por: Romero G. (2020)

3.4.9 Estudio de mercado

Dentro del estudio de mercado se consideró como mercado objeto son los agricultores de la ciudad de Riobamba, por lo que se proyectó en base a estos datos la demanda, oferta y demanda insatisfecha:

Tabla 4-3: Demanda, oferta, y demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2019	1727	1450	277
2020	1751	1470	281
2021	1776	1491	285
2022	1801	1512	289
2023	1826	1533	293

Elaborado por: Romero G. (2020)

La demanda proyectada en el primer año es de 1727, mientras que la oferta del mismo año fue de 1450, generando una demanda insatisfecha de 277, se proyectó con la base a la tasa del crecimiento de la población del 1.4%, se estima que cada productor tiene mínimo una hectárea, y requieren un consumo aparente de 831 kilos mínimo.

3.4.10 Marketing mix

Tabla 5-3: Productos a importar

Azoxistrobina 23%SC, 25%SC, 50%WG(WDG)				
es una fungicida con protectivos, curativos, erradicante, translaminar y propiedades sistémicas. Inhibe la germinación de las esporas y el crecimiento del micelio, y también muestra actividad antiesporulante.	Azoxistrobina controla los siguientes patógenos en proporciones de aplicación entre 100 a 375 g / ha: Alternaria solani en papa y tomate	Detalles de Embalaje de Azoxistrobina 100 L-200L personalizada para formulaciones líquidas, 1KG para formulaciones sólidas.	Cultivos Aplicables de Azoxistrobina papas, maní, durazno, césped, plátano, pacana, cítricos, uvas, frutas de pepita, col, tomate, pepino, manzanas, trigo, soja, coliflor, plantas ornamentales, mangos, algodón, banano	Envío: pedido mínimo 200kg \$14,37/ kg

Elaborado por: Romero G. (2020)

Tebuconazol EW

<p>es un fungicida sistémico con la acción protectora, curativa y erradicador. Se absorbe rápidamente en las partes vegetativas de la planta, con la translocación principal y acropetalmente.</p>	<p>1 Tebuconazol se puede utilizar como un revestimiento de semillas, es eficaz contra varias enfermedades mancha púrpura en las verduras ; Mancha de la hoja, en los granos; tizón temprano (Alternaria solani) a 150-200 g/ha, en el tomate y la papa</p>	<p>Detalles del Embalaje de Tebuconazol 10ML ~ 200L para las formulaciones líquidas, 1G ~ 25kg para formulaciones sólidas. bolsas solubles papel de aluminio en botellas</p>	<p>Tebuconazol Fitotoxicidad Buena compatibilidad con las plantas en la mayoría de los cultivos con cualquier formulación, y ha logrado en los cultivos más sensibles por las formulaciones apropiados, por ejemplo, WP, WG y SC.</p>	<p>Cultivos Aplicables de Tebuconazol cebada, mora, cítricos, higos, frutas, granos, frijoles, limones, avena, cebolla, durazno, maní, pera, verduras envío pedido mínimo de 200 kg \$14,37/kg</p>
--	---	--	---	--

Elaborado por: Romero G. (2020)

Flipper

<p>es un producto que actúa exclusivamente por contacto, contra larvas y adultos de insectos y ácaros y, en ciertos casos, también contra huevos. Flipper® está compuesto por ácidos grasos (carboxilatos) naturales provenientes del procesado del aceite de oliva.</p>	<p>Mosca blanca (Bemisia tabaci, Trialeurodes vaporariorum) Pulgones (Myzus persicae, Macrosiphum euphorbiae, Aphis gossypii) Frankliniella occidentalis Ácaros (Tetranychus urticae) cultivos aplicables : tomate, Frejol, Pimiento</p>	<p>Aplicar en pulverización foliar, con tractor o manual, a la aparición de los primeros síntomas de infestación, utilizando un volumen de caldo suficiente para un reparto homogéneo de la pulverización y una buena cobertura de follaje. El producto debe entrar en contacto directo con la plaga: es esencial una buena cobertura del follaje.</p>	<p>No mezclar con abonos foliares ni con productos que contengan fosetil-Al, miclobutanil, Bacillus thuringiensis, azufre, cobre, calcio, hierro, zinc, magnesio, etc. ni con quelatos por riesgos de incompatibilidad y de fitotoxicidad. Envío: pedido mínimo 200kg \$14,37</p>
--	--	--	---

Elaborado por: Romero G. (2020)

SERENADE Max

<p>es un producto de origen natural a base de Bacillus subtilis cepa QST 713, formulado como polvo mojable, para el control de enfermedades producidas por hongos o bacterias en los cultivos que se detallan a continuación.</p>	<p>Dosis y modo de empleo</p> <p>Aplicar Serenade® Max en pulverización normal mediante tractor o mochila, con un volumen de caldo de 500 - 1.000 L/ha. Verter directamente el producto en el depósito lleno hasta la mitad de agua y posteriormente añadir el volumen de agua restante mezclando la solución cuidadosamente.</p>	<p>tomate, pimiento, fresa Botritis (Botrytis cinerea): 2,5 -4 kg/ha</p> <p>Tomate Mancha negra (Pseudomonas syringae): 2,5 - 4 kg/ha</p> <p>Lechuga y similares esclerotinia (Sclerotinia spp.): 2,5 – 4 kg/ha</p>	<p>Plazo de seguridad</p> <p>Se recomienda mantener un plazo de seguridad entre la última aplicación de Serenade Max y la cosecha, de:</p> <p>3 días para , tomate, pimiento, fresa, lechugas y similares.</p>	<p>Envío: pedido mínimo 200kg \$14,37/kg</p>
---	---	---	--	--

Elaborado por: Romero G. (2020)

3.4.10.1 Precio

Tabla 6-3: Precio de los productos

Producto	cantidad a importar en kg	Precio	total
serenade	700	14,37	10059,00
flipper	1200	14,37	17244,00
tebuconazol	1100	14,37	15807,00
azoxistrobina	800	14,37	11496,00
total	3800	57,48	54606,00

Elaborado por: Romero G. (2020)

La cantidad que se va importar esta detallado en la tabla con un total 3800 kg de 4 productos de fungicidas naturales, el total de precio CIF es de 54606 hasta llegar al puerto de Guayaquil con una duración de 45 días en el transporte marítimo.

3.4.10.2 Plaza

Los fungicidas naturales se comercializarán en la provincia de Chimborazo, ciudad de Riobamba en la empresa Agro verde ubicada en el sector del mercado mayorista en las calles Av. Leopoldo Freire y Bucarest.

3.4.10.3 Promoción

La promoción de los fungicidas naturales se realizará en las radios más sintonizadas de la provincia de Chimborazo como es la Radio Tricolor, Radiofónicas, Canela, y la radio sol, se pasarán varias cuñas publicitarias en la mañana como han respondido en las encuestas realizadas en el estudio de mercado, esto se realizará para que los agricultores conozcan los beneficios de cada uno de los productos que se van a importar.

Se repartirá Impresos comerciales en los diferentes mercados, ferias entre otros lugares, en donde se encuentran los productores para que conozcan las ventajas de utilizar los fungicidas naturales.

AgroVerde
Soluciones para el Agro

FIDEMAX
AZOXISTROBINA 25
FUNGICIDA

Protectivos, curativos, erradicante, translaminar y propiedades sistémicas. Inhibe la germinación de las esporas y el crecimiento

Flipper

Es un producto que actúa exclusivamente por contacto, contra larvas y adultos de insectos y ácaros y, en ciertos casos, también contra huevos.

SERENADE MAX

Es un producto de origen natural a base de Bacillus subtilis cepa QST 713, formulado como polvo mojable, para el control de enfermedades producidas por hongos o bacterias

TEBUCONAZOLE 25 EC

fungicida sistémico con la acción protectora, curativa y erradicado. Se absorbe rápidamente en las partes vegetativas de la planta, con la translocación principal y acropetalmente

Figura 1-3: Impresos comerciales
Elaborado por: Romero G. (2020)

3.4.11 Estudio técnico

3.4.11.1 Localización

Ubicación geográfica

La empresa está ubicada en la provincia de Chimborazo, en la ciudad de Riobamba, Parroquia Maldonado en las calles Leopoldo Freire y Bucarest

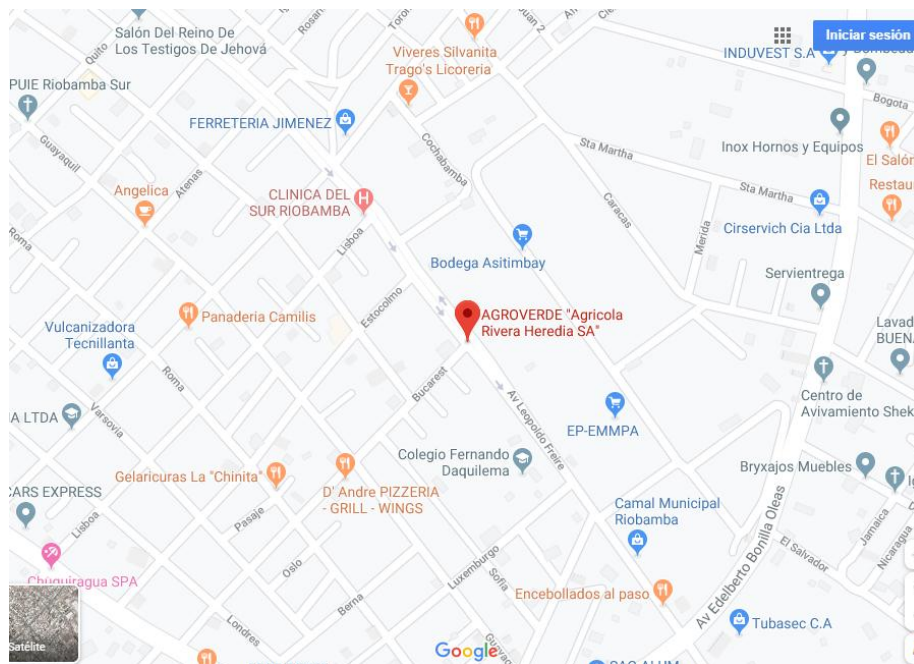


Figura 2-3: Localización
Elaborado por: Romero G. (2020)

3.4.11.2 Tamaño

Tabla 7-3: Recursos Humanos

Nombres	Cargo
Rivera Fierro Hernán Patricio	Gerente
Luis Gabriel Rosero Parra	Encargado de las importaciones
Mayra Elisabeth Garcés Viñan	Secretaria
José Antonio Auncancela Reino	Contador
Alex Fabricio Hernández Loza	Ventas

Fuente: personal que trabaja en la empresa.

Elaborado por: Romero G. (2020)

Recursos Materiales

Tabla 8-3: Recursos Materiales

No.	Detalle	Observación
1	Activos fijos	112.064.00
2	Muebles y enseres	\$1754 muebles y enseres
3	Equipos de computo	4 computadoras y 2 impresoras \$1994
4	Maquinaria y equipos	2 balanzas electrónicas \$60
5	Edificios	Edificio de 3 pisos \$55000
6	Vehículo	1 vehiculó \$23000

Fuente: recursos materiales de la empresa Agro verde
Elaborado por: Romero G. (2020)

INFRAESTRUCTURA

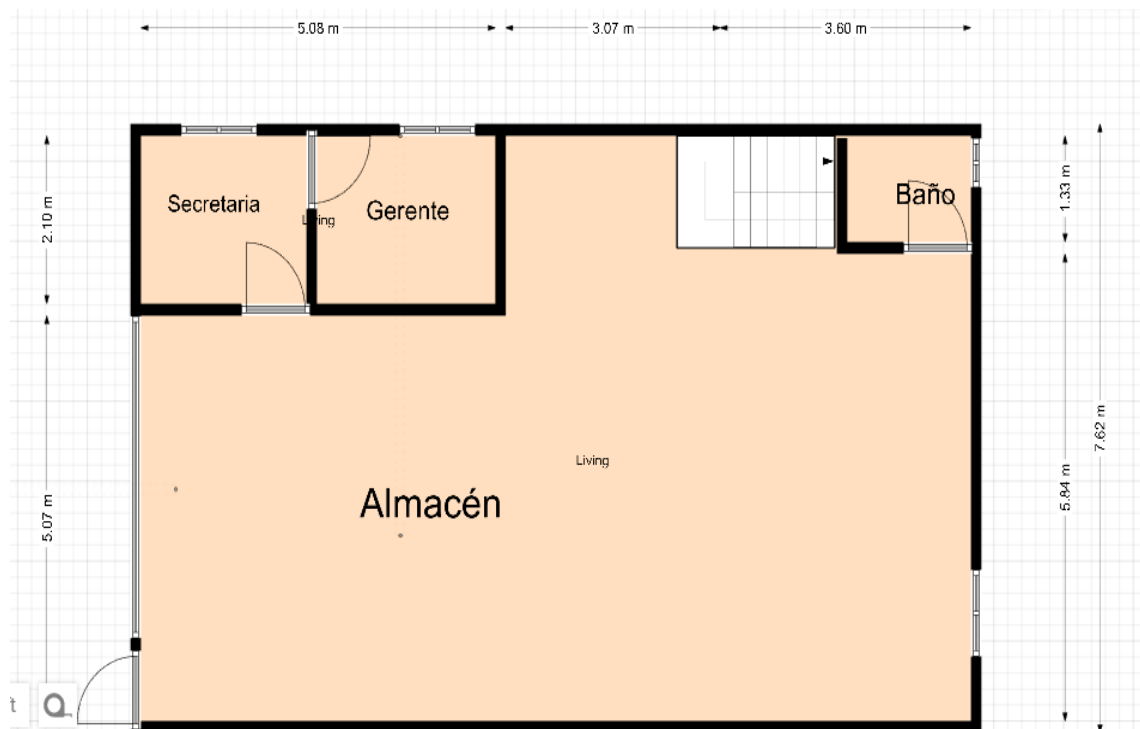


Figura 3-3: Almacén

Elaborado por: Romero G. (2020)

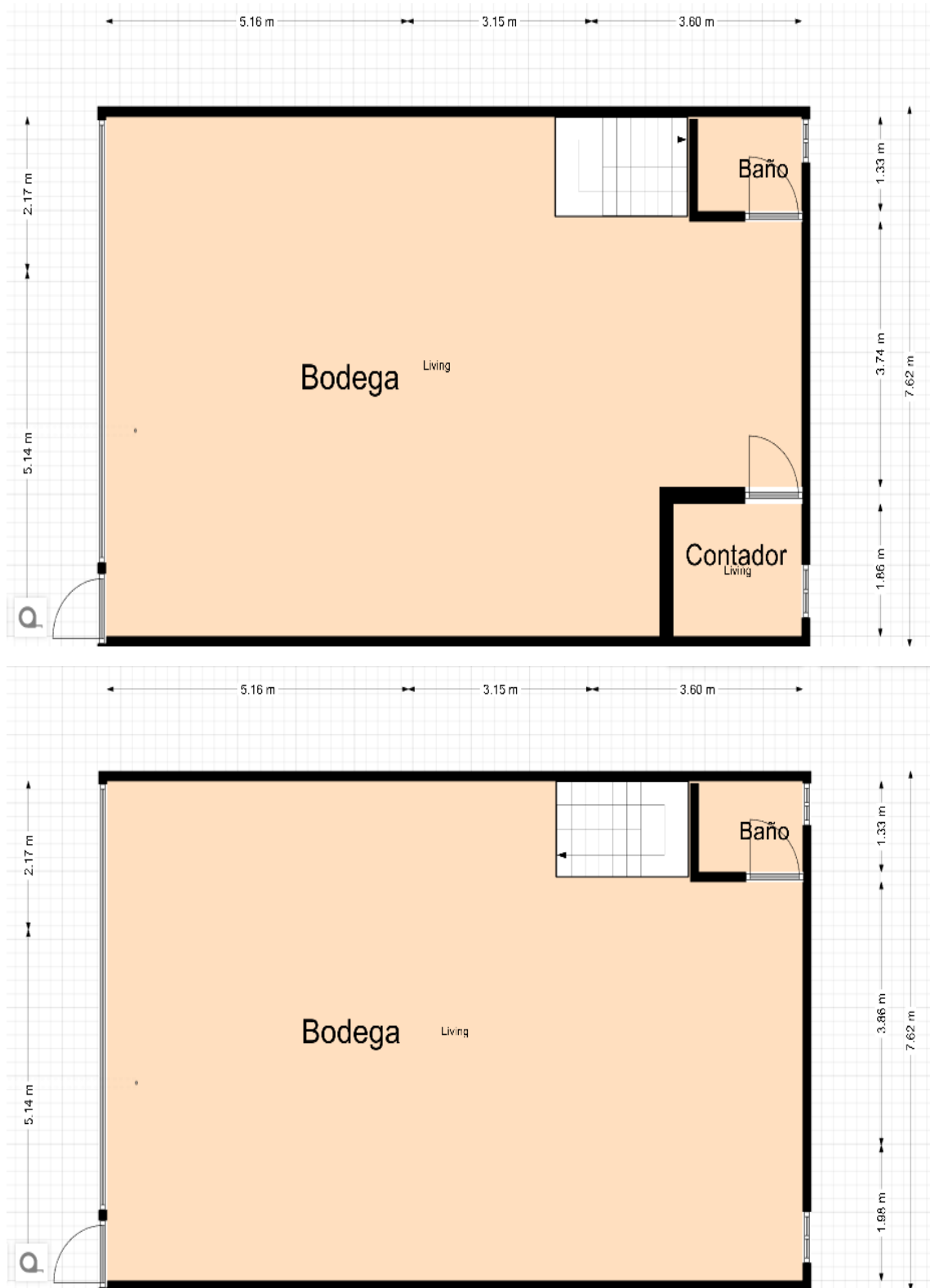


Figura 4-3: Bodega
 Elaborado por: Romero G. (2020)

3.4.12 Diagnostico FODA

Tabla 9-3: Impacto de fortalezas y debilidades

No.	Detalle	Impacto			
		Muy Alto (4)	Alto (3)	Medio (2)	Bajo (1)
	Fortalezas				
F1	Solvencia Financiera	•			
F2	Procesos de Importación		•		
F3	stock de productos para su comercialización		•		
F4	Conocimientos y Experiencia local sobre los cultivos			•	
F5	Clientes fijos para la comercialización		•		
	Debilidades				
D1	Administración Empírica				•
D2	No se cuenta con productos requeridos por el mercado local.				•
D3	Falta de Capacitación al Personal			•	
D4	Manuales de procesos y funciones desactualizados			•	
D5	Falta de evaluación a los procesos internos de la empresa			•	

Elaborado por: Romero G. (2020)

Tabla 10-3: Ponderación de las fortalezas y debilidades

No.	Detalle	Ponderación		
		Ponderación	Calificación	Total
	Fortalezas			
F1	Solvencia Financiera	0,14	3.50	0.49
F2	Procesos de Importación	0,13	2.50	0.33
F3	stock de productos para su comercialización	0,16	3.00	0.48
F4	Conocimientos y Experiencia local sobre los cultivos	0,12	4.00	0.48
F5	Clientes fijos para la comercialización	0,10	3.00	0,30
	Debilidades			
D1	Administración Empírica	0,08	2.00	0.16
D2	No se cuenta con productos requeridos por el mercado local.	0,06	2.00	0.12
D3	Falta de Capacitación al Personal	0,05	2.00	0.10
D4	Manuales de procesos y funciones desactualizados	0,07	1.00	0.07
D5	Falta de evaluación a los procesos internos de la empresa	0,09	1.50	0.14
	Total	1	24.50	2.67

Elaborado por: Romero G. (2020)

Interpretación

FORTALEZAS

Solvencia Financiera

La Empresa tiene una solvencia financiera positiva ya que tiene credibilidad en las instituciones financieras, actualmente la empresa Agro Verde cuenta con varios créditos de corto y largo plazo la cual han sido adquiridos para sus mejoras, cuentan con varios recursos propios que le ayudan hacer una empresa con un patrimonio favorable para los créditos financieros.

Procesos de Importación

La empresa cuenta con un proceso de importación de las semillas de hazera, con un adecuado manejo de la logística para cortar tiempos para luego ser comercializadas en el mercado de la provincia de Chimborazo.

Stock de productos para su comercialización

Cuentan con un stock mínimo y máximo de productos para cubrir la demanda de los clientes, y de esta forma cumplir con los objetivos determinados por parte de la administración. Se maneja el stock de una forma ordenada y bien detallada de todo el conjunto de productos que posee la empresa, este control se realiza cada tres meses.

Conocimientos y Experiencia local sobre los cultivos

La empresa cuenta con una gran experiencia y conocimiento de los cultivos que se dan en la provincia de Chimborazo, maneja una observación directa de los cultivos juntos a los productores obteniendo resultados favorables porque sabe lo que necesita el productor para luego ser recomendado con los productos de la empresa.

Clientes fijos

La empresa cuenta con varios años de participación en el mercado por lo que ha generado confianza y credibilidad a sus clientes por la calidad y precios accesibles de sus productos, con el principal cuidado de la salud de los productores y del medio ambiente.

DEBILIDADES

Administración Empírica

La empresa no cuenta con un conocimiento de administración profesional, ya que no se maneja una planeación, organización, dirección y control para realizar actividades tecnificadas para poder lograr los objetivos con una mayor eficiencia. Y lo hacen a través de lo que piensan y de la experiencia.

No se cuenta con productos requeridos por el mercado local.

La empresa cuenta con un stock de productos requeridos solo para ciertos cultivos y al no poseer con la diversidad de productos la empresa no es competitiva al resto de las empresas y tienen problemas de comercialización.

Falta de Capacitación al Personal

La falta de capacitación del personal ha generado que tengan una incapacidad al momento de realizar las actividades, y fallando el cumplimiento de las normas y las directrices que se maneja la empresa, también se han presentado conflictos entre empleados al no dar asignaciones ni tareas correspondientes.

Manuales de procesos y funciones desactualizados

La empresa Agro Verde tiene manuales de procesos y funciones desactualizados ya que no cambia los sistemas de control interno en la que se mantiene en los años anteriores y perjudica a las actividades u operaciones que realizan, y no manejan los documentos que se detallan de forma ordenada las instrucciones, responsabilidades sobre los manuales que deben cumplir

Falta de evaluación a los procesos internos de la empresa

La falta de evaluación de los procesos internos genera riesgos ya que no le permite identificar la efectividad operativa de la empresa, para poder corregir los errores que están dándose, y al no evaluar no se puede tomar decisiones firmes que ayude a la empresa a cumplir los objetivos que se ha planteado.

Tabla 11-3: Impacto de las amenazas y oportunidades

No.	Detalle	Impacto			
		Muy Alto	Alto	Medio	Bajo
	Amenazas				
A1	Escasas fuentes proveedoras de insumos orgánicos			•	
A2	Competencia en el entorno	•			
A3	Inexperiencia en la comercialización de los productos			•	
A4	Envejecimiento de la población agrícola				•
A5	Cambio en las políticas que regula el consumo de fertilizantes.		•		
	Oportunidades				
O1	Desarrollo de nuevas tecnologías	•			
O2	Diversificación de insumos agrícolas		•		
O3	Alta demanda de productores agrícolas			•	
O4	Nuevas tendencias de consumo de productos agropecuarios con diversas características.		•		
O5	Población joven con un alto nivel de capacitación		•		

Elaborado por: Romero G. (2020)

Tabla 12-3: Ponderación de las amenazas y las oportunidades

No.	Detalle	Ponderación		
		Ponderación	Calificación	Total
	Amenazas			
A1	Escasas fuentes proveedoras de insumos orgánicos	0,14	2.00	0.28
A2	Competencia en el entorno	0.16	2.00	0.32
A3	Inexperiencia en la comercialización de los productos	0.02	1.50	0.03
A4	Envejecimiento de la población agrícola	0.03	3.00	0.09
A5	Cambio en las políticas que regula el consumo de fertilizantes.	0.09	3.50	0.32
	Oportunidades			
O1	Desarrollo de nuevas tecnologías	0.12	4.00	0.48
O2	Diversificación de insumos agrícolas	0.10	3.00	0,30
O3	Alta demanda de productores agrícolas	0.15	3.50	0.53
O4	Nuevas tendencias de consumo de productos agropecuarios con diversas características.	0.11	2.50	0.28
O5	Población joven con un alto nivel de capacitación	0.08	3.50	0.28
	Total	1	28.5	2.91

Elaborado por: Romero G. (2020)

AMENAZAS

Escasas fuentes proveedoras de insumos orgánicos

La empresa tiene un problema que al no contar con muchos proveedores de insumos orgánicos pierde competitividad en el entorno donde se encuentra ubicada ya que al no tener productos diversificados y que sean orgánicos los precios pueden ser altos y el productor puede acceder a otras empresas donde que tenga variedades de insumos orgánicos y pueda ocasionar pérdidas de los clientes.

Competencia en el entorno

Una de las amenazas que tiene la empresa es la competencia de almacenes que ofertan los insumos agrícolas ya que las otras empresas pueden tener variedades de insumos y precios más bajos, y se vuelve nuestros rivales porque pueden abarcar a nuestros clientes según su preferencia.

Inexperiencia en la comercialización de los productos

El problema en la comercialización de los productos se genera por no estar involucrado directamente en los procesos de planificación desde el punto de producción hasta que llega a las manos de los consumidores, este un problema muy grave que tiene la mayoría de empresas porque no se maneja una planificación de forma ordenada.

Envejecimiento de la población agrícola

La mayoría de las empresas que se dedican a la comercialización de insumos agrícolas corre el riesgo del envejecimiento de la población por lo que generalmente las personas mayores que se dedican al campo de la agricultura ya tienen sus años y no se dejan capacitar para obtener productos de calidad y pueden generar un valor agregado.

Cambio en las políticas que regula el consumo de fertilizantes.

El cambio que se va dando en las políticas al consumo de fertilizantes cada vez son más estrictas ya que pasan por procesos con un alto nivel de controles para mejorar el cuidado de las personas, productos y del medio ambiente, generando un alto grado de disminución de proveedores de insumos agrícolas.

OPORTUNIDADES

Desarrollo de nuevas tecnologías

En el mundo globalizado en el que estamos hoy en día el desarrollado nuevas tecnologías para una empresa nos permite mejorar los procesos con el fin de crear productos nuevos e innovadores con una mayor calidad para ofertar, siempre en constante investigación y desarrollo para el crecimiento de la empresa, implementando sensores para motorización, teledetección con Drones, software de operaciones agrícolas, Redes de mercado digitales, tractores autónomos.

Diversificación de insumos agrícolas

La diversificación de los productos es una gran ventaja para las empresas que comercializan insumos agrícolas ya que pueden ofrecer una gran cantidad de productos de calidad y bajos precios para comodidad de los productores, y no solo ofertando un solo producto que genere la búsqueda de nuevos mercados y de esta forma obteniendo una sostenibilidad en el mercado competitivo, en la actualidad se está implementando insumos que sean amigables con el medio ambiente como insumos biológicos, naturales.

Alta demanda de productores agrícolas

La alta demanda de productores agrícolas es una de las ventajas más favorables para las empresas que ofertan productos agrícolas porque les permiten crecer en el mercado ofertando productos de calidad y de variedad para que los stocks de productos puedan salir pronto y obteniendo como resultado un aumento de los ingresos.

Nuevas tendencias de consumo de productos agropecuarios con diversas características.

Las personas en la actualidad buscan nuevas formas de cosechar sus cultivos es por eso que prefieren productos agropecuarios con nuevas características, nuevas fórmulas que mejoren sus cultivos generando un valor agregado a través de buenas prácticas agrícolas sostenibles que ayuden a la salud y al medio ambiente desarrollando soluciones naturales como productos que son el tebuconazol, abamectina, serenade max, flipper que sirven en la actualidad para combatir las plagas.

Población joven con un alto nivel de capacitación

Los jóvenes en la actualidad tienen niveles de educación más altos que sus padres y están en constante investigación que les permite conocer las cosas con más realidad para tener un mejor desempeño en las actividades que realicen y de esta manera alcanzar una estabilidad promoviendo un crecimiento económico sustentable. En el Ecuador en el año 2019 la cantidad de estudiantes capacitados son de 240000 mil, estos profesionales son vitales para el sector productivo.

Matriz FODA

Tabla 13-3: Matriz FODA

	Amenazas	Escasas fuentes proveedoras de insumos	Competencia en el entorno	Inexperiencia en la comercialización	Envejecimiento de la población agrícola	Cambio en las políticas que regula el consumo de...	Oportunidades	Desarrollo de nuevas	Diversificación de insumos	Alta demanda de productores	Nuevas tendencias de consumo de productos agropecuarios con diversas	Población joven con un alto nivel de capacitación
Fortalezas	Objetivos											
Solvencia Financiera	<ul style="list-style-type: none"> Realiza la importación de los fungicidas naturales desde China para la ciudad de Riobamba 											
Procesos de Importación	<ul style="list-style-type: none"> Repartir impresos comerciales en los diferentes mercados de la ciudad de Riobamba donde se encuentren los productores agrícolas. 											
stock de productos para su comercialización	<ul style="list-style-type: none"> Realizar publicidad en las diferentes radios más sintonizadas de la ciudad de Riobamba. 											
Conocimientos y Experiencia local sobre los cultivos	<ul style="list-style-type: none"> Tener presencia en las diferentes ferias que realizan el Ministerio de Agricultura, Ganadería. (MAG) 											
Cientes fijos para la comercialización												
Debilidades												
Administración Empírica												
No se cuenta con productos requeridos por el mercado local.												
Falta de Capacitación al Personal												
Manuales de procesos y funciones desactualizados												
Falta de evaluación a los procesos internos de la empresa												

Fuente: Análisis externo e interno

Elaborado por: Romero G. (2020)

3.4.13 *Objetivos estratégicos*

- Realizar la importación de los fungicidas naturales desde China para la ciudad de Riobamba
- Repartir impresos comerciales en los diferentes mercados de la ciudad de Riobamba donde se encuentren los productores agrícolas.
- Realizar publicidad en las diferentes radios más sintonizadas de la ciudad de Riobamba.
- Tener presencia en las diferentes ferias que realizan el Ministerio de Agricultura, Ganadería. (MAG)

3.4.14 *Estrategias*

- Buscar proveedores, internacionales que entreguen este tipo de productos.
- Tener cotizaciones de los Productos.
- Revisar el proceso de Importación.
- Dirigirse a mercados más concurridos por parte de los productores agrícolas
- Pasar cuñas publicitarias en las radios más escuchadas de la ciudad de Riobamba en horarios que tengas mayor sintonía.
- Realizar convenios con el ministerio de Agricultura, Ganadería (MAG), para tener buenas prácticas agrícolas.

3.4.15 *Proceso de importación*

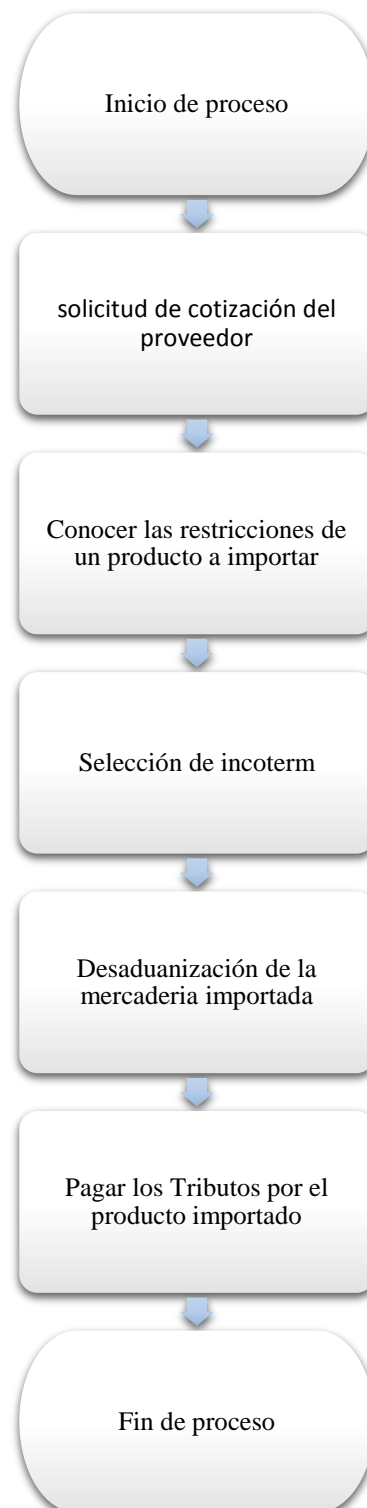


Gráfico 4-3: Proceso de importación
Elaborado por: Romero G. (2020)

Proveedor y cotización

La empresa que va a ser proveedora de los fungicidas naturales es la empresa Nanjing Essence Fine chemical ubicada en china en el distrito de Nanjing tiene un área de 38000 mil metros cuadrados y el área de almacén y edificio de oficinas tiene 16000 mil metros cuadrado, con una inversión total de 137 millones de yuanes, puede producir más de 800 pesticidas en varios tipos de formulaciones, son profesionales en el I+D y la producción de pesticidas, la empresa puede producir anualmente más de 10 mil toneladas.

Cotización

Tabla 14-3: Cotización de los fungicidas naturales

Los productos de los fungicidas naturales son:	Los precios de los fungicidas naturales son:
Serenade Max	\$14,37/kg
Flipper	\$14,37/kg
Tebuconazol	\$14,37/kg
Asoxistribina	\$14,37/kg

Elaborado por: Romero G. (2020)

Forma de pago

El pago se realizará con la carta de crédito ya que es un documento o instrumento emitido por un banco a petición del importador en el que el banco, está obligado a pagar a un beneficiario contra la entrega, de los documentos exigidos siempre que se cumpla con las condiciones de la carta de crédito.

La principal ventaja de la carta de crédito es que otorga a las dos partes un grado de seguridad alto, en el pago como en la entrega de las mercancías, el pago se realiza contra los documentos que presenten las mercancías.

Restricciones del producto a importar

Tabla 15-3: Partida Arancelaria

Partida arancelaria	Sub partida	UF	Tarifa Arancelaria
3808.91.91.00	Que contengas piretro natural (piretrina)	Kg	0%

Fuente: Comité de Comercio Exterior

Elaborado por: Romero G. (2020)

Según el ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y pesca, (MAGAP) no menciona ninguna restricción al importar fungicidas naturales de esta manera se encuentra en la sección VI, en el capítulo 38 partida arancelaria 3808.91.91.00 con una tarifa arancelaria del 0%

Selección de incoterm

La negociación se establecerá con el término internacional CIF, el cual el vendedor se encargará desde el distrito de Nanjing (china) al puerto de Shanghai hasta el puerto Contecon de la ciudad de Guayaquil, deberá entregar la mercancía sobrepasando la borda del buque con los gastos de costes, transporte marítimo y el seguro por pérdida o daño de la mercancía durante el transporte, el vendedor es la persona que se encargara de suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa y el comprador es quien se encargara de pagar el precio que se ha dispuesto por parte del vendedor dispuesto en el contrato. El vendedor deberá entregar la mercancía en la fecha o dentro del plazo acordado.

Dezaduanización de la mercadería

La declaración aduanera de importación al momento de que llega la mercancía tiene un plazo de 15 días calendario para realizar los trámites necesarios previo a la llegada del medio de transporte y hasta 30 días calendario contando desde su arribo de no cumplirse en el plazo señalado la Aduana tiene la obligación de realizar el abandono tácito según el literal a del artículo 142 del código Orgánico de la producción, comercio e inversiones.

Los requisitos para dezaduanizar las mercancías son:

- Documento de transporte
- Factura comercial
- Certificado de origen
- Documentos que el SENA considere necesarios
- Certificado del Control del aforo físico (peso, bultos, cantidad)

Pago de tributos de los productos importados

Para el pago de tributos de los fungicidas naturales tenemos que determinar el precio de la factura comercial que lo señala el propio vendedor o proveedor el cual está especificado por los términos comerciales que son los incoterms, en esta negociación se lo ha realizado por el termino CIF en el que consta el pago del costo de la mercancía, el transporte marítimo internacional, y el pago

del seguro por daños o pérdida de la mercancía, el precio CIF es la base para el cálculo del pago de los impuestos que se encuentran estipulados de la siguiente manera el 0,5% Fodinfra, en el caso de los fungicidas naturales la tarifa arancelaria es el 0%, este resultado sirve para el cálculo del IVA que es del 12% se realiza la suma de todos los valores obtenidos para luego restar por el valor CIF para obtener el total de cuanto debemos pagar en las aduanas del Ecuador.

Liquidación aduanera

Tabla 16-3: Liquidación de Aduana

Total CIF	\$ 54.606,00
Fodinfra 0.5%	\$ 273,03
Ad- valoren 0%	-
Valor ex aduana	54.879,03
IVA 12%	6.585,48
Costo Final	61.464,51
-CIF	54.606,00
Valor a pagar en Aduana	6.858,51

Elaborado por: Romero G. (2020)

Una vez considerado todos los rubros aplicables se definió un costo a pagar en aduana de 6858,51 dólares, se calculó el Fodinfra, el costo final de la liquidación, no se calculó el ad- valoren porque tienen 0% de arancel por ser un producto con una subpartida sin aranceles.

Total, de la Importación

Tabla 17-3: Total de importación

Flete interno	\$ 250
Precio CIF	\$ 54606,00
Total CIF	\$ 54856,00
Fodinfra 0,5%	\$ 274,28
Ad-valoren 0%	\$-
Valor ex aduana	\$ 55.130,28
IVA 12%	\$ 6.615,63
Costo Final	\$ 61.745,91
Dividir los kilos que se va a importar	3800kg
Costo total por kilo importado	\$ 16.25/kg
Rentabilidad	32% (5,20)
P.V.P.	\$ 21,45

Elaborado por: Romero G. (2020)

3.4.16 Factibilidad Financiera

Para las proyecciones financieras, se partió de la definición de los activos fijos de la empresa para conocer el costo por depreciación.

Rol de pagos

Tabla 18-3: Rol de pagos

No.	Empleador	Cargo	Remuneración	Otros ingresos	Total ingresos	Aporte personal	Otros egresos	Total egresos
1	Rivera Fierro Hernán Patricio	Gerente	10800,00		10800,00	1020,60		1020,60
2	Luis Gabriel Rosero Parra	Encargado de las importaciones	8400,00		8400,00	793,80		793,80
3	Mayra Elisabeth Garcés Viñan	Secretaria	4800,00		4800,00	453,60		453,60
4	José Antonio Auncancela Reino	Contador	7200,00		7200,00	680,40		680,40
5	Alex Fabricio Hernández Loza	Ventas	4800,00		4800,00	453,60		453,60

Fuente: Proyección Financiera

Elaborado por: Romero G. (2020)

Tabla 19-3: Rol de pagos

Aporte patronal	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondo de reserva	Total Provisiones	Total Rol de pagos
1312,20	900,00	400,00	450,00	899,64	3961,84	14761,84
1020,60	700,00	400,00	350,00	699,72	3170,32	11570,32
583,20	400,00	400,00	200,00	399,84	1983,04	6783,04
874,80	600,00	400,00	300,00	599,76	2774,56	9974,56
583,20	400,00	400,00	200,00	399,84	1983,04	6783,04
						49872,80

Fuente: Proyección Financiera

Elaborado por: Romero G. (2020)

Proyección Rol de Pagos Anuales

Tabla 20-3: Proyección Rol de Pagos Anuales

Empleador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rivera Fierro Hernán Patricio	14761,84	15130,89	15509,16	15896,89	16294,31
Luis Gabriel Rosero Parra	11570,32	11859,58	12156,07	12459,97	12771,47
Mayra Elisabeth Garcés Viñan	6783,04	6952,62	7126,43	7304,59	7487,21
José Antonio Auncancela Reino	9974,56	10223,92	10479,52	10741,51	11010,05
Alex Fabricio Hernández Loza	6783,04	6952,62	7126,43	7304,59	7487,21
Rivera Fierro Hernán Patricio	49872,80	51119,62	52397,61	53707,55	55050,24

Fuente: Proyección Financiera

Elaborado por: Romero G. (2020)

En la tabla se refleja la proyección anual del Rol de pagos de los trabajadores de la empresa Agro Verde con una proyección Anual del 2.5% que tomamos como referencia a la inflación proyectada y productividad laboral del incremento del salario Básico unificado.

Recursos de la Empresa

Tabla 21-3: Recursos de la Empresa

No.	Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Residual	Porcentaje de depreciación	Valor de depreciación
Vehículos							
1	camioneta toyota doble cabina hilux 2013	1	23000,00	23000,00	2300,00	20%	4140,00
Muebles y enseres							
2	silla de cuero giratoria	3	38,00	114,00	11,40	10%	10,26
3	escritorio recto 110cm *60cm	3	120,00	360,00	36,00	10%	32,40

4	perchas de aluminio de 6 pisos	7	90,00	630,00	63,00	10%	56,70
5	vitriñas de aluminio con vidrio transparente	2	140,00	280,00	28,00	10%	25,20
6	tachos color negro grandes	8	15,00	120,00	12,00	10%	10,80
7	Archivador Mueble Oficina Negro Metálico 3cajones	2	50,00	100,00	10,00	10%	9,00
8	silla de espera 4 puestos	1	150,00	150,00	15,00	10%	13,50
	Equipo de Computo						
9	computadoras de escritorio Xtratech Amd E2500N	4	311,00	1244,00	124,40	33%	369,47
10	Impresoras EPSON L395	2	375,00	750,00	75,00	33%	222,75
	Maquinaria y equipo						
11	Balanza Electronica Digital De 5g A 40kg Potente Profesional	2	30,00	60,00	6,00	10%	5,40
	Equipo de oficina						
12	Sumadora Eléctrica Truly	1	41,00	41,00	4,10	10,00%	3,69
13	tv led sony de 32 pulgadas	1	215,00	215,00	21,50	10,00%	19,35
	Edificios			0	0		0
14	edificio de 3 pisos de 11.70*7.62	1	85000	85000	8500	5%	3825
				112064,0	11206,4		8743,52
				0			

Fuente: Proyección Financiera
Elaborado por: Romero G. (2020)

Servicios Básicos

Tabla 22-3: Servicios Básicos

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
N o.	Detalle	Mensual	Anual				
1	Teléfono	35	420	425,88	431,84	437,89	444,02
2	Luz	40	480	486,72	493,53	500,44	507,45
3	Agua	20	240	243,36	246,77	250,22	253,72
4	Internet Net life	40	480	486,72	493,53	500,44	507,45
5	Gasolina	120	1440	1460,16	1480,60	1501,33	1522,35
6	Seguridad detectores de movimiento	23	276	279,86	283,78	287,76	291,78
7	gasto de combustible y mantenimiento	250	3000	3042,00	3084,59	3127,77	3171,56
8	Publicidad	60	720	730,08	740,30	750,67	761,17
	Total		7056	7154,784	7254,95098	7356,52029	7459,51157

Fuente: Proyección Financiera

Elaborado por: Romero G. (2020)

En la tabla se refleja los servicios Básicos totales anuales de la empresa Agro Verde con una proyección anual del 1.4% que tomamos como referencia de la tasa de crecimiento poblacional del Ecuador.

Total, de los Costos Anuales de los productos que oferta la empresa Agro Verde

Tabla 23-3: Costos Anuales de los productos de la Empresa

Costos de los productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total anual	327.745,00	336.986,098	346.487,75	329.890,35	366.302,35

Fuente: Proyección Financiera

Elaborado por: Romero G. (2020)

En la tabla se refleja los costos totales anuales de los productos que oferta la empresa Agro Verde con una proyección anual del 1.4% que tomamos como referencia de la tasa de crecimiento poblacional del Ecuador.

Total, de las ventas Anuales de los productos que oferta la empresa Agro Verde

Tabla 24-3: Precios Anuales de los productos de la Empresa

Precios de los productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total anual	417.735,5	429.513,97	441.624,54	454.076,59	466879,73

Fuente: Proyección Financiera

Elaborado por: Romero G. (2020)

En la tabla se refleja los precios totales anuales de los productos que oferta la empresa Agro Verde con una proyección anual del 1.4% que tomamos como referencia de la tasa de crecimiento poblacional del Ecuador

Estados de Resultados

Tabla 25-3: Estados de Resultados

VENTAS	417735,50	429513,97	441624,55	454076,59	466879,74
COSTOS DE VENTAS	327745,00	336986,10	346487,76	356257,33	366302,36
UTILIDAD OPERATIVA	89990,50	92527,87	95136,79	97819,26	100577,38
GASTOS OPERATIVOS	65672,32	67017,92	68396,08	69807,59	71253,27
Gastos remuneraciones	49872,80	51119,62	52397,61	53707,55	55050,24
Gastos de servicios básicos	7056,00	7154,78	7254,95	7356,52	7459,51
Gastos Depreciación	8743,52	8743,52	8743,52	8743,52	8743,52
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	24318,18	25509,95	26740,71	28011,68	29324,11
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	3647,73	3826,49	4011,11	4201,75	4398,62
BASE IMPUESTO A LA RENTA	20670,45	21683,46	22729,60	23809,92	24925,49
IMPUESTO A LA RENTA	5167,61	5420,86	5682,40	5952,48	6231,37
UTILIDAD DEL EJERCICIO	15502,84	16262,59	17047,20	17857,44	18694,12

Fuente: Proyección Financiera

Elaborado por: Romero G. (2020)

Estado de Flujo de Efectivo

Tabla 26-3: Estado de flujo de efectivo

	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	417.735,50	429.513,97	441.624,55	454.076,59	466.879,74
COSTOS Y GASTOS	393.417,32	404.004,02	414.883,84	426.064,92	437.555,63
UTILIDAD	24.318,18	25.509,95	26.740,71	28.011,68	29.324,11
DEPRECIACIÓN	8.743,52	8.743,52	8.743,52	8.743,52	8.743,52
FLUJO DE EFECTIVO	33.061,70	34.253,47	35.484,23	36.755,19	38.067,63

Fuente: Proyección Financiera

Elaborado por: Romero G. (2020)

En el flujo de efectivo, se han definido ingresos líquidos por un valor de 33.061,70 dólares, elevándose en 3.60%, mientras que, en el quinto año, se genera una utilidad de 38.067,63 dólares, una vez calculado los ingresos y costos que se generan en la importación.

Valor Actual Neto

Tabla 27-3: Valor Actual Neto

Flujo neto de efectivo		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	- 50000,00					
Flujo de Caja		33.061,70	34.253,47	35.484,23	36.755,19	38.067,63
Tipo de descuento	9,76%	9,76%	9,76%	9,76%	9,76%	9,76%
(1+r)^n	1	1,0976	1,20472576	1,322306994	1,451364157	1,593017299
1/(1+r)^n	1	0,91107	0,830064	0,7562540	0,689006	0,627739
Flujo de caja descontado	- 50000,00	30.121,81	28432,59	24448,88	25324,58	23896,56
VAN	82.224,42					

Fuente: Proyección Financiera

Elaborado por: Romero G. (2020)

Tasa Interna de Retorno

Tabla 28-3: Tasa de Interna de Retorno

Cuadro TIR	
0	-50000,00
1	33.061,70
2	34253,47
3	35484,23
4	36755,19
5	38067,63
TIR	63%

Fuente: Proyección Financiera

Elaborado por: Romero G. (2020)

Dentro del análisis del riesgo se ha considerado el valor actual neto, una vez transcurrido los años se espera un valor de 82224,42 dólares, mientras que la Tasa Interna de Retorno será del 63%, pudiendo recuperarse la inversión en 1 año, 7 meses y 1 día.

Beneficio- Costo

Tabla 29-3: Beneficio - Costo

suma ingresos	\$624.814,12
suma egresos	\$587.602,30
egresos + inversión	\$637.602,30
B/C	\$ 1.05

Fuente: Proyección Financiera

Elaborado por: Romero G. (2020)

Analizamos el beneficio Costo por cada dólar invertido se recupera 0,5 centavos por lo que podemos interpretar que el proyecto es viable.

CONCLUSIONES

Una vez finalizado el trabajo de titulación se puede concluir con lo siguiente:

- La provincia de Chimborazo, es conocida por su producción agrícola, para lo cual adquiere diversos productos con la finalidad de potencializar sus cultivos y mejorar sus ingresos, conociendo esto nace la empresa “AGROVERDE” dedicada a la distribución de las mejores semillas y plantas de tomate, cebolla, pimiento, sandía y hortalizas como la zanahoria, en base a los pedidos de sus clientes se creó la necesidad de importar productos que favorezcan los cultivos orgánicos.
- El mercado Chino ofrece una amplia variedad de productos en diversas gamas, al ser un socio comercial y financiero del país se convierte en una alternativa ideal como proveedor, cuando se solito información supo manifestar que el proceso se realizaría bajo el termino internacional de comercio entregando el productos en el puerto de Guayaquil listo para el proceso de desaduanización.
- Con el proceso de importación se podrá entregar productos al mercado local que beneficien la agricultura y permita mejorar la rentabilidad de la empresa, en los cálculos del análisis del riesgo se prevé una Valor Actual Neto de 82.224,42 dólares y una tasa interna de retorno del 63%, recuperándose la inversión en casi dos años.

RECOMENDACIONES

- Participar activamente en los procesos de capacitación de los agricultores con la finalidad de generar acciones de cambio que puedan ser acompañadas con los productos que comercialice la empresa mejorando su posicionamiento en el mercado actual.
- Buscar en diversos proveedores que permitan acceder a productos de calidad para nuestros clientes, pero generen mejores utilidades para la empresa, se establece la necesidad de participar en ferias internacionales y nacionales de productos relacionados a la línea de comercialización, además de aplicar el proceso de importación definido dentro del presente trabajo de titulación.
- Efectuar análisis financieros para medir la rentabilidad de la empresa y cuáles son los productos con mayor acogida en el mercado, definir la estrategia para su comercialización considerando las exigencias de la población objeto.

BIBLIOGRAFÍA

- Rodríguez Aranday, F. (sf de sf de 2017). Estudio Técnico. Recuperado de doctri.vlex.com:
<https://doctri.vlex.com/na/vid/estudio-tecnico-702304333>
- AgroVerde. (16 de 01 de 2020). Agroverde Solucion Para el Agro. Recuperado de:
<https://www.agroverde.com.ec/>
- Barrera, D. (2008). Poblacion. blog dedicado a el intercambio de saberes sobre temas relacionados con la Maestria en Tecnologia Educativa.
- Brotons , J. M. (2017). Supuestos de valoración de inversiones . Universidad Miguel Hernandez de Elche.
- Cano Morales , A. M. (2017). Matematicas financieras bajo normas internacionales de contabilidad y normas internacionales de información Financiera . Bogota : Ediciones de la u.
- Carrino, I. (14 de Enero de 2018). Principios de comercio internacional. Recuperado de:
<https://www.ivancarrino.com/tres-simples-principios-de-comercio-internacional/>
- Castro Paredes, G., & Cantos Sánchez , M. V. (septiembre de 2012). “Plan de importación y Logística de comercialización del insecticida Neonicotinoide para el control de plagas en los cultivos en la provincia del guayas. Recuperado de
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3125/1/UPS-GT000325.pdf>
- Castro Sotelo , L. E. (2018). “Plan de negocio para la importación y comercialización de un fungicida en plantaciones de las ciudades de Cayambe y Tabacundo”. Recuperado de
<http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/9388>
- Coll Tor , P. (2015). Manual de Gestión Aduanera normativas del comercio internacional y modelos de integración económica . Barcelona : Marge Books.
- Doyle; Fryer, M. (2019). Éxito Comercial Practicas Administrativas y Contextos Culturales. Boston USA: Cengage Learning.
- Federico. (2019). Estudio Financiero. Recuperado de zonaeconomica:
<https://m.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Feigenbaum, E. (2019). Propsoito de la estructura organizacional. Recuperado de
<https://pyme.lavoztx.com/propsoito-de-la-estructura-organizacional-4888.html>
- Flórez, J. A. (2015). Plan de Negocio para pequeñas empresas. Bogotá: Ediciones de la U.
- García Mallo, J. (2015). Negociación y Contratación Internacional. España: Elearning .

- Garcia, I. (07 de Noviembre de 2017). Economias simples.net. Glosario del Mercado Recuperado de <https://www.economiasimple.net/glosario/mercado>
- Hidalgo Dávila , L. (2017). Situación Actual del Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6095/1/T2562-MRI-Hidalgo-La%20situacion.pdf>
- HUERTA ARGUEZ, I. (26 de Enero de 2016). Estudio de Mercado. Recuperado de: <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/>
- Kiziryan, M. (sf de sf de 2014). Definición de Importación. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>
- MAGAP. (2016). Importaciones de fungicidas . Riobamba .
- Ortiz Anaya , H. (2018). Análisis financiero aplicado, bajo NIIF 16a. edición . Bogota : publicaciones@uexternado.edu.com.
- Raquel, & Sebas, R. p. (2016). Planificación Estratégica y Gestión de la publicidad Conectado con el Consumidor. Madrid: ESIC.
- Riquelme, M. (16 de Julio de 2019). Tipos de Mercado. Recuperado de: https://www.webyempresas.com/tipos-de-mercado/#Mercados_según_el_espacio_geografico
- Rodríguez, L. C. (2017). El método deductivo de investigación. Colombia.
- Rojas, S. (sf de sf de 2014). Estudio Organizacional. Recuperado de: <https://estudio-organizacional.webnode.mx/>
- Sapag Chain, R. (18 de Marzo de 2016). Que es un Proyecto. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/maestralejandrac11/que-es-un-proyecto-59746220>
- Senae . (19 de mayo de 2011). Servicios para OCE's. Recuperado de: <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>
- Senae. (13 de Marzo de 2017). Servicio al Ciudadano. Recuperado de: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- sinnaps. (sf de sf de 2019). Gestión de Proyectos. Recuperado de: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/estudio-financiero-proyecto>
- Vera López , M. (2015). Guía Práctica para el manejo comercial a los Incoterms 2010 . books google .