

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS MAESTRÍA EN “NEGOCIOS
INTERNACIONALES Y GESTIÓN DE COMERCIO EXTERIOR”**

“TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL”

**PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES Y GESTION DE COMERCIO EXTERIOR**

**“ESTUDIO PARA LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS REPELENTES
ECOLÓGICOS PARA EL SECTOR AGROPECUARIO A PARTIR DEL AÑO
2017 POR MOLERPA”**

AUTORA: MARIA AUXILIADORA MORANTE ERAZO

TUTORA: ECON. MARINA MERO FIGUEROA, Mgs.

GUAYAQUIL – ECUADOR

DICIEMBRE 2016



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
ESTUDIO PARA LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS REPELENTE ECOLÓGICOS PARA EL SECTOR AGROPECUARIO A PARTIR DEL AÑO 2017 POR MOLERPA		
AUTOR: MARÍA A. MORANTE ERAZO		REVISORES: Econ. Gary Mosquera
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA: EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y GESTION DE COMERCIO EXTERIOR		
FECHA DE PUBLICACIÓN: Dic 2016	N° DE PÁGS.: 67	
ÁREA TEMÁTICA: Comercio Exterior		
PALABRAS CLAVES: IMPORTACIÓN, PRODUCTOS REPELENTE ECOLÓGICOS, SECTOR AGROPECUARIO, PYMES, CINTA Y ROLLO DE PAPEL.		
RESUMEN: El estudio se refiere a la importación de Productos Repelentes Ecológicos desde Francia para beneficio del sector Agropecuario, que permita la disminución progresiva de las plagas, específicamente atacando a las moscas, insecto causante de enfermedades letales para el sector en mención. El contexto del estudio abarcará a todo el territorio ecuatoriano, por cuanto la empresa importadora MOLERPA tiene 18 años cubriendo las necesidades agropecuarias en el ecuador.		
N° DE REGISTRO(base de datos):	N° DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF	SI ☐	NO ☐
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono: 0998629905	E-mail: marumorante@gmail.com
CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN	Nombre: Econ. MARINA MERO FIGUEROA	
	Teléfono: 042292491	

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Yo, Econ. Marina Mero Figueroa, Mgs., nombrada tutora del trabajo de titulación de maestría de la facultad de ciencias económicas de la Universidad de Guayaquil, de la tesista: **María Auxiliadora Morante Erazo con C.I. # 0920376910**, como requisito para optar por el título de “Magister en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior”, cuyo tema es:

“Estudio para la importación de productos repelentes ecológicos para el sector agropecuario a partir del año 2017 por Molerpa”

Certifico que he revisado y aprobado en todas sus partes el trabajo de titulación, encontrándose apto para su sustentación.

Econ. Marina Mero Figueroa, Mgs.

Tutora

RENUNCIA A DERECHOS DE AUTOR

Por medio de la presente certifico que los contenidos desarrollados en esta tesis son de absoluta propiedad y responsabilidad de **María Auxiliadora Morante Erazo con C.I. # 0920376910**, cuyo tema es:

“Estudio para la importación de productos repelentes ecológicos para el sector agropecuario a partir del año 2017 por Molerpa”

Derechos que renuncio a favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso como a bien tenga.

C.I. # 0920376910

GUAYAQUIL, DICIEMBRE DEL 2016

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, **María Auxiliadora Morante Erazo con C.I. # 0920376910** declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La reproducción total o parcial de este trabajo en forma idéntica o modificada, escrita a máquina o por el sistema "multigraph", mimeógrafo, impreso, etc., no autorizada por los editores, viola derechos reservados.

Cualquier utilización debe ser previamente solicitada a la facultad de ciencias administrativas de la Universidad de Guayaquil.

Derechos reservados de la autora

María Auxiliadora Morante Erazo

C.I. # 0920376910

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a mi familia, a mis padres, hermanos, a mi tia Lidia siempre me inspiraste ser una excelente profesional y al sector productivo del país, cuando existen crisis siempre hay grandes oportunidades.

María Auxiliadora Morante Erazo

C.I. # 0920376910

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado el más grande regalo que es vivir, cada etapa de la vida con lleva grandes esfuerzos y grandes recompensas.

María Auxiliadora Morante Erazo

C.I. # 0920376910

ABREVIATURAS:

PYMES: PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

UPA: UNIDADES PRODUCCION AGRICOLA

SENAE: SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR

FOB: FREE ON BOARD (LIBRE A BORDO)

BL: BILL OF LADING

CIF: COST, INSURANCE AND FREIGHT

P.V.P.: PRECIO DE VENTA AL PUBLICO

AGROCALIDAD: AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA
CALIDAD DEL AGRO – AGROCALIDAD

IVA: IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

OMS: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD

ISD: IMPUESTOS A LA SALIDA DE DIVISAS

ÍNDICE DE CONTENIDO

Introducción	1
Delimitación del problema	2
Planteamiento del Problema	2
Formulación del problema	3
Sistematización del Problema	4
Justificación.....	4
Objeto de estudio.....	4
Campo de acción o de investigación	4
Objetivo general	5
Objetivos específicos	5
Revisar el mercado local de productos repelentes ecológicos.....	5
La novedad científica	5
Capítulo 1	6
MARCO TEÓRICO.....	6
1. 1. Teorías generales	6
Comercio Internacional	6
Negociación Internacional.....	6
Negociación Comercial Internacional.....	6
SENAE.....	7
Régimen Aduanero.....	7
Almacén libre o Duty-free.....	7
1.2. Teorías sustantivas	8
Mercantilismo	8
Ventaja Absoluta.....	8
Ventaja Comparativa.....	8

Modelo H-O	9
Teoría del Ciclo de Vida del Producto	9
Nueva teoría del Comercio Internacional.....	9
Modelo de Oligopolio de Firmas y Gobiernos (Otras Imperfecciones del Mercado).	10
1.3. Referentes empíricos.....	10
Capítulo 2	12
MARCO METODOLÓGICO	12
2.1. Metodología	12
2.2 Métodos.....	12
2.3. Premisas	13
2.4. Modelo	13
2.5. Universo y muestra	14
2.6. CDIU – Operacionalización de variables.....	15
2.7. Gestión de datos.....	16
2.8. Criterios éticos de la investigación	16
Capítulo 3.....	17
RESULTADOS.....	17
3.1. Antecedentes de la Empresa	17
Misión.....	17
Visión	18
Objetivos.....	18
3.2. Productos.....	19
3.3. Sistema de Distribución	19
Rollo Repelente Ecológico a rayas rojas MOSCA CLAC	20
Método de Empleo	20
Ventajas	21
Límites de Uso.....	21

Orientación de Mercado	21
Advertencias de uso.....	21
Cinta Repelente Ecológico engomada (700) mts. MOSCA CLAC.....	22
Descripción.....	22
Método de Empleo	22
Ventajas	23
Límites de Uso.....	23
Evitar su utilización en lugares con mucho polvo.	23
Orientación del Mercado	23
Indispensable en ganadería, particularmente en las salas de ordeño.	23
Advertencias de uso.....	23
Cinta engomada Repelente Ecológico (150) mt. MOSCA CLAC	23
Método de Uso	24
Ventajas	24
Límites de Uso.....	24
Orientación de Mercado	25
Advertencias de uso.....	25
Mercado.....	25
Desarrollo de los Productos en Haciendas e Investigación.....	25
La Competencia	28
Capítulo 4.....	29
DISCUSIÓN	29
4.1. Contrastación empírica	30
4.2. Limitaciones.....	31
4.3. Líneas de investigación.....	31
4.4. Aspectos relevantes.....	31

Capítulo 5	32
PROPUESTA.....	32
BIBLIOGRAFÍA.....	38
ANEXOS.....	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Aplicación de la fórmula de Muestreo Simple a las PYMES	14
Tabla 2. Variable Dependiente: Importación de Productos Repelente Ecológicos.....	15
Tabla 3. Variable Independiente: Sector Agropecuario	15

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol del Problema	3
Figura 2. Modelo de Importación de los Productos Repelentes Ecológicos para el Sector Agropecuario	13

ESTUDIO PARA LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS REPELENTES ECOLÓGICOS PARA EL SECTOR AGROPECUARIO A PARTIR DEL AÑO 2017 POR MOLERPA

Resumen

Se evidenció la factibilidad de importar Productos Repelentes Ecológicos para comercializar en el sector Agropecuario del Ecuador cubriendo satisfactoriamente la necesidad del mercado local de productos repelentes ecológicos.

Se comprobó que los Productos Repelentes Ecológicos se relacionan directamente con la producción agropecuaria, estando dispuesto este último a su utilización.

De conformidad al interés mostrado por productores y comunidad vinculada al sector agropecuario, está garantizada la demanda de los Productos Repelentes Ecológicos en el sector agropecuario ya que su aceptación es positiva.

En el ámbito metodológico, se comprobó que el enfoque Cuantitativo, con Diseño Descriptivo y Correlacional para analizar las relaciones entre las variables independiente y la variable dependiente, a partir de un diseño no experimental en el que no se afecta a la variable independiente, por cuanto no hay experimento en laboratorio, fueron altamente confiables para el estudio y su contrastación empírica que logró obtenerse y evidenciarse en el campo de acción.

Los resultados obtenidos en las encuestas y validados con el primer pedido, dada la promoción de los Productos Repelentes Ecológicos, se contrasta que efectivamente el estudio es viable considerando el escenario pesimista que se plasma en el análisis de los resultados.

Palabras clave:

Importación

Sector Agropecuario

PYMES

Productos Repelentes Ecológico

Cinta y Rollo de Papel

Control de plagas

Introducción

El sector agropecuario ecuatoriano se ve afectado por las plagas, en la que uno de sus especies, las moscas proliferan especialmente en la región Costa, por lo que ha considerado efectuar un estudio de mercado para la introducción de los Productos Repelentes Ecológicos que permita el control de esta plaga que germina en su seno una serie de enfermedades tanto a la agricultura como a la ganadería, efectuando un efecto dominó al transferir aquellas enfermedades a los seres vivos que conviven en el sector, así también a los usuarios de cárnicos, aves y porcinos, bovinos, etc., que consumen estos productos una vez faenados dichos animales.

El trabajo se realizó específicamente en los sectores agropecuarios (incluyendo las ferias ganaderas) afincados en la provincia del Guayas, por cuestiones de tiempo y por ser la provincia de residencia de la investigadora, no obstante aquello, se trabajó con las percepciones potencial consumidor a través de folleterías y personal de ventas de la empresa MOLERPA en donde la investigadora es Jefe Administrativa y de Talento de Humano, facilitando de esta manera el levantamiento de los datos para el estudio en mención.

El estudio nace de la necesidad del sector agropecuario, relacionando el costo de importación de los productos “Cinta y Rollo Repelente Ecológico” (incluye la nacionalización) con el precio de venta dispuesto a pagar por parte del cliente.

La Agregación de Valor tiene tres (3) ámbitos de salidas, en primera instancia para el equilibrio del sistema, la segunda instancia tiene relación con la culturización del productor agropecuario sobre el control de plagas sin afectación al sistema, en tercera y última instancia es para el sector empresarial importador de bienes terminados que representan insumos para el desarrollo del sector agropecuario.

Las zonas en las que el estudio aplicará su estudio experimental es en la provincia del Guayas, cantón Balao, cabecera cantonal es la ciudad de Balao, Hacienda Valparaíso, kilómetro ciento veinte y uno (121) vía Guayaquil – Machala.

La primera importación de Cinta y Rollo Repelentes Ecológicos desde Francia está estipulado de conformidad al estudio de mercado fáctico será para el mes Marzo del año dos mil diez y siete (2017), siendo los términos de compra FOB, medio de transporte marítimo y condiciones de pago, a noventa (90) días según la fecha de embarque del BL.

Delimitación del problema

De acuerdo a la percepción y auscultamiento producto de la experiencia obtenida por la investigadora al trabajar directamente con estos sectores agropecuarios por aproximadamente catorce (14) años, se denota la generalización sobre la incultura del sector agropecuario para enfrentar esta plaga que lamentablemente merma la producción en todo el territorio ecuatoriano y que al utilizar fungicidas tradicionales, estos contaminan el ambiente y el producto, acentuado si la comunidad rural está más alejada de las ciudades. La intención de la investigadora en el presente estudio es demostrar que el uso de los Productos Repelentes Ecológicos controla y disminuye la afectación de los insectos que formalizan una plaga para el desarrollo de los cultivos y del ganado vacuno, bobino, de aves, etc.

Planteamiento del Problema

Uno de los principales problemas de salud es generado por las moscas, que son las principales trasmisoras de enfermedades. Cada día la higiene y cuidados sanitarios son más rigurosos en todos los sectores agropecuarios del país y existe la necesidad de poder incentivar el mercado con productos innovadores de calidad.

Para MOLERPA S.A., invertir en este proyecto requiere del desarrollo en los amplios usos de producto de este bien denominado “Cinta y Rollo de papel repelente ecológico”, como un método referente para el control de esta plaga.

El sector agropecuario no tiene una cultura orientada al control de este tipo de plagas, por lo que la propuesta tiene la intención de cubrir esta brecha y a su vez le permitirá a MOLERPA cerrar el círculo de la cadena de suministros.

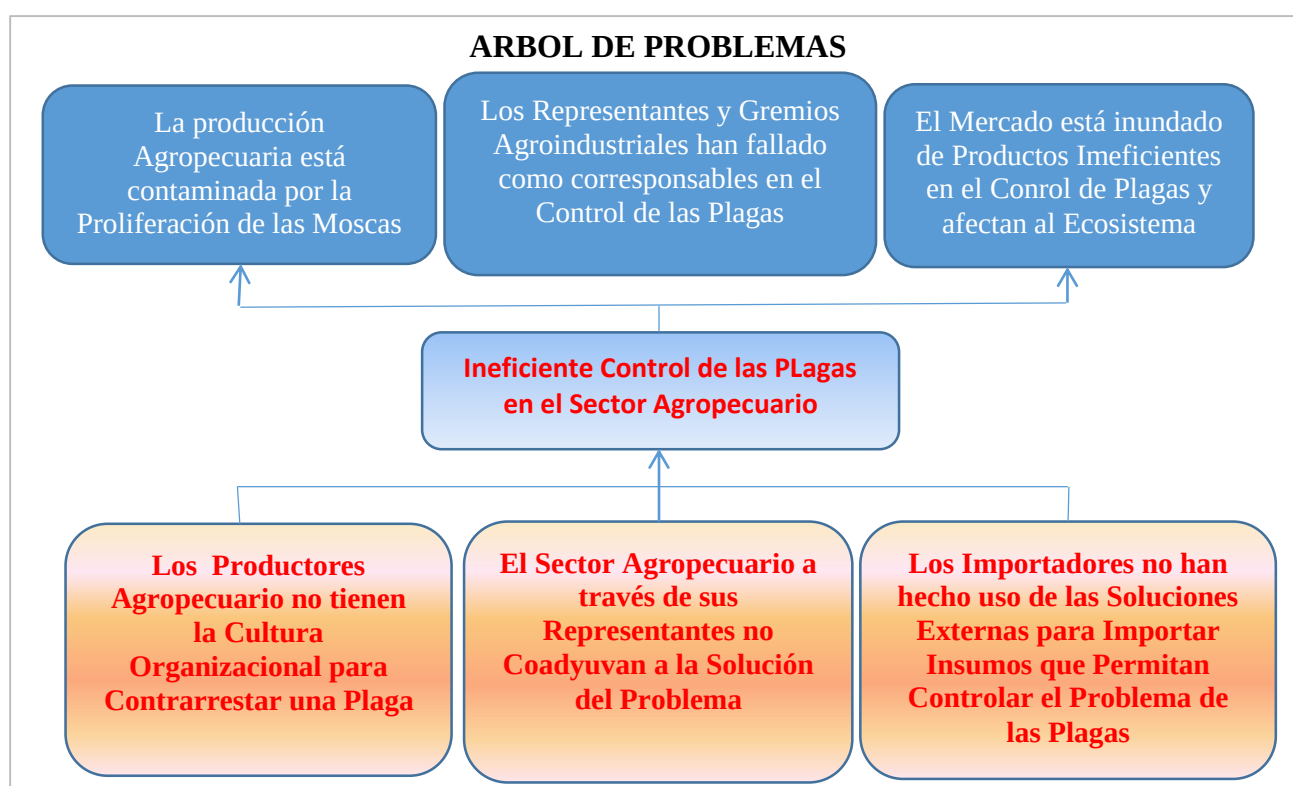


Figura 1. Árbol del Problema

Fuente: Elaboración propia

Formulación del problema

¿La utilización de los Productos Repelentes Ecológicos podrá disminuir los riesgos ocasionados por las plagas en el sector agropecuario sin contaminar el ecosistema?

Sistematización del Problema

¿De qué manera se relacionan los Productos Repelentes Ecológicos con el sector agropecuario del Ecuador?

¿Está dispuesto el sector agropecuario ecuatoriano para el uso de los Productos Repelentes Ecológicos?

¿Cuál será el impacto de la demanda de los Productos Repelentes Ecológicos en el sector agropecuario ecuatoriano?

Justificación

El tema planteado nos permitirá solucionar el problema histórico de las plagas para el normal desarrollo y bienestar del sector agropecuario, mejorando la salubridad e higiene, beneficiando a los productores ganaderos y agrícolas con un efecto rebote a los consumidores del sector primario que partiendo del experimento en la provincia del Guayas, permitirá generalizar su uso en todo el Ecuador.

Objeto de estudio

La importación y utilización de los Productos Repelentes Ecológicos en los sectores Agropecuarios del Ecuador por parte de la empresa MOLERPA S.A, proveedor de este tipo de productos para el desarrollo eficiente de la agroindustria.

Campo de acción o de investigación

La importación de los Productos Repelentes Ecológicos será de uso específico de las comunidades agroindustriales para el desarrollo eficiente eliminando el impacto de las plagas y por consiguiente con poca afectación a los consumidores finales.

Objetivo general

Analizar la factibilidad de importar Productos Repelentes Ecológicos para comercializar en el sector Agropecuario del Ecuador.

Objetivos específicos

Revisar el mercado local de productos repelentes ecológicos.

Analizar si los Productos Repelentes Ecológicos se relacionan directamente con la producción agropecuaria.

Determinar si el sector agropecuario está dispuesto a la utilización de Productos Repelentes Ecológicos.

Analizar si el impacto en la Demanda de los Productos Repelentes Ecológicos en el sector agropecuario es positiva.

La novedad científica

La importación y posterior utilización de los Productos Repelentes Ecológicos tendrá un importante cambio de paradigma en el uso de un producto con alta tecnología en su fabricación para la solución en el control de una plaga que afecta el desarrollo y supervivencia de la agroindustria y consumidores, así como el casi ninguna afectación en el equilibrio del sistema.

Capítulo 1

MARCO TEÓRICO

1.1. Teorías generales

A continuación se procede a revisar las Teorías Tradicionales del Comercio Internacional, es decir, una revisión de las Teorías más importantes de este tipo de comercio.

Comercio Internacional

Según (Hill, 2011) es importante reconocer el comercio dado entre dos o más individuos o empresas en cualquier contexto, por lo que es imprescindible definir este intercambio de bienes tales como productos y servicios en cualquier parte del mundo para que la relación sea con un enfoque vinculado al comercio Exterior.

Negociación Internacional

Para poder interpretar los negocios en el concierto internacional hay que partir de una conceptualización que vincule al encuentro comercial entre las partes, es así que se lo relaciona con el proceso que siguen dos o más partes, con el propósito de llegar a un acuerdo sobre un tema internacional determinado en la que participan diplomáticos, funcionarios civiles, militares de gobiernos, funcionarios de organismos internacionales, empresarios, entre los más importantes. (Luna, 2016).

Negociación Comercial Internacional

Es preciso interpretar los negocios y su influencia en el comercio exterior, por lo que la Negociación Comercial Internacional es una especificación que siguen dos o más

partes, con el propósito de llegar a un acuerdo sobre un tema comercial internacional determinado. (Luna, 2016)

SENAE

Empresa pública que es responsable de controlar eficientemente las exportaciones e importaciones y facilitar un comercio justo en favor de los declarantes que cumplen con las normas aduaneras. (Aduana del Ecuador, 2016)

Régimen Aduanero

Régimen Aduanero se refiere al marco legal o conjunto de operaciones que regula el tráfico internacional y permite que las mercancías tengan un destino específico en relación de la declaración presentada en aduana. El mismo puede ser clasificado como definitivo, temporal, suspensivo o de perfeccionamiento. (Clavijo, 1995)

Almacén libre o Duty-free

El diccionario Collins, define a almacén libre o Duty-free shop como una tienda, en la cual se puede comprar bienes más económicos debido a que no pagan impuestos. (Collins Dictionary, 2016)

Adicionalmente, el diccionario Merriam-Webster se refiere a un significado diferente, pero que señala su ausencia de pago de impuestos como consecuencia de su condición. (Merriam-Webster, 2016a)

1.2. Teorías sustantivas

Mercantilismo

Se inicia con la primera teoría del Comercio Internacional que surgió en Inglaterra a mediados del siglo XVI y conocida como el Mercantilismo. Consistía en que el oro y la plata eran los pilares fundamentales de la riqueza nacional y eran esenciales para un comercio vigoroso. El principio fundamental planteaba que era conveniente para un país mantener un excedente de comercio, a través de un mayor nivel de exportación que de importación. Al hacerlo, un país acumularía oro y plata e incrementaría su riqueza y prestigio nacionales. Ésta doctrina defendía la intervención gubernamental para lograr un excedente en la balanza comercial.

Ventaja Absoluta

A continuación una de las teorías más influyentes la Ventaja Absoluta expresada en la obra “The Wealth of Nations” (la Riqueza de las Naciones) de Adam Smith allá por el año de 1776, quien argumentaba que los países deben especializarse en la producción de mercancías para las que tengan una ventaja absoluta y, posteriormente intercambiar estos productos por artículos producidos por otros países, nunca se debe producir en casa lo que se pueda adquirir, a un menor costo, de otras naciones.

Ventaja Comparativa

Posteriormente y como nueva aportación se analiza la Ventaja Comparativa de David Ricardo expuesta en su libro “Principles of Political Economy” (Principios de Economía Política) de 1817. El principio de esta teoría se sustentaba en que un país

debe especializarse en aquellos bienes y servicios que pueda producir de manera más eficiente y adquirir, de otros países aquellos que produzca de manera menos eficiente, incluso cuando, en ocasiones, esto represente adquirir bienes extranjeros cuya producción final puede ser más eficiente.

Modelo H-O

Los economistas suecos Eli Heckscher, en 1919, y Bertil Ohlin, en 1933 expusieron sus teorías en lo que se conoce como el modelo de Heckscher-Ohlin (Modelo H-O), y su elemento distintivo es el supuesto de una competencia perfecta en los mercados de bienes y de factores. Entre más abundante es un factor, menor es su costo. Los países exportarán aquellos bienes que hacen uso intensivo de aquellos factores localmente abundantes, e importarán bienes que hacen uso intensivo de aquellos factores localmente escasos.

Teoría del Ciclo de Vida del Producto

Ubicados en el siglo XX aparece la Teoría del Ciclo de Vida del Producto de Raymond Vernon quien la propuso a mediados de los años sesenta. La teoría decía que de manera aparente, las empresas pioneras en un producto creían que era mejor mantener las plantas productivas cerca del mercado y del lugar de toma de decisiones.

Nueva teoría del Comercio Internacional

Finalmente hizo su incursión la Nueva teoría del Comercio Internacional que empezó a surgir en la década de los setenta. De acuerdo con ella, muchas industrias experimentaban rendimientos crecientes de la especialización, debido a la presencia de economías sustanciales de escala cuyo desarrollo está asociado a los economistas Joseph Stiglitz, Avinash Dixit, Elhanan Helpman y Paul Krugman, entre otros, tienen su

origen en el cuestionamiento de varios de los supuestos de las teorías tradicionales y muy influyente hasta los actuales tiempos.

Modelo de Oligopolio de Firmas y Gobiernos (Otras Imperfecciones del Mercado).

Hay otras imperfecciones del mercado que podrían analizarse, tales como situaciones de oligopolio o de comportamiento estratégico por parte de firmas y gobiernos. Por ejemplo, Ulph (1998) concluye que, en presencia de externalidades y políticas ambientales, una estrategia de comercio internacional favorecería los estándares de contaminación más que los impuestos a la contaminación, como instrumentos de política ambiental. También se ha argumentado que la competencia imperfecta presente en los mercados mundiales es la razón por la que los gobiernos se comportan estratégicamente en sus decisiones domésticas sobre la política ambiental (van Beers y van den Bergh, 1996). Este es el caso del dumping ecológico.

1.3.Referentes empíricos

La detección temprana de las plagas y la aplicación de medidas de control racionales y efectivas son tareas priorizadas para quienes tienen la responsabilidad de la protección fitosanitaria. (Pérez, 2007)

La intensificación de la agricultura, motivada por la necesidad de proveer productos agrícolas a una población cada día creciente, trae como consecuencia la proliferación de plagas y enfermedades. La alta presión de los diferentes problemas fitosanitarios y su manejo inadecuado, conducen a que éstos ejerzan un impacto negativo no sólo en las cosechas, sino en el suelo, el agua y en la calidad del agrosistema. (Rosquete, 2011)

Se verificó que se haya trabajado en el exterior con un producto repelente ecológico, encontrándose un proyecto ambiental en Buenaventura-Colombia, con los moradores de la comuna, específicamente en el sector Miramar, con la visión de comercializarlo en todas las comunas de Buenaventura.

El aumento de la producción agrícola y especialmente la producción en monocultivos ha creado un aumento extraordinario de insectos-plagas y enfermedades especializados en exactamente este cultivo. (Brechelt, 2004)

Tanto fabricantes de insumos agroquímicos como organismos internacionales han buscado una solución consecuencias que los químicos pueden causar al medio ambiente y la vida humana, por lo que se creó el Manejo Integrado de Plagas (MIP). (Brechelt, 2004)

Capítulo 2

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Metodología

Como se podrá colegir, en el capítulo anterior se pudo comprobar en la revisión de la literatura sobre los beneficios en el Control de la plagas que proliferan en el sector agropecuario, por lo que la metodología a usar parte de la Deducción Lógica de que un inversión en la importación de un producto para un sector producto debe estar fundamenta en la proporción de una demanda insatisfecha, estudio que se basará en la utilización de una metodología de Enfoque Cuantitativo, con Diseño Descriptivo y Correlacional para analizar las relaciones entre las variables independiente y la variable dependiente, a partir de un diseño no experimental en el que no se afecta a la variable independiente, por cuanto no hay experimento en laboratorio.

Para proceder a la importación de los Productos Repelentes Ecológicos se hace necesario conocer sobre la necesidad del mercado para asimilar el uso de un Repelente Ecológico para el Control de las Plagas, que redunde en beneficios no solamente para el sector sino para el consumidor.

2.2 Métodos

Se utilizará el método Descriptivo, el cual se revela como el tipo que permite reconocer como son y de qué manera se manifiesta un fenómeno, una situación específica como la presente investigación. En el transcurso de la investigación se utilizará un tipo Correlacional que permita determinar el nivel de asociación (relación) de las variables inmersas en el estudio.

2.3.Premisas

El Ecuador es un país muy poco tecnificado y a partir de la demanda de productos ecológicos por parte de los países demandantes, el gobierno principalmente, ONG's y la empresa privada, están haciendo eco de la necesidad de producir ecológicamente. En el caso del presente estudio, se trata de la utilización de Productos Repelentes Ecológicos para ser ubicados en el sector agropecuario, por lo que de acuerdo al enfoque de la investigación, a la Tipología descrita y al Diseño a implementar, la premisa sería la siguiente: La importación para el uso de cinta y rollo de papel Repelente Ecológico ayudara a reducir progresivamente el impacto de las plagas en el sector agropecuario.

2.4.Modelo

Variable Independiente: Sector Agropecuario.

Variable Dependiente: Importar Productos Repelentes Ecológicos.

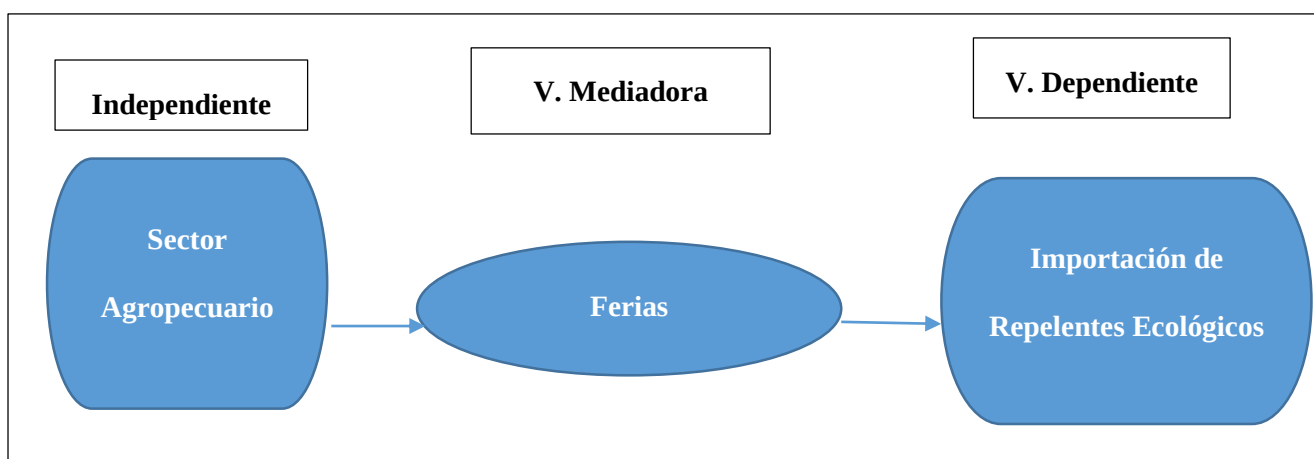


Figura 2. Modelo de Importación de los Productos Repelentes Ecológicos para el Sector Agropecuario

2.5. Universo y muestra

El modelo muestra a las variables inmersas en el estudio, esto es, la Variable Independiente representada por el Sector Agropecuario, la Variable Mediadora representada por las Ferias Agropecuarias y finalmente, la Variable Dependiente que es la Importación de Productos Repelentes Ecológicos.

Universo

El Universo está conformado por las empresas agropecuarias del Ecuador, y como el estudio se realizará en la provincia del Guayas, se determinará la muestra correspondiente a las empresas del sector ubicadas en esta provincia, utilizando para aquello la fórmula de Muestreo Simple.

Muestra

Partiendo de que existen aproximadamente tres mil quinientos cuarenta y siete (3.547) en el Ecuador, reconociendo que MOLERPA cubre todo el territorio nacional, se decidió trabajar con la fórmula de Muestreo Simple, obteniéndose como resultado una muestra de trescientos cuarenta y siete (347) redondeándose y como resultado de personas afincadas en la provincia del Guayas.

APLICACIÓN PASO A PASO DE LA FÓRMULA DE MUESTREO SIMPLE				
3,8416	0,25	496.708,00	477.038,36	383,86
496.708,00	0,0025	1.241,770	1.242,73	

DERIVACIÓN DE LA FÓRMULA DE MUESTREO SIMPLE

N= Universo: 496.708 (PYMES)

e= error de estimación: $(0,05)^2 = 0,0025$

Z= nivel de confianza: $(1,96)^2 = 3,8416$

p= probabilidad a favor: 0.5

q= probabilidad en contra: 0.5

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 p \cdot q}$$

Tabla 1. Aplicación de la fórmula de Muestreo Simple a las PYMES, Fuente: Elaboración propia.

2.6.CDIU – Operacionalización de variables

Tabla 2. Variable Dependiente: Importación de Productos Repelente Ecológicos.

Variable Dependiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos	Técnica
Importación de Productos Repelentes Ecológicos	Importadora, Formuladora de Productos Agropecuarios	Representante del sector que oferta Fármacos, Veterinarios, Materia Prima, Aditivos, Núcleos	Agregación de Valor	Innovación	1	Cuestionario de Preguntas	Encuesta
				Sector Agropecuario	2-3-4		
				Calidad	5	Cuestionario de Preguntas Aplicando Escala de Likert: 1=Nunca 2=Algunas Ocasiones 3=Siempre	Encuesta
				Ecológico	6		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Variable Independiente: Sector Agropecuario

Variable Independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos	Técnica
Sector Agropecuario	Uso de los Productos Repelentes Ecológicos para la Protección del sector Agropecuario	Representa para el Sector Nivel de Desarrollo de su Cultivo, de Animal Vacuno, Bovino y de Aves	Nivel Porcentual de Enfermedad de los cultivos y del ganado	Valor Porcentual de Costos por Enfermedad	7	Cuestionario de Preguntas Aplicando Escala de Likert: 1=Nunca 2=Algunas Ocasiones 3=Siempre	Encuesta
					8		
					9		

Fuente: Elaboración propia

2.7. Gestión de datos

De acuerdo al Enfoque Cuantitativo, el Estudio Descriptivo y Correlacional, el Diseño de la Investigación será Transversal (Transaccional), es decir, se hará el levantamiento de la data en una sola ocasión, aproximadamente en dos (2) semanas, para lo cual se utilizarán los Instrumentos colectados en la revisión de la literatura adecuándolo al contexto del estudio, lo que determinará el ajuste al instrumento (cuestionario de preguntas). Se utilizará la técnica tradicional de levantamiento de datos y la más usada por cierto, las “Encuestas” que se diseñarán en el campo de la acción. (Ver ilustración #1 Incursión de productos repelentes ecológicos en el agro), (Ver ilustración #2: El Producto Repelente Ecológico y su afectación al Ecosistema), (Ver ilustración #3: Sector Agropecuario y su demanda de productos repelentes agrícolas) y (Ver ilustración #4: Apoyo del gobierno para el desarrollo del sector agropecuario).

2.8. Criterios éticos de la investigación

Todo trabajo de investigación deberá guardar las reservas que amerita y el anonimato para los encuestados, para alcanzar una fuente de información confiable, es decir, no menor al 95%.

Capítulo 3

RESULTADOS

3.1. Antecedentes de la Empresa

MOLERPA S. A. es una compañía que se constituyó por escritura Pública celebrada ante el Notario Público del Cantón Yaguachi el seis (6) de Enero de mil novecientos noventa y ocho (1998), para atender el sector Agropecuario del País; que es el pilar para el desarrollo del Ecuador y de la compañía, para lo cual cuenta con profesionales de alta preparación académica en cada sector o región. (Ver Ilustración #5: Instalaciones Molerpa).

El desarrollo del sector Agropecuario y Agro-veterinario, es y será su mayor preocupación y meta de la compañía; para lo cual cuenta con una estructura de veinte y siete (27) profesionales que trabajan directa e indirectamente en cubrir todo el territorio ecuatoriano.

FUNDADORES	ACCIONES (Valor
Daniel Morante	35%
Stephenson Bravo	15%
Santiago Loor	20%
Jaime Guanopatin	20%
Moraqro S.A.	10%

Misión

Ser y llegar a ser percibida como la primera empresa de insumos agropecuarios en el Ecuador; contando con una estructura ágil, eficiente, flexible; con capacidad de respuesta inmediata a los cambios y necesidades del mercado. (MOLERPA S.A., 1998)

Visión

Destacarnos como una empresa líder en el Ecuador en la innovación de productos y servicios agro-veterinarios de calidad, superando las expectativas y exigencias de nuestros clientes, proveedores, colaboradores y accionistas dando ejemplo de eficacia, eficiencia y valores. (MOLERPA S.A., 1998)

Objetivos

MOLERPA. es una empresa con metas de expectativa elevada, no se conforma con solo vender sus productos para grandes especies, sino que haremos un nuevo lanzamiento de la línea para mascotas. (MOLERPA S.A., 1998)

El uso correcto del producto por parte del cliente., Esto nos acerca más a nuestros clientes, ya que le vendemos productos 100% probados de manera técnica.

Investigar y Analizar las necesidades del mercado ecuatoriano, de acuerdo a esto, siempre estar a la vanguardia en desarrollo técnico y de asesoramiento y así aseguramos la formulación de productos de calidad y cantidad garantizada a un bajo costo.

MOLERPA, entre las principales empresas del País, es una de las primeras en tener un crecimiento sostenido, este genera confianza añadida al cliente, el cual se siente seguro, al ver nuestro nombre en los productos que utiliza.

Sostenernos con nuevos productos que ofrezcan soluciones eficaces a los problemas y necesidades que se dan en la actividad agro productiva, así poder velar el bienestar de todo el sector y por ende el de toda la familia ecuatoriana, así cumplimos nuestro slogan: Distribuimos Solo Productos de Calidad.

3.2. Productos

Dentro del mercado Agropecuario contamos con las siguientes Líneas:

Línea Molerpa tiene: Yodos, selladores de Ubre, desinfectantes, antiparasitarios externo, antisépticos, P.A. Dogs para pequeñas mascotas.

Línea OVER tiene: Antibióticos inyectables, antibióticos intramamarios, antibióticos intrauterinos, antibióticos locales, antibióticos orales, antiparasitarios externos e internos, antiinflamatorios, sedantes, analgésicos, Mosquicida ecológicos, vitaminas pequeños animales, vitamínicos mineralizantes y anabólicos, endectocidas, cremas protectoras, antídotos hormonales.

Línea Interfarma tiene: Vitaminas, anabólicos y tratamientos para enfermedades en gallos de pelea, vitaminas para pequeños animales, vitaminas y anabólicos para equinos.

Línea D.P.I. tiene: Aditivos, Fortificador para plantas.

La ubicación de la compañía es ciertamente aceptable ya que es una zona industrial en la Cdla. Santa Adriana Manzana 7A Solar 1, 2 y 7.

3.3. Sistema de Distribución

La manera en que MOLERPA accede al consumidor final a través de distribuidores que son indistintamente personas naturales o jurídicas de acuerdo a los compromisos adquiridos en el recorrido de la empresa a lo largo del tiempo, es así que la importadora utiliza distribuidores en las provincias con las que se tiene una relación comercial muy fuerte. Es importante describir las diferentes zonas con sus respectivas provincias en las que la importadora utiliza los representantes para la distribución de sus productos.

La zona Costa la integran las provincias del Guayas, Santa Elena y El Oro, con su representante responsable de la distribución, la empresa Disprovef del Ecuador S.A.,

En la zona centro-costa provincias de Los Ríos y Cotopaxi, el distribuidor es

INVETSA. En la zona sur-costa provincias de Manabí, el distribuidor es

AGROVETSA. En la zona Austro provincia de Azuay, se cuenta con Distribuciones

Agrícolas R.G. En la zona Norte provincias de Santo Domingo y Esmeraldas, el

distribuidor es Dayvet. En la zona Sierra provincias Carchi, Imbabura, Sucumbíos y

Pichincha, el distribuidor es Suragro.

Rollo Repelente Ecológico a rayas rojas MOSCA CLAC

Es un rollo engomado desenrollable, destinado a combatir las infestaciones de moscas en todo tipo de ganadería **(PROTECTA, 2016)**

La presentación es en una versión en la que predominan las rayas rojas y de siluetas de moscas que actúan como señuelo de diez por treinta (10x30) cm, con capacidad de embalaje de cinco (5) unidades por caja (Ver ilustración #6: rollo repelente) físicamente es un rollo de treinta (30) cm de ancho, engomado por una cara con un pegamento muy adhesivo y termoestable (Ver ilustración #7: rollo repelente).

Método de Empleo

1. Retirar el papel protector.
2. Suspende el rollo por la varilla y desenrollar de punto cinco (0.5) a uno (1) m de largo.
3. La posición plana es más eficaz que la vertical.
4. Cuando la superficie esté saturada de moscas, desenrollar otra banda de la misma longitud y cortar la usada (cortar con un cúter, por ejemplo).

Ventajas

Es ecológico (sin insecticida) y de uso práctico, la goma no mancha ni se seca con el aire, mayor calidad del soporte papel, ya que es más grueso y menos transparente que ciertos productos de la competencia, buena eficacia (hasta la saturación) duración variable según la infestación, complementario a las medidas de lucha química, captura de moscas resistentes a los insecticidas.

Límites de Uso

Evitar el uso en lugares con mucho polvo y expuestos a las corrientes de aire.

En las salas de ordeño, recomendar los sistemas de cintas engomadas (tarda más en saturarse en fuertes infestaciones).

Orientación de Mercado

Adaptado a todo tipo de instalaciones animales y plantaciones agrícolas.

Advertencias de uso

Colocar los rollos desde la aparición de las primeras moscas, en zonas cubiertas entre tres a seis meses, según la proliferación de moscas.

Colocar frente a la luz para reforzar las propiedades reflectantes y el brillo del pegamento (luz artificial o natural).

Cinta Repelente Ecológico engomada setecientos (700) mts. MOSCA CLAC

Es una Bobina de cinta engomada de cinco (5) mm. De ancho, destinada a luchar contra las fuertes infestaciones de moscas de todo tipo de ganaderías y plantaciones agrícolas, es resistente al agua, uso manual, no contiene insecticida, producto ecológico, podrá conocer acerca del producto accediendo al link **(PROTECTA, 2016)**

La presentación del producto está dada en bobinas de quinientos (500) m: por unidades, Kits de setecientos (700) m (con todos los accesorios de montaje para fijarlo a la pared): por unidades. Recambios de bobinas setecientos (700) m: por unidad. (Ver ilustración #8: kit de cinta repelente).

Descripción

Son Tiras de cinco (5) mm de ancho engomadas por ambas caras con una goma gelatinosa termo-estable con fibras largas, enrolladas en una bobina envuelta en papel protector plastificado.

Método de Empleo

1. Retirar el papel protector.
2. Cada Kit cuenta con accesorios completos de montaje: para fijar en los tabiques, con rodillos que permiten desenrollarlo de ida y vuelta.
3. Se calcula una longitud de ida máxima de 20 a 25 mts y un espacio de 4 a 5 minutos entre ida y vuelta.

Ventajas

El producto como ya se ha mencionado en el estudio, es ecológico (sin insecticida) y autorizado en ganaderías Biológicas, la goma permite el cien (100) % de sección engomada cuando se desenrolla, con una capacidad de trampa treinta (30) % superior al de un hilo de sección de dos (2) mm. El dispositivo apropiado al comportamiento de las moscas: preferencias por las superficies blancas, brillantes, angulosas y horizontales, gran capacidad de atracción de hasta quinientas (500) moscas atrapadas por metro lineal, excelente eficacia por cuanto completa la saturación de la cinta, complementado con la eliminación de los individuos resistentes a los insecticidas. (Ver ilustración #9: caja de cinta repelente).

Límites de Uso

Evitar su utilización en lugares con mucho polvo.

Orientación del Mercado

Indispensable en ganadería, particularmente en las salas de ordeño.

Advertencias de uso

Volver a colocar el plástico de protección después de desenrollarlo (para evitar que se manche de polvo). Limpiar las eventuales manchas con aguarrás.

Cinta engomada Repelente Ecológico ciento cincuenta (150) mt. MOSCA CLAC

Es una bobina de cinta engomada de cinco (5) mm de ancho, destinada a luchar contra las fuertes infestaciones de moscas en ganadería. (PROTECTA, 2016) Su presentación está estructurada por bobinas de cinta de ciento cincuenta (150) m,

embalaje de doce (12) unidades, cinta engomada por las dos caras (5 mm de ancho), con pegamento gelatinoso y termo-estable con fibras largas, y cabe recalcar que la Bobina está envuelta en papel protector plastificado (Ver ilustración #10: cinta repelente).

Método de Uso

1. Retirar el papel protector.
2. Uso manual: colocar encima de los animales entre dos ganchos.
3. Renovarlo cada ocho (8) a diez (10) días, si la cinta no se satura antes de conformidad al número de insectos que repele.

Ventajas

Es un producto ecológico (sin insecticida) y autorizado en ganadería Biológica, posee gran facilidad y polivalencia de uso. Es particularmente indicado para pequeñas ganaderías como boxes de caballos en ganadería equina. Es un dispositivo apropiado para el comportamiento de las moscas y su uso es preferentemente en las superficies blancas, brillantes, angulosas y horizontales, y su eficiencia está plasmada en la gran capacidad de captura, ya que puede atrapar hasta quinientas (500) moscas por metro lineal, eliminando insectos que se vuelven resistentes a los insecticidas (Ver ilustración #11: cinta repelente (caja)).

Límites de Uso

1. Evitar su utilización en lugares con mucho polvo.
2. Para salas de ordeño y otras instalaciones ganaderas sujetas a fuertes infestaciones de moscas, recomendar el dispositivo de fijación del Kit setecientos (700) m, que ofrece más comodidad de uso.

Orientación de Mercado

1. Equitación, para los boxes de los caballos.
2. Pequeñas ganaderías bovinas, caprinas u ovinas: encima de los animales.

Advertencias de uso

Volver a colocar el plástico de protección después de desenrollarlo (para evitar que se manche de polvo). Limpiar las eventuales manchas con aguarrás.

Mercado

El Ecuador tiene aproximadamente doce millones trescientos mil (12.300.000) hectáreas, de las cuales se utilizan para la producción alrededor del 50%. El Mercado del Ecuador tiene aproximadamente cuatro millones cuatrocientos ochenta y seis mil veinte (4,486.020) cabezas de ganado vacuno; según cifras del III Censo Nacional Agropecuario. (MAGAP, 2016)

Desarrollo de los Productos en Haciendas e Investigación.

El producto Repelente Ecológico es muy utilizado en lugares donde existe gran cantidad de moscas, por lo general esto ocurre en instalaciones donde hay muchos animales. Por tanto, es más común encontrarlas en las haciendas y ranchos, estos insectos pueden ser dañinos para el ganado. En casos severos, más de quinientos (500) especímenes puede infestar a un solo animal, perjudicando su salud y haciendo que el animal pierda peso y cese su producción de leche. Cuando esto ocurre, es aconsejable buscar la ayuda de un profesional.

Sin embargo, existen métodos muy eficaces para combatir y erradicar este tipo de infestaciones que afectan la salud de los animales que permanecen en dicho lugar. Para ello fue inventado este producto ecológico que no afecta al medio ambiente ni a los

seres vivos como lo hacen los insecticidas de tipos spray que contienen químicos fuertes y nocivos para nuestra salud y la de los animales.

Por tal motivo, es recomendable usar e implementar en este tipo de instalaciones estos Repelentes de tipo Ecológico (rollo y cinta de papel) para ayudar a que el ganado y demás animales que allí habitan, no tenga esta clase de proliferaciones de insectos y estén protegidos de manera duradera; ya que dicho producto es muy eficaz para atrapar esos insectos que se vuelven resistentes a los insecticidas de uso común logrando capturar hasta quinientas (500) moscas por metro lineal, (Ver ilustración: #12: modelo de uso de cinta repelente), podrá conocer acerca del producto accediendo al link **(PROTECTA, 2016)**.

Para la introducción de los productos repelentes ecológicos (cinta y rollo) utilizados para combatir las infestaciones de moscas en todo tipo de instalaciones para animales, se realizaron una serie de eventos programados entre julio y Octubre, partiendo de capacitación interna como externa. Internamente se promovieron y desarrollaron charlas de capacitación al personal de MOLERPA sobre el uso, control y ventajas que se obtienen al utilizar este tipo de productos repelentes ecológicos. Externamente se desarrollaron charlas de capacitación a representantes de comunas agrícolas, ganaderos, y campesinos en general para que conozcan acerca del producto, utilizándose entre otras, las instalaciones del Club Nacional de Guayaquil (km. 6 vía a Daule).

Se trataron temas referentes a la introducción del nuevo producto y sus derivados, formas y lugares de empleo del producto, control y Límites de uso del repelente ecológico, ventajas al utilizar los repelentes ecológicos. (Ver ilustración #13: reunión de capacitación).

Participaron una serie de funcionarios y técnicos expertos en el ámbito, tales como el Ing. Daniel Morante – Gerente General, Ing. Stephenson Bravo – Presidente, Ing. José Morante – Jefe de comercialización, Ing. María Morante – Jefe Administrativo y RR.HH, Mgs., Marcela Morante – Desarrollista técnico, Dr. Ufredo Caiminagua – Desarrollista técnico, y todos los distribuidores de MOLERPA. (Ver ilustración #14: charla técnica).

Se realizó un evento en Expoferia Ganadera 2016, la semana del seis (6) al nueve (9) de octubre del dos mil diez y seis (2016) en el Recinto Ferial Jaime Nebot Velasco, en donde se trató sobre la forma de utilización de estos productos repelentes ecológicos, inducción que tuvo bastante acogida en la comunidad vinculada al sector agrícola y ganadero. (Ver ilustración #15: feria ganadera).

Se aplicó e implemento el producto repelente ecológico en haciendas a manera de un protocolo de prueba en la hacienda Vaparaíso ubicada en el cantón Balao Km. Ciento veinte y uno (121) Vía Guayaquil – Machala, cuyo responsable del operativo fue la MVZ. Marcela Morante Erazo, utilizando para el efecto la especie o raza de ganado bovino, girolando, Brown swiss, y gyr, tomando una muestra aleatoria de los cuatrocientos (400) animales vivos, es decir, a ciento noventa y seis (196) elementos, utilizando el establo como área de utilización de la aplicación práctica del producto, después de quince (15) días, se encontró alrededor de doscientos (200) insectos en la cinta, obteniéndose excelentes resultados en cuanto a la exterminación de las plagas. (Ver ilustración #16: hacienda Valparaíso).

La Competencia

Nuestra competencia es de alrededor de sesenta (120) casas comerciales que venden productos agropecuarios, entre ellos podemos nombrar a Ecuaquimica, Agripac, Farvioviet, James Brown, Tadec, Farmagro, Intervet, siendo un campo muy dinámico, ya que avanza en los productos que cada empresa oferta, haciendo el mercado cada vez más grande.

Siendo nuestros productos repelentes y ecológico este será una ventaja por encima de los actuales anti plagas que existen los mismos que contiene insecticida, y cada vez las OMS, prohíbe el uso de los mismos ya que es dañino para la salud. (OMS)

Los productos anti plagas, a base insecticida en el Ecuador su consumo es elevado y existe alrededor de dos (2,000) mil, registrados en el Ecuador, de los cuales ya solo quedan registradas y autorizadas cincuenta (50) moléculas plaguicidas, ya que el uso de estos cada vez es más dañino para la salud. (AGROCALIDAD, 2016)

En AGROCALIDAD existe trescientas noventa y dos (392) empresas registradas, de las cuales se dividen en exportadores, formulador, importador, importador - distribuidor, orden de inscripción y representantes. (AGROCALIDAD, 2016)

Los precios de la competencia se determina con su canal de distribución, o vendedores directos, siempre está en constante guerra de precios, promociones, y tratando de ofrecer el mejor servicio, teniendo una ventaja ya que tenemos algunos años en el mercado y distribuimos productos de calidad, innovando cada vez con mejores productos para ofrecer al mercado.

Capítulo 4

DISCUSIÓN

El sector veterinario es un campo muy amplio en el cual todavía se puede seguir innovando, pero que por desconocimiento o falta de motivación de los empresarios para invertir en investigación y desarrollo no se lo hace.

La empresa MOLERPA S.A. buscando ofrecer al mercado productos innovadores de alta calidad, ha decidido importar una suite de Productos Repelentes Ecológicos para el sector agropecuario, partiendo de un par de elementos vinculantes para el mercado agropecuario ecuatoriano, cinta y papel cuyo objetivo es mejorar el cuidado e higiene de los animales y ayude al cultivo durante su periodo de siembra y en los demás métodos de higiene del ganado vacuno, optimizando la producción.

Esta mercancía se la sitúa en el sector de Productos No – Tradicionales y que desde la perspectiva empresarial, MOLERPA pretende hacer indispensable su uso en el sector agropecuario, con la potencialidad de cerrar el círculo de alimentación y nutrición en el ganado vacuno y de esta forma fortalecer al sector para contrarrestar el efecto que trae consigo la proliferación de las plagas, siendo el caso de la presente investigación, la concerniente al control y erradicación de las moscas.

La trayectoria de la empresa por más de 18 años en el sector ayudará a introducir el producto y desarrollarlo en el sector agropecuario, coadyuvando a su vez a la consolidación de la misma en el sector de las PYMES. Al efectuar el pronóstico sobre el Plan de Importación, se determinó que efectivamente el sector agropecuario está siendo afectado por esta plaga y el resultados de las encuestas determinaron con un nivel de confianza del 95% que el referido sector está consciente del problema y ávido

de solucionarlo, con mayor razón si aquello reduce los costos ocultos y no afectaría al mantenimiento del ecosistema.

De esta manera MOLERPA se convertirá un referente de la empresa privada vinculada al sector para la utilización de Productos Repelentes Ecológicos, para lo cual se requerirá del apoyo del gobierno en la reducción de aranceles, ya que estos productos representan un insumo para la protección de la agricultura y ganadería en procura del desarrollo sostenible y sustentable de estos productos primarios que representan el sustento principal de las comunidades dedicadas al cultivo agrícola y a la ganadería.

Esta combinación Estado-Empresa Privada indudablemente beneficiará a las comunidades agropecuarias y de esta manera se satisfará la demanda del mercado interno, y toda vez que el sector agropecuario madure su cultura organizacional, se deberán organizar congresos y ferias internacionales para atraer a inversionistas extranjeros para la concienciación nacional y producir a escala con estándares internacionales, todo lo cual permitirá la exportación de productos agrícolas y pecuarios ecológicos (verdes) con la consecuente atención y captación de mercados emergentes como las BRICS, así como la comunidad europea, Asia, etc.

4.1. Contrastación empírica

Como demuestran los resultados del capítulo 3, Ecuador tiene un margen abierto para la utilización de los Productos Repelentes Ecológicos dada la casi ninguna cobertura por parte de la competencia, ya que si bien es cierto es época de protección al medio ambiente, el sector agropecuario sigue produciendo con insecticidas que afectan tanto al producto como al equilibrio del sistema, lo cual se evidencia en los productos que se ofertan en los lugares habituales de expendio.

4.2. Limitaciones

Como es natural en este tipo de estudios, las limitaciones están dadas por factores exógenos que provienen especialmente de la política económica del gobierno de turo, así como de la propia incultura del sector Agropecuario.

4.3. Líneas de investigación

Toda sociedad para poder crecer económicamente y desarrollarse socialmente, accede a la producción a escala por cuanto es la única vía para desarrollar una cultura de control a las plagas para el sector es la constante investigación para la innovación de los productos que permitan controlar este tipo de plagas.

4.4.Aspectos relevantes

La novedad del estudio es la incorporación de la importación de un producto que minimiza el impacto para mantener el equilibrio del sistema así también para el control de una plaga que además de la afectación a un ser vegetal y vivo, genera incremento de costos por incursionar en actividad correctiva de los males que acarrea la utilización de productos químicos.

Capítulo 5

PROPUESTA

De conformidad al principio y su fundamento, la propuesta se va a orientar en función de los tres Objetivos Específicos, que han sido comprobados por los resultados obtenidos en el Levantamiento de los datos.

MOLERPA S.A. para el año dos mil quince (2015) vendió Un millón quinientos setenta y seis mil ciento noventa y tres dólares (\$ 1'576.193). (Ver Anexo Ilustracion #17,18,19,20 Información Financiera Balance General, Estado de Resultado, Reporte de Ventas por cliente, año 2015) y de acuerdo a los pedidos de los productos repelentes ecológicos, promocionados en las ferias y encuentros programados por la empresa en todo el año 2016 en función de la planificación realizada, se aspira a que estos ingresos se incrementen en un 30%, tomando en consideración los resultados de las encuestas efectuadas en donde mayoritariamente tanto expertos como representantes de las comunidades campesinas consideraron que estos productos repelentes ecológicos tiene cabida en el sector agropecuario, coadyuvando con la aplicación de políticas comerciales de eliminación de aranceles para la importación de estos productos que representan insumos para la producción agropecuaria en salud y con mínimo impacto en el ecosistema.

La configuración del elemento más importante de los citados cual es el de la percepción del cliente, permitió determinar que MOLERPA acceda a la primera importación de Cinta y Rollo Repelentes Ecológicos desde Francia, alineada al estudio de mercado referido, cuya aplicación práctica está prevista para el mes Marzo del año dos mil diez y siete (2017), siendo el puerto de embarque Avignon; puerto de entrada ciudad de Guayaquil, utilizaremos el medio de transporte marítimo el cual tendrá un

tiempo de tránsito de alrededor de cuarenta y cinco (45) días hábiles, los términos de compra FOB, las condiciones de pago serán de noventa (90) días desde la fecha de embarque del Bill of Loading (BL), la unidad de moneda que se utilizarán entre ambas empresas será el dólar americano, el valor FOB veinte y un mil cuatrocientos sesenta dólares (\$ 21,460), el valor del flete será de un mil cincuenta dólares (\$ 1,050), el seguro setenta y ocho dólares con setenta y nueve centavos, mercancía comprendida cuatrocientas (400) unidades de cinta engomada recambio de setecientos (700) metros, sesenta (60) kit's completo de cinta engomada, seiscientos (600) rollos a rallas rojas y seiscientos (600) cinta engomada de ciento cincuenta (150) metros (Ver Anexo ilustración #21, Nota de pedido año 2017).

El proceso de importación contemplara una vez que nuestro proveedor tendrá lista la mercadería desde Francia, Avignon, se procederá a realizar el embarque con la naviera coordinando toda la logística requerida, con la documentación requerida como Factura Comercial, lista de empaque, certificado de origen, certificado de análisis, y el Bill of Loading (BL) la partida arancelaria a usar es (4811.41.90), la misma que tiene un quince (15) por ciento de arancel, FODINFA es de cero punto cinco (0.5) porciento y contempla el catorce (14) porciento del IVA, todo el proceso de aduana la realizara nuestro agente aduanero para la obtención de la nacionalización de los productos.

Una vez que la mercadería arribe procederemos a realizar la liquidación de la importación teniendo los siguientes gastos: Arancel es del quince (15%) por ciento, FODINFA cero punto cincuenta (0.50%) por ciento, Impuesto al valor agregado (IVA) es catorce (14%) por ciento, Impuesto a la salida de divisas (ISD) es del cinco (5%) por ciento. Los siguientes gastos son valores aproximados en los que MOLERPA incurrirá en dicha importación: gastos de bodegaje es ciento cincuenta dólares (\$ 150.00), gastos

de nacionalización por trescientos dólares (\$ 300.00), gastos de transporte por ciento veinte dólares (\$ 120.00) y gastos administrativos de naviera por doscientos dólares (\$200.00), teniendo un costo total de gastos por ocho mil quinientos seis dólares (\$8,506), y un factor total de treinta y nueve punto sesenta y cuatro (39.64%) por ciento (Ver Anexo Ilustracion #22, Liquidación de Importación).

Para la proyección de ventas el descuento sobre el precio de venta a nuestros distribuidores será del treinta (30%) por ciento, sobre las cuatrocientas (400) unidades de cinta engomada recambio de setecientos (700) metros siendo el costo puesto en bodega de treinta y un dólares con setenta y siete centavos (\$ 31.77), y el precio de venta al público es de sesenta (\$ 60) dólares y el precio de venta distribuidor es de cuarenta y dos (\$ 42) dólares; de los sesenta (60) kit's completo de cinta engomada siendo el costo puesto en bodega de sesenta y siete dólares con tres centavos (\$ 67.03) y el precio de venta al público de ciento veinte (\$ 120) dólares y el precio de venta distribuidor de ochenta y cuatro (\$84) dólares; sobre los seiscientos (600) rollos a rallas rojas el costo puesto en bodega es de doce dólares con veintinueve centavos (\$12.29) y el precio de venta al público es de veinticinco (\$25) dólares y el precio de venta distribuidor es de diecisiete dólares con cincuenta centavos (\$17.50); y sobre las seiscientas (600) cinta engomada de ciento cincuenta (150) metros el costo puesto en bodega es de nueve dólares con setenta y siete centavos (\$9.77) y el precio de venta al público es de veintidós (\$22) dólares y el precio de venta distribuidor es de quince dólares con cuarenta centavos (\$15.40), representando un total de ventas de nuestros distribuidores por cuarenta y un mil quinientos ochenta dólares (\$ 41,580) (Ver Anexo Ilustracion #23, Presupuesto de Proyección de Ventas).

En el Flujo trimestral proyectado de ingresos y gastos de enero a diciembre del dos mil diecisiete (2017) iniciaremos con una Inversión inicial de treinta mil (\$30,000) dólares, siendo la venta en el primer trimestre de un total de cuarenta y un mil quinientos (\$41,580) dólares, y un total de egresos de veintinueve mil novecientos sesenta y seis dólares, que están representados por pago proveedores, arancel, Fondinfa, Impuesto al valor agregado (IVA), Impuesto a la salida de divisas (ISD), gastos de bodegaje, gastos de nacionalización, gastos de transporte y gastos administrativos de naviera, teniendo una utilidad de once mil seiscientos trece dólares con treinta y un centavos (\$ 11,613.31), dando como resultado un valor actual neto (VAN) de ochenta y seis mil ciento treinta y tres dólares con diez centavos (\$ 86,133.10), una tasa interna de retorno (TIR) de sesenta y cuatro (64%) por ciento y un periodo de recuperación de tres (3) meses con nueve (9) días (Ver Anexo Ilustracion #24, Flujo Trimestral Proyectado de Ingresos y Gastos).

CONCLUSIONES

El trabajo realizado permite concluir que el sector agropecuario se beneficiará en el uso de los Productos Repelentes Ecológicos al verificar y validar que este tipo de productos va a beneficiar al sector agropecuario tanto como a la protección del medio ambiente.

Los resultados de las encuestas pronostican un resultado favorable para el control de las plagas, ya que se hicieron las pruebas de campo en algunos sectores agropecuarios, tales como haciendas, comunas y Ferias Ganaderas, en donde las demostraciones en el uso del producto hicieron su efecto positivo, al reconocer el potencial usuario, ahuyentando a las moscas, principal plaga que contamina este sector.

La demanda de los productos repelentes ecológicos por parte del sector agropecuario está garantizada con un margen de error que no supera el tres por ciento (3%), precisamente por los resultados obtenidos en las encuestas y la velocidad en el tiempo para que los representante de estos sectores en que hicieron los primeros pedidos, al haber analizado la relación Costo-Beneficio, y la casi nula intervención de la competencia en este ámbito de negocios con responsabilidad social.

.RECOMENDACIONES

Como es entendible, el proyecto debe tener sus falencias, puntos débiles, alguna variable que no se consideró para el estudio que algún otro investigador si la considera influyente; no obstante aquello, queda abierta la posibilidad para enriquecer esta investigación, que finalmente permita abordar con éxito toda una cadena de procesos que no solamente debe culminar con la importación del bien, sino con la retribución a las parte de la cadena de suministro más débil, esto es, el productor, que le permita garantizar el ingreso sostenible.

No obstante lo indicado en el párrafo anterior, es imprescindible el aporte por parte del gobierno para el apoyo al sector, disminuyendo o eliminando los respectivos aranceles para no encarecer el producto que representa un insumo para la producción agropecuaria, para así mejorar el precio de venta y el producto pueda llegar a todos los niveles económicos sociales, considerando que la admisión del producto permitirá la eficiente producción reduciendo la proliferación de las plagas y reproducción con responsabilidad social para beneficio del mercado, sea este el cliente, el usuario e indirectamente el consumidor con el consecuente mantenimiento del equilibrio del sistema.

El gobierno deberá crear programa de concientización de uso de productos repelentes ecológicos para disminuir el uso de plaguicidas agrícolas que contienen insecticida siendo de uso peligrosos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aduana del Ecuador. (2016). Recuperado el 12 de 11 de 2016, de www.aduana.gob.ec
- AGROCALIDAD. (2016). Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/plaguicidas-agricolas/>
- Bastos, A. (2006). *Fidelización del cliente: Introducción a la venta personal y a la dirección de ventas*. España: Ideaspropias Editorial.
- Bebbington, A. (2003). *El capital social en el desarrollo: teoría, concepto, estrategia*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Brechelt, A. (2004). *Red de Acción en Plaguicidas y sus Alternativas para América Latina*. Obtenido de http://webzoom.freewebs.com/rentawebscr/alonso2013/descargas/Manejo_Ecologico_de_Plagas_A.Bretchel.pdf
- Caldentey, P., & Haro, T. (2004). *Comercialización de productos agrarios*. (E. Mundi-Prensa, Ed.) Madrid, España.
- Capital social: Hacia una economía con rostro humano*. (2002). Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Cervecería Nacional. (2011). *STAKEHOLDERS, RESPONSABILIDAD EN ECUADOR*. Obtenido de <file:///D:/Respaldo/Downloads/147-406-3-PB.pdf>
- Cervecería Nacional. (2014). *STAKEHOLDERS, RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ECUADOR*. Obtenido de <file:///D:/Respaldo/Downloads/147-406-3-PB.pdf>
- Clavijo. (1995).
- Collins Dictionary. (2016).
- Corporación Financiera Internacional. (2007). *Relaciones con la comunidad y otros actores sociales: Manual de prácticas recomendadas para las empresas que hacen negocios en*

mercados emergentes. Washington: Corporación Financiera Internacional Grupo del Banco Mundial.

DEFRA. (2015). *Departamento de Ambiente, Alimentos y Asuntos Rurales del Reino Unido*. Recuperado el 24 de 07 de 2016

Fama, E. (1980). *Agency problems and the theory of the firm*. Journal of Political Economy.

Faus, M. (2004). *Temas claves en el marketing relacional*. Madrid, España: McGraw-Hill.

FEDEPALMA. (02 de 2010). *Responsabilidad y Sostenibilidad de la Industria de Palma*.

Obtenido de

http://www.setianworks.net/indepazHome/attachments/603_revista_Aceite%20de%20Palma.pdf

Flores, M., & Rello, F. (2002). *Capital Social Rural*. (N. U. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Ed.) México: Plaza y Valdés S.A. de C.V.

Freeman, R., Wicks, A., & Parmar, B. (2004). *Stakeholder Theory and "The Corporate Objective Revisited"*. Obtenido de

<http://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/orsc.1040.0066>

Hill, C. (2011). *Negocios Internacionales*. México D.F., México: McGrawHill.

Luna, I. (2016). *Economía Internacional y de América Latina*. Quito, Pichincha, Ecuador: Ecuador F.B.T.

MAGAP. (2016). Obtenido de <http://sinagap.agricultura.gob.ec/index.php/productos/censos-y-encuestas>

Merriam-Webster. (2016a).

MOLERPA S.A. (21 de 01 de 1998). *MOLERPA*. Obtenido de <http://www.molerpa.com/index.php?>

OMS. (s.f.). *ORGANIZACION MUNDIAL DE LA SALUD*. Obtenido de <http://www.who.int/es/>

Pérez. (2007).

Pérez, L. (2004). *Marketing social*. México: Prentice Hall.

PRO ECUADOR. (2016). *PRO ECUADOR*. Obtenido de

<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/frutas-no-tradicionales/>

PROTECTA. (2016). *PROTECTA*. Obtenido de <http://www.agh-protecta.com/>

Putnam, R. (1993). The prosperous community Social capital and public life. *The American Prospect*, 4(13).

Rosquete. (2011).

VENCAPRO. (22 de 03 de 2011). Recuperado el 12 de 07 de 2016

ANEXOS

A continuación se muestran las estadísticas obtenidas del levantamiento de datos, las tablas, figuras, e ilustraciones.

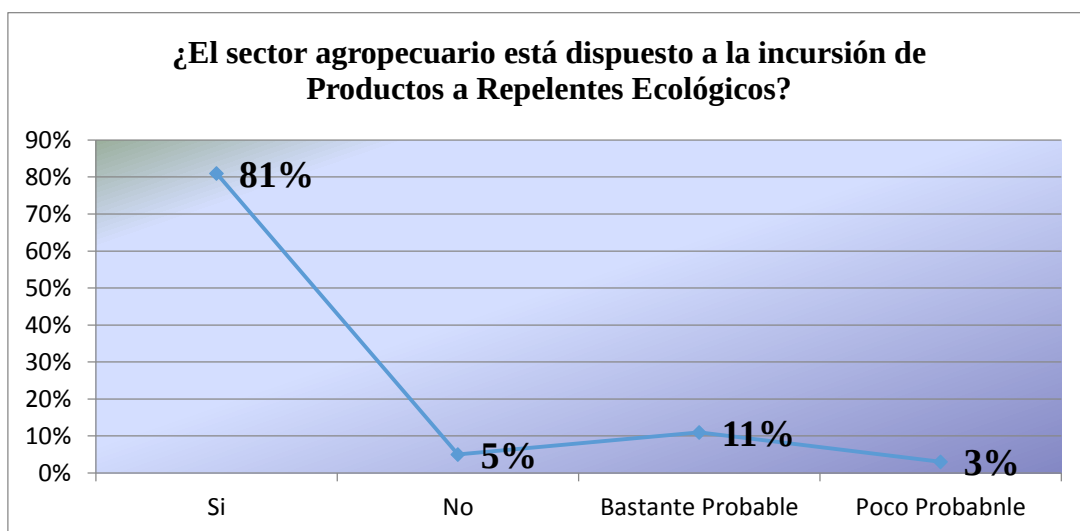


Ilustración #1: Incursión de Productos Repelentes Ecológicos en el Agro

Fuente: Elaboración propia



Ilustración #2: El Producto Repelente Ecológico y su afectación al Ecosistema

Fuente: Elaboración propia

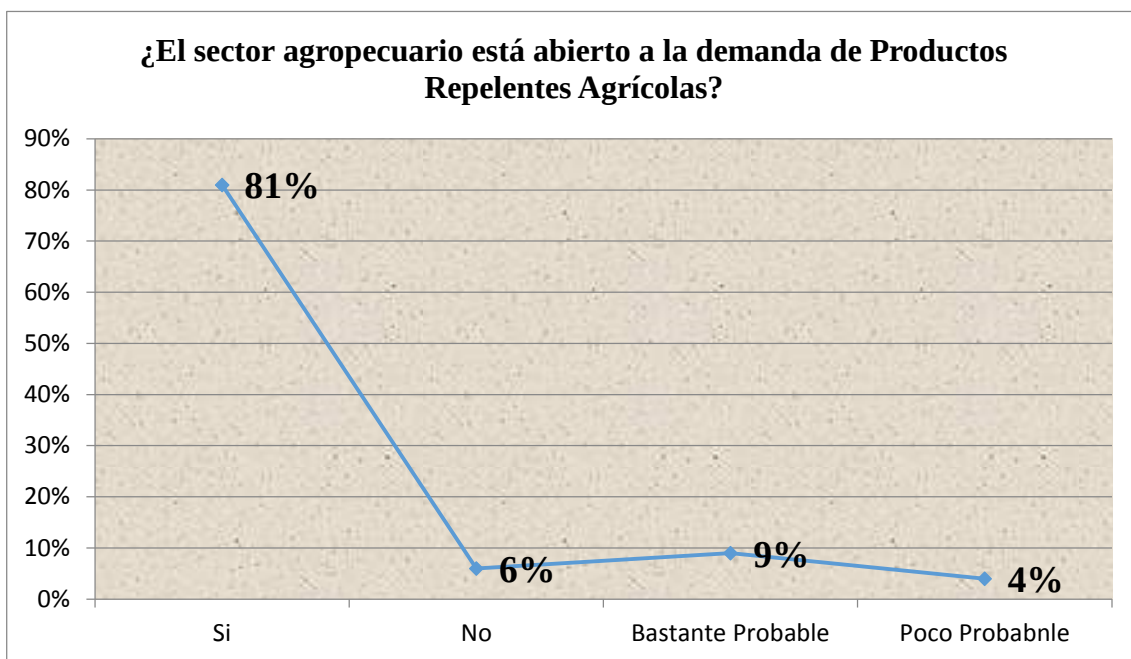


Ilustración #3: Sector Agropecuario y su demanda de productos repelentes agrícolas.

Fuente: Elaboración propia

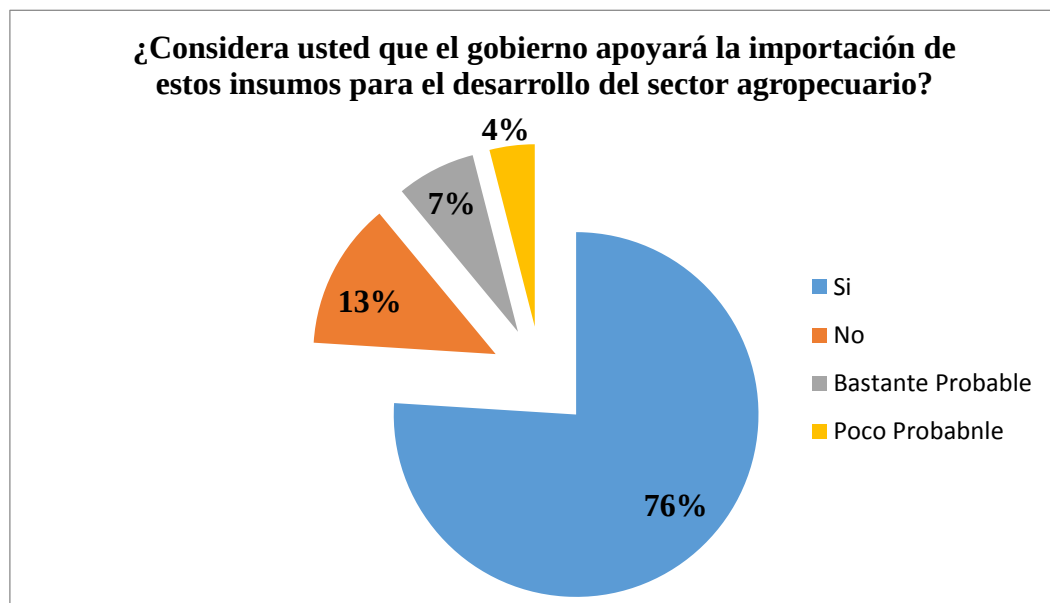


Ilustración #4: Apoyo del gobierno para el desarrollo del sector agropecuario

Fuente: Elaboración propia



Ilustración #5: Instalaciones de MOLERPA

Fuente: Información de MOLERPA



Ilustración #6: Rollo

Fuente: Información de PROTECTA



Ilustración #7: rollo repelente

Fuente: Información de PROTECTA

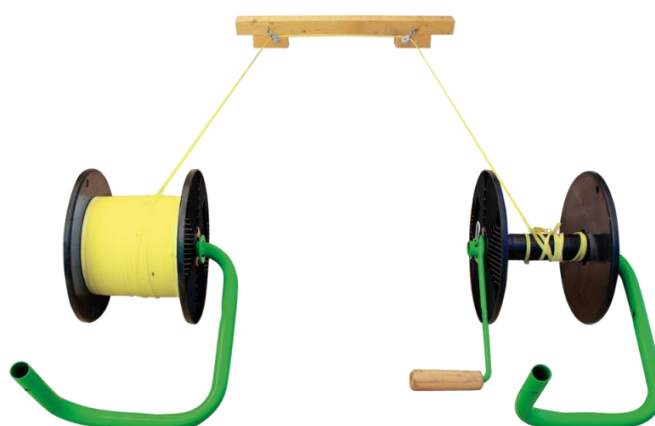


Ilustración #8: kit de cinta repelente

Fuente: Información de PROTECTA



Ilustración #9: caja de cinta repelente

Fuente: Información de PROTECTA



Ilustración #10: Cinta repelente

Fuente: Información de PROTECTA



Ilustración #11: Cinta repelente (caja)

Fuente: Información de PROTECTA

MOSCA'CLAC®

- Dispositivo profesional ecológico.
- Trampa destinada a la lucha contra las moscas en ganadería.
- Ayuda a la eliminación de las cepas resistentes.
- Cinta engomada doble cara.

Ejemplo de montaje

hasta 20 m

1 a 3 m más o menos

Modo de empleo

- Colocar por encima de los animales.

PROTECTA

Protecta protege de manera duradera

150 m

cinta engomada contra las moscas adaptado para cuadra.

hasta 500 moscas capturadas por m.

Ilustración #12: modelo de uso de cinta repelente

Fuente: Información de PROTECTA



Ilustración #13: reunión de capacitación

Fuente: Información de MOLERPA



Ilustración #14: charla técnica

Fuente: Información de MOLERPA



Ilustración #15: feria ganadera

Fuente: Información de MOLERPA



Ilustración #16: Hacienda Valparaíso

Fuente: Información de MOLERPA

OMMI - CONTABILIDAD
MOLERPA S.A.
BALANCE GENERAL AL 31/12/2016

1	ACTIVO		
11	ACTIVO CORRIENTE		
1102	BANCOS	22,801.23	
1104	CUENTAS POR COBRAR	532,010.18	
1105	INVENTARIOS	662,158.32	
1106	MERCADERIA EN TRANSITO	4,030.63	
1107	PAGOS ANTICIPADOS	73,452.97	
1108	OTROS ACTIVOS CORRIENTES	3,573.62	
	TOTAL ACTIVO CORRIENTE		1,298,026.95
12	ACTIVO FIJO		
1201	ACTIVO NO DEPRECIABLE	392,654.24	
1202	DEPRECIABLE	135,520.82	
1203	DEPRECIACION ACUMULADA	-101,616.40	
	TOTAL ACTIVO FIJO		426,558.66
14	OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES		
1402	CUENTAS POR COBRAR	7,051.52	
1406	INVERSIONES	5,000.00	
1407	REGISTROS	9,607.19	
	TOTAL OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES		21,658.71
	TOTAL ACTIVO		1,746,244.32
2	PASIVO		
21	PASIVO CORRIENTE		
2101	PROVEEDORES	474,344.86	
2102	PRESTAMOS	99,078.03	
2103	CUENTAS POR PAGAR	71,198.01	
2104	PASIVOS ACUMULADOS	32,756.68	
	TOTAL PASIVO CORRIENTE		677,377.58
22	PASIVO NO CORRIENTE		
2201	CUENTAS POR PAGAR	377,081.37	
2202	PRESTAMOS BANCARIOS	172,276.46	
	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		549,357.83
	TOTAL PASIVO		1,226,735.41
3	PATRIMONIO		
31	CAPITAL		
3101	CAPITAL SOCIAL	200,000.00	
3102	APORTE SOCIOS FUTURAS CAPIT.	95,465.86	
3103	RESERVAS	22,227.15	
3104	UTILIDADES	204,880.69	
3105	NIIF	-3,064.79	
	TOTAL CAPITAL		519,508.91
	TOTAL PATRIMONIO		519,508.91
	TOTAL ACTIVO	1,746,244.32	
	PASIVO	1,226,735.41	
	CAPITAL	519,508.91	
	TOTAL PASIVO+CAPITAL	1,746,244.32	

Ilustración #17: Balance General 2015

Fuente: Información financiera de MOLERPA

OMMI - CONTABILIDAD
MOLERPA S.A.
ESTADO DE RESULTADO AL 31/12/2015

		Mensual	Acumulado
4	INGRESOS OPERACIONALES		
4110	VENTAS		
411001	VENTAS VETERINARIAS	1,515,122.26	11,194,313.04
411002	VENTAS AGRICOLAS	1,433.50	636,151.59
411003	DOMESTICAS	0.00	8,158.88
411006	VTAS. MATERIA PRIMA	52,926.17	155,380.55
411007	VTAS. M. EMPAQUE	6,490.35	7,659.55
411009	VENTAS ACCESORIOS MASCOTAS	220.85	1,340.37
	TOTAL VENTAS	1,576,193.13	12,003,003.98
4120	DEVOLUCIONES SOBRE VENTA		
412001	DEV.VENTAS VETERINARIAS	-13,177.43	-147,575.16
412002	DEV.VENTAS AGRICOLAS	0.00	-3,623.31
412003	DOMESTICAS	0.00	-820.41
412009	VENTA ACCESORIOS MASCOTAS	0.00	-11.00
	TOTAL DEVOLUCIONES SOBRE VENTA	-13,177.43	-152,029.88
4130	DESCUENTOS SOBRE VENTA		
413001	DESCUENTOS SOBRE VENTA VETERINARIO	0.00	-17,904.58
	TOTAL DESCUENTOS SOBRE VENTA	0.00	-17,904.58
	TOTAL INGRESOS	1,563,015.70	11,833,069.52
5	COSTOS		
5110	COSTO DE V. COSTO DE VENTAS		
511001	COSTO DE VENTA VETERINARIO	863,619.50	6,628,252.41
511002	COSTO. VENTAS AGRICOLAS	209.95	463,456.42
511003	COSTO VENTAS DOMESTICA	0.00	3,995.16
511006	CTOS. VTAS. MATERIA PRIMA	44,961.54	122,061.04
511007	COSTO VTA.M. EMPAQUE	6,301.12	11,300.51
511009	COSTO ACCESORIOS MASCOTAS	123.11	912.97
	TOTAL COSTO DE VENTAS	915,215.22	7,229,978.51
5120	DEVOLUCIONES SOBRE COSTOS		
512001	DEV.COSTOS VETERINARIAS	-6,668.01	-84,098.23
512002	DEV. COST. AGRICOLAS	0.00	-1,999.86
512003	DEV.COSTOS DOMESTICOS	0.00	-415.39
512009	VENTA ACCESORIOS MASCOTAS	0.00	-6.01
	TOTAL DEVOLUCIONES SOBRE COSTOS	-6,668.01	-86,519.49
	TOTAL COSTO DE VENTAS	908,547.21	7,143,459.02
52	GASTOS OPERACIONALES		
5201	GASTOS DE VENTAS		
520101	SUELDOS	6,748.15	188,189.34
520102	BENEFICIOS ADICIONALES	9,126.59	61,678.97
520103	SERVICIOS PRESTADOS	506.24	2,806.24
520104	SERVICIOS BASICOS	0.00	8,103.93
520105	OCUPACION	0.00	36,570.74
520106	SEGUROS	540.39	12,389.55
520107	GTOS. CONTROLADOS	24,957.64	193,651.06
520108	MANT. REPARACIONES	9,945.73	31,113.80
520109	PUBLICIDAD	19,631.34	130,225.17
520110	REGISTROS	8,106.26	93,126.34
520111	MUESTRAS Y OBSEQUIOS	0.00	13,237.44
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	79,562.34	771,092.58
	TOTAL GASTOS OPERACIONALES	79,562.34	771,092.58

Ilustracion # 18: Estado de Resultado 2015

Fuente: Información financiera de MOLERPA

53	GASTOS NO OPERACIONALES		
5302	GASTOS ADMINISTRATIVOS		
530200	SUELDOS	181,124.41	1,691,631.61
530201	BENEFICIOS SOCIALES	52,178.40	365,560.00
530202	OTROS BENEFICIOS	7,327.65	53,236.02
530203	SERVICIOS PRESTADOS	13,440.00	31,940.24
530204	SERVICIOS BASICOS	13,106.32	113,005.46
530205	OCUPACION	12,797.90	115,421.62
530206	SEGUROS	7,086.36	44,411.60
530207	GTOS. CONTROLADOS	51,010.00	334,996.10
530208	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	21,508.08	114,683.12
530209	MUESTRAS Y CONSUMOS	4,212.69	21,266.14
530210	OTROS	0.00	14,766.39
530211	IMPUESTOS - CONTRIBUCIONES	8,483.14	26,895.44
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	374,275.35	2,927,803.74
	TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	374,275.35	2,927,803.74
	TOTAL COSTOS	1,362,384.90	10,842,355.34
6	INGRESOS NO OPERACIONALES		
61	INGRESOS NO OPERACIONALES		
6104	OTROS INGRESOS		
610401	OTROS INGRESOS	3,915.65	71,171.60
	TOTAL OTROS INGRESOS	3,915.65	71,171.60
	TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	3,915.65	71,171.60
62	EGRESOS NO OPERACIONALES		
6201	OTROS EGRESOS		
620101	OTROS EGRESOS	-7,083.35	-21,875.41
	TOTAL OTROS EGRESOS	-7,083.35	-21,875.41
	TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	-7,083.35	-21,875.41
	TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	-3,167.70	49,296.19
7	GASTO NO OPERACIONALES		
71	GASTO NO OPER. FINANCIEROS		
7101	GASTO NO OPER. FINANCIEROS		
710101	GASTOS FINANCIEROS	69,086.25	612,676.84
	TOTAL GASTO NO OPER. FINANCIEROS	69,086.25	612,676.84
	TOTAL GASTO NO OPER. FINANCIEROS	69,086.25	612,676.84
	TOTAL GASTO NO OPERACIONALES	69,086.25	612,676.84
8	GASTOS DE PRODUCCION		
81	GASTOS DE PRODUCCION		
8101	GASTOS DIRECTOS		
810101	GASTOS DIRECTOS	0.00	20.00
	TOTAL GASTOS DIRECTOS	0.00	20.00
	TOTAL GASTOS DE PRODUCCION	0.00	20.00
	TOTAL GASTOS DE PRODUCCION	0.00	20.00
	TOTAL UTILIDAD	128,376.85	427,313.53

Ilustracion #19: Estado de Resultado 2015

Fuente: Información financiera de MOLERPA

OMMI - CONTABILIDAD
MOLERPA S.A.
RESUMEN DE VENTAS CLIENTES 31/12/2015

CLIENTE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOS.	SEPT.	OCTU.	NOVI.	DICIEM.	TOTAL
1023 DISPROVEF ECUADOR S.A.	22,336	22,815	21,062	16,286	21,313	19,003	19,152	20,045	20,148	31,430	16,483	24,501	254,574
1046 UFREDO CAMINAGUA	9,923	4,334	3,132	5,603	6,759	7,756	2,453	6,673	5,513	4,588	7,148	7,222	71,104
1139 DAYMER GUARNIZO	3,908	6,922	2,557	3,480	2,748	2,707	3,260	2,380	4,056	3,567	3,959	4,893	44,535
1141 LUIS MONTENEGRO RAMIREZ	21,898	10,635	10,554	15,134	7,807	29,087	38,530	6,861	22,117	9,478	6,189	15,672	193,962
1239 SA-Y-SERVET S.A.	20,082	6,751	9,791	12,231	11,409	16,019	19,773	5,877	7,439	17,806	14,206	10,194	151,578
1241 ASOCIACION DE GANADEROS DEL LITORAL	2,500	3,961	0	4,720	2,680	4,450	0	5,173	3,582	4,250	3,570	3,617	38,504
1262 M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL	0	42,440	0	0	0	45,240	0	0	0	0	57,560	0	145,240
1343 AGROVETSA	10,500	9,600	10,030	11,315	15,320	14,112	14,722	16,208	19,783	9,746	10,373	12,551	154,259
2068 DISTRIBUCIONES AGRICOLAS RG	40,152	17,887	16,726	13,626	25,837	41,143	20,995	25,441	18,064	23,245	18,529	24,886	286,533
6060 ASOCIACION DE GANADEROS DE SANTO DO	0	4,305	1,429	2,775	3,177	1,347	0	0	5,491	1,282	0	1,359	21,165
6090 EMERITA MARIELA JURADO GUERRERO	7,164	2,949	3,988	2,881	5,448	3,868	3,892	2,763	1,974	4,815	5,854	4,404	50,000
6016 NUÑEZ VARGAS GLADYS LOURDES	1,373	0	0	3,666	0	0	5,214	0	0	4,834	3,581	4,581	23,248
1281 BIOALIMENTAR	3,450	2,500	3,800	5,400	3,450	0	2,500	2,500	3,800	0	3,450	5,400	36,340
1279 TECNOMET S.A.	14,217	11,533	0	10,562	0	15,628	9,682	0	12,351	0	6,892	5,632	86,497
3039 CLINICA VETERINARIA GUAYAQUIL	2,156	1,135	0	1,301	2,119	1,092	1,333	2,065	1,670	2,611	0	3,172	18,654
TOTAL GENERAL	164,772	145,636	150,567	90,948	86,366	175,673	140,127	136,372	92,593	120,781	157,807	115,449	1,576,193

Ing. Daniel Morante C.
GERENTE GENERAL

Ing. John Granizo
CONTADOR GENERAL

Ilustracion #20: Reporte de Ventas Clientes 2015

Fuente: Información financiera de MOLERPA

MOLERPA S.A.

DISTRIBUIAMOS SOLO PRODUCTOS DE CALIDAD

* Cdda. Santa Adriana Mz. 7A Solar 2 * Telefono : (593)04-308-2134 - 308-2468 * Guayaquil - Ecuador

NOTA DE PEDIDO N°			FECHA: 01-01-17		
EMBARCADOR: PROTECTA		PAIS/ORIGEN: FRANCIA		PAIS DE ENTRADA: ECUADOR	
DIRECCION: Z. A. St- Louis, Lot N° 10 - BP 02				PUERTO DE ENTRADA: GUAYAQUIL	
PUERTO DE EMBARQUE: AVIGNON				MEDIO DE TRANSPORTE: MARITIMO	
P. ARANCELARIA	CANTIDAD	DESCRIPCION	KILOS	P. UNIDAD	P. TOTAL
4811.41.90	400	CINTA ENGOMADA RECAMBIO (Hilo Mosquicida)	705.60	\$ 22.75	\$ 9,100.00
	Unids	Recambio Bovinas 700 metros/ 5mm. Ancho			
		Hilo plastico engomado recubierto con lamina plastica			
4811.41.90	60	KIT COMPLETO CINTA ENGOMADA	135.00	\$ 48.00	\$ 2,880.00
	Unids	Recambio Bovinas 700 metros/ 5mm. Ancho			
		Hilo plastico engomado recubierto con lamina plastica			
4811.41.90	600	ROLLO A RAYAS ROJAS (Papel)	295.20	\$ 8.80	\$ 5,280.00
	Unids	15 Rollos x caja: 9 mts x 30 cm ancho			
		Rollos de papel engomado- recubierto con lamina plastica			
		embalado en empaque de funda plastica.			
4811.41.90	600	CINTA ENGOMADA (Hilo Mosquicida)	226.80	\$ 7.00	\$ 4,200.00
	Unids	Recambio Bovinas 150 metros/ 5mm. Ancho			
		Hilo plastico engomado recubierto con lamina plastica			
PRODUCTO: USO VETERINARIO			TOTAL FOB \$ 21,460.00		
FECHA DE VENCIMIENTO: ENERO 2020			TOTAL KILOS: 1,363	FLETE	\$ 1,050.00
TERMINOS DE COMPRA: FOB			TOTAL CIF \$ 22,510.00		
CONDICIONES DE PAGO: 90 DIAS B/L			SEGURO \$ 78.79		
UNIDAD DE MONEDA: DOLARES AMERICANOS			TOTAL \$ 22,588.79		
FIRMA DEL IMPORTADOR					

Ilustración #21: Nota de Pedido

Fuente: Información Confidencial MOLERPA



MOLERPA S.A.

DISTRIBUIMOS SOLO PRODUCTOS DE CALIDAD

LIQUIDACION DE IMPORTACION					No. 01/2017	
PROVEEDOR: PROTECTA		F. EMBARQUE:		POR CONFIRMAR		
PEDIDO: 1/2017		F. ARRIBO BOD:		POR CONFIRMAR		
FACTURA: N° 000000		DAU:		POR CONFIRMAR		
BODEGA: CONTECON		FECHA FACTURA:		01/01/2017		
DETALLE	DOC N°	PARCIAL	VALOR	VALOR TOTAL		
FACTURA DE PROTECTA N° 0001			\$ 21,460.00			
FLETE	\$ 1,050.00					
SEGURO	\$ 78.79					
CIF	\$ 22,588.79					
GASTOS DE IMPORTACION:						
ARANCEL	15%	\$ 3,388.32				
FODINFA	0.50%	\$ 112.94				
TVA	14%	\$ 3,162.43				
ISD	5%	\$ 1,073.00				
GASTOS DE BODEGAJE		\$ 150.00				
GASTOS DE NACIONALIZACION		\$ 300.00				
GASTOS DE TRANSPORTE		\$ 120.00				
GASTOS ADMINISTRATIVOS NAVIERA		\$ 200.00				
TOTAL GASTOS IMP.		\$ 8,506.69	\$ 8,506.69			
COSTO TOTAL		\$ 8,506.69				
FACTOR		39.64%	0.396397626			
			\$ 29,966.69			
PRODUCTOS	PRESENT.	CANTIDAD	FOB TOTAL	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
CINTA REPELENTE ECOLOGICO 700 M		400	9,100.00	\$ 3,607.22	\$ 12,707.22	\$ 31.77
KIT COMPLETO CINTA 700 MT		60	2,880.00	\$ 1,141.63	\$ 4,021.63	\$ 67.03
ROLLO A RAYAS ROJAS 10 MT		600	5,280.00	\$ 2,092.98	\$ 7,372.98	\$ 12.29
CINTA REPELENTE ECOLOGICO 100 M		600	4,200.00	\$ 1,664.87	\$ 5,864.87	\$ 9.77
					\$ 29,966.69	

FIRMA AUTORIZADA

Ilustracion #22: Liquidación de Importación

Fuente: Información Confidencial MOLERPA

MOLERPA S.A.
PROYECCION DE VENTA

COSTO DE IMPORTACION: 39.64%

P.V.P. (PRECIO DE VENTA AL PUBLICO)

P. V. D. (PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR): 30% SOBRE EL P.V.P.

UNIDADES	PRODUCTOS	COSTO PUESTO EN BODEGA	TOTAL CIF	P.V.P.	P.V. D. (30%)	TOTAL VENTAS DISTRIBUIDORES
400	CINTA REPELENTE ECOLOGICO 700 MT	31.77	\$ 12,708.00	\$ 60.00	\$ 42.00	\$ 16,800.00
60	KIT COMPLETO CINTA 700 MT	67.03	\$ 4,021.80	\$ 120.00	\$ 84.00	\$ 5,040.00
600	ROLLO A RAYAS ROJAS 10 MT	12.29	\$ 7,374.00	\$ 25.00	\$ 17.50	\$ 10,500.00
600	CINTA REPELENTE ECOLOGICO 100 MT	9.77	\$ 5,862.00	\$ 22.00	\$ 15.40	\$ 9,240.00
			\$ 29,965.80			\$ 41,580.00

EN LA VENTA DE ESTA LINEA DE PRODUCTOS, DAREMOS UN 30% DE DESCUENTO PARA NUESTROS DISTRIBUIDORES

Ilustracion #23: Proyección de Ventas

Fuente: Elaboración propia.

MOLERPA S.A.
FLUJO TRIMESTRAL PROYECTADO DE INGRESOS Y GASTOS
DE ENERO A DICIEMBRE 2017
EN MILES DE DOLARES

DETALLE	0	1	2	3	4	TOTAL
1 INGRESOS						
1.1 Inversion Inicial	30,000.00	0.00	11,613.31	23,226.62	34,839.93	0.00
1.2 Ventas a Distribuidores		41,580.00	41,580.00	41,580.00	41,580.00	166,320.00
TOTAL INGRESOS	-30,000.00	41,580.00	53,193.31	64,806.62	76,419.93	166,320.00
2 EGRESOS:						
2.1 Pago al Proveedor	0	21,460.00	21,460.00	21,460.00	21,460.00	85,840.00
Gastos de Importacion						
2.1 Arancel	0	3,388.32	3,388.32	3,388.32	3,388.32	13,553.28
2.2 Fondinf	0	112.94	112.94	112.94	112.94	451.76
2.3 IVA 14%	0	3,162.43	3,162.43	3,162.43	3,162.43	12,649.72
2.4 ISD 5%	0	1,073.00	1,073.00	1,073.00	1,073.00	4,292.00
2.5 Gastos de Bodegaje	0	150.00	150.00	150.00	150.00	600.00
2.6 Gastos de Nacionalizacion	0	300.00	300.00	300.00	300.00	1,200.00
2.7 Gastos de Transporte	0	120.00	120.00	120.00	120.00	480.00
2.8 Gastos Admin. Naviera	0	200.00	200.00	200.00	200.00	800.00
Total Egresos	0.00	29,966.69	29,966.69	29,966.69	29,966.69	119,866.76
Saldo Operación (Superavit-Deficit)	-30,000.00	11,613.31	23,226.62	34,839.93	46,453.24	46,453.24

VAN 86,133.10 TMAR
TIR 64%
PERIODO RECUPERACION 0.39
TRES (3) MESES CON NUEVE (9) DIAS

Ing. Daniel Morante C.
GERENTE GENERAL

Ing. John Granizo
CONTADOR GENERAL

Ilustracion #24: Flujo Trimestral Proyectado de Ingresos y Gastos

Fuente: Elaboración propia.