

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	08-07-2021	B
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(70)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Eider Johan Carrillo Caceres Ufrey Camilo Vanegas Pedroza		
FACULTAD	Ciencias Administrativas y Económicas		
PLAN DE ESTUDIOS	Tecnología en Gestión Comercial y Financiera.		
DIRECTOR	Esp. Mayerly Herrera Guerrero		
TÍTULO DE LA TESIS	Investigación de Mercados para Determinar la Aceptación de un Almacén de Insumos Agrícolas en el Municipio de González, Cesar.		
TITULO EN INGLES	Market Research to Determine the Acceptance of an Agricultural Inputs Store in the Municipality of González, Cesar.		
RESUMEN			
<p>Ésta investigación de mercados se realizó con el fin de conocer la aceptación de un almacén de insumos agrícolas para apoyar el mejoramiento y desarrollo económico de la población agricultora del municipio de González, siendo así de gran importancia la opinión de los distintos sectores del territorio gonzalense, identificando la oferta y demanda, así como los distintos determinantes en el alcance de los resultados presentados en el proyecto.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>This market research was carried out in order to know the acceptance of a store of agricultural inputs to support the improvement and economic development of the agricultural population of the municipality of González, thus being of great importance the opinion of the different sectors of the Gonzalense territory, identifying supply and demand, as well as the different determinants in the scope of the results presented in the project.</p>			
PALABRAS CLAVES	Investigación e inteligencia de mercado, caracterización de mercado, competencia, estrategias de mercadeo, empresa comercializadora y artículos e insumos agrícolas.		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Market research and intelligence, market characterization, competition, marketing strategies, trading company and agricultural items and supplies.		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 70	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 14	CD-ROM:



Investigación de mercados para determinar la aceptación de un almacén de insumos agrícolas en el municipio de González, cesar.

Eider Johan Carrillo Caceres

Ufrey Camilo Vanegas Pedroza

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula Santander

Ocaña

Tecnología en Gestión Comercial y Financiera

Esp. Mayerly Herrera Guerrero

29 agosto de 2022

Índice

Capítulo 1 Investigación de Mercados para Determinar la Aceptación de un Almacén de Insumos Agrícolas en el Municipio de González, Cesar.....8	
1.1 Planteamiento del problema.....	8
1.2 Formulación del problema	9
1.3 Objetivos	10
1.3.1 Objetivo general	10
1.3.2 Objetivos específicos.....	10
1.4 Justificación	10
1.5 Delimitaciones	12
1.5.1 Conceptual.....	12
1.5.2 Operativa.	12
1.5.3 Temporal.....	13
1.5.4 Geográfica	13
Capítulo 2 Marco referencial14	
2.1 Marco Histórico	14
2.1.1 Historia insumos agrícolas a nivel mundial.....	14
2.1.2 Historia insumos agrícolas a nivel nacional	16
2.1.3 Historia insumos agrícolas a nivel regional.....	18
2.1.4 Historia insumos agrícolas a nivel local.....	18
2.2 Marco contextual	20
2.2.1. Descripción física	20
2.3 Marco conceptual.....	21
2.4 Marco teórico	24
2.4.1 Teoría del marketing mix o teoría de las 7P.....	24
2.4.2 Ley de la demanda y la oferta.....	27
2.4.3 Estado del Arte	27
2.5 Marco legal	32
2.5.1 Constitución Política de Colombia.....	32
2.5.2. Código de Comercio colombiano.....	33
2.5.3 Normatividad ICA (Instituto Colombiano Agropecuario)	33
Capítulo 3 Diseño metodológico35	

3.1 Tipo de investigación	35
3.2 Población y Muestra	35
3.2.1 Población	35
3.2.2 Muestra	36
3.2.2.1 Formula de Población Finita.	36
3.2.2.2 Formula de Coeficiente Muestral.	37
3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos	38
3.4 Análisis de información	38

Capítulo 4 Presentación de resultados.....39

4.1 Aceptación de un almacén de venta de insumos agrícolas en el municipio de González, Cesar.	39
4.2 Demanda de los productos agrícolas utilizados en el municipio de González.	43
4.3 Oferta de productos agrícolas necesaria para la población gonzalense.	45
4.4 Tendencia de la mezcla de mercado, como son las 7 P del marketing mix	48
4.5 Estrategias de desarrollo de los objetivos específicos	57
4.5.1 Identificar la aceptación de un almacén de venta de insumos agrícolas en el municipio de González, Cesar.	57
4.5.2 Determinar la demanda de los productos agrícolas utilizados en el municipio de González.	57
4.5.3 Establecer la oferta de productos agrícolas necesaria para la población gonzalense.	58
4.5.4 Analizar la tendencia de la mezcla de mercado, como son las 7 P del marketing mix.	58

Capítulo 5. Conclusiones.....60

Capítulo 6. Recomendaciones.....62

Referencias64

Apéndices.....67

Apéndice 1. Encuesta aplicada a los habitantes de la zona urbana y rural del municipio de González, Cesar.	67
---	----

Lista de tablas

Tabla 1 Ocupación.....	39
Tabla 2 Cultivos	40
Tabla 3 Existencia de un almacén de insumos agrícolas.....	41
Tabla 4 Productos e insúmos que adquiere comúnente.....	43
Tabla 5 Frecuencia de compra de insumos.....	44
Tabla 6 Municipios donde se adquieren los insumos agrícolas	45
Tabla 7 Locales donde adquiere sus insumos.....	46
Tabla 8 Inversión mensual de insumos agrícolas	48
Tabla 9 Factores importantes a la hora de comprar insumos	49
Tabla 10 Forma en que se realiza el pago de los insumos.....	50
Tabla 11 Manejo de servicio de crédito	51
Tabla 12 Ubicación del almacén	52
Tabla 13 Servicios adicionales preferentes	53
Tabla 14 Medios de publicidad e información	54

Lista de Figuras

Figura 1 Ocupación	40
Figura 2 Cultivos	41
Figura 3 Existencia de un almacén de insumos agrícolas	42
Figura 4 Tipos de productos e insumos que adquiere	43
Figura 5 Frecuencia en la compra de insumos agrícolas	44
Figura 6 Municipios donde adquiere los insumos agrícolas	45
Figura 7 Locales comerciales donde adquiere los insumos agrícolas	46
Figura 8 Inversión mensual en insumos agrícolas.....	48
Figura 9 Factores importantes a la hora de comprar productos	49
Figura 10 Forma en que realiza el pago de los insumos	50
Figura 11 Manejo de servicio de credito	52
Figura 12 Ubicación del almeacán en González	53
Figura 13 Servicios adicionales preferentes	54
Figura 14 Medios publicitarios y de información	56

Introducción

Dentro del informe final se podrán encontrar las actividades realizadas con la finalidad de diseñar una investigación de mercados para conocer el grado de aceptación de insumos agrícolas en el municipio de González, Cesar. Compuesto por 6 capítulos, en donde se contempla la información necesaria para el avance del mismo.

Para la realización de la investigación y desarrollo de los objetivos planteados se tuvieron en cuenta la información obtenida con el instrumento de recolección de datos, así como fuentes de información externa que sustentan la base del tema abordado; Con el siguiente trabajo se busca apoyar el mejoramiento y desarrollo económico de la población agricultora del municipio de González, siendo así de gran importancia la opinión de los distintos sectores del territorio gonzalense para poder identificar la oferta y demanda , así como los distintos determinantes para el alcance de los resultados presentados en el proyecto.

Capítulo 1 Investigación de Mercados para Determinar la Aceptación de un Almacén de Insumos Agrícolas en el Municipio de González, Cesar.

1.1 Planteamiento del problema

El comportamiento que han seguido los mercados mundiales de productos agrícolas y pecuarios, en los últimos 5 años, han dado acceso a un debate sobre las razones que han ocasionado el aumento de costo en estos bienes, y los efectos que causan en distintas zonas de todo el mundo, específicamente, en las naciones importadoras de alimentos y en las de bajos ingresos (Claridades Agropecuarias, 2020); en el sector agropecuario colombiano se han exhibido tres fenómenos, uno positivo es que los agricultores tradicionales eligen nuevos modelos productivos que incrementan el valor agregado, el segundo fenómeno identificado es la falta de apoyo del gobierno y asesoría técnica, finalmente, como tercer fenómeno se encontró que los cultivos de Colombia carecían de mano de obra joven. (Aguilar & Galeano , 2018)

Teniendo en cuenta que el auge del uso de insumos agrícolas en los distintos cultivos ha tomado gran terreno en los últimos años, permitiendo así que la competencia del mercado de almacenes agrícolas crezca, muchos de estos comercios tienen algo en común, y es que se saltan un conducto regular de la cadena de distribución, permitiendo así generar mayor rentabilidad, siendo esto una ventaja notoria dentro de las actividades comerciales agrícolas, asimismo, teniendo en cuenta las principales ocupaciones mercantiles del Municipio de González que se desarrollan en pequeñas unidades de producción, comprendidas por la Caña panelera, el fríjol, el tomate, la cebolla y el café, se cree que en superficies agropecuarias (cultivos densos y cultivos limpios)

hay un total de 2.949 hectáreas y, que el principal centro de acopio de la producción es la ciudad de Ocaña, así como el principal proveedor de los insumos agrícolas para los campesinos gonzalenses, por tal motivo se deben dirigir hasta dicha ciudad, generándoles dificultades a la hora de adquirir los artículos necesarios para su actividad comercial.

Ya que el problema radica en la ausencia de un negocio que comercialice productos e insumos agrícolas que favorezcan la mejora del sector agropecuario del municipio, se encuentra la oportunidad de proyectar la creación de un almacén dedicado a dicha actividad dentro de González, para así permitir a los agricultores, quienes son los principales afectados, tener un fácil acceso a dichos componentes, ya que siempre han tenido que dirigirse hasta la ciudad de Ocaña, N. de S. para adquirir los materiales necesarios para sus cultivos, allí se encuentran los proveedores más cercanos, llevando consigo pérdida de tiempo y dinero en cuanto a transportes y horarios laborales, aumentando los costos de producción, por tal motivo se ve la necesidad de realizar una investigación de mercados, con el propósito de tener una visión clara y que permita conocer qué tan viable sería la prestación de dicho servicio, a los habitantes y campesinos de la zona, de esta manera los agricultores podrán lograr mayor eficiencia en la adquisición de insumos para sus cultivos y así obtener mejoras en la calidad de sus producciones.

1.2 Formulación del problema

¿Qué resultados se obtendrán al realizar una investigación de mercados para determinar la aceptación de un almacén de insumos agrícolas en el municipio de González, Cesar?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Realizar una investigación de mercados para determinar la aceptación de un almacén de insumos agrícolas en el municipio de González, Cesar.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar la aceptación de un almacén de venta de insumos agrícolas en el municipio de González, Cesar.
- Determinar la demanda de los productos agrícolas utilizados en el municipio de González.
- Establecer la oferta de productos agrícolas necesaria para la población gonzalense.
- Analizar la tendencia de la mezcla de mercado, como son las 7 P del marketing mix.

1.4 Justificación

Con esta investigación se busca analizar el grado de aceptación por parte de los agricultores del municipio de González, Cesar respecto a la oportunidad de contar con un almacén de venta de productos e insumos agrícolas, puesto que ellos serán los principales beneficiados, teniendo en cuenta la reducción de costos y tiempo que éste les brindaría, ya que

no tendrán que dirigirse hasta la ciudad de Ocaña, N. de S. como habitualmente se ha hecho durante años, disminuyendo además los costos de producción.

Teniendo en cuenta que el problema radica en que dentro del municipio de González no existe un negocio dedicado a la venta de los productos e insumos necesarios para los cultivos de la zona, que beneficie y ayude a la reducción de costos a los campesinos, ésta investigación permitirá analizar el mercado y así determinar la factibilidad de éste tipo de negocio; como menciona Montero, M. (2017) en la importancia de la investigación de mercado “La investigación de mercado ayuda a detectar las oportunidades de mercado en un definido sector y en otras palabras bastante interesante si deseas entrar en una zona definida de mercado o mejorar tu postura en ella. Además, esta clase de estudios ayuda en la reducción del peligro en el momento de hacer negocios, ya que contando con una lista más grande y más específica de datos sobre un definido producto o un sector concreto las elecciones tienen la posibilidad de tomar con más entendimiento de causa.” (Montero, 2017)

Es necesario resaltar que dentro de este documento se podrá identificar el análisis de la problemática expuesta, la solución y de igual modo todo el marco que comprende la idea, constantemente y una vez que la investigación de mercados sea ejecutada se determinará el grado de aceptación, la viabilidad del plan y la demanda y oferta presente de los agricultores por un almacén de estas propiedades, todo esto conducirá a la caracterización del negocio de agro-insumos determinados para los cultivos presentes en la zona, ya que de esta forma los horticultores podrán conseguir con facilidad los artículos que sus cultivos requieren para mejorar la producción.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Conceptual.

Para la realización de la presente investigación de mercados se implementarán los conceptos y herramientas pertinentes que la conforman, así como todo el entorno que compone el ambiente agrícola como lo es: investigación e inteligencia de mercado, caracterización de mercado, competencia, estrategias de mercadeo, empresa comercializadora y artículos e insumos agrícolas.

1.5.2 Operativa.

Se trabajará con una investigación de tipo descriptiva, con enfoque cuantitativo, utilizando como método de recolección de datos una encuesta estructurada, que será aplicada a los agricultores de la zona; En el cumplimiento de los objetivos de esta investigación de mercados se pueden ver afectados por diferentes factores, como la falta de tiempo por parte de los encuestados a la hora de responder al instrumento diseñado. En tal caso que, durante el desarrollo del mismo, se presente algún otro inconveniente que amerite mejoras relevantes, se consultará con el director y se llevarán a cabo.

1.5.3 Temporal

La presente investigación se efectuará en un periodo de ocho (8) semanas a partir de la aprobación del anteproyecto, durante el primer semestre del año 2022.

1.5.4 Geográfica

La realización de la investigación de mercados será desarrollada en el municipio de González, Cesar.

Capítulo 2 Marco referencial

2.1 Marco Histórico

2.1.1 Historia insumos agrícolas a nivel mundial

Según del Valle (2004) la agricultura es una industria altamente asistida. Estas subvenciones se administran de diversas formas, mediante el sostenimiento de los precios, las barreras comerciales, las restricciones cuantitativas a la producción, las subvenciones a las fábricas y los pagos presupuestarios directos. Por esto, uno de las metas primordiales del trabajo que hace la OCDE en la materia es justamente detectar los precios de estas políticas (particularmente el precio específico apoyo financiero a la agricultura, que alcanzó los 580.000 millones de dólares en 1999 y respaldará los ingresos en alrededor del 40%).² Medidas de la OCDE para interacción de eficiencia en las transferencias muestran una imagen poco alentadora, debido a que cada dólar adicional que el campesino obtiene representa una erogación de los contribuyentes de 5 dólares. En 1987 la OCDE arrojó una idea de reforma agrícola que orienta sus trabajos, con cualquier triunfo en términos de la reducción del costo de apoyo y del cambio de políticas de subsidios a transferencias directas. (p. 65).

Sin embargo, esto no es suficiente, ya que una mayor competencia en el mercado agrícola no asegura lo mismo para la industria alimenticia. Además, hubo una reversión de políticas, sobre todo como resultado de los bajos precios de los productos agrícolas, que se ubican en un

35% bajo (oleaginosas, maíz y puerco, sobre todo) durante los pasados tres años. Por esto, las naciones de la OCDE no resistieron la tentación de incrementar la ayuda del gobierno.

En la Alianza Europea, uno de los acontecimientos más relevantes ha sido el Consenso de Berlín en marzo de 1999, por medio del cual suavizó los recortes a los apoyos al productor y amplió el calendario de supresión de los mismos. Sin embargo, esta reversión de políticas, ha incluido un positivo techo a los costos agrícolas. Además, reorganizó las subvenciones a la producción y a los insumos de una manera menos probable que distorsionara los pagos directos.

Estas políticas crearon una presión a la baja sobre los productos agrícolas. Este mercado pertenece a los más salvaguardados. En el nivel internacional, los subsidios a la exportación provocaron la disminución de precios, y países como la República Checa, Polonia e India utilizan altos aranceles.

El costo de asistencia sectorial tiene los siguientes efectos:

- Consumidores que tienen que pagar precios más altos por algunos bienes y que, por tanto, sus patrones de consumo son distorsionados.
- Otras industrias domésticas que tienen que pagar mayores precios por sus insumos y competir por apoyos gubernamentales. Estas políticas redujeron los precios de los productos agrícolas.

- El impacto negativo que se genera en el medio ambiente. Claramente, los productores sin apoyo se han vuelto mucho más conscientes de su uso de agua, fertilizantes y otros insumos agrícolas.

Por todo lo anterior, la ocde ha subrayado, en materia agrícola, que el sistema debería estar orientado al mercado para ser benéfico y permitir a los agricultores reconocer las señales que distingue a este mercado y qué interesa a los consumidores para tomar la mejor decisión.

Otra de las áreas revisadas por la ocde son los créditos a la exportación. Dichos integran el financiamiento directo, apoyo de tipo de cambio y garantías o seguros. USA es el que más usa dichos créditos. (p. 66)

2.1.2 Historia insumos agrícolas a nivel nacional

Según Valencia A. (2019) El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) plasma dentro de su reglamento estratégico para para la transformación del campo de Colombia 2018-2022 la utilización de tácticas para conseguir una productividad y competitividad más grande según las ocupaciones productivas. El pilar Productividad + Productividad = Competitividad, enmarca como tácticas, el ordenamiento de la producción, el desempeño sanitario y fitosanitario y la administración integral de peligros agropecuarios. Este perfil se ocupa del grado de peligro agrícola asociado a los insumos agrícolas, teniendo presente lo delicado del entorno mercantil, como por ejemplo cambios en precios y en el tipo de cambio, entre otros componentes.

La FAO estima que para 2050 se necesitarán casi un 50% más de alimentos para alimentar a 9.700 millones de habitantes en todo el mundo, una gran oportunidad para Colombia, cuya tierra es apta para la agricultura. De allí la necesidad de incrementar la productividad del sector, lo que únicamente va a ser viable por medio de la implementación responsable de los recursos naturales y una mejor efectividad en la innovación, tecnificación y utilización de insumos agropecuarios.

Los productos agrícolas tienen un efecto directo sobre la productividad y la competencia al afectar los precios de producción, lo que conlleva el riesgo de afectar la eficiencia y productividad de las actividades agrícolas y, por ende, los ingresos de los productores.

Lograr la eficiencia en el uso de insumos agrícolas es uno de los objetivos más importantes de la política nacional del gobierno para el período 2018 - 2022. Esto requiere el uso de profesiones orientadas a facilitar la membresía y generar un uso eficiente, racional y sostenible de los insumos agrícolas por parte de productores.

Asimismo, deben crearse dispositivos y servicios que favorezcan las condiciones de venta internas y externas, por ejemplo, facilitando el ingreso de información específica del mercado sobre los costos de producción., gracias al mecanismo de interacción entre sistemas de información. (p. 4)

2.1.3 Historia insumos agrícolas a nivel regional

Según Medina M. (2011) el crecimiento del auge algodonerero en el territorio colombiano se extendió en el departamento del Cesar entre las décadas de 1960- 1970. La revolución verde ha sido el punto de referencia que se usó y se destacó por la estructuración de las actividades agrarias, la utilización de semillas de elevada calidad, y la añadidura de productos como fertilizantes y plaguicidas. Las normatividades de los nuevos modelos agrarios determinaron la comprensión de los efectos sobre el medio ambiente en la extensión algodonerera del Cesar, pues incrementaron el uso de tecnologías adversas a las condiciones biofísicas del territorio y a la salud humana. La producción algodonerera presentó las mismas dificultades ambientales en zonas como Centro América, México y otros países de Sur América como: la deforestación, la degradación del suelo y la contaminación. Dichas políticas de adquisición del modelo de revolución verde se estimularon y soportaron desde un principio por el régimen, y más adelante gremios de agricultores que obtuvieron poder político y económico. Los beneficiados de este nuevo modelo económico fueron las productoras multinacionales de maquinaria y agroquímicos, comercio que crecía a la par del incremento de los factores que incidían en el territorio agrícola.

(p. 3)

2.1.4 Historia insumos agrícolas a nivel local

Teniendo en cuenta el Plan de Desarrollo Municipal de González (2020) El municipio de González tiene una gran riqueza natural en recursos hídricos forestales que se han venido deteriorando con las talas y quemas que se realizan para dar paso a cultivos comerciales, en los cuales se emplean insumos agroquímicos que producen la contaminación de las aguas y el aire,

con perjuicios para la salud de la población por la incidencia en enfermedades de tipo respiratorio y gastrointestinales.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto la administración ha querido sensibilizar a la población mediante el apoyo de las diferentes secretarías y dependencias adscritas, en cuanto a la formación de los niños niña y, adolescentes para que se concienticen de la problemática actual del medio ambiente y en el desarrollo de políticas comunitarias para cuidar los recursos naturales.

En las escuelas y el colegio se ha adelantado procesos con los estudiantes para fomentar el cuidado del medio ambiente, a través de charlas, caminatas ecológicas, limpieza de quebradas, siembra de árboles, el objetivo primordial es que los estudiantes generen propuestas para cuidar su entorno mediante el ahorro del agua, ahorro de energía, reciclar basuras para que estos conocimientos sean aplicados en su vida diaria. (P. 69)

La venta a través de intermediarios es otra desventaja para el pequeño y mediano productor ya que son quienes reciben las mayores ganancias. Nuestros propios agricultores por no estar asociados, pierden muchas de los beneficios de la economía de escala, tanto a grado de las compras de sus insumos como en la venta de sus productos. Los destinos de la producción son mercados locales es decir en las tiendas ubicadas en el sector urbano y la venta y distribución directamente en las fincas y en el mercado público de Ocaña y una parte para el autoconsumo. El principal esquema de suministro en los procesos comerciales es: productor – distribuidor – minorista – cliente y los principales compradores son intermediarios. La mayor deficiencia de los

productores es el mercadeo, dado que se presenta una buena calidad del producto y una experiencia de muchos años, pero no se estabilizan los precios, con la presencia de una intermediación alta y márgenes de comercialización bajos. Los precios que se manejan son los del mercado público de Ocaña. (p. 103)

2.2 Marco contextual

2.2.1. Descripción física

Dentro del Plan de Desarrollo Municipal de González (2020) especifica que el municipio de González está ubicado al sur del departamento del Cesar, limitando con el departamento de Norte de Santander por el norte, oriente y occidente y con el municipio de Rio de Oro (Cesar) por el sur. Sus coordenadas geográficas son 8°23' Sus coordenadas geográficas

Extensión: la extensión territorial es de 7.520 hectáreas (75.2 km²), de los cuales 4.2 km² son del área urbana y 71 km² son del área rural.

Relieve: La topografía municipal es de montaña en un 60% y de lomerío de 40%. Lo constituyen dos zonas paisajísticas, una de montaña y otra de lomerío que forman parte de la Serranía del Perijá, en las estribaciones de la Cordillera Oriental.

Fecha de fundación: 25 de octubre de 1657

Población: Los estimativos de población, proyectados y certificados según Censo DANE 2018, para el año 2020, son de 4.295 habitantes, donde 1.322 son de la zona urbana y 2.973 de centros poblados y área rural dispersa.

La división política administrativa del municipio es la siguiente:

Corregimientos: Bujaravita, Búrbura, Culebrita, El Potrero, La Floresta, Mata de Fique, Montera, San Isidro, Vijagual.

Veredas: Bujuriamá, Cerro Azul, Cotorreras, El Chamizo, El Chorrón, El Oso, Paramillo, Quebrada Estancia, Salobritos, San Cayetano, Tequendama. (p. 22-25)

2.3 Marco conceptual

- Investigación e inteligencia de mercado: Según Report of the Definitions Committee del Journal of Marketing 1948 en Boyd y Westfall 1978 “La investigación de mercados es la compilación, el reconocimiento y el estudio de aquellos hechos relacionados con los problemas respecto a la transferencia y venta de bienes y servicios del productor a un determinado nicho consumidor” (Prieto, 2009)

- Competencia: La competencia se define como la capacidad de una persona, que posee distintos factores que utiliza para el cumplimiento de cierta actividad u objetivo dentro de cualquier área.

Este término también puede ser usado para aludir a otros contextos en donde distintos actores se enfrentan en un territorio y pretenden superarse. (Raffino, 2020)

- Empresa: se refiere a un organismo constituido, dedicado a una actividad productiva o suministro de bienes y servicios que son adquiridos o solicitados por distintos consumidores; de esta actividad se obtiene cierto beneficio monetario, en otras palabras, ganancias. (Raffino, 2020)

- Artículos e insumos agrícolas: los agroinsumos son materiales utilizados para llevar a cabo la producción y de igual forma para la reducción y control de plagas, mantenimiento y producción de distintos cultivos. En este sentido, son aquellos insumos que son asignados para saneamiento y nutrición de la producción agrícola y animal. (asp asepsia, s.f.)

- Agricultura: La agricultura es una actividad económica incluida dentro del sector primario, y en ella se mezclan todos aquellos actos necesarios, destinados transformar los terrenos que requiera mejorar su condición y así producir un aumento en la productividad del suelo, todo para la obtención de productos alimentarios, ya sean para un consumo directo para ser procesados industrialmente y generar un valor agregado adicional. (Raffino, 2020)

- Almacén: El almacén es un establecimiento que combina equipos de almacenaje, manipulación, medios humanos y de gestión, y permite regular la entrada y salida de las distintas mercancías. (MECALUX S.A., s.f)

- **Oferta:** puede definirse como un número de bienes o servicios producidos por una persona o empresa, que desean comercializar en mercados determinados, teniendo en cuenta las variaciones que surgan, a los cuales se les determina un precio y una necesidad a satisfacer.

(Raffino, 2020)

- **Demanda:** se refiere a la cantidad de bienes y/o servicios que es solicitada por los consumidores, para la satisfacción de sus necesidades o deseos. Estos bienes o servicios pueden variar, dicho eso se considera que ciertamente todos los seres humanos son demandantes.

(Raffino, 2020)

- **Mezcla de mercado:** La mezcla de mercadeo o mezcla de marketing involucra todas aquellas variables de decisión que dentro de su compañía son las que se tiene mayor control. Estas variables se fundamentan en torno al conocimiento absoluto de las necesidades presentes en un mercado de consumidores. También son conocidas como las 4 P: Producto, Precio, Plaza, Promoción y publicidad. (Martinez, 2018)

- **Campesino:** Se refiere a esa persona que realiza actividades dentro de una zona agrícola, que tiene por objetivo la producción alimentaria o ganadera, así como sus derivados. Por lo general los campesinos producen ya sea para consumo propio, como para comercializar y así obtener una ganancia. (Bembibre, 2009)

2.4 Marco teórico

Dentro de la investigación y como soporte de la misma se tendrán en cuenta las siguientes teorías e investigaciones relacionadas a la temática:

2.4.1 Teoría del marketing mix o teoría de las 7P.

El marketing mix está conformado por las populares 4 P's, conocidas como, Product (producto), Price (precio), Place (distribución) y Promotion (promoción). De acuerdo con Marketing mix, cuya compañía dedicada a la producción o prestación de servicios debe apoyarse en dichas variables para poder alcanzar las metas comerciales establecidas. Pero para conseguir el éxito es importante que los cuatro elementos se coordinen en una estrategia empresarial conjunta. A continuación, explicaremos qué son las 4P's una a una.

Las 4P's del marketing mix:

Producto: los productos y servicios proporcionados por determinada empresa son los factores de ingresos y sostenibilidad del negocio. El producto debe estar diseñado para la satisfacción de las necesidades de su consumidor principal. Además de su utilidad y relevancia, hay que tener en cuenta otros factores importantes, como el embalaje, la garantía o el servicio de atención al cliente.

Precio: el precio es un factor decisivo para el consumidor y la empresa, siendo este su principal factor de ingresos. Lo importante aquí es establecer un valor que los clientes acepten

pagar y que genere beneficios a la empresa. Así mismo, existen factores a considerar la como los productos requeridos y la competencia existente en el sector de impacto.

Distribución: el proceso de distribución es aquel donde los artículos son entregados a los consumidores potenciales. Es de vital importancia que la empresa escoja una estrategia de distribución que más beneficie su sistema económico.

Promoción: el manejo de la información y todo lo relacionado con determinado producto y/o servicio o la ubicación de los mismo son componentes que fortalecen la oferta de los mismos, o sea, aquellas actividades que realiza una compañía para darlo a conocer y aumentar sus ventas. (McCarthy, s.f)

Actualmente, (UP Postgrados Empresariales, 2019) menciona la adición de 3 P, tácticas que amplían un poco más la generalización y funcionamiento del marketing mix, estas son:

- Personal
- Proceso
- Presentación

Personal: compuesto por aquellos que ofrecen un valor comercial con la venta y la atención al cliente, tú mismo inclusive. Todos éstos factores aseguran una buena experiencia para el consumidor y así logras que ellos mismos promocionen tu marca, estos consumidores serán importantes ya que se encargaran de pasar la voz sobre la actividad comercial que ofreces.

Proceso: indica los métodos implicados en la distribución de los artículos que satisfacen las necesidades requeridas por los clientes. De este modo, se logra mantener un nivel estratégico en el acceso de los mismos.

Mantener un correcto proceso garantiza que:

- Mantendrás continuamente el mismo rango de tención a tus clientes.
- Lograras mayor eficiencia en el ahorro de tiempo y dinero.

Presentación: es la demostración estructural, en otras palabras, aquello con lo que se relacionan los clientes respecto a tu negocio. Dentro de esto podemos apreciar:

- El entorno físico donde se consigue el producto o servicio.
- El diseño o diseño de interiores.
- Las características visibles sobresalientes o peculiares.
- La marca.

Esto también se refiere a tu personal, su presentación y desempeño en la atención. Ten en cuenta como el diseño, los accesorios y la señalización de tu tienda pueden reforzar tu marca y aumentar sus ventas.

2.4.2 Ley de la demanda y la oferta

Esta ley es un indicador en la cual se soportan los factores económicos del mercado. Aquí se representa la relación de la demanda requerida y la proporción ofertada de determinado producto sin descuidar el precio al que será vendido.

De esta forma, de acuerdo con el precio al que se encuentre un bien dentro del mercado, los comerciantes están dispuestos a adaptar un número definitivo para dicho artículo. Al igual que los demandantes (los que compran) permanecen dispuestos a mercar un número definido de aquel bien, dependiendo del costo. El punto donde existe un equilibrio, teniendo en cuenta que los demandantes compran las mismas unidades que los oferentes fabrican, por el mismo precio, se llama equilibrio de mercado o punto de equilibrio.

De este modo, ambas curvas, oferta y demanda, reflejan la variación entre las cantidades, evidentemente, de acuerdo al valor existente de dicho bien. (Sevilla, s.f)

2.4.3 Estado del Arte

Dentro de las investigaciones relacionadas encontramos lo siguiente:

El “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL ALMACEN AGRÍCOLA Y FERRETERO FERREAGRO EN LA CIUDAD DE PEREIRA, TENIENDO EN CUENTA LA POBLACIÓN DEL ÁREA METROPOLITANA CENTRO OCCIDENTE Y SANTA ROSA DE CABAL.”

Realizado por Aguilar y Galeano (2018) que lleva los siguientes objetivos generales y específicos:

Objetivo general: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos agrícolas y ferreteros en la ciudad de Pereira, teniendo en cuenta la población del Área Metropolitana Centro Occidente y Santa Rosa de Cabal.

Objetivos Específicos

- Elaborar un estudio de mercados para el Almacén Agrícola y Ferretero FerreAgro
- Determinar la viabilidad técnica del Almacén Agrícola y Ferretero FerreAgro
- Determinar la viabilidad administrativa y legal del Almacén Agrícola y Ferretero FerreAgro
- Determinar la viabilidad económica y financiera del Almacén Agrícola y Ferretero FerreAgro

Obteniendo los siguientes resultados: Según un análisis de mercado llevado a cabo por medio de un instrumento de recolección de datos de encuestas con un 65,1% de los encuestados que escogieron Mien Trung, además, MERCASA carece de una ferretería en sus instalaciones, con el resultado de que los consumidores del mercado objetivo no deben viajar a otros sitios para hallar esta clase de productos. Según con una averiguación organizacional, la tienda contará con un personal enormemente calificado que incluye un comercial que está plenamente preparado para confrontar cualquier problema, ya que el punto de comercialización desea especializarse y diferenciar el orientación especializado como elemento de diferenciación con el comprador, y

además el agrónomo de fábrica que dispondrá de la bodega va a ser el delegado de ir a los agricultores Externos, caracterizar el estado de las fincas en lote y brindar retroalimentación clara, instantánea y eficiente a los consumidores y de manera directa en su región. Se puede concluir que este plan es probable y posible ya que, según la investigación de mercado, el depósito es un plan probable gracias a la creciente condición del mercado. (Aguilar & Galeano, 2018)

El “PLAN DE NEGOCIO DE UNA COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS PROVENIENTES DEL MUNICIPIO DE CALIFORNIA SANTANDER.” Realizado por Villamizar (2019) que plantea los siguientes objetivos generales y específicos:

Objetivo General. Estructurar una idea de negocio de una productora y distribuidora de agroinsumos provenientes del municipio de California, Santander.

Objetivos Específicos.

- Evaluar investigaciones de mercado y censos en California Santander para referenciar necesidades del sector y posibles soluciones a las insuficiencias de comercialización de productos agrícolas.
- Estudiar técnicamente las estructuras que se necesitan y los recursos necesarios para la comercialización y distribución de productos agrícolas en el municipio de California Santander.
- Ejecutar un estudio financiero para evaluar la factibilidad de comercialización y distribución de productos agrícolas del municipio de California Santander.

- Elaborar el lienzo de modelo de negocios CANVAS que facilite la descripción de la propuesta de valor, la infraestructura, los clientes y las de la idea de negocio en materia de comercialización y distribución de productos agrícolas del municipio de California Santander.

Obteniendo los siguientes resultados: Aunque el nivel de inversión inicial por parte de la empresa es alto, se ve latente la necesidad de comprar productos de alta calidad y a un costo más bajo, indicando esto que al conocer los productos y observar su rentabilidad esta índice ira en aumento día a día, por lo que la inversión y creación de la empresa es muy viable.

Respecto a la investigación técnica llevada a cabo se consigue localizar el depósito en una zona estratégica el momento de ejecutar la idea comercial (Villamizar, 2019)

El “ESTUDIO DE MERCADO DE INSUMOS AGRÍCOLAS PARA POSICIONAMIENTO Y CRECIMIENTO DE UNA EMPRESA CON FINES DE RENTABILIDAD EN LA ZONA DEL CANTÓN BUENA FE” realizado por Carriel (2018) que plantea los siguientes objetivos:

Objetivo General. Elaborar un estudio de mercado de insumos agrícolas, con énfasis en los cultivos de (palma africana, piña, jengibre, banano, cacao y maíz), buscando nichos de mercados para el posicionamiento de una empresa en la zona del cantón Buena Fe.

Objetivos Específicos

- Determinar la oferta y la demanda de los insumos agrícolas para los cultivos en estudio.

- Establecer la demanda insatisfecha con fines de captación de nichos de mercados.
- Establecer el grado de aceptación, volumen de venta y rentabilidad de la empresa de agroquímicos.

Obteniendo los siguientes resultados: Del análisis de la información alcanzado en el estudio de mercado se puede observar que durante el presente estudio se analizó el comportamiento del mercado del cantón Buena Fe, el cual mostró la existencia de una demanda insatisfecha, ya que no cuentan con un stock de insumos agrícolas suficientes que sus cultivos requieren con una oferta deficiente de 197 litros de evengreen para el cultivo de maíz y palma africana y 342 litros de basacote plus 9M específicos para maíz y palma africana, concordando con Carl & Gates (2005), mencionan que mediante la investigación de mercados y la observación del comportamiento del mismo permite identificar y definir las oportunidades y los problemas.

La Agroservicios “Vásquez” está ubicada en Fumisa y capta a los agricultores dedicados a los cultivos de piña, maíz y cacao; mientras que la Agroservicios “Ubilla” está en un sitio estratégico en el centro del cantón Buena Fe atendiendo a los agricultores de las zonas aledañas y que producen jengibre, banano, palma africana, maíz, cacao y piña.

La rentabilidad alcanzada por las empresas Agroservicios “Lara” 33% y “Ubilla” 31% dependen de los ingresos totales y los costos generados en las actividades productivas y comerciales, se evalúa por diferencia entre ambos rubros (ingresos – costos). (Carriel, 2018)

2.5 Marco legal

Con el fin de estructurar la parte legal de la investigación se tendrá en cuenta las características del proyecto, así mismo los medios legales como son la Constitución Nacional y el Código de Comercio, la normatividad del ICA y los permisos de uso de suelo pertinentes, información suministrada por la oficina de planeación de la alcaldía municipal de González para un establecimiento comercial.

2.5.1 Constitución Política de Colombia.

Art. 25. El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas.

Artículo 65. La producción de alimentos gozará de la especial protección del Estado. Para tal efecto, se otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales, así como también a la construcción de obras de infraestructura física y adecuación de tierras.

De igual manera, el Estado promoverá la investigación y la transferencia de tecnología para la producción de alimentos y materias primas de origen agropecuario, con el propósito de incrementar la productividad.

Art. 78. La ley regulará el control y calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.

Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

2.5.2. Código de Comercio colombiano.

Artículo 10. Comerciantes – Concepto - Calidad. Se considera comerciante a aquellas personas que se desempeñan dentro de las actividades consideradas por la ley como mercantiles. La cualidad de comerciante se obtiene, aunque el ejercicio comercial se produzca a través de apoderados, intermediarios o interpuesta persona.

Artículo 12. Individuos habilitados o inhabilitados para practicar el ejercicio comercial. Todo aquel que según las leyes comunes tengan la competencia para obligar y contratar, posee habilidad en la ejecución del comercio; las que con arreglo a esas mismas leyes sean incapaces, son inhábiles para ejecutar actos comerciales.

2.5.3 Normatividad ICA (Instituto Colombiano Agropecuario)

Resolución 1167 de 2010. Por la cual se instauran los requisitos, para que las personas diligencien el registro y control de los establecimientos pertenecientes a los mismos y se dedique la venta insumos agropecuarios en general.

Artículo 3. Definiciones. Se tendrán en cuenta para efecto de la presente resolución las definiciones allí presentadas.

Resolución 3079 de 1995. Que mediante las reglamentaciones que se han dictado para la industria, comercio y aplicación de insumos biológicos y productos afines, fertilizantes, enmiendas, acondicionadores de suelos y productos afines, plaguicidas químicos, reguladores fisiológicos, auxiliares agrícolas y productos afines.

Artículo 25. Todo individuo natural o jurídico que comercialice productos a los cuales refiere la actual resolución, es su deber acatar con las obligaciones ahí descritas.

Capítulo 3 Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

Esta investigación es de tipo descriptiva, ya que se trabajará sobre la realidad del hecho o sobre el impacto que produce la falta de un almacén agrícola en el municipio de González y los cuales son establecidos mediante la aplicación de una encuesta a los habitantes de dicho territorio; ya que se identifica la falta de este tipo de servicios en este lugar.

Además, esta clase de investigación permite manifestar las características que emparejan los distintos recursos, elementos y su interrelación en relación a la problemática de dicho proyecto.

3.2 Población y Muestra

3.2.1 Población

La población objeto del proyecto la constituyeron los habitantes del casco urbano y rural del municipio de González, conformada por 4.295 personas registradas, de las cuales 1.322 viven en la cabecera municipal y 2.973 en la zona rural, información obtenida en la alcaldía municipal.

3.2.2 Muestra

Para conocer el total de la muestra se utilizará la fórmula de población finita y la fórmula de coeficiente muestral para identificar el número de personas a las cuales se les aplicará el instrumento de recolección de datos.

3.2.2.1 Fórmula de Población Finita.

$$n = N (Zc)^2 * p * q$$

$$(N - 1) * (E)^2 + (Zc) * p * q$$

Donde:

n = muestra

N = población dada en el estudio = 4.295 habitantes

Zc = Indicador de confianza = 95% = 1,96

p= Proporción de aceptación = 50% = 0,5

q= Proporción de rechazo = 50% = 0,5

E = Error poblacional dispuesto a asumir = 5% = 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 (4.295) * (0,5) * (0,5)}{(4.295 - 1) * (0,05)^2 + (1,96) * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416) (4.295) * (0,25)}{(10,735) + (1,96) * (0,25)}$$

$$n = \frac{16.499,7 * (0,25)}{10,735 + 0,49}$$

$$n = \frac{4.124,93}{11,225}$$

$$n = 367,5 = 367$$

Luego de realizar la fórmula de población finita se determina que se les aplicará el instrumento de recolección de datos a 367 habitantes entre la zona urbana y rural del municipio de González, Cesar.

3.2.2.2 Formula de Coeficiente Muestral.

$$K = \frac{N}{n}$$

$$K = \frac{N}{N}$$

$$K = \frac{N}{n}$$

$$K = \frac{4.295}{367}$$

$$K = \frac{1.322}{367}$$

$$K = \frac{2.973}{367}$$

$$K = 11,7 = 12$$

$$K = 3,6 = 4$$

$$K = 8,1 = 8$$

Zona Urbana

Zona Rural

Luego de realizar la fórmula de coeficiente muestral se determina que se les aplicará el instrumento de recolección de datos a cada 4 habitantes del casco urbano y cada 8 habitantes de la zona rural del municipio de González, Cesar.

3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos

La técnica de recolección de datos escogido para esta investigación es la encuesta, por medio del instrumento, cuestionario, se seleccionó por ser la más adecuada para obtener información válida y confiable.

3.4 Análisis de información

Los datos recolectados luego de la implementación de la encuesta se analizará cuantitativamente respecto a los medios más factibles para nuestro servicio de venta de insumos y productos agrícolas por medio del conteo y tabulación estadística de las respuestas, tomándose como apoyo la información de las preguntas hechas a los diferentes habitantes sobre los diferentes aspectos correspondientes a la aceptación de un almacén en la cabecera municipal y rural del municipio de González, Cesar.

Capítulo 4 Presentación de resultados

La información recolectada mediante la aplicación del instrumento de recolección de datos se analizó cuantitativamente, se conoció la aceptabilidad y percepción sobre el almacén de insumos agrícolas a través del conteo y tabulación estadística de las respuestas, tomándose como apoyo la información de las preguntas hechas a los diferentes habitantes del municipio de González sobre los diferentes aspectos correspondientes a la búsqueda del grado de aceptación de un local comercial que ofrece dichos servicios.

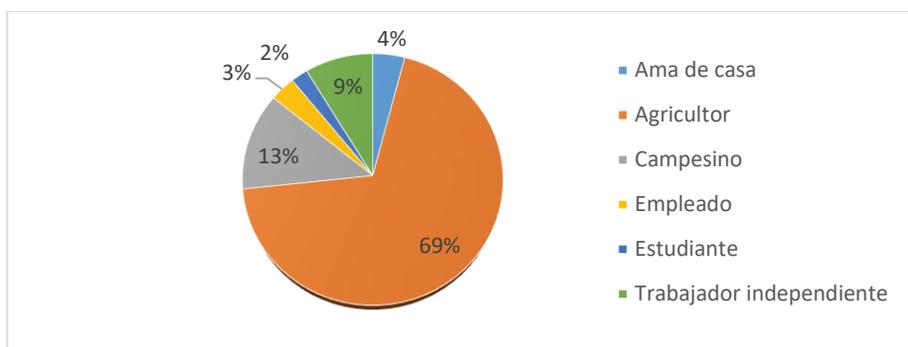
4.1 Aceptación de un almacén de venta de insumos agrícolas en el municipio de González, Cesar.

Tabla 1

Ocupación

DATOS	CANTIDAD	%
Ama de casa	15	4%
Agricultor	254	69%
Campeño	46	13%
Empleado	12	3%
Estudiante	8	2%
Trabajador independiente	32	9%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 1*Ocupación*

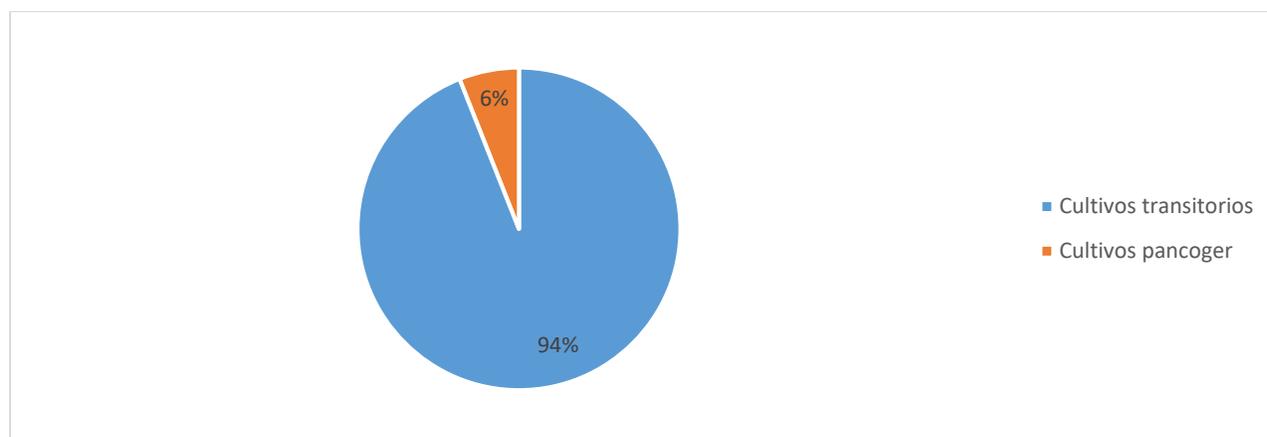
Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

La figura anterior nos muestra que del total de los habitantes encuestados del municipio de González están comprendidos en un 82% por agricultores y campesinos, siendo que dicho territorio es gran proporción está constituido por zonas rurales en las cuales la principal vocación es agrícola, siendo ésta la actividad económica predominante frente a otras, en menor proporción encontramos empleados, trabajadores independientes, amas de casa y estudiantes.

Tabla 2*Cultivos*

DATOS	CANTIDAD	%
Cultivos transitorios	345	94%
Cultivos pancoger	22	6%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 2*Cultivos*

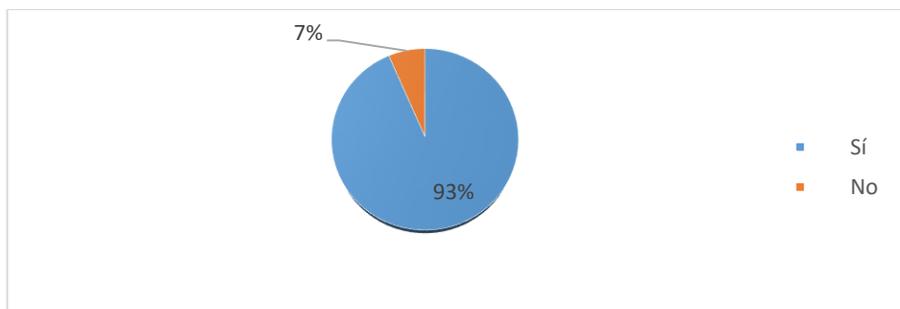
Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

De la figura anterior se entiende que un 94% de la población gonzalense tiene en sus territorios cultivos transitorios, destacando en mayor proporción el tomate, cebolla, pepino y caña, así mismo en menor proporción los habitantes tienen un 6% de cultivos tipo pancoger.

Tabla 3*Existencia de un almacén de insumos agrícolas*

DATOS	CANTIDAD	%
Sí	343	93%
No	24	7%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 3*Existencia de un almacén insumos agrícolas*

Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Satisfactoriamente un 93% de la población encuestada sí está de acuerdo con la existencia de un almacén de insumos agrícolas dentro del municipio de González permitiendo así evidenciar un gran porcentaje de aceptabilidad, en un 7% respondieron que no están de acuerdo.

Teniendo en cuenta las preguntas relacionadas a la aceptación de un almacén de insumos agrícolas, y ya que el agro es la fuente original de ingresos del municipio, se pudo demostrar que los gonzalenses respondieron acertadamente ante la idea de contar con un local comercial de ésta índole, siendo en mayor concentración agricultores y campesinos residentes de la zona dedicados a la siembra de cultivos transitorios como: tomate, cebolla, pepino, pimentón, ají dulce, frijol y la caña de azúcar y también de pancoger en menores proporciones pero igual de importantes.

4.2 Demanda de los productos agrícolas utilizados en el municipio de González.

Tabla 4

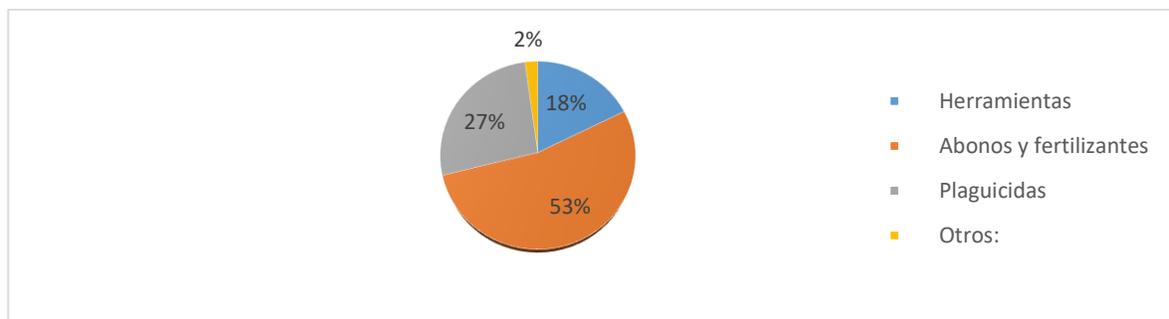
Productos e insumos adquiridos comúnmente

DATOS	CANTIDAD	%
Herramientas	65	18%
Abonos y fertilizantes	196	53%
Plaguicidas	98	27%
Otros:	8	2%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 4

Tipos de productos e insumos que adquiere



Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

De lo anterior se deduce que el 53% de los encuestados adquiere principalmente abonos y fertilizantes, un 27% compra plaguicida, así mismo un 18% herramientas y un 2% otros tipos de insumos para la manutención de sus cultivos, cabe mencionar que sería de gran importancia el

direccionamiento hacia el uso de insumos orgánicos ya que daría paso a una agricultura sostenible y responsable.

Tabla 5

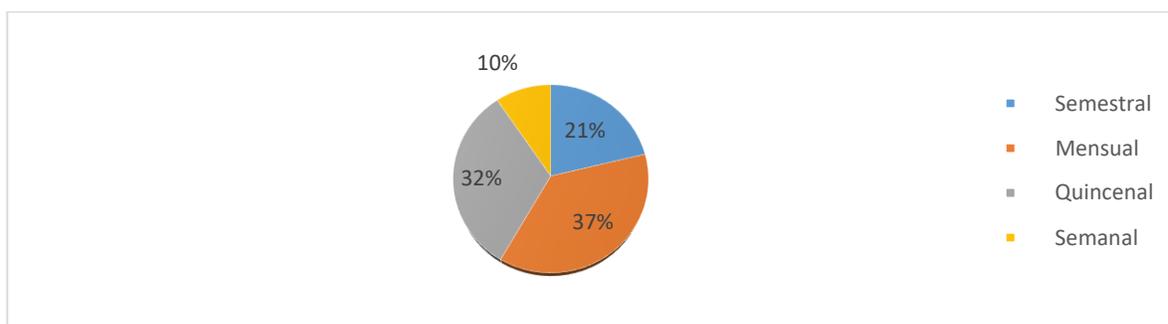
Frecuencia de compra de insumos

DATOS	CANTIDAD	%
Semestral	78	21%
Mensual	136	37%
Quincenal	118	32%
Semanal	35	10%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 5

Frecuencia en la compra de insumos agrícolas



Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

De la figura anterior se puede deducir que los agricultores y habitantes de la zona adquieren insumos agrícolas con una frecuencia del 37% mensual, seguido década quince días

con un 32%, un 21% semestral y un 10% semanal, dependiendo de la cantidad y la clase de cultivo que se posee.

Destacando los datos recolectados se puede deducir que la demanda de insumos dentro del municipio mayormente se encuentra la adquisición de plaguicidas, abonos y fertilizantes, así como herramientas para el mantenimiento de los cultivos, también se identificó la frecuencia de compra de los mismos.

4.3 Oferta de productos agrícolas necesaria para la población gonzalense.

Tabla 6

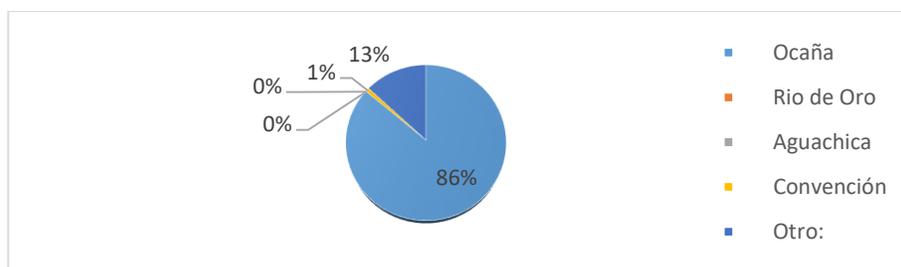
Municipios donde se adquieren los insumos agrícolas

DATOS	CANTIDAD	%
Ocaña	316	86%
Rio de Oro	0	0%
Aguachica	0	0%
Convención	3	1%
Otro:	48	13%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 6

Municipios donde adquiere los insumos agrícolas



Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

El 86% de los encuestados respondió que adquieren sus insumos en el municipio de Ocaña, N. de S. siendo que este se encuentra a 30 minutos de González, convirtiéndolo comercialmente, por su cercanía, en el principal centro de acopio de las producciones gonzalenses desde hace muchos años, aquí se encuentran también los proveedores de insumos más cercanos.

Tabla 7

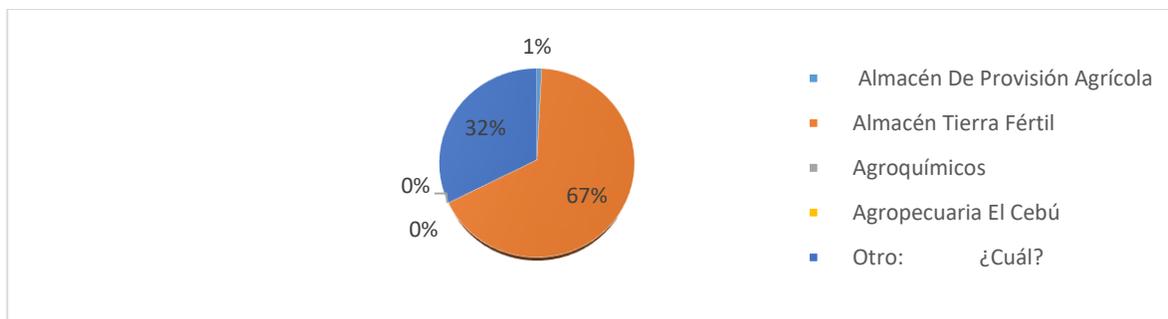
Locales donde adquiere sus insumos

DATOS	CANTIDAD	%
Almacén de Provisión Agrícola	3	1%
Almacén Tierra Fértil	245	67%
Agroquímicos	0	0%
Agropecuaria El Cebú	0	0%
Otro: ¿Cuál?	119	32%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 7

Locales comerciales donde adquiere los insumos agrícolas



Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

El 67% de los agricultores adquiere sus insumos agrícolas en el Almacén Tierra fértil ubicado en el municipio de Ocaña, dejándolo como el distribuidor mayorista en la zona, seguido los encuestados respondieron que adquieren sus insumos en locales comerciales con un 32%, distinto a los ofrecidos en las opciones, así mismo en el almacén provisión agrícola adquieren un 1% de insumos y con un 0% se encuentra Agroquímicos y Agropecuaria El Cebú.

Tal como se menciona en la tabla 6, los habitantes principalmente de dirigen hasta la ciudad de Ocaña, N. de S. para adquirir los insumos y compras necesarios para las producciones, siendo esto un factor que incrementa los costes productivos, siendo que los transportes tienen un valor de \$18.000 pesos ida y vuelta, aumentando así los costos adicionales de la producción alrededor de un 5%, incluyendo la pérdida del tiempo laboral de cada persona.

4.4 Tendencia de la mezcla de mercado, como son las 7 P del marketing mix

Tabla 8

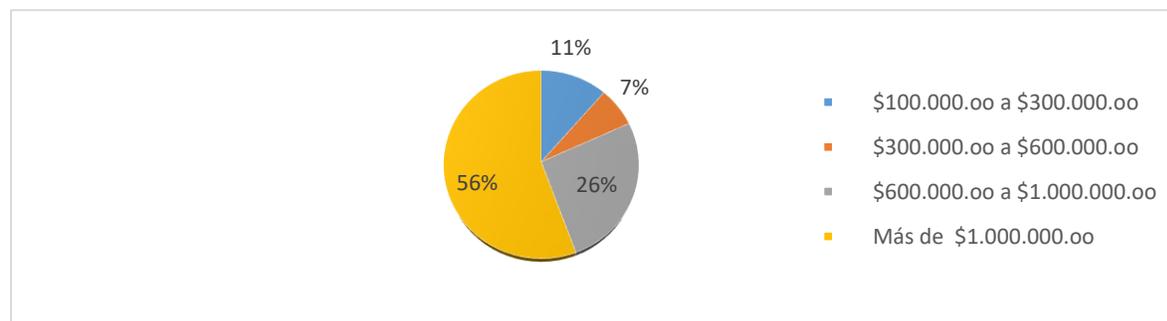
Inversión mensual de insumos agrícolas

DATOS	CANTIDAD	%
\$100.000.00 a \$300.000.00	42	11%
\$300.000.00 a \$600.000.00	25	7%
\$600.000.00 a \$1.000.000.00	96	26%
Más de \$1.000.000.00	204	56%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 8

Inversión mensual en insumos agrícolas



Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Como se observa en la figura anterior los encuestados en un 56% invierten más de un \$1.000.000.00 de pesos mensuales en insumos para sus cultivos, un 27% entre \$600.000.00 pesos y \$1.000.000.00 de pesos, un 11% de \$100.000.00 pesos y \$300.000.00 pesos y un 7% de

\$300.000.00 pesos y \$600.000.00 pesos, dependiendo del tamaño del cultivo que se posee y la asistencia que se le da.

Tabla 9

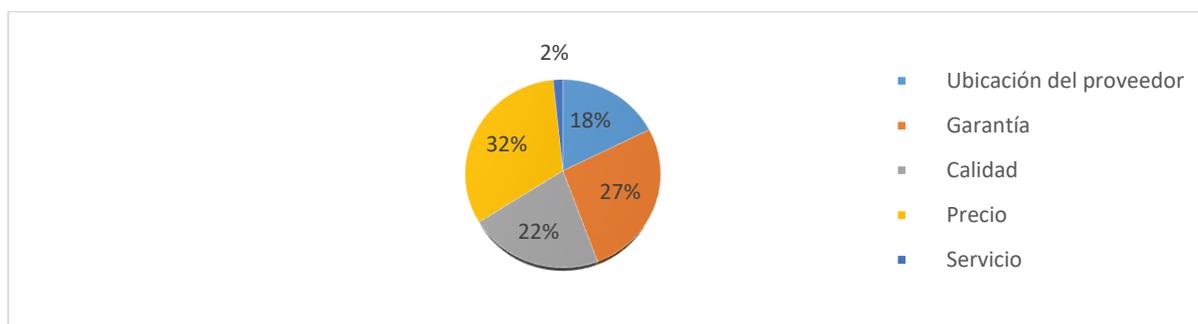
Factores importantes a la hora de comprar insumos

DATOS	CANTIDAD	%
Ubicación del proveedor	64	17%
Garantía	99	27%
Calidad	79	22%
Precio	119	32%
Servicio	6	2%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 9

Factores importantes a la hora de comprar productos



Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Un 32% de los encuestados considera como factor principal e importante el precio de los insumos adquiridos, también se destaca la garantía y la calidad del producto agrícola que

requieren, pero en un contexto general cada uno de los factores que se mencionan en la tabla 10 son de gran relevancia dentro de este tipo de comercios.

Tabla 10

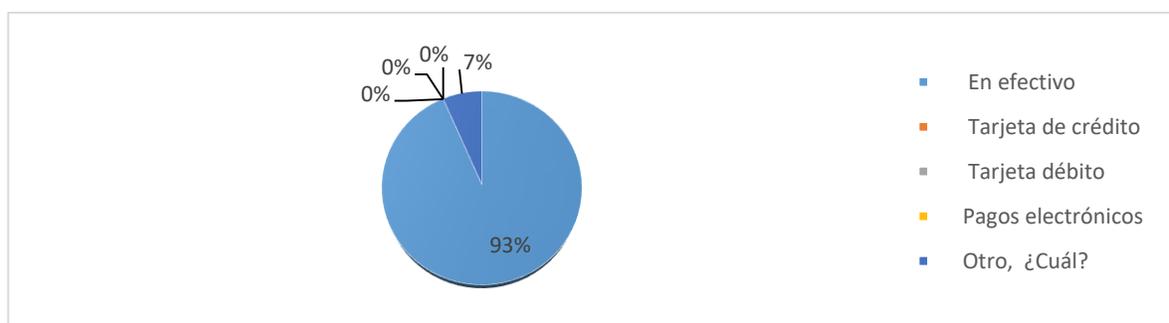
Forma en que se realiza el pago de los insumos

DATOS	CANTIDAD	%
En efectivo	343	93%
Tarjeta de crédito	0	0%
Tarjeta débito	0	0%
Pagos electrónicos	0	0%
Otro, ¿Cuál?	24	7%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 10

Forma en que se realiza pago de los insumos



Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

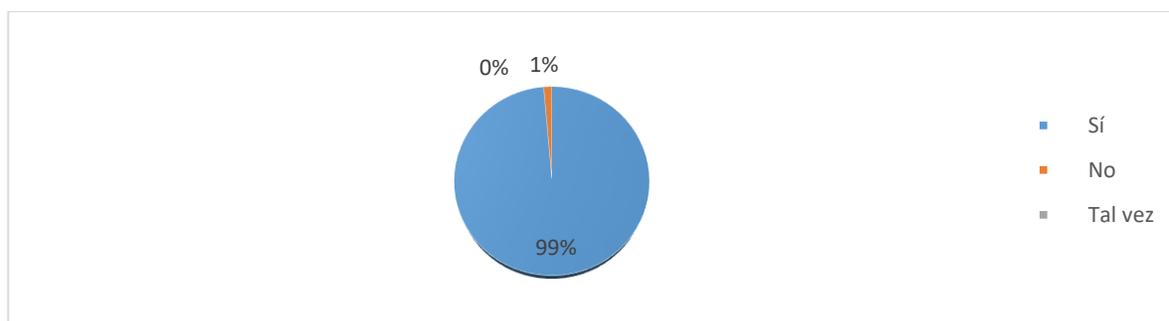
El 93% de la población encuestada realiza el pago de sus insumos en efectivo, dentro de esto debemos tener en cuenta los tiempos de producción agrícola, ya que dependiendo de la clase de cultivo que posean es la durabilidad de la cosecha, como mencionábamos en la figura 2 el 94% de los encuestados se dedica al cultivo de tipo transitorio el cual tiene una periodo de cosecha de alrededor de 1 año o incluso un par de meses, siendo así que esto determina la adquisición de dinero de los mismos y la facilidad para efectuar los pagos de los productos adquiridos.

Tabla 11

Manejo de servicio de crédito

DATOS	CANTIDAD	%
Sí	362	99%
No	5	1%
Tal vez	0	0%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 11*Manejo de servicio de crédito*

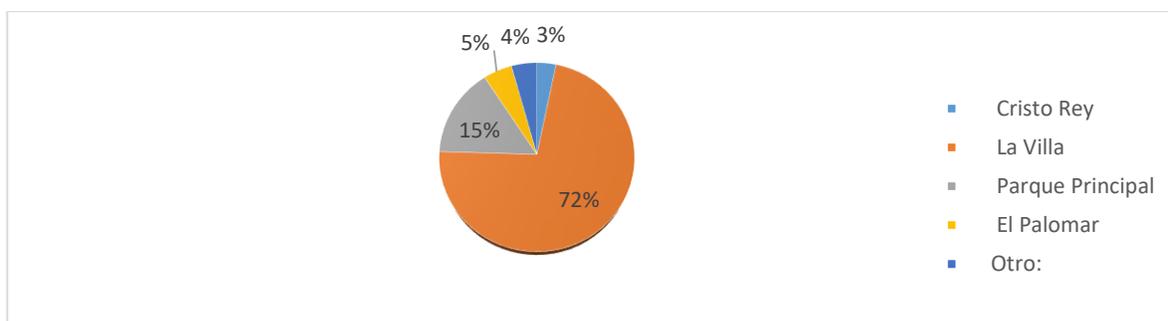
Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Como se puede observar el 99% de la población está de acuerdo con que se maneje un servicio de crédito en un almacén de éste tipo, ya que como mencionábamos anteriormente la adquisición monetaria de la venta de la cosecha la determina su periodo productivo.

Tabla 12*Ubicación del almacén*

DATOS	CANTIDAD	%
Cristo Rey	13	4%
La Villa	264	72%
Parque Principal	56	15%
El Palomar	18	5%
Otro:	16	4%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 12*Ubicación del almacén en González*

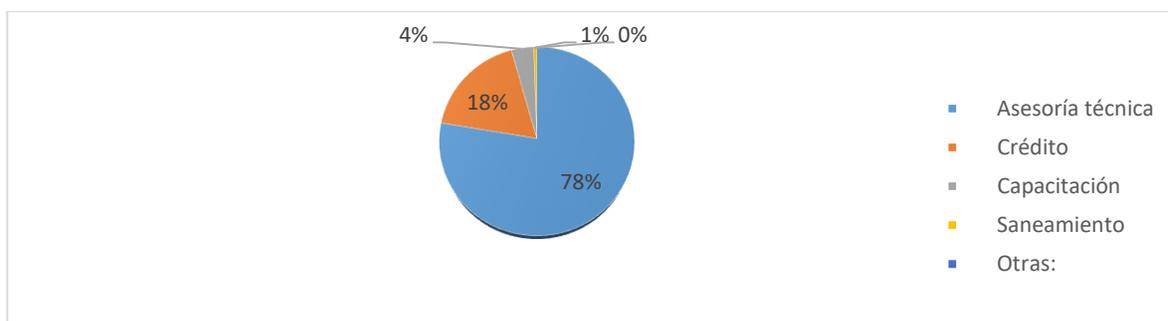
Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

La figura anterior nos muestra el porcentaje de respuestas respecto a la ubicación que consideran oportuna los encuestados, en primer lugar, está La Villa con un 72% siendo una ubicación estratégica y de fácil acceso para los habitantes del municipio, seguido el Parque Principal con un 15%, El Palomar con un 5%, otras ubicaciones con un 4% y el barrio Cristo Rey con un 2% de preferencia.

Tabla 13*Servicios adicionales preferentes*

DATOS	CANTIDAD	%
Asesoría técnica	284	77%
Crédito	67	18%
Capacitación	14	4%
Saneamiento	2	1%
Otras:	0	0%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 13*Servicios adicionales preferentes*

Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Dentro de la gráfica de servicios adicionales se observa un 78% de preferencia por asesorías técnicas, siendo que es de gran importancia el acompañamiento sobre el correcto uso de los productos agrícolas adquiridos, así como el manejo y recolección de los desechos producidos, este proceso se lograría implementando capacitaciones para educar en todo lo relacionado con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) los cuales educan sobre todo lo relacionado al manejo agrícola.

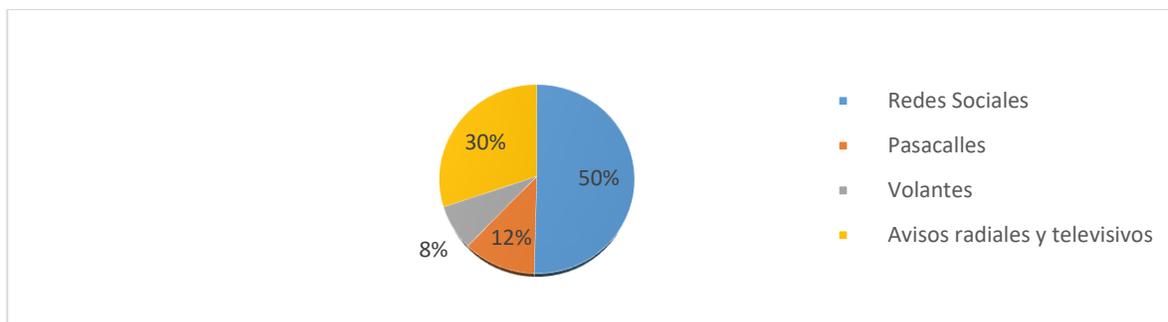
Tabla 14*Medios de publicidad e información*

DATOS	CANTIDAD	%
Redes Sociales	185	50%
Pasacalles	43	12%
Volantes	28	8%
Avisos radiales y televisivos	111	30%
	367	100%

Nota. Autores del proyecto, basada en la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Figura 14

Medios publicitarios y de información



Nota. Autores del proyecto, basada en las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de González.

Dentro de la gráfica de medios de información y publicidad se observa un 50% de preferencias por redes sociales, un 30% por avisos radiales y televisivos, 12% pasacalles y un 8% volantes.

Al realizar la encuesta se pudo identificar la relación de las 7P del marketing y realizar el siguiente análisis, estableciendo así los principales insumos como son: abonos y fertilizantes, también herramientas, se determinó la inversión que realizan comúnmente en dichas adquisiciones y en dónde serías la ubicación más viable para dicho local comercial, del mismo modo se determinaron los principales medios publicitarios, cabe destacar que dentro de estas observaciones se debe tener en cuenta que se requerirá personal idóneo y especializado en el área agrícola para así asegurar un excelente servicio a nuestros clientes, además de ofrecer eficiencia y eficacia con servicios adicionales y procesos de distribución de los insumos, todo esto de la mano de la presentación del establecimiento y de los productos del almacén.

4.5 Estrategias de desarrollo de los objetivos específicos

4.5.1 Identificar la aceptación de un almacén de venta de insumos agrícolas en el municipio de González, Cesar.

El municipio de González se distingue por la vocación agrícola y el desarrollo de la actividad comercial, se demostró que un 69% de la población se refiere a agricultores, es así como se convierten en la población objeto de estudio y principales clientes, así mismo, por el 13% que son campesinos, los cuales están dedicados a los cultivos de tipo transitorio, es por ello que con la ejecución de ésta investigación se pudo identificar la aceptación de un almacén de venta de insumos agrícolas en el municipio de González, Cesar, luego de aplicar el instrumento se determinó que ésta idea tiene una excelente aceptación por parte de la población gonzalense ya que se notó que gran porcentaje de los encuestados presentan gran dificultad a la hora de adquirir los insumos para sus cultivos, puesto que éste proceso les acarrea gastos adicionales y muchos otros inconvenientes, demostrando así con un 93% de aceptabilidad que esta alternativa de idea es de gran beneficio para los mismos.

4.5.2 Determinar la demanda de los productos agrícolas utilizados en el municipio de González.

Los productos que en mayor proporción están interesados en adquirir los agricultores corresponden a abonos y fertilizantes, también se identificó la demanda de los productos agrícolas utilizados en el municipio de González y se determinó la adquisición e inversión que realizan los habitantes para el mantenimiento y asistencia de sus cultivos, por ello se debe tener

en cuenta también los servicios adicionales identificados y otros que los clientes deseen sugerir, facilitando así una correcta comunicación con los mismos, dentro de este concepto se debe tener en cuenta el gasto adicional generado por los factores como son transporte y horarios laborales, los cuales están sujetos al aumento de los costos de producción.

4.5.3 Establecer la oferta de productos agrícolas necesaria para la población gonzalense.

Los datos recopilados permitieron analizar los municipios y almacenes en donde los habitantes del municipio adquieren sus productos, reflejando así mayor concentración en el municipio de Ocaña por su cercanía y manejo comercial en los locales de insumos agrícolas, así se pudo establecer la oferta de productos agrícolas necesaria para la población gonzalense, identificando el beneficio de la implementación de este local en cuanto reducción de costos productivos y que los principales insumos ofertados son para el sostenimiento y cuidado de cultivos transitorios, así como la búsqueda e implementación de orgánicos que contribuyan con el sostenimiento ambiental del territorio.

4.5.4 Analizar la tendencia de la mezcla de mercado, como son las 7 P del marketing mix.

Teniendo en cuenta las 7 P del marketing mix, se permitió identificar cada una de las variables que lo conforman y así mismo, se identificó que los principales productos a ofertar se componen por abonos y fertilizantes, así mismo plaguicidas y herramientas, otro aspecto a analizar fue el precio, respecto a porcentaje de las respuestas obtenidas, los habitantes y agricultores del municipio de González invierten entre \$600.000.00 pesos a \$1.000.000.00 de

pesos o más de \$1.000.000.00 de pesos mensualmente para la manutención, producción y manejo de sus cultivos demostrando así la renta y oferta de valores para el almacén.

En este sentido también se analizó la ubicación más conveniente, permitiendo establecer el barrio La Villa como la zona más viable para su punto físico, por su fácil acceso, para determinar los canales de publicidad más apropiados para dar a conocer todo lo relacionado con información servicios y demás aspectos de dicho almacén, se determinó que el uso de las redes sociales, avisos radiales y televisivos son los medios más adecuados para darse a conocer.

Por ultimo dentro de la mezcla del marketing mix se analizó las 3 nuevas variables Personal, Proceso y Presentación, permitiendo establecer que dentro del almacén se deberá contar con personal que asegure un excelente servicio al cliente con habilidades idóneas y de manejo técnico agrícola, la presentación debe resaltar desde lo que observa el cliente como: los productos, disponibilidad y variabilidad de insumos, así como la adecuación del lugar, el proceso efectivo de pago y entrega, y en los servicios adicionales prestados se encuentra un gran valor de fidelización y satisfacción de los usuarios.

Capítulo 5. Conclusiones

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos luego de la aplicación del instrumento de recolección de datos, y comprendiendo la importancia del agro dentro del municipio, destacándolo como la principal actividad comercial y mayor fuente de ingresos de los agricultores, se determinó que los gonzalenses demostraron gran aceptación con la idea de un almacén de insumos agrícolas dentro del municipio de González, Cesar, resaltando la ausencia de uno y al no contar con competencia directa en la zona, aumenta el gran beneficio que habría tanto en la producción de los cultivos, como económicamente para los agricultores, también se denota un gran aporte para el desarrollo comercial y agrario del territorio.

En relación con la demanda de insumos dentro del municipio se pudo identificar que en su mayoría se refiere a abonos, fertilizantes y plaguicidas, así mismo, herramientas de manejo y producción de cultivos, siendo esta la cadena principal de comercialización para éste tipo de almacenes, permitiendo reconocer que es importante un nuevo direccionamiento hacia la utilización de productos orgánicos ya que se aportaría un gran valor a la conservación y restauración de suelos y fuentes hídricas, de igual modo asegura un aumento en la mejora de la calidad de los productos; según (la Secretaría Mixta FAO/OMS, s. f.) “La agricultura no es solo hablar de la producción alimentaria. Durante el periodo de producción, se realizan prácticas que influyen negativamente en los medios naturales, también de manera directa o indirecta, a la salud y desarrollo humano. Ejemplo, el uso continuo y excesivo de plaguicidas y fertilizantes, practicas irresponsables de drenaje y riego, un elevado nivel de mecanización o manejo inadecuado de la tierra provocan una notable degradación ambiental.”

Analizando la demanda de los productos, se puede deducir la principal oferta para la zona agrícola del municipio, puesto que los insumos ofrecidos deben estar comprendidos por aquellos que se utilizan para el mantenimiento, manejo, producción, cuidado y rentabilidad de los principales cultivos presentes en González, así como otros servicios relacionados a éstos, destacando la RSE (Responsabilidad Social Empresarial) en cuanto al retorno de envases y paquetes desechados.

De este modo, desglosando los ítems que comprenden las 7P de marketing mix, se puede apreciar que la adquisición e inversión realizada en los productos para sus actividades agrícolas es elevada, teniendo en cuenta que actualmente los adquieren fuera del municipio, lo cual da paso al aumento de los costos productivos, es por ello que la idea de la implementación de un almacén de insumos agrícolas y estratégicamente ubicado en una zona céntrica permite reducir costos, mejorar la productividad y aportar al desarrollo comercial de González, todo esto de la mano de una buena estrategia de promoción y publicidad con los recursos adecuados, un excelente ambiente de atención, distribución y presentación, servicios adecuados y adicionales que permitan agilizar la entrega y manejo de los productos adquiridos por los clientes.

Capítulo 6. Recomendaciones

Luego de analizar todo lo establecido en la investigación de mercados para conocer la aceptación de un almacén de insumos agrícolas en el municipio de González, se recomienda aplicar un estudio de factibilidad, con el fin de orientar y mejorar una acertada toma de decisiones, ya que con la aplicación de éste se podrá determinar el modelo administrativo, técnico, financiero y socio-ambiental, permitiendo así poder decidir si renuncia a la idea por no encontrarle una posible viabilidad, que sea correcto o conveniente; o igualmente mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo presente las recomendaciones y modificaciones que surgirán de los análisis de las fuentes. Por lo cual, las metas del análisis de factibilidad tienen la posibilidad de brindar un mejor balance estructural a la idea de este tipo de comercios.

En este sentido se recomienda también la implementación del concepto de agro sostenible, así como los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible), los cuales enmarcan todo lo referente al cuidado y recuperación medioambiental, siendo este un factor principal y que permitirá destacar dentro de los mercados de agroinsumos y a su vez contribuir inmediatamente con la conservación y restauración de los suelos, siendo de gran beneficio no solo para el territorio sino también para los habitantes y diferentes comunidades agricultoras.

El Almacén de insumos, al colocarse en marcha debe estar comprometido con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en el retorno y buen manejo de los diferentes empaques y envases de los productos vendidos, así mismo, debe asignar presupuesto para

realizar jornadas de sensibilización y recolección, así como asesoría en el proceso de triple lavado necesario para el procesamiento de las presentaciones de los productos después de su uso.

Referencias

Aguilar, J., & Galeano, C. (2018). Estudio de factibilidad para el almacén agrícola y ferretero ferreagro en la ciudad de Pereira, teniendo en cuenta la población del área metropolitana centro occidente y santa rosa de cabal. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17240/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20EL%20ALMACEN%20AGRICOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

asp asepsia. (s.f.). asp asepsia. Recuperado el 16 de Octubre de 2021, de <https://www.aspozono.es/insumos-agricolas.asp#:~:text=Los%20insumos%20agr%C3%ADcolas%20o%20insumos%20para%20el%20cultivo,de%20la%20producci%C3%B3n%20agroalimentaria%20y%20de%20los%20animales.>

Bembibre, C. (octubre de 2009). Definición de campesino. Definición ABC. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/social/campesino.php>

Claridades Agropecuarias. (2020). PROYECCIONES AGRÍCOLAS A 2020. Claridades Agropecuarias, pág. 3.

Decreto 410 de 1971. Código de comercio colombiano. Libro primero. De los comerciantes y de los asuntos de comercio. Ed. 1971. Bogotá. D.C. P. 1 – 9. Obtenido de [CODIGO DE COMERCIO DE COLOMBIA \(camarabaq.org.co\)](http://camarabaq.org.co)

Instituto Colombiano Agropecuario ICA. (25 de marzo de 2010). Artículo 3 Definiciones. Resolución No 1167. Obtenido de https://fedearroz.s3.amazonaws.com/media/documents/Res_1167.pdf

Instituto Colombiano Agropecuario ICA. (19 de octubre de 1995). Artículo 25 de las obligaciones de los expendedores. Normas del ICA en materia de insumos agrícolas. Resolución 3079. Obtenido de http://www.mamacoca.org/docs_de_base/Legislacion_tematica/1995R3079.pdf

la Secretaría Mixta FAO/OMS. (s. f.). *Los riesgos emergentes relacionados con el medio ambiente y las nuevas tecnologías*. FAO. Recuperado 24 de agosto de 2022, de <https://www.fao.org/3/y5871s/y5871s0p.htm>

Martínez, J. (2018). Liderazgo y mercadeo. MEZCLA DE MERCADEO. Obtenido de [https://liderazgoymercadeo.co/mezcla-de-mercadeo/#:~:text=La%20mezcla%20de%20mercadeo%20o%20mezcla%20de%20marketing,com%20las%20cuatro%20P%3A%20Producto%20Precio%20Plaza%20Promoci%C3%B3n.](https://liderazgoymercadeo.co/mezcla-de-mercadeo/#:~:text=La%20mezcla%20de%20mercadeo%20o%20mezcla%20de%20marketing,como%20las%20cuatro%20P%3A%20Producto%20Precio%20Plaza%20Promoci%C3%B3n.)

McCarthy, E. (s.f). IEP. Marketing Mix: concepto, las 4P's y cómo aplicarlo. Recuperado el 19 de Octubre de 2021, de <https://www.iep.edu.es/marketing-mix-concepto->

[aplicacion/#:~:text=El%20Marketing%20Mix%20se%20basa%20en%20las%20populares,estas%20cuatro%20variables%20para%20conseguir%20sus%20objetivos%20comerciales.](#)

MECALUX S.A. (s.f). ¿Qué es un almacén? MECALUX. Recuperado el 20 de Octubre de 2021, de <https://www.mecalux.com.mx/manual-almacen/almacen>

Montero, M. (29 de agosto de 2017). La importancia de la investigación de mercado. emprendepyme.net. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/la-importancia-de-la-investigacion-de-mercado.html>

Prieto, J. (2009). Investigación de mercados. ed. Bogotá: Eco Ediciones. Obtenido de <https://elibro-net.sibdigital.ufps.edu.co/es/ereader/ufps/69104?page=19>

Raffino, M. (2020). Competencia. Concepto. De. Obtenido de <https://concepto.de/competencia/>

Sevilla, A. (s.f). Ley de oferta y demanda. Economipedia. Recuperado el 21 de Junio de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/ley-de-oferta-y-demanda.html>

UP Postgrados Empresariales. (19 de MARZO de 2019). Las 7P del marketing. Universidad Panamericana. Obtenido de Las 7P del marketing: <https://blog.up.edu.mx/las-7-ps-de-marketing>

Apéndices

Apéndice A. Encuesta aplicada a los habitantes de la zona urbana y rural del municipio de González, Cesar.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA

Objetivo: Realizar una investigación de mercados para determinar la aceptación de un almacén de insumos agrícolas en el municipio de González, Cesar.

1. ¿Cuál es su área ocupacional?

Ama de casa _____

Agricultor _____

Campeño _____

Empleado _____

Estudiante _____

Trabajador independiente _____

2. ¿Qué clase de cultivos posee en su finca o lugar de residencia?

3. ¿Le gustaría que en el municipio de González exista un almacén de insumos agrícolas?

Sí _____

No _____

4. ¿En cuál de los siguientes municipios cercanos, adquiere usted sus insumos agrícolas?

¿Cuál?

Ocaña _____

Rio de Oro _____

Aguachica _____

Convención _____

Otro: _____

¿Por qué? _____

5. ¿En cuál de los siguientes locales comerciales adquiere sus insumos agrícolas?

Almacén De Provisión Agrícola _____

Almacén Tierra Fértil _____

Agroquímicos _____

Agropecuaria El Cebú _____

Otro: _____ ¿Cuál? _____

6. ¿Con qué frecuencia compra usted insumos y productos agrícolas?

Semestral _____

Mensual _____

Quincenal _____

Semanal _____

7. ¿Qué tipos de productos e insumos adquiere comúnmente?

Herramientas _____

Abonos y fertilizantes _____

Plaguicidas _____

Otros: _____

8. ¿Cuánto invierte usted mensualmente en insumos agrícolas?

\$100. 000.00 a \$300. 000.00 _____

\$300. 000.00 a \$600. 000.00 _____

\$600. 000.00 a \$1.000. 000.00 _____

Más de \$1.000. 000.00 _____

9. ¿Qué factores considera importantes a la hora de comprar un producto?

Ubicación del proveedor ____

Garantía ____

Calidad ____

Precio ____

Servicio ____

10. ¿Cómo realiza los pagos de sus compras de insumos agrícolas?

En efectivo ____

Tarjeta de crédito ____

Tarjeta débito ____

Pagos electrónicos ____

Otro, ¿Cuál? _____

11. ¿Le gustaría que se manejara un servicio de crédito para facilitar el pago de los insumos agrícolas que adquiriera?

Sí ____

No ____

Tal vez ____

12. En el municipio de González, ¿Dónde le gustaría que estuviese ubicado (Barrio) el almacén de insumos agrícolas?

Cristo Rey ____

La Villa ____

Parque Principal ____

El Palomar ____

Otro: _____

13. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que se brindara en dicho almacén de insumos agrícolas?

Asesoría técnica _____

Crédito _____

Capacitación _____

Saneamiento _____

Otras: _____

14. ¿Por qué medio le gustaría informarse sobre la información de la empresa?

Redes Sociales _____

Pasacalles _____

Volantes _____

Avisos radiales o televisivos _____

GRACIAS.