



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**Plan de Negocios para un proyecto de inversión de la empresa
Importsesa, Importadora Serrano S.A. en la provincia de Los Ríos.**

AUTORA:

Buri Villamar Fanny Leonor

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Licenciatura en Administración de Empresa**

TUTORA:

Mgs, Traverso Holguin Paola Alexandra, Ing

Guayaquil, Ecuador

28 de agosto de 2023



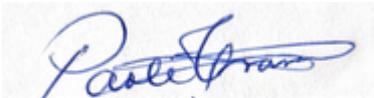
UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Buri Villamar Fanny Leonor**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciatura en Administración de Empresa.

TUTORA

f. 

Mgs, Paola Alexandra Traverso Holguin, Ing

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Econ. Lucía Pico Versoza Lucía, Mgs.

Guayaquil, a los 28 del mes de agosto del año 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Buri Villamar Fanny Leonor**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Plan de Negocios para un proyecto de inversión de la empresa Importsesa, Importadora Serrano S.A. en la provincia de Los Ríos**, previo a la obtención del título de **Licenciatura en Administración de Empresa**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 28 del mes de agosto del año 2023

LA AUTORA

f. _____
Buri Villamar Fanny Leonor



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

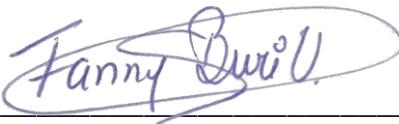
AUTORIZACIÓN

Yo, **Buri Villamar Fanny Leonor**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Plan de Negocios para un proyecto de inversión de la empresa Importsesa, Importadora Serrano S.A. en la provincia de Los Ríos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 28 del mes de agosto del año 2023

LA AUTORA:

f. 
Buri Villamar Fanny Leonor



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REPORTE COMPILATIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Fanny.Buri

3%

Similitudes



< 1% Texto entre comillas

0% similitudes entre comillas

< 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Fanny.Buri.doc

ID del documento: 492ad9c30d40d5a978e7c40ac54479f92f0bfbdb

Tamaño del documento original: 4,15 MB

Depositante: Paola Alexandra Traverso Holguin

Fecha de depósito: 23/8/2023

Tipo de carga: interface

fecha de fin de análisis: 23/8/2023

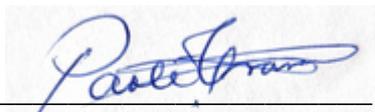
Número de palabras: 21.076

Número de caracteres: 145.820

Ubicación de las similitudes en el documento:



TUTORA

f. 

Mgs, Paola Alexandra Traverso Holguin, Ing



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ec. Pico Versoza Lucía, Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ec. Coello Cazar David, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Barberán Arboleda Patricio, Mgs.
OPONENTE

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	XII
INTRODUCCIÓN	2
Formulación del problema	3
Antecedentes	3
Contextualización del problema.....	4
Justificación	4
Objetivo General	5
Objetivo Específicos	5
Marco Teórico	6
Marco Referencial	11
Marco Legal	13
Metodología.....	20
a. Diseño de investigación	20
Recolección de datos estructurados.....	22
Muestra representativa	22
Técnicas de investigación.....	27
Análisis PESTEL.....	28
Análisis del entorno Político:	28
Análisis del entorno Económico:	28
Análisis del entorno Social	30
Análisis del entorno Tecnológico:	30
Análisis del Entorno Ecológico:	31

Análisis del entorno Legal:	31
Fuerzas de Porter	34
Rivalidad entre competidores existentes:	34
Amenaza de nuevos competidores entrantes	35
Poder de negociación de los proveedores:.....	36
Poder de negociación de los clientes o Compradores:.....	36
Amenaza de productos o servicios sustitutos.....	36
Misión.....	38
Visión	38
Estructura Organizacional.....	38
Estructura Organizacional.....	39
Efectos Económicos de las variables organizacionales	41
Análisis e identificación de las actividades primarias del negocio (Cadena de Valor)	42
Comercialización y ventas	45
Servicio post venta.....	46
Descripción y detalle del servicio o producto.....	47
Proceso de prestación de servicio (Flujograma)	51
Determinación de la capacidad instalada del negocio.....	52
Costo y característica de la inversión.....	53
Inversión.....	54
Equipos de computación y comunicación	54
Muebles de la oficina	55
Útiles de la oficina.....	55

Movilización	55
Capítulo 3.....	56
Segmentación de clientes	56
Planificación de estrategias a largo plazo para la fidelización de clientes	58
Estrategias corporativas	59
Marketing Mix.....	62
Estrategia funcional.....	69
Estrategia de amplia diferenciación.....	71
Estrategia de enfoque de nicho de mercado basado en diferenciación	72
Capítulo 4.....	74
Demanda actual del mercado.....	74
Crecimiento de la demanda	74
Balance Inicia	79
Estado de Pérdidas y Ganancias	80
Pronóstico de Ventas	81
Punto de equilibrio	82
Índice financiero	83
Análisis de sensibilidad (proyecciones financieras de estados financieros y sensibilizaciones de escenarios, cálculos de TIR, VAN	84
Conclusiones	86
Referencias	87
Anexos.....	92

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Característica de la inversión</i>	20
Tabla 2 <i>Fuente de inversión</i>	25
Tabla 3 <i>Tecnología</i>	41
Tabla 4 <i>Muebles y útiles de oficina</i>	53
Tabla 5 <i>Movilización</i>	54
Tabla 6 <i>Importadores de maquinarias agrícolas</i>	54
Tabla 7 <i>Crecimiento esperado</i>	55
Tabla 8 <i>Balance inicial Importsesa</i>	55
Tabla 9 <i>Estado de resultado</i>	56
Tabla 10 <i>Pronóstico de ventas</i>	56
Tabla 11 <i>Índices financieros</i>	57
Tabla 12 <i>Análisis de sensibilidad 1</i>	57
Tabla 13 <i>Rentabilidad del negocio TIR</i>	57
Tabla 14 <i>Análisis del VAN</i>	58
Tabla 15 <i>Pregunta de encuesta 1</i>	74
Tabla 16 <i>Pregunta de encuesta 2</i>	78
Tabla 17 <i>Pregunta de encuesta 3</i>	79
Tabla 18 <i>Pregunta de encuesta 4</i>	80
Tabla 19 <i>Pregunta de encuesta 5</i>	81
Tabla 20 <i>Pronóstico de venta por maquinarias anuales</i>	81
Tabla 21 <i>Estado de flujo de Efectivo proyectado al primer año completo</i>	82
Tabla 22 <i>Índice financiero</i>	83

Tabla 23 <i>Análisis de sensibilidad 1</i>	84
Tabla 24 <i>Rentabilidad del negocio TIR</i>	84
Tabla 25 <i>Análisis del VAN</i>	85

Índice de figuras

Figura 1 <i>Pasos para importar SENAE, 2021</i>	8
Figura 2 <i>Cálculo de muestra de población</i>	13
Figura 3 <i>Estructura Organizacional</i>	23
Figura 4 <i>Cadena de valor</i>	32
Figura 5 <i>Sembradora Precisión</i>	33
Figura 6 <i>Trituradora Sovema</i>	37
Figura 7 <i>Tanker 8000</i>	39
Figura 8 <i>Cosechadora de granos</i>	43
Figura 9 <i>Tractor Preet</i>	48
Figura 10 <i>Flujograma de proceso de venta</i>	48
Figura 11 <i>Pronóstico de venta 1</i>	49
Figura 12 <i>Pronóstico de venta 2</i>	50
Figura 13 <i>Punto de equilibrio</i>	51
Figura 14 <i>Análisis de VAN</i>	51
<i>Figura 15</i> <i>Infraestructura de la empresa Semfusa</i>	52
Figura 16 <i>Nueva Tecnología</i>	60
Figura 17 <i>Agronomía sostenible</i>	61
Figura 18 <i>Variables del Marketing mixto</i>	62
<i>Figura 19</i> <i>Pronóstico de venta 1</i>	81

RESUMEN

El presente trabajo muestra el diseño de un plan de negocios para un proyecto de inversión de Importsesa, Importadora Serrano S.A. en la provincia de Los Ríos. El objetivo principal del diseño es la evaluación de la viabilidad financiera del proyecto, así como proporcionar una guía detallada para su implementación exitosa. Se analizan aspectos claves como el estudio de mercado, el análisis financiero, la estrategia de marketing, los recursos humanos y los aspectos legales y regulatorios. El plan busca establecer objetivos claros y estrategias efectivas para consolidar a Importsesa S.A. como líder en la importación y comercialización de maquinarias agrícolas en la provincia de Los Ríos.

El plan cuenta con una muestra de 400 agricultores, la mayoría estuvo dispuesto a importar sus propias maquinarias a un mejor costo y financiamiento, dada las bajas tasas de interés provenientes de importar directamente ellos mismos mediante la Importsesa S.A., respecto a hacerlos con tradicionales casas comerciales.

El tipo de investigación fue cuantitativa, el diseño descriptivo, las herramientas de investigación utilizadas: las encuestas con preguntas cerradas, observación directa en el terreno; los resultados obtenidos fueron tendencias en el mercado objetivo, al realizar sus importaciones de maquinaria agrícola mediante Importsesa S.A.

Palabras clave: Importaciones, Maquinaria Agrícola, Financiamiento, Viabilidad, Estrategias.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo diseñar un plan de negocios para un proyecto de inversión de la empresa Importsesa, Importadora Serrano S.A. en la provincia de Los Ríos, con el fin de evaluar la viabilidad financiera. Además de proporcionar una guía detallada del proyecto,

A lo largo de este trabajo, se detallarán los pasos a seguir, las estrategias a implementar y las proyecciones financieras para asegurar la viabilidad financiera del proyecto. Con un enfoque en la eficiencia operativa, la calidad de los productos y la satisfacción del cliente, Importsesa S.A. busca consolidarse como líder en la importación y comercialización de productos en la provincia de Los Ríos.

El capítulo 1 se compone del análisis PESTEL y de las cinco fuerzas de Porter para entender el entorno externo, considerando que la provincia de Los Ríos se caracteriza por ser una zona de gran actividad comercial, con un mercado en constante crecimiento y demanda de productos importados y cuenta con una ubicación estratégica que facilita el transporte y la distribución de mercancías hacia otras regiones del país. Estas condiciones favorables hacen de Los Ríos un lugar propicio para el inicio de actividades de Importsesa S.A. a pesar de los factores externos que puedan no ser beneficioso.

En el capítulo 2 se realiza un diagnóstico interno de la empresa con la misión, visión y estructura organizacional, efectos de variables organizacionales, cadena de valor, ventas y servicio post venta, así como el detalle del producto comercializado, proceso de prestación del servicio, capacidad instalada, costos e inversión. Importsesa, Importadora Serrano S.A. fue constituida para realizar la actividad de importación y comercialización de maquinarias agrícolas en la actualidad en el mercado local de la provincia de Los Ríos y a futuro busca expandir sus operaciones y aprovechar las oportunidades de crecimiento a nivel nacional.

El capítulo 3 aborda la propuesta el diseño de un plan de negocios que involucra la mezcla de mercadeo, la segmentación de clientes y la estrategia corporativa de la empresa.

El capítulo 4 profundiza en la viabilidad financiera del plan de negocio, al tener la proyección de ventas, de los estados y los índices financieros.

Finalmente, se concluye el trabajo con las conclusiones y recomendaciones.

Formulación del problema

Antecedentes

Luego de pasar una situación económica difícil a nivel mundial, debido a la pandemia COVID -19 que provocó muertes de forma masiva, cierres de empresas, tanto en, países desarrollados como sub – desarrollados, cayeron en un alto índice de desempleo, uno de los sectores más afectado fue el agrícola.

Se considera las cifras tomadas del **Banco Mundial**, donde expone que desde 1960 la población rural del Ecuador ha decrecido de un 66% al 35%. Las tasas de crecimiento de la población rural no han superado el 2% durante ese periodo” (Daza, 2023); siendo afectado el sector agrícola por la falta de mano de obra, a pesar de ser una de las actividades económicas que se mantuvo activa en los años de la pandemia, no cuenta con la ayuda necesaria por parte del gobierno.

A esto se agrega los problemas climáticos que se han presentado, desde inicios del año 2023, la producción del sector agrícola ha tenido perjuicios por las fuertes inundaciones que de acuerdo con el Ministerio de la Agricultura detectó que, hasta el mes de abril del presente año hay una pérdida total de 8.273 hectáreas y parcial de 7.215 hectáreas de producción agrícola. Siendo el arroz el cultivo más afectado a nivel nacional. (González, 2023a).

Indudablemente, estos factores afectan a los agricultores de la provincia de Los Ríos, quienes en su mayoría se dedican a la siembra y cultivo de maíz y arroz considerados productos de cultivos de ciclo corto.

Contextualización del problema

En la provincia de Lo Ríos, un alto porcentaje de agricultores se dedican a la siembra de maíz y arroz, considerando que estos cultivos tienen temporadas de ciclos corto, es importante que a medida que se cosecha, se realice el proceso de siembra para la siguiente temporada.

En el primer trimestre del año 2023, la provincia de Los Ríos se vio afectada con una pérdida total 840 hectáreas y pérdida parcial de 2.120 hectáreas en sembríos, debido a las fuertes lluvias e inundaciones a nivel nacional (González, 2023b). Existen varios agricultores de esta provincia quienes tienen terrenos bajos que no han logrado realizar el proceso de siembra que regularmente suelen hacer después de la cosecha.

En la actualidad, a pesar de no percibir en gran magnitud la escasez de productos, el incremento de precios y la demanda de productos, hace que los agricultores deban prepararse para que en los meses venideros inicien al máximo una siembra que les permita reponerse de la pérdida que han tenido durante este año.

La forma en que los agricultores pueden sacar el mayor provecho a las tierras es implementando la utilización de las maquinarias agrícolas, con las que la inversión de mano de obra podrá reducirse, también les permitirá sembrar de manera ordenada, rápida y con medidas precisas, obteniendo una cosecha con mayor productividad y rentabilidad.

Justificación

Actualmente, los agricultores están logrando cubrir al mínimo la demanda de productos para los consumidores internos, debido a la pérdida de siembras los precios de los productos han sufrido un alza. Por lo tanto, al no sembrar para cosechar en los meses futuros, es posible que exista una mayor demanda con poca oferta de producto.

Para el proceso de siembra, los agricultores deben recurrir a la contratación personal para cubrir la necesidad de sembrar sus hectáreas de tierras, teniendo mayor gasto y menos rentabilidad, porque este proceso al ser realizado a mano no cuenta con una precisión de plantas por hectáreas, obteniendo así menor productos por cosechas.

Es por ello, que se propone el diseño de un plan de negocios para un proyecto de inversión de la empresa Importsesa, Importadora Serrano S.A. en la provincia de Los Ríos, que genere ayuda al sector agrícola para obtener las herramientas y maquinarias necesarias, con facilidades de adquisición que les permita a los agricultores lograr cosechas con mayor rentabilidad.

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la evaluación de la viabilidad financiera de la empresa Importsesa, Importadora Serrano S.A. en la provincia de Los Ríos.

Objetivo Específicos

- Examinar el entorno empresarial mediante el análisis PESTEL y las 5 fuerzas de PORTER en la provincia de Los Ríos.
- Definir estrategias comerciales que contribuya al posicionamiento de la empresa.
- Evaluar la viabilidad financiera del proyecto de inversión, mediante la interpretación de ratios financieros.

Marco Teórico

En el siguiente apartado se profundiza en la importancia de las importaciones del sector agrícola en Ecuador, con el fin de elevar la productividad de las cosechas de arroz y maíz, con énfasis en el estudio de mercadeo y estadísticas entre los años 2020 al 2023.

En tema de agricultura se define como la producción de cultivos desde su sembrío hasta la comercialización, desempeñando un rol fundamental en la economía del país, que, gracias a las tierras fértiles, con climas adecuados en cada una de las provincias, se obtienen cultivos variados de la mejor calidad.

La agricultura, además, de brindar alimentos, proporciona oportunidades de trabajo tanto, a la población rural como la población urbana que se beneficia al ser parte de todo el proceso.

Tal como, analiza (Nandrade, 2017a) sobre los beneficios que se obtienen del sector agrícola, afirma que es un sector dominante en términos de generación de empleo en Ecuador, abarcando el 25% de la población activa económicamente. En otras palabras, esta es la principal fuente de trabajo, ya que más de 1,6 millones de individuos están ocupados en actividades agrícolas. Además, se encuentra en el centro de la economía del país, influyendo tanto en el aspecto económico como en la garantía de seguridad alimentaria. Según el informe de Productividad Agrícola de Ecuador, esta esfera contribuye en promedio un 8.5% al Producto Interno Bruto, clasificándose como el sexto sector que más aporta a la producción nacional. (p.2).

El sustento del comercio nacional proviene del ámbito agrícola. Los elementos clave de las exportaciones ecuatorianas son productos agrícolas. Un proceso agrícola en crecimiento propicia un aumento en las exportaciones y una significativa disminución en las importaciones. Es importante porque contribuye a mitigar el desequilibrio en la balanza de pagos y a conservar nuestras reservas monetarias. Estos recursos económicos pueden ser empleados de manera eficiente para la adquisición de otros recursos esenciales, herramientas, maquinarias, equipos y otros insumos. Fomentar el desarrollo del sector agrícola da lugar a un excedente en términos comerciales.

En la medida que, la agricultura se fortalece, la producción crece y el superávit comercializable se amplía. Es relevante mencionar que Japón y otros países lograron su desarrollo gracias a un superávit en la producción agrícola. Razones en las que nos podemos

inspirar para lograr una producción agrícola de alta calidad en el país. La agricultura ha suministrado las materias primas fundamentales para industrias esenciales, como granos, maíz, azúcar, aceites tanto comestibles como industriales, entre otros. Todos estos elementos están directamente ligados al sector agrícola.

De lo anterior, se puede concluir que la agricultura ocupa un lugar importante en el desarrollo de una economía. De hecho, es una condición previa para el aumento económico, haciendo vital continuar con la formación de profesionales en este ámbito tan diverso. (Nandrade, 2017b)

Importaciones

Se comprende que importar es la actividad de ingresar productos del exterior al país, cumpliendo a cabalidad las obligaciones aduaneras según el régimen impuesto por el país al que entra la mercancía.

De acuerdo con, la página oficial del (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021a,p1), para la importación se aplican regímenes tales como:

- Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI)
- Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI)
- Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI)
- Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI)
- Transformación bajo control Aduanero (Art. 151 COPCI)
- Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI)
- Reimportación en el mismo estado (Art. 153 COPCI)

Figura 1

Pasos para importar SENAE, 2021



Nota. Tomado de “*Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*”, 2021

<https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

En el Ecuador, las personas Naturales o empresas jurídicas sean nacional o extranjeras que se encuentren radicadas en el país que deseen realizar las actividades de importación deben registrarse en el sistema ECUAPASS y ser aprobados por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021b.p.2)

De acuerdo con, el informe presentado por el (Ministerio de Economía y Finanzas del Ecuador, 2023a) en el mes de abril se indica que, tanto las importaciones como las exportaciones son de gran importancia, ya que contribuyen al desarrollo económico del país, siendo la adquisición de bienes, productos o materias primas que no se producen dentro de nuestro territorio, estas permiten mejorar la calidad en los procesos de producción, industrialización y comercialización, logrando obtener beneficios para el gobierno, los consumidores, los agricultores, las industrias, entre otros.

El informe también indica que, según La Organización Mundial del Comercio - OMC(2022), consideran que todas las importaciones alrededor del mundo deben ser materia de libre comercio, pero lamentablemente, no todos los países se encuentran en capacidad de aplicarlo. Además, de acuerdo con, la información del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca(sf); el Ecuador tiene 11 acuerdos comerciales vigentes, entre los cuales se encuentran:

- Acuerdo de Asociación Económico Inclusivo entre la República del Ecuador y los Estados AELC
- Acuerdo Comercial Ecuador – EFTA
- Acuerdo con Reino Unido.

Además, menciona que las importaciones de bienes presentaron un incremento del 27,3%, con relación a la mayor actividad económica del país y a la demanda interna.

Con el apoyo que el Gobierno continúa ofreciendo a los agricultores, para que fortalezcan su productividad y para que sus cosechas sean de excelente calidad, es posible que para los siguientes meses la parte de importaciones sean potenciadas.

La importación de maquinaria agrícola es un componente esencial del comercio internacional que desempeña un papel crucial en la modernización y mejora de las operaciones agrícolas. A través de la adopción de tecnologías avanzadas, los agricultores pueden aumentar la eficiencia y la productividad de sus actividades. En este contexto, se explorarán diversas teorías y conceptos que influyen en la decisión de importar maquinaria agrícola (Ministerio de Economía y Finanzas del Ecuador, 2023b).

Según Larrazábal (2020, p.1) la Ventaja Competitiva en una Empresa Agrícola se refiere a las características intrínsecas, de una empresa agrícola que marcan la diferencia, frente a otras empresas o marcas. Ofreciendo más valor o beneficios a sus clientes y colocándolos en una posición superior para competir en su sector. Esta teoría de las ventajas comparativas sostiene que las naciones pueden obtener ventajas al concentrarse en fabricar productos en los cuales cuentan con recursos y tecnología superiores. Dentro del marco de la adquisición de maquinaria agrícola, esta teoría plantea que las naciones podrían decidir importar equipos de otros países que sobresalen en una producción más eficaz y una tecnología más avanzada en este campo.

Por otra parte, la globalización ha permitido la expansión del comercio internacional y la interconexión de mercados. De este modo, la importación de maquinaria agrícola se ve influenciada por las políticas comerciales y los acuerdos internacionales que regulan el movimiento de bienes entre países. De acuerdo con (Tejeda, Blanco y Guerra, 2019) “el precio internacional, la calidad, la disponibilidad extranjera del producto, la confianza en los proveedores internacionales, el conocimiento de los trámites para el despacho aduanero y la capacidad logística de la empresa” (P.3), forman parte de los factores clave para impulsar las importaciones

La continua progresión tecnológica en el ámbito de la maquinaria agrícola provoca elecciones relacionadas con las importaciones. La incorporación de tecnologías de punta, tales como sistemas de navegación basados en GPS y automatización, puede incrementar la eficacia en las labores agrícolas. La adquisición de equipos agrícolas que incorporen tecnologías innovadoras tiene el potencial de impulsar la productividad y la competitividad del sector de manera significativa.

Los nuevos avances tecnológicos siempre han predominado en campo de la agricultura, Sergieieva, afirma que:

la evolución de la tecnología agrícola está intrínsecamente ligado al auge de los centros urbanos y al intercambio comercial, pues la producción agrícola se basó en gran medida en la subsistencia y se caracterizó por una escasa productividad hasta principios del siglo XX. Esta época, conocida como “agricultura 1.0”, está marcada por la invención del arado y el uso generalizado de la tracción animal. La agricultura 2.0 comenzó a finales del siglo XIX con la introducción de maquinaria mecánica, como los tractores. Más tarde, la tecnología agrícola experimentó una serie de ciclos de desarrollo activo a medida que el ritmo del progreso tecnológico aumentaba enormemente. (2023a, p.1)

En la búsqueda de prácticas agrícolas más sostenibles, una estrategia fundamental podría estar vinculada a la importación de maquinaria altamente eficiente en el uso de recursos. La agricultura sostenible no solo se trata de reducir el impacto ambiental, sino también de aumentar la eficiencia y la productividad. Al adoptar maquinaria agrícola que minimice el consumo de recursos como agua, energía y fertilizantes, los agricultores pueden lograr un equilibrio entre la producción de alimentos y la conservación del entorno natural.

Esta inversión en tecnología sostenible no solo beneficia a la agricultura a corto plazo, sino que también contribuye a la preservación de la salud del planeta para las generaciones futuras.

Marco Referencial

Múltiples investigaciones han abordado el tema del diseño de un plan de negocios para un proyecto de inversión de una empresa, en la cual se evaluó la viabilidad financiera. Sin embargo, para el desarrollo exitoso de este trabajo se toma como referencia los siguientes trabajos: El Plan de negocios para comercializar insumos agrícolas de la empresa AGROMARKET S.A. del cantón Daule en el año 2021. Plan de Negocios para la Comercialización de Productos Agrícolas en la asociación “San Pedro de Licto” Cantón Riobamba y Comercialización de maquinarias agroindustriales producidas por la empresa INMEGAR y su incidencia en las exportaciones hacia el mercado boliviano”.

(León y Ramírez, 2021) Realizaron el estudio de una empresa comercializadora y distribuidora de insumos agrícolas en Daule, se enfocan en cómo pudieran aumentar sus ventas en los próximos cinco años, centrandose su atención en la venta de kits de productos agrícolas a los agricultores. Más otros componentes de insumos esenciales para el mantenimiento de tierras y cultivos.

Se llevaron a cabo encuestas entre los agricultores, y los resultados fueron positivos, indicando un interés en adquirir los productos y pagarlos después de la cosecha. Los agricultores también expresaron interés en recibir capacitación para mejorar la eficiencia y evitar desperdicios.

(Santana, 2020) La investigación describe un plan de negocios para mejorar la competitividad comercial de la Asociación "San Pedro de Licto" en la parroquia Licto, Riobamba. El plan incluye un análisis interno y externo de la asociación, con un enfoque en la comercialización de productos agrícolas como maíz y papa, que son cultivados por los miembros de la asociación y los habitantes de la parroquia. Se realizaron encuestas para evaluar la oferta y la demanda de estos productos, los resultados del análisis financiero, técnico y de mercado muestran indicadores positivos, incluyendo un Valor Actual Neto (VAN) de \$9,542.32, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 33.81%, un Beneficio/Costo de \$1.27, un Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) de 2 años y 5 meses, y un Punto de Equilibrio de \$13,258.76. Estos indicadores respaldan la viabilidad del plan de negocio, que

contribuya a mejorar la situación económica de los socios y la economía de la parroquia a través de la comercialización de productos agrícolas.

(Castro 2019a) en su investigación hace un análisis de la empresa INMERCAR, dedicada a la producción y comercialización de maquinarias agroindustriales en el mercado nacional y en menor medida del mercado internacional, se parte de las falencias detectadas en el proceso de comercialización externa pues cuando se realiza esta actividad se han contratado terceras personas, lo que impide su expansión y reconocimiento internacional. Para ejecutar un proceso de este tipo hay que tener en cuenta que tanto las exportaciones/importaciones tienen costes adicionales a las transacciones dentro de un país, por otra parte, es un proceso complejo, que requiere paciencia (tiempo), conocimientos, y cierta capacidad de inversión (tamaño).

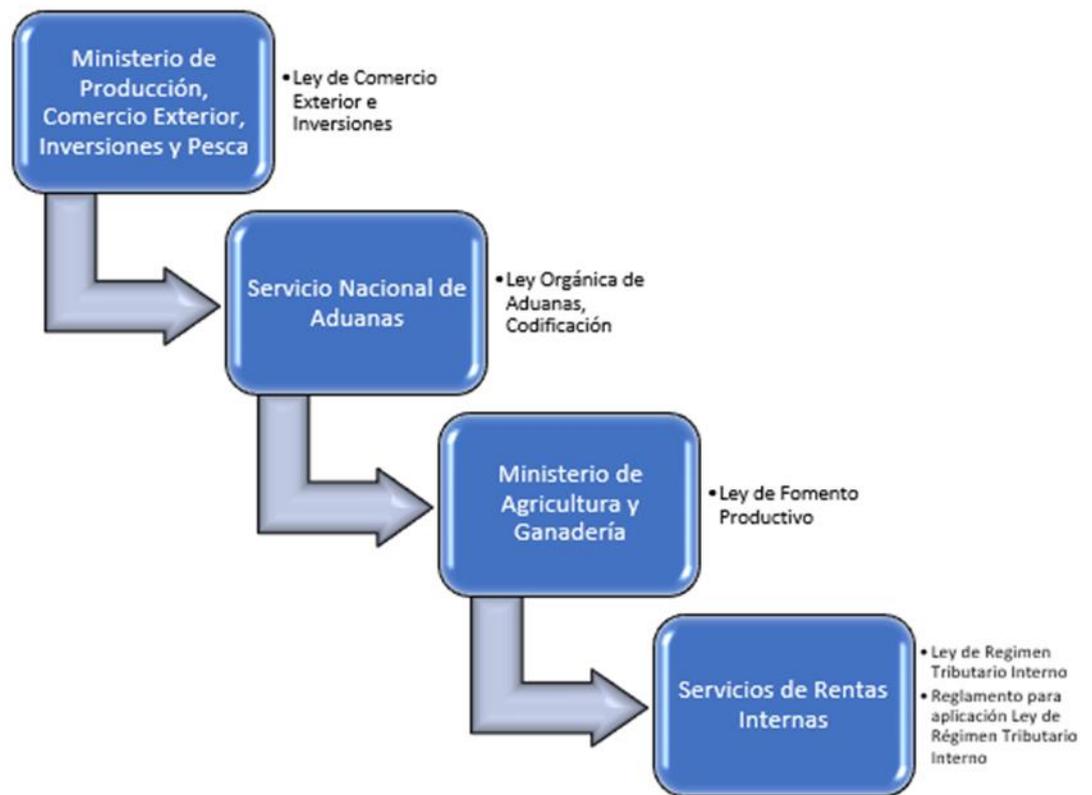
En resumen, los estudios de (León y Ramírez, 2021), (Santana, 2020), y (Castro, 2019b) se centran en analizar y proponer soluciones para empresas relacionadas con la importación en la rama de la agricultura y la agroindustria. En el caso de León y Ramírez ellos, proponen la venta de kits de productos agrícolas a los agricultores para aumentar las ventas. Se destaca la importancia de las encuestas realizadas a los agricultores, que indicaron un interés en los productos y la capacitación. Esto demuestra una estrategia prometedora para el crecimiento de la empresa. Por otro lado, Beatriz, sugiere que una asociación podría mejorar su situación económica a través de la comercialización de productos agrícolas y Castro, destaca la necesidad de mejorar el proceso de comercialización externa y la complejidad de las exportaciones/importaciones, para ello, es importante tener conocimientos y capacidad de inversión para la actividad.

En general, estos estudios ofrecen enfoques diferentes para mejorar la competitividad y el crecimiento en el sector agrícola y agroindustrial, destacando la importancia de la investigación de mercado y la capacitación en el proceso.

Marco Legal

El marco legal ecuatoriano sobre la importación de maquinaria agrícola está compuesto por diversas leyes, reglamentos y normativas que regulan y controlan esta actividad. A continuación, se proporciona un resumen de algunos aspectos clave del marco legal en Ecuador relacionado con la importación de maquinaria agrícola:

Figura 2
Marco legal



Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP):

Este ministerio también juega un papel en la regulación y promoción del comercio exterior, incluyendo la importación de maquinaria agrícola.

Política Comercial Exterior (Ley de Comercio Exterior e Inversiones, s. f.):

De acuerdo, con lo que define (Quiñonez, M. y Quiñonez, L. 2019) que la política de comercio exterior en Ecuador, “es un instrumento de negociación internacional que facilita las transacciones comerciales entre países; permite a las economías proteger su industria

interna al desincentivar la importación de productos extranjeros, a la vez que incrementa la demanda del producto nacional” (p.9). De esta forma, Ecuador participa en acuerdos comerciales y tratados internacionales que pueden influir en las condiciones de importación de maquinaria agrícola, incluyendo aranceles preferenciales o beneficios para ciertos productos.

Aranceles y Regulaciones Aduaneras (Ley Orgánica de Aduanas, Codificación, s. f.) plantea que:

Ecuador tiene un sistema arancelario que establece tasas impositivas para la importación de diversos productos, incluida la maquinaria agrícola. La legislación aduanera regula los procedimientos de importación, los trámites necesarios y los requisitos para la nacionalización de la maquinaria. Cabe indicar que el arancel según, (García, 2015) es la “Tasa aduanera que la Administración pública puede hacer recaer sobre las importaciones, las exportaciones o el tránsito de una mercancía, así como los impuestos fiscales y disposiciones complementarias relacionadas” (p.8)

Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) (s.f):

El MAG puede emitir regulaciones y políticas específicas relacionadas con la importación de maquinaria agrícola, con el objetivo de fomentar la modernización y eficiencia del sector agrícola.

Ley de Fomento Productivo (Ley para Fomento Productivo, Atracción Inversiones Generación Empleo, 2018a):

Esta ley puede incluir incentivos y beneficios para la importación de maquinaria agrícola como parte de las medidas para impulsar la producción y el desarrollo económico. Así es como esta ley “propone un plan de estabilidad económica a largo plazo, así también plantea incentivos para atraer nuevas inversiones al país, tanto internas como externas, fomentando el empleo y dinamizando la producción y la economía”. (Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal, 2018b)

Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI) (Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI. Codificación 26, publicado en Registro Oficial Suplemento 463, 21 de ago., 2018).

La LRTI regula los aspectos tributarios relacionados con la importación, incluidos los aranceles, impuestos y tasas que se aplican a los productos importados, como la maquinaria agrícola.

Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno (RLRTI) (04-ago.-2020)

Este reglamento detalla los procedimientos y requisitos para la importación, como la declaración aduanera, los valores en aduana y otros aspectos relacionados con los tributos.

Normativas Técnicas y de Calidad:

El Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) (2021) establece regulaciones técnicas y de calidad para la importación de maquinaria agrícola, garantizando que cumplan con estándares específicos de seguridad y funcionamiento.

Las Normas INEN son normativas técnicas que evalúan la conformidad del producto, con base en normativa técnica ecuatoriana, cuyo concepto básico es satisfacer las necesidades locales y facilitar el comercio nacional e internacional, contribuyendo al mejoramiento continuo de las empresas, incrementando su competitividad y velando por la seguridad y salud del consumidor.

Marco Conceptual

Plan de Negocio:

El plan de negocio es el documento donde se plasma la idea a desarrollarse que permite presentar las características primordiales del negocio y ayuda a valorar su factibilidad, para (Delers 2020) El plan de negocios es la nominación que,

Se aplica generalmente para la creación de nuevas empresas o en el lanzamiento de nuevos productos, permite valorar la viabilidad de un proyecto teniendo en cuenta las características del mercado. El también conocido como plan de empresas o business plan sirve para informar a directivos, accionarios y posibles prestamistas de fondos sobre las características principales de la empresa, así como del mercado, la clientela, la competencia prevista o el plan operativo, financiero y de marketing. (p.5)

Importación:

La importación “es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del Régimen de Importación al que haya sido declarado” (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021c).

En otras palabras, se refiere a la introducción legal de bienes o productos desde un país extranjero al país receptor. En el contexto de la maquinaria agrícola, la importación implica adquirir equipos y maquinaria diseñados para su uso en la agricultura provenientes de otros países.

Maquinaria Agrícola:

La maquinaria agrícola incluye todos los equipos, vehículos y herramientas utilizados en la agricultura. Esto incluye tractores, cosechadoras, sembradoras, pulverizadores y otros equipos diseñados para mejorar la productividad y la eficiencia agrícola. También establece que se entiende por maquinaria agrícola toda maquinaria utilizada con fines agrícolas, ya sean motores o maquinaria de trabajo.

Tecnología Agrícola:

En concepto de tecnología agrícola encontramos que “La tecnología agrícola, también conocida como “agritech”, abarca una amplia gama de disciplinas y dispositivos que mejoran la producción agrícola. La tecnología agrícola incluye vehículos, robótica, ordenadores, satélites, drones, dispositivos móviles y software”. (Sergieieva, 2023b)

La tecnología agrícola incluye las innovaciones y avances tecnológicos aplicados al sector agrícola. En el contexto de la importación de maquinaria, la tecnología agrícola se refiere a las características y funcionalidades avanzadas que pueden mejorar la producción y eficiencia agrícola.

Eficiencia Productiva:

El concepto de eficiencia productiva en gestión empresarial indica que “se refiere en concreto a aquellos puntos de la producción en que las empresas alcanzan el máximo posible de rendimiento en función de determinados recursos”. (Retos Directivos, 2021)

La eficiencia productiva se refiere a la capacidad de producir más con menos recursos. La importación de maquinaria agrícola avanzada puede aumentar la eficiencia al reducir el tiempo y esfuerzo requeridos para realizar tareas agrícolas.

Regulaciones Aduaneras:

Iniciar con el concepto básico de, ¿qué es regulación? Encontramos que es “semejante a la legislación y que son el conjunto de procedimientos y reglas que adoptan las instituciones para instrumentar las responsabilidades dadas en el marco legal” (Aceproject, s. f.), que aplicado a las regulaciones aduaneras son las normativas y procedimientos establecidos por las autoridades aduaneras de un país para controlar y supervisar la entrada y salida de mercancías a través de las fronteras. Estas regulaciones afectan la importación de maquinaria agrícola en términos de aranceles, impuestos y trámites aduaneros.

Políticas Comerciales:

De acuerdo con, (Poveda, Suraty, y Mackayet, 2018) “las políticas comerciales son “el conjunto de instrumentos, procedimientos y medidas de intervención del Estado para fomentar las exportaciones o limitar las importaciones de esta forma, los gobiernos tratan de favorecer y proteger la producción nacional de productos foráneos” (p. 2). Por esta razón se define que las políticas comerciales son las decisiones gubernamentales que afectan el comercio internacional, incluida la importación. Estas políticas pueden incluir la imposición de aranceles, cuotas de importación y la participación en acuerdos comerciales internacionales.

Innovación Agrícola:

La innovación agrícola es un proceso a través del cual los agricultores mejoran la producción y las prácticas de gestión de sus explotaciones agrícolas. Es decir, la innovación significa la implementación de nuevas variedades de cultivos, la combinación de prácticas tradicionales con nuevos conocimientos científicos, la utilización de nuevas tecnologías y maquinaria, la aplicación de viejas o nuevas prácticas de producción y poscosecha o la participación en los mercados de una forma nueva y más rentable, entre otros aspectos. (Hernández, 2020)

La innovación agrícola se relaciona con la introducción y adopción de nuevas tecnologías, métodos y enfoques en la producción agrícola. La importación de maquinaria agrícola puede ser un vehículo para la innovación en el sector.

Sostenibilidad Agrícola:

La sostenibilidad agrícola se refiere a la capacidad de mantener la producción agrícola a largo plazo sin agotar los recursos naturales. La importación de maquinaria agrícola sostenible puede promover prácticas agrícolas más respetuosas con el medio ambiente. Según, (Kogut, 2020) puede definirse como, “un sistema de prácticas agrícolas ecológicas basado en innovaciones científicas a través de las cuales es posible producir alimentos saludables con prácticas respetuosas para el suelo, aire, agua, y respetando los derechos y salud de los agricultores” (p1.).

Preguntas de investigación

Referente a lo que comprenden las preguntas de investigación tenemos el siguiente concepto:

(Malhotra, 2019a). Plantea que:

“Las preguntas de investigación son enunciados refinados de los componentes específicos del problema. Aunque los componentes del problema definen éste en términos específicos, pueden requerirse más detalles para desarrollar un abordaje. Es posible que cada componente del problema deba descomponerse en subcomponentes o preguntas de investigación. Las preguntas de investigación plantean qué información específica se requiere con respecto a los componentes del problema. Si las preguntas de investigación son respondidas por la investigación, entonces la información obtenida debe ayudar al tomador de decisiones. La formulación de las preguntas de investigación debe guiarse no sólo por la definición del problema, sino también por el marco teórico y el modelo analítico adoptado”. (p.36)

Preguntas de investigación:

¿Qué tan favorables es el entorno en la provincia de Los Ríos respecto a la adquisición de maquinarias agrícolas?

¿Qué estrategias comerciales deben diseñarse para que el agricultor maquinaria mediante la empresa y no comprarla a crédito a las importadoras tradicionales?

¿Cuál es la factibilidad financiera del proyecto y en qué tiempo se recupera la inversión de este?

Metodología

a. Diseño de investigación

El diseño de investigación indica el plan o guía para llevar a cabo la investigación, mediante la recopilación y análisis de datos. (Malhotra, 2019b) nos indica que “un diseño de investigación es un marco o plano para realizar el proyecto de investigación de mercados. Detalla los procedimientos que se requieren para obtener la información necesaria para estructurar o resolver los problemas de investigación de mercados”. (p.68)

Para (Malhotra, 2019c) existen diferentes tipos de diseños de investigación, y la elección de uno en particular dependerá de los objetivos, la naturaleza del problema de investigación y los recursos disponibles. Algunos de estos diseños de investigación son:

Diseño experimental o casual: Se utiliza para investigar relaciones de causa y efecto entre variables. Se manipula una variable independiente y se observa su efecto sobre una o más variables dependientes, controlando otros factores.

Diseño descriptivo: Se enfoca en describir características o fenómenos tal como ocurren en su contexto natural. No se realizan manipulaciones ni se establecen relaciones causales.

Diseño exploratorio: Se utiliza para explorar un tema poco conocido o estudiado. Se recopila información preliminar que puede generar hipótesis o líneas de investigación futuras. (p.68)

Tabla 1

Composición de los diseños de investigación

TABLA 3.2 Una comparación de los diseños de investigación básicos			
	Exploratoria	Descriptiva	Causal
Objetivo:	Descubrimiento de ideas y conocimientos	Describir las características o funciones del mercado	Determina las relaciones causa y efecto
Características:	Flexible, versátil Con frecuencia la parte frontal del diseño de investigación total	Marcada por la formulación previa de hipótesis específicas Diseño planeado previamente y estructurado	Manipulación de una o más variables independientes Mide el efecto sobre la(s) variable(s) dependiente(s) Control de otras variables de mediación
Métodos:	Encuestas con expertos Encuestas piloto Estudios de caso Datos secundarios: análisis cualitativo Investigación cualitativa	Datos secundarios: análisis cuantitativo Encuestas Paneles Observación y otros datos	Experimentos

Nota. (Malhotra, 2019) Investigación de Mercados. Sexta edición. Edit. Pearson. México. S.A. de CV. ISBN: 978-607-32-5075-7- (688.P)

El diseño descriptivo de investigación tiene como objetivo principal describir las características o fenómenos tal como ocurren en su contexto natural, sin realizar manipulaciones ni establecer relaciones causales. Se enfoca en recopilar información detallada y precisa sobre variables específicas para obtener una comprensión clara y objetiva de un tema de estudio. Proporciona información valiosa para entender las características, comportamientos y relaciones entre variables en un contexto particular, sentando las bases para investigaciones futuras y posibles intervenciones.

En el presente trabajo se emplea el diseño de investigación descriptivo por las siguientes razones:

Se inicia con una exploración pues, el conocimiento es limitado o nulo sobre un fenómeno o problema y se busca obtener una descripción detallada de sus características básicas: Parte de un conocimiento previo pues, se conoce que en la provincia de Los Ríos es importante que los agricultores adquieran maquinarias agrícolas, quienes por precios y financiamiento no pueden adquirirlas a menor costo.

Se identifican los patrones, tendencias o relaciones entre variables en una población o muestra. Este proceso ayuda a revelar cómo se comportan ciertos factores y cómo están interconectados; puesto que, en la provincia de Los Ríos se encuentran agricultores que se dedican a la siembra de arroz y maíz, cultivos que por ser de ciclos cortos deben ser sembrados en la medida que se vayan recogiendo las cosechas, para eso los agricultores aprovechan ciertas épocas del año donde las condiciones climáticas forman parte importante para el desarrollo de un cultivo productivo.

Se utiliza el perfil de mercado por su importancia, ya que el marketing facilita describir los atributos, preferencias y comportamientos de un grupo objetivo de consumidores. Visto que, el país se encuentra en crecimiento, y los agricultores en su mayoría consideran que deben adquirir maquinarias agrícolas que les permita realizar la siembra y cosecha con mayor rentabilidad.

Se analizan los datos que ya existen y los recopilados, pues la investigación descriptiva puede ayudar a comprender mejor estos datos y a extraer patrones o tendencias.

En el presente trabajo se consideró una muestra de 400 agricultores para ser analizados mediante la tabulación de datos y conclusiones.

La investigación descriptiva es una fase importante en el proceso de investigación científica, ya que proporciona una base sólida para comprender y analizar fenómenos antes de avanzar en la investigación. Sin embargo, es fundamental recordar que este enfoque se centra

en la descripción y el análisis, por lo que no pretende explicar causas ni establecer relaciones causales directas.

Como parte del diseño de investigación descriptivo se considera que el presente trabajo aplica el Diseño transversal, que según, (Malhotra, 2019d) “es el diseño descriptivo usado con más frecuencia en la investigación de mercados”(p.10) Los diseños transversales involucran la recolección de información de una muestra dada de elementos poblacionales. Los diseños pueden ser diseños transversales: sencillos y múltiples. Entre estos diseños, de acuerdo con, la muestra poblacional se aplica el diseño transversal sencillo, el cual se extrae una muestra de la población objetiva de la provincia Los Ríos, específicamente en la ciudad de Babahoyo, a través de: revisión bibliográfica, encuestas y observación.

Tipo de investigación

El tipo de investigación empleada es de carácter cuantitativo. se basa en el análisis de la recolección de datos numéricos y objetivos, hipótesis expresada en los resultados de los gráficos. Siendo el objetivo principal describir, medir y analizar variables utilizando métodos estadísticos y matemáticos, teniendo como ventaja que pueden ser comparable, analizable y replicable. (Santander, 2021)

Con base a lo expuesto se implementa al objeto de estudio en los siguientes procesos:

Recolección de datos estructurados

Se utilizan instrumentos estandarizados, como encuestas las mismas que nos permiten recopilar datos de una muestra representativa. Los datos suelen ser objetivos y se obtienen en un formato numérico.

Muestra representativa

Se ha seleccionado una muestra de personas dedicadas a la agricultura que viven cerca del By pass sector Chorrera en la Babahoyo, provincia de Los Ríos como representantes de la población objetivo. La muestra se elige de manera aleatoria entre las personas dedicadas a esta actividad para asegurar que los resultados puedan generalizarse a la población más amplia en todo el sector agrícola.

Esta investigación al ser replicable permitirá a futuro aplicarse en otros sectores de la provincia de Los Ríos y a nivel nacional, ya que se enfoca en la precisión y la replicación de los hallazgos, lo que permite verificar y validar resultados obtenidos.

En la provincia Los Ríos, habitan 953 850 personas, según la proyección demográfica del INEC (2023), siendo la cuarta provincia más poblada del país, estos datos permiten

comprender la posición relativa del territorio fluminense en términos de población. Por otra parte, se conoce que Los Ríos es una provincia conocida por su agricultura diversificada y productiva. Ubicada en la región costa de Ecuador. Su clima tropical y suelos fértiles la convierten en una región propicia para una variedad de cultivos agrícolas. Los sectores agrícolas en Los Ríos desempeñan un papel fundamental en la economía local y nacional. Por ejemplo

La producción de arroz y maíz son pilares importantes de la agricultura, los campos de arroz y maíz se extienden por la provincia, y se produce tanto para el consumo local como para la exportación. Por ejemplo, el cantón Quevedo es conocido por su producción agrícola diversificada, los cultivos de arroz y maíz son parte integral de su economía agrícola; Valencia es otro cantón donde se cultivan arroz y maíz es una zona con una larga tradición agrícola. Ventanas es un cantón que se dedica a la agricultura de arroz y maíz.

Estos cultivos son importantes en la economía pues no solo, sustenta a las comunidades locales, sino que proporciona empleo en toda la cadena de producción. La provincia se destaca por su compromiso con prácticas agrícolas sostenibles y su contribución a la seguridad alimentaria de Ecuador.

Figura 3.

Proyección demográfica de la provincia Los Ríos,



Considerando una población finita, se toma la siguiente fórmula:

Población Finita

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

Donde la representación es la siguiente:

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la Población o Universo

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

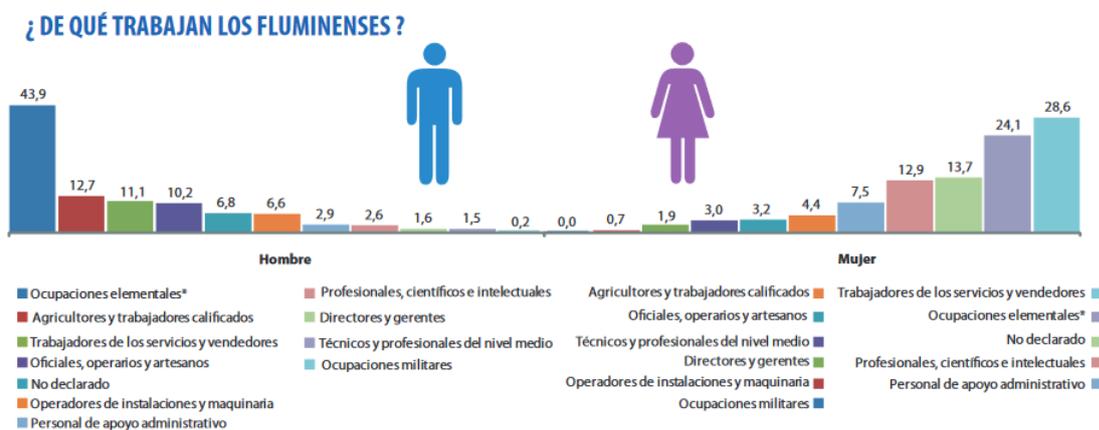
e = Erro de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Nota. Tamaño de muestra paso a paso. <https://www.youtube.com/watch?v=oc8i9g144Y0>

Según el censo poblacional del año 2010, publicado por el INEC el porcentaje de agrucultores que se dedicaban a la agricultura, 12.70 % hombres y 4,4% de mujeres. Para nuestro trabajo se consideran solo el porcentaje de los hombres que se dedican a la agricultura, por motivo de ser el de mayor cantidad.



Para el cálculo de la muestra poblacional se establece la muestra requerida para llegar a un tamaño idóneo de encuestados para obtener resultados concluyentes, para esto se utiliza una herramienta digital llamada Survey Monkey, donde se colocará la cantidad de población en base a siguiente cálculo:

Tabla 2

Población masculina de Los Ríos

Detalle	Cantidad
Población masculina - Los Ríos	380.016
% Agricultores M	12.70%
Tamaño de la población	48.262

De acuerdo con, el tamaño de la población con un nivel de confianza de 95 y margen de error del 5%, la muestra a encuestar es de 382 personas de sexo masculino dedicados a la agricultura en la provincia de Los Ríos.

Calcula el tamaño de tu muestra

Tamaño de la población ⓘ: 48262

Nivel de confianza (%) ⓘ: 95

Margen de error (%) ⓘ: 5

Tamaño de la muestra

382

¿Estás haciendo una investigación de mercado? SurveyMonkey Audience ofrece encuestados adecuados con base en datos demográficos, comportamientos de consumo, geografía o áreas de marketing designadas.

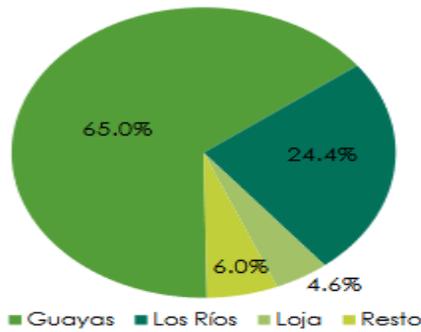
En la investigación, se tomó como referencia la (encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua, 2020, 2021) porque la provincia de Los Ríos, tuvo aquí una participación significativa referente al cultivo del arroz y el maíz, obteniendo un resultado del 24.4% de superficie cosechada en arroz y un 26.6% en maíz .

3.4. Arroz

La superficie total cosechada de arroz en el 2020 fue de 312.9 miles de hectáreas registrando un crecimiento del 21.6% respecto a la cifra del año anterior.

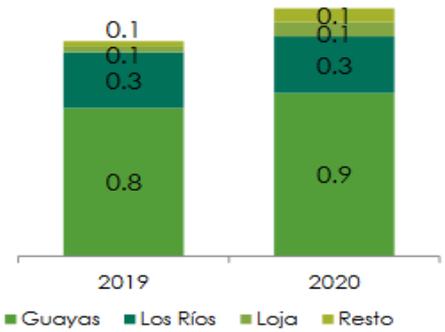
El cultivo de arroz está localizado casi en su totalidad en la Región Costa. Las provincias de Guayas y Los Ríos sumaron el 89.4% de la superficie total cosechada (Figura 9).

Figura 9. Porcentaje de participación en la superficie cosechada de arroz 2020.



Fuente: ESPAC 2020.

Figura 10. Producción de arroz 2019- 2020 (En millones de Tm).



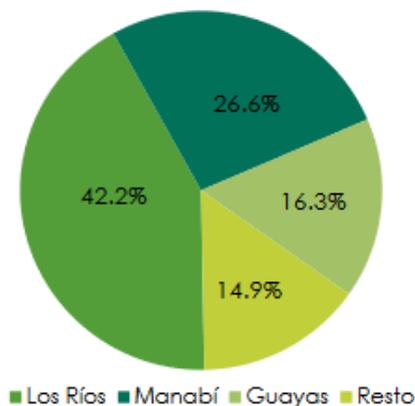
Fuente: ESPAC 2020.

Como se muestra en la figura 10 la producción de arroz fue de 1.3 millones de toneladas con una variación interanual positiva del 18.2%. La provincia del Guayas se dedica más a la producción de este cultivo, ya que concentra el 65.8% de la producción total.

3.5. Maíz duro seco

A nivel nacional la superficie cosechada de maíz duro seco fue de 341.3 miles de hectáreas, presentando un crecimiento del 5.7% respecto al 2019.

Figura 11. Porcentaje de participación en la superficie cosechada, 2020.

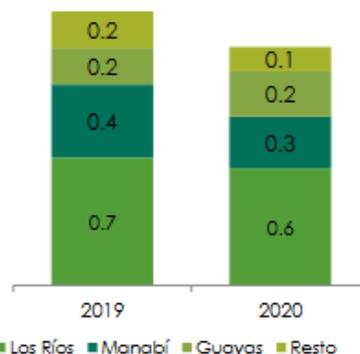


Fuente: ESPAC 2020.

El maíz duro seco está localizado principalmente en la Región Costa.

Las provincias de Los Ríos, Guayas y Manabí concentran el 85.1% de la superficie total cosechada de este producto.

Figura 12. Producción de maíz duro seco 2019- 2020 (En millones de Tm).



Fuente: ESPAC 2020.

La producción fue de 1.3 millones de toneladas, registrando un decrecimiento del 7% respecto al año anterior. La provincia de los Ríos es la que más se dedica a este cultivo, con una participación del 49.3% de la producción nacional, seguida por la provincia de Manabí con el 21.5%.

(Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua, 2020, 2021)

Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación constituyen el conjunto de herramientas o procedimientos que se usan para recolectar datos con el fin de obtener información y conocimiento. (Equipo ed. Etecé. Argentina, 2022).

En el presente trabajo usaremos las siguientes técnicas:

Técnica de Observación, implica la observación directa, donde se viajó a la ciudad de Babahoyo para observar como mucho de los agricultores dedicados a la siembra de arroz y maíz aún se encuentran realizando este proceso de manera manual, los cuales ya han desarrollado su procedimiento de sembrío y cosecha.

Técnica de encuestas, implican la recolección sistemática de datos mediante preguntas relacionadas con la información necesaria que forma parte del estudio de mercado.

Modelo de encuesta aplicada al sector agrícola en la Provincia de Los Ríos.

Técnica de revisión bibliográfica, implica la búsqueda, selección y análisis crítico de fuentes de información relevantes sobre el tipo de cultivo y población (agricultores) en la provincia de Los Ríos.

Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta que se aplica para analizar factores del macroentorno tales como: factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales de una empresa, se usa ampliamente en la gestión estratégica, fundamentalmente en los escenarios actuales de mercados globales en constantes cambios. (Restrepo y Cogollo, 2021)

Análisis del entorno Político:

Se considera el factor político a las acciones y medidas en que el Gobierno influye en la operatividad de la empresa o el rendimiento, es así como en el presente análisis de la empresa Importsesa, es fundamental considerar las medidas que el gobierno adopte para el desarrollo del sector agrícola y las empresas dedicadas a la importación.

Actualmente, el Gobierno Ecuatoriano cuenta con el acuerdo comercial con China - TLC, firmado el 10 de mayo en Quito y el 11 de mayo del 2023 en Beijing, el cual permitirá a los sectores productivos acceso a insumos, maquinarias, equipos y tecnología, a través de facilidades de importaciones. (Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, 2023)



Análisis del entorno Económico:

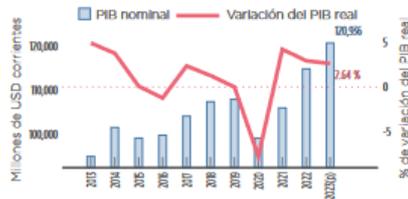
Se considera el crecimiento económico, evaluar la situación económica del país, el crecimiento del sector agrícola y la disponibilidad de recursos financieros para invertir en maquinaria agrícola. A julio del 2023 de acuerdo con el informe del (Ministerio de Economía y Finanzas, 2023c) indica que ha existido un incremento en el PIB de 0.69%.

Crecimiento económico

Indicadores principales

PIB nominal 115,049 mill. al 2022	Crecimiento del PIB real anual 2.95 % al 2022	Crecimiento anual PIB trim. 0.69 % al T1 de 2023	Previsión de crecimiento 2023 2.64 % a marzo 2023
--	--	---	--

Evolución anual del PIB



PIB trimestral



Fuente: Banco Central del Ecuador

Pulse Económico Ecuador | Nro. 8 | Ministerio de Economía y Finanzas

3

Según, BanEcuador, (2023) en la actualidad el gobierno favorece al sector agrícola otorgando créditos con un financiamiento desde \$500 hasta \$5000 con la tasa de interés al 1% con un plazo de hasta 30 años.



[Personas](#) [Empresas](#) [Servicios](#) [Canales de atención](#) [Institución](#) [Transparencia](#) [Noticias](#)

CRÉDITO 1X30

Crédito al 1% de interés y a 30 años plazo

Destinado a personas naturales para el financiamiento de actividades de producción, comercio y servicios, a fin de contribuir con la reactivación económica del país, generar nuevas fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de las familias ecuatorianas.

CARACTERÍSTICAS DEL CRÉDITO:		
Financiamiento desde \$ 500 hasta \$ 5.000	Tasa de interés: 1% anual	Plazo de pago: desde 1 hasta 30 años
Garantía: de \$ 500 hasta \$ 3.000 sin garante; desde \$ 3.001 hasta \$ 5.000 con garante personal		Forma de pago: mensual

¿CÓMO ACCEDER AL CRÉDITO?

1 Registre su actividad productiva de la siguiente manera:

- Para el sector agrícola y pecuario ingrese su solicitud en línea en **www.creandooportunidades.banecuador.fin.ec**



Con este beneficio se da la oportunidad que los agricultores puedan invertir en la compra de maquinarias agrícolas que les permitirá obtener una cosecha con mejor rendimiento, publico objetivo para la empresa.

Análisis del entorno Social

Con base a la tendencia demográfica se evalúa el tamaño y composición de la población agrícola y por ende se estima la demanda de maquinaria agrícola en función de las necesidades y preferencias de los agricultores. Como se había analizado en la muestra representativa el sector de Los Ríos siendo una de las provincias más pobladas en el Ecuador y dedicadas a la agricultura, el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2023) se enfoca en el desarrollo rural, capacitando a la población para impulsar la mecanización del sector agropecuario de Los Ríos.

También, se analiza el estilo de vida y la demanda de alimentos, la preferencia por productos agrícolas como el arroz y el maíz, de forma que influye en la demanda de maquinaria agrícola para el sector agrícola para lograr una cosecha productiva.

Análisis del entorno Tecnológico:

La Innovación tecnológica referente a maquinarias agrícolas, como sistemas de GPS, automatización, maquinaria inteligente, es fundamental para mejorar la eficiencia y productividad agrícola.

Los avances en las comunicaciones y la conectividad pueden facilitar la gestión y monitoreo de la maquinaria agrícola, así como el acceso a información y soporte técnico. Según, las Superintendencia de Telecomunicaciones (2023), se han empleado sistemas de

comunicación avanzados, sobre todo en los controles de ejecución y tiempos agrícolas, como riego, programación de fumigación, y otras; que aportan al tecnicismo de la actividad.

Análisis del Entorno Ecológico:

En la sostenibilidad y regulaciones ecológicas - ambientales se evalúan las políticas y regulaciones ambientales relacionadas con la producción agrícola y el uso de maquinaria, como normas de uso responsable de recursos naturales y prácticas agrícolas sostenibles. Actualmente en Ecuador, todos estos factores se encuentran regulados por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica.

Análisis del entorno Legal:

Analizar las leyes y regulaciones locales e internacionales que afectan la importación y uso de maquinaria agrícola, incluyendo certificaciones de calidad, estándares de seguridad y protección del consumidor.

Es así como, en el Ecuador existe el Comité de Comercio Exterior (COMEX) que es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia. (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023)

Este análisis PESTEL proporciona una visión amplia de los factores externos que pueden afectar en el mercado objetivo para la empresa importadora ecuatoriana de maquinaria agrícola. Ayuda a comprender el entorno en el que opera la empresa y a identificar oportunidades y desafíos que pueden influir en su éxito y desarrollo a largo plazo.

Adicional al análisis Pestel se emplea también, el análisis de las cinco fuerzas de Porter.

El análisis de las Cinco Fuerzas de Porter es una herramienta estratégica desarrollada por el profesor Michael Porter en 1979 en su libro *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*, enseña a evaluar la competitividad de una industria y determinar la atractividad de un mercado en particular. Esta metodología se utiliza ampliamente en el ámbito empresarial y estratégico debido a su capacidad para proporcionar una comprensión profunda de la dinámica competitiva de un sector. (Castro y Martín, 2019, p.87)

Figura 4

Componente de la fuerza de Porter



A continuación, se explican las razones por las cuales el análisis de las Cinco Fuerzas de Porter es importante:

En la identificación de amenazas y oportunidades, el presente análisis ayuda a identificar las amenazas y oportunidades en su entorno competitivo. Al examinar las cinco fuerzas, la empresa puede anticipar cambios en el mercado y tomar medidas preventivas o aprovechar ventajas competitivas. Así también nos proporciona información crucial para la formulación de estrategias efectivas.

Al encontrarse Importesesa en un sector agrícola donde otras empresas comercializadoras de maquinarias de marcas reconocidas como John Deere de la empresa Motrac, se presenta como una fuerza competitiva que puede convertirse en una oportunidad en el mercado, ya que la empresa competidora vende productos de alta calidad, pero a elevados precios. Sin embargo, sería una coyuntura para atraer a los clientes y ofrecerles beneficios de precios más bajos con un porcentaje de financiamiento.

Por otro lado, enfocarse en áreas clave que ayuden a la empresa a identificar las áreas posiblemente críticas es conveniente para fortalecer su posición competitiva, como, por ejemplo: fortalecer las relaciones con los clientes creando fidelidad, mediante estrategias como la atención oportuna y la comunicación durante el proceso de importación.

También, ayuda a estar anticipados en los cambios y tendencias a largo plazo del sector agrícola, ya que permitirá adaptarse y responder a tiempo a la evolución del mercado y las demandas de los consumidores.

En Ecuador, poco a poco el sector de la agricultura va evolucionando, por tal motivo a medida que los agricultores implementen equipos y maquinarias consideradas como la agricultura 2.0, la empresa Importsesa se deberá preparar para la siguiente evolución, con el fin de mantenerse a la vanguardia en importación de productos para la efectividad de la agricultura.

Como, se puede apreciar el avance en la tecnología agrícola es reciente, la agricultura dependía en gran medida de la subsistencia y se caracterizaba por su baja productividad. Esta etapa, conocida como "agricultura 1.0", se distinguió por la invención del arado y la difusión del uso de animales de tiro en el trabajo agrícola. La agricultura 2.0 tuvo sus inicios a fines del siglo XIX con la aparición de maquinaria mecánica, como los tractores. Luego, la tecnología agrícola entró en una serie de fases de desarrollo activo que experimenta cambios notables.

Figura 5

Evolución del sector agrícola



Nota. Tomado de: Sergieieva, 2023)

Fuerzas de Porter

El análisis de las Cinco Fuerzas de Porter es importante porque proporcionará una visión estructurada y holística de su entorno competitivo, lo que les ayuda a tomar decisiones a futuro de forma estratégicas y a desarrollar ventajas competitivas sostenibles.

A continuación, se presenta un análisis de las 5 fuerzas de Porter aplicado a la empresa importadora ecuatoriana de maquinaria agrícola:

Rivalidad entre competidores existentes:

Se refiere a la intensidad de la competencia entre las empresas ya establecidas en la industria. Cuanto más intensa sea la rivalidad, más difícil será para las empresas obtener beneficios sostenibles. Factores como el número de competidores, la diferenciación de productos y la concentración de la industria influyen en esta fuerza.

Entre las empresas que se considerarían como competidoras se encuentran:

Motrac, vende maquinarias agrícolas de la marca John Deere y en la actualidad vende marca Jumil, considerando la primera como la marca fuerte de esta empresa, debido a la calidad y reconocimiento de la marca.

Farmagro, es una empresa reconocida en el sector de Babahoyo con la matriz en la ciudad de Guayaquil, dedicada a la venta de insumos agrícolas y que en la actualidad incursiona en la venta de maquinarias de la marca Jumil.

El número de competidores de importadores de maquinaria agrícola en Ecuador es significativo, por lo que, en la provincia de los Ríos, existen varias empresas dedicadas a la importación y comercialización de maquinarias agrícolas con financiamiento a mayor porcentaje de interés por crédito directo, no obstante, ninguna de estas empresas se afilia al agricultor para traer maquinaria a menor costo, por tanto, la figura del negocio en la empresa Importsesa es totalmente novedosa.

Consientes, que se encontrarán una amplia gama de importadores que ofrecen diferentes marcas, modelos y tipos de maquinaria agrícola, aumentando la competencia y una variedad de opciones a elegir, una de las estrategias posibles a aplicar es el promocionar precios agresivos, convirtiéndolo en precios competitivos para atraer clientes. Esto generará una presión adicional sobre los márgenes de ganancia y aumento de la intensidad competitiva.

La diferenciación de productos se destaca al ofrecer servicios adicionales, Importsesa contará con aliados estratégicos como la empresa Agroindustrial Sembrando Futuro S.A., que puede brindar asesoramiento técnico, capacitación, ventas de repuestos y

mantenimientos. Esta diferenciación puede generar una mayor competencia entre los importadores y obligar a otros a mejorar sus propias ofertas.

Otro factor, importante que se debe considerar en la competencia es la calidad y características técnicas de los productos que se ofrecerán. Esto impulsa la innovación y mejora constante de los equipos agrícolas ofrecidos.

En resumen, la intensidad competitiva entre importadores de maquinaria agrícola en la provincia de Los Ríos es alta debido a la presencia de numerosos competidores, la diversidad de opciones disponibles para los agricultores y las estrategias agresivas utilizadas para captar clientes. La empresa Importsesa a medida que se establezca, deberá prepararse para enfrentar esta competencia y buscar constantemente formas de diferenciarse y ofrecer un valor agregado a sus clientes, como, por ejemplo: importar productos GPS y drones, así como también se deberá considerar la diferenciación de productos y ventajas competitivas como:

- Marcas y fabricantes
- Variedad de productos
- Innovación y tecnología
- Calidad y durabilidad
- Servicios técnicos
- Precios y financiamiento
- Conocimiento y experiencia

Amenaza de nuevos competidores entrantes

Esta fuerza evalúa la facilidad con la que nuevos competidores pueden ingresar al mercado. Cuanto más fácil sea para las nuevas empresas ingresar al mercado, mayor será la amenaza para las empresas existentes. Al analizar las barreras que podrían dificultar la entrada de nuevos competidores al mercado de importación de maquinaria agrícola en Ecuador, como requerimientos legales, capital inicial, experiencia o relaciones con proveedores, el acceso a la distribución y la lealtad de marca pueden influir en esta fuerza.

Esta desventaja que se forma para los competidores nuevos en la actividad de importación de maquinarias agrícolas es una fortaleza para la empresa Importsesa, debido a que el dueño cuenta con más de 10 años de experiencia en este mercado, donde la experiencia, confianza y credibilidad aumenta la propuesta de valor.

Poder de negociación de los proveedores:

Esta fuerza se refiere a la capacidad de los proveedores de imponer condiciones a las empresas. Si los proveedores tienen un alto poder de negociación, pueden dictar precios más altos o condiciones desfavorables, lo que reduce la rentabilidad de las empresas, por este motivo es que siempre se debe estar en constante búsqueda de nuevos proveedores para tener opciones y poder manejar la negociación del producto.

La empresa Importsesa, al contar con un dueño que ha viajado en varias ocasiones a Brasil, Italia y otras partes del mundo, adquirió contactos con fabricantes de maquinarias agrícolas, lo que le permite tener opciones en el momento de adquirir maquinarias, en la que el precio entre en acuerdo, con el tiempo de entrega y financiamiento.

El poder de negociación con los proveedores es alto dado que se dispone de una demanda importante del producto, así como de una oferta internacional vasta del mismo.

Poder de negociación de los clientes o Compradores:

Indudablemente, los clientes de este mercado tienen poder de negociación significativo, es así como, si los compradores tienen un alto poder de negociación, pueden exigir precios más bajos o mejores condiciones, lo que reduce la rentabilidad de las empresas. Los agricultores a medida que van tecnificando sus operaciones, los tiempos de cosechas son propicios para la venta de maquinarias agrícolas. Importsesa al manejar dentro de las políticas de ventas el pago por adelantado mínimo del 50% de la maquinaria solicitada, reduce la cantidad de clientes dispuestos a pagar de esta forma, dando al cliente mencionado poder de negociación.

De acuerdo con, la encuesta realizada los clientes son altamente sensibles a los precios de la maquinaria agrícola y hay quienes sí están dispuestos a pagar un precio especial por productos. Por lo que, se determina que la empresa tendrá mayor aceptación al tener precios bajamente competitivos.

Amenaza de productos o servicios sustitutos

El evaluar la disponibilidad de productos sustitutos o servicios alternativos que puedan satisfacer las necesidades de los agricultores de manera similar a la maquinaria agrícola importada. Cuanto mayor sea la amenaza de sustitución, más difícil será para las empresas retener a sus clientes y mantener márgenes de beneficio.

En el sector agrícola existen tecnologías y productos que a futuro podrían sustituir a las maquinarias agrícolas que hoy en día se utilizan en todo el proceso de producción. Por

ejemplo en Brasil, aquí los hermanos (Belei, H. y Belei, M., 2019) productores de caña de azúcar, fundan una empresa de tecnología agrícola, quienes en el Agrishow 2022, presentan un nuevo producto **con el slogan:** “Tecnología del campo, para el campo”, presentando el Camión autónomo de Grunner y Mercedes-Benz, para el sector dedicado al cultivo de caña de azúcar que incluye un **sistema autónomo de dirección** que permite transitar por terrenos irregulares con seguridad para la operación y el operador, reemplazando al tractor y la pulverizadora.

Figura 6

Camión autónomo



En resumen, el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter proporciona una estructura para evaluar la dinámica competitiva de una industria o mercado. Al comprender estas fuerzas, las empresas pueden identificar oportunidades y amenazas, diseñar estrategias para mejorar su posición competitiva y tomar decisiones correctas sobre cómo operar en su entorno empresarial.

Capítulo 2

Misión

Nuestra misión es proporcionar a los agricultores ecuatorianos acceso a maquinaria agrícola de calidad, innovadora y confiable; sin tener que pagar altos intereses crediticios por ella. Comprometemos a ser el socio estratégico de los agricultores, brindándoles soluciones integrales que mejoren su productividad, eficiencia y rentabilidad.

Trabajar con pasión y dedicación para ser el proveedor preferido de maquinaria agrícola en el país, estableciendo relaciones duraderas y mutuamente beneficiosas con nuestros clientes y socios comerciales.

Visión

Al 2028, ser una empresa importadora líder en Ecuador, reconocida por nuestra excelencia en productos y relaciones con los clientes ofreciendo maquinarias agrícolas innovadoras, de calidad superior y tecnológicamente avanzada que mejore la productividad y eficiencia en las labores agrícolas. Ser la opción preferida de los agricultores ecuatorianos al proporcionarles soluciones integrales que impulsen su éxito y desarrollo sostenible.

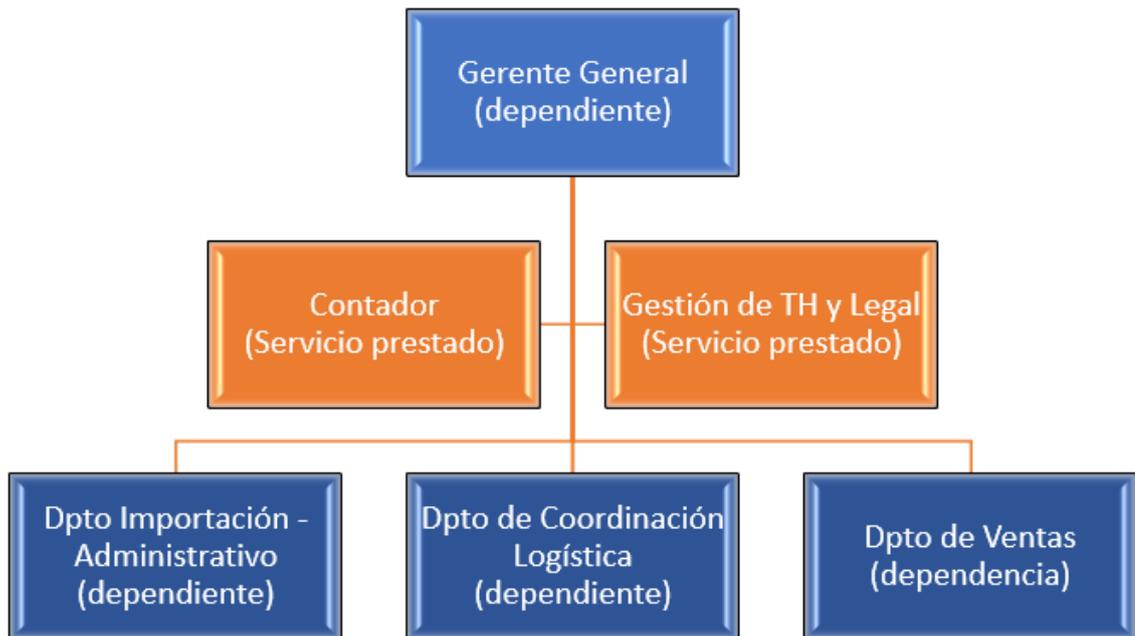
Estructura Organizacional

Importsesa es una empresa que requiere de un plan de negocios para analizar la viabilidad del proyecto. Por lo que, se tiene previsto considerar una estructura organizacional con el menor personal posible.

No obstante, el orden departamental, sin considerar gran cantidad de personas por departamento, se realizaría de la siguiente manera:

Figura 7

Estructura Organizacional



- Gerente General: Encargado de la dirección estratégica de la empresa, quien toma decisiones clave y supervisa el funcionamiento general de la organización, cuenta con más de 10 años en el mercado de la importación y comercialización de maquinarias agrícolas.
- Contador: Empresa contratada como servicios prestados, responsables de la gestión financiera y contable de la empresa, encargada del registro de compras, ventas y varios en el sistema Contífico, el mismo que llevará el control de las transacciones contable y aspectos legales de la importadora. Se encargará del cumplimiento de obligaciones tributarias y entrega de estados financieros de la empresa.
- Gestor de Th y Legal: Empresa contratada mediante servicios prestados que serán responsable del control de la nómina de pago, contratación y liquidaciones de personal, permisos, multas entre otras.
- Departamento de Importación y Administrativo: Encargada de la selección y adquisición de la maquinaria agrícola de proveedores y fabricantes en

coordinación con el Gerente General. Gestiona las relaciones con los proveedores, negocia contratos y garantiza el cumplimiento de los estándares de calidad y los plazos de entrega, así como también el pago de personal y proveedores.

- Departamento de Logística: Considerando que las operaciones logísticas al mes serían mínimas para los primeros años, se contratará 1 persona que sea Responsable de la gestión de la cadena de suministro, incluyendo la coordinación del transporte, almacenamiento y entrega de la maquinaria agrícola. Asegura la disponibilidad y entrega oportuna de los equipos a los clientes.
- Departamento de Ventas: Responsable de la comercialización de los productos, la gestión de cuentas de clientes, el desarrollo de estrategias de ventas, la generación de nuevas oportunidades de negocio y atención al cliente.
- A continuación, se detalla el cálculo aproximado del valor a invertir en nómina de personal.
- Cabe indicar que la parte de marketing referente a diseños, publicaciones y grabaciones se contratará una empresa externa cada cierto tiempo para impulsar las ventas.

Tabla 3

Financiamiento por mes

Cargos	Cant.	Mensual	Total	Observación
Gerente General	1	\$1.000	\$1.400	Sueldo +40% por Aportes y Beneficios Sociales
Vendedor	1	\$600	\$840	Sueldo +40% por Aportes y Beneficios Sociales
Asistente General	1	\$500	\$700	Sueldo +40% por Aportes y Beneficios Sociales
Asistente Administrativa	1	\$550	\$770	Sueldo +40% por Aportes y Beneficios Sociales
Gastos Nomina Mes			\$3.710	

Efectos Económicos de las variables organizacionales

Las variables organizacionales de una importadora de maquinaria agrícola en Ecuador pueden ser varios, estos se detallan a continuación:

- Eficiencia operativa: Una organización con poco personal puede lograr una gestión más efectiva de los recursos, lo que se traduce en una reducción de costos operativos. Esto puede permitir a la importadora ofrecer precios competitivos a los clientes y mejorar su rentabilidad. Importsesa, con el fin de obtener mejores costos, operará de manera eficiente de modo que pueda generar altos márgenes, con su operación de contribuir al agricultor para que importe directamente sus maquinarias.
- Calidad del servicio: Una organización que prioriza la calidad del servicio al cliente puede generar una mayor satisfacción y fidelidad entre los compradores de maquinaria agrícola. Esto puede resultar una mayor demanda de los productos y, a su vez, en un aumento de los ingresos. La estrategia del boca a boca y una pequeña inversión en marketing, con el alto nivel de servicio que ofrecerá Importsesa, es en lo que se apalancará la empresa para lograr sus metas de crecimiento y expansión.

•

- **Innovación y desarrollo de productos:** Importsesa deberá estar en constante búsqueda de la innovación, convirtiéndose en una empresa vanguardista, ofreciendo productos a importar de mejor tecnología. Esto podrá generar un valor agregado para los clientes y ayudar a la empresa a mantenerse competitiva en un entorno cambiante.
- **Relaciones comerciales sólidas:** El establecimiento de relaciones comerciales sólidas con proveedores y fabricantes podrá permitir a la importadora obtener condiciones favorables de compra, como descuentos por volumen o acceso a tecnología avanzada. Esto podría tener un impacto positivo en los costos de adquisición de la maquinaria agrícola y en la rentabilidad de la empresa.
- **Capacidad de financiamiento:** Una organización bien estructurada y con una buena reputación en el mercado puede tener mayores posibilidades de acceder a financiamiento para expandir sus operaciones. Donde los proveedores otorguen un tiempo de crédito, y también se le puede ofrecer a los clientes respaldando el crecimiento y desarrollo de la empresa.
- **Generación de empleo:** Una empresa puede generar empleo directo e indirecto en el sector agrícola y contribuir al desarrollo económico local. Esto puede tener un efecto positivo en la comunidad y en la economía en general. Inicialmente, la empresa arrancará sus operaciones dando empleo a 4 personas dependientes y 2 empresas prestadoras de servicios.

Las variables organizacionales de una importadora de maquinaria agrícola en Ecuador pueden influir en su eficiencia operativa, calidad del servicio, capacidad de innovación, relaciones comerciales, acceso a financiamiento y generación de empleo. Estos efectos económicos pueden determinar el desempeño financiero y la competitividad de la importadora en el mercado.

Análisis e identificación de las actividades primarias del negocio (Cadena de Valor)

Las actividades primarias de la cadena de valor de la importadora Importsesa, están relacionadas con las etapas clave del proceso de importación y comercialización de los productos. A continuación, se identifican y analizan algunas de estas actividades primarias:

Relación con los proveedores: Esta actividad implica la identificación y selección de proveedores y fabricantes de maquinaria agrícola de calidad. Se negocian los términos de compra, se establecen acuerdos comerciales y se gestionan los plazos de entrega. Además, se

realiza un seguimiento de las innovaciones y avances en el mercado para asegurar una oferta de productos competitivos y actualizados.

Desarrollo de tecnología: La empresa podría trabajar en colaboración con los fabricantes para mejorar la tecnología de los equipos o adaptarlos a las necesidades específicas del mercado local.

Gestión de recursos humanos: Contratar y capacitar al personal adecuado para las diversas funciones, desde la logística hasta el servicio al cliente, es crucial para el éxito de la empresa.

Infraestructura: Importesa cuenta con una infraestructura de alquiler con espacio suficiente para instalar las oficinas administrativas y frentera para colocar las maquinarias que lleguen.

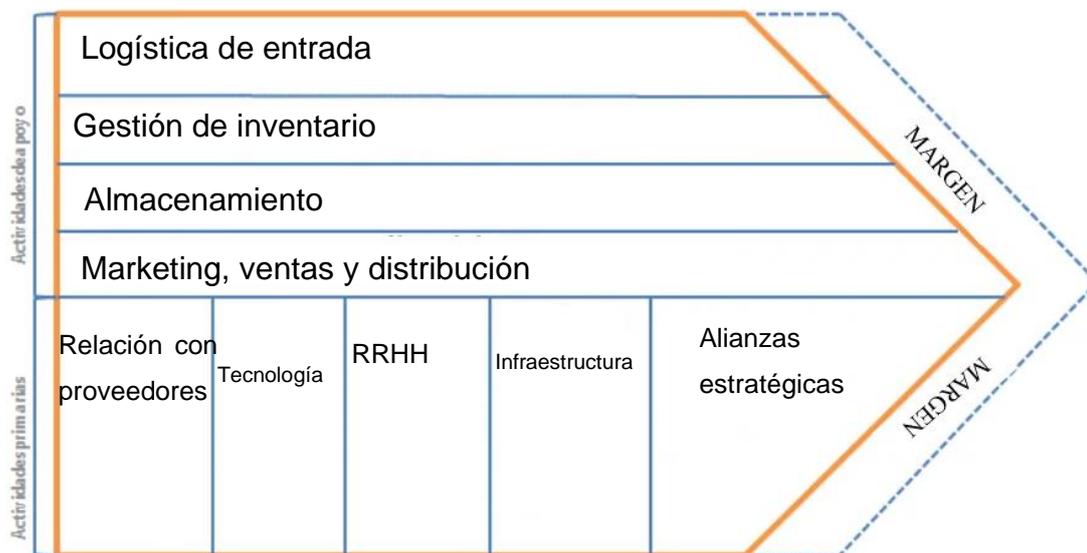
Desarrollo de alianzas estratégicas: Colaborar con otros actores del sector, como asociaciones agrícolas o proveedores locales, puede proporcionar ventajas competitivas y oportunidades de crecimiento.

Estas actividades primarias y de apoyo son esenciales para el funcionamiento integral y exitoso de una importadora de maquinaria agrícola, permitiendo entregar productos de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes de manera efectiva.

Es importante destacar que estas actividades primarias de la empresa están interrelacionadas y se complementan entre sí para ofrecer un servicio integral a los clientes. Un análisis detallado de cada una de estas actividades permite identificar áreas de mejora, optimizar los procesos y maximizar la eficiencia y rentabilidad de la importadora.

Figura 8

Cadena de valor



Nota. Tomado de "Dynamic", <https://www.dynamicgc.es/cadena-de-valor-porter/>

Las actividades se basan en el modelo propuesto por Michael Porter en su concepto de cadena de valor. A continuación, se detallan las actividades de apoyo:

- Logística y transporte: Esta actividad incluye la planificación y gestión de la cadena de suministro, mediante el vendedor que se encarga desde el transporte de la maquinaria agrícola del país de origen hasta su llegada a los puntos de entrega en el Ecuador. En este tipo de logística internacional se aplica el Incoterms 2020, en el que detalla las siguientes características:



- **Delivered at Place** significa que el vendedor entrega los bienes y transfiere el riesgo al comprador, cuando los bienes se ponen a disposición del comprador en el medio de transporte de llegada listo para descargar en el lugar de destino designado o en el punto acordado dentro ese lugar si se acuerda tal punto.
- El vendedor asume todos los riesgos involucrados en llevar las mercancías al lugar de destino o al punto acordado dentro de ese lugar. En esta regla de Incoterm, el mismo, la entrega y la llegada al destino son iguales.
- El vendedor está obligado a realizar el despacho para la exportación pero no tiene la obligación de realizar el despacho para la importación.

- Gestión y almacenamiento de inventario: Esta actividad implica el manejo y control adecuado del inventario de maquinaria agrícola mediante el sistema Contífico el cual cuenta con una aplicación intuitiva para el registro de entrada y salida de las maquinarias.
- Marketing y ventas: Esta actividad se centra en la promoción y comercialización de la maquinaria agrícola. Se desarrollan estrategias de marketing, se crean materiales promocionales y se implementan campañas publicitarias para dar a conocer los productos y generar demanda. Dentro de las estrategias que se podrían aplicar es dar contenido de valor mediante las redes sociales, lo cual permitirá transmitir confianza.

Comercialización y ventas

El sistema de comercialización y ventas de Importsesa en Ecuador puede involucrar varios procesos y estrategias. A continuación, se describen algunas características comunes de este sistema:

Segmentación del mercado: La empresa puede realizar una segmentación del mercado agrícola en Ecuador para identificar diferentes grupos de clientes con necesidades y características similares. Esto permite adaptar las estrategias de comercialización y ventas para satisfacer las demandas específicas de cada segmento.

Estrategias de promoción: La importadora utiliza diversas estrategias de promoción para dar a conocer sus productos y generar demanda. Esto puede incluir la participación en ferias y exposiciones agrícolas, publicidad en medios especializados, marketing digital, campañas de correo directo y colaboración con proyectos del Ministerio de Agricultura que deseen aplicar en la provincia de Los Ríos.

Ventas: La empresa contará con una persona altamente capacitada, quien lleva años en el mercado del sector agrícola en la provincia de Los Ríos, quien se encargará de visitar a los clientes potenciales, brindar asesoramiento técnico, presentar las características y beneficios de los productos, y cerrar ventas. Además, pueden ser responsables de la gestión de cuentas de clientes existentes y del seguimiento de oportunidades de negocio.

Estrategias de precios y financiamiento: La importadora establece estrategias de precios competitivos y transparentes para sus productos, considerando factores como los costos de importación, la calidad de la maquinaria agrícola y el análisis de mercado. Además, puede ofrecer opciones de financiamiento atractivos para facilitar la adquisición de la maquinaria por parte de los clientes.

Un enfoque principal de la empresa Importsesa es asegurar una comercialización efectiva, un servicio de calidad y una satisfacción duradera de los clientes en el sector agrícola en Ecuador.

- Importsesa S.A. puede comercializar una amplia variedad de productos relacionados con el sector agrícola. Las líneas que agrupan dichos productos son las siguientes:
- Tractores: Incluyendo tractores de diferentes tamaños y capacidades, tanto para labores agrícolas como para trabajos específicos en el campo.

- Equipos de labranza: Como arados, gradas, cultivadores, sembradoras y subsoladores, utilizados para preparar el suelo y realizar las tareas de siembra.
- Máquinas cosechadoras: Para la recolección de diferentes cultivos, como cosechadoras de arroz y maíz, entre otros.
- Equipos de riego: Incluyendo sistemas de riego por aspersión, riego por goteo, pivotes de riego, bombas de agua, tuberías y accesorios relacionados.
- Maquinaria para procesamiento y postcosecha: Como trilladoras, secadoras, clasificadoras, empacadoras y otros equipos utilizados en el procesamiento y almacenamiento de productos agrícolas.
- Equipos para agricultura de precisión: Incluyendo sistemas de telemetría, GPS agrícola, monitoreo y control de cultivos, sensores y otros dispositivos para optimizar la producción agrícola.

Servicio post venta

El servicio postventa en Importsesa es fundamental para garantizar la satisfacción del cliente y mantener una relación a largo plazo. A continuación, se describen algunas características comunes del servicio postventa en este contexto:

Mantenimiento y reparaciones: La importadora en coordinación con su aliado estratégico brindará servicios de mantenimiento preventivo y correctivo para asegurar el rendimiento óptimo de la maquinaria agrícola.

Gestión de garantías: La importadora se encarga de gestionar las garantías de los productos, asegurando que los clientes reciban el soporte y las soluciones necesarias en caso de fallas o problemas cubiertos por la garantía. Se facilita el proceso de reclamación y se brinda una atención ágil y eficiente.

Monitoreo y retroalimentación: La importadora puede realizar un seguimiento regular de la satisfacción del cliente y recopilar retroalimentación sobre el desempeño de la maquinaria agrícola. Se valoran las opiniones y se toman acciones para mejorar continuamente el servicio postventa y fortalecer la relación con los clientes.

El servicio postventa gestionado por el aliado estratégico de Importsesa S.A. se enfoca en brindar soporte técnico, mantenimiento, reparaciones, capacitación y atención personalizada a los clientes. El objetivo principal es asegurar que los equipos funcionen de manera óptima, maximizar la satisfacción del cliente y fomentar una relación duradera basada en la confianza y la calidad del servicio.

Descripción y detalle del servicio o producto

La empresa Importsesa S.A., brinda el servicio de importación de maquinarias agrícolas, mostrando a los clientes las características de las maquinarias de acuerdo con la necesidad del cliente, determinando así la importación de la maquinaria que más le convenga tanto en precio, calidad y uso.

Las maquinarias agrícolas que la empresa pone a disposición para la importación son de procedencia brasilera, las cuales tienen una gran aceptación en el sector agrícola como son:

Sembradoras Precisión Excellence marca Jumil, para productos como maíz, soya, arroz, trigo, cebada.

Detalle de la maquinaria:

- ✓ Sembradora mínima labranza.
- ✓ Sistema de ruedas compactadoras.
- ✓ Sistema de siembra neumático.
- ✓ Distribuidor de abono fertisystem.
- ✓ Distribuidor de semillas neumático.
- ✓ Sistema de accionamiento cardánico a los 3 puntos (hidráulico).
- ✓ Potencia requerida desde 60 HP.
- ✓ Disco de corte abonador
- ✓ Surcador – fertilizador
- ✓ Para pequeños y medianos agricultores.

Figura 9

Sembradora Precisión



Nota. Tomado de “Semfusa”, <https://semfusa.com/>

Trituradora marca Sovema, ideal para picar cultivos de Trigo, arroz, cebada, algodón, hoja de remolacha.

Detalle de la maquina:

- ✓ Gran variedad de cuchillas.
- ✓ Ancho de trabajo disponibles de 1,8 a 3,2 metros.
- ✓ Transmisión con correas laterales.
- ✓ Requerimiento de potencia desde 50 – 100 HP.

Figura 10

Trituradora Sovema



Nota. Tomado de “Semfusa”, <https://semfusa.com/>

Tanker 8000 marca Jan, sirve para transportar granos

Detalle de la maquinaria:

- ✓ Depósito en acero inoxidable.
- ✓ Apoyo en siembra aporte de fertilizante.
- ✓ Transporte seguro y eficiente de granos.
- ✓ Compuertas para inspección, limpieza y descarga de granos.
- ✓ Capacidad máxima de carga 9.000 Kg.
- ✓ Capacidad volumétrica 8.000 litros.
- ✓ Rotación de la toma de fuerza 540 RPM.
- ✓ Diámetro tubo descarga 300 mm.
- ✓ Altura de descarga 4525 mm.

Figura 11

Tanker 8000



Nota. Tomado de “Semfusa”, <https://semfusa.com/>

Cosechadora de granos marca Preet

Detalle de la maquinaria:

- ✓ Ideal para agricultura y medianos.
- ✓ Apta para cosechar arroz, maíz y soya, girasol, trigo entre otros granos.
- ✓ Motor diésel 4 cilindros de 90 hp.
- ✓ Sistema de trilla de cóncavos flexibles, mínimo daño de granos.
- ✓ Caja de cambio heavy duty.
- ✓ Stock generalizado de repuestos.
- ✓ Cabezal para arroz con cilindro y cóncavo.
- ✓ Cabezal para maíz con cilindro y cóncavo.

Figura 12

Cosechadora de granos



Nota. Tomado de "Semfusa", <https://semfusa.com/>

Tractor PREET 10049 4WD

Detalle de la maquinaria:

- ✓ Tractor de 100 HP tracción 4x4.
- ✓ Aptos para agricultura servicios comunales y actividades forestales.
- ✓ Diseñado para agricultores medianos y grandes.
- ✓ Dirección hidráulica.
- ✓ Transmisión sincronizada marca Carraro.
- ✓ Caja de cambios de 12 velocidades.
- ✓ Sistema hidráulico con capacidad de 2.800 kg.
- ✓ Toma de fuerza 540/1000 RPM.
- ✓ 100% mecánico.

Figura 13

Tractor Preet

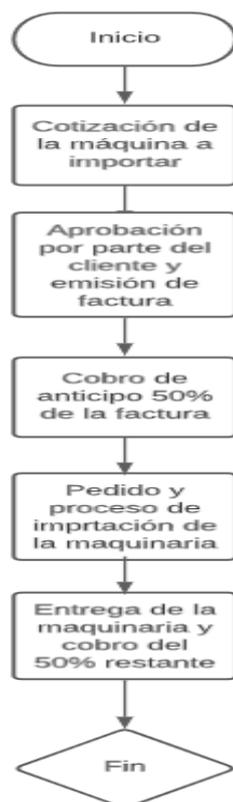


Nota. Tomado de “Semfusa”, <https://semfusa.com/>

Proceso de prestación de servicio (Flujograma)

Figura 14

Flujograma de proceso prestación de servicio



Luego que el vendedor capta un cliente y determina qué maquinaria va a comprar, se deberá realizar el siguiente proceso:

1.- Efectuar la cotización y enviar al cliente, detallando en la observación de la factura la forma de pago y plazos en caso de tratarse de un financiamiento.

2.- Aprobación del cliente, quien realizarlo mediante correo o constancia de la aprobación, para que la empresa contadora emita la factura.

3.- Cobro y registro del 50% de abono o el total de la maquinaria.

4.- Se procesa el pedido y la importación.

5.- Al recibir la máquina, máximo en 24 horas se deberá realizar la entrega. Cabe indicar, que este paso debe realizar previo a comunicación y coordinación con el cliente.

Determinación de la capacidad instalada del negocio

La empresa Importsesa, alquilará un terreno con oficina en la ciudad de Babahoyo a la altura del By pass, el mismo que se encuentra junto a la empresa Agroindustrial Sembrando Futuro S.A. Semfusa, este terreno se encuentra acondicionado para recibir los productos importados por Importsesa S.A.

Figura 15

Infraestructura de la empresa Semfusa,



Al tratarse de un giro de negocio en cual el cliente pagará el 50% al solicitar la importación de la maquinaria y la diferencia al momento de la entrega o con un financiamiento de hasta 6 meses, la empresa Importsesa, no requiere de mayor cantidad de personal, ni de operatividad, ya que una vez que llegue la maquinaria al país esta se entregará de forma inmediata al cliente, previa comunicación.

Costo y característica de la inversión

Dentro de lo que respecta a los costos, por tratarse de una importación directa con fabricantes, los costos de las maquinarias permiten brindar una buena oferta a comparación del mercado en este sector.

La inversión que realizaría la empresa Importsesa sería mínima, ya que el dueño de la empresa cuenta con proveedores que otorgan crédito por un tiempo de hasta 180 días, lo que es suficiente para concretar la entrega de la maquinaria y cobrar la diferencia del producto, de esta forma puede pagar a tiempo a los proveedores o también se pueden otorgar créditos máximos a 6 seis meses.

Tabla 4

Característica de la inversión

Inversiones	Unidad	Precio	Total
Diseño Web	1,00	\$500	\$500
Computadora	3,00	\$800	\$2.400
Impresora	1,00	\$350	\$350
Sistema Informático	1,00	\$800	\$800
Tecnología			\$4.050
Útiles de oficina	1,00	\$300	\$300
Muebles de Oficina	1,00	\$1.200	\$1.200
Muebles y útiles			\$1.500
Registro de Marca	1,00	\$1.000	\$1.000
Gastos de Constitución	1,00	\$600	\$600
Legal			\$1.600
Publicidad	1,00	\$1.000	\$1.000
Marketing			\$1.000
Camioneta	1,00	\$27.219	\$27.219
Vehículo			\$27.219
Total			\$35.369

Inversión

Los valores iniciales de inversión son mínimos, ya que no se requiere de mayor cantidad de personal y por ende no se invierte mucho en tecnología, muebles de oficina y otros.

El dueño del negocio al contar con proveedores fabricantes quienes otorgarán crédito por el 40% del costo de venta del producto, solo va a requerir de un financiamiento de un vehículo para movilización del vendedor en mismo se realizará por el lapso de un año.

Tabla 5

Fuente de inversión

Detalle	Cantidad	Aporte
Endeudamiento	1,00	\$27.219
Aporte Socios	1,00	\$8.150
Capital de trabajo	1,00	\$20.000
Total	3,00	\$55.369

Equipos de computación y comunicación

Al iniciar con las importaciones, se considera la adquisición de 3 equipos de cómputo, 1 impresora y los respectivos softwares. Así como también la contratación de 3 planes celulares para mantener la comunicación entre el Gerente, vendedor y personal de oficina.

Tabla 6

Tecnología

Inversiones	Unidades	Precio	Total
Diseño Web	1,00	\$500	\$500
Computadora	3,00	\$800	\$2.400
Impresora	1,00	\$350	\$350
Sistema Informático	1,00	\$800	\$800
Tecnología			\$4.050

Muebles de la oficina

Importsesa S.A., alquilará un espacio físico en la ciudad de Babahoyo, donde se crearán 4 estaciones de trabajo para el desempeño de la parte administrativa y operacional referente a la logística.

Tabla 7

Muebles y útiles de oficina

Muebles y útiles	Unidades	Precio	Total
Útiles de oficina	1,00	\$300	\$300
Muebles de Oficina	1,00	\$1.200	\$1.200
Total			\$1.500

Útiles de la oficina

En el inicio de las operaciones considerando que Importsesa es una empresa que se preocupa por el medio ambiente, referente a lo que son útiles de oficina se realizará la adquisición del mínimo posible en este rubro, considerando aplicar la política de cero papeles con el cual deberá mantener la mayoría de los documentos de forma digital.

Movilización

El tipo de giro de negocio es indispensable que la empresa Importsesa cuente con un vehículo propio para la movilización del vendedor o gestiones pertinentes a la logística, para lo cual se considera la compra de un vehículo a 12 meses plazo, y el presupuesto para mantenimiento y combustible mensual.

Tabla 8

Movilización

Movilización	Unidades	Precio	Total
Camioneta	1,00	\$27.219	\$27.219
Total			\$27.219

Tabla 9

Amortización de vehículo

MES	FINANCIAMIENTO	CUOTA	SALDO
1	\$27.219,24	\$2.268,27	\$24.950,97
2	\$24.950,97	\$2.268,27	\$22.682,70
3	\$22.682,70	\$2.268,27	\$20.414,43
4	\$20.414,43	\$2.268,27	\$18.146,15
5	\$18.146,15	\$2.268,27	\$15.877,88
6	\$15.877,88	\$2.268,27	\$13.609,61
7	\$13.609,61	\$2.268,27	\$11.341,34
8	\$11.341,34	\$2.268,27	\$9.073,07
9	\$9.073,07	\$2.268,27	\$6.804,80
10	\$6.804,80	\$2.268,27	\$4.536,53
11	\$4.536,53	\$2.268,27	\$2.268,25
12	\$2.268,25	\$2.268,25	\$0,00

Capítulo 3

3 Propuesta del plan de negocio

Segmentación de clientes

La segmentación de clientes es un proceso clave para la empresa, ya que permite identificar grupos específicos de clientes con necesidades y características similares. Esto facilita la adaptación de estrategias de marketing y ventas para satisfacer sus requerimientos

Tabla 10

Tamaño de la Operación Agrícola:

Tamaño	Operación
Pequeñas Explotaciones	Agricultores individuales con terrenos de pequeña escala
Medianas y Grandes Explotaciones	Agronegocios, cooperativas y empresas con extensiones significativas de tierra

Tabla 11*Tipo de Cultivo:*

Tipo de Cultivo	Detalle
Cereales y Granos	Productores que se enfocan en cultivos como trigo, maíz, arroz, etc.
Frutas y Hortalizas	Agricultores que cultivan productos frescos como frutas y verduras

Tabla 12

Nivel Tecnológico

Mecanismo	Detalle
Tradicional	Clientes que utilizan prácticas agrícolas convencionales como arar la tierra a mano.
Moderno	Agricultores que adoptan tecnologías avanzadas y técnicas de cultivo de precisión.

Tabla 13

Tipo de Maquinaria Requerida

Maquinarias	Detalle
Tractores y Equipos de Labranza	Clientes que necesitan maquinaria para preparar el suelo
Equipos de Riego y Fertilización	Agricultores que buscan sistemas de riego y fertilización eficientes
Cosechadoras y Procesadores	Productores interesados en maquinaria para la cosecha y procesamiento de cultivos

Tabla 14

Capacidad Financiera

Capacidad	Detalle
Alta Inversión	Clientes que tienen recursos financieros para adquirir equipos de alta gama.
Presupuesto Limitado	Agricultores que buscan soluciones asequibles para sus necesidades

La segmentación de clientes permite a la empresa personalizar sus estrategias de marketing, promoción y servicio al cliente para atender a las necesidades únicas de cada grupo. Esto resulta en una relación más sólida y duradera con los clientes, así como en un aumento en las oportunidades de ventas y fidelización.

Planificación de estrategias a largo plazo para la fidelización de clientes

Esta planificación es fundamental para asegurar un crecimiento sostenible y relaciones duraderas con los clientes. A continuación, se muestra un plan detallado que se podrá aplicar en la empresa Importsesa:

Definición de objetivos a largo plazo

Establecer metas claras para la retención y fidelización de clientes, como aumentar la tasa de retención de clientes en un cierto porcentaje durante un período determinado.

Análisis de la situación actual:

Evaluar la base o cartera de clientes existentes, identificando quiénes son los clientes más leales y qué tipo de maquinaria han adquirido, para promocionar aquella maquinaria con la que no cuentan, ofreciendo algún beneficio extra como una evaluación de su maquinaria anterior gratis, mediante nuestra empresa aliada.

Estudiar la competencia, analizar cómo otras importadoras de maquinarias agrícolas están abordando la fidelización de clientes y recopilar datos, utilizando sistemas de gestión de relaciones con el cliente (CRM) para reunir información sobre las interacciones y preferencias de tus clientes.

Segmentación de clientes

Dividir a los clientes en segmentos basados en criterios como el tipo de maquinaria adquirida, la frecuencia de compra y el volumen de compras, esto te permitirá personalizar las estrategias de fidelización según, las necesidades y características de cada segmento.

Creación de programas de fidelización

Diseñar un programa de recompensas, como ofrecer incentivos, descuentos o regalos a los clientes que realicen compras repetidas o refieran a otros clientes.

Comunicación y compromiso continuo

Mantener una comunicación regular con tus clientes a través de mensajes de textos informativos, redes sociales, correos electrónicos y eventos presenciales donde los clientes puedan aprender sobre las últimas tecnologías y mejores prácticas en la agricultura, creando contenido relevante mediante redes sociales, publicar información útil sobre el uso, mantenimiento y mejoras en la maquinaria agrícola para mantener a los clientes comprometidos.

Feedback y mejora constante

Solicitar retroalimentación regular de los clientes sobre sus experiencias con los productos, utilizando los comentarios para identificar áreas de mejora y realizar ajustes en el enfoque de la fidelización.

Adaptación constante

Mantener un plan de fidelización flexible y adaptable a medida que cambian las necesidades del mercado y de los clientes ya que este no es un proceso estático, sino una inversión continua en la relación con los clientes. A medida que se implementan estrategias y se ajusta el enfoque en función de los resultados, se estará en el camino correcto para cultivar relaciones sólidas y duraderas con los clientes en el sector de maquinaria agrícola.

Estrategias corporativas

Las estrategias corporativas para la empresa Importsesa deberán estar diseñadas para impulsar el crecimiento sostenible, mejorar la competitividad en el mercado y fortalecer la posición de la empresa.

Se detallan algunas estrategias claves:

Diversificación de productos

Ampliar la gama de maquinarias agrícolas que se ofrecen para satisfacer las diversas necesidades de los agricultores, como pueden ser: tractores, cosechadoras, implementos agrícolas, equipos de riego y a un futuro poder importar productos tecnológicos e innovadores como drones que se están usando para la fumigación de los cultivos.

Figura 16

Nueva Tecnología



Nota. Infoagro 04/08/2023. <https://n9.cl/zoguk>

Investigación y desarrollo

Invertir en la investigación y el desarrollo de productos innovadores que se adapten a las últimas tendencias y tecnologías en la industria agrícola, como la automatización y la agricultura de precisión.

Relaciones con fabricantes

Establecer relaciones sólidas con fabricantes y proveedores de maquinarias agrícolas en diferentes partes del mundo para asegurarse en ofrecer productos de alta calidad y con las últimas características innovadoras.

Expansión geográfica

A futuro considerar la posibilidad de expandir las operaciones a nuevas ciudades del país o regiones donde la demanda de las maquinarias agrícolas esté creciendo.

Alianzas estratégicas

Colaborar con otras empresas en la industria agrícola, como proveedores de insumos, empresas de servicios agrícolas o productos que no estén dentro del catálogo de maquinarias, para crear sinergias y expandir el alcance.

Marketing y promoción

Desarrollar campañas de marketing efectivas mediante la página web de la empresa Importsesa, donde se destaquen las características únicas de los productos que se podrán ofrecer y los beneficios que estos aportan a los agricultores al tecnificar sus cultivos.

Sostenibilidad y responsabilidad social

Adoptar las prácticas sostenibles en la cadena de suministro y promover la responsabilidad social empresarial, lo que puede resonar positivamente entre los clientes conscientes con el medio ambiente.

Figura 17

Agronomía sostenible



Nota. Adaptado <https://educacionenmanagement.espaee.edu.ec/como-contribuir-desarrollo-sostenible-cadena-de-suministros/>

Tecnología

Utilizar herramientas tecnológicas como las plataformas en línea para la compra y seguimiento de productos, así como sistemas de gestión para mantener una visión integral de las operaciones.

Investigación de mercado constante

Mantener un seguimiento cercano de las tendencias de la industria agrícola y las preferencias cambiantes de los agricultores para adaptar en la oferta.

Evaluación y mejora continúa

Revisar regularmente y evaluar las estrategias corporativas aplicadas por determinado tiempo, para identificar las áreas de mejora y ajustar el enfoque según las condiciones del mercado. Al combinar estas estrategias y personalizarlas según las circunstancias y objetivos específicos la empresa Importsesa S.A., podrá lograr un mejor posicionamiento para alcanzar el éxito a largo plazo y construir relaciones sólidas con los agricultores y clientes del sector.

Marketing Mix

El marketing mix, también conocido como las 4P del marketing (Producto, Precio, Plaza y Promoción), es un conjunto de estrategias que las empresas utilizan para promocionar y comercializar sus productos o servicios. (Viviana Fernández Marcial, 2015, p.65)

Figura 18

Variables del Marketing mixto



Nota: Tomado de <https://www.econfinados.com/post/marketing-mix-elementos-y-ciclo-de-vida-del-producto>

A continuación, se presenta cómo aplicar el marketing mix a una importadora de maquinaria agrícola:

Producto:

Definir una amplia gama de maquinaria agrícola de excelente calidad que se adapte a las necesidades y demandas de los agricultores, ofreciendo productos innovadores que incorporen las últimas tecnologías y características relevantes para la industria agrícola y verificando que los productos cumplan con los estándares de seguridad y regulaciones nacionales e internacionales.

Precio:

Realizar un análisis de costos y establecer precios competitivos en función del valor percibido por los clientes y de los precios de la competencia, así como también, considerar la posibilidad de ofrecer recompensas por la compra de alguna maquinaria agrícola, lo cual haría más atractivo la adquisición de los productos a los agricultores.

Plaza (Distribución):

Establecer una red de distribución efectiva para llegar a los agricultores de manera eficiente, captando también a clientes que se dediquen a la venta de maquinarias agrícolas (freelance), considerar la venta directa a través de un sitio web, así como a través de vendedores y empresas que se dediquen a la venta de insumos o productos agrícolas.

Promoción:

Desarrollar una estrategia de promoción que resalte los beneficios y características únicas de las maquinarias agrícolas que la empresa Importsesa S.A. puede importar, de acuerdo al análisis de precios y factores en la logística se podrán otorgar descuentos o recompensas.

Realizar demostraciones en vivo de maquinaria agrícola en eventos agrícolas locales, ferias comerciales o alianzas con el Municipio de la provincia de Los Ríos o con el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Ofrecer descuentos promocionales en momentos clave del año, como el inicio de la temporada de siembra o cosecha, utilizando las redes sociales y otras plataformas digitales para llegar a una amplia audiencia y lograr crear una comunidad en línea de agricultores interesados.

El marketing mix no es estático y debe adaptarse según las necesidades cambiantes de los clientes y las condiciones del mercado. Además, la atención al cliente, el servicio postventa y la construcción de relaciones sólidas también son componentes esenciales para el éxito a largo plazo de una importadora de maquinaria agrícola.

Consumidor satisfecho

Obtener un consumidor satisfecho implica un enfoque integral, el mismo que abarca desde la calidad de los productos hasta la comunicación postventa.

A continuación, algunos pasos clave para lograrlo:

Ofrecer productos de alta calidad

Hay que asegurar que los productos que se importan sean de la más alta calidad y cumplan con los estándares de seguridad y rendimiento esperados en la industria agrícola.

Comunicación transparente

Proporcionar información clara, detallada y precisa sobre los productos que se importan, sus características y beneficios. Ser transparente en cuanto a precios, opciones de financiamiento y garantías.

Servicio postventa de calidad

Garantizar que los clientes puedan acceder a servicios de mantenimiento, reparación y repuestos de manera oportuna con la atención por parte de nuestros aliados que son especialistas en esta rama.

Mantener una línea abierta de comunicación para atender cualquier problema que puedan enfrentar y resolverlo de manera rápida y efectiva.

Solución de problemas de manera proactiva

Anticiparse a posibles problemas y brindar soluciones antes de que los clientes los enfrenten, logrará la fidelización del cliente. Comunicar las soluciones de manera proactiva para demostrar tu compromiso con la satisfacción del cliente.

Personalización

Tratar a cada uno de los clientes como único y personalizar sus interacciones y soluciones de acuerdo con sus necesidades y circunstancias particulares.

Relaciones a largo plazo

Cultivar relaciones duraderas con los clientes, mostrando interés en su éxito y en cómo los productos que ofrecerá Importsesa S.A. pueden contribuir a ello.

Costo para satisfacer

El "costo a satisfacer" no solo implica el costo financiero directo en el contexto de una importadora de maquinaria agrícola. Se refiere también a todos los recursos y esfuerzos necesarios para garantizar que los clientes estén satisfechos y tengan una experiencia positiva con los productos y servicios. Estos costos pueden ser tangibles e intangibles. Se detallan algunos aspectos a considerar:

Costos tangibles

Los costos de adquirir maquinaria agrícola de alta calidad para importar pueden ser significativos, así como también los costos de operación de la empresa, como alquiler de instalaciones, personal, logística y marketing.

Costos intangibles

La dedicación de tiempo y recursos para brindar un excelente servicio al cliente y solucionar problemas. El invertir en la construcción y mantenimiento de una sólida reputación y marca en la mente de los clientes. Son años de servicios que el dueño del negocio ha tenido en este sector, por lo que mantiene una ventaja ante la competencia.

Pérdida de oportunidades

Garantías y devoluciones: Los costos asociados con garantías, devoluciones y reemplazos de productos defectuosos o insatisfactorios, son perjudiciales para la empresa, lo que provocaría clientes insatisfechos que pueden generar costos indirectos a través de la pérdida de ventas futuras y la mala publicidad.

Marketing y promoción

Los gastos en campañas de marketing para atraer y retener a los clientes, como los programas de fidelización, son incentivos y descuentos ofrecidos a los clientes para fomentar la lealtad y la repetición de compras.

Innovación y mejora constante

Inversión en la Investigación y desarrollo: Los recursos destinados a la investigación y desarrollo de productos y servicios innovadores que satisfagan las necesidades cambiantes en el sector de la agricultura.

Comunicación y gestión de relaciones

Costos de comunicación: Los gastos relacionados con mantener una comunicación efectiva con los clientes, ya sea a través de correos electrónicos, llamadas telefónicas o eventos.

En resumen, el costo a satisfacer es un equilibrio entre los recursos invertidos y los beneficios obtenidos al construir relaciones sólidas con los clientes y crear una base de clientes leales y satisfechos. Si bien puede requerir inversiones significativas, los resultados pueden incluir un aumento en la lealtad del cliente, recomendaciones positivas y una ventaja competitiva en el mercado.

Comodidad del cliente

Generar comodidad para los clientes de la empresa es esencial para brindarles una experiencia positiva y fortalecer la relación con la empresa.

A continuación, se detallan algunas estrategias para lograrlo:

Atención al cliente amigable y profesional

Capacitar a la persona de ventas y atención al cliente para que ofrezca un excelente servicio al cliente cálido y atento, respondiendo a las preguntas y preocupaciones de manera profesional y amigable.

Comunicación clara y transparente

Proporcionar información detallada sobre los productos, procesos de compra, garantías y políticas de devolución para que los clientes se sientan informados y seguros.

Experiencia de compra fluida

Simplificar el proceso de compra tanto de forma directa mediante el personal de ventas o en línea, asegurándose de que sea fácil de entender y comprar.

Opciones de financiamiento

De acuerdo con el giro del negocio, se podrá ofrecer opciones de financiamiento para que la compra sea más accesible y conveniente para los clientes.

Demostraciones

Proporcionar la oportunidad para que los clientes observen testimonios de otros clientes que han comprado maquinarias agrícolas, mostrando la funcionabilidad del producto a través de demostraciones en video.

Entrega y logística eficiente

Garantizar entregas puntuales y seguras de los productos, minimizando los tiempos de espera, las preocupaciones de los clientes, logrando optimizar la logística al realizar la entrega de forma rápida.

Capacitación

Tener personal de venta altamente capacitado, permite ofrece programas de capacitación para que los clientes aprendan a utilizar la maquinaria de manera efectiva y segura, lo que aumentará su confianza.

Recompensas y programas de lealtad

Crear programas de recompensas para clientes leales, ofreciendo descuentos, regalos u ofertas especiales como agradecimiento por su confianza.

Plataformas digitales amigables

Diseñar una plataforma en línea fácil de usar donde los clientes puedan explorar productos, obtener información y realizar compras de manera conveniente.

Generar comodidad al cliente implica considerar cada punto de contacto con la empresa y asegurarse de que sea lo más positivo y conveniente posible. Al hacerlo, podrás fomentar relaciones sólidas y duraderas con tus clientes en el sector de maquinaria agrícola.

Comunicación

Una estrategia de comunicación sólida es esencial para promover la empresa y cualquier negocio, establecer conexiones efectivas con los clientes y el público objetivo. A

continuación, se detalla un plan general de estrategia de comunicación para la importadora de maquinaria agrícola Importsesa S.A.:

Definir Objetivos:

Establece objetivos claros de comunicación, como aumentar el conocimiento de la marca, generar ventas, educar al público sobre las características de los productos, etc.

Segmentación del Público Objetivo:

Identificar y segmentar la audiencia en función de las necesidades, ubicación, tamaño del sector agrícola, preferencias y características demográficas.

Canales de Comunicación:

Utilizar una combinación de canales de comunicación para llegar a la audiencia, como redes sociales, sitio web, eventos agrícolas, ferias comerciales, publicidad en línea y tradicional, medios especializados en agricultura, entre otros.

Contenido de Valor:

Crear contenido relevante y valioso para los clientes, como videos instructivos sobre cómo usar y mantener la maquinaria, blogs sobre tendencias en agricultura, estudios de casos de éxito, etc.

Redes Sociales:

Utilizar plataformas de redes sociales para compartir contenido, interactuar con los seguidores, responder preguntas y construir una comunidad en línea.

Relaciones con la Prensa:

Establecer relaciones con los medios de comunicación agrícolas para obtener cobertura y visibilidad en revistas, sitios web y programas de televisión relacionados con la agricultura.

Colaboraciones y Asociaciones:

Colaborar con agricultores, asociaciones agrícolas y otros actores del sector para demostrar el compromiso de la empresa con la comunidad agrícola.

Testimonios y Casos de Éxito:

Mostrar testimonios y casos de éxito de clientes satisfechos para generar confianza y credibilidad en los productos y servicios comercializados.

Estrategia funcional

Una estrategia funcional es un conjunto de acciones y decisiones específicas que se toman en áreas funcionales clave de una organización para lograr los objetivos generales de la empresa. (Estrategia funcional u operativa, 2015)

A continuación, se detalla una estrategia funcional para ser aplicada en la empresa Importsesa:

Área Funcional: Ventas y Marketing

Su objetivo se centra en aumentar la visibilidad de la empresa y generar un mayor interés en los productos.

Acciones:

1. Segmentación del Mercado: Identificar y segmentar a los agricultores y explotaciones agrícolas según sus necesidades, tamaño y ubicación.
2. Desarrollo de Mensajes Clave: Crear mensajes que destaquen la calidad, innovación y ventajas competitivas de la maquinaria agrícola.
3. Canales de Comunicación: Utilizar medios especializados en agricultura, redes sociales, anuncios en línea y presencia en ferias agrícolas para llegar a la audiencia objetivo.
4. Contenido Relevante: Crear contenido educativo, como tutoriales de uso, consejos de mantenimiento y estudios de caso.
5. Programas de Fidelización: Implementar programas de lealtad que recompensen a los clientes recurrentes con descuentos y ofertas especiales.
6. Colaboraciones: Establecer alianzas con asociaciones agrícolas y grupos locales para aumentar la credibilidad y la presencia en la comunidad agrícola.
7. Seguimiento y Análisis: Medir el rendimiento de las campañas y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos.

Área Funcional: Operaciones y Logística

Su objetivo principal es garantizar un flujo eficiente de maquinaria agrícola desde la adquisición hasta la entrega al cliente.

Acciones:

1. **Gestión de Inventario:** Para las empresas importadoras dedicadas a la comercialización de productos de maquinaria agrícolas se recomienda mantener un inventario adecuado para cumplir con la demanda y evitar exceso o escasez.
2. **Relación con Proveedores:** Establecer relaciones sólidas con proveedores de maquinaria para asegurar la disponibilidad y calidad constante de los productos.
3. **Optimización de Logística:** Mejorar la planificación de rutas y tiempos de entrega para garantizar entregas a tiempo y minimizar los costos.
4. **Control de Calidad:** Es de gran importancia implementar procesos de control de calidad para asegurar que los productos cumplan con los estándares requeridos antes de la entrega.

Área Funcional: Finanzas

Su Objetivo es mantener la salud financiera y la rentabilidad de la empresa.

Acciones:

1. **Gestión de Flujo de Efectivo:** Monitorear el flujo de efectivo para asegurarse de que haya suficiente liquidez para operaciones y pagos.
2. **Control de Gastos:** Gestionar los gastos operativos y administrativos de manera eficiente para mantener márgenes saludables.
3. **Evaluación de Riesgos:** Identificar y gestionar los riesgos financieros, incluido el riesgo de tipo de cambio considerando los productos son importados de otros países.
4. **Análisis de Rentabilidad:** Evaluar regularmente la rentabilidad de los productos y los clientes para tomar decisiones informadas sobre precios y estrategias de ventas.
5. **Negociación de Financiamiento:** Buscar oportunidades de financiamiento a corto y largo plazo que respalden el crecimiento y las operaciones de la empresa.

Estrategia de amplia diferenciación

La estrategia de amplia diferenciación implica crear productos y servicios únicos en el mercado que sean percibidos por los clientes como valiosos y distintivos. A continuación, se presenta una estrategia de amplia diferenciación adaptada a la empresa Importsesa:

1. **Innovación Tecnológica:** Colaborar con fabricantes líderes para ofrecer maquinaria agrícola de última generación con tecnología avanzada, como sistemas de GPS para el control de cultivos, automatización y telemetría.
2. **Calidad y durabilidad superiores:** Garantizar que los productos que se ofrecen sean conocidos por su alta calidad y durabilidad, respaldados por garantías sólidas y un servicio de atención al cliente excepcional.
3. **Diseño Personalizado:** Ofrecer la opción de personalizar la maquinaria de acuerdo con las necesidades específicas de cada cliente, como el tipo de cultivo, el tamaño de la explotación y las condiciones del terreno.
4. **Eficiencia Energética y Ambiental:** Priorizar la oferta de maquinaria que sea energéticamente eficiente y amigable con el medio ambiente, destacando cómo ayuda a los agricultores a reducir costos y su huella ecológica.
5. **Capacitación y asesoramiento técnico:** Proporcionar programas de capacitación y asesoramiento técnico a los clientes para garantizar que utilicen eficientemente la maquinaria y aprovechen todas sus características y funciones.
6. **Relaciones con la Comunidad Agrícola:** Construir relaciones sólidas con asociaciones agrícolas, cooperativas y agricultores locales para demostrar el compromiso de la empresa con la comunidad agrícola y entender sus necesidades.
7. **Campañas de concienciación:** Educar a los agricultores sobre los beneficios de utilizar maquinaria moderna y cómo puede mejorar la eficiencia, la productividad y la rentabilidad al momento de cosechar.
8. **Presencia en eventos agrícolas:** Participar en ferias y exposiciones agrícolas para exhibir los productos diferenciados y establecer conexiones directas con los agricultores.
9. **Marketing Emocional:** Comunicar historias emotivas sobre cómo las maquinarias agrícolas has impactado positivamente en la vida de los agricultores y en la producción de alimentos.

10. **Compromiso Continuo con la Innovación:** Mantener un enfoque constante en la investigación y desarrollo para ofrecer productos cada vez más innovadores y únicos en el mercado.

Al implementar esta estrategia de amplia diferenciación, la empresa puede destacarse en un mercado competitivo al ofrecer productos y servicios que agregan un valor significativo a los agricultores y satisfacen sus necesidades específicas.

Estrategia de enfoque de nicho de mercado basado en diferenciación

La estrategia de enfoque de nicho basada en diferenciación implica centrarse en un segmento específico y especializado del mercado y ofrecer productos y servicios altamente diferenciados que satisfagan las necesidades únicas de ese nicho. (Carrillo, 2022, p21)

A continuación, se presenta una estrategia de enfoque de nicho basada en diferenciación para una importadora de maquinarias agrícolas:

Nicho de Mercado: Pequeños Agricultores Orgánicos

1. **Investigación y segmentación:** Investigar a fondo las necesidades, deseos y desafíos específicos de los pequeños agricultores orgánicos. Segmentar este nicho en función de su ubicación geográfica, tamaño de la explotación y cultivos específicos.
2. **Maquinaria especializada:** Identificar y seleccionar maquinaria agrícola que sea especialmente adecuada para las prácticas orgánicas, como tractores compactos, equipos de siembra directa y sistemas de control de malezas.
3. **Tecnología de Agricultura Sostenible:** Diferenciar la oferta al proporcionar maquinaria con tecnologías sostenibles, como sistemas de riego eficientes, energía renovable para maquinaria y prácticas de conservación del suelo.
4. **Servicios personalizados:** Ofrecer asesoramiento personalizado y capacitación para ayudar a los pequeños agricultores a aprovechar al máximo la maquinaria y las prácticas agrícolas sostenibles.
5. **Promoción de la sostenibilidad:** Comunicar cómo la maquinaria ayuda a los agricultores a adoptar prácticas más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, lo que podría ser un punto clave para este nicho.
6. **Alianzas estratégicas:** Colaborar con organizaciones y asociaciones relacionadas con la agricultura orgánica para establecer la credibilidad y llegar a un público más amplio dentro de este nicho.

7. Marketing especializado: Utilizar canales de comunicación dirigidos, como medios especializados en agricultura orgánica, blogs y foros en línea, para llegar a los pequeños agricultores orgánicos.
8. Eventos y talleres especializados: Organizar eventos, talleres y demostraciones específicas para pequeños agricultores orgánicos, donde puedan conocer las maquinarias y obtener información valiosa.
9. Monitoreo y Retroalimentación: Mantener una comunicación constante con los clientes de este nicho para recopilar comentarios y ajustar tus productos y servicios según sus necesidades cambiantes.

Al enfocarse en un nicho específico como los pequeños agricultores orgánicos y ofrecer soluciones altamente diferenciadas y especializadas, se podrá crear una propuesta de valor única que resuene en los clientes y genere lealtad a tu marca.

Capítulo 4

Viabilidad económica

Demanda actual del mercado

Al tratar la demanda actual del mercado encontramos varios principales importadores que se dedican a la importación de maquinarias agrícolas quienes ofrecen los productos con financiamiento o pago al contado con un mayor costo en comparación a lo proyectado a vender en la empresa Importsesa S.A., esto es debido a que el gasto es demasiado elevado, lo cual en la empresa Importsesa S.A. se evita al máximo para poder ofrecer a los agricultores productos de excelente calidad a bajos costos.

Unos de los principales importadores de maquinaria agrícola a nivel nacional son:

Tabla 15

Importadores de maquinarias agrícolas

Empresa	Dirección	Teléfono	email
Motrac	Babahoyo - Av. Enrique Ponce Luque y Av. Juan Marcos Esq.	052733362	info@motrac.com
Farmagro	Via Daule Km. 7,5	042256000	info@farmagro.com
Ecuaquimica	Quito - 10 de agosto y Gaspar de Villaroel	02451622	agro@ecuaquimica.com.ec
Ilga Importadora	Matriz Guayaquil Cdla. Adace calle B #415 y calle 10ma	043919400	web@ilgaimportadora.com

Crecimiento de la demanda

El crecimiento de la demanda se refiere al aumento en la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos y son capaces de adquirir a un precio dado en un período de tiempo específico. (Cómbita, s.f)

El crecimiento de la demanda de una importadora de maquinaria agrícola puede ser influenciado por una serie de factores específicos de la industria agrícola y las condiciones

del mercado. Se detallan algunos factores que podrían contribuir al crecimiento de la demanda de una importadora de maquinaria agrícola.

Modernización Agrícola

A medida que la tecnología agrícola avanza, los agricultores pueden buscar maquinaria más avanzada y eficiente para mejorar la productividad y reducir costos.

Incremento en la Producción de Alimentos

El Ecuador a pesar de ser un país pequeño, se encuentra en constante crecimiento poblacional que de acuerdo con (¿Cuántos habitantes hay en Ecuador?, 2023) indica que el 50,4% de habitantes son mujeres y el 49,6% de habitantes son hombres con una proyección de crecimiento de 249.751 habitantes cada año, es por esta razón que se ve la necesidad de aumentar la producción de alimentos que pueden llevar a la adquisición de maquinaria más avanzada y de mayor capacidad para cubrir la demanda.

Cambio en las Prácticas Agrícolas

La adopción de prácticas agrícolas más sostenibles y eficientes puede requerir maquinaria y herramientas especializadas que se adapten a estas prácticas. Por ejemplo, la implementación de datos del GPS, considerado como la tecnología agrícola de precisión que permite mejorar la productividad, y aporta a la reducción del desperdicio en insumos como semillas, fertilizantes, combustible entre otros. (Sergieieva, 2023c)

Aumento en la Superficie de Cultivo

La expansión de las áreas cultivadas puede aumentar la demanda de maquinaria agrícola para preparar, sembrar y cosechar las tierras.

Programas de Modernización y Subsidios

Los gobiernos pueden implementar programas de modernización agrícola o proporcionar subsidios para la adquisición de maquinaria, lo que puede estimular la demanda. El (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019) ha realizado programas de capacitación, entrega de equipos e insumos a los agricultores en la provincia de Los Ríos, lo cual ayuda a una evolución rápida en el proceso de cultivo.

Mejora en la Eficiencia de Costos

La inversión en maquinaria moderna puede resultar en una reducción de costos a largo plazo debido a una mayor eficiencia y menor necesidad de mano de obra. En referencia (Intriago, 2019) expresa que:

La agricultura es una ocupación importante en Ecuador, con más del 60% de su población que depende de ella directa o indirectamente para su sustento. Proporciona la mayor parte del empleo, los ingresos y los alimentos para la población en rápido crecimiento, así como el suministro de materias primas para las industrias agrícolas. La producción agrícola mundial actual tiene una tasa de crecimiento promedio de 1.8% en comparación con el 3% en la década de 1960 y, por lo tanto, a un ritmo menor que el crecimiento demográfico. El Banco Mundial ha demostrado que en Suramérica el aumento anual de alimentos debe alcanzar el 4%, es decir, más del doble de la cifra actual para lograr la seguridad alimentaria. (p 292)

Cambio Generacional en la Agricultura

La llegada de una nueva generación de agricultores puede impulsar la adopción de tecnología y maquinaria más avanzada.

Tendencias de Agricultura de Precisión

La agricultura de precisión, que utiliza tecnologías como GPS y telemetría, puede requerir maquinaria especializada que sea compatible con estas técnicas.

Adaptación al Cambio Climático

Los cambios en los patrones climáticos pueden requerir maquinaria que pueda enfrentar condiciones climáticas adversas y eventos extremos.

Exportaciones y Comercio Internacional

La demanda de maquinaria agrícola puede aumentar en áreas que buscan expandir su producción para el comercio internacional. De acuerdo con un estudio realizado por (Delgado, 2021) en el Ecuador, la demanda de maquinaria agrícola puede aumentar en áreas que buscan expandir su producción para el comercio internacional. De acuerdo con un estudio realizado por (Delgado, 2021) afirma que Ecuador es un país eminentemente agrícola, utiliza una tecnología avanzada procedente de otros países, en el 2017 llegaron maquinas

agrícolas de China con un aporte de 26.22%, seguido de Brasil con 14.93%, Estados Unidos 10.96%, Italia 4.53% y España con 2.73%, dejando un 40.63% de margen para otros. (p27)

Esto señala la importancia de la implementación de las maquinarias agrícolas, para cumplir con la producción de cultivos tanto para el mercado nacional como para el internacional.

Educación y Concientización

La educación sobre los beneficios de la maquinaria agrícola moderna y cómo puede aumentar la productividad puede estimular la demanda.

Eventos y Ferias Agrícolas:

La participación en ferias y eventos agrícolas puede aumentar la visibilidad de la importadora y atraer a potenciales clientes interesados en maquinaria.

Es importante que la importadora esté atenta a estos factores y realice análisis de mercado para comprender cómo evoluciona la demanda en la industria agrícola. Adaptarse a las tendencias cambiantes y ofrecer maquinaria que satisfaga las necesidades actuales y futuras de los agricultores puede ser clave para el crecimiento exitoso de la demanda.

Crecimiento Esperado

Tabla 16

Crecimiento esperado

INGRESOS	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Lancer PPO 900	\$4.828,16	\$14.484,48	\$15.932,93	\$17.526,22	\$19.278,84	\$21.206,73
Lancer Máster 1500	\$22.952,80	\$15.301,86	\$16.832,05	\$18.515,26	\$20.366,78	\$22.403,46
Roter 300	\$29.947,22	\$19.964,81	\$21.961,30	\$24.157,42	\$26.573,17	\$29.230,48
Rot. Tiller GDT 250	\$11.606,15	\$23.212,31	\$25.533,54	\$28.086,89	\$30.895,58	\$33.985,14
Tanker JM 8000	\$17.338,46	\$34.676,92	\$38.144,62	\$41.959,08	\$46.154,98	\$50.770,48
Trituradora FC 200 SV	\$17.865,69	\$17.865,69	\$19.652,26	\$21.617,49	\$23.779,24	\$26.157,16
Sembradora JM 4 L	\$79.615,38	\$398.076,92	\$437.884,62	\$481.673,08	\$529.840,38	\$582.824,42
Sembradora JM 15 L	\$0,00	\$23.566,15	\$25.922,77	\$28.515,05	\$31.366,55	\$34.503,21
Sembradora JM 17 L	\$0,00	\$28.838,46	\$31.722,31	\$34.894,54	\$38.383,99	\$42.222,39
TOTAL	\$184.153,87	\$575.987,62	\$633.586,38	\$696.945,02	\$766.639,52	\$843.303,47

Se considera que a partir del segundo año completo, el crecimiento esperado en ingresos sea del 10%, con la estrategias de ventas aplicadas y las alianzas es posible que estos resultados sean los obtenidos.

Balance Inicia

Tabla 17

Balance inicial Importsesa

Activo	Valores
Caja	\$ 0
Cuentas por cobrar	\$ 0
Créditos fiscales	\$ 0
Inventarios	\$ 0
Activo corriente	\$ 0
Inversiones	\$ 55.369
Amortizaciones acumuladas	\$ 0
Activo no corriente	\$ 55.369
Total, Activo	\$ 55.369
Cuentas por pagar	\$ 0
Deudas de corto plazo	\$ 27.219
Pasivo corriente	\$ 27.219
Deudas de largo plazo	\$ 0
Pasivo no corriente	\$ 0
Aportes netos de los dueños	\$ 28.150
Resultados acumulados	\$ 0
Patrimonio neto	\$ 28.150
Pasivo + Patrimonio	\$ 55.369

En el balance inicial de la empresa Importsesa inicia sus actividades en el mes de Septiembre del año 2023, para lo cual cuenta con aporte por parte del dueño del negocio de \$28.150,00, realiza una adquisición de un vehiculo a pagar a 1 año (12 meses), por lo cual el monto de inversion inicial es de \$55.369,00.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 18

Estado de resultado

Estado de resultado	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Ventas	184.154	575.988	633.586	696.945	766.640	843303
Costo de ventas	(119.700)	(374.392)	(411.831)	(453.014)	(498.316)	(548147)
Margen bruto	64.454	201.596	221.755	243.931	268.324	295156
Salarios	(14.840)	(44.520)	(45.856)	(47.231)	(48.648)	-50108
Otros gastos fijos	(21.719)	(58.711)	(61.077)	(62.909)	(64.796)	-66740
Gastos fijos	(36.559)	(103.231)	(106.932)	(110.140)	(113.445)	-116848
Resultado operativo	27.895	98.365	114.823	133.790	154.879	178308
Depreciación/ Amortización	(3.381)	(6.144)	(6.144)	(6.144)	(6.144)	-4146
Pago de intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	0
Ingresos y egresos extra	-	-	-	-	-	0
Subsidios y donaciones	-	-	-	-	-	0
Impuestos	(8.470)	(33.123)	(8.362)	(1.207)	(2.323)	-35657
Resultado neto	16.044	58.251	100.317	126.440	146.412	138505

El presente estado de resultados (Estado de perdidas y Ganacias) de la empresa Importsesa, se observa que tiene una ganacia de \$16.044,00 en el primer corte del año 2023, efectuando las actividades durante 4 meses (septiembre a diciembre), el cual para los siguientes años la utilidad incrementa.

Pronóstico de Ventas

Se considera una proyección de ventas anual de 34 maquinarias y mensual entre 3 a 5, los cuales permitirá obtener una estabilidad financiera, con el que se podrá cubrir las obligaciones de la empresa.

Tabla19

Pronóstico de ventas

Ingresos	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Ventas	\$184.153,87	\$575.987,62	\$633.586,38	\$696.945,02	\$766.639,52	\$843.303,47
Total, ingresos	\$184.153,87	\$575.987,62	\$633.586,38	\$696.945,02	\$766.639,52	\$843.303,47

Figura 19

Pronóstico de venta 1

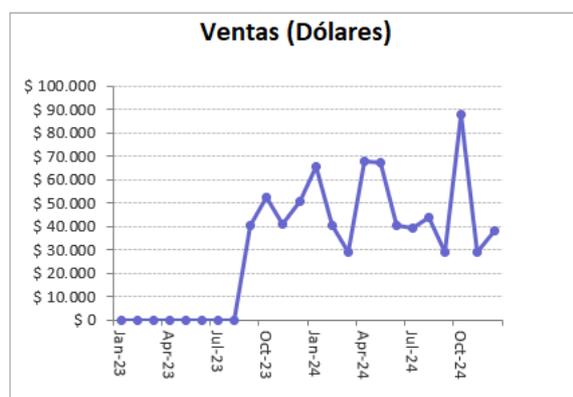
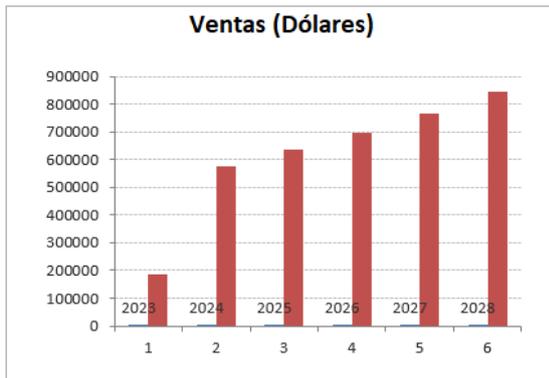


Figura 20

Pronóstico de venta 2



De acuerdo a lo analizado en el crecimiento de la demanda se espera tener unpronostivo de venta favorable, considerando un aumento del 10% anual sobre el monto de ventas del año completo anterior.

Punto de equilibrio

$$PE = CF / (P-CV)$$

$$PE = =56.602,00/ (47.999,00-31.199,33)$$

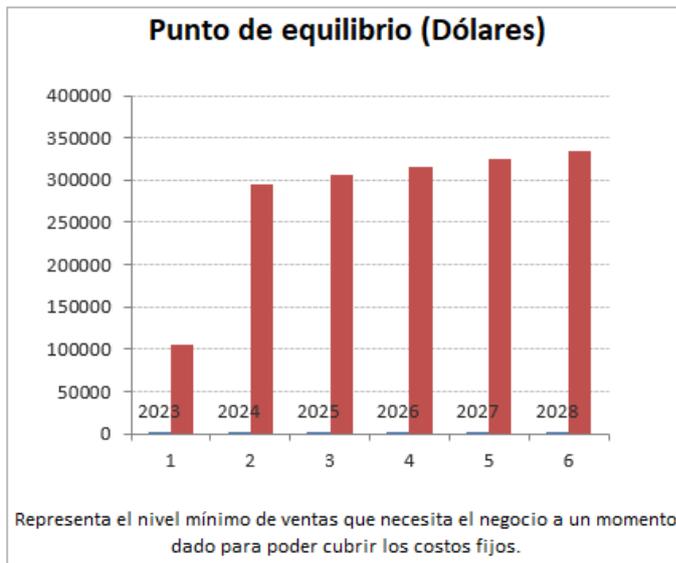
$$PE = 3.369$$

$$PE = 4 \text{ unidades mensuales}$$

$$PE= 48 \text{ máquinas anuales}$$

Figura 21

Punto de equilibrio



El punto de equilibrio indica que mensualmente se debe vender mínimo 4 maquinarias, para cubrir los costos y gastos de la empresa. Índices Financieros

Tabla 20**Pronóstico de venta por maquinarias anuales**

Maquinarias	Costo + Importación	Unidades Anuales	Costo Anual	Venta Anual	PVP	Costo Venta	% Costo Vtas
Lancer PPO 900	\$1.569,15	6	\$9.414,91	\$14.484,48	\$2.414,08	\$1.569,15	65%
Lancer Master 1500	\$4.973,11	2	\$9.946,21	\$15.301,86	\$7.650,93	\$4.973,11	65%
Roter 300	\$6.488,56	2	\$12.977,13	\$19.964,81	\$9.982,41	\$6.488,56	65%
Rot. Tiller GDT 250	\$7.544,00	2	\$15.088,00	\$23.212,31	\$11.606,15	\$7.544,00	65%
Tanker JM 8000	\$11.270,00	2	\$22.540,00	\$34.676,92	\$17.338,46	\$11.270,00	65%
Trituradora FC 200 SV	\$3.870,90	3	\$11.612,70	\$17.865,69	\$5.955,23	\$3.870,90	65%
Sembradora JM 4 L	\$17.250,00	15	\$258.750,00	\$398.076,92	\$26.538,46	\$17.250,00	65%
Sembradora JM 15 L	\$15.318,00	1	\$15.318,00	\$23.566,15	\$23.566,15	\$15.318,00	65%
Sembradora JM 17 L	\$18.745,00	1	\$18.745,00	\$28.838,46	\$28.838,46	\$18.745,00	65%
Totales		34	\$374.391,95	\$575.987,62			

Tabla 21

Estado de flujo de Efectivo proyectado al primer año completo

Flujo de Caja	2023	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24	jul-24	ago-24	sep-24	oct-24	nov-24	dic-24	2024
EFFECTIVO INICIAL	\$ 0	-\$ 8.698	\$ 7.728	-\$ 3.307	-\$ 4.392	-\$ 3.500	-\$ 5.368	-\$ 4.196	\$ 611	-\$ 772	-\$ 2.539	\$ 3.375	\$ 10.763	-\$ 8.698
Ventas	\$ 184.154	\$ 65.473	\$ 40.145	\$ 28.953	\$ 67.443	\$ 67.097	\$ 40.145	\$ 38.935	\$ 43.877	\$ 28.953	\$ 87.871	\$ 28.953	\$ 38.145	\$ 575.988
Costo de ventas	-\$ 119.700	-\$ 42.558	-\$ 26.094	-\$ 18.819	-\$ 43.838	-\$ 43.613	-\$ 26.094	-\$ 25.308	-\$ 28.520	-\$ 18.819	-\$ 57.116	-\$ 18.819	-\$ 24.794	-\$ 374.392
Salarios	-\$ 14.840	-\$ 3.710	-\$ 3.710	-\$ 3.710	-\$ 3.710	-\$ 3.710	-\$ 3.710	-\$ 3.710	-\$ 3.710	-\$ 3.710	-\$ 3.710	-\$ 3.710	-\$ 3.710	-\$ 44.520
Gastos fijos	-\$ 21.719	-\$ 5.911	-\$ 5.531	-\$ 5.363	-\$ 5.940	-\$ 5.935	-\$ 5.531	-\$ 5.513	-\$ 5.587	-\$ 3.095	-\$ 3.978	-\$ 3.095	-\$ 3.233	-\$ 58.711
Impuestos	-\$ 8.470	-\$ 4.557	-\$ 1.492	-\$ 144	-\$ 4.829	-\$ 4.798	-\$ 1.536	-\$ 1.400	-\$ 2.011	-\$ 1.021	-\$ 8.176	-\$ 1.021	-\$ 2.137	-\$ 33.123
Caja generada por operaciones	\$ 19.425	\$ 8.738	\$ 3.318	\$ 916	\$ 9.126	\$ 9.041	\$ 3.274	\$ 3.004	\$ 4.049	\$ 2.308	\$ 14.890	\$ 2.308	\$ 4.271	\$ 65.242
Variación cuentas a cobrar	-\$ 92.077	-\$ 32.737	-\$ 20.072	\$ 5.596	-\$ 7.451	-\$ 13.085	\$ 5.198	\$ 13.269	-\$ 1.866	\$ 0	-\$ 10.214	\$ 19.072	\$ 1.000	-\$ 41.289
Variación cuentas a pagar	\$ 74.176	\$ 14.755	\$ 8.169	-\$ 5.178	\$ 1.606	\$ 4.536	-\$ 4.971	-\$ 9.168	-\$ 1.298	-\$ 2.037	\$ 3.274	-\$ 11.955	-\$ 2.559	-\$ 4.826
Inversión en capital de trabajo	-\$ 17.901	-\$ 17.982	-\$ 11.903	\$ 418	-\$ 5.845	-\$ 8.549	\$ 227	\$ 4.101	-\$ 3.164	-\$ 2.037	-\$ 6.940	\$ 7.118	-\$ 1.559	-\$ 46.115
Inversiones	-\$ 55.369	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja libre	-\$ 53.845	-\$ 9.244	-\$ 8.585	\$ 1.334	\$ 3.281	\$ 492	\$ 3.501	\$ 7.105	\$ 885	\$ 271	\$ 7.951	\$ 9.425	\$ 2.712	\$ 19.127
Aportes de los dueños	\$ 28.150	\$ 28.150	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 28.150
Retiros de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 2.037	-\$ 2.037	-\$ 2.037	-\$ 2.039	-\$ 8.150
Flujo de caja de los dueños	\$ 28.150	\$ 28.150	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 2.037	-\$ 2.037	-\$ 2.037	-\$ 2.039	\$ 20.000
Deuda corto plazo	\$ 16.997	-\$ 2.480	-\$ 2.450	-\$ 2.419	-\$ 2.389	-\$ 2.359	-\$ 2.329	-\$ 2.299	-\$ 2.268	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 847
Deuda largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de la deuda	\$ 16.997	-\$ 2.480	-\$ 2.450	-\$ 2.419	-\$ 2.389	-\$ 2.359	-\$ 2.329	-\$ 2.299	-\$ 2.268	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 847
FLUJO DE CAJA DEL NEGOCIO	-\$ 8.698	\$ 16.426	-\$ 11.035	-\$ 1.085	\$ 892	-\$ 1.867	\$ 1.172	\$ 4.807	-\$ 1.383	-\$ 1.766	\$ 5.914	\$ 7.388	\$ 673	\$ 38.280
SALDO FINAL	-\$ 8.698	\$ 7.728	-\$ 3.307	-\$ 4.392	-\$ 3.500	-\$ 5.368	-\$ 4.196	\$ 611	-\$ 772	-\$ 2.539	\$ 3.375	\$ 10.763	\$ 11.436	\$ 29.582

Índices financieros

Tabla 22

Índice financiero

Índices (dólares)	2023	2024	2025	2026	2027
Índices de rentabilidad					
Rentabilidad sobre patrimonio neto (ROE)	36%	48%	45%	36%	30%
Rentabilidad sobre activos (ROA)	12%	30%	33%	29%	25%
Resultado neto / Ventas	9%	10%	16%	18%	19%
Resultado operativo / Ventas	15%	17%	18%	19%	20%
Índices operativos					
Días promedio de cobranza	180,0	83,4	90,0	90,0	90,0
Días promedio de pago	170,9	52,3	57,2	57,9	58,6
Días promedio de inventario	-	-	-	-	-
Caja / Activo	-6%	6%	41%	57%	66%
Índices de endeudamiento					
Deuda financiera / Activos	13%	0%	0%	0%	0%
Deuda financiera de corto plazo / deuda financiera total	100%	100%	100%	100%	100%

De acuerdo con el análisis financiero realizado, en el lapso de 4 años completos, los porcentajes en el índice de rentabilidad, índices operativos e índices de endeudamiento son favorables

Análisis de sensibilidad (proyecciones financieras de estados financieros y sensibilizaciones de escenarios, cálculos de TIR, VAN

Tabla 23

Análisis de sensibilidad 1

Detalle		Final del año 3	Final del año 5
Ganancia total del negocio	USD\$	59.729	328.902
Representa la ganancia (o pérdida) que genera el negocio a lo largo de los 5 años.			

En la presente imagen se observa que al finalizar el tercer año la empresa obtendrá una ganancia total del negocio de \$59,729.00 lo cual resulta favorable, y al finalizar el año 5 tiene una ganancia de \$328.902,00.

Tabla 24

Rentabilidad del negocio TIR

Rentabilidad del negocio TIR	Al final del año 3	Al final del año 5
La TIR (Tasa Interna de Retorno) es una fórmula que calcula la rentabilidad de un negocio en base a su flujo de caja.		
TIR sin perpetuidad	-4%	37%
Considera que el flujo de caja del negocio finaliza al año 5.		

Según el calculo de la tasa interna de retorno analizada en el lapso de 3 años, nos indica que aún no se obtiene el retorno esperado, mientras que al lapso de 5 años nos indica que se obtiene un porcentaje positivo del 37%, lo cual nos indica que el proyecto es viable a un tiempo de 4 años en adelante.

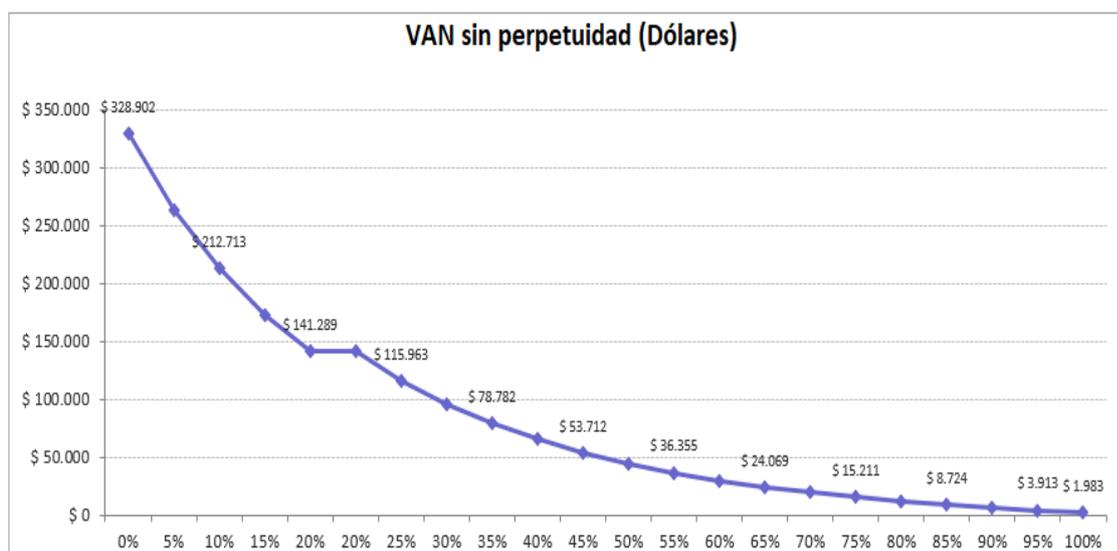
Tabla 25

Análisis del VAN

Valor del negocio (VAN)	Final del año 3	Final del año 5
El VAN (Valor Actual Neto) es una fórmula que calcula el valor de un negocio en base a su flujo de caja y la tasa de descuento.		
Tasa de descuento	25%	25%
Es la tasa a la que se descuenta el flujo de caja para calcular el VAN.		
VAN	USD\$ 115.963	150.947
Considera que el flujo de caja del negocio finaliza al año 5.		

Figura 23

Análisis de VAN



En el presente cuadro se observa que el cálculo realizado por el Valor Actual Neto (VAN), los resultados son positivos, respondiendo esto que al término de los 3 años se tendrá un VAN de \$115.963,00 y al finalizar el quinto año se obtiene \$150.947,00, considerando al proyecto viable para su implementación.

Conclusiones

- Se examinó el entorno empresarial mediante el análisis PESTEL y las 5 fuerzas de PORTER en la provincia de Los Ríos y se detectó que la zona es propicia para la empresa, pues existe una alta demanda de la agricultura de arroz y maíz, la utilización de maquinarias de alta tecnología ayudaría en gran medida a los agricultores de la provincia.
- Se definen las estrategias comerciales que contribuya al posicionamiento de la empresa en la provincia de Los Ríos.
- La ejecución de un Plan de negocio cumplirá con los objetivos del proyecto, mismo que tiene un valor financiero aproximado de 55.369 dólares.

Recomendaciones

De acuerdo con el análisis realizado en el presente diseño de plan de negocios se dan las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda mantener un seguimiento constante de las tendencias del mercado agrícola, las demandas cambiantes de los agricultores y las innovaciones en maquinaria, esto permitirá ajustar las ofertas según sea necesario para mantener la relevancia.
- Se recomienda establecer alianzas con fabricantes de maquinaria agrícola de renombre para asegurar un suministro constante de productos de alta calidad y acceder a nuevas tecnologías.
- Recomendamos el desarrollo de programas de capacitación y educación a los clientes sobre el uso eficiente y mantenimiento adecuado de la maquinaria. Esto fortalecerá las relaciones y garantizará un uso óptimo de los equipos.
- Continuar con el Desarrollo del plan de contingencia para hacer frente a posibles desafíos, como fluctuaciones en los precios de importación, cambios en las regulaciones o eventos inesperados.

Referencias

- BanEcuador (2023) Crédito al 1% de interés y a 30 años plazo. <https://n9.cl/h2k13>
- Belei, H y Belei, M, (2019) ¿Nueva maquinaria agrícola? La revolucionaria startup de dos brasileros que busca reemplazar al tractor y la pulverizadora. <https://n9.cl/ibg47>
- Carrillo, A. (2022). Diferenciación como herramienta de crecimiento empresarial caso: distribuidora DAMIC. Ecuador. <https://n9.cl/sq3ir>
- Castro, E. y Martín, G. (2019). Fundamentos de administración. Pearson Hispano América. <https://ucsg.vitalsource.com/books/9786073245104>
- Castro, J (2019a) Comercialización de maquinarias agroindustriales producidas por la empresa INMEGAR y su incidencia en las exportaciones hacia el mercado boliviano. <https://n9.cl/72sqg>
- Castro, J (2019b) Comercialización de maquinarias agroindustriales producidas por la empresa INMEGAR y su incidencia en las exportaciones hacia el mercado boliviano. <https://n9.cl/72sqg>
- Cómbita, G. (s.f). Origen y evolución de la teoría del crecimiento impulsado por la demanda real. Colombia. <https://n9.cl/31fki>
- Daza, E. (4 de enero del 2023). Economía 2023: El gobierno le da la espalda al campo y se enfoca en los TLC- 023: “El Gobierno no invertirá en el agro”. Ecuador. <https://www.planv.com.ec/historias/economia/economia-2023-el-gobierno-le-da-la-espalda-al-campo-y-se-enfoca-tlc>
- Delers, A. (2020) Plan de negocio. Cómo crear un plan óptimo para la empresa. Ecuador. <https://pangeaebook.mx/ebook/el-plan-de-negocios-antoine-delers/>
- Delgado, G. (2021) Proyecto de Prefactibilidad para Creación de Almacén de Repuestos de Maquinaria Agrícola “Repuestos Delgado”, Ecuador. <https://n9.cl/agfuk>
- ¿Cuántos habitantes hay en Ecuador? (2023) ¿Cuántos habitantes hay en Ecuador? <https://ecuadorec.com/numero-habitantes-ecuador-poblacion/>
- Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. (may. 2021) Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2020. <https://n9.cl/ynlxb>
- Estrategia funcional u operativa (2015) Estrategia funcional u operativa: definición, tipos y ejemplos. <https://infombas.com/empresas/estrategia-funcional/>
- Equipo ed. Etecé. Argentina. (5 de mayo de 2022). Técnicas de investigación. <https://concepto.de/tecnicas-de-investigacion/> .

- Fernández, V. (2015) Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. <https://n9.cl/mbdlhv>
- García, A. (2015). Guía documental para exportar e importar: los 12 documentos clave. España. <https://www21.ucsg.edu.ec:2653/es/ereader/ucsg/43758?page=25.>, s. f.)
- González, P. (6 Abr 2023a) Por lluvias se han perdido más de 8.000 hectáreas de cultivos. Primicias. Ecuador. <https://n9.cl/edcrs>
- González, P. (6 Abr 2023b) Por lluvias se han perdido más de 8.000 hectáreas de cultivos. Primicias. Ecuador. <https://n9.cl/edcrs>
- Hernández, J. L. (2020) Sistema de innovación agrícola como estrategia de competitividad de los productores sonorenses en el contexto del TLCAN. Estudios sociales. *Rev. de alimentación contemporánea y desarrollo regional*. México. <https://doi.org/10.24836/es.v29i54.828>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2010). Resultados del Censo de Población y Vivienda en: REDATAM, SPSS y TXT. <https://n9.cl/rzq5f>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2021). Tendencias demográficas. Ecuador. <https://goo.su/XSIkzBh>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2023). Tendencias demográficas. Ecuador. <https://n9.cl/2ma4b>
- Intriago, F. (2019) La mecanización agrícola y su impacto en el desarrollo agropecuario. Ecuador. <https://doi.org/10.32645/13906925.910>
- Kogut, P. (2020). La agricultura sostenible: un nuevo concepto de cultivo. EOS. Data Analytics. <https://n9.cl/1pteh>
- Larrazábal, M. (11 de mayo de 2020) *¿Que es una Ventaja Competitiva de una Empresa #Agropecuaria?* Tweet. <https://twitter.com/agrobialar/status/1259747307089690624>
- León, E. y Ramírez, G. (2021). Plan de negocios para comercializar insumos agrícolas de la empresa AGROMARKET S.A. del cantón Daule. Ecuador. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/14520/1/T-UCSG-PRE-ESP-IAV->
- Ley de comercio exterior e inversiones (s.f) Ley N° 12 RO/ Sup. 82 de 9 de junio de 1997. Ecuador. <https://goo.su/z0Bh1>
- Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI. (21-ago.-2018) Ley de Régimen Tributario Interno. <https://goo.su/SHFgz>
- Ley Orgánica de Aduanas, Codificación (s.f) Ley Orgánica de Aduanas, Codificación. Ecuador. <https://goo.su/wrXT5E>

- Ley para Fomento Productivo, Atracción Inversiones Generación Empleo, (2018a) Ley orgánica para el fomento productivo, atracción de inversiones, generación de empleo, y estabilidad y equilibrio fiscal. Ecuador.
<https://goo.su/lthlh>
- Ley para Fomento Productivo, Atracción Inversiones Generación Empleo, (2018b) Ley orgánica para el fomento productivo, atracción de inversiones, generación de empleo, y estabilidad y equilibrio fiscal. Ecuador.
<https://goo.su/lthlh>
- Malhotra, N. (2019a). Investigación de mercados. Pearson Hispano América. 6^{ta}. México.
 ISBN: 978-607-32-5075-7-
- Malhotra, N. (2019b). Investigación de mercados. Pearson Hispano América. 6^{ta}. México.
 ISBN: 978-607-32-5075-7-
- Malhotra, N. (2019c). Investigación de mercados. Pearson Hispano América. 6^{ta}. México.
 ISBN: 978-607-32-5075-7-
- Malhotra, N. (2019d). Investigación de mercados. Pearson Hispano América. 6^{ta}. México.
 ISBN: 978-607-32-5075-7-
- Ministerio de Agricultura y Ganadería (2023) Entrega-equipos-e-insumos-para-impulsar-la-mecanizacion-del-sector-agropecuario-de-los-rios. Ecuador. <https://n9.cl/8ajl7>
- Ministerio de Economía y Finanzas (2023b) *Programación Macroeconómica*. Ecuador.
<https://n9.cl/efa8z>
- Ministerio de Economía y Finanzas (2023c) *Programación Macroeconómica*. Ecuador.
<https://n9.cl/efa8z>
- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca (11 de may. 2023). Acuerdos Comerciales. <https://www.produccion.gob.ec/acuerdos-comerciales/#>
- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca (2023). Resoluciones COMEX. <https://www.produccion.gob.ec/comex/>
- Ministerio Dirección General de Recursos Agrícolas y Ganaderos. (2019). Estadística mensual de inscripciones de maquinaria agrícola. Ecuador. <https://goo.su/15U6rIo>
- Nandrade (23 marzo, 2017a). La Importancia de la Agricultura en nuestro país. Ecuador.
<https://agropecuaria.utn.edu.ec/?p=1091>
- Nandrade (23 marzo, 2017b). La Importancia de la Agricultura en nuestro país. Ecuador.
<https://agropecuaria.utn.edu.ec/?p=1091>

- Organización Mundial del Comercio (2022) Informe sobre el comercio mundial: Cambio Climático y comercio internacional. Suiza. <https://onx.la/fb251>
- Poveda, G. Suraty, M. y Mackayet, R., (2018) Políticas comerciales en el marco del comercio internacional ecuatoriano. Revista espacio. Revista espacios. ISSN 0798 1015 Vol. 39 (Nº 47) Ecuador. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n47/a18v39n47p12.pdf>
- Quiñonez, M. y Quiñonez, L. (2019) Política de comercio exterior en Ecuador: Un análisis comparativo. <https://goo.su/9wSByD>
- Reglamento para Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno (04-ago.-2020). Reglamento para Aplicación Ley de Régimen Tributario Interno, (LRTI). Ecuador. <https://goo.su/kYqLD>
- Restrepo, A. y Cogollo, J. (2021) Metodología multicriterio para la identificación y clasificación de partes interesadas pertinentes. Colombia. <https://n9.cl/n89fug>
- Retos directivos (2021) Eficiencia productiva ¿qué es y cómo se calcula? El blog de retos para ser directivo. Ecuador. <https://goo.su/jJqGUBi>
- Santana, C. (2020) Plan de negocios para la comercialización de productos agrícolas en la asociación “San Pedro de Licto” parroquia Licto, cantón Riobamba. Repositorio Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. <https://n9.cl/qxptp>
- Santander Universidades (2021). Investigación cualitativa y cuantitativa: características, ventajas y limitaciones <https://www.becas-santander.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html>
- Sergieieva, K. (14 de jun. 2023a). Tecnología agrícola: evolución, retos y su impacto. Ucrania. <https://eos.com/es/blog/tecnologias-en-la-agricultura/>
- Sergieieva, K. (14 de jun. 2023b) Tecnología agrícola: evolución, retos y su impacto. Ucrania. <https://eos.com/es/blog/tecnologias-en-la-agricultura/>
- Sergieieva, K. (14 de jun. 2023c) Tecnología agrícola: evolución, retos y su impacto. Ucrania. <https://eos.com/es/blog/tecnologias-en-la-agricultura/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (noviembre de 2021a). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Ecuador. <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (noviembre de 2021b). Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Ecuador. <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (noviembre de 2021c). Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Ecuador. <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

Superintendencia de Telecomunicaciones (2023) Tecnología Agrícola: Evolución, Retos y su Impacto. Ecuador. <https://n9.cl/rzbul>

Tejeda, A.; Blanco, M. y Guerra, S. (2019) Factores que impulsan las importaciones de las empresas de alimentos procesados, mejorando su competitividad. Universidad Autónoma de Nuevo León. México. <https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sciarttext&pid=S2448-76782019000200002>

Anexos

La presente encuesta se realizó mediante la aplicación de Google Form, el cual permite recolectar información de acuerdo a las necesidades del tema en estudio, de acuerdo el cálculo de muestreo con base a la población considerada que dio un resultado de 382 encuestas, la presente la encuesta se realizó a 400 personas del sector Agrícola de la provincia de Los Ríos,

Tabulación de datos

Mediante la tabulación de datos se observan los siguientes resultados:

1.- ¿Cuál es su principal cultivo agrícola?

Arroz



Maíz



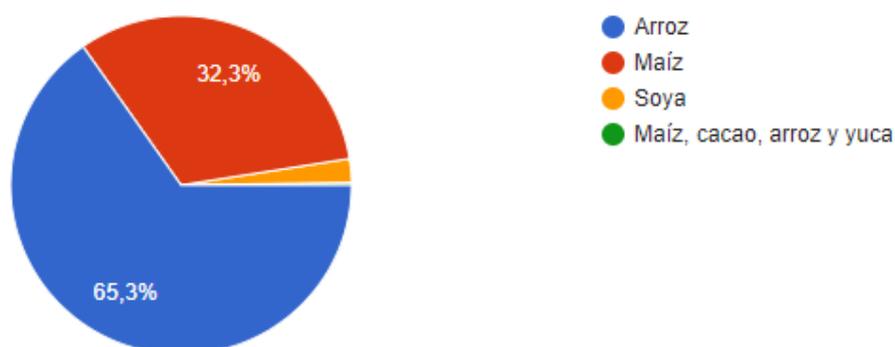
Otro



Resultado

1. ¿Cuál es su principal cultivo agrícola?

400 respuestas



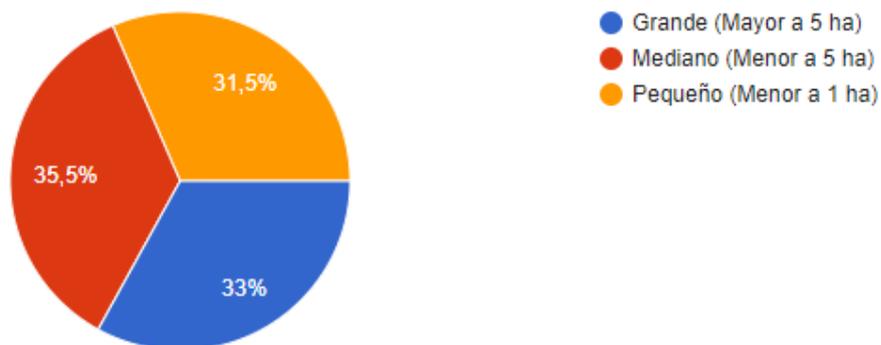
De acuerdo a la encuesta realizada el 65.3% de agricultores de este sector se dedican a la siembra y cosecha de arroz, el 32.3% al maíz, el 2.40 % a la Soya u otro tipo de cultivos.

2.- ¿Cuál es el tamaño aproximado de su terreno de cultivo?

- Grande (mayor a 5 ha)
- Mediano (menor a 5 ha)
- Pequeño (menor a 1 ha)

2. ¿Cuál es el tamaño aproximado de su terreno de cultivo?

400 respuestas



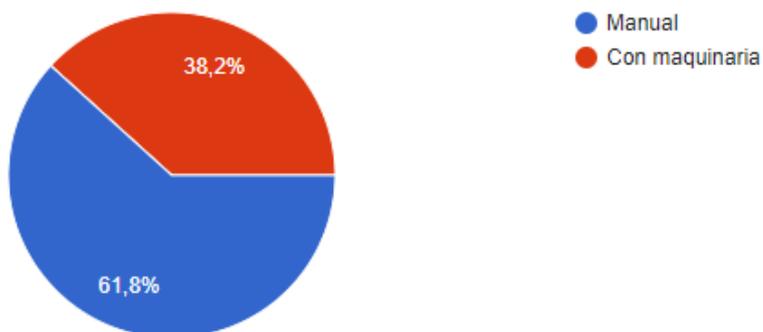
Según lo observado en la encuesta el 33% de agricultores tienen terreno de cultivo mayor a 5h considerados como grandes, el 35.5% tienen terrenos de cultivos medianos y el 31.5% tienen pequeños terrenos de cultivos, lo que nos permite evaluar los tipos de maquinarias que pueden servir para cada una de los terrenos según su tamaño.

3.- ¿Cómo realiza su proceso de siembra?

- Manual
- Con Maquinaria

3. ¿Cómo realiza su proceso de siembra?

400 respuestas



En la encuesta realizada los resultados de la tercera pregunta nos indica que el 61.80% de encuestados realizan sus siembras de forma manual y solo el 38.20% lo realizan con maquinarias, lo que nos permite observar que aún encontramos un amplio mercado que cubrir.

4.- ¿Ha considerado adquirir maquinaria agrícola adicional para mejorar la eficiencia en sus cosechas de arroz o maíz?

Si

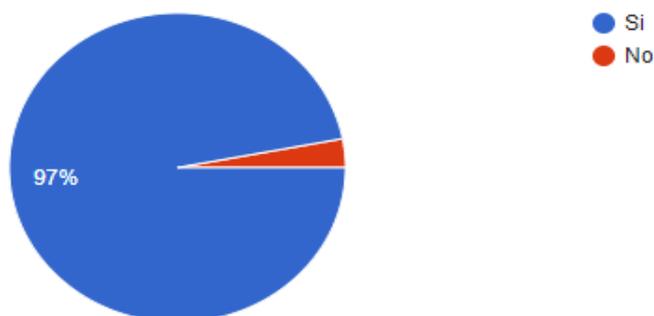


No



4. ¿Ha considerado adquirir maquinaria agrícola adicional para mejorar la eficiencia en sus cosechas de arroz o maíz?

400 respuestas



Según lo observado en la pregunta 4 el 97% de encuestados considerarán que el uso de maquinaria agrícola ayuda a la productividad de los cultivos, mejorando la eficiencia en las cosechas, el 3% no están considerando en la compra de una maquinaria por motivos varios como el poco recurso económico para adquirir, la magnitud de terreno para lo cual no ven necesario en comprar una maquinaria agrícola, entre otros.

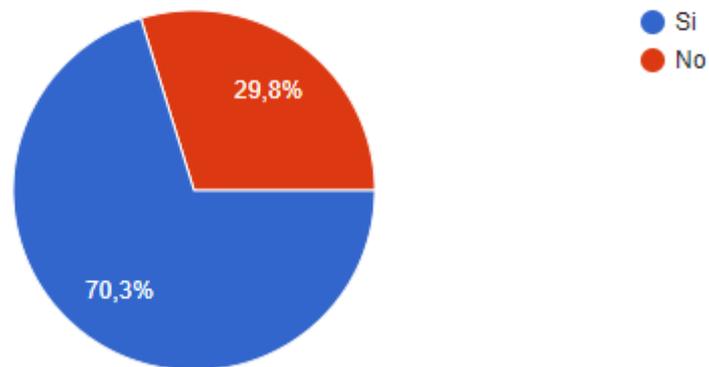
5.- Conoce todos los beneficios de tecnificar su siembra?

Si

No

5. ¿Conoce todos los beneficios de tecnificar su siembra?

400 respuestas



En la pregunta 5 el 70.3% indicaron que sí conocen sobre los beneficios de tecnificar sus cultivos, por lo que nos da oportunidad de dar a conocer sobre las ventajas que tendrían al implementar maquinarias agrícolas al 29.80% de personas encuestadas.

6. ¿Qué factores considera al evaluar la inversión en maquinaria agrícola?

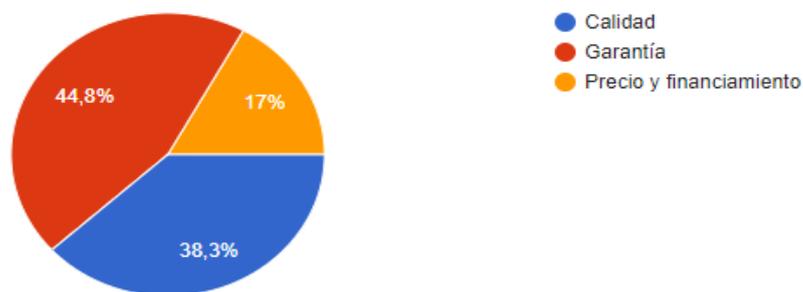
Calidad

Garantía

Precio y financiamiento

6. ¿Qué factores considera al evaluar la inversión en maquinaria agrícola

400 respuestas



Se observa que en la pregunta 6 el 44.80% de personas encuestadas prefieren adquirir maquinarias agrícolas por la garantía que la empresa ofrece, el 38.30% por la calidad y el 17% por precio y financiamiento, lo que nos ayuda a identificar las posibles estrategias que se pueden aplicar para la venta.

7. ¿Qué incentivos o programas gubernamentales podrían motivarle a adquirir maquinaria agrícola moderna?

Programa del gobierno



Gestión particular

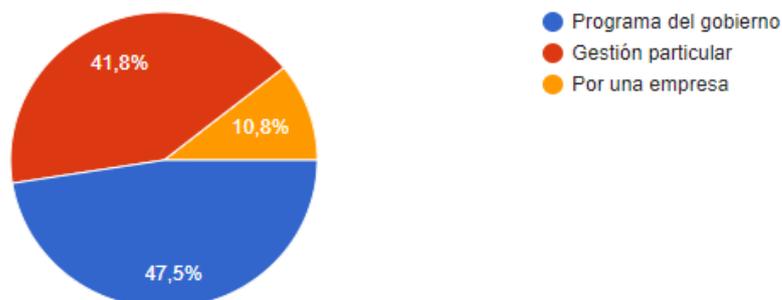


Por una empresa



7. ¿Qué incentivos o programas gubernamentales podrían motivarle a adquirir maquinaria agrícola moderna?

400 respuestas



En la pregunta 7 se observa que el 47.5% de personas encuestadas prefieren acceder a programas que otorgue el gobierno, el 41.80% prefieren adquirir sus maquinarias agrícolas de manera particular y el 10.80% aceptarían propuestas por una empresa.

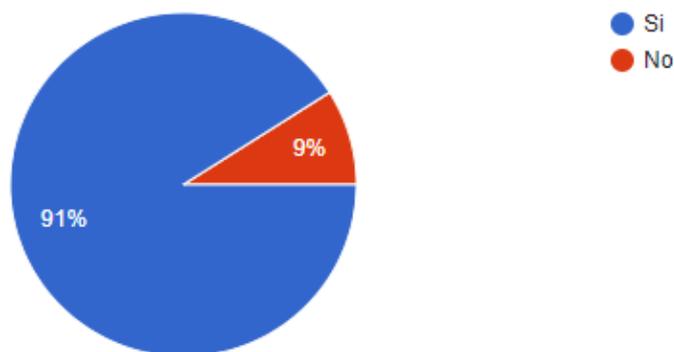
8.- ¿Invertiría en la compra de una maquinaria para el proceso de siembra o cosecha, si tuviese la oportunidad de adquirirla a menor costo, pagando el 50% al realizar el pedido y financiamiento del 50% a un semestre?

Si

No

8. ¿Invertiría en la compra de una maquinaria para el proceso de siembra o cosecha, si tuviese la oportunidad de adquirirla a menor costo, pagando el 50% al realizar el pedido y financiamiento del 50% a un semestre?

400 respuestas



En la pregunta 8 el 91% de encuestados están de acuerdo en invertir en la compra de maquinaria agrícola, mientras el 9% no están considerando la adquisición de maquinaria.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Buri Villamar Fanny Leonor**, con C.C: # 0924605702 autora del trabajo de titulación **Plan de Negocios para un proyecto de inversión de la empresa Importsesa, Importadora Serrano S.A. en la provincia de Los Ríos**, previo a la obtención del título de **Licenciatura en Administración de Empresa** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **28 de agosto del 2023**

f. _____

Nombre: **Buri Villamar Fanny Leonor**

C.C: **0924605702**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Plan de Negocios para un proyecto de inversión de la empresa Importsesa, Importadora Serrano S.A. en la provincia de Los Ríos.		
AUTORA	Fanny Leonor Buri Villamar		
REVISOR/TUTORA	Mgs, Paola Alexandra Traverso Holguin, Ing		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciatura en Administración de Empresa		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	28 de agosto del 2023	No. DE PÁGINAS:	97
ÁREAS TEMÁTICAS:	Plan de Negocios		
PALABRAS CLAVES:	Factibilidad, Plan de Negocios, Inversión		

RESUMEN:

El presente documento muestra el diseño de un plan de negocios para el proyecto de inversión de Importsesa, Importadora Serrano S.A. en la provincia de Los Ríos. El objetivo principal es evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto, así como proporcionar una guía detallada para su implementación exitosa. Se analizan aspectos claves como el estudio de mercado, el análisis financiero, la estrategia de marketing, los recursos humanos y los aspectos legales y regulatorios. El plan busca establecer objetivos claros y estrategias efectivas para consolidar a Importsesa S.A. como líder en la importación y comercialización de maquinarias agrícolas en la provincia de Los Ríos. El plan cuenta con una muestra de 30 agricultores, cuya mayoría estuvieron dispuestos a importar sus propias maquinarias a un mejor costo y financiamiento, dada las bajas tasas de interés provenientes de importar directamente ellos mismos mediante la Importsesa S.A., respecto a hacerlos con tradicionales casas comerciales. El tipo de investigación fue cuantitativa, el diseño descriptivo, las herramientas de investigación, las encuestas con preguntas cerradas y los resultados obtenidos fueron una gran predisposición del mercado objetivo, a realizar sus importaciones de maquinaria agrícola mediante Importsesa S.A.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono: +593-998917950	E-mail: fanny.buri@cu.ucsg.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: David Coello Cazar	
	Teléfono: +593-4-3804600	
	E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		