



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO

Facultad de Economía y Ciencias Empresariales

Tema: Plan de negocio para reingeniería de procesos para la empresa Agrícola Lomaquil S.A.

Plan de negocio que se presenta como requisito previo a obtener el grado de Ingeniero en Ciencias
Empresariales

Alumna: Elisabet Fernanda Naranjo Bonini

Tutor: Carlos Sebastián Cárdenas Zambrano

Samborondón, Abril 2018

Tabla de Contenido

Justificación.....	7
Problema a resolver.....	7
Objetivo General	8
Resumen Ejecutivo.....	9
Análisis de mercados.....	9
Análisis operativo	10
Análisis financiero.....	11
Misión y Visión.....	11
Misión.....	11
Visión	11
Metas	12
Análisis de Posibles Mercados.....	12
Mercado objetivo a corto plazo.....	12
Estudio de mercado potencial	14
Metodología y ficha técnica	15
Descripción del cuestionario	16
Análisis de los resultados	17
Análisis FODA.....	24
Análisis operativo.....	24
Localización y descripción de las instalaciones	24

Métodos de producción	26
Desglose de los productos	27
Proceso de producción	29
Análisis de operaciones del departamento financiero-administrativo y área de ventas	29
Plan de organización y recursos humanos.....	32
Plan de Marketing	43
Análisis Financiero.....	53
Estados de resultados proyectados a 5 años	53
Flujo de caja proyectado a 5 años (con o sin financiamiento propio).....	55
Análisis del punto de equilibrio	55
Análisis de sensibilidad.....	56
Análisis de Tasa interna de retorno y Valor actual neto	57
Conclusión.....	58
Anexos.....	59
Referencias	75

Listado de Figuras

Figura 1-Presentación física de los productos que cuentan con certificación orgánica.....	10
Figura 2- Planos de la nueva fábrica y oficinas de Agrícola Lomaquil en Durán	13
Figura 3-Fotos del avance de obra de las nuevas instalaciones de Agrícola Lomaquil en Durán	13
Figura 4-Mapa de las poblaciones rurales alrededor de la nueva fábrica de Agrícola Lomaquil.....	14
Figura 5-Indique cuál es su género o si pertenece a alguna empresa	17
Figura 6-¿Cuál es su edad?	18
Figura 7-¿A qué se dedica?.....	18
Figura 8-¿Utiliza fertilizantes para sus sembríos?	19
Figura 9-¿Qué valora usted cuándo compra fertilizantes?.....	20
Figura 10-¿Conoce los productos de Agrícola Lomaquil?	21
Figura 11-¿Ha comprado los fertilizantes de Agrícola Lomaquil?.....	21
Figura 12-En la escala del 1 al 5 ¿Qué tan dispuesto estaría de probar los productos de Agrícola Lomaquil?	22
Figura 13-¿Le gustaría realizar pagos y pedidos en línea?	23
Figura 14-Análisis FODA Agrícola Lomaquil	24
Figura 15-Instalaciones de la planta de producción de Agrícola Lomaquil	25
Figura 16-Galpones de materia prima de Agrícola Lomaquil	26
Figura 17-Producto granulado "Enmienda para suelos ácidos"	27
Figura 18-Proceso de producción de fertilizantes Agrícola Lomaquil	29
Figura 19-Organigrama Agrícola Lomaquil	30
Figura 20-Diagrama de procesos interdepartamentales establecidos después de la reingeniería	32
Figura 21-Organigrama del Departamento de Ventas	34
Figura 22-Organigrama de Agrícola Lomaquil después de la reingeniería	34
Figura 23-Página principal en la web de Agrícola Lomaquil	35
Figura 24-Correos de usuarios activos de Agrícola Lomaquil en la plataforma G-Suite.....	36

Figura 25-Logotipo de CRM Insightly	37
Figura 26-Vistas del CRM de Insightly desde el celular	38
Figura 27-Informe parcial de las ventas generadas en el año 2016 por categoría de producto	39
Figura 28-Información del cliente en Insightly.....	40
Figura 29-Notas relacionadas con el cliente en Insightly	41
Figura 30-Tareas asignadas para atención al cliente en Insightly.....	42
Figura 31-Historial del cliente en Insightly	43
Figura 32-Stand de Agrícola Lomaquil en la Cumbre Mundial del Banano 2017	44
Figura 33-Logotipo Agrícola Lomaquil con nuevos cambios	45
Figura 34-Logotipo O.M. Fert S.A.	45
Figura 35-Correo enviado para primera campaña de Mailchimp	48
Figura 36-Análisis de datos de la primera campaña de Mailchimp.....	49
Figura 37-Correo enviado para segunda y tercera campaña de Mailchimp.....	50
Figura 38-Análisis de datos de la segunda campaña de Mailchimp	51
Figura 39-Análisis de datos de la tercera campaña de Mailchimp	52
Figura 40-Solicitud al Municipio de Duran sobre población rural en los alrededores de la nueva fábrica de Agrícola Lomaquil	59
Figura 41-Respuesta del Municipio de Duran sobre población rural a los alrededores de la nueva fábrica de Agrícola Lomaquil	60
Figura 42-Formulario de preguntas para encuesta página 1	61
Figura 43-Formulario de preguntas para encuesta página 2	62
Figura 44-Formulario de contacto para la Cumbre Mundial del Banano	63

Listado de Tablas

Tabla 1-Demanda mundial de fertilizantes, 2014-2018 (miles de toneladas).....	9
Tabla 2-Ficha técnica para cálculo de la muestra	15
Tabla 3-Para encontrar la puntuación z.....	16
Tabla 4-Informe de campaña de marketing en Facebook para Agrícola Lomaquil.....	46
Tabla 5-Inversión en muebles y equipos de oficina para el departamento de ventas	53
Tabla 6-Total de inversión por implementación online	53
Tabla 7-Tabla para calcular el promedio de la inflación anual de los últimos 5 años	54
Tabla 8-Estado de resultados proyectado a 5 años	55
Tabla 9-Flujo de caja proyectado a 5 años.....	55
Tabla 10 - Cálculo del punto de equilibrio	56
Tabla 11-Análisis de sensibilidad pesimista	57
Tabla 12-Análisis de sensibilidad optimista	57
Tabla 13-Cálculo del TIR y VAN.....	58

Justificación

Los modelos de negocio han de ser reformulados para un nuevo entorno que exige mucha mayor participación del cliente, más agilidad e innovación continua. El propósito del plan de negocios para Agrícola Lomaquil S.A. es aplicar nuevos procesos para mejorar la dinámica existente del negocio enfocándose al cliente y sus necesidades. Modernizar la empresa y enfocarla a la nueva era digital con el apoyo de herramientas de software para control gerencial.

Problema a resolver

Agrícola Loma Quil S.A. es una empresa que fue administrada hasta hace un año atrás por su fundador y ex Gerente General el Ing. Jorge Abel Oviedo Fierro. Está conformada por seis personas ubicadas en los departamentos de Gerencia y Financiero. El problema que enfrentaba y aun enfrenta la empresa es el enfoque de administración y planificación de ventas; el cual se lo llevaba de una manera muy rudimentaria y totalmente alejada de los métodos que podemos encontrar en las empresas actualmente. Casi no se utilizaba correo electrónico, las ventas se realizaban a los pocos clientes y a sus recomendados, no habían campañas para atraer a nuevos clientes, las políticas de descuentos se aplicaban al dedo y a preferencia de la persona encargada de esta área, poco control de la gestión del vendedor referente a las visitas a clientes, se manejaba una cartera vencida que perjudicaba el flujo de efectivo de la empresa, entre otros problemas. Con el cambio de la Gerencia hace un año atrás se han podido ver algunas mejoras pero aun se encuentran lejos de alcanzar su potencial.

Los productos que fabrica y vende la empresa, son de excelente calidad, esta es la razón por la cual a pesar de todas las deficiencias en las áreas mencionadas, manejaron en el año 2016 ventas que superan las seis cifras. Es importante investigar los procesos actuales e implementar reingenierías; en el área administrativa y haciendo énfasis especialmente en el área de ventas y marketing.

El cambio es la constante en estos días pero es la innovación la variable que explica y da sentido al cambio. El cliente exige participar cada vez más en la satisfacción de sus necesidades y está dispuesto a pagar por calidad; lo que resulta en la necesidad de realizar un exámen profundo a los

procesos enfocados en la simplificación de los mismos, volviéndolos más eficaces y eficientes, otorgándole valor agregado al cliente final y a la empresa. (Ospina, 2006)

Si la empresa ha logrado mantener su posición en el mercado, manejando a los clientes con un solo vendedor, sin una página web, sin un sistema de información gerencial, sin políticas de créditos y descuentos, con la reingeniería se espera alcanzar metas que antes se veían muy difíciles de lograr.

Si bien hay riesgos en una reingeniería de procesos, se pueden controlar más fácilmente y pueden ser superados, de igual manera no es necesario incurrir en costos elevados para su implementación.

(Lefcovich, 2004)

Se plantea implementar:

- Creación de página web para que los clientes puedan realizar pedidos y en un futuro cercano pagos en línea.
- Relanzamiento de la empresa incorporando nuevo logotipo.
- Publicidad en redes sociales, correos masivos, revistas y ferias agrícolas para dar a conocer a la empresa, su nuevo logotipo y sus productos.
- Adquirir un Sistema de Información Gerencial para incorporar a los departamentos financiero (administración y contabilidad), producción y ventas.
- Creación del departamento de ventas y contratación de un vendedor adicional.
- Creación y contratación de departamento técnico para evaluación de suelos y sembríos.

A través de estrategias de ventas y con el apoyo de marketing Relacional lograr la modernización de la empresa y posicionarla en el mercado como un referente en productos fertilizantes orgánico-minerales granulados (posición que alguna vez ya tuvo la empresa pues fue la pionera en el país al usar la tecnología de granulación). Buscar nuevos clientes y lograr la fidelización de los mismos.

Objetivo General

Reestructurar los procesos existentes a través de un proyecto de negocios que incluya directamente al departamento financiero- administrativo y el área de ventas.

Resumen Ejecutivo

Los productos que ofrece Agrícola Lomaquil son fertilizantes orgánico-minerales que tienen el objetivo de acondicionar los suelos y mejorar la productividad de los cultivos. La empresa cuenta con más de 25 productos que pueden ser adaptados a las necesidades específicas del cliente, de la plantación y del suelo.

Análisis de mercados

En Ecuador, la cantidad de empresas dedicadas a la producción, venta y comercialización de fertilizantes está en aumento. Según el informe de Agrocalidad sobre la gestión realizada en el año 2017, la Coordinación de Registro de Insumos Agropecuarios registró “5.451 trámites atendidos, de los cuales 2.935 corresponden a plaguicidas y 2.516 a fertilizantes. Se registraron 675 empresas entre plaguicidas y fertilizantes. Con un total de 2.631 almacenes registrados”. (Agrocalidad, 2018)

Los valores mencionados demuestran que existe una fuerte competencia en el mercado por lo que se vuelve imperiosa la necesidad de diferenciar a la empresa.

Según el informe de la FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) en la **Tabla 1** la proyección del uso de fertilizantes para el año 2018 sobrepasará los 200 millones de toneladas. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, 2015)

Tabla 1-Demanda mundial de fertilizantes, 2014-2018 (miles de toneladas)

Año	2014	2015	2016	2017	2018
Nitrógeno (N)	113.147	115.100	116.514	117.953	119.418
Fosfato (P ₂ O ₅)	42.706	43.803	44.740	45.718	46.648
Potasio (K ₂ O)	31.042	31.829	32.628	33.519	34.456
Total (N+ P₂O₅+ K₂O)	186.895	190.732	193.882	197.190	200.522

Fuente: (FAO, 2015)

A medida que el potencial para producir fertilizantes supere su uso, el balance potencial mundial - un término técnico que mide la cantidad disponible sobre la demanda real- crecerá para el nitrógeno, fosfato y potasio, los tres principales fertilizantes del suelo. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, 2015)

Como estrategia para ingresar a otros nichos de mercado, tomando en cuenta las proyecciones de crecimiento a nivel mundial de fertilizantes, en el año 2017 Agrícola Lomaquil logró obtener la certificación para agricultura orgánica BCS para cuatro de los productos más vendidos: silicato de calcio, sulfato de calcio, enmienda orgánica y enmienda para suelos ácidos. De acuerdo a un informe emitido por Agrocalidad “la producción orgánica se practica en 23 de las 24 provincias y hasta marzo de 2017 se cuenta con 36.246 hectáreas y 11.529 productores orgánicos registrados e identificados con código POA (Productor Orgánico Agropecuario)”. (Agrocalidad, 2018)

Figura 1-Presentación física de los productos que cuentan con certificación orgánica



Fuente: Elaboración propia

Análisis operativo

El propósito del plan de operaciones es aplicar una reingeniería para recrear y reconfigurar las actividades y procesos de la empresa. Esto implica enlazar a los departamentos con los nuevos procesos planteados y de esta manera fortalecer el trabajo en equipo siempre con un objetivo común: lograr incrementos significativos y en un corto período de tiempo, en materia de

rentabilidad, productividad, tiempo de respuesta, y calidad, lo cual implica la obtención de ventajas competitivas. (Lefcovich, 2004)

Las áreas en las que se enfocará el proyecto para mejora de procesos son administrativa-financiera y ventas.

Análisis financiero

La reingeniería se ha enfocado a mejorar los procesos que son estratégicos y de valor agregado al cliente. Se han considerado cambios significativos que la empresa ha podido afrontar sin recurrir a financiamiento externo.

Para que el proyecto se lleve a cabo se necesita una inversión inicial de USD\$ 6.978,00 que se destinará a la compra de activos fijos, suscripción mensual al servicio de CRM y correo electrónico corporativo, publicidad en medios, creación y mantenimiento de página web, salarios base, etc.

Dentro de este rubro hay valores que se tienen que cancelar una sola vez y otros que son de pago mensual o anual. Se desglosará el detalle de cada rubro más adelante.

Misión y Visión

Misión

Ofrecer al sector agro-productivo del Ecuador una amplia gama de fertilizantes granulados de alta calidad y a precios competitivos, contribuyendo al incremento de la productividad de los agricultores ecuatorianos.

Visión

Ser la empresa más confiable y líder de suministro de fertilizantes e insumos para agricultores y agroexportadores ecuatorianos.

Los tres objetivos más importantes de la Empresa:

1. Ser una empresa sólida y bien administrada, que sobreviva al paso del tiempo y al cambio de generaciones.
2. Crecer poco a poco en cuota de mercado, llegar a nuevos mercados e incrementar los ingresos.

3. Apoyar al sector del agro-ecuatoriano, fabricando fertilizantes de calidad que mejoren la productividad de los sembríos.

Metas

La meta de la empresa es el incremento en los ingresos por ventas y una mayor participación en el mercado. Ganar un número de clientes que satisfaga la capacidad de producción y al mismo tiempo obtener la mayor rentabilidad.

Análisis de Posibles Mercados

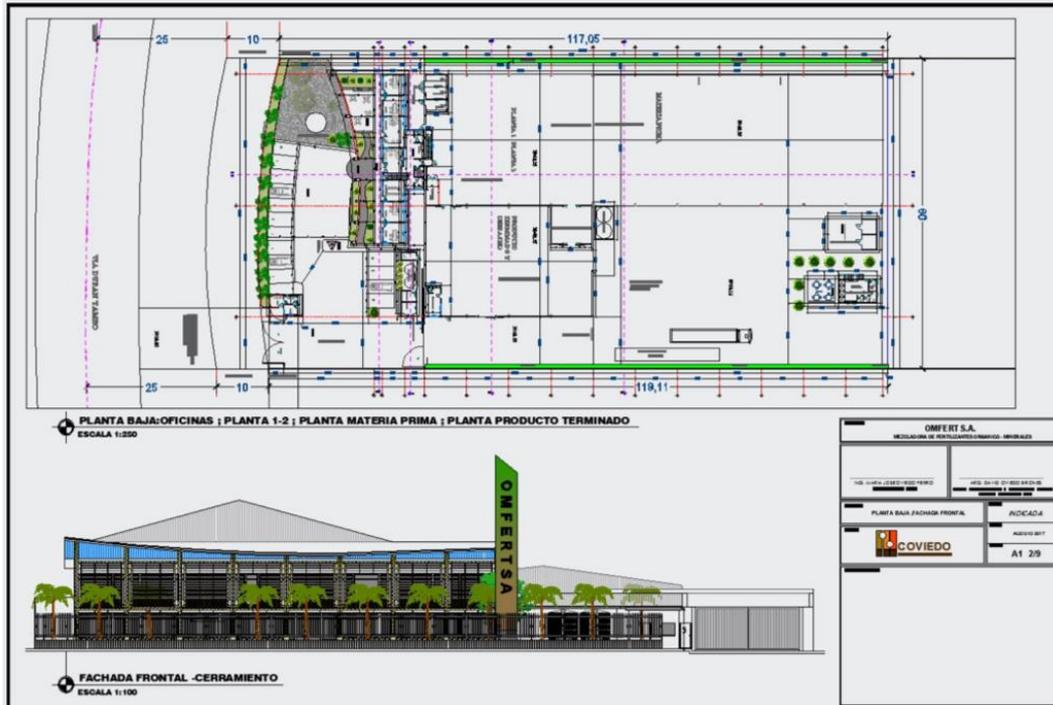
Mercado objetivo a corto plazo

Agrícola Lomaquil tiene sus oficinas y planta de producción en los predios ubicados en el Km 32 Vía a la Costa. La cartera más grande de los clientes de Agrícola Lomaquil se encuentra ubicada en las zonas de Daule, Durán, Yaguachi, Milagro y Samborondón; la distancia desde estas zonas a la fábrica representa para los clientes y para la empresa (hay ocasiones que la empresa asume este costo cuando implica un pedido grande) tener que incurrir en gastos elevados de transporte.

Tomando en cuenta el factor distancia y la meta de ganar nuevos clientes, Agrícola Lomaquil adquirió hace unos años atrás un terreno ubicado en la zona industrial de Durán, en el km. 6.5 de la Vía Durán-Tambo, para en un futuro cercano poder reubicar la fábrica y las oficinas.

La obra se ha ido desarrollando por etapas y está a cargo de Constructora Oviedo S.A. y se estima que para mediados del año 2019 esté terminado el proyecto.

Figura 2- Planos de la nueva fábrica y oficinas de Agrícola Lomaquil en Durán



Fuente: Arq. David Oviedo (Constructora Oviedo Coviedo S.A., 2017)

Figura 3-Fotos del avance de obra de las nuevas instalaciones de Agrícola Lomaquil en Durán



Fuente: Arq. David Oviedo (Constructora Oviedo Coviedo S.A., 2017)

Estudio de mercado potencial

Si bien Agrícola Lomaquil cuenta con su cartera de clientes y con una participación en el mercado de los fertilizantes, se quiso saber que tan conocidos eran los productos en los alrededores de la nueva fábrica y la intención de compra de los clientes potenciales.

El Cantón Durán en el año 2010 tenía 235.769 habitantes según los datos del INEC del último censo poblacional (INEC, 2010) y las proyecciones de crecimiento para el año 2018 es de 300.488 habitantes (INEC, 2018). Un incremento poblacional del 27.45% que representa un mercado

bastante interesante en el cual se puede entrar a competir por ser una zona agrícola e industrial.

Haciendo uso de la herramienta Google Earth se logró trazar el perímetro de las zonas aledañas que se quería encuestar, 3 kilómetros a la redonda de la nueva fábrica.

Figura 4-Mapa de las poblaciones rurales alrededor de la nueva fábrica de Agrícola Lomaquil



Fuente: Elaboración propia utilizando la herramienta Google Earth

Metodología y ficha técnica

Se realizó una solicitud en el Municipio de Durán para saber la cantidad de habitantes que viven en la zona delimitada en la **Figura 4** que es considerada como parte rural del cantón Durán. Después muchas visitas, llamadas y una larga espera, contestaron a través de un oficio (el cual se adjunta en los anexos para poder justificar el tamaño de la muestra) que no cuentan con los datos poblacionales de la zona antes descrita y que sólo se basan en las proyecciones del INEC.

Tomando la proyección del INEC para la población del cantón Durán en el año 2018, en la **Tabla 2** se muestra la ficha técnica para el cálculo de la muestra.

Tabla 2-Ficha técnica para cálculo de la muestra

FICHA TÉCNICA	
Universo o Población	300.488
Margen de error	5%
Nivel de confianza	95%
Tamaño de la muestra	384

Fuente: Elaboración propia

La fórmula usada para calcular el tamaño de la muestra de 300.488 habitantes es la siguiente:

Donde :

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

n=tamaño de la muestra

N=tamaño de la población

e=margen de error

p=0,5 Cantidad de sujetos de la población que tienen en común la variable que buscamos medir

z=puntuación z

La puntuación z es la cantidad de desviaciones estándar que una proporción dada se aleja de la media (Survey Monkey, 2018). Para encontrar la puntuación z adecuada, se utiliza la **Tabla 3** que se muestra a continuación:

Tabla 3-Para encontrar la puntuación z

Nivel de confianza deseado	Puntuación z
80 %	1.28
85 %	1.44
90 %	1.65
95 %	1.96
99 %	2.58

Fuente: (Survey Monkey, 2018)

El resultado al aplicar la fórmula arroja que se deben realizar 384 encuestas. Debido a que se pretende conocer la intención de compra, gustos y preferencias, y que no se está introduciendo al mercado un nuevo producto, pues la empresa ya tiene años en el mercado de fertilizantes, se realizaron sólo 90 encuestas por los alrededores de la nueva fábrica y otras zonas en las que se puede establecer contacto con potenciales clientes como agricultores, haciendas, distribuidoras de insumos agrícolas y otras empresas que utilizan los productos de Agrícola Lomaquil como materia prima para su propia producción.

Descripción del cuestionario

El diseño del cuestionario está compuesto por una serie de preguntas de opción múltiple, dicotómicas, casillas de verificación y de tipo Likert de tal manera que el encuestado pueda mostrar su valoración en escala del 1 al 5. A continuación se resumen las preguntas:

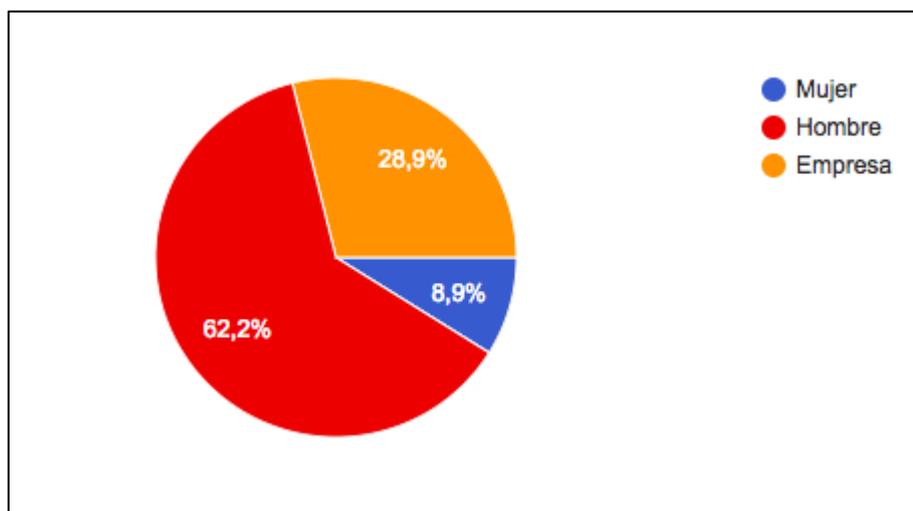
- Pregunta 1: Indique cuál es su género o si pertenece a alguna empresa
- Pregunta 2: ¿Cuál es su edad?
- Pregunta 3: ¿A qué se dedica?
- Pregunta 4: ¿Utiliza fertilizantes para sus sembríos?

- Pregunta 5: ¿Qué valora usted cuándo compra fertilizantes?
- Pregunta 6: ¿Conoce los productos de Agrícola Lomaquil?
- Pregunta 7: ¿Ha comprado los fertilizantes de Agrícola Lomaquil?
- Pregunta 8: En la escala del 1 al 5 ¿Qué tan dispuesto estaría de probar los productos de Agrícola Lomaquil?
- Pregunta 9: ¿Le gustaría realizar pagos y pedidos en línea?

Análisis de los resultados

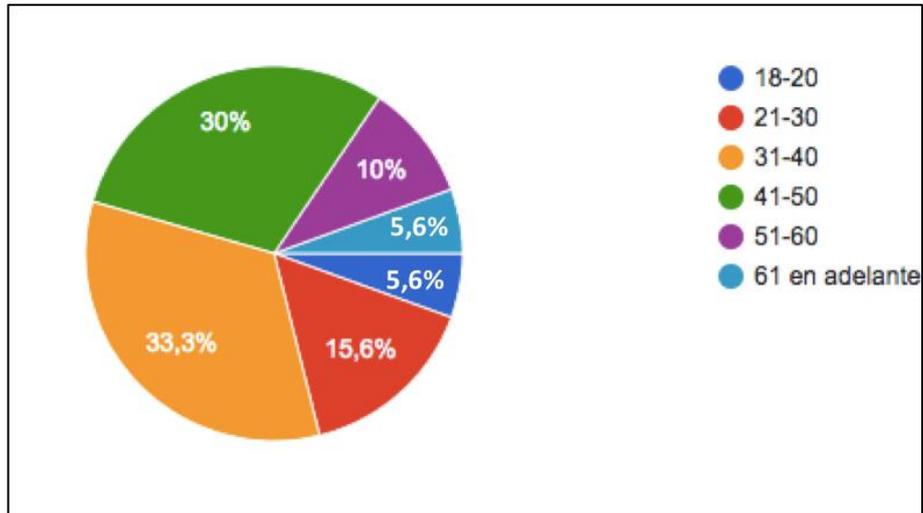
Las encuestas arrojaron los siguientes resultados reflejados en las figuras que se muestran a continuación.

Figura 5-Indique cuál es su género o si pertenece a alguna empresa



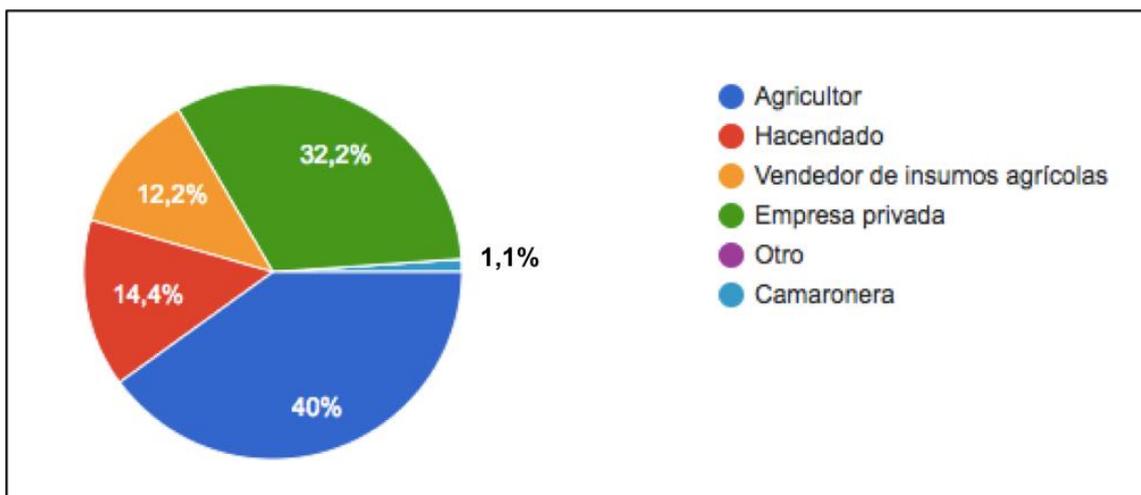
En la **Figura 5** se puede observar que 56 personas, equivalentes al 62,2% de la muestra eran hombres, 26 personas equivalentes a un 28,9% fueron encuestas realizadas a representantes de una empresa y solo 8 de los encuestados o el 8,9% de la muestra está representado por mujeres.

Figura 6-¿Cuál es su edad?



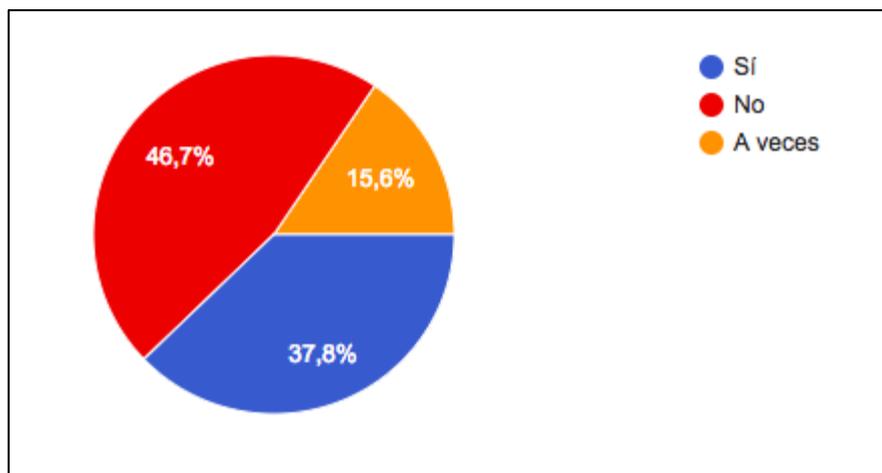
En la **Figura 6** se consultó sobre las edades, 37 encuestados o el 33,3% de la muestra se encuentran en el rango de 31-40 años, 27 encuestados o el 30% de la muestra se encuentran en el rango entre los 41-50 años y 14 encuestados o el 15,6% de la muestra se encuentran en el rango entre los 21-30 años. Las otras 19 personas o están en los rangos de entre los 51 años en adelante o entre los 18-20 años. Este resultado indica que el porcentaje más participativo son personas las cuales tienen la edad suficiente para tener experiencia y poder de decisión al momento de la compra.

Figura 7-¿A qué se dedica?



En la **Figura 7** se preguntó a los encuestados a qué se dedican. Los agricultores fue el grupo más grande con 36 personas o el equivalente al 40% de la muestra. Se pudo contactar con 29 empresas pequeñas, medianas y grandes que representan un 32,2% con las cuales establecer lazos comerciales al estar ubicadas en una zona industrial y pueden utilizar los productos como materia prima para fabricación de sus propios productos. Se contactó con 13 haciendas a las que se puede ofrecer análisis de suelos para entregarles productos adecuados a sus necesidades y estándares pues la mayor parte de su producción está destinada a la exportación.. Otro mercado interesante es el de los vendedores o distribuidores de insumos agrícolas representado por 11 personas o 12,2% de la muestra, este tipo de negocios representan para la empresa una manera de disminuir costos pues cumplen funciones similares a las de un vendedor pero es responsabilidad del distribuidor encontrar los nichos donde colocar los productos.

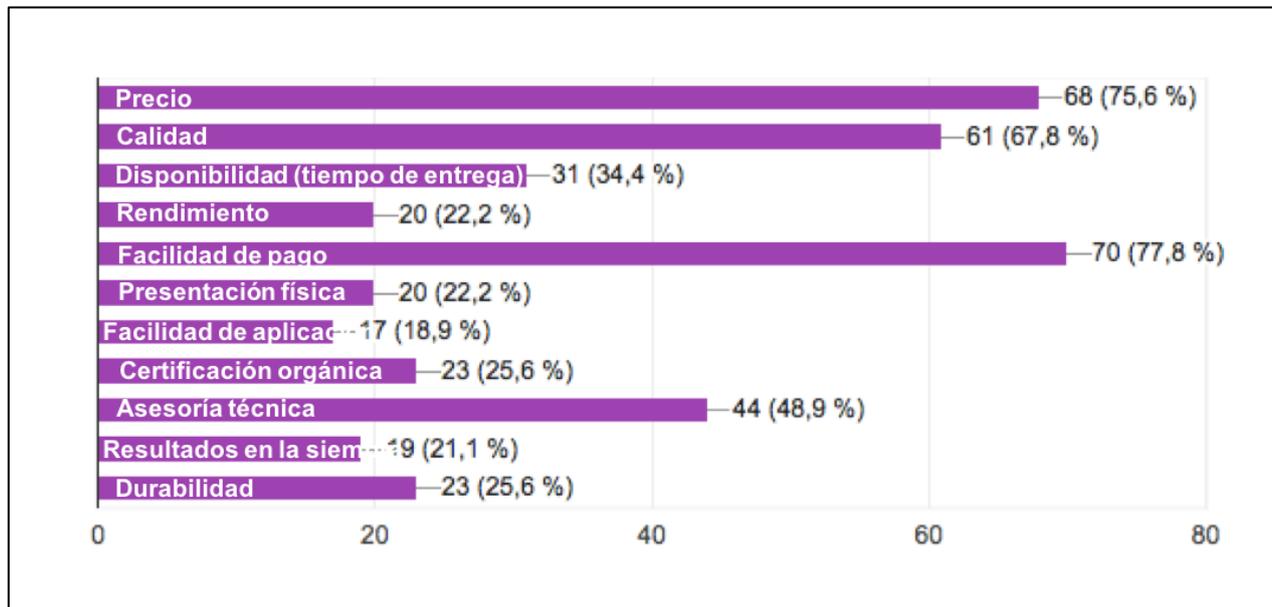
Figura 8-¿Utiliza fertilizantes para sus sembríos?



En la **Figura 8** se preguntó si utilizan fertilizantes en sus sembríos. De los 34 encuestados o el 37,8% de la muestra sí utilizan algún tipo de fertilizante, abono, nutriente o enmienda. No hacen uso de fertilizantes 42 de los encuestados o el 46,7% al pues son empresas, distribuidores o también agricultores que prefieren usar fertilizantes químicos en lugar de productos orgánico-minerales. Hay que prestar atención al grupo que respondió “a veces” pues la falta de financiamiento es el mayor

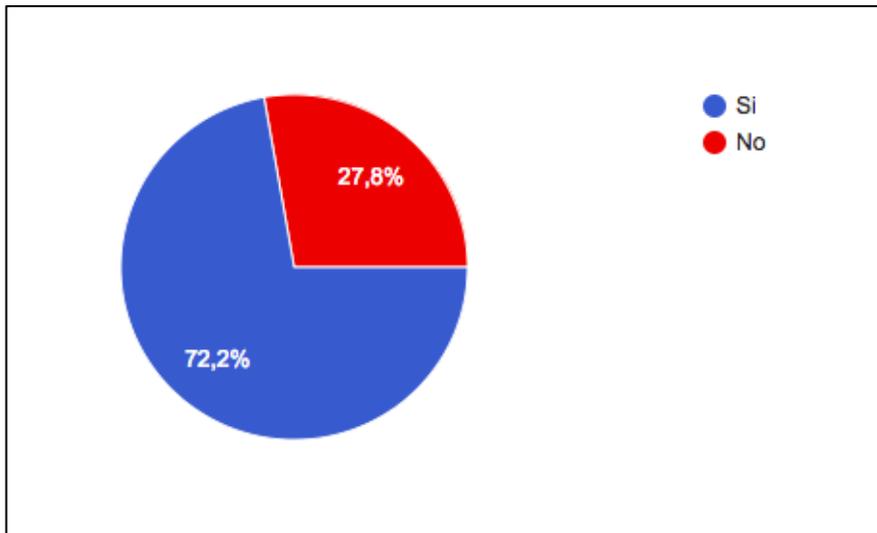
problema que afrontan; está conformado por 14 personas o pequeños agricultores que equivalen al 15,6% de la muestra.

Figura 9-¿Qué valora usted cuándo compra fertilizantes?



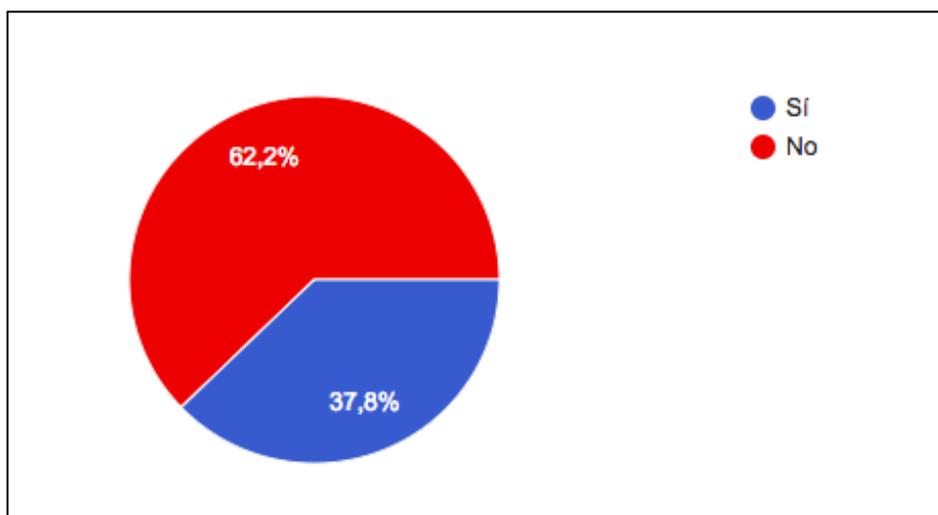
En la **Figura 9** se quiso saber cuáles atributos son los que más valoran los encuestados al momento de comprar un fertilizante, sea este usado por empresas, haciendas, vendedores o agricultores. El encuestado podía elegir todos los campos que se ajusten a sus necesidades. Analizando los resultados se observa que el precio siempre será el factor decisivo al momento de elegir un producto sin embargo la facilidad de pago, disponibilidad o tiempo de entrega, la calidad y la asesoría técnica juegan un rol importante en el proceso de toma de decisión. Para la línea de productos con certificación orgánica que comercializa la empresa, se puede apreciar que hay un interés en este tipo de fertilizantes que permiten el cuidado de los suelos y la cosecha de productos que puedan competir bajo los estándares de producción sin químicos ni pesticidas.

Figura 10-¿Conoce los productos de Agrícola Lomaquil?



En la **Figura 10** se preguntó si conocen o han escuchado los productos de Agrícola Lomaquil. El 72,2% o 65 de los encuestados conocen o han probado los productos de la empresa; esto significa que ya tenemos un lugar en la mente del consumidor y se debe tomar las medidas necesarias para lograr fidelización y prósperos tratos comerciales. El 27,8% de la muestra o 25 encuestados no conocen a la empresa ni los productos que comercializa.

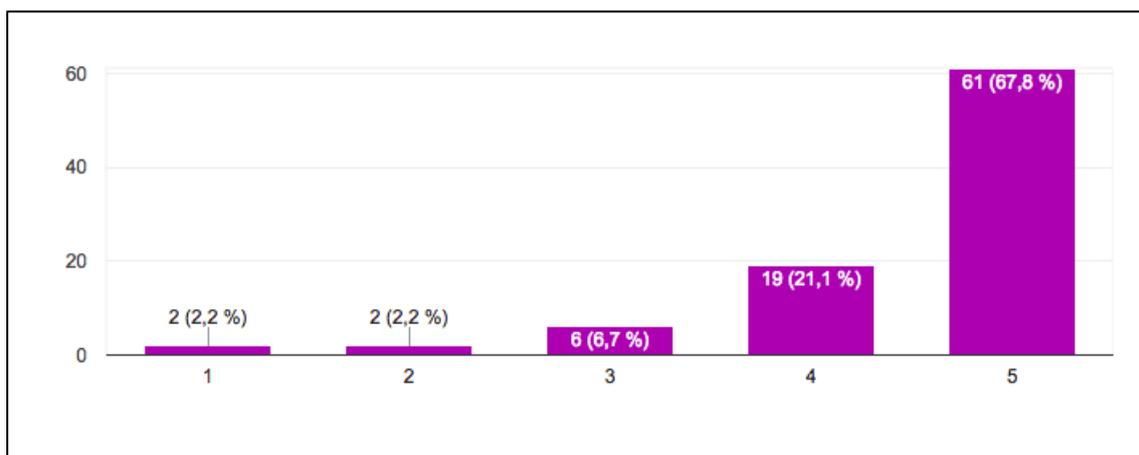
Figura 11-¿Ha comprado los fertilizantes de Agrícola Lomaquil?



En la **Figura 11** se logró confirmar cuántos de los 65 encuestados que afirmaron conocer los productos de Agrícola Lomaquil en la **Figura 10**, han comprado y probado los productos.

El 62,2% o 56 encuestados han probado el producto y el 37,8% o 34 encuestados lo conocen y no lo han comprado, o simplemente no lo han comprado. Estos resultados muestran que hay 56 clientes que se deben atender de manera urgente, conocer sus necesidades y tratar de añadirlos a la base de clientes frecuentes.

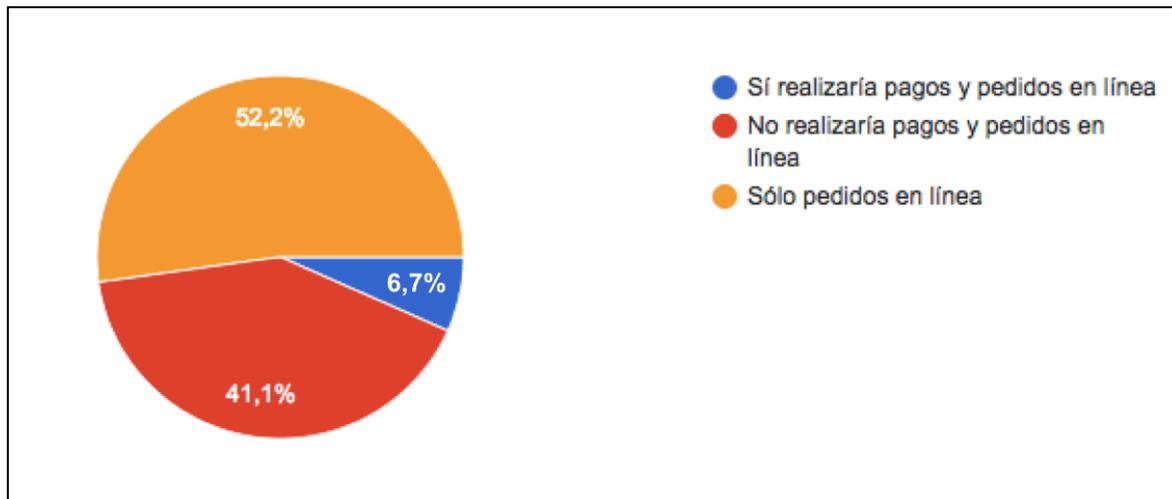
Figura 12-En la escala del 1 al 5 ¿Qué tan dispuesto estaría de probar los productos de Agrícola Lomaquil?



En la **Figura 12** los encuestados indicaron qué tan interesados están en probar los productos de la empresa. En la escala de valor siendo 1 “no lo probaría” y 5 “lo probaría” se puede apreciar que 80 de los encuestados (ubicados entre la escala 4 y 5) están esperando un acercamiento directo por parte de la empresa.

Una de las mejoras que se propuso en la reingeniería de procesos para el Departamento de ventas consistía en la implementación de pagos y pedidos en línea para agilizar el proceso de despacho de los productos. Actualmente los clientes que no tienen línea de crédito con Agrícola Lomaquil tienen que realizar el depósito en el banco, enviar el comprobante depósito, se verifica el pago con el banco y en recién se procede a solicitar a bodega el despacho del producto. Este proceso significa pérdida de tiempo para el cliente pero es la manera más segura de asegurar el cobro.

Figura 13-¿Le gustaría realizar pagos y pedidos en línea?



En la **Figura 13** se preguntó a los encuestados qué tan dispuestos están a realizar pagos y/o pedidos en línea a través de la página web de Agrícola Lomaquil. Era necesario saber que opinaban los clientes. Si bien la confianza es el factor principal al momento de decidir, los encuestados comentaron que la mala conexión o falta de conexión a internet (ya que la mayor parte del tiempo no están en la oficina sino en los sembríos o en el campo) es uno de los motivos que más aleja a los clientes de realizar pagos en línea. El Otro de los factores que influye para no realizar pagos ni pedidos en línea son los procesos de compra que deben seguir las empresas ya que intervienen algunos departamentos; además que las empresas o distribuidores prefieren solicitar línea de crédito directamente con Agrícola Lomaquil.

De los encuestados, 37 o el 41,1% no realizaría pedidos ni pagos en línea; 47 o el 52,2% realizaría pedidos en línea para agilizar el despacho de los productos y tan sólo 6 o el 6,7% están dispuestos a realizar pagos y pedidos en línea. Esta pregunta ayudó mucho a la Gerencia para la decisión de implementar más adelante en la página web la opción de pedidos en línea y evitar gastos innecesarios como comisiones bancarias, programación y diseño de interfaz web para que los clientes puedan realizar pagos en línea.

Análisis FODA

Figura 14-Análisis FODA Agrícola Lomaquil



Fuente: Elaboración propia con herramienta digital Creately (Creately, 2018)

Análisis operativo

Localización y descripción de las instalaciones

La planta de producción y oficinas de Agrícola Lomaquil fue fundada en el año 1996. La empresa se encuentra ubicada en el Km. 32 Vía a la Costa, en el retorno 6, a cinco minutos del peaje de Chongón.

Las oficinas administrativas se encuentran a la entrada de las instalaciones mientras que la planta de producción y las bodegas de almacenaje se encuentran en la parte posterior.

Figura 15-Instalaciones de la planta de producción de Agrícola Lomaquil



Figura 16-Galpones de materia prima de Agrícola Lomaquil



Métodos de producción

La planta utiliza tecnología TVA (Tennessee Valley Authority) (Yovng & Mccamy , 1967) para producir fertilizante granulado el cuál es elaborado mediante un proceso de mezcla, granulación, calefacción y enfriamiento. El producto terminado posee todos los nutrientes (Nitrógeno, Fósforo y Potasio) en un solo grano, haciendo que cada cultivo (arroz, banano, cacao, etc.) obtenga todo el beneficio necesario en el proceso de fertilización.

Figura 17-Producto granulado "Enmienda para suelos ácidos"



Producto Edáfico

Característica	Valor
Humedad	2 %
Granulometría	2 - 4 mm
Presentación	fertilizante granulado, sacos de 50 Kg
Color	Gris

DOSIS RECOMENDADAS
Se recomienda 2 - 3 sacos/Ha
Puede variar según las recomendaciones del técnico.

APTO PARA TODO TIPO DE CULTIVO, APLICACIÓN DIRECTA.

Fuente: (Agrícola Lomaquil, 2018)

Agrícola Lomaquil produce de 500 a 600 sacos por día. De acuerdo al inventario o a la demanda, se determina cuál producto se elaborará en un día laborable.

Agrícola Lomaquil tiene más de 25 productos en distintas presentaciones como peso, granulado o en polvo.

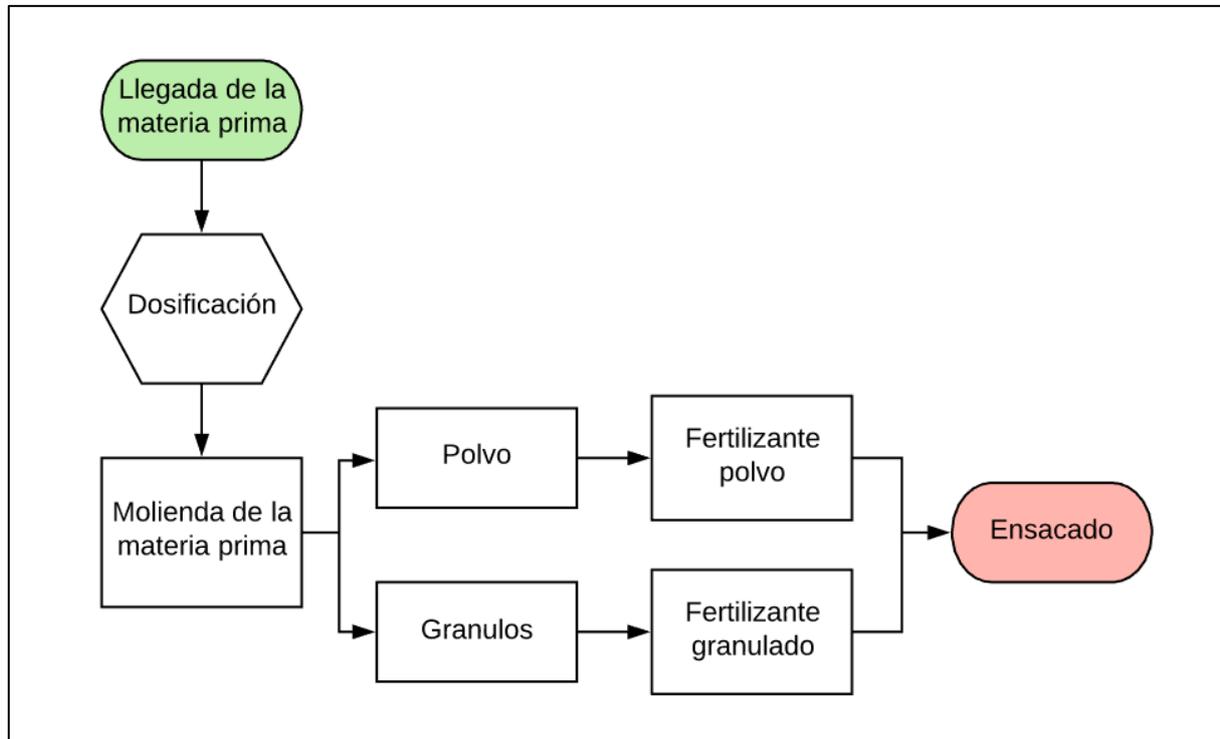
Desglose de los productos

- 10-30-10 mezcla física Saco/ 50 kilos
- 12-12-17-2 TVA Saco/ 50 kilos
- 8-20-20 mezcla física Saco/ 50 kilos
- D.A.P. Saco/ 50 kilos
- Enmienda orgánica granulada Saco/ 50 kilos
- Enmienda suelos ácidos Saco/ 45 kilos
- MAG 14 Saco/ 50 kilos
- Magnesil Estándar Saco/ 50 kilos
- Materia orgánica Saco/ 50 kilos
- Minerphos Saco/ 50 kilos

- Multinutrientes mezcla física Saco/ 50 kilos
- Multinutrientes TVA Saco/ 50 kilos
- Núcleo filler Saco/ 50 kilos
- Núcleo MAG 14 Saco/ 46 kilos
- Núcleo MAG 14 Saco/ 50 kilos
- Núcleo sulfato de calcio granulado Saco/ 50 kilos
- Núcleo sulfato de calcio granulado Unidad
- Roca fosfórica orgánica granulado Saco/ 50 kilos
- Roca fosfórica Saco/ 50 kilos
- Rojo fértil plus Saco/ 25 kilos
- Rojo fértil Saco/ 25 kilos
- Silicato de calcio granulado Saco/ 50 kilos
- Silicato de calcio Saco/ 50 kilos
- Silicato de potasio Saco/ 50 kilos
- Sulfato de calcio granulado Saco/ 50 kilos
- Sulfato de calcio polvo Saco/ 50 kilos
- Vitaráiz Saco/ 46 kilos
- Vitaráiz Saco/ 50 kilos

Proceso de producción

Figura 18-Proceso de producción de fertilizantes Agrícola Lomaquil



Fuente: Elaboración propia

Análisis de operaciones del departamento financiero-administrativo y área de ventas

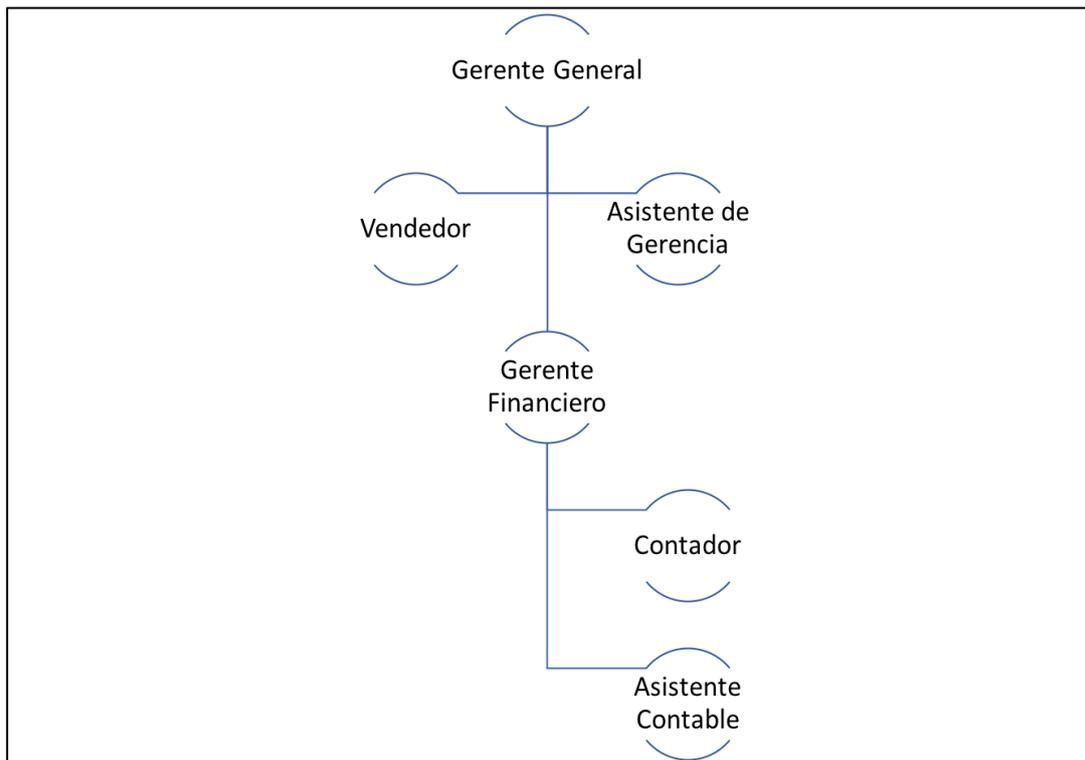
Al momento de empezar a revisar los procesos, Agrícola Lomaquil contaba con tres departamentos el área financiera-administrativa: presidencia, financiero-administrativo y producción. En la reingeniería no se está incluyendo al departamento de producción.

Cuándo empezaron las operaciones de la empresa, el vendedor se reportaba directamente con el Gerente General. El problema radicaba en que el Gerente General no pasaba todo el tiempo de la jornada laboral en la oficina sino en el área de producción, delegando las decisiones importantes como asignación de descuentos o concesiones de crédito a la Asistente de Gerencia. Esto conllevó a una mala práctica de promociones y descuentos aplicados a clientes seleccionados, una cartera cada vez más grande de clientes resentidos e insatisfechos, aumento en la cartera vencida y un ambiente laboral tenso. Si bien después se implementaron mejoras en la parte financiera que conllevaron a un manejo más eficiente de los descuentos y créditos, el vendedor seguía reportando su trabajo de oficina y de campo al Gerente General. No se evidenció un manejo claro de la gestión del vendedor

al momento de realizar visitas a clientes pues todo quedaba anotado en cuadernos o agendas a los que sólo tenía acceso el vendedor. La base de datos estaba incompleta: direcciones no específicas, sin correos para comunicarse con el cliente, teléfonos celulares que ya estaban fuera de servicio, entre otros inconvenientes.

Previo a la reingeniería de procesos el organigrama de la empresa era el siguiente:

Figura 19-Organigrama Agrícola Lomaquil



Fuente: Elaboración propia

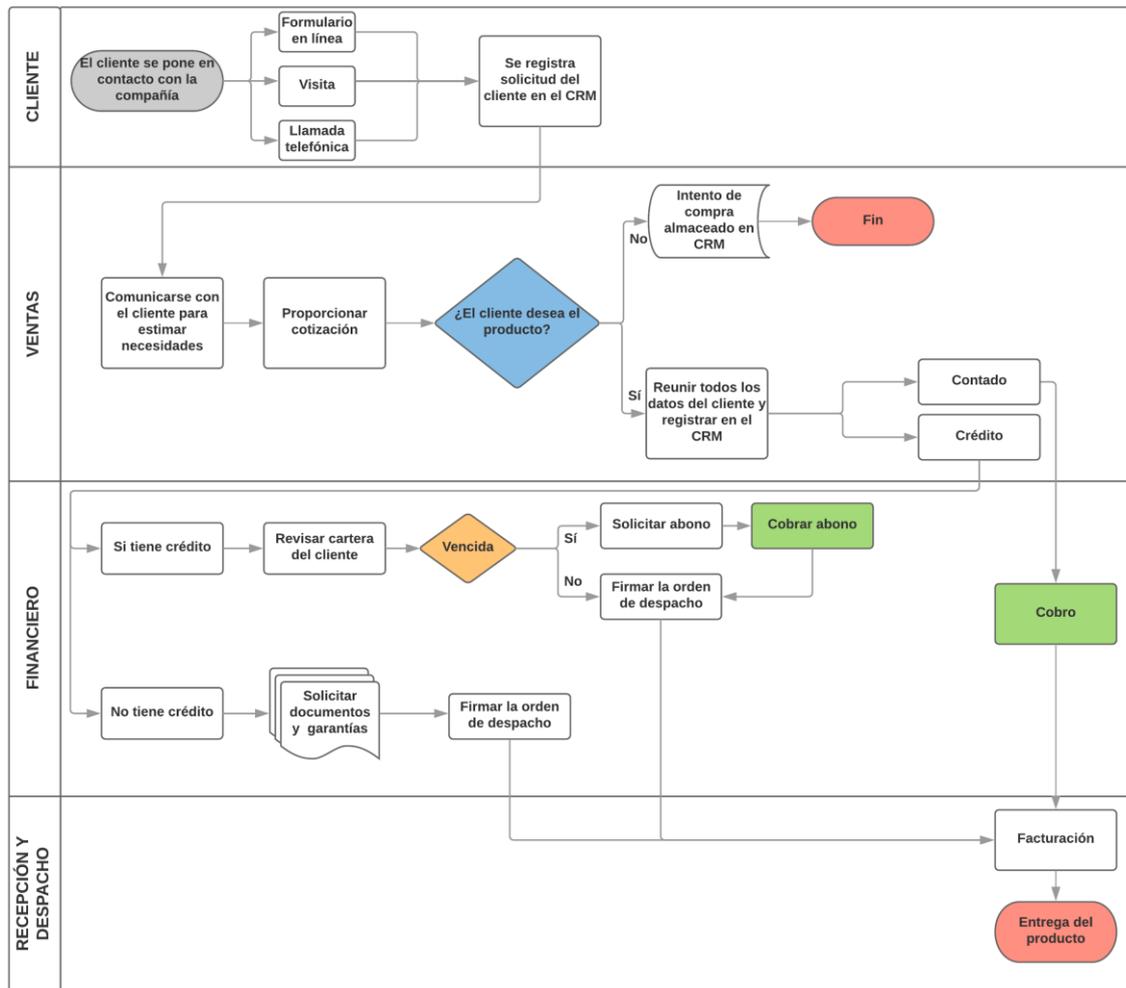
Se procedió a realizar una evaluación general de cada uno de los procesos actuales de los departamentos involucrados en la reingeniería y se evidenció que los empleados tienen pleno conocimiento de sus funciones pero no se encuentran redactados los procesos y su interacción dentro de la empresa.

Si bien la empresa tiene una baja rotación de empleados (el puesto que más cambios ha experimentado es el cargo de Asistente de Gerencia), es recomendable informar a todos los empleados sobre la importancia de la comunicación interdepartamental y la función de cada empleado para el correcto funcionamiento de los procesos.

Se describen a continuación los procesos involucrados en la venta junto con un diagrama de flujo para representar gráficamente los pasos que se siguen en una secuencia de actividades:

- Proceso de Venta: Desde el momento que el cliente muestra interés en los productos por cualquiera de los canales: visita de un vendedor, visita del cliente a la planta, llamada telefónica o pedido en línea (página web o correo electrónico).
- Proceso de Compra: Todas las acciones necesarias para lograr un acercamiento con el cliente, determinar sus necesidades, informar sobre los productos, cotizar y tratar de concretar el negocio.
- Proceso de Crédito y Cobranzas: Aprobar el despacho del producto, cobros en efectivo o depósitos bancarios, confirmar si el cliente sujeto de crédito se encuentra al día en sus pagos, gestionar la cobranza y evitar cartera vecida. En caso de solicitud de crédito para nuevos clientes, recibir la documentación pertinente (copia de cédula y/o RUC, nombramiento del Gerente y formulario de datos personales) y garantías necesarias.
- Proceso de Recepción y Despacho: Informar a bodega para el despacho y facturar.

Figura 20-Diagrama de procesos interdepartamentales establecidos después de la reingeniería



Fuente: Elaboración propia

Plan de organización y recursos humanos

Para desarrollar el plan de Organización y Recursos Humanos se propone la creación del Departamento de Ventas. Se plantea integrar al nuevo departamento a tres profesionales conformados por un Gerente de Ventas, un nuevo Vendedor para poder distribuir la cartera de clientes de forma organizada y eficiente; y, un Analista de Suelos que cumplirá un rol similar al de un vendedor pero enfocado a brindar una experiencia personalizada al cliente al momento de elegir los fertilizantes o nutrientes que comercializa Agrícola Lomaquil pues las necesidades de los suelos o sembríos son diferentes.

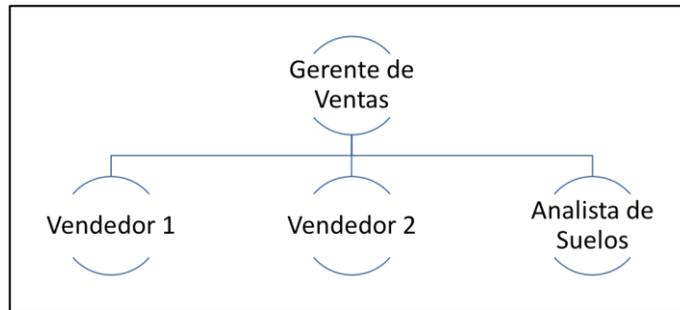
De acuerdo a Miguel Ángel Génova en su artículo de Dirección de Ventas (Genova, 2015), el Gerente de Ventas debe cumplir funciones en 5 áreas fundamentales para obtener excelentes resultados:

- Impulso hacia resultados: Además de planificar el territorio, debe asignar objetivos, metas de ventas al equipo y a cada vendedor. Por ejemplo: segmentar a los clientes por zonas y planificar las visitas, lanzar promociones y establecer políticas de descuentos y crédito.
- Evaluación y gestión del desempeño: El uso del CRM es imprescindible para todo el equipo pues los datos ingresados por visitas, correos, llamadas, ventas, etc permiten al gerente tomar las acciones necesarias para obtener los resultados y evaluar los esfuerzos de su equipo por conseguir las metas. Una manera en que el gerente puede colaborar a mejorar el manejo de su equipo de ventas es visitando junto con el vendedor a clientes claves; de esta manera, al final puede evaluar las fortalezas y debilidades de su staff y dar sugerencias para mejorar.
- Coaching dirigido al desarrollo del personal: ayudar a que su grupo de ventas sea consciente de sus áreas y oportunidades de crecimiento profesional, que puedan determinar los obstáculos que tienen y cómo pueden superarlos, definir un plan de acción que los encamine a cumplir los objetivos.
- Comunicación: El gerente de ventas es el nexo entre el equipo de ventas y la organización pues debe estar enfocado en realizar reuniones con el equipo, transmitir políticas, procedimientos o novedades a la alta gerencia; y por último y no menos importante, buscar constantemente información del mercado que pueda ser útil para su departamento y por consiguiente para la empresa.
- Motivación: Si bien pueden estar claras las metas y los métodos para llegar a ella, no siempre se concretan las ventas. Ahí es cuando la motivación del personal es crucial dentro de las funciones del gerente pues no sólo debe reconocer los éxitos sino los

esfuerzos, eliminar los elementos que desmotiven y potenciar nuevas ideas generadoras de resultados.

Tomando en cuenta lo descrito, el organigrama del nuevo Departamento de Ventas estaría conformado de la siguiente manera:

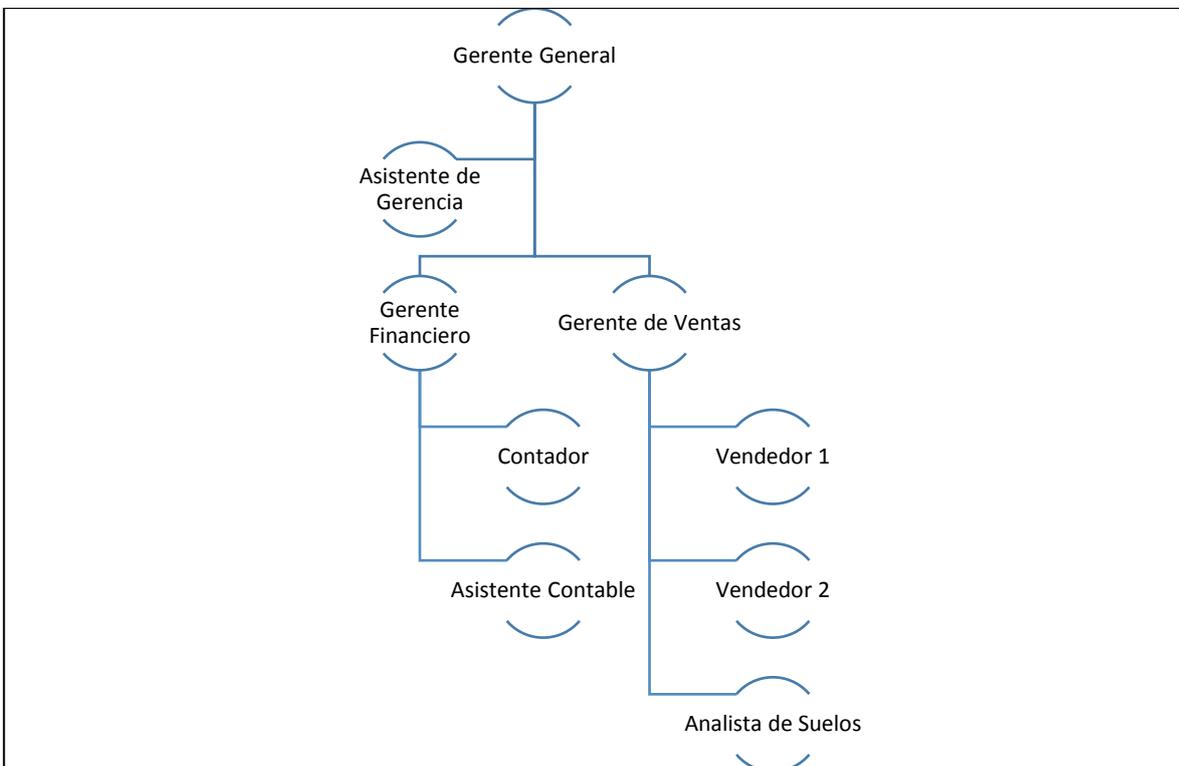
Figura 21-Organigrama del Departamento de Ventas



Fuente: Elaboración propia

Con los cambios propuestos se presenta el nuevo organigrama para Agrícola Lomaquil:

Figura 22-Organigrama de Agrícola Lomaquil después de la reingeniería



Fuente: Elaboración propia

Creación de página web

La página web corporativa representa un punto de encuentro entre el cliente y la empresa además de ser una poderosa herramienta de mercadeo. Al ingresar a la página web los usuarios se familiarizan con la marca y con los productos que representan a la empresa, brindándole no sólo la oportunidad de ganar una gran cantidad de potenciales clientes sino también de fortalecer la credibilidad para la organización.

La página web que manejaba la empresa tenía muy poca información y no se encontraba actualizada. Se conversó con un diseñador y programador de páginas web el cual realizaría las mejoras pertinentes pero tendría que empezar desde cero. Se ha ido actualizando la página por etapas y aún se encuentra en proceso de creación por este motivo la opción de “pedidos en línea” aún no está disponible para los clientes. Proximamente se implementará la conexión desde la página web a las diversas redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube las cuales son plataformas de interacción con los clientes.

Figura 23-Página principal en la web de Agrícola Lomaquil



Fuente: (Agrícola Lomaquil, 2017)

Correo electrónico corporativo

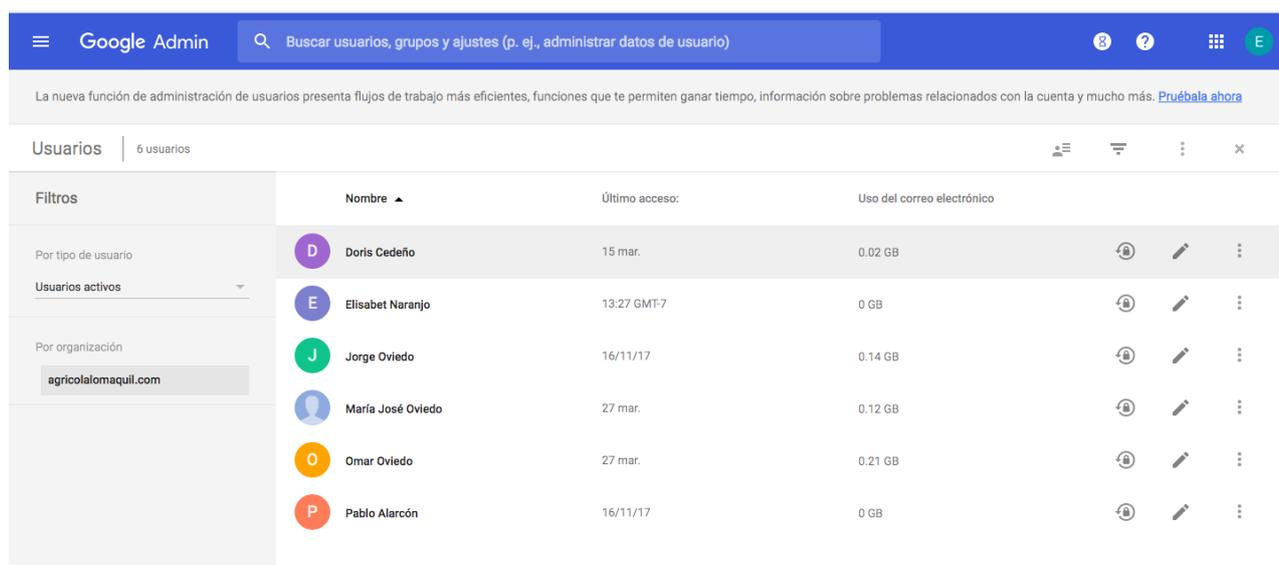
El uso de un correo corporativo ayuda a mejorar la imagen de la empresa aportando una visión de confianza y seriedad.

Conversando con las personas que laboran en estos departamentos se pudo notar que el mayor inconveniente era la falta de comunicación a través de un medio eficaz. Los trabajadores usaban sus correos personales y en muchos casos se perdía información de ventas, contactos, direcciones y pagos si el empleado renunciaba o era retirado de la empresa.

Se coordinó la adquisición de correos corporativos para los empleados con la empresa G-Suite (Gmail) by GoogleCloud utilizando el dominio “@agricolalomaquil.com”. El objetivo es fortalecer el intercambio de comunicación, envío de cotizaciones, manejo de contactos y evitar que las comunicaciones enviadas a los clientes se desvíen al correo no deseado; asegurando a la Gerencia la continuidad y privacidad de la información.

Otra de las ventajas que ofrece el correo de Gmail para empresas pequeñas es que permite el acceso al correo electrónico en cualquier dispositivo sea este un celular, tablet o pc y en cualquier lugar inclusive cuando no hay conexión a internet.

Figura 24-Correo de usuarios activos de Agrícola Lomaquil en la plataforma G-Suite



Filtros	Nombre	Último acceso:	Uso del correo electrónico
Por tipo de usuario Usuarios activos	D Doris Cedeño	15 mar.	0.02 GB
Por organización agricolalomaquil.com	E Elisabet Naranjo	13:27 GMT-7	0 GB
	J Jorge Oviedo	16/11/17	0.14 GB
	M María José Oviedo	27 mar.	0.12 GB
	O Omar Oviedo	27 mar.	0.21 GB
	P Pablo Alarcón	16/11/17	0 GB

Fuente: Consola de administración G-Suite Agrícola Lomaquil (G-Suite, 2018)

Adquisición e implementación de CRM en la nube

Para que el Departamento de Ventas pueda realizar una correcta gestión con los clientes se adquirió un sistema de información gerencial para manejo de clientes o CRM .

El CRM que se adquirió se llama Insightly. Además de administrar contactos y acompañar negociaciones, Insightly cuenta con una serie de beneficios (Insightly, 2018):

Figura 25-Logotipo de CRM Insightly

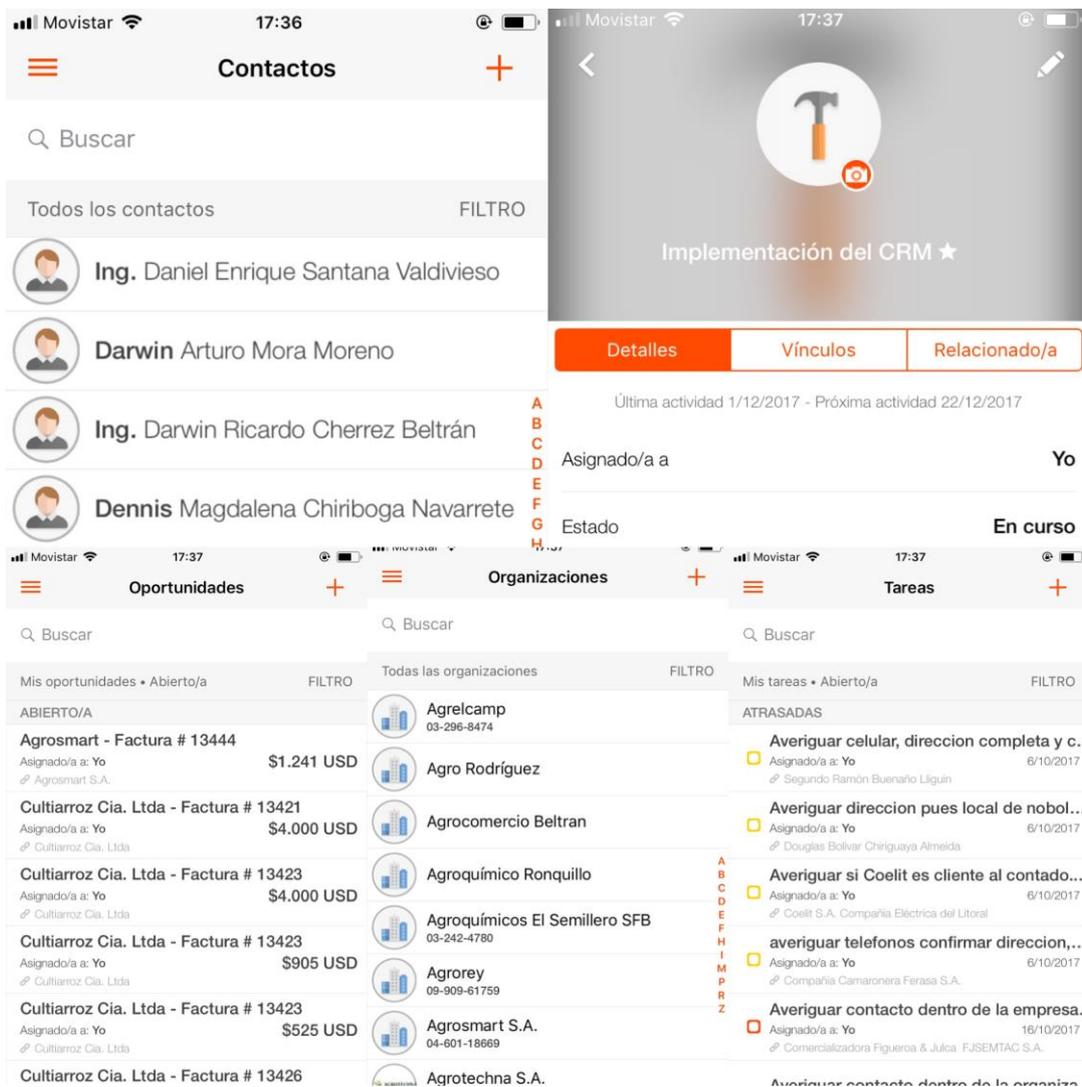


Fuente: (Insightly, 2018)

- Mejorar la interacción con el cliente
- Uso de etiquetas para mejorar la organización.
- Acceso desde cualquier lugar y cualquier hora pues su ubicación es en la nube.
- Acceso desde el computador, tablet o celular. Cuenta con una aplicación para dispositivos móviles (Android o iPhone) que permite tener siempre a la mano toda la información de los clientes.
- Mejorar la eficiencia y colaboración interna pues ayuda a que los miembros del equipo estén sintonizados.
- Acceder a una micro o macro visión de la empresa a través de los informes personalizados para análisis gerencial.
- Permite enlazar el correo de Gmail corporativo permitiendo llevar un record de cada correo compartido con el cliente y viceversa.
- Integración con Mailchimp la cual permite enviar campañas de marketing por correo electrónico para generar nuevas demandas y conectarse con los clientes.

- Incrementar las ventas pues permite establecer recordatorios para contactar al cliente después de cierto tiempo via telefonica, correo, visita, etc.
- Integración con redes sociales como Facebook, Twitter, LinkedIn, entre otras.
- Ingreso de oportunidades de venta y su seguimiento durante todo el proceso de negociación hasta el cierre de la venta. La oportunidad o “lead” tiene asignada todos los detalles como número factura, monto de la negociación, forma de pago (contado o crédito), venta, fecha de cierre, producto vendido, cantidad vendida, etc.
- Elaboración de informes personalizados para análisis Gerencial.

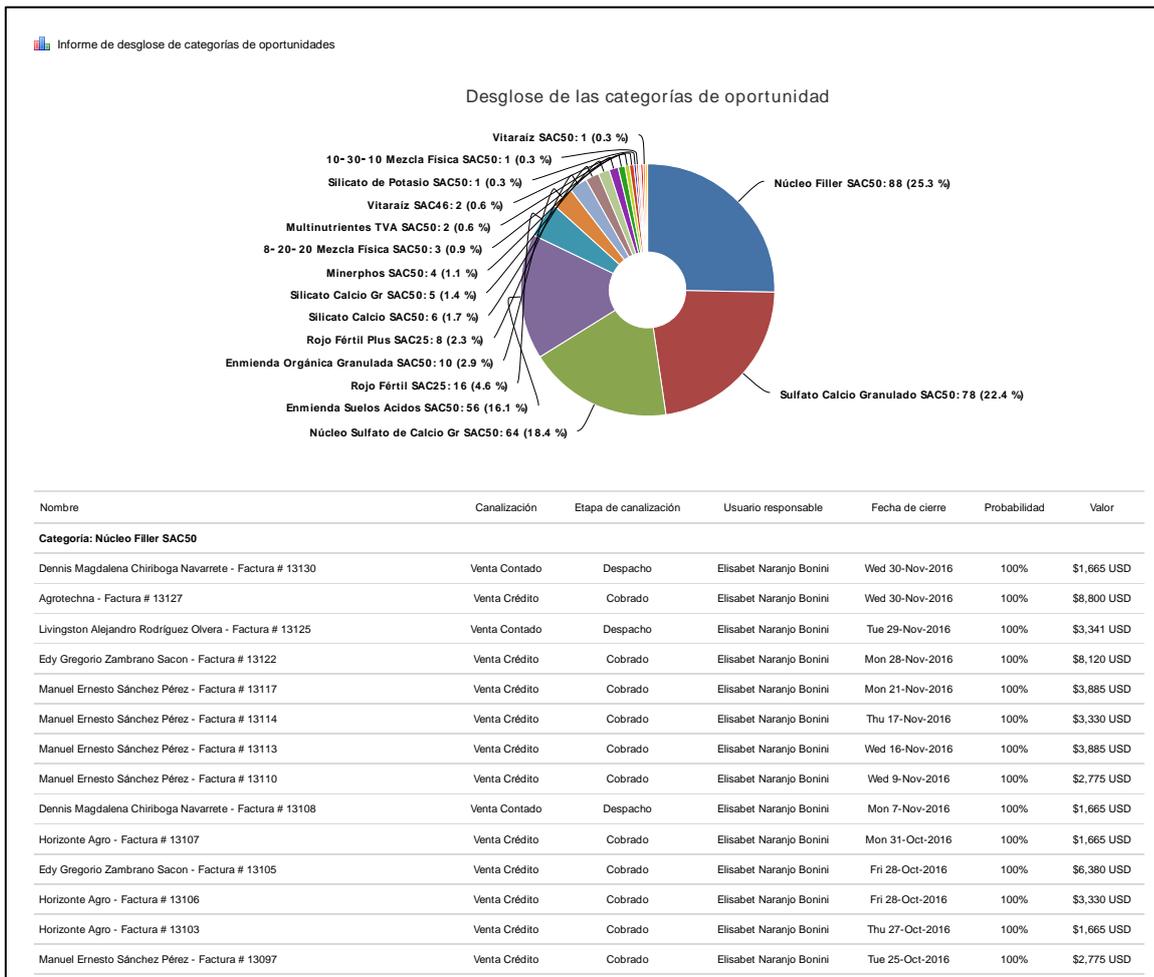
Figura 26-Vistas del CRM de Insightly desde el celular



Fuente: Elaboración propia desde CRM Insightly

Al utilizar la plataforma de Insightly se pudo organizar la base de datos de los clientes activos como pasivos para un seguimiento y posible recuperación de clientes ubicándolos por zonas para su posterior asignación. Se ingresaron las ventas de dos años atrás y se analizaron informes de ventas totales, por producto más vendido, por cliente, etc.,.

Figura 27-Informe parcial de las ventas generadas en el año 2016 por categoría de producto



Fuente: Elaboración propia desde CRM Insightly

Para aprender a manejar la plataforma de Insightly se capacitó a las personas involucradas, (haciendo uso de las funciones básicas del CRM), en el proceso de venta y se asignó funciones para que la información sea ingresada en el CRM desde el momento en que se establece contacto con el cliente.

Información de un cliente en la plataforma de Insightly

A continuación se muestra a modo de ejemplo cómo funciona el CRM de Insightly para un posible cliente que llenó un formulario de contacto en la Feria Bananera solicitando información de los productos de Agrícola Lomaquil.

1. El vendedor ingresa los datos proporcionados por el cliente y procede a etiquetar al cliente para su fácil localización. Por ejemplo utiliza las etiquetas “FeriaBananeraAgo2017” para saber cuál fue la forma de contacto, “Mailchimp” para incluirlo en la lista de correos masivos y “WhatsApp” pues el cliente solicitó que se lo contacte por este medio para una respuesta más rápida.

Figura 28- Información del cliente en Insightly

The screenshot displays the Insightly CRM interface for a contact named 'Ing. Daniel'. The contact details include:

- Nombre de contacto: Ing. Daniel [redacted] so
- Email: [redacted]orp@hotmail.com
- Teléfono (celular): 09 [redacted] 96
- Dirección (correo): Pedro Carbo, Guayas Ecuador [mapa](#)
- Contacto creado: 05 sep. 2017
- Propietario del contacto: Elisabet Naranzo Bonini
- Fecha de última actividad: 11 dic. 2017
- Antecedentes: Tiene plantaciones de plátano, limón, maracuyá y mango. Revisa más el whatsapp que el mail.

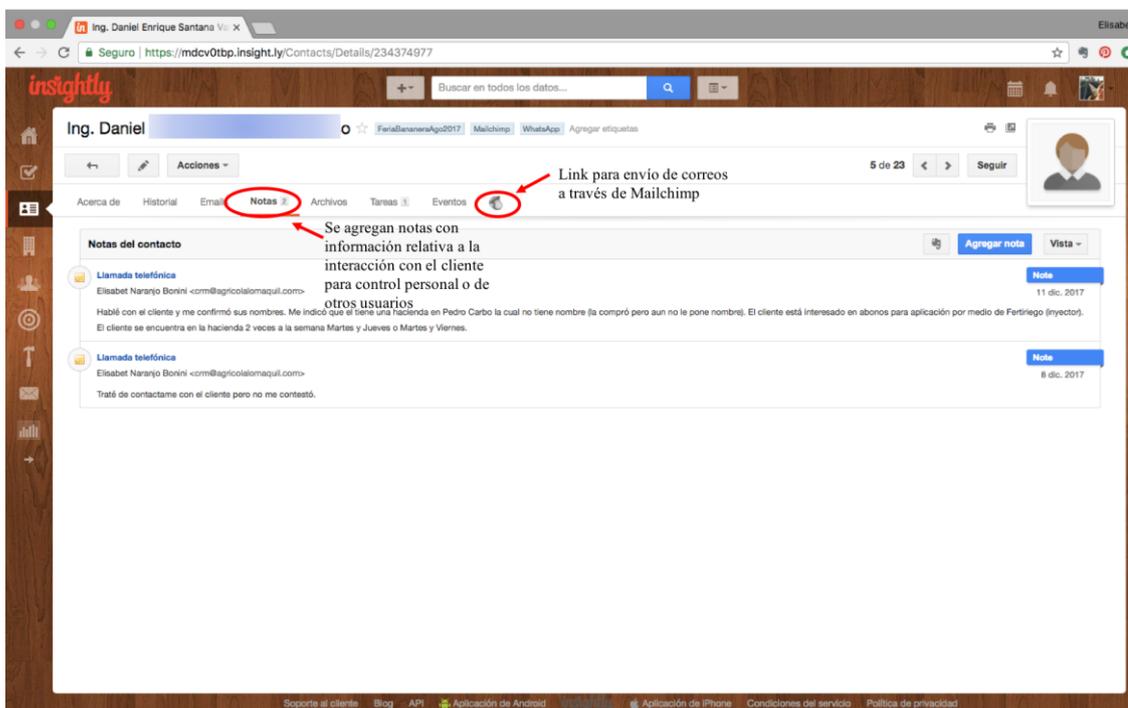
The contact is tagged with 'FeriaBananeraAgo2017', 'Mailchimp', and 'WhatsApp'. A red circle highlights these tags, with an arrow pointing to the text 'Etiquetas para clasificar clientes'. Below the contact details, there is a section for 'CAMPOS PERSONALIZADOS PARA CONTACTOS' (Email2, Celular2, Cédula) and a 'VÍNCULOS' section with a field to 'Agregar nuevo vínculo'.

Fuente: Elaboración propia desde CRM Insightly

2. En la pestaña “Notas” se puede ingresar cualquier información sobre el cliente: llamadas realizadas o recibidas, horarios o días en los que se puede establecer contacto con el cliente, posibles órdenes de compra, etc. Esta información puede ser vista por todos los usuarios o se

pueden poner restricciones de usuarios como: puede ser visto y/o editado por todos y sólo vista (no se puede editar la información).

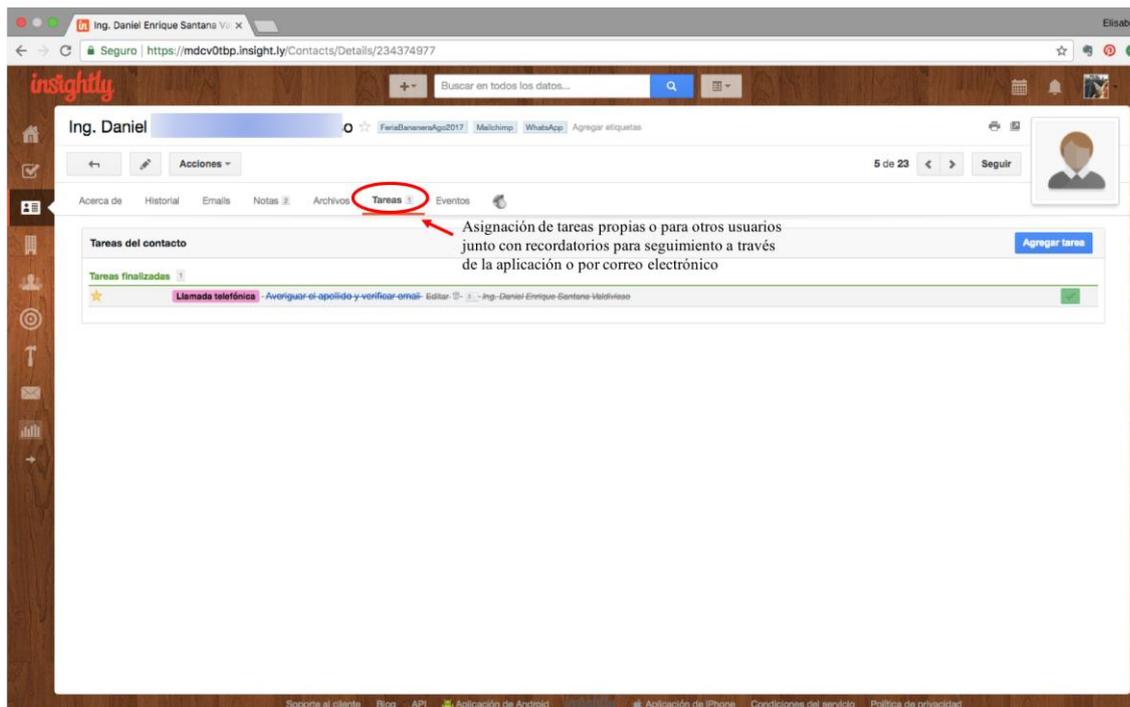
Figura 29-Notas relacionadas con el cliente en Insightly



Fuente: Elaboración propia desde CRM Insightly

3. Si después de contactar al cliente surgen oportunidades de venta, se puede agendar una tarea para organizar citas, enviar cotizaciones, realizar llamadas, hacer seguimiento después de cierto tiempo, control de postventa, entre otras opciones. Una vez completada la tarea se pone un visto de terminada.

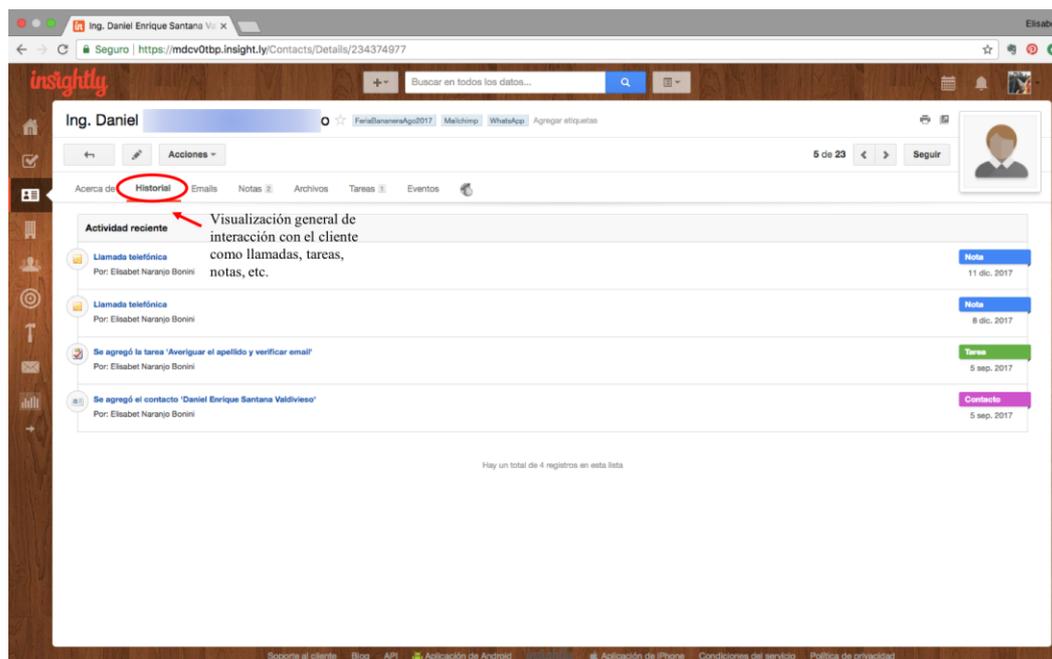
Figura 30-Tareas asignadas para atención al cliente en Insightly



Fuente: Elaboración propia desde CRM Insightly

4. Finalmente si cualquier usuario quiere hacer una revisión de todas las actividades realizadas con el cliente se elige la pestaña “historial”. Aquí se visualizan en forma simplificada las notas, tareas, correos enviados y recibidos, ventas concretadas, futuras ventas u oportunidades, eventos con el cliente, archivos enviados, etc.

Figura 31-Historial del cliente en Insightly



Fuente: Elaboración propia desde CRM Insightly

Plan de Marketing

Ferias

La participación en ferias de negocios se considera una estrategia de marketing que toda empresa debería tomar en cuenta al momento de definir su plan de mercadeo. Son un escaparate donde la empresa puede ser vista y oída de una manera más cercana, brindando la oportunidad de darse a conocer, ser más visibles y posicionar la marca. (Vipex Consulting, 2015)

La página de negocios “buenosnegocios.com” explica 9 razones por las cuales se debe participar en ferias de negocios (Buenos Negocios, 2013), se enumera las que se consideran más relevantes:

1. Actualización de tendencias del mercado para saber qué está pasando, qué novedades hay, hacia dónde se mueve el sector, innovaciones de productos, avances tecnológicos y preferencias del consumidor.
2. Visitando los stands el expositor puede descubrir sus fortalezas y debilidades al conocer a la competencia: productos, presentación y precios.

3. Vitrina para mostrar los productos, evaluar el interés y/o la opinión de los clientes a través de la entrega de muestras de productos. Es un escenario perfecto para realizar lanzamientos y eventos de la empresa.
4. Predisposición de los visitantes pues están dispuestos a conocer los productos que se exhiben y dedicar atención a los expositores.
5. Contacto con clientes potenciales, no sólo locales, sino también internacionales que están abiertos a realizar alianzas o negocios.
6. Consolidar la imagen de la empresa y posicionar los productos.

Agrícola Lomaquil estuvo presente en la Cumbre Mundial del Banano realizada en el Centro de Convenciones en la ciudad de Guayaquil el mes de Agosto de 2017. Además de ser una plataforma para promocionar los diversos productos e interactuar con clientes potenciales, se aprovechó para hacer un relanzamiento del logotipo de Agrícola Lomaquil (ya que se realizaron unos pequeños cambios en los colores de fondo) y al mismo tiempo dar a conocer a los clientes el logotipo de O.M. Fert S.A. para ir posicionándolo en la mente del consumidor. Agrícola Lomaquil y O.M. Fert S.A. son empresas relacionadas y el objetivo de la Gerencia General es que en unos años el logotipo de O.M. Fert S.A. reemplace al de Agrícola Lomaquil.

Figura 32-Stand de Agrícola Lomaquil en la Cumbre Mundial del Banano 2017



Fuente: Perfil de Facebook de Agrícola Lomaquil (Agrícola Lomaquil, 2017)

Figura 33-Logotipo Agrícola Lomaquil con nuevos cambios



Figura 34-Logotipo O.M. Fert S.A.



Redes Sociales

Se utilizarón las redes sociales de Facebook e Instagram como medio de publicidad en el mes de Agosto de 2017. Se tomó el plan de publicidad básico por una semana.

Los resultados que se obtuvieron de acuerdo a las estadísticas de Facebook descritos en la **Tabla 4** fueron muy favorables haciendo de esta herramienta un medio de publicidad altamente rentable.

Tabla 4-Informe de campaña de marketing en Facebook para Agrícola Lomaquil

Inicio del informe	2017-08-01
Fin del informe	2017-08-31
Nombre de la campaña	Publicación: "Somos productores de fertilizantes y enmiendas..."
Entrega	Completed
Resultados	1.205
Indicador de resultado	actions:post_engagement
Alcance	17.762
Impresiones	21.668
Costo por resultados	\$0,06639
Importe gastado (USD)	\$80,00
Finalización	2017-08-17
Personas que realizan acciones	1.323

Fuente: Elaboración propia desde la página de administración de Facebook

- Alcance (computadoras, celulares, tablets): 17.762 dispositivos.
- Impresiones (suma de frecuencias o cada vez que una persona ve el anuncio): 21.668 frecuencias.
- Resultados o interacciones (cuando una persona hace like, comparte o comenta el post): 1.205 interacciones.

Si bien Agrícola Lomaquil no cuenta con una cuenta oficial en Instagram, al realizar pautas publicitarias en Facebook automáticamente se realizan pautas publicitarias en Instagram, cuando la persona muestra interés y hace click automáticamente lo direcciona a la página oficial de Facebook.

Campañas en Mailchimp

Mailchimp es una herramienta de email marketing que se encuentra en la web de manera gratuita, la cual permite construir y gestionar la base de datos, fortalecer la comunicación uno a uno, establecer una forma periódica de comunicación y fidelizar al cliente. Se realizaron tres campañas de correo masivo en el mes de Diciembre de 2017.

Los resultados que se obtuvieron de acuerdo a las estadísticas de Mailchimp no fueron para nada desalentadores sin embargo, se espera que en futuras campañas se pueda captar la atención de más usuarios.

Primera Campaña

Esta campaña estuvo dirigida principalmente a los clientes que llenaron el formulario en la Cumbre Bananera y mostraron interés en los productos que contarían con certificación orgánica. De acuerdo a los resultados que nos brinda Mailchimp se enviaron 53 correos electrónicos de los cuales 43 llegaron a los usuarios sin ser rechazados, 24 usuarios abrieron el correo y revisaron su contenido en 64 ocasiones diferentes. De estos 24 usuarios tan solo 4 de ellos dieron click en el correo para solicitar más información o para revisar la página web.

Figura 35-Correo enviado para primera campaña de Mailchimp

AGRICOLA LOMAQUIL CONOCE NUESTROS PRODUCTOS O.M.FERT

¿Quieres saber cuáles?

Contamos con Certificación para Agricultura Órgánica BCS

ENMIENDAS

Las enmiendas al liberar los nutrientes bloqueados en el suelo, corrigen el PH, mejorando la estructura del suelo entre otras ventajas.

FERTILIZANTES

Los fertilizantes proporcionan los nutrientes necesarios para mejorar el rendimiento de las culturas.

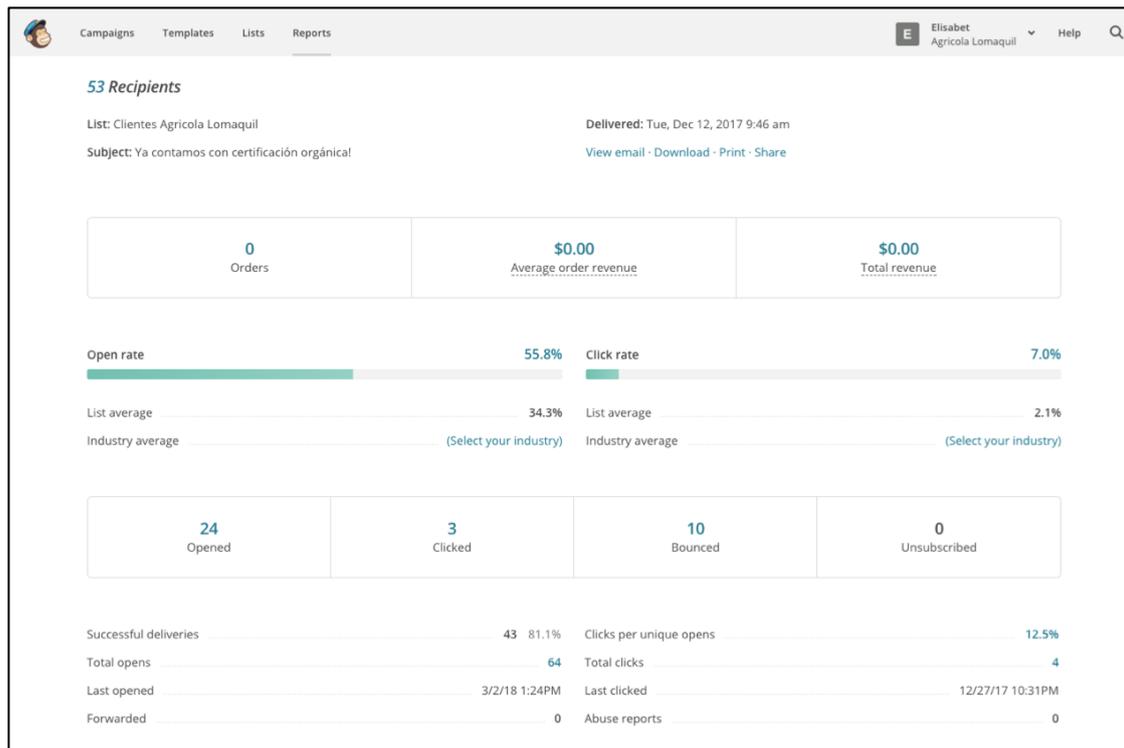
Mejor aplicación de nutrientes....mayor producción

☎ 093 941 0720 - 09 99619419
✉ ventas@agricolalomaquil.com
🌐 <http://www.agricolalomaquil.com/>

Deseo más Información!

Fuente: Elaboración propia

Figura 36-Análisis de datos de la primera campaña de Mailchimp



Fuente: Elaboración propia a través de la cuenta de Mailchimp de Agrícola Lomaquil

Segunda y tercera campaña

Esta campaña se realizó gracias al apoyo de Agrocalidad pues en su página web se consiguió una base de datos de los “Almacenes de expendio registrados en guía” que comercializan Insumos Agrícolas. (Agrocalidad, 2016) El objetivo de la campaña era mostrar nuestros productos, la nueva certificación orgánica para algunos productos, lograr un acercamiento y poder desearles un excelente año 2018. Se envió el correo en dos partes ya que la versión gratuita de Mailchimp sólo permite ingresar cierta cantidad de correos por campaña, en vista de que la cantidad de usuarios superaba lo permitido para la versión gratuita, se realizó una tercera campaña con el mismo contenido.

Se obtuvo mejores resultados en comparación con la primera campaña, se enviaron 1.983 correos electrónicos de los cuales 1.831 llegaron a los usuarios sin ser rechazados, 213 usuarios abrieron el correo y revisaron su contenido en 350 ocasiones diferentes. De estos 213 usuarios 13 de ellos dieron click en el correo para solicitar más información o para revisar la página web.

La reingeniería se ha enfocado a mejorar los procesos que son estratégicos y de valor agregado al cliente. Se han considerado cambios significativos que la empresa ha podido afrontar sin recurrir a financiamiento externo.

Figura 37-Correo enviado para segunda y tercera campaña de Mailchimp

AGRICOLA
LOMAQUE

LE DESEA UN FELIZ
2018

Les comunicamos que este año 2018:

**Contamos con Certificación para
Agricultura Orgánica BCS**

ENMIENDAS

Las enmiendas al liberar los nutrientes bloqueados en el suelo, corrigen el pH, mejorando la estructura del suelo entre otras ventajas.

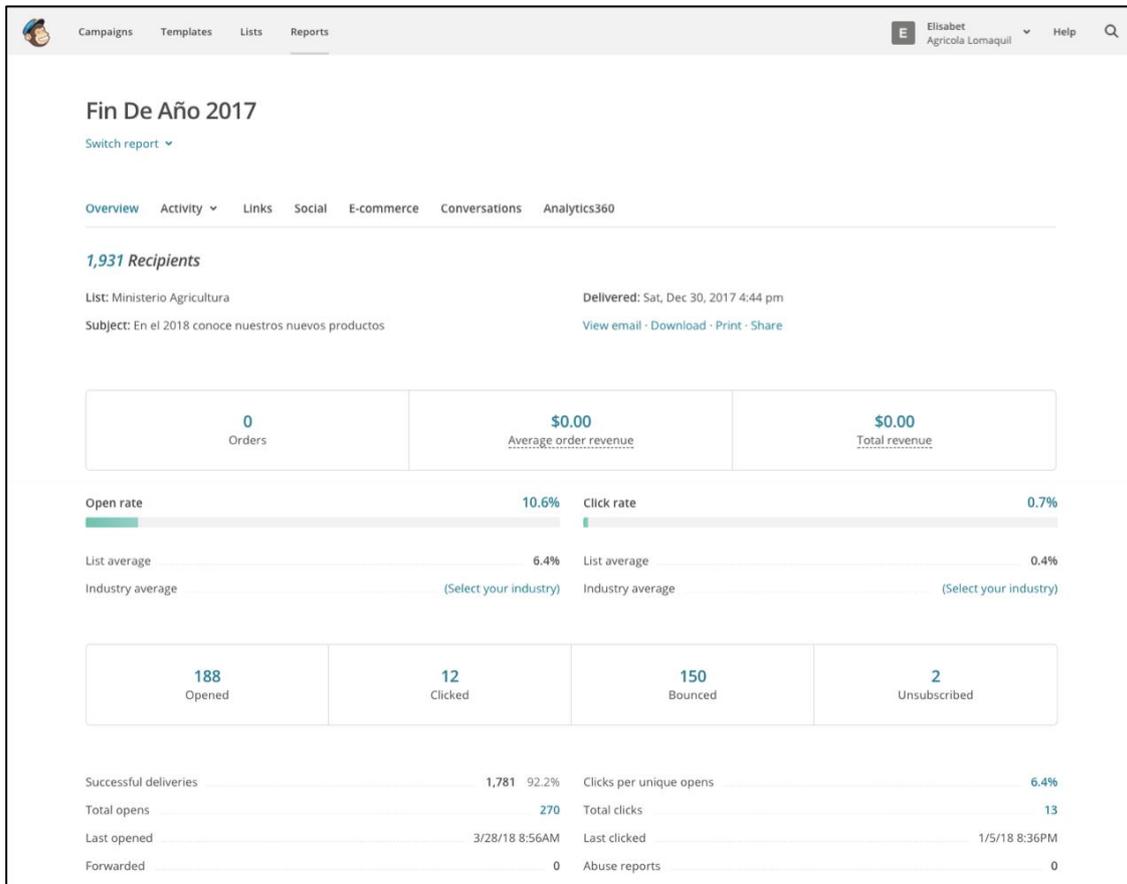
FERTILIZANTES

Los fertilizantes proporcionan los nutrientes necesarios para mejorar el rendimiento de los cultivos.
Mejor aplicación de nutrientes....mayor producción

¡Que tengan un Feliz 2018!

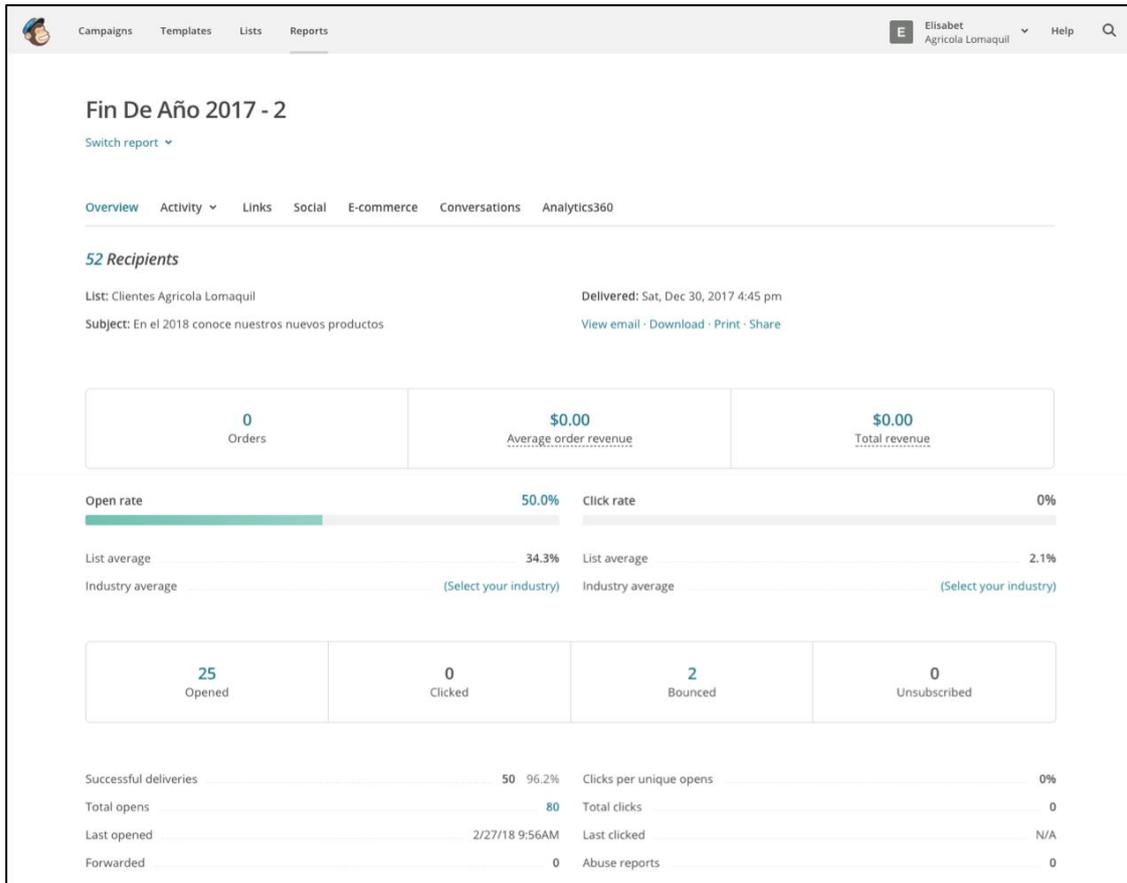
Deseo más Información!

Figura 38-Análisis de datos de la segunda campaña de Mailchimp



Fuente: Elaboración propia a través de la cuenta de Mailchimp de Agrícola Lomaquil

Figura 39-Análisis de datos de la tercera campaña de Mailchimp



Fuente: Elaboración propia a través de la cuenta de Mailchimp de Agrícola Lomaquil

Análisis Financiero

La reingeniería se ha enfocado a mejorar los procesos que son estratégicos y de valor agregado al cliente. Se han considerado cambios significativos que la empresa ha podido afrontar sin recurrir a financiamiento externo.

Para que el proyecto se lleve a cabo se necesita una inversión inicial de USD\$ 6.350,00 que se divide en dos grupos. La compra de activos fijos descritos en la **Tabla 5** y la implementación online descrita en la **Tabla 6**.

Tabla 5-Inversión en muebles y equipos de oficina para el departamento de ventas

ACTIVOS FIJOS			
PPE	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
ÁREA ADMINISTRATIVA			
Computadora	3	\$389,00	\$1.167,00
Escritorio	3	\$135,00	\$405,00
Silla	3	\$28,00	\$84,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA			\$ 1.656,00

Tabla 6-Total de inversión por implementación online

IMPLEMENTACIÓN	
Actualización de página web e implementación de pedidos en línea	\$ 890,00
CRM Insightly (Pago anual)	\$ 1.044,00
Correo Corporativo G-Suite	\$ 360,00
Mantenimiento pagina web	\$ 720,00
Community Manager (diseño, envío y análisis de informes en la plataforma Mailchimp)	\$ 720,00
Publicidad en Facebook (tarifa por 1 semana cada mes)	\$ 960,00
TOTAL IMPLEMENTACIÓN	\$ 4.694,00

Estados de resultados proyectados a 5 años

El estado de resultado es un resumen financiero que expone de manera ordenada y detallada cómo una empresa obtiene ganancias o pérdidas durante un período determinado.

Debido a que Agrícola Lomaquil es una empresa en marcha, se adjuntan los Estados Financieros de la compañía a finales del 2016 en los Anexos.

Las ventas se proyectaron con un incremento del 8% en las ventas en sacos del año 2017 que fue de 108.952 sacos. Aplicando el incremento del 8% se obtiene que después de la reingeniería se venderían 8.716 sacos a un ritmo constante cada año.

Se estimaron los costos y gastos de acuerdo a un incremento anual equivalente a un promedio de la inflación en el Ecuador en los últimos 5 años como se puede observar en la **Tabla 7**.

Tabla 7-Tabla para calcular el promedio de la inflación anual de los últimos 5 años

INFLACION ANUAL	%
2018	0,20%
2017	1,12%
2016	3,38%
2015	3,67%
2014	2,70%
INFLACION ANUAL PROMEDIO	2,214%

La utilidad neta del año 2016 fue de US\$ 64.780,91 de acuerdo al estado de situación financiera de la empresa que se encuentra en el Anexo. Si se toma como referencia la inversión realizada de \$6.350,00 y los diversos gastos que se incurrió, la utilidad en el estado de resultados proyectado del año 1 es de US\$ 1.061,13 como se puede apreciar en la **Tabla 8**, esto representa un incremento del 2% en relación al año anterior y con incrementos considerables en los años posteriores haciendo del plan de negocio una idea rentable para Agrícola Lomaquil.

Tabla 8-Estado de resultados proyectado a 5 años

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
VENTAS	\$ 119.411,39	\$ 128.320,53	\$ 137.229,66	\$ 146.138,80	\$ 155.047,94	
(-) Costo de Venta	\$ (64.848,23)	\$ (66.283,97)	\$ (67.751,50)	\$ (69.251,52)	\$ (70.784,74)	
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 54.563,16	\$ 62.036,56	\$ 69.478,17	\$ 76.887,28	\$ 84.263,19	
(-) Gastos Administrativos	\$ (4.436,30)	\$ (4.477,48)	\$ (4.519,57)	\$ (4.562,60)	\$ (4.606,57)	
(-) Gastos de Ventas	\$ (48.462,34)	\$ (49.723,26)	\$ (51.006,18)	\$ (52.311,58)	\$ (53.639,97)	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 1.664,52	\$ 7.835,82	\$ 13.952,42	\$ 20.013,11	\$ 26.016,65	
(=) UAIT	\$ 1.664,52	\$ 7.835,82	\$ 13.952,42	\$ 20.013,11	\$ 26.016,65	
(-) Participación Trabajadores 15%	\$ (249,68)	\$ (1.175,37)	\$ (2.092,86)	\$ (3.001,97)	\$ (3.902,50)	
(-) Impuesto a la Renta 25%	\$ (353,71)	\$ (1.665,11)	\$ (2.964,89)	\$ (4.252,79)	\$ (5.528,54)	
UTILIDAD NETA	\$ 1.061,13	\$ 7.232,43	\$ 11.111,93	\$ 14.955,36	\$ 18.761,90	

Flujo de caja proyectado a 5 años (con o sin financiamiento propio)

El flujo de caja es sin duda una de las mejores herramientas para el análisis financiero al ser un indicador de la liquidez de la empresa durante un plazo de tiempo determinado. Es una representación matemática de la diferencia entre los cobros y los pagos. (Lorenzana, 2013)

En la **Tabla 9** se puede apreciar que a pesar de que la inversión no se considera un monto muy elevado ya que la reingeniería ha sido asumida por la empresa, no representa ningún riesgo para la liquidez de Agrícola Lomaquil.

Tabla 9-Flujo de caja proyectado a 5 años

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA	\$ (6.350,00)					
UAIT	\$	\$ 1.664,52	\$ 7.835,82	\$ 13.952,42	\$ 20.013,11	\$ 26.016,65
(-) Pago Participación Trabajadores	\$	\$ -	\$ (249,68)	\$ (1.175,37)	\$ (2.092,86)	\$ (3.001,97)
(-) Pago de Imp. Renta	\$	\$ -	\$ (353,71)	\$ (1.665,11)	\$ (2.964,89)	\$ (4.252,79)
EFFECTIVO NETO	\$	\$ 1.664,52	\$ 7.232,43	\$ 11.111,93	\$ 14.955,36	\$ 18.761,90
(+) Deprec. Área Producción	\$	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Deprec. Área Administrativa	\$	\$ 282,30	\$ 282,30	\$ 282,30	\$ 282,30	\$ 282,30
FLUJO NETO DEL PERÍODO	\$ (6.350,00)	\$ 1.946,82	\$ 7.514,73	\$ 11.394,23	\$ 15.237,66	\$ 19.044,20
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 6.350,00	\$ 8.296,82	\$ 15.811,55	\$ 27.205,78	\$ 42.443,44
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ (6.350,00)	\$ 8.296,82	\$ 15.811,55	\$ 27.205,78	\$ 42.443,44	\$ 61.487,64

Análisis del punto de equilibrio

El punto de equilibrio ayuda a determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costos fijos y variables sin que exista utilidad ni pérdida.

Para calcular el punto de equilibrio se debe determinar los costos fijos, los costos variables y el precio de venta unitario o las ventas totales. En la **Tabla 10** se concluye que Agrícola Lomaquil debe vender 8.432 sacos al año, los cuales representan en ventas US\$ 115.512,62 para mantener el equilibrio. Cualquier valor por debajo de los rangos establecidos en el análisis significaría pérdida en el ejercicio.

Tabla 11-Análisis de sensibilidad pesimista

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (6.350,00)					
VENTAS	\$	109.858,48	\$ 118.054,89	\$ 126.251,29	\$ 134.447,70	\$ 142.644,10
(-) Costo de Venta	\$	(59.660,37)	\$ (60.981,25)	\$ (62.331,38)	\$ (63.711,39)	\$ (65.121,96)
(=) UTILIDAD BRUTA	\$	50.198,11	\$ 57.073,63	\$ 63.919,91	\$ 70.736,30	\$ 77.522,14
(-) Gastos Administrativos	\$	(4.436,30)	\$ (4.477,48)	\$ (4.519,57)	\$ (4.562,60)	\$ (4.606,57)
(-) Gastos de Ventas	\$	(48.462,34)	\$ (49.723,26)	\$ (51.006,18)	\$ (52.311,58)	\$ (53.639,97)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$	(2.700,53)	\$ 2.872,89	\$ 8.394,16	\$ 13.862,13	\$ 19.275,60
(-) Pago Part. Trab. 15%	\$	-	\$ (430,93)	\$ (1.259,12)	\$ (2.079,32)	\$ (2.891,34)
(-) Pago de Impuesto a la Renta 25%	\$	-	\$ (610,49)	\$ (1.783,76)	\$ (2.945,70)	\$ (4.096,06)
EFFECTIVO NETO	\$	(2.700,53)	\$ 1.831,47	\$ 5.351,28	\$ 8.837,11	\$ 12.288,19
(+) Deprec. Área Adm.	\$	282,30	\$ 282,30	\$ 282,30	\$ 282,30	\$ 282,30
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (6.350,00)	\$ (2.418,23)	\$ 2.113,77	\$ 5.633,58	\$ 9.119,41	\$ 12.570,49
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (6.350,00)	\$ (8.768,23)	\$ (6.654,46)	\$ (1.020,88)	\$ 8.098,52	
TIR		38,84%				
VAN \$		5.812,54				
Pay Back		5,15 años				

En la **Tabla 12** se puede apreciar que si las ventas proyectadas aumentan en un 10% obtengo un VAN y TIR que representan una elevada rentabilidad para la empresa. Se recupera la inversión después de 1 año reflejando en las proyecciones de flujo que se puede invertir con confianza en la reingeniería.

Tabla 12-Análisis de sensibilidad optimista

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (6.350,00)					
VENTAS	\$	131.352,53	\$ 141.152,58	\$ 150.952,63	\$ 160.752,68	\$ 170.552,73
(-) Costo de Venta	\$	(71.333,05)	\$ (72.912,37)	\$ (74.526,65)	\$ (76.176,67)	\$ (77.863,22)
(=) UTILIDAD BRUTA	\$	60.019,48	\$ 68.240,21	\$ 76.425,98	\$ 84.576,01	\$ 92.689,51
(-) Gastos Administrativos	\$	(4.436,30)	\$ (4.477,48)	\$ (4.519,57)	\$ (4.562,60)	\$ (4.606,57)
(-) Gastos de Ventas	\$	(48.462,34)	\$ (49.723,26)	\$ (51.006,18)	\$ (52.311,58)	\$ (53.639,97)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$	7.120,84	\$ 14.039,47	\$ 20.900,23	\$ 27.701,84	\$ 34.442,97
Pago Part. Trab. 15%	\$	(1.068,13)	\$ (2.105,92)	\$ (3.135,04)	\$ (4.155,28)	\$ (5.166,45)
Pago de Impuesto a la Renta 25%	\$	(1.513,18)	\$ (2.983,39)	\$ (4.441,30)	\$ (5.886,64)	\$ (7.319,13)
EFFECTIVO NETO	\$	4.539,53	\$ 8.950,16	\$ 13.323,90	\$ 17.659,92	\$ 21.957,39
(+) Deprec. Área Adm.	\$	282,30	\$ 282,30	\$ 282,30	\$ 282,30	\$ 282,30
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (6.350,00)	\$ 4.821,83	\$ 9.232,46	\$ 13.606,20	\$ 17.942,22	\$ 22.239,69
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (6.350,00)	\$ (1.528,17)				
TIR		123,38%				
VAN \$		29.543,91				
Pay Back		1,17 años				

Análisis de Tasa interna de retorno y Valor actual neto

Los índices TIR y VAN son indicadores que permiten analizar los flujos en un determinado proyecto de esta manera el inversionista puede saber qué tan rentable es la oportunidad de negocio.

En la **Tabla 13** se observa que el VAN es un monto considerable dada la baja inversión del proyecto. Si bien el porcentaje que arroja el TIR es un poco elevado, esto se debe a que los gastos

que se necesitan son muy bajas en relación a las ventas que maneja la empresa; y a las que se pretende generar después de la reingeniería.

Tabla 13-Cálculo del TIR y VAN

CÁLCULO DE TIR Y VAN						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (6.350,00)					
UAIT		\$ 1.664,52	\$ 7.835,82	\$ 13.952,42	\$ 20.013,11	\$ 26.016,65
(-) Pago Participación Trabajadores			\$ (249,68)	\$ (1.175,37)	\$ (2.092,86)	\$ (3.001,97)
(-) Pago de Imp. Renta			\$ (353,71)	\$ (1.665,11)	\$ (2.964,89)	\$ (4.252,79)
EFFECTIVO NETO		\$ 1.664,52	\$ 7.232,43	\$ 11.111,93	\$ 14.955,36	\$ 18.761,90
(+) Deprec. Área Administrativa		\$ 282,30	\$ 282,30	\$ 282,30	\$ 282,30	\$ 282,30
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (6.350,00)	\$ 1.946,82	\$ 7.514,73	\$ 11.394,23	\$ 15.237,66	\$ 19.044,20
TIR	94%					
VAN	\$22.086,64					
Pay Back	1,59 años					

Conclusión

El proyecto de reingeniería de procesos demostró ser rentable debido al bajo costo de inversión. La empresa no necesitó recurrir a préstamos externos para implementar las diferentes herramientas que tienen el objetivo de incrementar la participación de la empresa en el mercado nacional de fertilizantes.

La creación del Departamento de Ventas y el uso del CRM proporcionará a la empresa la oportunidad de llegar de manera más organizada a los clientes, conseguir su fidelización enfocándose en la post-venta y de esta manera alcanzar las ventas proyectadas.

Anexos

Figura 40-Solicitud al Municipio de Duran sobre población rural en los alrededores de la nueva fábrica de Agrícola Lomaquil

Usuario: knoblecilla

21/03/2018 11:53:14

CENTRO DE ATENCION AL USUARIO	
Fecha de Trámite:	21/03/2018 11:53:13
Número de Trámite:	OEDH616678916
Tipo de Trámite:	OFICIOS EXTERNOS DE DIRECCION DE DESARROLLO HUMANO
Area Asignada:	DIRECCION GENERAL DESARROLLO HUMANO E INCLUSION SOCIAL
Otra Área Involucrada:	
Cédula:	0917720179
Apellidos y Nombres:	NARANJO BONINI ELISABET FERNANDA
Teléfono:	00000000
	Celular:
Email:	notiene@correo.com
Dirección del Usuario:	DURAN
Anexos:	ADI. OFICIO
Fojas:	1
Observación:	SOLICITA QUE SE LE AYUDE CON LA SIGUIENTE INFORMACION EXPUESTA EN EL OFICIO

**Revise el estado de su trámite en: <http://cau.duran.gob.ec>

.....

NOBLECILLA GOMEZ KENNYVA PAMELA

Ventanilla Única

.....

NARANJO BONINI ELISABET FERNANDA

Contribuyente

Figura 41-Respuesta del Municipio de Duran sobre población rural a los alrededores de la nueva fábrica de Agrícola Lomaquil



Gobierno Autónomo
Descentralizado
Municipal del Cantón
Durán

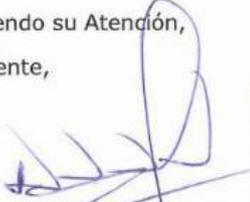
Respuesta #00164-2018

Durán, 22 de marzo del 2018

ESTIMADA: SRTA. NARANJO BONINI ELISABET FERNANDA

En referencia a la solicitud ingresada mediante documento en el CAU, trámite #OEDH616678916, en la cual solicita que se le ayude con la información expuesta en su oficio; le informamos que nuestros archivos corresponde a proyecciones Cantonales basadas en el censo INEC la misma que está en el página web del Instituto Nacional Estadísticas y Censo.

Agradeciendo su Atención,
Cordialmente,



Econ. Diego R. Zambrano Bravo
DIRECTOR GENERAL DE DESARROLLO HUMANO E INCLUSIÓN SOCIAL
✉ dzambrano@duran.gob.ec

Figura 42-Formulario de preguntas para encuesta página 1

Agrícola Lomaquil

El propósito de este formulario es saber que posición ocupa Agrícola Lomaquil en la mente del consumidor. Conocer la zona de Durán, dónde estarán ubicadas las nuevas instalaciones, con el objetivo de obtener nuevos clientes.

*Obligatorio

1. Indique cuál es su género o si pertenece a una empresa *

Marca solo un óvalo.

- Mujer
- Hombre
- Empresa
- Otro: _____

2. ¿Cuál es su edad? *

Marca solo un óvalo.

- 18-20
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61 en adelante

3. ¿A qué se dedica? *

Marca solo un óvalo.

- Agricultor
- Hacendado
- Vendedor de insumos agrícolas
- Empresa privada
- Otro
- Otro: _____

4. ¿Utiliza fertilizantes para sus sembríos? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- A veces

Figura 43-Formulario de preguntas para encuesta página 2

5. ¿Qué valora usted cuando compra fertilizantes? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Precio
- Calidad
- Disponibilidad (tiempo de entrega)
- Rendimiento
- Facilidad de pago
- Presentación física
- Facilidad de aplicación
- Certificación orgánica
- Asesoría técnica
- Resultados en la siembra
- Durabilidad
- Otro: _____

6. ¿Conoce los productos de Agrícola Lomaquil? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

7. ¿Ha comprado los fertilizantes de Agrícola Lomaquil? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

8. En la escala del 1 al 5 ¿Qué tan dispuesto estaría de probar los productos de Agrícola Lomaquil?

Marca solo un óvalo.

- 1 2 3 4 5
- No lo probaría Lo probaría

9. ¿Le gustaría realizar pagos y pedidos en línea? *

Marca solo un óvalo.

- Sí realizaría pagos y pedidos en línea
- No realizaría pagos y pedidos en línea
- Sólo pedidos en línea
- Otro: _____

Figura 44-Formulario de contacto para la Cumbre Mundial del Banano



KM 32 VIA A LA COSTA
 TLF:0939410720
 0999619419



FECHA	CLIENTE	DIRECCIÓN	CORREO	TELÉFONO	OBSERVACIÓN
16-08-17	Carlos Genuaquer	Guabo	andrei.genua@hotmil.com	0991501983	
16-08-17	Byron Ray	Mulago	Byron.ray@hotmil.com	0990761759	→ Comodoro - Mulago
"	JOSE TIDUAS	Guabo - Talara	jm_adiagi@yahoo.com	0999856453	
"	Franklin y Silvia	Mulago	franklin@zulecar-ec.com	0980830881	mas de
"	JORGE VAN	Mulago	compra@diversa.com	0985649301	mas de
"	JORGE TOMAS	Mulago	pedro@diversa.com	0998467598	
"	DAVID SANCHEZ	Mulago	abundancia@hotmil.com	098426596	
"	JUAN BAERBA	km 96 via a la costa	abundante@hotmil.com	0981149926	
"	Omar Valencia	Guabo	omval445@hotmil.com	0994420533	
17/08/2017	Tanya Ochoa			0991078230	
17/08/2017	ING Teddy Tambarco	Daibe	teddytambarco@hotmil.com	0990186504	Piase Bodogza
18/8/2017	Juan Rio	Guabo	juan_rio_willaga@hotmail.com	0981836064	Guabo (Resurto) ver

SRI SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS

DECLARACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA Y PRESENTACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS FORMULARIO ÚNICO DE SOCIEDADES Y ESTABLECIMIENTOS PERMANENTES

FORMULARIO 101
RESOLUCIÓN N° NAC-DGERCCCI7-00000103

No. 135134641

100 IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN

102 AÑO 2016

104 No. DE FORMULARIO QUE SUSTITUYE 138972001

200 IDENTIFICACIÓN DEL SUJETO PASIVO

201 RUC 0991376453001

202 RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL AGRICOLA LOMA QUIL S.A.

203 EXPEDIENTE

OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS LOCALES Y/O DEL EXTERIOR		OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS EN PARAJES FISCALES, JURISDICCIÓN DE MENOR IMPUESTO Y RÉGIMEN EN FISCAL PREFERENTES		OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS EN OTROS RÉGIMENES DEL EXTERIOR		OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS EN OTROS RÉGIMENES DEL EXTERIOR	
OPERACIONES DE ACTIVO	OPERACIONES DE PASIVO	OPERACIONES DE ACTIVO	OPERACIONES DE PASIVO	OPERACIONES DE ACTIVO	OPERACIONES DE PASIVO	OPERACIONES DE ACTIVO	OPERACIONES DE PASIVO
003 +	004 +	008 +	009 +	008 +	009 +	013 +	014 +
005 +	006 +	010 +	011 +	010 +	011 +	015 +	016 +
007 +	007 +	012 +	012 +	012 +	012 +	017 +	017 +
OPERACIONES DE ACTIVO	OPERACIONES DE PASIVO	OPERACIONES DE GASTO	OPERACIONES DE GASTO	OPERACIONES DE GASTO	OPERACIONES DE GASTO	OPERACIONES DE GASTO	OPERACIONES DE GASTO
OPERACIONES DE PASIVO	OPERACIONES DE PASIVO	OPERACIONES DE REGALÍAS, SERVICIOS TÉCNICOS, INGENIERÍA, CONSULTORÍA Y SIMILARES	OPERACIONES DE REGALÍAS, SERVICIOS TÉCNICOS, INGENIERÍA, CONSULTORÍA Y SIMILARES	OPERACIONES DE REGALÍAS, SERVICIOS TÉCNICOS, INGENIERÍA, CONSULTORÍA Y SIMILARES	OPERACIONES DE REGALÍAS, SERVICIOS TÉCNICOS, INGENIERÍA, CONSULTORÍA Y SIMILARES	OPERACIONES DE REGALÍAS, SERVICIOS TÉCNICOS, INGENIERÍA, CONSULTORÍA Y SIMILARES	OPERACIONES DE REGALÍAS, SERVICIOS TÉCNICOS, INGENIERÍA, CONSULTORÍA Y SIMILARES

TOTAL OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS

029 = 0.00

030 = N/A

¿SUJETO PASIVO EXENTO DE APLICACIÓN DEL RÉGIMEN DE PRECIOS DE TRANSFERENCIA?

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA		ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL		ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL	
ACTIVO		INGRESOS		TOTAL INGRESOS	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	311 +	347606.11	311 +	347606.11	311 +
RELACIONADAS LOCALES	312 +	0.00	312 +	0.00	312 +
DEL EXTERIOR	313 +	0.00	313 +	0.00	313 +
(C) DETERMINADO ACUMULADO DEL VALOR DE CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES POR INCORPORABILIDAD (PROVISIONES PARA CREDITOS INCORPORABLES)	314 -	0.00	314 -	0.00	314 -
NO RELACIONADAS LOCALES	315 +	95559.90	315 +	95559.90	315 +
DEL EXTERIOR	316 +	0.00	316 +	0.00	316 +
(C) DETERMINADO ACUMULADO DEL VALOR DE CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES POR INCORPORABILIDAD (PROVISIONES PARA CREDITOS INCORPORABLES)	317 -	0.00	317 -	0.00	317 -
A ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTES INTERESADAS, BENEFICIARIOS U OTROS TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL	318 +	0.00	318 +	0.00	318 +
DEL EXTERIOR	319 +	0.00	319 +	0.00	319 +
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS					
VENTAS NETAS DE BIENES LOCALES DE BIENES					
GRAVADAS CON TARIFA DIFERENTE DE 0% DE IVA					
GRAVADAS CON TARIFA 0% DE IVA O EXENTAS DE IVA					
PRESTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS					
GRAVADAS CON TARIFA DIFERENTE DE 0% DE IVA					
GRAVADAS CON TARIFA 0% DE IVA O EXENTAS DE IVA					
EXPORTACIONES NETAS					
DE BIENES					
DE SERVICIOS					
INGRESOS DE SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN					
OBTENIDOS BAJO LA MODALIDAD DE COMISIONES O SIMILARES (RELACIONES DE AGENCIA)					
OBTENIDOS POR ARRENDAMIENTOS OPERATIVOS					

La presente información reposa en la base de datos del SRI, conforme a la declaración realizada por el contribuyente

CÓDIGO VERIFICADOR SRIDEC2017020233666

NÚMERO SERIAL 871441469284

FECHA RECAUDACIÓN 15/05/2017

Página 1



CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN	EN EFECTIVO EN ACTIVOS DIFERENTES DEL EFECTIVO	DIVIDIDOS POR COBRAR	320 +	0.00	OTROS INGRESOS	6019 +	0.00	6020 +	0.00
ACTIVOS FINANCIEROS CORRIENTES	EN EFECTIVO EN ACTIVOS DIFERENTES DEL EFECTIVO LOCALES	321 +	0.00	6021 +	0.00	OTROS INGRESOS	6021 +	0.00	6022 +	0.00
	OTRAS RELACIONADAS DEL EXTERIOR	322 +	0.00	6023 +	0.00		6023 +	0.00	6024 +	0.00
	(C) DETERMINADO AVALUADO DEL VALOR DE OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR POR INCORPORABILIDAD (PROVISIONES PARA CREDITOS INCORPORABLES)	323 +	0.00	6025 +	0.00		6025 +	0.00	6026 +	0.00
	OTRAS NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	324 -	0.00	6027 +	0.00		6027 +	0.00	6028 +	0.00
	(C) DETERMINADO AVALUADO DEL VALOR DE OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR POR INCORPORABILIDAD (PROVISIONES PARA CREDITOS INCORPORABLES)	325 +	2066.3159	6029 +	0.00		6029 +	0.00	6030 +	0.00
	OTRAS NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	326 +	0.00	6031 +	0.00		6031 +	0.00	6032 +	0.00
	(C) DETERMINADO AVALUADO DEL VALOR DE OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR POR INCORPORABILIDAD (PROVISIONES PARA CREDITOS INCORPORABLES)	327 -	11927.28	6033 +	0.00		6033 +	0.00	6034 +	0.00
	A COSTO AMORTIZADO	328 +	0.00	6035 +	0.00		6035 +	0.00	6036 +	0.00
	(C) DETERMINADO AVALUADO DEL VALOR DE OTROS ACTIVOS FINANCIEROS CORRIENTES MEDIDOS A COSTO AMORTIZADO (PROVISIONES PARA CREDITOS INCORPORABLES)	329 -	0.00	6037 +	0.00		6037 +	0.00	6038 +	0.00
	A VALOR RAZONABLE	330 +	0.00	6039 +	0.00		6039 +	0.00	6040 +	0.00
ACTIVOS FINANCIEROS CORRIENTES MEDIDOS A VALOR RAZONABLE	RELACIONADAS	331 +	0.00	6041 +	0.00	6041 +	0.00	6042 +	0.00	
	NO RELACIONADAS	332 +	0.00	6043 +	0.00	6043 +	0.00	6044 +	0.00	
	RELACIONADAS	333 +	0.00	6045 +	0.00	6045 +	0.00	6046 +	0.00	
	NO RELACIONADAS	334 +	0.00	6047 +	0.00	6047 +	0.00	6048 +	0.00	
	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO (ISD)	335 +	0.00	6049 +	0.00	6049 +	0.00	6050 +	0.00	
	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO (IVA)	336 +	5137.28	6051 +	0.00	6051 +	0.00	6052 +	0.00	
	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO (IMPUESTO A LA VENTA)	337 +	9115.21	6053 +	0.00	6053 +	0.00	6054 +	0.00	
	OTROS	338 +	0.00	6055 +	0.00	6055 +	0.00	6056 +	0.00	
	MERCADERIAS EN TRANSITO	339 +	0.00	6057 +	0.00	6057 +	0.00	6058 +	0.00	
	INVENTARIO DE MATERIA PRIMA (NO PARA LA CONSTRUCCION)	340 +	0.00	6059 +	0.00	6059 +	0.00	6060 +	0.00	
INVENTARIOS	INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO (EXCLUYENDO OBRAS/INMUEBLES EN CONSTRUCCION PARA LA VENTA)	341 +	0.00	6061 +	0.00	6061 +	0.00	6062 +	0.00	
	INVENTARIO DE PROD. TERA. Y MERCAD. EN ALMACEN (EXCLUYENDO OBRAS/INMUEBLES TERMINADOS PARA LA VENTA)	342 +	18090.45	6063 +	0.00	6063 +	0.00	6064 +	0.00	
	INVENTARIO DE SUMINISTROS, HERRAMIENTAS, REPUESTOS Y MATERIALES (NO PARA LA CONSTRUCCION)	343 +	0.00	6065 +	0.00	6065 +	0.00	6066 +	0.00	
	INVENTARIO DE MATERIA PRIMA, SUMINISTROS Y MATERIALES PARA LA CONSTRUCCION	344 +	0.00	6067 +	0.00	6067 +	0.00	6068 +	0.00	
	INVENTARIO DE OBRAS/INMUEBLES EN CONSTRUCCION PARA LA VENTA	345 +	0.00	6069 +	0.00	6069 +	0.00	6070 +	0.00	
	INVENTARIO DE OBRAS/INMUEBLES TERMINADOS PARA LA VENTA	346 +	0.00	6071 +	0.00	6071 +	0.00	6072 +	0.00	
	(C) DETERMINADO AVALUADO DEL VALOR DE INVENTARIOS POR AJUSTE AL VALOR NETO REALIZABLE	347 -	0.00	6073 +	0.00	6073 +	0.00	6074 +	0.00	
	COSTO	348 +	0.00	6075 +	0.00	6075 +	0.00	6076 +	0.00	
	(C) DETERMINADO AVALUADO DEL VALOR DE ACTIVOS FINANCIEROS CORRIENTES EN CONSTRUCCION	349 -	0.00	6077 +	0.00	6077 +	0.00	6078 +	0.00	
	A COSTO	350 +	0.00	6079 +	0.00	6079 +	0.00	6080 +	0.00	

La presente información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente		NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	Página
		871-441469284	15/05/2017	2
CÓDIGO VERIFICADOR	SRIDEC2017020233666			

ACTIVOS BIOLÓGICOS	PLANTAS VIVAS Y FRUTOS EN CRECIMIENTO	351 -	(-) DETERIORO ACUMULADO DEL VALOR DE ACTIVOS BIOLÓGICOS MEDIDOS A COSTO MENOS LOS COSTOS DE VENTA	352 +	0.00	DE RECURSOS PÚBLICOS	6061 +	0.00	6062 +	0.00
	A COSTO	353 +	(-) DETERIORO ACUMULADO DEL VALOR DE ACTIVOS BIOLÓGICOS MEDIDOS A COSTO MENOS LOS COSTOS DE VENTA	354 -	0.00	DE OTRAS LOCALES DEL EXTERIOR	6063 +	0.00	6064 +	0.00
	ANIMALES VIVOS	355 +	(-) DETERIORO ACUMULADO DEL VALOR DE ACTIVOS BIOLÓGICOS MEDIDOS A COSTO MENOS LOS COSTOS DE VENTA	356 +	0.00	DEL EXTERIOR	6065 +	0.00	6066 +	0.00
	PROPAGANDA Y PUBLICIDAD PREPAGADA	357 +		358 +	0.00	RENTAS EVENTAS PROVENIENTES DE DONACIONES Y APORTACIONES DE CARÁCTER PRIVADO SIN FINES DE LUCRO)	6067 +	0.00	6068 +	0.00
	ARRENDAMIENTOS OPERATIVOS PAGADOS POR ANTICIPADO	359 +		360 +	0.00	REEMBOLSOS DE SEGUROS	6069 +	0.00	6070 +	0.00
	PRIMAS DE SEGURO PAGADAS POR ANTICIPADO	361 =		362 =	672213.26	OTROS	6091 +	0.00	6092 +	0.00
	OTROS					PROVENIENTES DEL EXTERIOR	6093 +	0.00	6094 +	0.00
OTROS ACTIVOS CORRIENTES						OTROS	6095 +	0.00	6096 +	0.00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES						RELACIONADAS DEL EXTERIOR	6097 +	0.00	6098 +	0.00
ACTIVOS NO CORRIENTES						NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	6099 +	0.00	6100 +	0.00
	TERRENOS	362 +	COSTO HISTÓRICO ANTES DE REEVALUACIONES	363 +	0.00	LOCAL	6101 +	0.00	6102 +	0.00
	EDIFICIOS Y OTROS INMUEBLES (EXCEPTO TERRENOS)	364 +	AJUSTE ACUMULADO POR REEVALUACIONES	365 +	0.00	RELACIONADAS DEL EXTERIOR	6103 +	0.00	6104 +	0.00
	NAVES, AERONAVES, BARCAZAS Y SIMILARES	366 +	COSTO HISTÓRICO ANTES DE REEVALUACIONES	367 +	0.00	NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	6105 +	0.00	6106 +	0.00
	MAQUINARIA, EQUIPO, INSTALACIONES Y ADECUACIONES (AGRICULTURA)	368 +	AJUSTE ACUMULADO POR REEVALUACIONES	369 +	0.00	RELACIONADAS DEL EXTERIOR	6107 +	0.00	6108 +	0.00
	CONSTRUCCIONES EN CURSO Y OTROS ACTIVOS EN TRÁMITE	370 +	COSTO HISTÓRICO ANTES DE REEVALUACIONES	371 +	0.00	NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	6109 +	0.00	6110 +	0.00
	MUEBLES Y ENSERES	372 +	AJUSTE ACUMULADO POR REEVALUACIONES	373 +	5227.50	LOCAL	6111 +	0.00	6112 +	0.00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	374 +	AJUSTE ACUMULADO POR REEVALUACIONES	375 +	10480.78	DEL EXTERIOR	6113 +	0.00	6114 +	0.00
	VEHÍCULOS, EQUIPO DE TRANSPORTE Y CAMIONERO MÓVIL	376 +	AJUSTE ACUMULADO POR REEVALUACIONES	377 +	68875.49	LOCAL	6115 +	0.00	6116 +	0.00
	EDIFICIOS Y OTROS INMUEBLES (EXCEPTO TERRENOS, NAVES, AERONAVES, BARCAZAS Y SIMILARES)	378 +	AJUSTE ACUMULADO POR REEVALUACIONES	379 +	0.00	DEL EXTERIOR	6117 +	0.00	6118 +	0.00
	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO POR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO FINANCIERO	380 +	AJUSTE ACUMULADO POR REEVALUACIONES	381 +	0.00	LOCAL	6119 +	0.00	6120 +	0.00
	VEHÍCULOS, EQUIPO DE TRANSPORTE Y CAMIONERO MÓVIL	382 +	AJUSTE ACUMULADO POR REEVALUACIONES	383 +	0.00	DEL EXTERIOR	6121 +	0.00	6122 +	0.00
	OTROS					NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	6123 +	0.00	6124 +	0.00
						RELACIONADAS DEL EXTERIOR	6125 +	0.00	6126 +	0.00
						INTERESES IMPLÍCITOS DERIVADOS POR ACUERDOS QUE CONSTITUYEN EFECTIVAMENTE UNA TRANSACCIÓN FINANCIERA O COBRRO DIFERIDO	6127 +	0.00	6128 +	0.00
						OTROS	6129 +	0.00	6130 +	0.00
						GANANCIAS POR MEDICIÓN DE INVERSIONES EN ASOCIADAS Y NEGOCIOS CONJUNTOS AL MÉTODO DE LA PARTICIPACIÓN (VALOR PATRIMONIAL PROPORCIONAL)	6131 +	0.00	6132 +	0.00
						OTROS	6133 +	0.00	6134 +	0.00
						GANANCIAS NETAS PROCEDENTES DE ACTIVIDADES DISCONTINUADAS	6135 +	0.00	6136 +	0.00
						TOTAL INGRESOS	6999 =	132927.10		
						VENTAS NETAS DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO (INFORMATIVO)	6140 =	0.00		
						INGRESOS POR REEMBOLSO COMO INTERMEDIARIO (INFORMATIVO)	6141 =	0.00		
						DIVIDENDOS DECLARADOS (DISTRIBUIDOS) A FAVOR DEL CONTRIBUYENTE	6142 =	0.00		
						DIVIDENDOS COBRADOS (RESALDOS) POR EL CONTRIBUYENTE EN EL EJERCICIO FISCAL (INFORMATIVO)	6143 =	0.00		



La presente información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente

CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	Página
SRIDEC2017020233666	871-441469284	15/05/2017	3

PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	OTRAS PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	383 +	0.00	49874.72	INGRESOS OBTENIDOS POR LAS ORGANIZACIONES PREVISTAS EN LA LEY DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA (INFORMATIVO)	UTILIDADES (INFORMATIVO)	6144 =	0.00	En la columna "valor evento", registre la posición del monto declarado en la columna "total ingresos", considerada como evento de impuesto a la renta.
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	DEL AJUSTE ACUMULADO POR REEVALUACIONES O REVALUACIONES	384 -	0.00	0.00	MONTO TOTAL FACTURADO CORRESPONDIENTE A LOS VALORES BRUTOS DE LOS BIENES O SIMILARES (INFORMATIVO)	SERVICIOS VENDIDOS BAJO LA MODALIDAD DE COMISIONES O SIMILARES (INFORMATIVO)	6146 =	0.00	
									(-) DETERIORO ACUMULADO DEL VALOR DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO
ACTIVOS INTANGIBLES	PLUSVALIA O GOODWILL (DERECHO DE LAVAR)	387 +	0.00	0.00	INGRESOS GENERADOS POR COMPANIAS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL POR SUS OPERACIONES HABITUALES DE TRANSPORTE (INFORMATIVO)	INGRESOS GENERADOS POR COMPANIAS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL POR SUS OPERACIONES HABITUALES DE TRANSPORTE (INFORMATIVO)	6148 =	0.00	
									(-) DETERIORO ACUMULADO DE VALORES DE BIENES O SIMILARES
ACTIVOS INTANGIBLES	MARCAS, PATENTES, LICENCIAS Y OTROS SIMILARES	388 +	0.00	0.00	INGRESOS NO OBJETO DE IMPUESTO A LA RENTA	INGRESOS NO OBJETO DE IMPUESTO A LA RENTA	6150 =	0.00	
									ACERQUIONES Y MEDIOS EN BIENES ARRENDADOS MEDIANTE ARRENDAMIENTO OPERATIVO
ACTIVOS INTANGIBLES	DERECHOS EN AGUEROS DE CONCESION	390 +	0.00	0.00	COSTOS Y GASTOS				
					OTROS	391 +	0.00	GASTO	
ACTIVOS INTANGIBLES	(C) AMORTIZACIÓN ACUMULADA DE ACTIVOS INTANGIBLES	392 -	0.00	0.00	COSTO	7001 +	0.00	7006 +	0.00
ACTIVOS INTANGIBLES	TERRENOS	394 +	0.00	0.00	INVENTARIO INICIAL DE BIENES NO PRODUCTIVOS POR EL SUJETO PASIVO	7007 +	0.00	7008 +	0.00
ACTIVOS INTANGIBLES	A VALOR RAZONABLE	395 +	0.00	0.00	COMPRAS NETAS LOCALES DE BIENES NO PRODUCTIVOS POR EL SUJETO PASIVO	7011 +	0.00	7012 +	0.00
ACTIVOS INTANGIBLES	EDIFICIOS	396 +	0.00	0.00	IMPORTACIONES DE BIENES NO PRODUCTIVOS POR EL SUJETO PASIVO	7014 +	0.00	7015 +	0.00
ACTIVOS INTANGIBLES	(C) DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE PROPIEDADES DE INVERSIÓN	398 -	0.00	0.00	INVENTARIO INICIAL DE MATERIA PRIMA	7017 +	0.00	7018 +	0.00
ACTIVOS INTANGIBLES	A COSTO	400 +	0.00	0.00	COMPRAS NETAS LOCALES DE MATERIA PRIMA	7020 -	0.00	7021 +	0.00
ACTIVOS INTANGIBLES	PLANTAS VIVAS Y FRUTOS EN CRECIMIENTO	401 -	0.00	0.00	IMPORTACIONES DE BIENES BIOLÓGICOS MENOS A COSTO	7023 +	0.00	7024 +	0.00
ACTIVOS INTANGIBLES	A VALOR RAZONABLE MENOS LOS COSTOS DE VENTA	403 +	0.00	0.00	INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS EN PROCESO	7026 -	0.00	7027 +	0.00
ACTIVOS BIOLÓGICOS	A COSTO	404 +	0.00	0.00	INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	7029 +	65276.68	7030 +	0.00
ACTIVOS BIOLÓGICOS	ANIMALES VIVOS	405 -	0.00	0.00	INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	7032 +	0.00	7033 +	0.00
ACTIVOS BIOLÓGICOS	A VALOR RAZONABLE MENOS LOS COSTOS DE VENTA	407 +	0.00	0.00	SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES QUE CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	7040 +	34449.80	7041 +	19600.00
ACTIVOS BIOLÓGICOS	TANGIBLES	408 +	0.00	0.00	BENEFICIOS SOCIALES, INDEMNIZACIONES Y OTRAS REMUNERACIONES QUE NO CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	7046 +	7035.68	7047 +	3881.83
ACTIVOS BIOLÓGICOS	INTANGIBLES	409 +	0.00	0.00	APORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL (INCLUIVE FONDO DE RESERVA)	7050 +	0.00	7051 +	0.00
ACTIVOS BIOLÓGICOS	HONORARIOS PROFESIONALES Y DIETAS	410 -	0.00	0.00	HONORARIOS Y OTROS PAGOS A NO RESIDENTES POR SERVICIOS OCASIONALES	7055 +	0.00	7056 +	0.00
ACTIVOS BIOLÓGICOS	SUBSIDIARIAS EN PROPIEDAD (VALOR PATRIMONIAL PROPORCIONAL)	413 +/-	0.00	0.00	JUBILACIÓN PATRIMONIAL	7058 +	0.00	7059 +	0.00

La presente información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente

	CÓDIGO VERIFICADOR SRIDEC2017020233666	NÚMERO SERIAL 871-441-469284	Página 4
FECHA RECAUDACIÓN 15/05/2017			

INVERSIONES NO CORRIENTES	EN ASOCIADAS	COSTO	414 +	0.00	GASTOS POR DEPRECIACIONES	ACELERADA	7064 +	0.00	7065 +	0.00	7066 +	0.00
			415 +/-	0.00			7067 +	67308.00	7068 +	0.00	7069 +	0.00
INVERSIONES NO CORRIENTES	EN NEGOCIOS CONJUNTOS	COSTO	416 +	0.00	GASTOS POR DEPRECIACIONES	ACELERADA	7070 +	0.00	7071 +	0.00	7072 +	0.00
			417 +/-	0.00			7073 +	0.00	7074 +	0.00	7075 +	0.00
			418 +	0.00			7076 +	0.00	7077 +	0.00	7078 +	0.00
			419 -	0.00			7079 +	0.00	7080 +	0.00	7081 +	0.00
			420 +	0.00			7082 +	0.00	7083 +	0.00	7084 +	0.00
			421 +	0.00			7085 +	0.00	7086 +	0.00	7087 +	0.00
			422 -	0.00			7088 +	0.00	7089 +	0.00	7090 +	0.00
			423 +	0.00			7091 +	0.00	7092 +	0.00	7093 +	0.00
			424 +	0.00			7094 +	0.00	7095 +	0.00	7096 +	0.00
			425 -	0.00			7097 +	0.00	7098 +	0.00	7099 +	0.00
INVERSIONES NO CORRIENTES	EN NEGOCIOS CONJUNTOS	COSTO	426 +	0.00	GASTOS POR DEPRECIACIONES	ACELERADA	7100 +	0.00	7101 +	0.00	7102 +	0.00
			427 +	0.00			7103 +	0.00	7104 +	0.00	7105 +	0.00
			428 -	0.00			7106 +	0.00	7107 +	0.00	7108 +	0.00
			429 +	0.00			7109 +	0.00	7110 +	0.00	7111 +	0.00
			430 +	0.00			7113 +	0.00	7114 +	0.00	7115 +	0.00
			431 -	0.00			7116 +	0.00	7117 +	0.00	7118 +	0.00
			432 +	0.00			7119 +	0.00	7120 +	0.00	7121 +	0.00
			433 +	0.00			7122 +	0.00	7123 +	0.00	7124 +	0.00
			434 -	0.00			7125 +	0.00	7126 +	0.00	7127 +	0.00
			435 -	0.00			7128 +	0.00	7129 +	0.00	7130 +	0.00



La presente información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente

CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	Página
SRIDEC2017020233666	871441469284	15/05/2017	5

OTROS ACTIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES	A COSTO AMORTIZADO	495	+	0.00			7127	+	0.00	7128	+	0.00	7129	+	0.00
	(C) DETERIORO ACUMULADO DEL VALOR DE OTROS ACTIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES NECESARIOS A COSTO AMORTIZADO (PROVISIONES PARA CRÉDITOS INCORRIBLES)	496	-	0.00						7131	+	0.00	7132	+	0.00
PORCIÓN NO CORRIENTE DE FINANCIEROS POR CDBS-4B	A VALOR RAZONABLE	497	+	0.00						7134	+	0.00	7135	+	0.00
	RELACIONADAS	498	+	0.00						7137	+	0.00	7138	+	0.00
ACTIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS	NO RELACIONADAS	499	+	0.00						7140	+	0.00	7141	+	0.00
	RELACIONADAS	500	+	0.00						7142	+	0.00	7144	+	0.00
OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	NO RELACIONADAS	501	+	0.00						7145	+	0.00	7147	+	0.00
	RELACIONADAS	502	+	0.00						7149	+	0.00	7150	+	0.00
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	REPERIONES SIGUIENTES	499	=	65801.9000						7152	+	0.00	7153	+	0.00
	OTROS	499	=	13802932.26						7155	+	0.00	7156	+	0.00
TOTAL DEL ACTIVO	OTROS	499	=	0.00						7158	+	0.00	7159	+	0.00
	OTROS	499	=	0.00						7161	+	0.00	7162	+	0.00
REVALUACIONES Y REPERIONES DE (INFORMATIVO)	OTROS	499	=	0.00						7164	+	95560	7165	+	0.00
	OTROS	499	=	0.00						7166	+	0.00	7168	+	0.00
REVALUACIONES Y REPERIONES DE (INFORMATIVO)	OTROS	499	=	0.00						7170	+	0.00	7171	+	0.00
	OTROS	499	=	0.00						7173	+	475000	7174	+	0.00
REVALUACIONES Y REPERIONES DE (INFORMATIVO)	OTROS	499	=	0.00						7176	+	1294.70	7177	+	0.00
	OTROS	499	=	0.00						7179	+	78997.73	7180	+	0.00
REVALUACIONES Y REPERIONES DE (INFORMATIVO)	OTROS	499	=	0.00						7182	+	5575.79	7183	+	0.00
	OTROS	499	=	0.00						7185	+	2241.55	7186	+	0.00
REVALUACIONES Y REPERIONES DE (INFORMATIVO)	OTROS	499	=	0.00						7188	+	0.00	7189	+	0.00
	OTROS	499	=	0.00						7191	+	3452.09	7192	+	0.00
REVALUACIONES Y REPERIONES DE (INFORMATIVO)	OTROS	499	=	0.00						7194	+	0.00	7195	+	0.00
	OTROS	499	=	0.00						7196	+	6746.26	7198	+	0.00



La presente información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente

CÓDIGO VERIFICADOR

SRIDEC2017020233666

NÚMERO SERIAL

871441469284

FECHA RECAUDACIÓN

15/05/2017

Página

6

			471	=	0.00		MEMBRAS		7199	+	0.00	7200	+	0.00	7201	+	0.00	
			472	=	0.00		SEGUROS Y REASEGUROS (PRIMAS Y CESIONES)		7202	+	0.00	7203	+	301947	7204	+	0.00	
			473	=	0.00		GASTOS INDIRECTOS ASIGNADOS DESDE EL EXTERIOR POR PARTES RELACIONADAS		7205	+	0.00	7206	+	0.00	7207	+	0.00	
			474	=	0.00		IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS		7206	+	250.00	7209	+	1900405	7210	+	0.00	
			475	=	0.00		OTROS GASTOS	CONISIONES Y COMISIONES (DIFERENTES DE LAS COMISIONES POR OPERACIONES FINANCIERAS)	7211	+	0.00	7212	+	0.00	7213	+	0.00	
			476	=	0.00			OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	LOCAL	7214	+	0.00	7215	+	0.00	7216	+	0.00
								OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	DEL EXTERIOR	7217	+	0.00	7218	+	0.00	7219	+	0.00
								OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	7220	+	0.00	7221	+	0.00	7222	+	0.00
								OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	LOCAL	7223	+	0.00	7224	+	0.00	7225	+	0.00
								OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	DEL EXTERIOR	7226	+	0.00	7227	+	0.00	7228	+	0.00
								OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	7229	+	0.00	7230	+	0.00	7231	+	0.00
								OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	LOCAL	7232	+	0.00	7233	+	0.00	7234	+	0.00
								OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	DEL EXTERIOR	7235	+	0.00	7236	+	0.00	7237	+	0.00
								OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	7238	+	0.00	7239	+	2719849	7240	+	0.00
								OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	LOCAL	7241	+	1847815	7242	+	716111	7243	+	0.00
								OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	DEL EXTERIOR	7244	+	0.00	7245	+	0.00	7246	+	0.00
							OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	7247	+	26735510	7248	+	9178267	7249	+	0.00	
							OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	LOCAL	7251	+	0.00	7252	+	0.00	7253	+	0.00	
							OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	DEL EXTERIOR	7254	+	0.00	7255	+	0.00	7256	+	0.00	
							OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	7257	+	0.00	7258	+	0.00	7259	+	0.00	
							OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	LOCAL	7260	+	0.00	7261	+	0.00	7262	+	0.00	
							OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	DEL EXTERIOR	7263	+	0.00	7264	+	0.00	7265	+	0.00	
							OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	7266	+	0.00	7267	+	0.00	7268	+	0.00	
							OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	LOCAL	7269	+	0.00	7270	+	0.00	7271	+	0.00	
							OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	DEL EXTERIOR	7272	+	0.00	7273	+	0.00	7274	+	0.00	
							OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	7275	+	0.00	7276	+	0.00	7277	+	0.00	
							OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	LOCAL	7278	+	0.00	7279	+	0.00	7280	+	0.00	
							OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	DEL EXTERIOR	7281	+	0.00	7282	+	0.00	7283	+	0.00	
							OPERACIONES DE REGALIAS, SERVICIOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA Y SIMILARES	NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	7284	+	0.00	7285	+	0.00	7286	+	0.00	

			<p style="text-align: center;">La presente información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente</p>		
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	Página		
SRIDEC2017020233666	871441469284	15/05/2017	7		

IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR DEL EJERCICIO		532	+	12114.03				7257	+	0.00	7258	+	0.00
PASIVOS CORRIENTES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS	PARTICIPACIÓN TRABAJADORES POR PAGAR DEL EJERCICIO	533	+	9717.13				RELACIONADAS DEL EXTERIOR		0.00	7259	+	0.00
	OBLIGACIONES CON EL IESS	534	+	1254.72				NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR		0.00	7294	+	0.00
OTROS PASIVOS CORRIENTES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS	JUBILACIÓN PATRONAL	535	+	0.00				REVERSIONES DEL DESDOLTO DE PROVISIONES QUE FUERON RECONOCIDAS A SU VALOR PRESENTE		0.00	7297	+	0.00
	OTROS PASIVOS CORRIENTES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS	536	+	19701.55				INTERESSES IMPLICITOS DERIVADOS POR AJUSTES QUE CONSTITUYERAN UN PASIVO FINANCIERO O PASO DERIBADO		0.00	7303	+	0.00
	FOR GARANTÍAS	537	+	0.00				OTROS		0.00	7306	+	0.00
PROVISIONES CORRIENTES	FOR DESMANTAMIENTO	538	+	0.00				FÉRDIDAS POR MEDICIÓN DE INVERSIONES EN ASOCIADAS Y NEGOCIOS CONJUNTOS AL MÉTODO DE LA PARTICIPACIÓN (VALOR PATRIMONIAL PROPORCIONAL)		0.00	7309	+	0.00
	FOR CONTRATOS OMBROSOS	539	+	0.00				OTROS		0.00	7312	+	0.00
	FOR REESTRUCTURACIONES DE NEGOCIOS	540	+	0.00				PÉRDIDAS NETAS PROCEDENTES DE ACTIVIDADES DISCONTINUADAS	7991 =	8443000.09	7314	+	0.00
	FOR REEMBOLSOS A CLIENTES	541	+	0.00				TOTAL GASTOS					
PASIVOS POR INGRESOS DIFERIDOS	FOR LITIGIOS	542	+	0.00				TOTAL GASTOS	7992 =	2538846.10			
	FOR PASIVOS CONTINGENTES ASUMIDOS EN UNA COMBINACIÓN DE NEGOCIOS	543	+	0.00				TOTAL GASTOS Y GASTOS	7999 =	1138146.19			
	OTRAS	544	+	0.00				BAJA DE INVENTARIO (INFORMATIVO)	7991 =	0.00			
PASIVOS POR INGRESOS DIFERIDOS	ANTICIPOS DE CLIENTES	545	+	0.00				PAGO POR REEMBOLSO COMO REEMBOLSANTE (INFORMATIVO)	7992 =	0.00			
	SUBVENCIÓNES DEL GOBIERNO	546	+	0.00				PAGO POR REEMBOLSO COMO INTERMEDIARIO (INFORMATIVO)	7993 =	0.00			
	OTROS	547	+	0.00				NO. DE RUC DEL PROFESIONAL QUE REALIZÓ EL CÁLCULO ACTUARIAL PARA EL CONTRIBUYENTE (INFORMATIVO)	7994 =	0.00			
OTROS PASIVOS CORRIENTES	TRANSFERENCIAS CASA MATRIZ Y SUICURSALES (del exterior)	548	+	1513.78				COSTOS Y GASTOS GENERADOS EN FIDEICOMISOS MERCANTILES O ENCARGOS FIDUCIARIOS DONDE EL CONTRIBUYENTE ES CONSTITUYENTE O APORTANTE (INFORMATIVO)	7995 =	0.00			
	OTROS	549	+	0.00				GASTOS ATRIBUIDOS A INGRESOS NO OBJETO DE IMPUESTO A LA RENTA	7996 =	0.00			
	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	550	=	488003.15				COSTOS Y GASTOS REALIZADOS CON DINERO ELECTRÓNICO (INFORMATIVO)	7997 =	0.00			
PASIVOS NO CORRIENTES	CLIENTES Y DOCUMENTOS POR PAGAR COMERCIALES - NO CORRIENTES	LOCALES	553	+	0.00				CONCILIACIÓN TRIBUTARIA				
		RELACIONADAS DEL EXTERIOR	554	+	0.00				UTILIDAD DEL EJERCICIO	801 =	64780.91		
		NO RELACIONADAS	555	+	0.00				FÉRDIDA DEL EJERCICIO	802 =	0.00		
		DEL EXTERIOR	556	+	0.00				CÁLCULO DE BASE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES				
		A ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES, BENEFICIARIOS U OTROS TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL	557	+	0.00				GENERACIÓN				
	OTROS CLIENTES Y DOCUMENTOS POR PAGAR NO CORRIENTES	LOCALES	559	+	0.00				INGRESOS POR MEDICIONES DE ACTIVOS BIOLÓGICOS AL VALOR RAZONABLE MENOS COSTOS DE VENTA				
		RELACIONADAS DEL EXTERIOR	560	+	0.00				PÉRDIDAS, COSTOS Y GASTOS POR MEDICIONES DE ACTIVOS BIOLÓGICOS AL VALOR RAZONABLE MENOS COSTOS DE VENTA				
		OTRAS RELACIONADAS	561	+	0.00				REVERSION				
		DEL EXTERIOR	562	+	92780.00								
		LOCALES	563	+	0.00								
RELACIONADAS CON INSTITUCIONES FINANCIERAS - NO CORRIENTES	DEL EXTERIOR	564	+	0.00									

La presente información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente

CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	Página
SRIDEC2017020233666	871441469284	15/05/2017	8



ORIGENES DE OBLIGACIONES FINANCIERAS - NO CORRIENTES - NO CRÉDITO A MUTUO	LOCALES NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	965 +	0.00	BASE DE CÁLCULO DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	098 =	6-78031
		966 +	0.00	DIFERENCIAS PERMANENTES		
		967 +	0.00	(C) PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	803 -	971714
		968 +	0.00	(C) DIVIDENDOS, EFECTOS Y EFECTOS POR MÉTODO DE PARTICIPACIÓN (valor patrimonial porcentual)	804 -	0.00
		969 +	0.00	(C) OTRAS RENTAS EVENTUALES E INGRESOS NO OBJETO DE IMPUESTO A LA RENTA	805 -	0.00
		970 +	0.00	(+) GASTOS NO DEDUCIBLES LOCALES	806 +	0.00
		971 +	0.00	(+) GASTOS NO DEDUCIBLES DEL EXTERIOR	807 +	0.00
		972 +	0.00	(+) GASTOS INCLUIDOS PARA GENERAR INGRESOS EVENTUALES Y GASTOS ATRIBUIDOS A INGRESOS NO DEDUCIBLES	808 +	0.00
		973 +	0.00	(+) PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES ATRIBUIBLE A INGRESOS EVENTUALES Y NO OBJETO DE IMPUESTO A LA RENTA	809 +	0.00
		974 +	0.00	(-) DEDUCCIONES ADICIONALES	810 -	0.00
		975 +	0.00	(+) AJUSTE POR PRECIOS DE TRANSFERENCIA	811 +	0.00
		976 +	0.00	(-) INGRESOS SUJETOS A IMPUESTO A LA RENTA ÚNICO	812 -	0.00
		977 +	0.00	(+) COSTOS Y GASTOS DEDUCIBLES INCURRIDOS PARA GENERAR INGRESOS SUJETOS A IMPUESTO A LA RENTA ÚNICO	813 +	0.00
		978 +	0.00	GENERACIÓN / REVERSIÓN DE DIFERENCIAS TEMPORARIAS (IMPUESTOS DIFERIDOS)		
		979 +	0.00	REVERSIÓN		
		980 +	0.00	POR VALOR NETO REALIZABLE DE INVENTARIOS	814 +	0.00
		981 +	0.00	POR RÉNDIDAS ESPERADAS EN CONTRATOS DE CONSTRUCCIÓN	816 +	0.00
		982 +	0.00	POR COSTOS ESTIMADOS DE DESMANTELAMIENTO	818 +	0.00
		983 +	8884.44	POR DETERIOROS DEL VALOR DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	820 +	0.00
		984 +	0.00	POR PROVISIONES DIFERENTES DE CUENTAS INCORRIBLES, DESMANTELAMIENTO, DESAHUCIO Y JUBILACIÓN PATRONAL	822 +	0.00
		985 +	0.00	POR CONTRATOS DE CONSTRUCCIÓN (GRADO DE REALIZACIÓN)	824 -	0.00
		986 +	0.00	POR MEDICIONES DE ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA	826 +	0.00
		987 +	0.00	POR MEDICIONES DE INGRESOS RAZONABLES MENOS COSTOS DE VENTA	828 -	0.00
		988 +	0.00	AMORTIZACIÓN RÉNDIDAS TRIBUTARIAS DE AÑOS ANTERIORES	830 +	0.00
		989 =	178664.44		833 -	0.00
		990 =	686767.59		835 +/-	0.00
		991 =	0.00	UTILIDAD GRAVABLE	836 =	55063.77
		992 =	0.00	PÉRDIDA SUJETA A AMORTIZACIÓN EN PERÍODOS SIGUIENTES	839 =	0.00
		993 =	0.00	¿CONTRIBUYENTE DECLARANTE TIENE FINES DE LUJURIO Y ES ADMINISTRADOR U OPERADOR DE ZEDEP?	840	NO
		994 =	800.00	¿CUMPLE EL DEBER DE INFORMAR SOBRE LA COMPOSICIÓN SOCIETARIA DENTRO DE LOS PLAZOS ESTABLECIDOS?	841	SI
		995 =	0.00	¿DEBE DE INFORMAR LA COMPOSICIÓN SOCIETARIA A LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA (ANEXO DE ACCIONISTAS - AFS) (dentro de los plazos establecidos)?	842	0.00
		996 =	227753.18	¿DEBE DE INFORMAR LA COMPOSICIÓN SOCIETARIA CORRESPONDIENTE A PARAJES FISCALES AL 31 DE DICIEMBRE DEL EJERCICIO DECLARADO QUE SI HA SIDO INFORMADA?	843	0.00
		997 =	0.00	UTILIDAD A REINVERTIR Y CAPITALIZAR	844	0.00
		998 =	0.00	Sujeta legalmente a reducción de la tarifa		

La presente información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente		
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
SRIDEC2017020233666	871-441469284	15/05/2017
		Página 9



RESERVA FACILITATIVA	605	+	0.00	SALDO UTILIDAD GRAVABLE	836-844	845	59063.77
OTRAS	606	+	0.00	TOTAL IMPUESTO CAUSADO		846	12114.03
RESERVA DE CAPITAL	607	+	40899.07	(C) ANTICIPO DETERMINADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO FISCAL DECLARADO		851	20183.38
RESERVA POR DONACIONES	608	+	0.00	(E) IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO MAYOR AL ANTICIPO DETERMINADO		852	0.00
RESERVA POR VALUACIÓN (PROCEDENTE DE LA APLICACIÓN DE LAS NORMAS ECUATORIANAS DE CONTABILIDAD - NEC)	609	+	0.00	(E) CRÉDITO TRIBUTARIO GENERADO POR ANTICIPO (Aplica para Ejercicios Anteriores al 2010)		853	0.00
SUPERAVIT POR REVALUACIÓN DE INVERSIONES (PROCEDENTE DE LA APLICACIÓN DE NORMAS ECUATORIANAS DE CONTABILIDAD - NEC)	610	+	0.00	(+) SALDO DEL ANTICIPO PENDIENTE DE PAGO		854	12114.03
UTILIDADES ACUMULADAS DE EJERCICIOS ANTERIORES	611	+	-4652934.48	(C) RETENCIONES EN LA FUENTE QUE LE REALIZARON EN EL EJERCICIO FISCAL		855	9115.21
(I) FÉRDIDAS ACUMULADAS DE EJERCICIOS ANTERIORES	612	-	0.00	(C) RETENCIONES POR DIVIDENDOS ANTICIPADOS		856	0.00
RESULTADOS ACUMULADOS POR ADOCIÓN POR PRIMERA VEZ DE LAS NIIF	613	+/+	-74230.81	(C) RETENCIONES POR INGRESOS PROVENIENTES DEL EXTERIOR CON DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO		857	0.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	614	+	42949.75	(C) ANTICIPO DE IMPUESTO A LA RENTA PAGADO POR EFECTUACIÓN DE PAGOS PÚBLICOS		858	0.00
(I) FÉRDIDA DEL EJERCICIO	615	-	0.00	(C) CRÉDITO TRIBUTARIO DE AÑOS ANTERIORES		859	0.00
SUPERAVIT DE REVALUACIÓN ACUMULADO	616	+	0.00	(C) CRÉDITO TRIBUTARIO GENERADO EN EL EJERCICIO FISCAL DECLARADO		860	0.00
ACTIVOS INTANGIBLES	617	+	0.00	GENERADO EN EJERCICIOS FISCALES ANTERIORES		861	0.00
OTROS	618	+	0.00	(C) EXONERACIÓN Y CRÉDITO TRIBUTARIO POR LEYES ESPECIALES		862	0.00
GANANCIAS Y FÉRDIDAS ACUMULADAS POR INVERSIONES EN INSTRUMENTOS DE PATRIMONIO MEDIDOS A VALOR RAZONABLE CON CAMBIOS EN OTRO RESULTADO INTEGRAL	619	+/+	0.00	SUBTOTAL IMPUESTO A PAGAR		865	29981.82
GANANCIAS Y FÉRDIDAS ACUMULADAS POR LA CONVERSIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS DE UN NEGOCIO EN EL EXTRANJERO	620	+/+	0.00	SUBTOTAL SALDO A FAVOR		866	0.00
GANANCIAS Y FÉRDIDAS ACTUARIALES ACUMULADAS	621	+/+	0.00	(+) IMPUESTO A LA RENTA ÚNICO (A partir del ejercicio 2015 registre la sumatoria de los valores pagados mensualmente por concepto de impuesto único)		867	0.00
LA PARTE EFECTIVA DE LAS GANANCIAS Y FÉRDIDAS DE LOS INSTRUMENTOS DE COBERTURA EN UNA COBERTURA DE FLUJOS DE EFECTIVO	622	+/+	0.00	(C) CRÉDITO TRIBUTARIO PARA LA LIQUIDACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA ÚNICO (A partir del ejercicio 2015 casilla informativa)		868	0.00
OTROS	623	+/+	0.00	IMPUESTO A LA RENTA A PAGAR		869	29981.82
TOTAL PATRIMONIO	690	=	695464.67	SALDO A FAVOR CONTRIBUYENTE		870	0.00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	699	=	1380232.26	ANTICIPO CALCULADO PRÓXIMO AÑO SIN EXONERACIONES NI REBAJOS		871	12889.23
DIVIDENDOS DECLARADOS (DISTRIBUIDOS) A FAVOR DE TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL EN EL EJERCICIO FISCAL (INFORMATIVO)	624	=	0.00	(C) EXONERACIONES Y REBAJOS AL ANTICIPO		872	0.00
REBAJOS EN LOS CUOTAS A TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL EN EL EJERCICIO FISCAL (INFORMATIVO)	625	=	0.00	(+) OTROS CONCEPTOS		873	0.00
				ANTICIPO DETERMINADO PRÓXIMO AÑO		874	12889.23
				PRIMERA CUOTA		875	17370.1
				SEGUNDA CUOTA		876	17370.1
				SALDO A LIQUIDARSE EN DECLARACIÓN PRÓXIMO AÑO		877	9115.21
				PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO		880	0.00
				GANANCIAS Y FÉRDIDAS POR REVALUACIONES		881	0.00
				ACTIVOS INTANGIBLES		882	0.00
				OTROS		883	0.00
				GANANCIAS Y FÉRDIDAS POR INVERSIONES EN INSTRUMENTOS DE PATRIMONIO MEDIDOS A VALOR RAZONABLE CON CAMBIOS EN OTRO RESULTADO INTEGRAL		884	0.00
				GANANCIAS Y FÉRDIDAS POR LA CONVERSIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS DE UN NEGOCIO EN EL EXTRANJERO		885	0.00
				GANANCIAS Y FÉRDIDAS ACTUARIALES		886	0.00



La presente información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente

CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	Página
SRIDEC2017020233666	871-441469284	15/05/2017	10

OTRO RESULTADO INTEGRAL DEL PERIODO (COMPARATIVO)		LA PARTE EFECTIVA DE LAS GANANCIAS Y PÉRDIDAS DE LOS INSTRUMENTOS DE COBERTURA EN UNA COBERTURA DE FLUJOS DE EFECTIVO		886	=	0.00
GASTO (INGRESO) POR IMPUESTO A LA RENTA CORRIENTE		OTROS		887	=	0.00
GASTO (INGRESO) POR IMPUESTO A LA RENTA DIFERIDO		GASTO (INGRESO) POR IMPUESTO A LA RENTA CORRIENTE		888	+/-	0.00
GASTO (INGRESO) POR IMPUESTO A LA RENTA DIFERIDO		GASTO (INGRESO) POR IMPUESTO A LA RENTA DIFERIDO		889	+/-	0.00
PAGO FREITO (Informativo)		DETALLE DE IMPUTACIÓN AL PAGO (Para declaraciones sustitutivas)		890		299682
INTERÉS		INTERÉS		897		0.00
IMPUESTO		IMPUESTO		898		299682
MULTA		MULTA		899		0.00
VALORES A PAGAR Y FORMA DE PAGO (luego de imputación al pago en declaraciones sustitutivas)						
TOTAL IMPUESTO A PAGAR		869-898		902	+	0.00
INTERÉS POR MORA				903	+	0.00
MULTA				904	+	0.00
TOTAL PAGADO				999	=	0.00
MEDIANTE CHEQUE, DÉBITO BANCARIO, EFECTIVO U OTRAS FORMAS DE PAGO				905	USD	0.00
MEDIANTE COMPENSACIONES				906	USD	0.00
MEDIANTE NOTAS DE CRÉDITO				907	USD	0.00
MEDIANTE TÍTULOS DEL BANCO CENTRAL (TBC)				925	USD	0.00
DETALLE DE NOTAS DE CRÉDITO CARTULARES		DETALLE DE NOTAS DE CRÉDITO ES/MATERIALEZAS		DETALLE DE COMPENSACIONES		
908	N/C No	910	N/C No	915	USD	0.00
909	USD	911	USD	916	USD	0.00
		912	USD	917	USD	0.00
		913	USD	918	USD	0.00
				919	USD	0.00
DECLARO QUE LOS DATOS PROPORCIONADOS EN ESTE DOCUMENTO SON EXACTOS Y VERDADEROS, POR LO QUE ASUMO LA RESPONSABILIDAD LEGAL QUE DE ELLA SE DERIVEN (Art. 101 de la R.T.I.)						
198	Cédula de Identidad o No. de Pasaporte	091751937	199	RUC No.	0904094877001	



La presente información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente

CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	Página
SRIDEC2017020233666	871-441469284	15/05/2017	11

Referencias

- INEC. (2016). Mercado potencial de solteros. *Análisis de la población del Ecuador*. Instituto Nacional de Estadística y Censo, Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Banco Central del Ecuador. (10 de Octubre de 2016). <https://www.bce.fin.ec/>. Recuperado el 10 de Octubre de 2016, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/788-banco-central-del-ecuador>: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>
- Agrocalidad. (27 de Marzo de 2018). *Productos Orgánicos en Ecuador*. Obtenido de www.agrocalidad.gob.ec: <http://www.agrocalidad.gob.ec/inocuidad-de-los-alimentos/productos-organicos-ecuador/>
- Agrocalidad. (22 de Febrero de 2018). *Logros de la gestión 2017*. Recuperado el Marzo de 2018, de www.agrocalidad.gob.ec: <http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad-presento-logros-de-la-gestion-2017/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura. (16 de Febrero de 2015). *El uso de fertilizantes sobrepasará los 200 millones de toneladas en 2018*. Recuperado el Marzo de 2018, de www.fao.org: <http://www.fao.org/news/story/es/item/277654/icode/>
- FAO. (2015). *World fertilizer trends and outlook to 2018*. Recuperado el Marzo de 2018, de www.fao.org: <http://www.fao.org/3/a-i4324e.pdf>
- Ospina, R. (Enero-Junio de 2006). La reingeniería de procesos: una herramienta gerencial para la innovación y mejora en la calidad de las organizaciones. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 2(2), 91-99.
- Lefcovich, M. (22 de Noviembre de 2004). *Reingeniería de procesos*. Recuperado el Marzo de 2018, de www.degerencia.com: http://www.degerencia.com/articulo/reingenieria_de_procesos)
- Agrícola Lomaquil. (1 de Febrero de 2018). *Agrícola Lomaquil*. Recuperado el Marzo de 2018, de www.agricolalomaquil.com: <http://www.agricolalomaquil.com/productos/>

- Insightly. (2018). *¿Cómo encontrar el CRM adecuado para mi empresa?* Obtenido de [www.insightly.com: https://www.insightly.com/wp-content/uploads/2014/09/how-do-i-find-the-right-crm-for-my-business_ESLA.pdf](https://www.insightly.com/wp-content/uploads/2014/09/how-do-i-find-the-right-crm-for-my-business_ESLA.pdf)
- Agrícola Lomaquil. (14 de Agosto de 2017). *Página oficial de Agrícola Lomaquil en Facebook*. Recuperado el Marzo de 2018, de [www.facebook.com: https://www.facebook.com/search/top/?q=agricola%20lomaquil](https://www.facebook.com/search/top/?q=agricola%20lomaquil)
- Genova, M. (Febrero de 2015). *Las 5 funciones claves del Gerente de Ventas*. Recuperado el Marzo de 2018, de [www.miguelangelgenova.com: http://www.miguelangelgenova.com/direccion-de-ventas/las-5-funciones-clave-del-gerente-de-ventas/](http://www.miguelangelgenova.com/direccion-de-ventas/las-5-funciones-clave-del-gerente-de-ventas/)
- G-Suite. (28 de Marzo de 2018). *Consola de administración usuarios Agrícola Lomaquil*. Recuperado el Marzo de 2018, de www.admin.google.com.
- Agrocalidad. (12 de Septiembre de 2016). *Base de datos de Almacenes de Expendio registrados en guía*. Recuperado el 2017 de Diciembre, de [www.agrocalidad.gob.ec: http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/pdf/Registro-Insumos-Agropecuarios/Registros-Insumos-Agricolas/reporte-de-almacenes-en-guia-12-09-2016.pdf](http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/pdf/Registro-Insumos-Agropecuarios/Registros-Insumos-Agricolas/reporte-de-almacenes-en-guia-12-09-2016.pdf)
- Insightly. (28 de Marzo de 2018). *Logo of Insightly*. Recuperado el Marzo de 2018, de [www.insightly.com: www.insightly.com](http://www.insightly.com)
- Constructora Oviedo Coviedo S.A. (2017). *Avance de obra en las nuevas instalaciones de Agrícola Lomaquil*. Constructora Oviedo Coviedo S.A., Durán.
- INEC. (2010). *Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*. Recuperado el Marzo de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- INEC. (2018). *Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones 2010-2020*. Obtenido de [www.ecuadorencifras.gob.ec: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/)

Survey Monkey. (2018). *Calculadora del tamaño de la muestra*. Obtenido de www.es.surveymonkey.com: <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

Creately. (7 de Abril de 2018). <https://creately.com>. Obtenido de <https://creately.com/app/>

Yovng, R. D., & Mccamy , I. W. (1967). TVA development work and experience with pan granulation of fertilizers. *The Canadian Journal of Chemical Engineering*, 45(1), 50-56.

Agrícola Lomaquil. (7 de Abril de 2018). *Productos*. Obtenido de www.agricolalomaquil.com: <http://www.agricolalomaquil.com/productos/>

Buenos Negocios. (29 de Agosto de 2013). *9 razones para participar en una feria de negocios*. Obtenido de www.buenosnegocios.com: <http://www.buenosnegocios.com/notas/519-9-razones-participar-una-feria-negocios>

Vipex Consulting. (24 de Septiembre de 2015). *10 razones para participar en ferias internacionales*. Obtenido de www.vipexconsulting.es: <http://vipexconsulting.es/10-razones-para-participar-en-ferias-internacionales>

Lorenzana, D. (28 de Junio de 2013). *La importancia del flujo de caja en la toma de decisiones empresariales*. Obtenido de www.pymesyautonomos.com: <https://www.pymesyautonomos.com/administracion-finanzas/la-importancia-del-flujo-de-caja-en-la-toma-de-decisiones-empresariales>

Finanzas Prácticas. (2018). *Análisis de sensibilidad*. Obtenido de www.finanzaspracticass.com: [https://www.finanzaspracticass.com.co/finanzaspersonales/presupuestar/personales/analisis.p](https://www.finanzaspracticass.com.co/finanzaspersonales/presupuestar/personales/analisis.php)
hp