



Febrero2018 - ISSN: 1696-8352

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN LA PARROQUIA SANTIAGO DE QUITO, CANTÓN COLTA.

Autor: Beatriz Garcés, MSc.

Docente Investigador
Facultad de Administración
Carrera de Ingeniería Comercial

Autoras: Evelyn Morocho Tenesaca

Diana Parrales Cevallos

eve.lyn1992@hotmail.com

dianaparrales1@hotmail.com

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Beatriz Garcés, Evelyn Morocho Tenesaca y Diana Parrales Cevallos (2018): "Plan de negocio para la creación de un centro de distribución de productos agrícolas en la parroquia Santiago de Quito, Cantón Colta.", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (febrero 2018). En línea:

<http://www.eumed.net/2/rev/oel/2018/02/centro-productos-agricolas.html>

RESUMEN

La presente trata acerca de la necesidad imperiosa de diseñar un plan de negocios en la parroquia Santiago de Quito, donde se creará un centro de negocios denominado AGROSANT, donde los agricultores podrán vender sus productos a un precio razonable y este a su vez los comercializara a los pobladores de los alrededores, en una política de ganar – ganar, donde se verán beneficiados no solo los agricultores sino los creadores del mencionado centro agrícola. Entre los principales inconvenientes encontrados en la parroquia, tenemos agricultores poco productivos, exceso de oferta y que los productos no se pagan en los precios adecuados su objetivo principal es elaborar un plan de negocio para la creación de un centro de distribución y comercialización de productos agrícolas de manera sostenible para esto se utilizó el método inductivo de la investigación, donde se utilizaron los siguientes instrumentos como son: encuestas, entrevistas además de la observación directa, la muestra se la realizo a doscientos noventa y uno personas. Los agricultores llegan a la opinión que la creación de centro agrícola aumentara sus ingresos y mejor calidad de vida, pero los intermediarios nunca le presentaran los precios oficiales de siembra. Los Intermediarios tienen otra forma de comprarle los productos del campo porque los agricultores no tienen ningún asesoramiento o noción de comercializar sus productos, además se prevé que el área de atención pueda extenderse a la zona norte de la provincia de Manabí, tomando en cuenta que los factores e indicadores de rentabilidad sean significativo para la empresa.

Palabras claves: centro agrícola – plan de negocios – crecimiento económico – exceso de oferta – intermediario.

ABSTRACT.

This is about the urgent need to design a business plan in the Santiago de Quito parish, where a business center called AGROSANT will be created, where farmers can sell their products at a reasonable price and this in turn will market them to the inhabitants of the surroundings, in a win - win policy, where not only the farmers but the creators of the aforementioned agricultural center will benefit. Among the main problems encountered in the parish, we have unproductive farmers, excess supply and that the products are not paid at the right prices. Their main objective is to prepare a business plan for the creation of a center for the distribution and commercialization of agricultural products. In a sustainable way, the inductive method of research was used, where the following instruments were used: surveys, interviews in addition to direct observation, the sample was made to two hundred ninety one people. Farmers come to the opinion that the creation of an agricultural center will increase your income and better quality of life, but intermediaries will never present you with the official prices for planting. The Intermediaries have another way of buying the products from the field because the farmers do not have any advice or notion to market their products, and it is foreseen that the service area can be extended to the north of the province of Manabí, taking into account that the Factors and indicators of profitability are significant for the Company

Keywords: agricultural center - business plan - economic growth - excess supply - intermediary.

INTRODUCCIÓN

En Ecuador a lo largo de los años la agricultura ha sido un factor fundamental en el crecimiento económico, permitiendo el desarrollo de la actividad agrícola, ya que posee características adecuadas en el suelo y clima para la producción y agricultura. Asimismo, el sector agrícola se ha convertido en una importante variable dentro de la ecuación económica del país, aportando bienes para el mercado local o al extranjero (Revista El Agro, 2016).

Por otro lado, según lo calculado por el (Banco Central del Ecuador, 2016) la principal fuente de empleo es el agro que para el año 2014 representó el 25% de la Población Económicamente Activa, (PEA) aportando al PIB el 8,5% promedio en los últimos once años, generando crecimiento económico, desarrollo, puestos de trabajo. De igual forma, el país contaba con 7,32 millones hectáreas para labores agrícolas en el 2013; de las cuales 1'469.363 hectáreas fueron destinadas a la producción de cultivos permanentes y un millón en transitorios y barbechos, correspondiendo el 33,42% del total de la tierra agrícola a tres provincias como Manabí, Guayas y Los Ríos, las cuales necesitan una urgente ampliación hacia todo el país para el desarrollo agrícola y diversificación de los cultivos para el mercado interno y externo (INEC-ESPAC, 2015).

El presente trabajo de investigación, trata acerca de la concepción de un plan de negocios para la creación de un centro agrícola en la parroquia Santiago de Quito denominada "AGROSANT".

El objetivo de la empresa a crearse será el de comercializar los productos que siembran los agricultores a un precio sostenible y pagarles a estos un precio razonable, en comparación con los ofrecidos por los mayoristas que llegan al lugar por su producción, entre los principales inconvenientes encontrados en el lugar se tienen: agricultores poco productivos, exceso de sobreoferta, dificultad para vender los productos y exceso de trámites burocráticos; todas estas falencias no permiten el desarrollo productivo del sector agrícola por lo que se pretende implementar un plan de negocios que facilite la venta de los productos agrícolas de la Parroquia Santiago de Quito y AGROSANT, en corto tiempo, logre convertirse en pilar fundamental para la parroquia, convirtiéndose en el centro de distribución agrícola más importante del lugar.

Formulación del Problema

¿Cómo organizar la comercialización y distribución de los productos agrícolas en la Parroquia Santiago de Quito, del cantón Colta?

Sistematización del Problema

- ¿Cuáles son los principales productos que se comercializan y como se lo realiza actualmente?
- ¿Cuáles serían las estrategias más adecuadas para aplicar en la comercialización?
- ¿Cuáles serían los principales factores técnicos a considerar para contribuir a la reducción de costos y aumentar ganancias para los agricultores?
- ¿Cómo determinar la viabilidad económica de ejecutar el plan de negocios propuesto?

Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para la creación de un centro de distribución y comercialización de productos agrícolas en la Parroquia Santiago de Quito, del cantón Colta.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de los productos que ofrecen los agricultores.
- Realizar un estudio de mercado para determinar las estrategias de comercialización.

- Determinar la adecuada ubicación del centro de distribución para almacenar y distribuir los productos agrícolas.
- Analizar la viabilidad económica de la empresa a crearse con la propuesta de negocio.

Antecedentes de la investigación

Según Martínez (2015) en la investigación Plan de Negocios para la comercialización de productos del agro: maíz, arroz y soya de la casa comercial agrícola “Mónica” en el cantón Quevedo, año 2013, consistió en la elaboración de un plan de negocios para una empresa destinada para la comercialización de productos agrícolas del Cantón de Quevedo; mediante la metodología empleada bajo los métodos inductivo-deductivo-analítico y descriptivos se empleó un plan de marketing que se sustenta en el beneficio que recibe la empresa “Casa comercial Agrícola Mónica”. Ese proyecto determinó que el plan de marketing sirve como una herramienta aplicable para cualquier actividad de negocio.

Este trabajo se relaciona, debido a que la importancia de generar propuestas de comercialización reside en el fortalecimiento de diversas actividades de producción en las diferentes zonas agrícolas, ya que los factores de comercialización están orientados hacia el aumento de la rentabilidad del producto para que los ingresos de la empresa suban.

Metodología de la investigación

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se desarrolló en el proyecto fue de tipo descriptivo, ya que se buscó tener un conocimiento real del sector en que se implantaría el centro de distribución para la comercialización de los productos agrícolas, así como también reconocer el público objetivo, posicionamiento de la competencia, estrategias, entre otros. Es decir, la descripción del funcionamiento del producto/servicio a ofrecer.

A demás se caracterizó por ser de campo, puesto que se realizó un análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes e igualmente, se empleó recursos secundarios sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se realizó el marco teórico. No obstante, son los datos primarios, es decir la información obtenida directamente de la realidad encontrada a través del diseño de campo, los esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado (Universidad Fermín Toro, 2008)

Técnicas e instrumentos de investigación

Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación a ser utilizadas son:

- Observación directa
- Encuestas
- Entrevista

Observación directa

Es la gestión de prestar atención detenidamente, en el sentido del investigador “es el proceso de someter conductas de algunas cosas o condiciones manipuladas de acuerdo a ciertos principios”. (Ruiz Medina, 2012)

Es el hecho de prestar atención a como se van desarrollando los procesos necesarios para llevar a cabo la creación del centro de distribución agrícola y cómo actúan los actores principales en este proceso investigativo. En este sentido se realizará la observación directa de

los diferentes establecimientos dedicados a distribuir productos agrícolas, alusivos a la idea planteada, para determinar la demanda y la oferta y de esta manera establecer la lista de precios para los diferentes rubros.

Encuestas

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario. Es impersonal porque el cuestionario no lleve el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos. (Puente, 2017).

La encuesta será aplicada tanto a los productores de la Parroquia Santiago de Quito como a los comerciantes del sector para tener una idea del punto de vista a cerca de la creación de un centro de distribución agrícola organizado donde participaran en la comercialización de la producción obtenida en esa zona, e igualmente conocer las principales limitantes existentes que impiden que estos procesos se desarrollen de manera eficiente para luego tener las herramientas para atacar el problema raíz y así realizar una buena propuesta de elaboración de un plan de negocio agrícola que beneficie a la población.

Entrevista

La entrevista se la realizó al presidente de una de las comunidades de la Parroquia Santiago de Quito cantón Colta, Mariano Chacaguasay el objetivo de la misma es conocer la opinión de este acerca de la propuesta que se desea implementar es decir el centro de distribución agrícola y como este beneficiara a los productores y agricultores del lugar.

Población

Población	Cantidad
Agricultores	2.096
Comercio al por mayor y menor de productos agrícolas en la Parroquia Santiago de Quito	386
TOTAL	2.482

Fuente: INEC (2010)

Destacaremos algunas de las preguntas planteadas a los agricultores y comerciantes de la parroquia Santiago de Quito.

¿Conoce usted el costo de producción de sus productos a la venta?

Conocimiento del costo de producción

ITEM	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SI	16	10%	10%
NO	151	90%	100%
Total	167	100%	

Fuente: Agricultores de la Parroquia Santiago de Quito

Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Agricultores de la Parroquia Santiago de Quito

Elaborado por: Las Autoras

¿Posee usted acceso y disponibilidad a la información de los precios oficiales de productos agrícolas de manera rápida y sencilla?

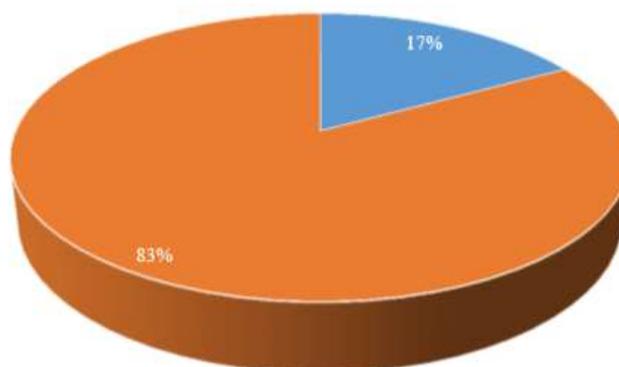
Acceso a precios oficiales

ITEM	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SI	28	17%	17%
NO	139	83%	100%
Total	167	100%	

Fuente: Agricultores de la Parroquia Santiago de Quito

Elaborado por: Las Autoras

Acceso a precios oficiales



SI NO

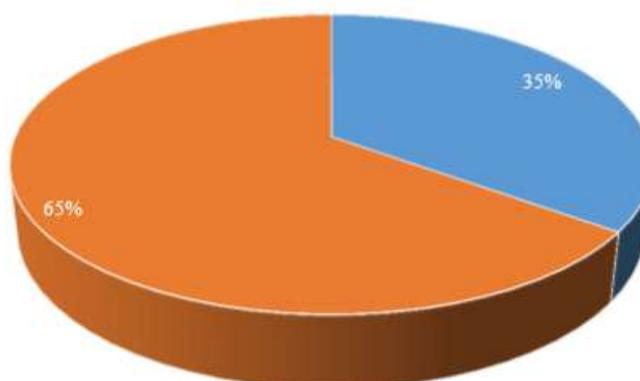
Fuente: Agricultores de la Parroquia Santiago de Quito
Elaborado por: Las Autoras

¿Los productos adquiridos llegan en buen estado?

ITEM	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SI	43	35%	35%
NO	81	65%	100%
Total	124	100%	

Fuente: Comerciantes de la Parroquia Santiago de Quito
Elaborado por: Las Autoras

Productos en buen estado



SI NO

Fuente: Comerciantes de la Parroquia Santiago de Quito
Elaborado por: Las Autoras

Resultados

Llegando a un análisis del resultado obtenido por encuestas se logra observar, que, en los mercados, la cebada es uno de los productos que se encuentra casi en todas las ventas, pero una de las dificultades que tienen los vendedores es como movilizar su mercancía a los mercados.

Los vendedores no conocen los costos de producción de la siembra, eso es un impacto negativo porque el intermediario puede ponerle a la venta al vendedor lo recolectado por el agricultor al precio que más le parezca, los agricultores su siembra se la vende en su mayoría a ellos.

Los agricultores tienen la opinión que la creación de un centro agrícola aumentará sus ingresos y una mejor calidad de vida, porque los intermediarios nunca le presentaran los precios oficiales de siembra para así comprársela a un precio menor. Los Intermediarios tienen otra forma de comprarle los productos del campo porque los agricultores no tienen ningún asesoramiento o noción de comercializar sus productos.

Por otra parte, los comerciantes opinaron que sus productos lo consiguen con los intermediarios, tomando en cuenta precio, calidad y tamaño del producto, pero en su mayoría los productos le llegan en mal estado ya que opinan que los intermediarios ahorran costo al momento de transportar.

Con base a los resultados de la encuesta a los Agricultores de la Parroquia Santiago de Quito se puede inferir que el ordenamiento social y productivo del territorio apunta a generar las condiciones que permitan a los agricultores aprovechar la tierra como un factor productivo que contribuye a la generación de riqueza, estabilización socioeconómica, incremento de la competitividad sectorial y mejora de su propio bienestar. Para lograr tal fin, resulta indispensable que confluyan tres elementos: acceso a la tierra, claridad en los derechos de propiedad y seguridad jurídica, y uso eficiente del suelo.

En este sentido, la provisión de bienes y servicios públicos sectoriales posibilitan el mejoramiento sostenido de la competitividad del sector agropecuario y sus empresarios, permitiendo mayor eficiencia de los sistemas productivos y asegurando que las actividades agropecuarias sean en efecto un motor de crecimiento económico y una fuente de riqueza para los productores agropecuarios.

- El crecimiento del sector será el resultado de una actividad agropecuaria competitiva, capaz de generar una mayor oferta y satisfacer competitivamente el mercado interno.
- La competitividad agropecuaria procederá de una libertad creciente en el accionar de los mercados, que incremente la productividad y la calidad de su producción, y reduzca sus costos. En este marco, el Estado jugará el papel de promotor, facilitador, negociador y regulador de un entorno apropiado a la competitividad, generador de externalidades y garante de reglas de juego claras y estables para los agentes económicos.
- La productividad y la eficiencia agropecuarias serán obtenidas en el marco de un desarrollo equitativo y sostenible del campo, que aproveche sus ventajas comparativas, especialmente la abundancia de mano de obra, y aplique esquemas innovadores de gestión que optimicen el uso de los recursos. La aplicación de la política, respetará el principio de equidad, aportando significativamente al mejoramiento de las condiciones de vida de todos los sectores de la sociedad.
- El concepto de competitividad incluirá necesariamente las características de inocuidad y bajo impacto ambiental de los productos agropecuarios. La política sectorial propugnará por la conservación y preservación de las condiciones ambientales, tanto en el sentido económico como en el social.

Producto con mayor venta

ITEM	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Cebada	55	33%	33%
Avena	42	25%	58%
Quinua	48	29%	87%
Papa	12	7%	94%
Haba	6	4%	98%
Mashua	4	2%	100%
Total	167	100%	

Fuente: Agricultores de la Parroquia Santiago de Quito

Elaborado por: Las Autoras

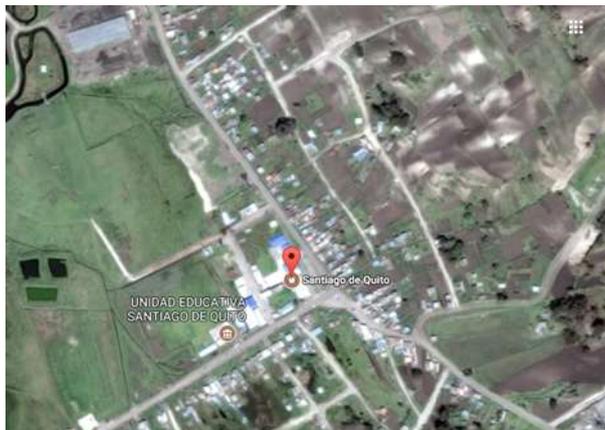


Fuente: Agricultores de la Parroquia Santiago de Quito

Elaborado por: Las Autoras

El producto que más se vende, según la encuesta realizada a los pobladores de la ciudad, es la cebada con un 33% de aceptación, seguido de la avena con un 25%, caso contrario sucede con la mashua que solo tiene un 2% de acogida.

Ubicación



El centro de distribución agrícola AGROSANT, se ubicará en la entrada a la Parroquia rural Santiago de Quito en la provincia de Chimborazo.

El centro de acopio estará localizado específicamente en la entrada a la Parroquia rural Santiago de Quito.

La función principal del centro de acopio será la de vender los productos agrícolas adquiridos en la parroquia, en las cantidades que la demanda lo solicite.

Los servicios adicionales del centro de acopio será la asistencia técnica a productores, para el incremento de la producción y productividad de los cultivos que se dan en la Parroquia rural Santiago de Quito.

El centro de distribución agrícola AGROSANT, se ubicará en la entrada a la Parroquia rural Santiago de Quito en la provincia de Chimborazo.

Conclusión

La siguiente investigación determinó que en la Parroquia Santiago de Quito reúne las características necesarias para la creación de un centro de distribución agrícola, debido a la diversidad de sus productos en este caso siendo la mayoría cereales y también las condiciones del sector productivo.

Para ello se realizó un estudio de mercado para identificar los cultivos que posee la parroquia mediante encuestas, observación directa y entrevista. Las encuestas se realizaron a los agricultores y comerciantes del sector y nos permitió conocer la demanda, los precios y comercialización de los productos agrícolas, también conocer las características importantes que encierra como el mercado meta, el segmento de mercado, gustos y preferencias de potenciales clientes a quienes nos vamos a dirigir la mayor producción de cultivos de dicha parroquia, los precios que manejan actualmente con los intermediarios, formas de comercialización en las ferias estos son bases fundamentales que debemos conocer para la elaboración de este proyecto, y de esta manera podemos implementar nuevas estrategias de comercialización.

El estudio técnico nos permitió determinar la ubicación exacta del centro de distribución agrícola en la Parroquia Santiago de Quito y se encontró en la entrada de la parroquia permitiéndonos el adecuado almacenaje y distribución de los productos de manera sostenible.

Este proyecto tiene como objetivo al mejoramiento de los ingresos familiares para los agricultores y mejorar su calidad de vida, debido a la creación de fuentes de trabajo disminuiría la migración de personas jóvenes ya que estos van del campo a la ciudad en busca de mejorar sus ingresos, también genera un impacto ambiental debido a que las cosechas de la parroquia son totalmente orgánicas y no hay contaminación al medio ambiente, y los beneficios económicos se buscaran nuevos mercados para mejorar los niveles de producción de la parroquia.

Se sugiere motivar la unión de fuerzas a los agricultores de la Parroquia Santiago de Quito, de esta manera para mejorar la economía y la forma de vivir de dichos agricultores ya que obtendrá una ganancia por sus cultivos a un precio razonable

Desde el punto de vista financiero los indicadores demuestran que el proyecto propuesto para la creación de un centro de distribución agrícola en la parroquia Santiago de Quito es viable, con un VAN superior a cero que dio como resultado de \$290.893, una TIR de 64.08% superior a la TMAR, un periodo de recuperación de la inversión en año y medio y una relación costo/beneficio superior a 1.

Bibliografía

- Argenti, O., & Marrocchino, C. (2007). *Abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades de los países en desarrollo y de los países en transición*. Roma.
- Banco Central del Ecuador. (2016). *Reporte de Coyuntura del Sector Agropecuario*. Obtenido de BCE
- Ferrer, J. (2010). *TIPOS DE INVESTIGACION Y DISEÑO DE INVESTIGACION*. Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variables.html>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Santiago de Quito. (2015). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL 2014-2019*. Santiago de Quito: GDPRSQ.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Base de datos-Censo de población y vivienda*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Puente, W. (2017). *rrpp net*. Obtenido de <http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>
- Revista El Agro. (2016). *El agro y su importancia en la economía*. Obtenido de <http://www.revistaelagro.com/el-agro-y-su-importancia-en-la-economia/>
- Ruiz Medina, M. I. (julio de 2012). *tecnicas e instrumentos de investigacion*. Obtenido de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html
- SENPLADES. (s.f.). Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/comercializacion-asociativa-una-forma-para-generar-emprendimiento-rural-sostenible/>
- Universidad Fermín Toro. (2008). *Manual de Normas para la Presentación de Trabajos de Grado*. Barquisimeto, Venezuela.