



**UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA**  
**CARRERA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO PARA LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
ECONOMISTA AGRÍCOLA**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FUNGICIDA  
ORGÁNICO OBTENIDO POR MEDIO DEL EXTRACTO DE LA  
PEPA DE TAMARINDO EN GUAYAQUIL.**

**JOSÉ MANUEL CHUCURI GUAMÁN**

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

**2022**

**UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA**

**CERTIFICACIÓN**

El suscrito, docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de director **CERTIFICO QUE:** he revisado el trabajo de titulación, denominado: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FUNGICIDA ORGÁNICO OBTENIDO POR MEDIO DEL EXTRACTO DE LA PEPA DE TAMARINDO EN GUAYAQUIL**, el mismo que ha sido elaborado y presentado por el estudiante, **José Manuel Chucuri Guamán**; quien cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador para este tipo de estudios.

Atentamente,

---

Ing. Jorge Ruso León, M.Sc.

Guayaquil, 28 de abril del 2022

**UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA**

**TEMA**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA  
Y COMERCIALIZADORA DE FUNGICIDA ORGÁNICO OBTENIDO POR MEDIO  
DEL EXTRACTO DE LA PEPA DE TAMARINDO EN GUAYAQUIL.**

**AUTOR**

**JOSÉ MANUEL CHUCURI GUAMÁN**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**APROBADA Y PRESENTADA AL CONSEJO DIRECTIVO COMO  
REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
ECONOMISTA AGRÍCOLA**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

Econ. Haydee Yulan Negrete, MSc.

**PRESIDENTE**

---

Econ. Elsy Galarza Alcívar, MSc.

**EXAMINADOR PRINCIPAL**

---

Ing. Jorge Ruso León, MSc.

**EXAMINADOR SUPLENTE**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme culminar esta meta que me ayuda estar en el ámbito profesional, a mi padre Francisco Chucuri Anilema y a mi madre María Dolores Guamán, quienes fueron un pilar y una base fundamental para mí, con mucho esfuerzo y dedicación me han apoyado en esta carrera universitaria. A la universidad Agraria del Ecuador por las oportunidades dadas durante todo este periodo, a los docentes y a mi familia que estuvieron brindando todo su apoyo y ánimos para culminar mi plan de estudio.

## **DEDICATORIA**

Este último y más importante trabajo de titulación va dedicado a Dios, quien me ha guiado y ayudado durante estos cinco años de estudio y a mis padres, a mi padre Francisco Chucuri Anilema y a mi madre María Dolores Guamán, quienes han estado a mi lado todo momento, dándome ánimos y motivando que siga y culmine mi etapa estudiantil, durante estos años universitarios han sido mi pilar fundamental para poder avanzar, gracias a su amor y apoyo incondicional me han incentivado a ser persistente con mis metas.

## **RESPONSABILIDAD**

La responsabilidad, derecho de la investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones que aparecen en el presente Trabajo de Titulación corresponden exclusivamente al Autor y los derechos académicos otorgados a la Universidad Agraria del Ecuador.

---

**José Manuel Chucuri Guamán**  
**C. I. 0940691728**

## RESUMEN

En el presente proyecto se tiene como objetivo un plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de fungicida orgánico a base del extracto de la pepa de tamarindo en la ciudad de Guayaquil mediante las herramientas de las entrevistas a los clientes, en cambio a la competencia por medio de la observación directa, en donde se recopiló los datos que se requieren para el impulso del presente trabajo de estudio, se pudo observar y analizar las ventas que las grandes empresas tienen al año, de ese modo se pudo tener en cuenta a como se va a vender el producto innovador y a que volumen, teniendo como resultado que se lo vende a \$3.00 dólares cada frasco de 250 ml y la cantidad de 24 frascos en una caja, es decir al mes se estima vender 125 cajas que contienen 3.000 frascos de fungicidas orgánicos, en el primer años son 36.000 frascos y para los siguientes años se va a tomar en cuenta el 22,4% del crecimiento de ventas, donde se registra un aumento del sector manufacturero, debido a que este sector transforma las materias primas a bienes de consumo, pero se va a ser conservador con la tasa de crecimiento y solo se va a tomar en cuenta la cuarta parte de ese porcentaje, es decir el 5,6%, con una inflación del 1,9% y concluyendo que el presente proyecto es factible.

**Palabras claves:** *Plan de negocio, producto, innovador, resultados, fungicida orgánico.*

## SUMMARY

In the present project, it has as objective is a business plan for the creation of a producer and marketer company of organic fungicide based on the extract of the tamarind seed in the city of Guayaquil through the tools of customer interviews, instead of the competition through direct observation, where the data required for the impulse of this study work was collected, it was possible to observe and analyze the sales that large companies have per year, in this way it was possible to take into account how the innovative product is going to be sold and what volume, with the result that it is sold at \$3.00 dollars per 250 ml bottle and the amount of 24 bottles in a box, that is, a month it is estimated to sell 125 boxes containing 3,000 bottles of organic fungicides, in the first year there are 36,000 bottles and for the following years 22.4% of sales growth will be taken into account, where an increase in the manufactory sector is recorded, because this sector transforms raw materials into consumer goods, but it is going to be conservative with the growth rate and only a quarter of that percentage is going to be taken into account, that is, 5.6%, with an inflation rate of 1.9% and concluding that this project is feasible.

**Keywords:** *Business plan, product, innovative, results, organic fungicide.*



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
Caracterización del Tema .....	1
Planteamiento de la Situación Problemática .....	2
Justificación e Importancia del Estudio .....	2
Delimitación del Problema.....	3
Formulación del Problema .....	3
Objetivos .....	3
Objetivo General .....	3
Objetivos Específicos.....	3
Tesis a Defender.....	3
Aporte Teórico .....	4
Aplicación Práctica.....	4
 <b>CAPÍTULO 1.....</b>	 <b>5</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>5</b>
1.1 Estado del Arte .....	5
1.2 Bases Científicas y Teóricas.....	7
1.3. Fundamentación Legal.....	23
 <b>CAPÍTULO 2.....</b>	 <b>33</b>
<b>ASPECTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>33</b>
2.1 Métodos .....	33
2.2 Variables .....	33
2.3 Población y Muestra.....	34
2.4 Técnicas y Recolección de Datos .....	34
2.5 Estadística Descriptiva e Inferencial.....	35
2.6. Cronograma de Actividades .....	35
 <b>RESULTADOS .....</b>	 <b>36</b>
<b>DISCUSIÓN.....</b>	<b>59</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>61</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA CITADA.....</b>	<b>63</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>69</b>
<b>APÉNDICES .....</b>	<b>76</b>

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo N° 1:</b> Operacionalización de las variables .....	69
<b>Anexo N° 2:</b> Cronograma de actividades.....	70
<b>Anexo N° 3:</b> Flujo productivo del fungicida orgánico .....	71
<b>Anexo N° 4:</b> Formato de las entrevistas .....	72
<b>Anexo N° 5:</b> Ficha de la observación directa a la competencia .....	73
<b>Anexo N° 6:</b> Fotos de la entrevista .....	74

## ÍNDICE DE APÉNDICES

<b>Apéndice N° 1:</b> Costos de insumos directos y materiales indirectos .....	76
<b>Apéndice N° 2:</b> Estado de resultados .....	77
<b>Apéndice N° 3:</b> Proyección del crecimiento de ventas .....	78
<b>Apéndice N° 4:</b> Flujo de caja.....	79

# INTRODUCCIÓN

## Caracterización del Tema

La agricultura es una parte fundamental para las personas del Ecuador, debido a que 1´442.973 de individuos que ejercen esta labor, debido a su subsistencia, tanto como familiar, quienes son los pequeños agricultores, como empresarial, los cuales están conformados por grandes hectáreas dedicadas a las exportaciones aparte del consumo del mismo país, según la FAO la agricultura representa una actividad económica dentro del país, generando empleo para las personas que deseen contribuir dentro del sector agrícola (FAO, 2020).

Los fungicidas son un grupo de sustancias cuya naturaleza química puede ser muy heterogénea con el objetivo de acabar con las plagas que invaden al cultivo, se aplican mediante rociado, pulverizado, por revestimiento, o por fumigación de locales, son de suma importancia dentro de las empresas, ya que de esta manera se puede generar ingresos dentro del país, debido a que muchas personas optan por la actividad agrícola tanto familiar como para el consumo general, pero hay una desventaja para los individuos que ejercen esta labor, ya que en muchos casos ellos no ganan lo que invierten, más son los gastos que ganancias.

Los fungicidas que contienen alto nivel químico pueden afectar al cuerpo humano, debido a que se muestran una gran variedad de consecuencias desfavorables, desde la amenaza en la salud y peligros corporales, también provocando riesgos ambientales, siendo perjudicial para todo ser vivo, generando que la capa de ozono se consuma y provocando que los rayos de sol peguen con mayor densidad como hoy en día se está viviendo.

Es importante la creación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de fungicidas obtenidos desde la materia orgánica de desecho debido a que podrán sustituir aquellos productos que se describen con un alto nivel de químicos, siendo desfavorable en la salud de los agricultores, debido a que de esta manera se podrá reducir el alto nivel de contaminación del medio

ambiente que se viene dando desde muchos años atrás, de esta manera se podrá trabajar de forma amigable con el entorno y sin contaminar el ambiente.

Dado lo anterior, el presente trabajo tiene como finalidad proponer la creación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de fungicida orgánico obtenido a partir de la pepa de tamarindo, el cual sería comercializado, teniendo como mercado objetivo las empresas mayoristas de insumos agrícolas en la ciudad de Guayaquil. Este producto ayudaría a los agricultores a proteger y controlar sus cultivos de los hongos, plagas, entre otros, este trabajo aportaría con una alternativa de solución al desarrollo económico dentro de la ciudad de Guayaquil, generando ingresos al país, y ayudando de esta manera a los individuos que laboran en la actividad agrícola.

### **Planteamiento de la Situación Problemática**

El planteamiento del problema consiste en que muchos individuos que laboran en la agricultura, no poseen los conocimientos sobre fungicidas que contiene químicos y los orgánicos, en muchos casos adquieren dichos fungicidas que resulta perjudicial para el cultivo, incluyendo para su propia salud, provocando pérdidas inesperadas, de aquí parte la idea del presente trabajo, en brindar un fungicida orgánico que ayude no solo el cultivo, sino también que logre cuidar la salud para quienes practican la agricultura.

### **Justificación e Importancia del Estudio**

La elaboración de fungicida obtenida por medio del extracto de la pepa de tamarindo, será factible en la parte financiera, ya que solo va a requerir de ajo, el aceite vegetal y la materia prima principal que es la pepa de tamarindo, la idea del plan de negocio surge por medio de las necesidades que están pasando no solo los agricultores, sino también en las empresas o industrias dedicadas a la venta de fungicidas, porque las tradicionales que contiene químicos, aparte de ser negativo para el medio ambiente y por ende en la salud de los agricultores, también es muy cara a la hora de elaborar el producto, por eso, el fungicida que se está ofreciendo será factible económicamente para su elaboración.

## **Delimitación del Problema**

Este proyecto se enfocará en la creación de una empresa que se dedique a producir y comercializar fungicidas orgánicos que se obtiene por medio del extracto de la pepa de tamarindo, teniendo como mercado objetivo las empresas mayoristas de insumos agrícolas en la ciudad de Guayaquil en el periodo 2021.

## **Formulación del Problema**

¿Es factible la creación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de fungicidas orgánicos obtenidas por medio del extracto de la pepa de tamarindo en los mercados mayorista de insumos agrícolas de la ciudad de Guayaquil?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Desarrollar un plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de fungicida orgánico obtenido por medio del extracto de la pepa de tamarindo en Guayaquil.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado que permita reconocer el macro y micro entorno donde se va a establecer la empresa.
- Establecer el estudio técnico y de inversiones que permitan identificar los recursos que se necesitan para implementar la empresa.
- Estimar la viabilidad financiera de la producción de fungicidas orgánicos para determinar la rentabilidad de la empresa en la ciudad de Guayaquil.

### **Tesis a Defender**

La propuesta de la creación de una empresa productora y comercializadora de fungicida orgánico obtenido por medio del extracto de la pepa de tamarindo será viable financieramente en Guayaquil.

### **Aporte Teórico**

La presente investigación planea motivar a los agricultores en probar el nuevo producto que se va a lanzar al mercado, siendo algo innovador y atrayente, teniendo en cuenta las cantidades de empresas que existen dentro de la ciudad de Guayaquil, ofreciendo productos similares y garantizando la eficiencia del mismo que les aportara a sus cultivos, utilizando publicidad y estrategias de marketing para llevar el producto a los clientes y de esta manera siendo una competencia potente debido a que se dará a conocer a nivel nacional para que las personas que se dedican a la agricultura lleven sus productos.

### **Aplicación Práctica**

El presente trabajo de emprendimiento tiene como objetivo crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de fungicida orgánico obtenido por medio del extracto de la pepa de tamarindo, se va a elaborar un análisis para tener la idea más clara de cuanto es el capital requerido para poner en marcha el plan de negocio, y a la misma vez de esta manera, se podrá motivar a las personas que se dediquen a la agricultura de que lleven el producto, ya que es algo diferenciado que se les está ofreciendo y asegurando que el fungicida orgánico que se está proponiendo es eficiente contra las plagas.

# CAPÍTULO 1

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Estado del Arte

Según (Muñoz V. , 2019), en su artículo “Análisis de los desechos orgánicos a nivel nacional”, nos dice que muchas industrias del tamarindo tienen muchos desechos orgánicos, que servirían para poder elaborar productos innovadores y apetecibles para las personas de todas las edades, entre ellas se encuentra el extracto de la pepa de tamarindo, este subproducto puede generar valiosos insumos útiles para nutrición alimenticia tanto de humanos como de animales.

De acuerdo al estudio realizado por (Rodríguez, 2019) con el tema “Plan de negocios para determinar la viabilidad en la creación de compañía fabricante de insecticidas en Bolívar” tenía como objetivo establecer las predilecciones en el asunto de adquisición de los agricultores al adquirir un insecticida en Bolívar, lo realizó por medio de encuestas para saber los gustos y preferencias que tenía cada agricultor y cuanto demostrarían a costear por el producto, dando como resultado el cual pudo determinar que el producto y en qué prototipo de presentación es de mayor favoritismo por parte de los consumidores.

La propuesta realizada por (Trujillo A. , 2018) el cual fue “Desarrollo de un plan de negocio para la creación de un fungicida orgánico de extracto de camarón para el control de la Sigatoka negra en el cultivo de banano ” tenía como misión proponer un producto de buena calidad que pueda ayudar a los individuos que trabajan en la siembra del banano, realizando por medio de encuestas para dar a conocer sobre el producto, teniendo como resultado que las personas que fueron encuestados, les agrado la idea del producto y que será eficiente para sus cultivos y de esta manera podrá eliminar las plagas que perjudica dentro de los cultivos.

La publicación de (Miranda, 2018) titulada “Aprovechamiento del extracto de la pepa de tamarindo en la provincia del Oro” tiene como objetivo elaborar diversos productos tanto alimenticios como fungicidas, para luego



comercializarlos como productos de calidad superior a los de la competencia, que sea de buena calidad y que ayude al medio ambiente, con la misión de generar ingresos al país y de esta manera poder generar trabajos y disminuir la tasa de desempleo, realizando el trabajo por medio de encuestas y de esta manera sacar datos cuantificables que le permitan saber el nivel de aceptación que tiene el producto, dando como resultado final que el trabajo es viable y factible.

El trabajo realizado por (Olivares, 2018), con el título de “Diseño de modelo de negocio para la creación de productos orgánicos en la ciudad de Guayaquil” tenía como objetivo corregir la aptitud de vida de los habitantes de Guayaquil y también en proponer un nuevo producto dentro del mercado, debido a que muchas personas están padeciendo de enfermedades, debido a su mal hábito alimenticio, a través de encuestas que él realizo para las personas que sufren de dichas enfermedades, tuvo como resultado que su trabajo era rentable, esto a partir de que a numerosos individuos les agradó la idea de mejorar la calidad de vida aparte de que el producto es llamativo y diferenciado.

La propuesta ejecutada por (Ortiz, 2019), con el título “ Manejo de plaguicidas e impacto en la salud de los trabajadores que cultivan cebolla en el Cantón Santa Isabel” el objetivo es precisar la utilización del efecto para la salud de los asociados y jornaleros que corresponden a la Asociación de Productores Agrícolas, lo desarrollo por medio de encuestas, para tener en cuenta lo que expresaban las personas que trabajaban en esa área, dando como resultado que muchos se enfermaban debido al mal uso de plaguicidas provocando enfermedades difíciles de curar.

El trabajo realizado por (Mora, 2019), con el tema de “Diseño de modelo de negocio para la creación de productos orgánicos para las personas que se dedican a la agricultura en la ciudad de Guayaquil” tenía como objetivo mejorar la calidad y cuidar de la salud de los individuos que ejercen la labor de la agricultura, a raíz que muchas personas están padeciendo de enfermedades, debido al uso de materiales que contiene un alto nivel de químicos, a través de encuestas que él realizo para las personas que sufren de dichas enfermedades, tuvo como resultado que su trabajo era rentable debido a que numerosos individuos les agradó la idea de mejorar su calidad de vida.

## 1.2 Bases Científicas y Teóricas

### 1.2.1 Plan de Negocio

Según la teoría clásica de Fayol Henry (1916), un plan de negocio es una de las funciones elementales que se deben de poseer en una empresa para lograr que se trabaje de manera eficiente, se busca un correcto desarrollo de los métodos de dirección y en los métodos que se utiliza para lograr dichos objetivos.

La teoría de Lambing y Kuehl (1998), un plan de negocio sirve de ayuda al empresario para analizar el mercado y poder plantear estrategias a largo plazo que puede asegurar el posicionamiento dentro del sector en donde se va a establecer.

Por otro lado, la teoría de Félix Velasco (2002), un plan de negocio se lo conoce también como planes de acción, esto se refiere como una orientación que dirige algún área funcional de la empresa y de esta manera junto a los métodos o planes estratégicos se va a obtener los resultados obtenidos.

#### ▪ **Concepto de Plan de Negocio**

Según el autor Andrés Guaman (2019) concierne a la actividad monetaria que brinda beneficios por parte de los servicios o producto que se está brindando al mercado, habiendo a modo de objetivo el interés económico a manera de él asunto de los dividendos, para poder forjar más fortunas en el sitio en cuál se está creando., los individuos de un negocio forman los directivos de compañías, que trabajan por proteger varios objetivos de lo más viable que se pueda, asumiendo a manera de meta indagar los costos elevados, pero consentidos por el cliente, poseer la calidad que no solicite un aumento de capital que exija crecer los costos y por ende siempre tratar de reducir lo más viable los egresos con el propósito de desarrollar más ingreso, el límite de la elaboración de bienes asume diferentes etapas específicas, a manera de que el asunto de la elaboración de las materias primas, la evolución más carente y adicionarle el valor agregado, existen cuatro procesos para desenvolver el plan de negocio, cómo se detalla a continuación:

- **Establecer los planes de operación:** En este proceso se tiene que dar cuenta, cuál es el motivo vital que manda a la empresa a desplegar el plan

de negocios y precisar la meta del plan propuesto, en el cual debe manifestar tres síntesis primordiales, qué trasfiere, de quien venda los bienes o servicios y que hagan la discrepancia de la compañía con la parte del mercado en que se labore.

- **Planeación de un negocio:** En este proceso se debe definir los objetivos del plan de negocios y descubrir las vicisitudes más notables encaminadas con el objetivo de un plan de negocios. Corresponde a poseer en cuenta la colocación de la organización, sea la apropiada para tratar de establecer comedidamente el plan mencionado, así como comprende inspeccionar el organigrama, pues aquí están los orígenes que valdrán de base para el buen cumplimiento de un plan de negocios y fusionar en su conjunto, por ende, el recurso humano tiene que ser competidor.
- **Preparativo:** Requerimos forjar un estudio de sector y por establecer el aumento expectante y del camino del sector. Esto lo alcanzamos al crear a través del medio digital, es decir, el estudio de exploración de mercado, por medio de las cámaras de comercios o del Gobierno. Corresponden todavía poder precisar las tácticas del mercado que manejaremos, la habilidad de costos, una habilidad de perspectiva del mercado y una táctica de mandato.
- **Activación:** Lo más importante es que cada etapa de un plan de negocios sea entendida de forma correcta, luego valdrá para fortalecer el negocio, comunicar sus políticas, al cual corresponden ser mencionados a los interesados, del trato que tiene que existir entre el colaborador y la administración para descubrir cada etapa en la que pasará la empresa a cuando se ande alcanzando el objetivo de la última etapa del plan de negocios. Es decir, en el cual posee considerable preeminencia el área de finanzas, por lo que habrá que aceptar el monto examinado para un plan de negocios.
- **Componentes del modelo de negocios**

El modelo de negocio frecuente percibe cuatro puntos claves de la compañía, como lo manifiesta Valencia Quiñonez (2020):

- **Clientes:** Estos son los que interesa al negocio.
- **Producto:** Es lo que ofrece el negocio y suministra al comprador.

- **Infraestructura:** Las maneras o procesos en que se surte el producto.
- **Finanzas:** La manera en que el negocio adquiere los ingresos y que precios son los implicados.
- **Tipos de negocio según la actividad**

Según Juan Mendoza (2019) dentro de la actividad, existen 5 tipologías de negocios:

- **Negocios de venta al público**  
Facultan para brindar a los clientes finales los bienes y servicios. Tal, por ejemplo, una tienda de indumentaria.
- **Negocio al por mayor**  
Adquieren artículos en mayor cantidad para vender a negocios por menor.
- **Negocios de servicios**  
No laboran con productos hechos ni con materia prima, exclusivamente brindan un servicio a los clientes.
- **Negocios de extracción**  
Estos extraer las materias primas que se requieren para elaborar productos.
- **Negocios de productos**  
Transforman las materias primas en productos acabados.
- **Elementos de definición del negocio**

Según Tiffany Zambrano (2019) son 9 elementos primordiales que se detallan a continuación:

- **Datos básicos de un negocio:** el nombre que se colocará al establecimiento de que se efectuará, su firma, el prototipo de compañía.
- **Descripción de un negocio:** Lo que se va a efectuar del producto o servicio del que brindará.
- **Características de diferenciación:** los rasgos creadores con las que se describe el establecimiento, producto o servicio, lo que permitirán diferenciarse de los competidores.
- **Ventajas del competidor:** los puntos en cuál se va a poseer una superioridad razonable ante los demás competidores.

- **Mercado objetivo:** es el público enfocado al cual se va a regir la empresa.
- **Visión y la misión:** las afirmaciones de la visión y la misión de la dependencia.
- **Idea de necesidad y oportunidad de un negocio:** los conocimientos que explican la proposición o elección del establecimiento.
- **Objetivos de un negocio:** se encaminarán a alcanzar una vez puesto en camino el establecimiento.
- **Estrategias de un negocio:** Se utilizarán para alcanzar los objetivos del establecimiento dependiendo del negocio.
- **Organización general del plan de negocio**
- **Síntesis ejecutiva**  
Se lo va a resumir a partido de pequeño resumen, en donde debe puntualizar un prólogo describiendo un corto del trabajo.
- **Definición de un negocio**  
En este puesto debe incluir el seudónimo de la dependencia, referir la materia prima para fabricar el producto o los materiales que se va a requerir.
- **Organización**  
Se manifestará los cargos que se encargarán dentro de la empresa, con sus referentes de áreas o departamentos.
- **Estudio de mercado**  
Es la decisión que tiene un individuo en el lapso de colocar su emprendimiento en un lugar.
- **Estudio de inversión y de financiación**  
En este fragmento se va a especificar los cálculos de la inversión, es decir, el capital que requerían para emprender la empresa y de qué manera se logra ocupar dichos egresos hasta que logren más ingresos hacia la empresa y conserve de forma independiente.
- **Estudio técnico**  
Es el estudio que parte internamente de la empresa para estar al tanto su labor, a manera de que se va a efectuar el producto, todo lo que se va a poder originar, del lapso y cuantías con las dimensiones del lugar del negocio.

- **Estudio de los ingresos y egresos**

En este se detalla el monto que parte del ingreso, el momento que se va a vender y todo lo que se gasta por fabricar un producto o servicio, forma parte de los consumos que incide internamente en la empresa.

### **1.2.2 Estudio de Mercado**

La teoría de mercado da a conocer que los costos son importantes conductos de investigación para la retribución del capital, cuando los costos salen independiente de la acción recíproca entre clientes y comerciantes en un mercado óptimo y la retribución del proceso estará entre lo más eficientemente viable.

Según la teoría de Adam Smith (2006), el estudio de mercado mide la viabilidad del proyecto que se desea emprender o deseo de cubrir las diferentes necesidades que tienen los consumidores y de esta manera brindar un producto o servicio que cubran esas necesidades.

Pero la teoría de Paul Samuelson (1945), un estudio de mercado se lo conoce como un lugar en donde se realizan intercambios de bienes o servicios, desde la perspectiva comercial, se va a utilizar el término como un conjunto de vendedores y compradores, sea de un servicio o producto que ofrece una empresa.

Por último, la teoría de Saverio Viniegra (2007), dentro de un estudio de mercado, se debe de tener en cuenta el macroentorno y el microentorno, ya que permitirá tener una visión más amplia sobre el sector en donde se va a establecer el negocio, y de esta manera se podrá tener en cuenta las cualidades a alcanzar y poder cumplir con los objetivos de una empresa.

- **Puntos a tener en cuenta del mercado**

Según Keila Rodríguez (2018) los siguientes puntos se debe tener en cuenta:

**Comprador:**

- Las motivaciones en el consumo.
- Las costumbres de adquisición.

- Las elecciones sobre el producto ofrecido y los de la competitividad.
- La aprobación de costo, predilección, etc.

**Producto:**

- Análisis de rutinas del que se da en el producto.
- Evaluación acerca de su aprobación.
- Evaluaciones a los semejantes de la competitividad.
- Análisis de las conveniencias, dimensiones y recipientes.

**Mercado:**

- Análisis acerca de la comercialización.
- Análisis acerca del alcance en el producto en los establecimientos.
- Aprobación y opinión sobre productos en los canales de distribución.
- Estudios acerca de sitios de comercialización, etc.

**Publicidad:**

- Evaluación de informes de operaciones.
- Análisis para realización de una acción, sobre condiciones del consumidor hacia un producto.
- Análisis acerca de la actividad publicitaria, etc.

**1.2.3 Teoría del consumidor**

Según la teoría clásica (1985), Indica que la teoría del consumidor económica fue por el autor J. Marshall, en donde se basa en el poder del consumidor para compensar las diferentes escaseces de los individuos, las decisiones de compra y el comportamiento del consumo, están orientadas hacia el deseo de cubrir las diferentes necesidades y expectativas de los consumidores.

**1.2.4 Estudio de Factibilidad y sus tipos**

Es lo que hace la compañía para tener una visión más clara y poder establecer la posibilidad de poder desenvolver un negocio o un proyecto que tiene en mente en formar, este tipo de análisis permite a la compañía conocer si el negocio o proyecto que tiene pensado establecer, le va a resultar favorable o no, aparte, ayuda a formar el tipo de estrategias que le pueden ayudar para que pueda alcanzar el éxito según Lara Muñoz (2019).

Al realizar un estudio de factibilidad se debe de tener en cuenta los tipos que se va a detallar de manera ordenada según Lara Muñoz (2019):

- **Factibilidad operativa:** Corresponde con el colaborador que tiene que realizar el proyecto. Por ende, se estudia si el colaborador tiene las capacidades profesionales imprescindibles para desenvolverse y realizarlo de manera correcta.
- **Factibilidad técnica:** Este punto se evalúa si la infraestructura técnica que tiene la compañía puede alegar de carácter propicio y eficientemente para desenvolver el proyecto o negocio que se tiene elaborado.
- **Factibilidad económica:** En este se cumple un estudio total sobre el costo beneficio de la empresa o del proyecto y calcular ambos aspectos. En la estimación se debe prestar atención que los costos despunten de buena forma, si no es así estaría siendo desfavorable y no se debe realizar.
- **Factibilidad comercial:** Se establece si existe un permisible evento, que exista una cifra apropiada de compradores. Estos compradores deben estar listos a gastar o usar los productos del negocio o proyecto, admitirá brindar al mercado en el que se forje.
- **Factibilidad política y legal:** Se comprueba si el prototipo de negocio o de proyecto por desenvolver, no atenta o infringe alguna ley o norma de carácter municipal, estatal o mundial y de forma que no podrá realizar, puesto que existirá en contra de las políticas legales y por ende no resulta factible.
- **Factibilidad de tiempo:** Consiste en conocer el tiempo que se tiene proyectado para llevar a cabo la intención que coincide con el lapso real que se requiere para lograr efectuarlo.

#### ***1.2.5 Utilidad de un Estudio de Mercado***

Se utiliza para estudiar un conjunto de operaciones ejecutadas por empresas productivas que poseen como objetivo conseguir investigación sobre el estado actual de un explícito mercado. Su propósito es conocer lo profundo del nicho que se intenta tomar, como así asimismo su nivel de rentabilidad y de esta



forma sirve para establecer si es viable o no invertir en un explícito negocio o producto, dentro del asunto de construcción de un estudio de mercado existe 6 pasos a seguir, según Mara Muñoz (2020) los cuales son los siguientes:

- **Información disponible en internet de forma gratuita:** Limitar artículos e informes sobre el escenario del sector, estadísticas y datos, censos, se debe de visitar páginas webs de sociedades de compañías del sector coherentes con la sección, de los institutos nacionales y autónomos de base de datos, entre otros.
- **Información en internet sobre empresas del sector:** Visitar la web de tus competidores y de empresas que se dedican a la misma actividad en otras provincias y tienen webs completas y atractivas. Conseguirás la investigación de la táctica comercial (productos, precios, comunicación, ofertas) y de su relevancia. Ingresar al internet en la página de asesoras o de compañías que hablen de análisis del sector y realiza lo similar en la web para conocer a más competencias.
- **Información en internet, de pago:** Los instrumentales expertos en estudios de posicionamiento SEO y SEM (Moz, Semrush, Sistrix, Ahrefs) brindan investigación muy atrayente tanto sobre palabras claves, dónde posicionar, sobre cómo están trabajando los competidores y dónde obtienen sus vínculos y es necesario costear estos servicios.
- **Ferias sectoriales:** Identificar en la página web sobre las ferias sectoriales concernientes con la operación y ayuda a ellas, aunque tengas que viajar a otros países.
- **Revistas especializadas:** Se debe obtener los periódicos impresos especialistas sobre el sector que informan las compañías, entidades y asesores. Las exhibiciones sectoriales logran ser una buena zona para conocerla y estar más informado cada año.
- **Información existente de la empresa:** En el negocio que esté en marcha, se recoge y compara toda la investigación que está en la compañía, como los de contabilidad, informes de ventas y fabricación, resultados de campañas publicitarias, contratos e informes anteriores, entre otras. Para elaborar un levantamiento de datos, se deberá de realizar los siguientes pasos:

- **Entrevistas en profundidad:** Es con el técnico del sector o varios clientes potenciales accederá a almacenar suficiente investigación, que convendrá de tomar medidas antes, unos apuntes que de referencia a los aspectos sobre los que se quiere indagar la investigación.
- **Grupo de discusión:** Se convocan entre 5 y 8 clientes aleatorios y exhibiendo las ideas o productos para que lo juzguen. Esta habilidad es buena para averiguar motivos y reacciones, se corresponderá ver que al igual que las entrevistas a fondo, son métodos que aportan la investigación específica, pero no son específicas estadísticamente, por lo que las conclusiones del análisis del mercado no deben basarse únicamente en estas.
- **Encuesta:** Es la técnica viable, pero tiene como importante inconveniente un mayor valor en tiempo si los hace uno mismo o el dinero si lo delegas. Se sugiere utilizar una plantilla para realizar encuestas, las que están favorables en el internet.

#### **1.2.6 Las 4 Dimensiones del Mercado**

Para efectuar un buen análisis de mercado, se debe establecer las 4 dimensiones más trascendentales, según Alvarado Zúñiga (2020) son los siguientes:

- **Proveedores**  
En este se gana cuando es el principal o mayor provisor de los bienes, en donde el comprador no es necesario para el oficio del provisor, es decir, el producto del provisor forma el eje central del producto o servicio en la empresa ejecutado por el público.
- **Distribuidores**  
La empresa es debe saber si se va a distribuir por intermediarios dentro del mercado, al mayor o menor para el logro de mercadeo, lo cual afectará de buena o mala manera por los intermediarios o directamente.
- **Clientes**  
Determinar cuáles son los interesados y por qué adquieren es la base para establecer las habilidades de mercadeo más seguras.

- **Competencia**

Son los que ofrecen iguales productos o servicios equivalentes a los de la empresa, son los competidores dentro del mercado, y la forma en que ofrecen se debe analizar y mejorarlos si se quiere llegar al éxito empresarial.

### **1.2.7 Factores del Macroentorno**

Según Francisco Torreblanca (2019), está compuesto por todos aquellos factores demográficos, económicos, tecnológicos, políticos, legales, sociales, culturales y medioambientales que afectan al entorno de la empresa, representa a todas las fuerzas externas y que no se pueden controlar por la compañía.

- **Factores demográficos**

Forman la superficie territorial de la operación del que se piensa va a operar la empresa y el producto, con sus diversificaciones y particularidades.

- **Factores económicos**

Son los niveles de interés de localidad meta, las variables que logran quebrantar de manera continua en los cambios de los compradores (características de interés, características de cambio, etapa de las fases económicas en la que se localizan, etc.).

- **Factores tecnológicos**

Se tratan de todos los productos tecnológicos lucrativos, los cambios en medio de comunicarse procedentes de los nuevos procesos de las empresas.

- **Factores Políticos y legales**

Se refiere al cargo que ocupan el estado en el trabajo de todo lo que nos logre afectar hacia el éxito corporativo.

- **Factores Sociales y Culturales**

Toma diversos estándares de procedimiento que poseen las otras zonas en las que consigamos vender con la empresa y por ende del producto.

- **Factores Medioambientales**

Se limitan a la huella natural que logremos realizar en las técnicas en el papel de productores y vendedores, fijando en qué cantidad causan a la percepción para la compañía y del producto.

### **1.2.8 Factores del Microentorno**

Según Maicol Rodríguez (2018), comprende los componentes en el área inmediata de operación que afectan su desempeño y la libertad de toma de decisiones y tiene los siguientes factores:

- **Proveedores**

En este se domina cuando es el principal o de mayor provisor de los bienes o servicios, una escena del consumidor no es importante para el la empresa del provisor, pero el producto del provisor es una parte central del producto en la empresa ejecutado por el consumidor.

- **Distribuidores**

Depende de que la empresa esté distribuyendo por intermediarios o en el mercado, como comerciantes, ya sea al mayor o menor, el triunfo de comercialización se ve involucrado, de mala forma o buena forma por los intermediarios o directamente por la empresa.

- **Clientes**

Se necesita saber cuáles son consumidores y cuáles son las razones para adquirir el producto es la comprensión para la base para investigar la manera más práctica de planear para la mercantilización.

- **Competencia**

Son los que ofrecen los semejantes productos o servicios equivalentes de la empresa, son la competitividad dentro del mercado, y la representación, lo que ofrecen deben ponerle asunto. Concierta a tomar cómo lo perturban a la dependencia por los costos y tácticas que diferencian los productos y revelar la forma de producir esa investigación para alcanzar excelentes consecuencias y avanzar un pasó más que los demás.

- **Publico General**

Las empresas poseen la obligación de compensar al público. Cualquier operación dentro de la empresa tiene que pensarse a partir de la

representación de la petición usual, para pensar cómo se verá afectada, el público tiene la potestad de colaborar en el negocio a conseguir lo fines planteados.

### **1.2.9 Estudio Técnico**

Es el análisis que atiende la siguiente fase del proyecto de la inversión, en el que se observan los rasgos técnicos obrantes precisos en la utilización eficaz de los recursos útiles para la fabricación del bien o servicio esperado y en el cual se estudian el valor del volumen óptimo de la zona de fabricación, instalación y organización, todo análisis técnico tiene como vital objetivo el de indicar la posibilidad técnica en el proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los razonamientos de optimización, la escala de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto, además de facilitar la investigación de beneficio al análisis económico-financiero, adentro del estudio técnico existen 4 elementos que se deben considerar según Sebastián Araceli (2020) los cuales son los siguientes:

- **Balance de obras físicas**

En este balance de obras físicas que exige a detallar y desembolsar cada ítem de edificación, debido a que el componente de disposición de su particularidad de edificación o descripción técnica es completamente desigual para aquellas obras físicas que se alquilen en vez de adquirirlo o edificarlo, no se rodean dentro del balance preliminar, sino que se concentrarán a modo de gasto operacional en el proyecto, por parte de la proyección de los niveles de la operación, se logrará meditar una inversión capaz de asumir en cuenta los tributos iniciales, por más otros en crecimientos futuros para afrontar un accidental incremento, o precisar una inversión inicial y de reconocer el aumento de la operación.

- **Balance de equipos**

En base con la proyección de los niveles de la operación, se logrará pensar que la inversión es exorbitante para atender las prestaciones iniciales, más en distintos desarrollos futuros para afrontar un fortuito incremento, o

precisar la inversión inicial y poder reconocer un incremento en la operación.

- **Balance de mano de obra**

Es la relación que determina las reservas, la estructura y la tendencia de la mano de obra del país, parte adicional del balance de la economía nacional de la U.R.S.S. el cual forma en el nivel de la economía nacional de todo el país de las repúblicas, es un mecanismo sustancial del mercado laboral, representa un costo en el asunto de fabricación, puesto que se aspira reunir trabajadores para la elaboración se deben costear, el mercado de trabajo es donde se compra y vende el factor de producción del trabajo, por lo tanto, en el mercado laboral se establece el precio del trabajo. El mercado de trabajo debe haber un oferente y un demandante de empleo.

- **Balance de insumo**

Es el balance de la materia prima directa e indirecta, el ingreso y salida que se amontonan o se acaban en el momento de la acción dada, en todos los métodos lucrativos de la producción y no todo elemento que ingresa al ciclo de innovación se forma en un producto completo, esto se debe a que en el asunto supone formar un nuevo producto, tanto buenos como no buenos, también de pérdidas de producto al instante de embotellar o por el déficit de los materiales.

### **1.2.10 Estudio Económico – Financiero**

En este se busca analizar la posibilidad de determinado proyecto, tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción, tiene como finalidad, permitir analizar si el proyecto será viable o no, el estudio financiero se convierte en una parte fundamental en cualquier proyecto de inversión, no importa si se trata de un negociante con la idea de implementar el establecimiento, una compañía que busca una nueva área de actividades comerciales o inclusive que el inversor que le interese en colocar el capital en determinada compañía con la meta de conseguir renta y constituyera porción en el posterior análisis de mercado, por medio de la investigación que se acumule, accederá hacer el estudio de riesgos de determinado proyecto y evaluar la aptitud según Lorena Jiménez (2019).

Dentro del análisis Monetario – Financiero se debe de estudiar los elementos principales que se va a puntualizar de forma cuidadosa:

- **Ingresos:** Para analizar el escenario monetario - financiero de la compañía, no es solo necesario tener en cuenta la ganancia o lo que se pierde, por ende, asimismo concierne echar de ver el entorno de los ingresos o de los gastos, por ello, es el único cálculo la extraemos en variados cálculos en función de cuál sea el medio de ingreso o el gasto.
- **Gastos:** Es el descuento neto de la compañía, por lo que, básicamente, el gasto del activo fuera de que coexista compensación cualquiera. Los gastos admiten, en el último de las maneras, un descuento de activo. Los gastos comprenden esencialmente los servicios que debe necesitar la compañía para poder llevar el fin de la actividad.
- **Inversiones:** En este se analiza el total que sé acerca al resultado que se piensa conseguir de una potencial inversión, con la meta de comprobar si se beneficia o no al entrar a tal proyecto, asumiendo en cuenta juicios, así que su posibilidad o la renta deseada, se cree por inversión que tal proyecto exige un gasto financiero y que, de colocar en camino, admitiría conseguir un definitivo favor en el futuro cercano.

### ***1.2.11 Análisis de Rentabilidad***

Se la utiliza para comprobar la empresa hasta qué punto, llegue por un nuevo producto o servicio si es eficaz o no. En otras palabras, se refiere al cálculo financiero utilizado para establecer el monto de los productos o servicios que se requiere vender a falta de resguardar el coste. Cuando eres rentable, no estás perdiendo ni ganando dinero, pero al menos todos tus gastos están cubiertos, una de las cuestiones más importantes a la hora de elegir una cuenta en el cual invertir o un proyecto por el cual competir, es el capital que predecimos obtener. Pretender pasar al hecho y suponer 'escenarios' no se trata de un trabajo simple. Por lo usual, la mayoría del universo invierte en algo que pretende conseguir en el retorno de la inversión. En otras palabras, que este supere lo desembolsado previamente, se puede definir a la rentabilidad, de manera genérica, como la tasa con que la empresa remunera al capital empleado. Es por esto que, en base a los diferentes niveles de beneficios que se usen en los cálculos y a los diferentes tipos de capitales o recursos empleados, se den muchas clases de ratios de la

rentabilidad empresarial, en el análisis de rentabilidad se tiene dos partes fundamentales, los cuales son el VAN y el TIR. Según Miriam Hurtado (2020) detallados a continuación:

- **Análisis del VAN**

El valor actual neto (VAN) es un razonamiento de inversión que consiste en restablecer las recaudaciones y cancelaciones de un proyecto o de inversión para estar al tanto del monto que se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN) y se va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en números de unidades monetarias, se utiliza para la valoración de distintas opciones de inversión. Ya que calculando él VAN de distintas inversiones vamos a conocer con cuál de ellas vamos a obtener una mayor ganancia y sirve para generar dos tipos de decisiones, él VAN mientras más cerca del cero este, significa que el proyecto es viable, mientras más alejado del cero este, significa que el proyecto generara perdida.

- **Análisis de la TIR**

Se emplea en la estimación de proyectos de inversión concerniente con el valor actual neto (VAN). En este se precisa el valor de la tasa de descuento que realiza el VAN que este equivalente a cero, en el proyecto de inversión ofrecido, la tasa interna de retorno (TIR) se da la disposición sobre la rentabilidad, es decir, va a venir indicada en porcentaje, el primordial inconveniente está en el cálculo, debido a que la cifra de tiempos proporcionará la orden de la ecuación a solucionar. Para resolver este problema se puede acudir a diversas aproximaciones, utilizar una calculadora financiera o un programa informático, si la TIR está más cerca del cero, significa que el proyecto de inversión es aceptable, pero si está más alejado del cero, el proyecto será rechazado.

### **1.2.12 Análisis de riesgo del proyecto**

Es el análisis en posibles amenazas y factibles eventos no esperados, así tales los perjuicios y resultados que se pueden originar. Este corresponde de un asunto consecuente que proyecta, asemeja, estudia, reconoce e interviene las



inseguridades del proyecto. Y se puede recoger dentro de las conclusiones de un proyecto, permite identificar posibles cambios en la planificación que pueden poner en riesgo la ruta crítica y con ello el éxito del proyecto, el análisis de riesgos de un proyecto es uno de los grandes rompecabezas de los Project Managers, quienes afrontan diariamente la posibilidad de que surjan imprevistos que pongan en peligro el esfuerzo de todo el equipo, las amenazas son actos que pueden afectar negativamente a cualquiera de los elementos del proyecto. Si en estos elementos existe una vulnerabilidad, es el momento en el que la probabilidad de que se ponga en riesgo el proyecto sea más elevada y a medida en la que el Project Manager tenga claro esta identificación, podrá establecer las medidas preventivas y correctivas viables. Por ende, representará su efecto teniendo a dos elementos importantes que es el tiempo y el coste. Todo ello registrado en un amplio capítulo de contingencias para una correcta evaluación de riesgos, según Juan Lamilla (2018).

### ***1.2.13 Fungicidas naturales orgánicos caseros***

Los fungicidas es un tipo de plaguicida que se encarga de proteger un cultivo de las plagas y en este caso sería los hongos y, por otra parte, ayuda a recuperar a las plantas de aquellas plagas. Las enfermedades en las plantas son comunes debido a que a menudo se ven afectados por el gran rendimiento y calidad que requiere los frutos que requieren las plantas, los hongos que invaden las plantas es por el mal manejo y cuidado que requiere la planta, por eso se tiene que hacer uso de ciertos productos (plaguicidas) que ayudan a la planta a crecer sanamente según Gabriela Quinde (2018).

Los fungicidas son efectivos, pero se localiza un mayor inconveniente con los más usados poseen mucho porcentaje de químicos que en vez de beneficiar a la planta la daña, cambia la calidad y sabor de su fruto y por último afecta la salud del agricultor y consumidor. Por eso es que se está realizando un plaguicida, más específicamente un fungicida orgánico, que es 100% natural, que sea igual de efectivo que los que normalmente se usan, optimizando la planta, creando que suban nuevas ramas y que forme más rendimientos, facilitando de tal manera un producto de calidad que no perturbe los nutrientes y que exista el beneficio para la salud, según Gabriela Quinde (2018).

### **1.2.14 Elaboración de Fungicidas Naturales Orgánicos Caseros**

Según Víctor Guamán (2018) para la elaboración de fungicidas orgánicos y caseros se debe de seguir los siguientes pasos:

- Para empezar a preparar este fungicida ecológico, necesitarás encontrar un envase del tamaño adecuado, en este caso haremos un litro y recomendamos un envase un poco más grande para mezclar bien. Preferiblemente, busca un envase con pulverizador.
- Vierte primero el agua, luego la leche y, finalmente, el bicarbonato en las proporciones indicadas.
- Cierra el bote o envase y agítalo bien para que se integren los ingredientes.
- Conviene aplicarlo dos días seguidos y no una sola vez. Siempre es mejor hacerlo al atardecer, para evitar que el sol queme las hojas al estar mojadas.
- También se recomienda repetir la aplicación una vez a la semana para eliminar los hongos del todo, aplicando la mezcla tanto por encima como por debajo de las hojas, cubriendo toda la planta. Es decir, para advertir una agravación una vez se haya aliviado la planta, se debe aplicar la composición cada dos semanas, incluso confirmar que ya no haya mohos en la tierra.

## **1.3. Fundamentación Legal**

### **1.3.1 Pasos para la estructura legal para la construcción de la empresa**

- **Reservar un nombre**

Esta diligencia se lo realiza en la Superintendencia de Compañías, y en este se deberá inspeccionar que no esté ninguna compañía con el nombre igual.

- **Obtener los estatutos sociales por medio de abogados**

Es el tratado nacional que presidirá a la sociedad y que se autorizan mediante la firma de un asesor jurídico.

- **Abrir una cuenta de integración de capital por medio del Banco**  
Esto se ejecuta en cualquier institución financiera de la nación, las exigencias son:
  - Un capital pequeño de \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima (valores referenciales).
  - Un escrito de accionistas en la que se debe especificar la contribución de cada uno de los socios.
  - Las copias de cédula y papeleta de votación de cada uno de los accionistas.
  - Solicitar el certificado de cuentas de unificación del capital.
- **Eleva a escritura pública.**  
Se debe de ir a una notaría pública y cargar consigo la reserva del nombre, el certificado de cuenta de unificación de capital y el escrito con los reglamentos.
- **Aprobación del estatuto**  
Se debe cargar el documento público a la Superintendencia de Compañías, para su estudio y posterior aprobación mediante una resolución.
- **Publicación en un diario**  
La Superintendencia de Compañías va a ceder 4 copias de la resolución y un resumen para realizar la publicación en un diario de circulación nacional.
- **Obtención de la autorización de la entidad municipal**  
Se debe ir al Municipio de la localidad donde se forme la compañía, en donde se deberá:
  - Pagar la patente municipal.
  - Solicitar el certificado de cumplimiento de obligaciones.
- **Inscripción de la empresa**  
En el cantón en que fue constituida la empresa, se debe ir al Registro Mercantil, para registrar la compañía.
- **Realización de la junta general de socios**  
Se deberá hacer una reunión con los accionistas donde nombran a los directivos de la empresa, dependiendo de cómo se hayan definido en los reglamentos.

- **Obtención de las documentaciones habilitantes**

La inscripción en el Registro Mercantil en la Superintendencia de Compañías, entregarán las documentaciones para crear el RUC de la compañía.

- **Inscripción del nombramiento del representante**

El Registro Mercantil, registra el nombramiento del administrador de la compañía designada en la reunión de socios, con su conocimiento de aprobación, el cual debe ocurrir dentro de los 30 días posteriores a su nombramiento.

- **Obtención del RUC**

El registro único de contribuyentes (RUC) se consigue en el Servicio de Rentas Internas (SRI) con:

- El formulario proporcionado adecuadamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de las designaciones.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los accionistas.
- Carta de autorización del representante legal a favor del individuo que efectuará la diligencia conveniente.

### ***1.3.3 Permiso de funcionamiento de negocios***

- **Ministerio de Salud Pública del Ecuador**

El gabinete de salud pública fue creado por la Asamblea Constituyente de 1967, durante la administración del DR. Otto Arosemena Gómez, y es delegada de regular y vigilar la salud de los ecuatorianos a través del régimen de control sanitario con el objetivo de poder prevenir padecimientos y de esta manera avalar la salud de las personas de Ecuador.

El permiso lo concede el ministerio de salud a través de sus pertinentes direcciones locales. Si una persona desea conseguir una autorización de funcionamiento en Guayaquil.

1. En servicios de salud públicos y privados.
2. Farmacéuticos.

3. En medicamentos homeopáticos.
4. En productos naturales de uso medicinal.
5. En cosméticos y productos sanitarios.
6. En atención veterinaria.
7. En alimentos.
8. De Comerciales y de servicios.
9. En servicios de turismo.
10. De escenarios permanentes de espectáculos.
11. De servicios mortuorios.
12. En estaciones para expendio de combustible y lubricantes.
13. En estaciones de envasado y comercialización de gas doméstico e industrial.
14. De empresa de plaguicidas.
15. En empresas de productos veterinarios.
16. Otros establecimientos sujetos a control sanitario descritos en el Ac. Ministerial No 818.

▪ **Requisitos para obtención del permiso de funcionamiento son:**

1. Formulario de solicitud (sin costo) relleno y registrado por el propietario.
2. Copia del registro Único de Contribuyentes (RUC).
3. Copia de la cédula de identidad del propietario o del representante legal de la empresa.
4. Documentaciones que acrediten la personalidad Jurídica cuando concierna.
5. Copia del título del profesional de la salud responsable técnico de la empresa, correctamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de compañías que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
6. Plano del establecimiento a escala 1:50.
7. Croquis de sitio de la compañía.
8. Autorización otorgada por el Cuerpo de Bomberos.

9. Copia de los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en la compañía, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

#### **1.3.4 Ley de Compañías**

**Art. 143.-** La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

**Art. 145.-** Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere la capacidad civil para contratar. Las personas jurídicas nacionales pueden ser fundadoras o accionistas en general de las compañías anónimas, pero las compañías extranjeras solamente podrán serlo si sus capitales estuvieren representados únicamente por acciones, participaciones o partes sociales nominativas, es decir, expedidas o emitidas a favor o a nombre de sus socios, miembros o accionistas, y de ninguna manera al portador.

**Art. 146.-** La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado, será nulo.

**Art. 153.-** Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá, además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores.
- b) La denominación, objeto y capital social.
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores.

- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series.
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones.
- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción.
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación.
- h) El domicilio de la compañía.

### **1.3.5 Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación**

#### **Artículo 1.- Objeto y ámbito. -**

La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor.

#### **Artículo 3.- Definiciones.-**

Para efectos de la presente Ley se tendrán en cuenta las siguientes definiciones:

##### **1. Emprendimiento.-**

Es un proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo.

##### **2. Innovación.-**

Es el proceso creativo mediante el cual se genera un nuevo producto, diseño, proceso, servicio, método u organización, o añade valor a los existentes.

##### **3. Emprendedor.-**

Son personas naturales o jurídicas que persiguen un beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan,

identifican y crean oportunidades, desarrollan un proyecto y organizan los recursos necesarios para aprovecharlo.

#### **4. Ecosistema emprendedor.-**

Es todo el entorno que facilita, incluye y fomenta el desarrollo de empresas y proyectos en un lugar determinado.

#### **5. Cultura emprendedora.-**

Es el conjunto de cualidades, conocimientos y habilidades necesarias.

## **Capítulo II**

### **Políticas Públicas e Institucionalidad del Emprendimiento**

#### **Artículo 6.-**

Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación.- Créase el Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación – CONEIN, como organismo permanente estratégico para promover y fomentar el emprendimiento, la innovación y la competitividad sistémica del país, mediante la coordinación interinstitucional, con la alianza pública – privada y academia, el mismo que estará Innovación las siguientes:

- a) Emitir la Estrategia Nacional de Emprendimiento, Innovación y Competitividad, alineada al Plan Nacional de Desarrollo, acorde a los principios y lineamientos establecidos en la presente Ley y establecer los mecanismos de seguimiento, control y monitoreo correspondientes.
- b) Formular políticas y lineamientos vinculantes para el acceso a créditos para el emprendimiento, innovación y la competitividad en el sistema financiero nacional, estableciendo de manera prioritaria líneas de crédito preferente a favor de los migrantes, en las zonas rurales, región insular, las zonas afectadas por el terremoto de 2016, de frontera y/o en la circunscripción territorial amazónica.



- c) Emitir directrices o lineamientos comunicacionales, que tengan por finalidad difundir los diversos beneficios a los que pueden acogerse los emprendedores.
- d) Diseñar programas y proyectos integrales en las zonas urbanas y rurales que fomenten el emprendimiento, la innovación, la competitividad, la transferencia tecnológica y del conocimiento, que por ser de aplicación transversal no puedan ser aprobados por los respectivos entes rectores de cada sector.
- e) Coordinar la creación y funcionamiento de una ventanilla única empresarial, tanto física como en línea, que incluya a todos los niveles de gobierno e instituciones públicas, para concentrar y reducir la tramitología, y volver más eficiente la gestión pública.
- f) Elaborar políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura emprendedora.
- g) Coordinar la interacción y sinergia entre los actores del sector público relacionados con el manejo de trámites, financiamiento, investigación, apertura de mercados locales e internacionales, así como el acceso al acompañamiento técnico estatal.

## **Capítulo V**

### **Fuentes Alternativas de Financiamiento y Garantías**

#### **Artículo 24.- Fuentes de financiamiento e inversión.-**

Quienes consten en el Registro Nacional de Emprendimiento tendrán acceso inmediato a los servicios financieros y a los fondos de inversión públicos que se generen a partir de la aplicación de esta ley.

#### **Artículo 28.- Instrumentos financieros.-**

La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera podrá establecer instrumentos financieros para la conformación de fondos de capital semilla, capital de riesgo y capital ángel, para el financiamiento de emprendimientos, innovación y desarrollo tecnológico, en concordancia con el Sistema de Garantía Crediticia establecido por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

**Artículo 29.- Programa de crédito del Sector Financiero Público.-**

Las entidades del sector financiero público establecerán el programa de crédito del Sector Financiero Público de manera anual, orientado principalmente en la innovación, emprendimiento y el desarrollo tecnológico que fortalezca el ecosistema emprendedor. Por su parte, la Banca Pública deberá establecer los productos y servicios con condiciones favorables en plazo, tasa y periodos de gracia para impulsar el emprendimiento en el país, considerando también condiciones especiales para grupos de atención prioritaria (Gobierno del Ecuador, 2020).

**1.3.6 Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria****Capítulo III****Comercialización y abastecimiento agroalimentario****Artículo 21. Comercialización interna.-**

El Estado creará el Sistema Nacional de Comercialización para la soberanía alimentaria y establecerá mecanismos de apoyo a la negociación directa entre productores y consumidores, e incentivará la eficiencia y racionalización de las cadenas y canales de comercialización. Además, procurará el mejoramiento de la conservación de los productos alimentarios en los procesos de post-cosecha y de comercialización; y, fomentará mecanismos asociativos de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores de alimentos, para protegerlos de la imposición de condiciones desfavorables en la comercialización de sus productos, respecto de las grandes cadenas de comercialización e industrialización, y controlará el cumplimiento de las condiciones contractuales y los plazos de pago.

**Artículo 22. Abastecimiento interno.-**

El Estado, a través de los organismos técnicos especializados, en consulta con los productores y consumidores, determinará anualmente las necesidades de alimentos básicos y estratégicos para el consumo interno que el país está en

condiciones de producir y que no requieren de importaciones (Gobierno del Ecuador, Soberanía alimentaria, 2019).

### **1.3.7 Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil**

Los requerimientos para la obtención se detallan a continuación:

- Copia del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste la compañía con su pertinente localización y actividad.
- Original y copia de la factura de adquisición o recarga del extintor, la capacidad del extintor depende de la actividad y área de la compañía.
- Copia de la evaluación artesanal en caso de ser artesano (Dependiendo de la actividad si lo requiere).
- Autorización por carta del contribuyente o de la empresa, revelando el individuo que va a realizar la diligencia y copias de las cédulas de identidad del individuo que lo autoriza y del autorizado.
- Si la diligencia lo realiza el mismo individuo, añadir copia de la cédula de identidad.

## CAPÍTULO 2

### ASPECTOS METODOLÓGICOS

#### 2.1 Métodos

Para el desarrollo del presente trabajo se tomó como el siguiente método:

**Método deductivo:** Se realizaron las entrevistas a las personas de todas las edades en donde se obtuvo datos cuantificables a base de las afirmaciones obtenidas por medio de las preguntas cerradas y se utilizó la lógica para sacar una conclusión en base a esos resultados.

##### ***2.1.1 Modalidad y tipo de investigación***

Para el presente trabajo de investigación se utilizó dos tipos de modalidad y tipo de investigación:

**Investigación comparativa:** Se observan objetos en base del objetivo de estudio, con el propósito de elaborar un producto innovador en el mercado, también estudia las características de las personas para saber el rendimiento y saber cómo se podrá satisfacer sus necesidades.

#### 2.2 Variables

Dado que en la presente investigación tiene un alcance descriptivo y en la misma se planteó una tesis a defender en donde se debió ser aprobada o rechazada, se procede a definir una variable decisora que determinara si será válida o rechazada la tesis a defender, esa variable es él: Valor Presente Neto "VPN".

##### ***2.2.1 Operacionalización de las variables***

Este cuadro se encuentra descrito a detalle, la variable del Valor Presente Neto o VPN. **Ver anexo 1.**

## **2.3 Población y Muestra**

### **2.3.1 Población**

Se tomó como población de consumidores (clientes) las tres empresas mayoristas que venden fungicidas en la ciudad de Guayaquil, se les realizó entrevistas a las personas encargadas de la industria ADAMA, ECUAQUIMICA y AGRIPAC, en donde se va a realizar preguntas cerradas para tener datos cuantificables.

También se realizó la observación directa a la competencia y entrevista a los proveedores para tener una visión más amplia sobre el nivel de demanda que tiene los fungicidas orgánicos dentro de la ciudad de Guayaquil y con esa información poder levantar datos viables y poder vender el número de demandas que tendrá el producto por parte de las tres empresas mayoristas.

### **2.3.2 Muestra**

Para el levantamiento de la información primaria se realizó un muestreo censal tanto para consumidores y competencia como para proveedores. Se entrevistó a los representantes de las tres empresas mayoristas en Guayaquil que serían clientes del emprendimiento proyectado, se levantó información relevante de una empresa que ofertan en la ciudad de Guayaquil que venden fungicidas orgánicos y que constituyen la competencia directa del proyecto propuesto, la cual es la empresa competidora de: STOCKTON ECUADOR S.A. esto permitirá analizar la estrategia y método que esta empresa utiliza para poder llevar el producto a la industria ADAMA, ECUAQUIMICA y AGRIPAC.

Respecto a los proveedores, se entrevistó a quienes van a suministrar la materia prima como: la pepa de tamarindo, el ajo y el aceite vegetal, dando un total de 2 proveedores.

## **2.4 Técnicas y Recolección de Datos**

Las técnicas que se usó, es el levantamiento de información primaria, debido a que se va directamente a la fuente de información y se va a utilizar la entrevista,

observación directa, y se va a analizar la información recolectada para obtener datos cuantificables.

También se empleó la técnica para el levantamiento de información secundaria por medio de la modalidad y tipo de investigación que se estableció dentro del proyecto y por medio de revistas o la revisión documental para tener los datos de la competencia.

## **2.5 Estadística Descriptiva e Inferencial**

Se manejó la entrevista para desarrollar el presente trabajo de investigación, en donde se tuvo datos cuantificables y se va a elaborar gráficos o tablas que permitan tener una visión más amplia de la aceptación que tendrá el producto dentro del mercado y de esta manera sacar una conclusión final y proceder a poner en marcha el plan de negocio.

## **2.6. Cronograma de Actividades**

Se va a especificar los plazos de inicio hasta la fecha de la última etapa de la tesis, hay se demostrará el cronograma detallando de las actividades que se realizaron. **Ver anexo 2.**

## RESULTADOS

### **Realizar un estudio de mercado que permita reconocer el macro y micro entorno donde se va a establecer la empresa.**

Para el desarrollo del primer objetivo específico, se va a requerir elaborar entrevistas a las personas que están encargadas de las tres grandes industrias dedicadas a las ventas de fungicidas orgánicos y químicos, para determinar la demanda insatisfecha, se tendrá datos cuantificables y de esta manera se podrá realizar el trabajo de manera eficiente.

### **Estudio micro entorno**

#### **Clientes**

El emprendimiento que se propone va dirigido a los mayoristas de insumos agrícolas son las tres empresas de: ADAMA, ECUAQUIMICA y AGRIPAC, debido a que se dedican a las ventas de fungicidas químicos y orgánicos, el cual distribuyen a otros sectores, por ende, se va a ejecutar las entrevistas con sus respectivas preguntas.

La primera entrevista se va a efectuar a las personas encargadas de las empresas mayoristas, como se va a ver a continuación, debido a que se va a preguntar puntos a tomar en cuenta para el desarrollo del emprendimiento.

Según la entrevistas elaboradas a las empresas de ADAMA, menciona que los fungicidas orgánicos oscilan los siguientes precios de venta al público de \$4,97 la botella de 250 ml por unidad, mientras que la empresa ECUAQUIMICA venden fungicidas químicos y los precios oscilan desde los \$ 6,99 la botella de 250 ml por unidad, en cambio, la empresa AGRIPAC vende fungicidas orgánicos y los precios oscilan desde los \$ 12,35 la botella de 250 ml por unidad y cada botella de 250 ml rinde aproximadamente para una hectárea de la mayoría de los cultivos.

Uno de los resultados obtenido por medio de la entrevista, se pudo observar que ECUAQUIMICA tiene un volumen de ventas de \$ 4.800 millones de

dólares al año, mientras que en la empresa ADAMA obtiene un volumen de ventas de \$ 6.600 millones de dólares, en tanto la empresa AGRIPAC obtiene un volumen de ventas de \$ 9.620 millones de dólares al año, se puede analizar una diferencia y es que en ADAMA y AGRIPAC se dedican a las ventas de fungicidas orgánicos que es la más pedida por los consumidores.

Uno de los resultados que se obtuvo, según los entrevistados por partes de las tres empresas (clientes potenciales) es que existe una demanda de aproximadamente 8.000 unidades en botellas pequeñas de 250 ml, de fungicidas orgánicos al mes durante los últimos años en la ciudad de Guayaquil.

Se pudo observar que ECUAQUIMICA vende en litros y galones de fungicidas que contiene un alto nivel de químico, mientras ADAMA y AGRIPAC vende mayormente botellas pequeñas de fungicidas orgánicos, debido a que la estrategia de ellos es vender en menos costos para tener más clientelas, como se observa en la pregunta anterior ellos tienen mayor venta de sus productos.

En este caso, las tres empresas tienen mayores ventas en la provincia del Oro seguido por Santo Domingo y gran parte de la costa, generando de esta manera ganancias en sus respectivas empresas, son toda la información que ambas empresas pudieron aportar para el presente trabajo de investigación, la evidencia de la entrevista y las preguntas incluida. **Ver anexo 4.**

## **Competencia**

Unos de los resultados obtenidos de la competencia por medio de la observación directa y la información secundaria se obtuvieron los siguientes datos:

En el mercado de insumos agrícolas de Guayaquil en fungicidas orgánicos, la empresa que tenemos como mayor competencia directa es STOCKTON ECUADOR S.A. que ofrece el producto Timorex-Gold a un precio de venta al público que oscilan desde los \$13.26 la botella pequeña de 250 ml por unidad (Banana Export).



También se obtuvo resultados de la competencia directa por medio de la observación directa y la información secundaria, esta empresa oferta o ponen a la venta aproximadamente 5.000 unidades de botellas pequeñas de 250 ml de fungicidas orgánicos al mes durante los últimos años. **Ver anexo 5.**

## **Proveedores**

A continuación, se realizó una entrevista a los proveedores con la finalidad de conseguir la información relevante, como las preguntas anteriores. **Ver anexo 4.**

Los proveedores que se necesitan para la elaboración del producto que se está ofreciendo al mercado son aquellas que vendan la pepa tamarindo, en este caso existen familias que se dedican a la venta de tamarindo, el cual muchos de ellos dieron a conocer que un árbol maduro de tamarindo produce de 12 o más toneladas al año por hectáreas, es decir 1 tonelada al mes, que equivale a 2.204,62 libras y solo se necesitó de 1.562,50 libras como se mostrará más adelante y demostrando que son capaces de cubrir la cantidad de libras requerida al mes, y estos se promocionan como proveedores de las materias primas la cual es en este caso la pepa de tamarindo a \$ 5,00 la cantidad de 200 onzas (12.5 libras), las 12,5 libras equivalentes a 6 litros debido a que contienen la cantidad de 6000 mililitros que alcanzan para 24 botellas de 250 ml (mililitros), es decir, al mes 125 cajas y para esto se necesitó de 1.562,50 libras del insumo de la pepa de tamarindo.

En cambio, el ajo a \$ 12,50 la cantidad de 200 onzas (12.5 libras) y el aceite vegetal estuvo a \$ 2,70 la botella de 900 ml, la cual rinde para las 24 botellas de fungicidas, que se necesitó y tanto el ajo, el aceite vegetal se los adquiere a un proveedor del terminal de transferencia de víveres Montebello de Guayaquil. Los materiales indirectos como botellas y etiquetas se los adquiere a los proveedores de la empresa de TECNOPLAST DEL ECUADOR CÍA. LTDA. y los envases de cartón o cajas de CARTOPACIFIC en Guayaquil, debido a que son muy comunes dichos materiales, de esta manera siendo favorable producir 3.000 unidades de botellas de 250 ml al mes dentro del año 1 y rentable para la compra de los insumos y materiales necesarios para la elaboración del producto.

## **Distribuidores**

Los distribuidores en este caso no existen debido a que se va a distribuir de manera directa hacia el cliente.

Una vez que se ha procedido a realizar las respectivas entrevistas, se obtuvo datos cuantificables que permitirán medir la rentabilidad del proyecto que se plantea establecer, para trabajar de manera eficiente y tener una ventaja competitiva dentro del sector que se desea establecer, se deberá realizar un análisis Global dentro del entorno, que posibilitará para asumir una idea más clara de todos los factores que ocurren dentro de la zona en donde se va a implementar el negocio.

Es una parte fundamental en el momento que se va a establecer un negocio, debido a que posibilita a poseer un enfoque más amplio de los factores que ocurren alrededor del lugar en donde se va a efectuar la empresa.

## **Estudio macro entorno**

Se debe analizar la fluidez económica, es una parte primordial, debido que, si no existe muchas ventas en dicho sector, significa que no se va a poder vender los fungicidas, y se va a tener más pérdidas que ganancias, en el Ecuador hoy en día está pasando por un momento difícil, la economía se ha quedado estancada, por eso es de mayor importancia poder establecer el presente trabajo de emprendimiento, generando una posible solución económica dentro del país.

Otro factor importante que se debe tener en cuenta, son todos los emprendedores que ofrecen un producto similar o igual, al que ya se está ofreciendo en el mercado, en estos casos, se debe de realizar estrategias a largo plazo para convocar la atención de los compradores y de esa manera poder crecer y establecer el negocio hacia otros sectores.

Los productos sustitutos o similares, son aquellas que la competencia ofrece dentro del mercado, con el mismo fin, pero con diferentes componentes, los productos son: fungicidas protectores, fungicidas erradicadores, fungicidas orgánicos, fungicidas con un componente químico que lleve cobre,

ditiocarbamato, mercurio y organofosforados, todos tienen la misma finalidad, el cuidado de las plantas o cultivos, pero lo que los diferencia son los componentes que la misma lleva.

Se debe de analizar a las personas que se van a contratar para la elaboración de los fungicidas orgánicos a base del extracto de la pepa de tamarindo, es decir la mano de obra, se debe de realizar una retroalimentación, para que se trabaje de manera eficiente, de esta manera poder efectuar los objetivos de la compañía.

Al momento de establecer un negocio, se debe de realizar un estudio de factibilidad que permitirá saber el nivel de la demanda que tiene los fungicidas a nivel del Ecuador, de acuerdo al estudio de (Trujillo J. , 2013) se determinó que más del 85 % de los fungicidas comercializados en el país son importados, es decir, de industria extranjera, con un crecimiento anual del 54,7 % siendo una gran ventaja para poder competir mediante la introducción de un producto nacional, además mencionar que de acuerdo al (MPCEIP, 2022) se proyecta un crecimiento al sector, del cual se puede estimar un 5,6 % como índice de crecimiento esperado, debido al impacto logrado al introducir un producto adaptado a las necesidades locales del país.

En este caso, como es una empresa que recién va a comenzar a vender y ofrecer fungicidas orgánicos, se debe de comenzar desde una microempresa, en donde se va a comenzar a vender botellas de 250 ml ofreciendo un fungicida orgánico que rinde para una hectárea y para la mayoría de cultivos, de buena calidad, de esta manera se tendrá más ganancias que gastos, una vez que la empresa se llegue a posicionar bien y vaya creciendo, se va a comenzar a expandir en donde se comenzara a vender en litros, galones, entre otros y de esa manera posesionarse en otros lugares como la provincia del Oro, Esmeralda y la mayor parte de la Sierra.

Según los resultados obtenidos por medio de la entrevista a los clientes potenciales del presente proyecto y a la competencia directa por medio de la observación directa e información secundaria, respectivamente, se obtuvo lo siguiente: entre las tres empresas ADAMA, ECUAQUIMICA y AGRIPAC, existe

una demanda de 8.000 unidades en botellas pequeñas de 250 ml que desean comprar los interesados de fungicidas orgánicos al mes, en tanto la competencia directa, la empresa de STOCKTON ECUADOR S.A. oferta o ponen a la venta de 5.000 unidades de botellas pequeñas de 250 ml de fungicidas orgánicos al mes, al restar la demanda de 8.000 unidades y la oferta de 5.000 unidades, es decir  $8.000 - 5.000 = 3.000$  este el valor es la demanda insatisfecha de unidades mensuales que existe en el mercado de fungicidas orgánicos en Guayaquil y en base a esto, se estima que se va a vender a 36.000 unidades en el primer año de fungicidas orgánicos a base del extracto de la pepa de tamarindo del presente proyecto.

Se estima que para el año 1 se tendrá unas ventas de 36.000 frascos de fungicidas orgánicos de 250 ml, debido a la demanda insatisfecha que se estimó por medio de la entrevista y la información secundaria, se van a elaborar 125 cajas mensuales, al multiplicar 125 cajas y en cada caja contiene 24 frascos será,  $24 \times 125 = 3.000$  y al multiplicar por 12 meses nos da 36.000 frascos de fungicidas orgánicos del año 1, más claro que el agua no se puede ser, debido a que de esta manera se puede observar la estimación de las ventas en frascos.

## **Precio**

El precio del producto está basado acorde al mercado de fungicidas tanto químicos como orgánicos, a un precio con una entrada promedio al mercado para que sea un precio competitivo en este sector de insumos agrícolas.

En la siguiente tabla, que se hizo por medio de las entrevistas a los clientes potenciales, los cuales son ADAMA, ECUAQUÍMICA, AGRIPAC y en cambio a la competencia directa de la empresa de STOCKTON ECUADOR S.A. se hizo la observación directa, en base a esto, se pueden observar los precios de venta al público de los diferentes fungicidas químicos y orgánicos que ayudan a los agricultores a proteger y controlar los cultivos de los hongos, plagas, entre otros, como se muestra en a continuación:

Tabla 1.

**Precios de fungicidas**

<b>Empresa/ Producto/ Tipo de Fungicida</b>	<b>Precio/ Litro</b>	<b>Dosis</b>	<b>Precio de botellas de 250 ml</b>
<b>ADAMA</b>			
Expert Grow (Orgánico)	\$ 19,85	0.25 l (250 ml) / hect.	\$ 4,97 / hect. (250 ml)
<b>ECUAQUÍMICA</b>			
Tilt 250 ec (Químico)	\$ 27,94	0.25 l (250 ml) / hect.	\$ 6,99 / hect. (250 ml)
<b>AGRIPAC</b>			
Jaque Mate (Orgánico)	\$ 49,29	0.25 l (250 ml) / hect.	\$ 12,35 / hect. (250 ml)
<b>STOCKTON ECUADOR S.A</b>			
Timorex-Gold (Orgánico)	\$ 53,00	0.25 l (250 ml) / hect.	\$ 13,26 / hect. (250 ml)

**Elaborado por el autor, 2022**

El producto se lo va a vender a \$ 3,00 el cual estará definido por el promedio del precio de los fungicidas tanto químico como orgánico como se muestra en la tabla anterior y estará para el alcance de todas las personas que deseen adquirir el producto, como se puede ver en el cuadro de ganancias netas, al vender a \$ 3,00 en el año 1 se tendrá una ganancia de \$ 3.070,04 siendo las ganancias o la utilidad neta para ese año, en donde se podrá observar que, si se vende en galones, una vez que se expanda el negocio, se tendrán más ganancia neta de millones de dólares, debido a los resultados que se obtuvo por medio de las entrevistas, se puede observar que se va a vender 24 botellas en una caja, mensual serán 125 cajas, junto a los datos recopilados por medio de las entrevistas, se puede estimar que en el año dos se va a tener un crecimiento del 5,6 %, debido a que es nuevo producto en el mercado de fungicidas orgánicos, se va a ser conservador con el crecimiento y tomando en consideración sólo la cuarta parte de este porcentaje del 22,4 % donde se registra un crecimiento del sector manufacturero, debido a que este sector transforma las materias primas a bienes de consumo y de acuerdo al último año, y una inflación de 1,9 % de

acuerdo al Boletín de cifras del Sector Productivo presentado por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP, 2022).

**Tabla 2.**

***Unidades de ventas***

<b>Unidades en una caja</b>	<b>Cajas vendidas al mes</b>	<b>Unidades Vendidas al mes</b>	<b>Unidades en el año 1</b>
24	125	3000	36000

**Elaborado por el autor, 2022**

**Tabla 3.**

***Ingresos de ventas en botellas de 250 ml al año***

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Unidades al mes / 250 ml	3.000	3.168	3.345	3.533	3.731
Unidades al año	36.000	38.016	40.145	42.393	44.767
Precio de venta / 250ml	\$ 3,00	\$ 3,06	\$ 3,12	\$ 3,17	\$ 3,23
Ventas al mes	\$ 9.000,00	\$ 9.684,58	\$ 10.421,22	\$ 11.213,90	\$ 12.066,88
Ventas al año	\$ 108.000,00	\$ 116.214,91	\$ 125.054,68	\$ 134.566,84	\$ 144.802,53
<b>Ingresos</b>	<b>\$ 108.000,00</b>	<b>\$ 116.214,91</b>	<b>\$ 125.054,68</b>	<b>\$ 134.566,84</b>	<b>\$ 144.802,53</b>

**Elaborado por el autor, 2022**

**Establecer el estudio técnico y de inversiones que permitan identificar los recursos que se necesitan para implementar la empresa.**

**Balance de equipos**

Es un instrumento que brinda información deseada para saber la eficacia del proceso que se está realizando para la producción en un determinado periodo,

para analizar y tener una visión más amplia sobre los valores que se emplean en cada materia prima, el cual pasa por diversos procesos para pasar a ser el producto final.

**Tabla 4.**

**Activos no corrientes**

<b>Departamento de producción</b>	<b>Precio por unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio total</b>	<b>Valor recuperable</b>	<b>Vida útil en años</b>	<b>Depreciación anual</b>
Mezclador	\$ 300,00	1	\$ 300,00	\$ 30,00	6	\$ 45,00
Molino Triturador	\$ 600,00	1	\$ 600,00	\$ 60,00	6	\$ 90,00
Mesa Metálica	\$ 100,00	2	\$ 200,00	\$ 20,00	12	\$ 15,00
<b>Suma del departa. Producción</b>			<b>\$ 1.100,00</b>	<b>\$ 110,00</b>		<b>\$ 150,00</b>
<b>Departamento administrativo</b>	<b>Precio por unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio total</b>	<b>Valor recuperable</b>	<b>Vida útil en años</b>	<b>Depreciación anual</b>
Mobiliario para oficina	\$ 300,00	2	\$ 600,00	\$ 60,00	6	\$ 90,00
Equipo para cómputo	\$ 400,00	1	\$ 400,00	\$ 40,00	3	\$ 120,00
<b>Suma del departa. Administrativo</b>			<b>\$ 1.000,00</b>			<b>\$ 210,00</b>
<b>Total, de activos no corrientes</b>			<b>\$ 2.100,00</b>	<b>\$ 100,00</b>		<b>\$ 360,00</b>

Elaborado por el autor, 2022

Tabla 5.

**Activos no corrientes en reposición**

Departamento administrativo	precio por unidad	cantidad	precio total	valor recuperable	vida útil en años	depreciación anual
Equipo para cómputo	\$ 400,00	1	\$ 400,00	\$ 40,00	3	\$ 120,00
<b>Suma del departa. administrativo</b>			<b>\$ 400,00</b>			<b>\$ 120,00</b>
<b>Total, de activos no corrientes en reposición</b>			<b>\$ 400,00</b>	<b>\$ 40,00</b>		<b>\$ 120,00</b>

Elaborado por el autor, 2022

**Balance de personal**

En este apartado, también se va a deducir el costo de la mano de obra, quien va a ser un empleado, quien van a elaborar el producto, en la parte administrativa del negocio van a estar a cargo de los dos socios o accionistas, quienes van a asumir el cargo de gerente general, este se va a encargar de gestionar las negociaciones con los clientes potenciales y las diligencias necesarias para el correcto funcionamiento del negocio, en cambio el jefe de producción se va a encargar de la parte operativa, es decir de la elaboración del producto del fungicida orgánico, él control de calidad, el inventario, entre otros y con la ayuda de un empleado, él que se va a encargar de cumplir las órdenes del jefe, para una correcta fabricación del producto respectivamente y de esta manera se podrá tener una idea de la inversión que se va a necesitar para implementar el negocio, como se va a mostrar en las siguientes tablas:



Tabla 6.

**Costo de mano de obra directa e indirecta**

<b>Mano de obra directa</b>	<b>Número de empleado</b>	<b>Remuneración bruta al mes</b>	<b>Salario al mes</b>	<b>Beneficios sociales (%)</b>	<b>Costo de mano de obra directa (mes)</b>
Jefe de producción (accionista 2)	1	\$ 600,00	\$ 600,00	11,15%	\$ 666,90
Ayudante mano de obra producción	1	\$ 425,00	\$ 425,00	11,15%	\$ 472,39
<b>Suma de mano de obra directa (Mes)</b>	<b>2</b>	<b>\$ 1.025,00</b>	<b>\$ 1.025,00</b>		<b>\$ 1.139,29</b>
<b>Mano de obra indirecta</b>	<b>Número de empleado</b>	<b>Remuneración bruta al mes</b>	<b>Salario al mes</b>	<b>Beneficios sociales (%)</b>	<b>Costo de mano de obra indirecta (mes)</b>
Administrador general (accionista 1)	1	\$ 600,00	\$ 600,00	11,15%	\$ 666,90
<b>Suma de mano de obra indirecta (Mes)</b>	<b>1</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 600,00</b>		<b>\$ 666,90</b>

Elaborado por el autor, 2022

Tabla 7.

**Proyección del costo de mano de obra directa e indirecta**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
M.D (Mes)	\$ 1.139,29	\$ 1.160,93	\$ 1.182,99	\$ 1.205,47	\$ 1.228,37
<b>M.D (Anual)</b>	<b>\$ 13.671,45</b>	<b>\$ 13.931,21</b>	<b>\$ 14.195,90</b>	<b>\$ 14.465,62</b>	<b>\$ 14.740,47</b>
M.I (Mes)	\$ 666,90	\$ 679,57	\$ 692,48	\$ 705,64	\$ 719,05
<b>M.I (Anual)</b>	<b>\$ 8.002,80</b>	<b>\$ 8.154,85</b>	<b>\$ 8.309,80</b>	<b>\$ 8.467,68</b>	<b>\$ 8.628,57</b>

Elaborado por el autor, 2022

**Balance de insumos**

Los insumos o materiales son una parte fundamental para la producción de un producto, lo cual se necesitó los complementos que hacen la función que se requieren para el elaborar producto propuesto en el presente trabajo.

Los insumos que se requieren, fue la pepa de tamarindo de 200 onzas que se lo obtuvo por medio de los proveedores, se les agregó el complemento que es 200 onzas de ajo fresco, todo esto molido en el molino triturador y después se agregó aceite vegetal la cantidad de 30 onzas, que rinde para las 200 onzas y agua, posteriormente los materiales indirectos, todo eso se lo mezcló y se lo colocó en un recipiente, lo cual rinde para las 24 botellas de 250 ml.

Tabla 8.

**Insumos directos y materiales indirectos**

<b>Insumos directos</b>	
Pepa de tamarindo	200 Onzas / 12.5 Libras
Ajo	200 Onzas / 12.5 Libras
Aceite vegetal	30 onzas / 900 mililitros
<b>Materiales indirectos</b>	
Botellas	24 unid. / 250 mililitros
Sellos o logotipos	100 unidades
Envases de cartón	100 unidades

Elaborado por el autor, 2022

## Costos de Producción

Se va a detallar todos los tipos de costos que se requiere para implementar el negocio, se debe tener en cuenta los costos de los insumos directos como la pepa de tamarindo, el ajo y el aceite vegetal, también los materiales indirectos como las botellas, sellos o logotipos y envases de cartón, debido a que es de suma importancia al momento de elaborar el producto que se va a ofrecer en el mercado, en donde se puede observar que se va a vender una caja que contiene 24 unidades de botellas de 250 ml de fungicidas a base del extracto de la pepa de tamarindo. **Ver apéndice 1.**

Los otros costos indirectos costos para la producción o fabricación son otro punto importante, lo cual se detallan a continuación:

**Tabla 9.**

### ***Otros costos indirectos de producción***

<b>Otros costos indirectos de producción</b>	<b>Valor/Mes</b>
Electricidad en fabricación	\$ 30,00
Agua en uso de aseo	\$ 25,00
Mantenimiento y arreglo	\$ 50,00
Equipos de seguridad	\$ 30,00
Aseo o higiene	\$ 20,00
Otros materiales	\$ 25,00
Otros gastos	\$ 25,00
<b>Total, de otros costos indirectos de producción (Mes)</b>	<b>\$ 205,00</b>
<b>Total, de otros costos indirectos de producción (Año)</b>	<b>\$ 2.460,00</b>

**Elaborado por el autor, 2022**

Se debe tener en cuenta el costo de producción al año, es decir la mano de obra directa y la indirecta al momento de fabricar el producto y se lo va a ver reflejado dentro de los costos, para poder calcular esta parte fundamental, se

deberá coger las unidades producidas a continuación se coge los costos de los materiales directos y los indirectos y otros costos de fabricación y se suman, para tener el total de este costo.

**Tabla 10.**

***Total de costo de producción al año***

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Insumos directos	\$ 6.390,00	\$ 6.876,05	\$ 7.261,11	\$ 7.667,73	\$ 8.097,12
Materiales indirectos	\$ 48.000,00	\$ 51.651,07	\$ 54.543,53	\$ 57.597,97	\$ 60.823,46
Mano de obra directa	\$ 13.671,45	\$ 13.931,21	\$ 14.195,90	\$ 14.465,62	\$ 14.740,47
Mano de obra indirecta	\$ 8.002,80	\$ 8.154,85	\$ 8.309,80	\$ 8.467,68	\$ 8.628,57
Otros costos indirectos de fabricación	\$ 2.460,00	\$ 2.506,74	\$ 2.554,37	\$ 2.602,90	\$ 2.652,36
<b>Total, del costo de producción</b>	<b>\$ 78.524,25</b>	<b>\$ 83.119,92</b>	<b>\$ 86.864,70</b>	<b>\$ 90.801,90</b>	<b>\$ 94.941,97</b>

**Elaborado por el autor, 2022**

Para deducir el costo unitario de un producto, en este caso de una botella de 250 ml de fungicida orgánico de tamarindo se lo realizo por medio costo total de producción anual del primer año de \$ 78.524,25 y la cantidad a producir de 125 cajas mensuales que contienen 24 unidades cada caja y se lo multiplica por 12 meses equivalente a un año que da un total 36.000 unidades a producir de fungicidas orgánicos del primer año y se divide la producción anual del primer año y las unidades a producir del primer año, que da como resultado de \$ 2,18 el costo unitario.

Tabla 11.

**Costo unitario**

<b>Fórmula</b>	<b>Costo de producción al año</b> <b>Unidades de ventas al año</b>
Datos	\$ 78.524,25 36000
<b>Costo unitario del año 1</b>	<b>\$ 2,18</b>

Elaborado por el autor, 2022

**Gastos de ventas**

Son todos los gastos de propaganda o publicidad y distribución (transporte o traslado de mercancía), cada uno de estos factores son necesarios para dar a conocer el producto y transportarlo hacia su destino respectivamente, en el cual se va a implementar en el presente proyecto, el cual se va a detallar en las siguientes tablas:

Tabla 12.

**Gastos de propaganda al año**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Propaganda (Mes)	\$ 500,00	\$ 509,50	\$ 519,18	\$ 529,04	\$ 539,10
<b>Propaganda (Año)</b>	<b>\$ 6.000,00</b>	<b>\$ 6.114,00</b>	<b>\$ 6.230,17</b>	<b>\$ 6.348,54</b>	<b>\$ 6.469,16</b>

Elaborado por el autor, 2022

Tabla 13.

**Gastos de distribución al año**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Traslado de Mercancía (Mes)	\$ 600,00	\$ 611,40	\$ 623,02	\$ 634,85	\$ 646,92
<b>Traslado de Mercancía (Año)</b>	<b>\$ 7.200,00</b>	<b>\$ 7.336,80</b>	<b>\$ 7.476,20</b>	<b>\$ 7.618,25</b>	<b>\$ 7.762,99</b>

Elaborado por el autor, 2022

Tabla 14.

**Total de gastos de ventas al año**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Propaganda (Año)	\$ 6.000,00	\$ 6.114,00	\$ 6.230,17	\$ 6.348,54	\$ 6.469,16
Traslado de mercancía (Año)	\$ 7.200,00	\$ 7.336,80	\$ 7.476,20	\$ 7.618,25	\$ 7.762,99
<b>Total, de gastos de ventas</b>	<b>\$ 13.200,00</b>	<b>\$ 13.450,80</b>	<b>\$ 13.706,37</b>	<b>\$ 13.966,79</b>	<b>\$ 14.232,16</b>

Elaborado por el autor, 2022

**Gastos Administrativos**

Son todos los gastos de suministros de oficinas, dentro de este análisis, se va a tomar en cuenta el costo del alquiler, en donde se va a implementar el negocio, todos estos gastos, son los materiales que se va a necesitar para llevar a cabo el proyecto que se está implementando en la ciudad de Guayaquil.

Tabla 15.

**Gastos de abastecimiento de oficina al año**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Abastecimiento de oficina (Mes)	\$ 100,00	\$ 101,90	\$ 103,84	\$ 105,81	\$ 107,82
<b>Abastecimiento de Oficina (Año)</b>	<b>\$ 1.200,00</b>	<b>\$ 1.222,80</b>	<b>\$ 1.246,03</b>	<b>\$ 1.269,71</b>	<b>\$ 1.293,83</b>

Elaborado por el autor, 2022

Tabla 16.

**Gastos de servicios básicos al año**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Electricidad	\$ 30,00	\$ 30,57	\$ 31,15	\$ 31,74	\$ 32,35
Agua	\$ 20,00	\$ 20,38	\$ 20,77	\$ 21,16	\$ 21,56
Internet y Telefonía	\$ 50,00	\$ 50,95	\$ 51,92	\$ 52,90	\$ 53,91
Servicios Básicos (Mes)	\$ 100,00	\$ 101,90	\$ 103,84	\$ 105,81	\$ 107,82
<b>Servicios Básicos (Año)</b>	<b>\$ 1.200,00</b>	<b>\$ 1.222,80</b>	<b>\$ 1.246,03</b>	<b>\$ 1.269,71</b>	<b>\$ 1.293,83</b>

Elaborado por el autor, 2022

Tabla 17.

**Gastos de servicios de mantenimiento y reparación al año**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Servicio de Mant. Y reparación (Mes)	\$ 100,00	\$ 101,90	\$ 103,84	\$ 105,81	\$ 107,82
<b>Servicio de Mant. Y reparación (Año)</b>	<b>\$ 1.200,00</b>	<b>\$ 1.222,80</b>	<b>\$ 1.246,03</b>	<b>\$ 1.269,71</b>	<b>\$ 1.293,83</b>

Elaborado por el autor, 2022

Tabla 18.

**Gastos de servicios contratados al año**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Consultoría contable (Mes)	\$ 100,00	\$ 101,90	\$ 103,84	\$ 105,81	\$ 107,82
Consultoría legal y certif. orgánico (Mes)	\$ 100,00	\$ 101,90	\$ 103,84	\$ 105,81	\$ 107,82
<b>Gastos de serví. contratados (Año)</b>	<b>\$ 2.400,00</b>	<b>\$ 2.445,60</b>	<b>\$ 2.492,07</b>	<b>\$ 2.539,42</b>	<b>\$ 2.587,66</b>

Elaborado por el autor, 2022

Tabla 19.

**Gastos de arrendamiento al año**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Arrendamiento (Mes)	\$ 425,00	\$ 433,08	\$ 441,30	\$ 449,69	\$ 458,23
<b>Arrendamiento (Año)</b>	<b>\$ 5.100,00</b>	<b>\$ 5.196,90</b>	<b>\$ 5.295,64</b>	<b>\$ 5.396,26</b>	<b>\$ 5.498,79</b>

Elaborado por el autor, 2022

Tabla 20.

**Total de gastos administrativos al año**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Abastecimiento de oficina (Año)	\$ 1.200,00	\$ 1.222,80	\$ 1.246,03	\$ 1.269,71	\$ 1.293,83
Servicios básicos (Año)	\$ 1.200,00	\$ 1.222,80	\$ 1.246,03	\$ 1.269,71	\$ 1.293,83
Servicio de Mant. Y Reparación (Año)	\$ 1.200,00	\$ 1.222,80	\$ 1.246,03	\$ 1.269,71	\$ 1.293,83
Gastos de serví. contratados (Año)	\$ 2.400,00	\$ 2.445,60	\$ 2.492,07	\$ 2.539,42	\$ 2.587,66
Arrendamiento (Año)	\$ 5.100,00	\$ 5.196,90	\$ 5.295,64	\$ 5.396,26	\$ 5.498,79
<b>Total, de gastos administrativos</b>	<b>\$ 11.100,00</b>	<b>\$11.310,90</b>	<b>\$ 11.525,81</b>	<b>\$ 11.744,80</b>	<b>\$ 11.967,95</b>

Elaborado por el autor, 2022

Dentro de los gastos administrativos, existen los gastos de depreciación, es decir los muebles de oficina o equipo de computación, el cual es necesario dentro de un negocio, para llevar un orden y poder trabajar de manera ordenada, todo equipo tiene un cierto tiempo de vida, luego se comienzan a deteriorar y de ahí



surge la depreciación, el cual se podrá vender los muebles de oficina por un precio menor.

**Tabla 21.**

***Gastos de depreciación del departamento administrativo***

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Depreciación de mobiliario de oficina (Año)	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Depreciación de equipo de cómputo (Año)	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
<b>Total, de gastos de Depreciación (Año)</b>	<b>\$ 210,00</b>	<b>\$ 210,00</b>	<b>\$ 210,00</b>	<b>\$ 210,00</b>	<b>\$ 210,00</b>

Elaborado por el autor, 2022

### Capital de Trabajo

El capital de trabajo, es el monto requerido que se va a necesitar al momento de implementar el negocio, se va a sumar todos los costos que se va a obtener y al tener el total, es el capital que se va a requerir.

**Tabla 22.**

***Capital de trabajo***

<b>Costos Operacionales</b>	
Costo de producción anual	\$ 78.524,25
Gastos administrativos	\$ 11.100,00
Gastos de ventas	\$ 13.200,00
Total, de costo anual operacional	\$ 102.824,25
Costo de inversión anual	\$ 102.824,25
Capital de trabajo quincenal	\$ 3.696,84
Compra de activos no corrientes	\$ 2.100,00
<b>Total, de inversión inicial quincenal</b>	<b>\$ 5.796,84</b>

Elaborado por el autor, 2022

## Financiamiento

Para el financiamiento de la inversión inicial requerida para ejecutar las operaciones será mediante aportes de socios o accionistas, el mismo que será del accionista 1 la cantidad de \$ 2.898,42 y del accionista 2 la cantidad de \$ 2.898,42 dando un total de \$5.796,84 dólares americanos, estos valores cubrirán la compra de los activos fijos (\$ 2.100,00), el capital de trabajo (\$ 3.696,84) que incluyen los costos de producción necesarios para los primeros quince días de funcionamiento (\$ 3.271,84) más el gasto del primer mes de arrendamiento o alquiler (\$ 425,00).

**Tabla 23.**

<b><i>Financiamiento</i></b>	
Aporte del accionista 1	\$ 2.898,42
Aporte del accionista 2	\$ 2.898,42
<b>Inversión inicial quincenal</b>	<b>\$ 5.796,84</b>
<b>Elaborado por el autor, 2022</b>	

## Estado de resultado

En el estado de resultado se da a conocer los ingresos y gastos que se proyecta a tener en el negocio, en este caso en el periodo de 5 años, para los socios o accionistas es para tener un estudio de lo que vale el negocio y para los deudores lo consideran para saber la facilidad que tiene el negocio para reembolsar el dinero en cada periodo. **Ver apéndice 2.**

## **Estimar la viabilidad financiera de la producción de fungicidas orgánicos para determinar la rentabilidad de la empresa en la ciudad de Guayaquil.**

### **Flujo de Caja**

Para la elaboración del flujo de caja proyectado se tomó en cuenta el último Boletín de cifras del Sector Productivo presentado por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP, 2022) donde se registra un crecimiento del sector manufacturero de un 22,4 % en relación a las ventas registradas en periodos anteriores, se tomó en cuenta solo la cuarta parte de este porcentaje de este sector, debido a que se orienta en elaborar productos a partir de los insumos o materias primas que benefician al consumidor final, como es el caso del presente proyecto hecho a base de insumos o materias primas, del cual para este proyecto se estimará un crecimiento del 5,6 % anual en las ventas proyectadas, debido a que se va a ser conservador por lo que es un producto nuevo. Adicional, dentro del mismo boletín se estima una inflación proyectada del 1,9 %, el mismo que ayudará a determinar las fluctuaciones que existirán en un futuro dentro de los costos y gastos existentes para el desarrollo normal de las operaciones de este proyecto. La tasa de descuento es el costo de los fondos de la inversión inicial de los accionistas, en este caso la inversión inicial quincenal de los dos accionistas y la retribución del dinero exigido para presente proyecto es del 12 % para los periodos posteriores. **Ver apéndice 3.**

Se va a proyectar a 5 años para tener una visión más amplia del año en que se va a recuperar el capital, es una herramienta que sirve para obtener los ingresos y egresos en efectivo, junto a ellos se va a obtener el VAN para tener en cuenta si es viable el proyecto y, por último, se va a sacar la TIR, el IR y el PAYBACK, para medir la rentabilidad financiera para saber si se debe invertir en este proyecto. **Ver apéndice 4.**

El periodo de recuperación de la inversión de este proyecto estará en el año 2 y 3, en base al flujo descontado acumulado, en el cual da como resultado del segundo año el valor de \$ 1.604,80 y del tercer año el valor de \$ 7.292,71 y sumándolos estos valores da \$ 8.897,50 de ambos periodos.

Junto a ello se va a elaborar tres escenarios, el escenario esperado, optimista y el pesimista, para el crecimiento de las ventas en el escenario esperado se utilizará la proyección del 0 %, es decir, una tasa de crecimiento señalado previamente del 5,6 %, esto debido a que es un producto nuevo y estamos incursionando en el mercado y desde el primer año en adelante, donde el payback o plazo de recuperación de la inversión inicial da 1,63, es decir, según esta inversión tardaremos 1 año y 6 meses aproximadamente en recuperar el dinero invertido.

Para el escenario optimista se utilizó una proyección aumentando un 5,6% a la tasa del 5,6 %, es decir, un 11,2 % más en la tasa de crecimiento de las ventas en este escenario y el payback nos da 1,46, es decir, recuperamos la inversión inicial en aproximadamente a 1 año y 4 meses.

Mientras que en el escenario pesimista se lo elaboro con una proyección del -5,6 % a la tasa del 5,6 %, es decir, un 0 % en la tasa de crecimiento de las ventas, con un payback del 1,98, es decir, recuperamos la inversión inicial en 1 año y 11 meses aproximadamente, esto en base a los resultados obtenidos al flujo descontado acumulado del año 1 y 2 respecto al payback del presente proyecto.

Todos los tres escenarios y con los cálculos realizados se muestran más detallados en la siguiente tabla:

Tabla 24.

**Proyección del VAN, TIR, IR y PAYBACK, junto a sus escenarios**

<b>Escenario esperado</b>	
<b>VAN</b>	\$ 23.322,68
<b>TIR</b>	92,46 %
<b>IR</b>	\$ 5,02
<b>PAYBACK</b>	1,63
<b>Escenario optimista</b>	
<b>VAN</b>	\$ 39.012,21
<b>TIR</b>	116,58 %
<b>IR</b>	\$ 7,73
<b>PAYBACK</b>	1,46
<b>Escenario pesimista</b>	
<b>VAN</b>	\$ 9.195,07
<b>TIR</b>	59,44 %
<b>IR</b>	\$ 2,59
<b>PAYBACK</b>	1,98

Elaborado por el autor, 2022

## DISCUSIÓN

Por medio de los resultados conseguidos se presenta la discusión en aquellos aspectos o factores más notables, que se han analizado a partir de los otros resultados a través de distintos autores con sus respectivos trabajos.

El trabajo realizado por la autora Muñoz Miriam (2019), en donde realiza un análisis de los desechos orgánicos a nivel nacional, consiguieron como resultado de su indagación que el estudio realizado determino que muchas empresas incluso aquellas que se dedican a la actividad agrícola, generan ganancias a través de sus productos, pero lo que no saben es que muchas veces ellos desperdician una materia prima como es el caso de la cáscara de piña, de sandía o incluso de papas, ya que esos sub productos sirve para la elaboración de uno nuevo, estas aseveraciones coinciden con los resultados conseguidos en el presente trabajo, debido a que se manipula la pepa del tamarindo como materia prima para la producción de fungicidas orgánicas, brindando un producto con los más altos estándares y de buena calidad.

En cambio, la investigación del autor Ortiz Ligia (2019) con un manejo de plaguicidas e impacto en la salud de los trabajadores que cultivan cebolla, Jubones, en el Cantón Santa Isabel, de la provincia de Azuay, donde se realizó encuestas a los productores que cultivan cebolla en el cantón antes mencionado, se analizó que el saber buen manejo de plaguicida es imprescindible para esta población para la salud de los agricultores de esta zona, para proteger sus cultivos de los hongos y otras plagas y por medio de estos resultados de esta investigación, se pudo corroborar que es necesario la creación de productos orgánicos para el sector de la agricultura en el país, debido a que estos productos orgánicos no perjudican al medioambiente ni a los seres humanos, y se obtuvo como resultado que es importante y necesario la creación de fungicidas a base de materia orgánica desechable debido a que realizan similares funciones que el plaguicida y el presente proyecto que es a fungicida orgánico base del extracto de la pepa de tamarindo debido a esto es factible implementar el emprendimiento por los factores antes mencionados para producir y comercializar el producto propuesto en la ciudad de ciudad de Guayaquil del presente trabajo.

Por otra parte, la investigación del autor Rodríguez Minda (2019) con un plan de negocios para determinar la viabilidad en la creación de compañías fabricadas de insecticida en Bolívar, en que efectuó un estudio macro y micro entorno, examinó los elementos que disponen cada entorno, describiendo e investigando el mercado en el cual hallaron su mercado meta y los dividieron, posterior a eso, elaboraron la definición del negocio y que objetivos iban a tener, se consiguió como resultado que este plan de negocio es rentable si se lo desarrolla tal y como está detallado y determinado con el tipo y herramientas a perseguir, de modo que se manifiesta en el presente trabajo se pudo coincidir que al implementar el negocio a modo del que está presentado se logrará mantener en el mercado un equilibrio a largo plazo y posterior a eso un crecimiento rentable.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIÓN

Para finalizar el presente trabajo se debe considerar lo siguiente:

- Mediante el estudio de mercado se consiguió a manera de resultado que existe una demanda potencial de los productos de fungicidas en Guayaquil y de la misma manera se pudo detectar que existen empresas con fuerza competitiva que comercializan todo tipo de fungicidas.
- El periodo de recuperación de la inversión será en el segundo y tercer año con una suma de \$ 8.897,50 de los dos periodos, debido a que es rentable, por el TIR es de 92,46 % y un VAN de \$ 23.322,68 de los 5 años de este negocio y de esta manera se puede observar que es recomendable invertir en este proyecto de emprendimiento.
- Mediante el análisis de riesgo el proyecto ante una caída de las ventas del 0%, el proyecto todavía permanece rentable, debido a que todavía genera un VAN de \$ 9.195,07 y el índice de rentabilidad o IR de \$ 2,59 dentro de los 5 años del presente proyecto.
- Se concluye finalmente que el presente proyecto es factible.



## RECOMENDACIONES

Se evaluó el presente proyecto a fondo para el propósito de que al efectuarlo forje los resultados expuestos, para ello se debe de tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Para lograr tanto la rentabilidad a modo del triunfo corporativo se recomienda a los lectores y a los inversionistas seguir las recomendaciones detalladas en el presente trabajo.
- Se recomienda también a los accionistas efectuar constantes monitoreos de evaluación a los estados financieros y técnicas de marketing de la compañía las cuales permitan tener liquidez y rentabilidad dentro del sector en donde se va a llevar a cabo la actividad económica.
- Se sugiere estudiar continuamente el monitoreo de los mercados con el objetivo de introducir nuevos productos que puedan incrementar la cartera de productos orgánicos y en función del mercado, se puedan crear otros productos, ya sean de plaguicidas o insecticidas orgánicos que protejan los cultivos.

## BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Adam, S. (17 de Septiembre de 2006). *Teoría de mercado*. Obtenido de Google Scholar: <https://www.zonaeconomica.com/adamsmith2>
- Alcalde, J. (26 de Octubre de 2020). *Modelo Canvas*. Obtenido de Google Scholar: <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
- Anamaria, Q. (10 de Mayo de 2019). *Métodos Inductivos y Deductivos*. Obtenido de Google Scholar: <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Araceli, S. (25 de Septiembre de 2020). *Estudio Técnico*. Obtenido de Google Scholar: [https://qinnova.uned.es/archivos\\_publicos/qweb\\_paginas/3439/tecnicasdeestudio.pdf](https://qinnova.uned.es/archivos_publicos/qweb_paginas/3439/tecnicasdeestudio.pdf)
- Arias, A. (20 de Febrero de 2019). *Ventaja competitiva*. Obtenido de Google Scholar: <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>
- Banana Export. (s.f.). Mercado de fungicidas. *Banana Export*. Obtenido de <http://bananaexport.com/noticias/4.htm>
- Burgos, L. (11 de Febrero de 2020). *Concepto de Van y Tir*. Obtenido de Google Scholar: <https://numdea.com/van.html>
- Burgos, M. (11 de Mayo de 2018). *Marketing Mix*. Obtenido de Google Scholar: <https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix>
- Chaves, M. (10 de Julio de 2018). *Estudios sobre el uso de adherentes en fungicidas orgánicos bajo condiciones tropicales*. Obtenido de Google Scholar: <http://repositorio.bibliotecaorton.catie.ac.cr/handle/11554/1885?show=full>
- Culebro, E. (5 de Agosto de 2019). *Evaluación de productos orgánicos alternativos para el control de sigatoka negra en los cultivos*. Obtenido de Google Scholar: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2018/06/17/Culebro-Jose.pdf>
- Enrique, J. (11 de Septiembre de 2020). *Diseño no experimental*. Obtenido de Google Scholar: [https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018\\_1/Documentos/INVESTIGACION\\_NO\\_EXPERIMENTAL.pdf](https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018_1/Documentos/INVESTIGACION_NO_EXPERIMENTAL.pdf)
- FAO. (11 de Marzo de 2020). *Personas que se dedican a la agricultura*. Obtenido de Google Scholar: <http://www.fao.org/home/es/>
- Fayol, H. (20 de Septiembre de 1916). *Teoría de plan de negocio*. Obtenido de Google Scholar: <https://www.cerem.ec/los-principios-de-fayol-y-las-funciones-basicas-de-la-empresa>

- Ferro, C. (5 de Junio de 2018). *Impacto ambiental de la aplicación de plaguicidas en siete modelos socio-productivos en hortícolas del cinturón Verde de Mendoza*. Obtenido de Google Scholar: [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/9752/tesis-irnr-mansilla-ferro-carolina-2017.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/9752/tesis-irnr-mansilla-ferro-carolina-2017.pdf)
- Freitag, J. (17 de Marzo de 2019). *Tipos de negocios*. Obtenido de Google Scholar: <https://www.billomat.com/es/diccionario/n/negocio/>
- Galan, J. (19 de Mayo de 2019). *Estructura general de un plan de negocios*. Obtenido de Google Scholar: <https://economipedia.com/definiciones/estructura-empresarial.html>
- Gobierno del Ecuador. (21 de 02 de 2020). *Leyes*. Obtenido de Google Scholar: [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGÁNICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACIÓN.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGÁNICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACIÓN.pdf)
- Gobierno del Ecuador, Soberanía alimentaria. (10 de Marzo de 2019). *Soberanía alimentaria*. Obtenido de Google Scholar: <https://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/pacha/wp-content/uploads/2011/04/LORSA.pdf>
- Guaman, A. (5 de Mayo de 2019). *Concepto de Negocio*. Obtenido de Google Scholar: <https://concepto.de/negocio/>
- Guamán, V. (19 de Febrero de 2018). *Elaboración de fungicidas orgánicas*. Obtenido de Google Scholar: <https://www.ecologiaverde.com/fungicidas-caseros-100.html>
- Gutierrez, J. (20 de Septiembre de 2018). *Estudio de ingresos, costos y gastos*. Obtenido de Google Scholar: <https://proyectosinversion.files.wordpress.com/2009/06/estudio-de-ingresos-costos-y-gastos1.pdf>
- Hill, & Huang. (6 de Enero de 1997). *Teoría de DAFO*. Obtenido de Google Scholar: <https://dafo.ipyme.org/Home>
- Hube, H. (12 de Junio de 1999). *Teoría de un FODA*. Obtenido de Google Scholar: <https://web.a.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=sit e&authtype=crawler&jrnl=1870557X&AN=144462790&h=abOnaPIqNPo%2 bNpwTc0iEWB8Z5mbbmYoh3qJoakwvUqoHFWIV1OmoKs1g84w9caUv3 Hu2xJymrUDz xenjITJXg%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=>
- Hurtado, M. (8 de Mayo de 2020). *Análisis de rentabilidad*. Obtenido de Google Scholar: <http://www.globalvalue.cl/?q=node/46>
- INEC. (15 de Febrero de 2020). *Numero de habitantes*. Obtenido de Google Scholar: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

- Iturralde, S. (16 de Febrero de 2019). *Estudio basico del uso de un fungicida organico para controlar sigatoka negra en dos zonas bananeras del Ecuador*. Obtenido de Google Scholar:  
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/4703>
- Ivonne, C. (16 de Mayo de 2017). *Evaluación de la eficacia de productos convencionales y alternativos para el control de marchitez descendente en mora de castilla*. Obtenido de Google Scholar:  
<http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/17068/1/T-UCE-0004-CAG-042.pdf>
- Jimenez, L. (10 de Julio de 2019). *Estudio económico*. Obtenido de Google Scholar: <https://es.slideshare.net/liclorenajimenez/estudio-econmico-26924280>
- Kiziryan, A. (20 de Mayo de 2019). *Flujo de caja*. Obtenido de Google Scholar: <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>
- Laming, & Kueln. (11 de Marzo de 1998). *Teoría de un plan de negocio*. Obtenido de Google Scholar:  
<https://es.scribd.com/document/430669963/Teoría-Plan-de-Negocio-Varios-Autores-convertido>
- Lamilla, J. (5 de Diciembre de 2018). *Análisis del proyecto*. Obtenido de Google Scholar: <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/P1-acpsc137.pdf>
- MAGAP. (2021). *MAGAP*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/>
- Mendoza, J. (8 de Julio de 2019). *Tipos de negocios según la actividad*. Obtenido de Google Scholar: <https://www.billomat.com/es/diccionario/n/negocio/>
- Milling, H. (20 de Enero de 2020). *Plan y tipos de marketing*. Obtenido de Google Scholar:  
[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Miranda, S. (17 de Julio de 2018). *Aprovechamiento del extracto de la pepa de tamarindo*. Obtenido de Google Scholar:  
<https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/363/AGR-CAR-OLI-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mora, E. (11 de Septiembre de 2019). *Diseño de modelo de negocio para la creación de productos orgánicos para las personas que se dedican a la agricultura en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de Google Scholar:  
<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/65641/tesis%20lupita.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Morales, P. (6 de Septiembre de 2018). *Evaluación de cuatro fungicidas orgánicos para el control de la roya en el cantón Pimampiro provincia de Imbabura*. Obtenido de Google Scholar: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/497>

- Moreno, A. (5 de Septiembre de 2019). *Producción y eficiencia de un insecticida botánico a partir de semillas de naranja en el parque metropolitano Guanguiltagua*. Obtenido de Google Scholar: <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/409/1/TESIS%20AND REA%20AGUIRRE.pdf>
- Moreta, D. (10 de Agosto de 2018). *Evaluación de productos orgánicos para el control de antracnosis en cultivo de brocolo en pishilata provincia de Tungurahua*. Obtenido de Google Scholar: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29086/1/Tesis-218%20%20Ingenier%C3%ADa%20Agron%C3%B3mica%20-CD%20615.pdf>
- MPCEIP. (2022). *Boletín Cifras Productivas 31-01-2022*. Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca .
- Muñoz, L. (5 de Mayo de 2019). *Estudio de factibilidad*. Obtenido de Google Scholar: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Muñoz, M. (19 de Febrero de 2020). *Utilidad de un estudio de mercado*. Obtenido de Google Scholar: <https://www.gob.mx/inaes/articulos/por-que-es-importante-realizar-un-estudio-de-mercado-antes-de-emprender?idiom=es>
- Muñoz, V. (17 de Febrero de 2019). *El aprovechamiento del extracto de la pepa de tamarindo*. Obtenido de Google Scholar: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/65363/TESIS%20Tamarindo%20completa.pdf?sequence=3>
- Olivares, S. (10 de Septiembre de 2018). *Diseño de modelo de negocio para la creación de productos orgánicos en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de Google Scholar: <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/363/AGR-CAR-OLI-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ortiz, L. (10 de Mayo de 2019). *Manejo de plaguicidas e impacto en la salud de los trabajadores que cultivan cebolla en el Cantón Santa Isabel*. Obtenido de Google Scholar: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23671/1/TESIS.pdf>
- Peiro, R. (6 de Septiembre de 2019). *Concepto de Merchandising* . Obtenido de Google Scholar: <https://economipedia.com/definiciones/merchandising.html>
- Perez, M. (19 de Febrero de 2019). *Fundamentos de Marketing*. Obtenido de Google Scholar: [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Pinto, S. (6 de Julio de 2019). *Elementos del Merchandising*. Obtenido de Google Scholar: <https://uchceu.es/marketing/politicas-y-estrategias-de-promocion-de-ventas-y-merchandasing/>

- Quínde, G. (18 de Marzo de 2018). *Fungicidas naturales organicos caseros*.  
Obtenido de Google Scholar: <https://sites.google.com/site/fungicida15/mora>
- Quiñones, V. (5 de Mayo de 2020). *Componentes de un modelo de negocio*.  
Obtenido de Google Scholar: <https://www.ealde.es/modelo-negocio-elementos/>
- Quiroa, M. (10 de Mayo de 2018). *Concepto de mercado*. Obtenido de Google Scholar: <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- Rodriguez , K. (17 de Septiembre de 2018). *Estudio de Mercado*. Obtenido de Google Scholar: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- Rodriguez, M. (20 de Octubre de 2018). *Factores del Micro-Entorno*. Obtenido de Google Scholar: <https://franciscotorreblanca.es/que-es-el-macroentorno/>
- Rodriguez, M. (20 de Octubre de 2018). *Factores del Micro-Entorno*. Obtenido de Google Scholar: <https://franciscotorreblanca.es/que-es-el-macroentorno/>
- Rodriguez, R. (6 de Julio de 2019). *Plan de negocios para determinar la viabilidad en la creación de una compañía fabricante de insecticidas en Bolívar*.  
Obtenido de Google Scholar:  
<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/65363/TESIS%20Tamarindo%20completa.pdf?sequence=3>
- Romero, I. (10 de Octubre de 2019). *Evaluación de recubrimientos y fungicidas naturales para el control postcosecha de Botrytis cinerea en rosas*.  
Obtenido de Google Scholar:  
<https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5638/1/122863.pdf>
- Samuelson, P. (25 de Septiembre de 1945). *Teoría de mercado*. Obtenido de Google Scholar:  
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwik5-bm0ofzAhWtRzABHTNfARYQFnoECCUQAw&url=https%3A%2F%2Fsocial.es.uprrp.edu%2Feconomia%2Fque-es-economia%2F&usg=AOvVaw3zbOgNW8ytvVKjzejnA1dh>
- Sandre, V. (15 de Mayo de 2020). *Tipos de investigación en un proyecto*.  
Obtenido de Google Scholar:  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjPuZy-y9nyAhVQZzABHaTCDLEQFnoECAsQAw&url=https%3A%2F%2Faleph.org.mx%2Fcual-es-la-finalidad-de-un-proyecto&usg=AOvVaw0OUS7dQXHxPa4pqeF\\_fjppq](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjPuZy-y9nyAhVQZzABHaTCDLEQFnoECAsQAw&url=https%3A%2F%2Faleph.org.mx%2Fcual-es-la-finalidad-de-un-proyecto&usg=AOvVaw0OUS7dQXHxPa4pqeF_fjppq)
- Teoría clásica. (19 de Febrero de 1985). *Teoría de consumidor*. Obtenido de Google Scholar: <https://www.gob.mx/inaes/articulos/por-que-es-importante-realizar-un-estudio-de-mercado-antes-de-emprender?idiom=es>

- Torreblanca, F. (15 de Noviembre de 2019). *Factores del Macro-Entorno*.  
Obtenido de Google Scholar:  
<https://economipedia.com/definiciones/macroentorno.html>
- Traña, F. (20 de Septiembre de 2017). *Evaluación de numero de aplicaciones de fungicidas orgánicas en producción del plátano*. Obtenido de Google Scholar: <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/6336/1/CPA-2018-T019.pdf>
- Trujillo, A. (17 de Marzo de 2018). *Desarrollo de un plan de negocio para la introducción y comercialización de un fungicida orgánico de extracto de camarón para el control de la Sigatoka negra en el cultivo de banano*. Obtenido de Google Scholar:  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1948/1/T-UCSG-POS-MDE-52.pdf>
- Trujillo, J. (2013). Desarrollo de un plan de negocio para la introducción y comercialización de un fungicida orgánico de extracto de camarón para el control de la Sigatoka negra en el cultivo de banano. UCSG.
- Velasco, F. (19 de Mayo de 2002). *Teoría de negocio*. Obtenido de Google Scholar: <https://www.zonaeconomica.com/files>
- Viniegra, S. (5 de Mayo de 2007). *Teoría de mercado*. Obtenido de Google Scholar: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Zambrano, T. (15 de Enero de 2019). *Elementos básicos de definición de negocio*. Obtenido de Google Scholar:  
<https://franquiciasdemexico.org.mx/elementos-que-integran-plan-negocios/>
- Zuñiga, A. (6 de Marzo de 2020). *Dimensiones del mercado*. Obtenido de Google Scholar: <http://admonyeconomia.blogspot.com/2012/07/las-dimensiones-de-un-mercado.html>

## ANEXOS

### Anexo N° 1: Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	TIPO DE MEDICIÓN E INDICADOR	TÉCNICAS DE TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	RESULTADOS ESPERADOS
El Valor Presente Neto (VPN).	Es un instrumento que consiste en traer a valor presente el total de flujos de caja de una compañía para tener en cuenta los montos de ganancias o pérdidas.	Medición Cuantitativa, el indicador es en dólares (USD).	Información secundaria del producto del estudio de mercado, técnico y económico - financiero del proyecto.	Determinación de la viabilidad del emprendimiento.

**Elaborado por el autor, 2022**

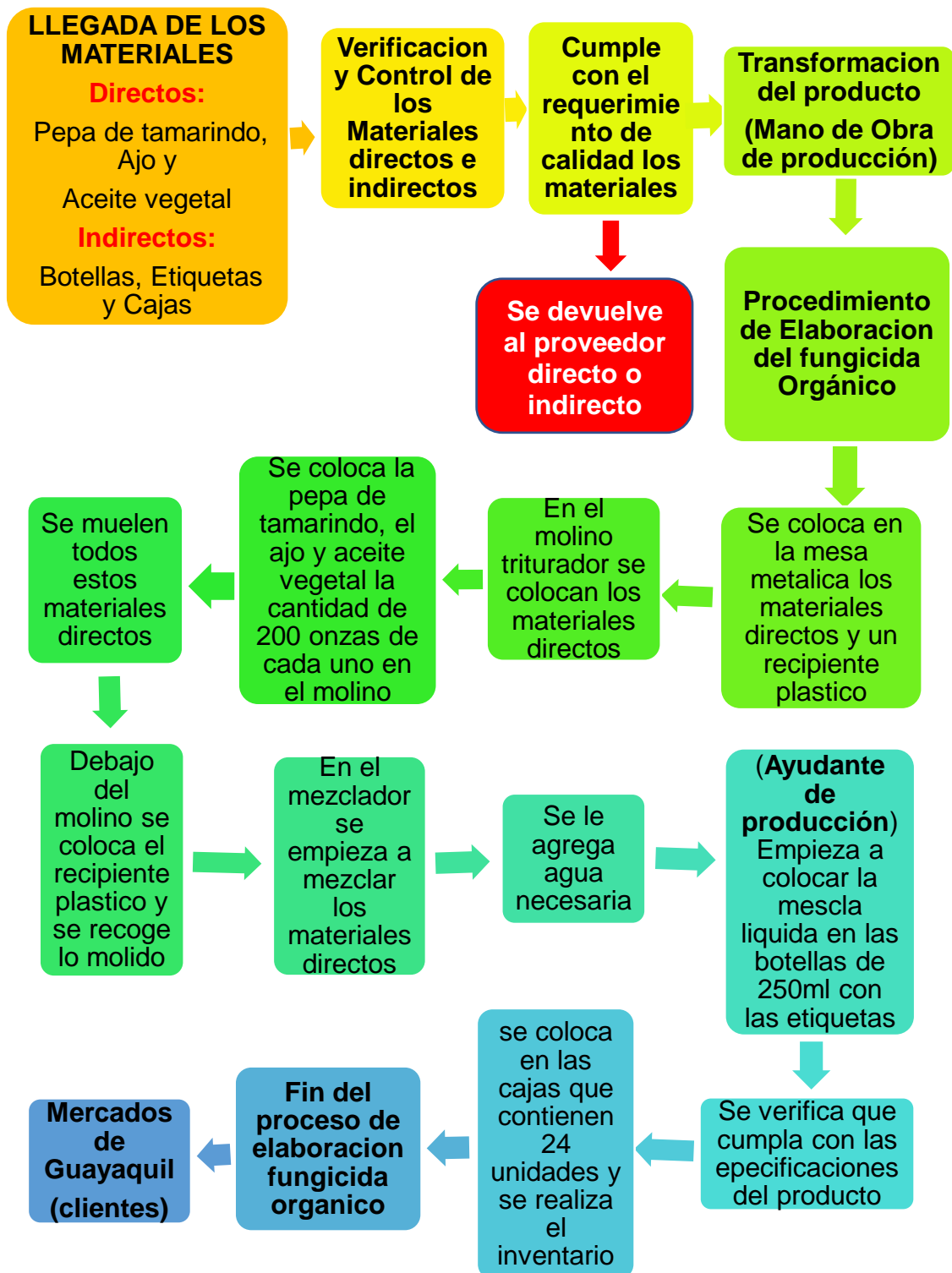


## Anexo N° 2: Cronograma de actividades

MESES Y SEMANAS									
Actividades	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO
Tema Aprobado	X								
Asignación del Tutor	X								
Desarrollo del Proyecto	X								
Corrección del Proyecto	X	X							
Revisión por parte del Tutor		X							
Recepción del Anteproyecto de Titulación									
Solicitar Revisión Estadístico A			X						
Designación del Tribunal de Sustentación del Anteproyecto				X					
Sustentación del Anteproyecto				X					
Recepción de Informes de Tribunal				X					
Análisis e Interpretación de Datos							X		
Culminación del Trabajo de Titulación								X	
Revisión de Estadístico B								X	
Revisión de Redacción Técnica									X
Certificado de Aprobación de Tesis									
Sustentación de la Tesis de Titulación									

Elaborado por el autor, 2022

### Anexo N° 3: Flujo productivo del fungicida orgánico



Elaborado por el autor, 2022

## Anexo N° 4: Formato de las entrevistas

---

### ENTREVISTA A LOS DUEÑOS O ENCARGADOS DE LA EMPRESA.

1. ¿A QUÉ PRECIO VENDEN LOS FUNGICIDAS Y CUÁNTO ES EL VOLUMEN DE VENTAS?
2. ¿AL MOMENTO DE VENDER FUNGICIDAS, SE HA PERCATADO DE TODAS LAS QUE USTED OFRECE, ¿CUÁL ES LA MÁS VENDIDA TANTO BOTELLA COMO GALONES?
3. ¿A QUÉ PARTE DEL ECUADOR VENDE MÁS SUS PRODUCTOS?
4. ¿CUÁL ES LA DEMANDA DE FUNGICIDAS ORGÁNICOS EN UNIDADES EN GUAYAQUIL EN SU EMPRESA?

---

### ENTREVISTA A LOS PROVEEDORES.

1. ¿POSEEN LA CAPACIDAD DE INSUMOS Y MATERIALES PARA PODER CUBRIR LA CANTIDAD QUE SE REQUIEREN?
  2. ¿CUÁL ES EL COSTO AL MOMENTO DE COMPRAR LOS INSUMOS Y MATERIALES?
- 

**Elaborado por el autor, 2022**

## **Anexo N° 5: Ficha de la observación directa a la competencia**

---

**Nombre del entrevistador:** Jose Chucuri

**Nombre de la empresa:** STOCKTON ECUADOR S.A

**Antigüedad:** 18 años

**Forma jurídica:** Sociedad con personería jurídica

**Actividad a la que se dedica:** Sector Agrícola

**Días y horario de apertura:** lunes a viernes de 08:00 am – 18:30 pm

**Localización:** Av. del Bombero Km 7.5, Guayaquil

**Oferta del producto en unidades al mes del último año:** Aprox. 5.000 unidades de fungicidas orgánicos en botellas de 250 ml del producto TIMOREX- GOLD a un precio de \$ 13,26 cada unidad.

**Canales de distribución del producto:** Directamente, representantes, entre otros.

**Formas de ventas:** Comercio tradicional, internet, entre otros.

**Servicios añadidos a la venta:** Pago con tarjeta, envíos a domicilio.

**A que segmento se dirige principalmente:** Agricultura

**Políticas de Precios, ¿Como lo decide?:** Competencia, PVP recomendado por proveedores, En función del coste, entre otros.

**Forma de cobro:** Contado

**Número de trabajadores:** 6 a 8 empleados

---

**Elaborado por el autor, 2022**

**Anexo N° 6: Fotos de la entrevista****Ilustración 1: Encargado de la empresa ADAMA****Ilustración 2: Encargado de la empresa ECUAQUIMICA**



**Ilustración 3: Encargado de la empresa AGRIPAC**



**Ilustración 4: Proveedor del presente proyecto**

## APÉNDICES

### Apéndice N° 1: Costos de insumos directos y materiales indirectos

Insumos directos	Precio de onzas	Cantidad del insumo en onzas	Rendimiento de insumo	Valor unitario	Valor por onzas	125 cajas de 24 unid. (mes)	Caja anual
Pepa de tamarindo	\$ 5,00	200	24	\$ 0,03	\$ 0,60	\$ 75,00	\$ 900,00
Ajo	\$ 12,50	200	24	\$ 0,06	\$ 1,50	\$ 187,50	\$ 2.250,00
Aceite vegetal	\$ 2,70	30	24	\$ 0,09	\$ 2,16	\$ 270,00	\$ 3.240,00
<b>Total, de insumos directos</b>				<b>\$ 0,18</b>	<b>\$ 4,26</b>	<b>\$ 532,50</b>	<b>\$ 6.390,00</b>
Materiales indirectos	Precio de caja	Cantidad de materiales por unidad		Valor unitario	Valor por caja	125 cajas de 24 unid. (mes)	Caja anual
Botellas	\$ 6,00	24		\$ 0,25	\$ 6,00	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Sellos o logotipos	\$ 8,00	100		\$ 0,08	\$ 8,00	\$1.000,00	\$12.000,00
Envases de cartón	\$ 18,00	100		\$ 0,18	\$ 18,00	\$ 2.250,00	\$ 27.000,00
<b>Total, de materiales indirectos</b>				<b>\$ 0,51</b>	<b>\$ 32,00</b>	<b>\$ 4.000,00</b>	<b>\$ 48.000,00</b>
<b>Total, de insumos directos y materiales indirectos</b>				<b>\$ 0,69</b>	<b>\$ 36,26</b>	<b>\$ 4.532,50</b>	<b>\$ 54.390,00</b>

Elaborado por el autor, 2022

**Apéndice N° 2: Estado de resultados**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	\$108.000,00	\$ 116.214,91	\$ 125.054,68	\$ 134.566,84	\$ 144.802,53
(-) Costos De Ventas	\$ 78.524,25	\$ 83.119,92	\$ 86.864,70	\$ 90.801,90	\$ 94.941,97
(=) Utilidad Bruta	\$ 29.475,75	\$ 33.094,99	\$ 38.189,98	\$ 43.764,94	\$ 49.860,56
(-) Gastos Administrativos	\$ 11.100,00	\$ 11.310,90	\$ 11.525,81	\$ 11.744,80	\$ 11.967,95
(-) Depreciación	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
(-) Gastos De Ventas	\$ 13.200,00	\$ 13.450,80	\$ 13.706,37	\$ 13.966,79	\$ 14.232,16
(=) Utilidad Operacional	\$ 4.815,75	\$ 7.973,29	\$ 12.597,81	\$ 17.693,35	\$ 23.300,46
Participación de Trabajadores del 15%	\$ 722,36	\$ 1.195,99	\$ 1.889,67	\$ 2.654,00	\$ 3.495,07
(=) Utilidad Gravable	\$ 4.093,39	\$ 6.777,30	\$ 10.708,14	\$ 15.039,35	\$ 19.805,39
Impuesto de Renta del 25%	\$ 1.023,35	\$ 1.694,32	\$ 2.677,03	\$ 3.759,84	\$ 4.951,35
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 3.070,04</b>	<b>\$ 5.082,97</b>	<b>\$ 8.031,10</b>	<b>\$ 11.279,51</b>	<b>\$ 14.854,04</b>

**Elaborado por el autor, 2022**



### Apéndice N° 3: Proyección del crecimiento de ventas

<b>Precio de venta al público</b>	\$ 3,00	<b>Meses</b>	<b>Unidades al primer año</b>	
<b>Unidades demandadas al mes en el año 1</b>	3.000	12	36.000	
<b>Tasa de crecimiento de ventas</b>	5,6 %		5,6%	<b>Tasa de proyección</b>
<b>Costo de producción</b>	\$ 78.524,25		0,0%	<b>Escenarios: Esperado 0%, Optimista 5,6%, Pesimista -5,6%</b>
<b>Gastos de ventas</b>	\$ 13.200,00			
<b>Tasa de crecimiento de costos variables (Inflación)</b>	1,90 %			
<b>Gastos administrativos</b>	\$ 11.100,00			
<b>Inversión inicial</b>	\$ 5.796,84			
<b>Participación de trabajadores</b>	15 %			
<b>Tasa impositiva</b>	25 %			
<b>Tasa de descuento</b>	12 %			
<b>Elaborado por el autor, 2022</b>				

**Apéndice N° 4: Flujo de caja**

	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Cantidad		36000	38016	40145	42393	44767
Ingresos		\$ 108.000,00	\$ 116.214,91	\$ 125.054,68	\$ 134.566,84	\$ 144.802,53
Gastos de Ventas		\$ (13.200,00)	\$ (13.450,80)	\$ (13.706,37)	\$ (13.966,79)	\$ (14.232,16)
Costo de Producción		\$ (78.524,25)	\$ (83.119,92)	\$ (86.864,70)	\$ (90.801,90)	\$ (94.941,97)
Gastos Administrativos		\$ (11.100,00)	\$ (11.310,90)	\$ (11.525,81)	\$ (11.744,80)	\$ (11.967,95)
Depreciación		\$ (360,00)	\$ (360,00)	\$ (360,00)	\$ (360,00)	\$ (360,00)
Utilidad antes de participación		\$ 4.815,75	\$ 7.973,29	\$ 12.597,81	\$ 17.693,35	\$ 23.300,46
Participación de trabajadores		\$ (722,36)	\$ (1.195,99)	\$ (1.889,67)	\$ (2.654,00)	\$ (3.495,07)
Utilidad antes de Impuestos		\$ 4.093,39	\$ 6.777,30	\$ 10.708,14	\$ 15.039,35	\$ 19.805,39
Impuestos		\$ (1.023,35)	\$ (1.694,32)	\$ (2.677,03)	\$ (3.759,84)	\$ (4.951,35)
Utilidad neta		\$ 3.070,04	\$ 5.082,97	\$ 8.031,10	\$ 11.279,51	\$ 14.854,04
Depreciación		\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Capital de trabajo	\$ (3.696,84)					
Compra de activos no corrientes	\$ (2.100,00)			\$ (400,00)		
<b>Flujo de caja</b>	<b>\$ (5.796,84)</b>	<b>\$ 3.430,04</b>	<b>\$ 5.442,97</b>	<b>\$ 7.991,10</b>	<b>\$ 11.639,51</b>	<b>\$ 15.214,04</b>
<b>Ingresos</b>		\$108.000,00	\$116.214,91	\$125.054,68	\$134.566,84	\$144.802,53
<b>Egresos</b>		\$ (104.569,96)	\$ (110.771,94)	\$ (117.063,58)	\$ (122.927,33)	\$ (129.588,49)
<b>Flujo de caja</b>	\$ (5.796,84)	\$ 3.430,04	\$ 5.442,97	\$ 7.991,10	\$ 11.639,51	\$ 15.214,04
<b>Flujo Descontado</b>	\$ (5.796,84)	\$ 3.062,54	\$ 4.339,10	\$ 5.687,91	\$ 7.397,12	\$ 8.632,86
<b>Flujo Descontado Acumulado</b>	\$ (5.796,84)	\$ -2.734,31	\$ 1.604,80	\$ 7.292,71	\$ 14.689,83	\$ 23.322,68

Elaborado por el autor, 2022