

## **Disruptores Económicos en Pymes comerciales de Agroquímicos en el Ecuador**

Economic Disruptors in Commercial SMEs of Agrochemicals in Ecuador

Christian Jordan Chiriboga Leon <sup>1</sup>

Fecha de recepción: 4/12/2022, Fecha de aceptación: 12/12/2022

### **Resumen**

El objetivo del presente trabajo de investigación fue identificar los disruptores económicos como aporte a un sector que representa la base de la cadena productiva agrícola del país, tomando como relación las registradas y habilitadas en Agrocalidad hasta 2021 con localidad predominante en Guayaquil. El diseño de la investigación es de tipo descriptivo, documental, y de campo, con enfoque cuantitativo y cualitativo, mediante el método deductivo e inductivo. Mediante el análisis documental desde el punto de vista fiscal, financiero y estratégico; se evidenció que existe una dependencia estratégica en importación de agroquímicos de transnacionales y grandes empresas que provienen de China, Estados Unidos, Rusia, Colombia siendo las pymes nacionales su canal de distribución. El índice de precios de insumos agroquímicos disminuyó porque la demanda de estos se retrae a asumir los precios elevados. Las pymes comerciales de agroquímicos analizadas se apalancan en el presupuesto de marketing de las grandes empresas, no utilizan ni el 20% del 4% límite de deducibilidad en promoción y publicidad para el 2018 y ni el 1,10% del 20% para el 2019 y 2020 aproximadamente. La presión fiscal enfocada no sólo al tema impositivo sino también fitosanitario desencadenó que disminuyera en -72% en 2020 los almacenes inspeccionados por Agrocalidad; adicional se entrevistó a expertos del sector para recolectar información de soporte. A partir de estos hallazgos se estableció herramientas como valor agregado y apoyo a este sector importante de la economía del país.

**Palabras clave:** Agroquímicos, disruptores económicos, marketing, presión fiscal, promoción y publicidad, evaluación económica.

---

<sup>1</sup>Christian Jordán Chiriboga Leon, Contador Público Autorizado, Universidad de Guayaquil; E-mail: cristianleon14@hotmail.com

### Abstract

The objective of this research work was to identify the economics disruptors as a contribution to a sector that represents the base of the country's agricultural production chain, taking as a relation those registered and enabled in Agrocalidad until 2021 with a predominant locality in Guayaquil.. The research design is descriptive, documentary, and field, with a quantitative and qualitative approach, using the deductive and inductive method. Through the documentary analysis from the fiscal, financial and strategic; it was evidenced that there is a strategic dependence on the import of agrochemicals from transnational and large companies coming from China, the United States, Russia and Colombia, being the national SMEs their distribution channel. The price index of agrochemical inputs decreased because the demand for these inputs retracts to assume the high prices. The commercial agrochemical SMEs analyzed leverage the marketing budget of large companies, they do not use even 20% of the 4% deductibility limit in promotion and advertising for 2018 and not even 1.10% of 20% for 2019 and 2020 approximately. The fiscal pressure focused not only on the tax issue but also on phytosanitary issues caused a decrease of -72% in 2020 in the warehouses inspected by Agrocalidad; In addition, experts from the sector were interviewed to collect supporting information. Based on these findings, tools such as added value and support for this important sector of the country's economy were established..

**Keywords:** Agrochemicals, economics disruptors, marketing, tax pressure, promotion and advertising, economic evaluation

---

<sup>1</sup>Christian Jordán Chiriboga Leon, Contador Público Autorizado, Universidad de Guayaquil; E-mail: cristhianleon14@hotmail.com

## INTRODUCCIÓN

El presente artículo de investigación se centra en realizar un estudio profundo sobre el comportamiento económico en pymes comerciales del rubro agroquímicos, las diferentes evaluaciones para establecer la situación problemática reflejan diferentes anomalías contextualizadas como disruptores económicos, contextualizado como cambios, perturbaciones y anomalías no anticipadas por las organizaciones desde el entorno financiero, económico, estratégico y fiscal (Deloitte, 2016). El problema central de este sector, enfocado desde el punto de vista fiscal, financiero y estratégico; por tal motivo esta indagación pretende dar una respuesta de tipo económico contable para mejoramiento del sector investigado.

En temas agrícolas, los insumos agroquímicos representan un 22% aproximadamente del total de costos de producción de productos agrícolas generado por el elevado precio de los fertilizantes, fungicidas, herbicidas, insecticidas y demás abonos que con un incremento de hasta un 20% en el exterior llegan encarecidos al país (Apcsa, 2021). Esto se genera por la escasa o nula producción nacional de estos insumos en donde convierte a las empresas en dependientes de estos productos y se supeditan a la adquisición con los elevados precios a márgenes muy bajos según datos del (MAGAP, 2021). Afectando de esta manera a las MiPymes que son el canal de desfogue de estas mercancías obteniendo una disminución en sus márgenes de ganancia. El origen de donde provienen los diferentes insumos agrícolas según estudios del MAGAP tiene evidencia que los países con mayor concentración son China con 60% en herbicidas y 28% en insecticidas; desde Estados Unidos con un 62% en aditivos; Reino Unido es proveedor en mayor cantidad en desinfectantes con 21% al igual que España; México también contribuye con un 17% en otros pesticidas; Rusia con un 25% lidera en fertilizantes; sin embargo hay que resaltar un país latinoamericano como lo es Colombia que presenta en tres rubros para la oferta ecuatoriana como lo es 21% en aditivos, 43% en fungicidas que es su mayor oferta para Ecuador y un 20% en herbicidas; lo cual pone a consideración que estos países también son agrícolas pero desarrollan su industria en insumos agrícolas en miras de crecimiento y contribuyen con los países de escasa producción local.

Es preciso indicar que el sector en investigación es uno de los más importantes porque constituye la base de la cadena de suministros de insumos agrícolas a los pequeños y grandes productores agrícola pero que a menudo desempeña diferentes anomalías de tipo económico. Las diferentes empresas que han formalizado sus procesos de innovación utilizan métricas

diferentes a las usuales para medir los impactos y resultados económicos (Erazo, 2018). Es decir, para afrontar las diferentes situaciones deben utilizar parámetros de evaluación tanto en sus estrategias de negocio como en su estructura económica financiera.

En este sentido y en referencia a la problemática encontrada en el sector investigado se ha establecido como hipótesis principal, que el conocimiento de los disruptores organizacionales de estas pymes aportaría al mejoramiento económico del sector, para el desarrollo de esta se pretende identificar los mismos para generar un aporte con un plan de mejoramiento económico como principal herramienta para el sector. Para ello es preciso detallar la siguiente estructura de la investigación presentada y su breve contenido que dan soporte, respaldo, evidencia, entendimiento y respuesta a la problemática antes mencionada.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

El estudio tiene lugar en el sector comercial del rubro agroquímicos tomando como referencia la ciudad de Guayaquil, cabe recalcar que dichas entidades están registradas, habilitadas y supervisadas por Agrocalidad como lo muestra en la Fig. 1, en un período de tiempo de 2016 a 2021; se utilizó el método de investigación deductivo y luego el inductivo, de tipo descriptivo, documental y de campo, adicional con enfoque cuantitativo y cualitativo, esto con el fin de encontrar resultados en tiempo y forma relevantes para el estudio realizado.

La población finita investigada son 40 pequeñas y medianas empresas, las mismas que se encuentran registradas y habilitadas por Agrocalidad al 2021 para realizar este tipo de actividad, de las cuales se utilizó la muestra probabilística, debido a la limitación en la información por ejemplo la inconsistencia o ausencia de esta por parte de diferentes empresas, reflejada en los portales de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS, 2021). Para lo cual se escogió 10 pymes y 10 empresas grandes y transnacionales para realizar relaciones y comparaciones de tipo porcentual y absoluta como análisis documental.



Figura 1: Situación Geográfica, Pymes comerciales de agroquímicos de Guayaquil

### RESULTADOS

Como indica en la Fig. 2, para los períodos 2019 y 2020, la relación que se detalla a continuación son los insumos bases de la cadena de producción agrícola, los fertilizantes y energía eléctrica.

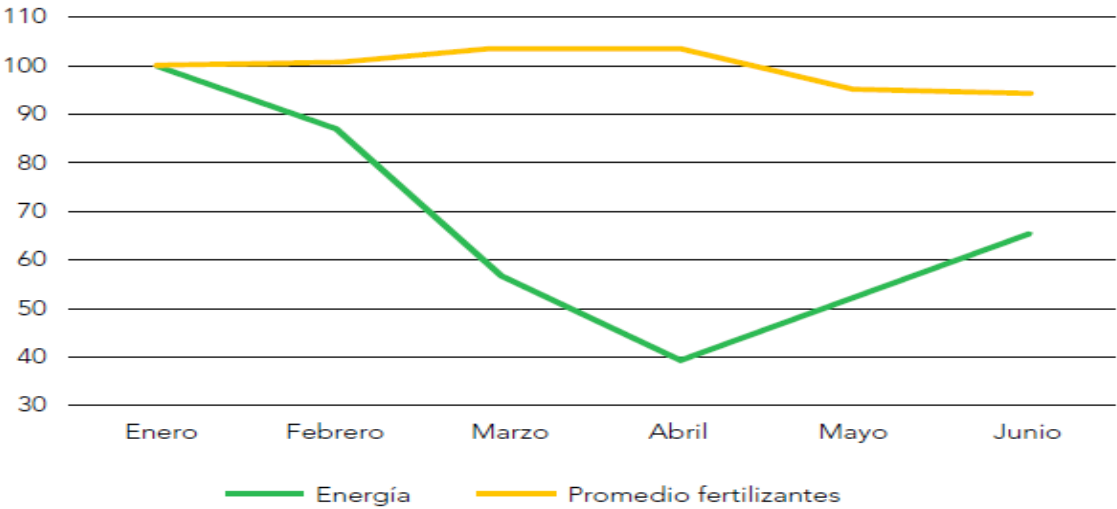


Figura 2: Precio Promedio de los Fertilizantes versus energía eléctrica en Latinoamérica

El promedio del precio de los fertilizantes es contrario al precio de la energía a nivel de Latinoamérica, este último históricamente ha sido bajo siendo primordial para la cadena de producción agrícola mecanizada, por ende el precio elevado en los insumos agrícolas trae a consideración una amplia brecha al acceso y diferentes cuestionamientos que siendo dos pilares fundamentales en el proceso agrícola deberían estar alineados en precio y logística, a su vez, el acceso se limita por los diferentes aspectos financieros y económicos que afectan a las distintas entidades importadoras, comercializadoras y distribuidoras de los diferentes insumos destinados al agro.

El ranking de ventas de insumos agrícolas de la tabla I, está expresado de la siguiente manera.

**Tabla 1**

*Ranking empresas Agroquímicos 2019*

<b>Ranking empresas Agroquímicos Ecuador</b>		<b>2019</b>
<b>1</b>	Copacigulf S.A.	\$ 112.635.530
<b>2</b>	Farmagro S.A.	\$ 58.738.087
<b>3</b>	Agroindustrias arriba del Ecuador Agroarriba S.A.	\$ 52.905.562
<b>4</b>	Química Industrial Montalvo Aguilar Quimasa S.A.	\$ 51.421.064
<b>5</b>	Fermagri S.A.	\$ 44.921.526
<b>6</b>	SQM Ecuador S.A.	\$ 38.176.952
<b>7</b>	Jasafrut S.A.	\$ 33.148.076
<b>8</b>	Importadora y Comercializadora de Agroquímicos Palacios Romero Icapar S.A.	\$ 27.150.334
<b>9</b>	Agritop S.A.	\$ 22.154.219
<b>10</b>	Otros (Pymes promedio de ventas)	\$ 2.373.289

El nivel de ventas de las empresas en el 2019 según su tamaño, las empresas que tienen la mayor participación en el mercado son las Grandes Empresas ocupando el 72% del total de las ventas del mercado, mientras que las pequeñas empresas solo ocupan un 11% en relación con las ventas totales según el tamaño de empresas, también un hallazgo relevante es que las microempresas solo ocupan el 1% del nivel de ventas de las empresas en el año 2019.

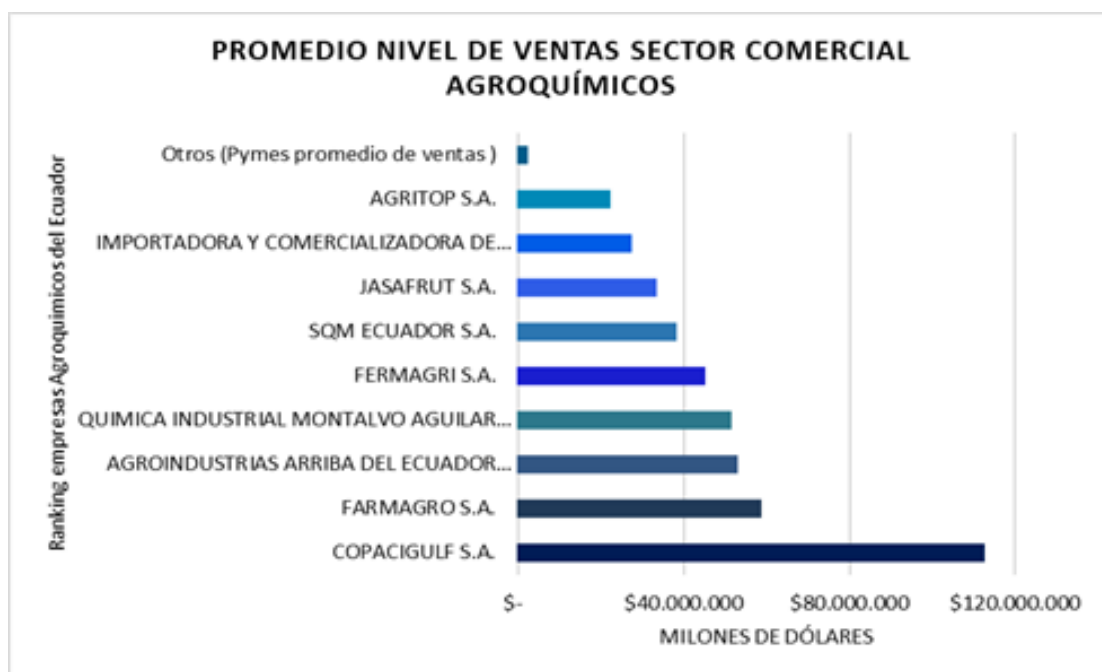


Figura 3: Promedio Nivel de Ventas sector comercial Agroquímicos

Como se detalla el nivel de venta de insumos agroquímicos está enfocada a las grandes empresas, multinacionales y transnacionales con una pequeña concentración a las pequeñas y medianas empresas, es decir, las pymes sólo representan el canal de distribución de los grandes grupos económicos dedicados a este importante comercio.

Como se evidencia en la fig. 4, para el año 2020 las importaciones anuales representadas en toneladas fueron aproximadamente 925.000 ton., que en USD correspondería a \$ 585.249.022 millones, el promedio evidenciado es aproximadamente 65.000 toneladas, para diciembre se observa el mayor incremento por encima de las 140.000 toneladas con un valor Fob de \$ 80.602.068; es evidente que la dependencia del comercio internacional dada en función de la importación directa para consumo local se presenta en incrementos considerables aun por la situación en tiempos de pandemia, figurando un top 10 de los que más importaron para dicho año: Ecuaquímica, Basf Ecuatoriana S.A., Bayer S.A., Agripac S.A., Adama Andina B.V., Interoc S.A., Afecor S.A., Inmonte S.A., Solagro S.A., Farmagro S.A., cabe recalcar que cada año estas empresas tienen protagonismo en las importaciones de insumos agrícolas para un sector económico de vital importancia para la cadena productiva agrícola.

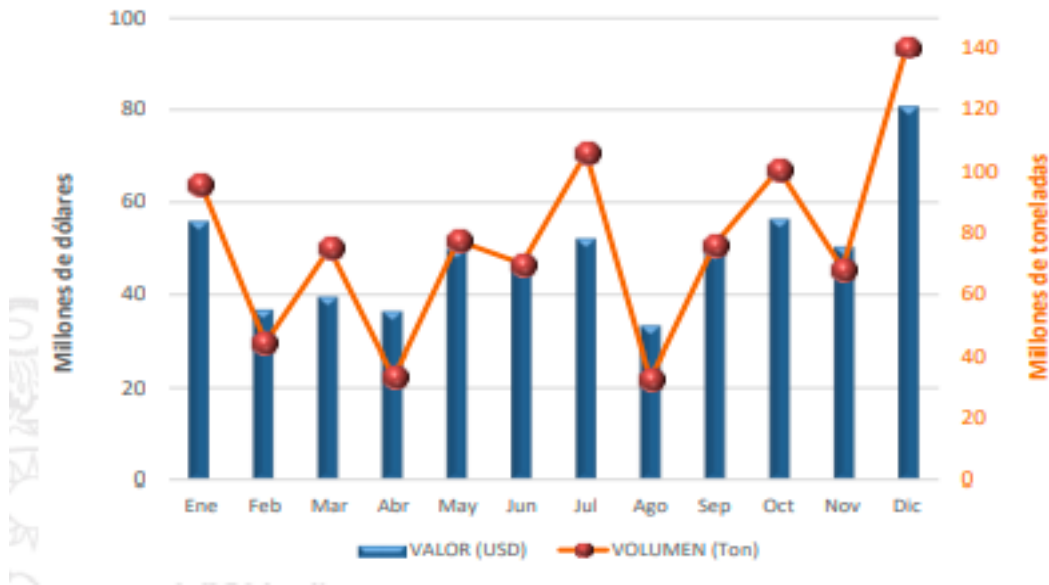


Figura 4: Importaciones 2020

Nota. Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020, Gobierno de la República del Ecuador.

Como se indica en la fig. 5 , la participación de las importaciones por familia de agroquímicos, en los cuales la mayor proporción la conlleva los fertilizantes por encima del 50%, porque es la base para la que los cultivos obtengan la producción adecuada, seguido de fungicidas con el 18% en fungicidas, los herbicidas e insecticidas comparten el tercer lugar con el 12% y 11% respectivamente, cabe recalcar que otros también se toma a consideración aditivos, otros pesticidas y desinfectantes que son importantes en toda la cadena de producción agrícola.

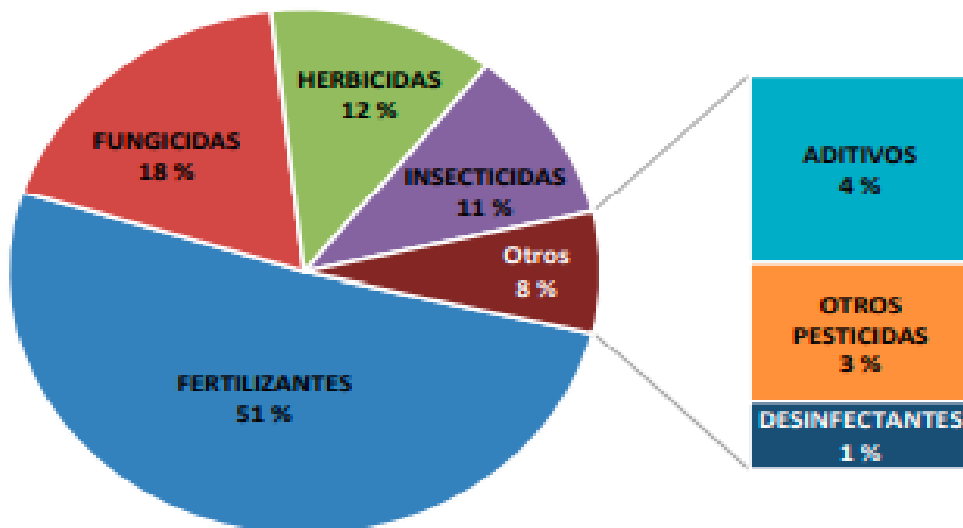


Figura 5: Importaciones por familias de agroquímicos

Nota. Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020, Gobierno de la República del Ecuador.



Los precios reflejados en la fig. 6 pertenecientes del 2020 al 2021, tomando como base de cálculo los referenciales del 2013, reflejan lo siguiente:

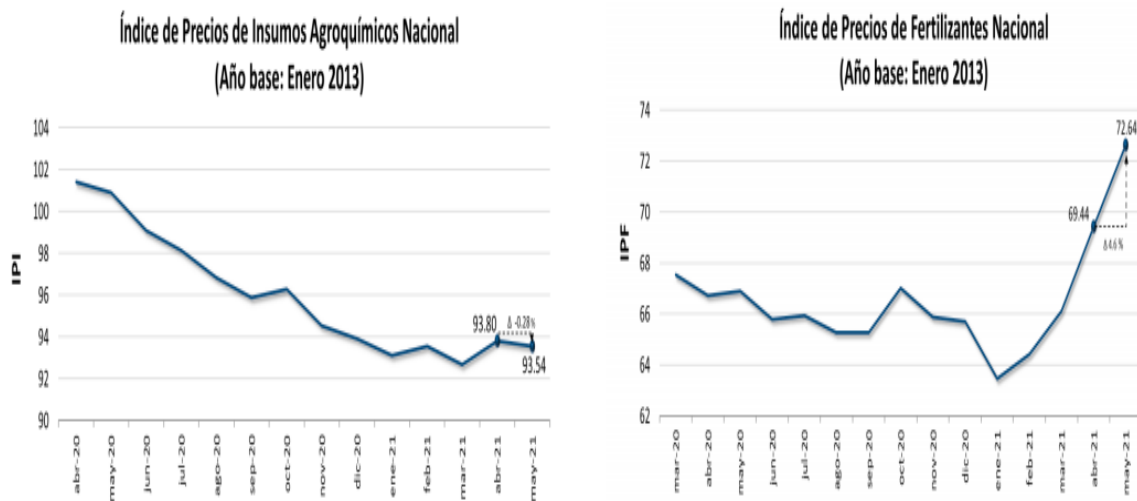


Figura 6: Índice de precios de agroquímicos en Ecuador

Nota. Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020, Gobierno de la República del Ecuador.

En mayo 2021 una disminución en el indicador de 101 a 93,54 lo que representa una variación de -0,28%, efecto que se produce por la retracción económica en el país, adicional por la presión de los consumidores a la baja de dichos productos ya que son base para la producción local, también se observa el índice de precios de fertilizantes que el indicador refleja un incremento en mayo 2021 a 72,64 lo que representa una variación incremental de 4,60%, esto se produce por el incremento en la producción local pero situación adversa para los pequeños distribuidores de estos productos como los agro centros, porque absorben el incremento de los precios, adicional este precio se refleja en el incremento de los costos de producir cada producto agrícola.

Precios de importación vs precios facturados en puntos de distribución

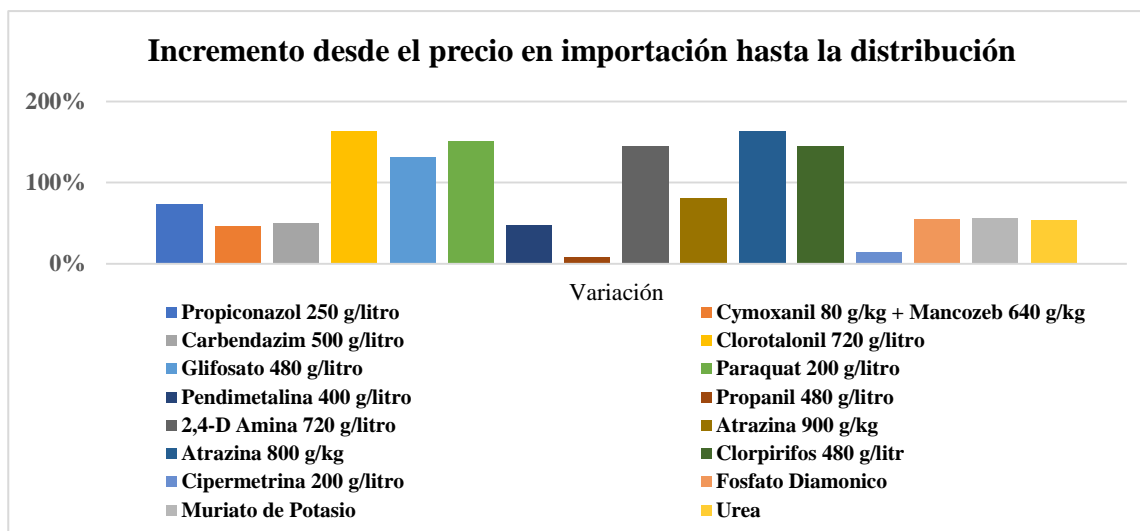


Figura 7: Incremento desde el precio en importación hasta distribución de productos agroquímicos

**Tabla 2**

*Precios de importación vs precios facturados en puntos de distribución*

Grupo	Ingrediente activo	Presentación	precios facturados, puntos distrib.	Precios referenciales importación	Variación
Fungicidas	Propiconazol 250 g/litro	1 L	25,48	14,72	73%
	Cymoxanil 80 g/kg + Mancozeb 640 g/kg	500 g	6,79	4,65	46%
	Carbendazim 500 g/litro	1 L	12,74	8,50	50%
	Clorotalonil 720 g/litro	1 L	14,15	5,38	163%
Herbicidas	Glifosato 480 g/litro	1 L	4,93	2,13	131%
	Paraquat 200 g/litro	1 L	5,61	2,23	152%
	Pendimetalina 400 g/litro	1 L	7,71	5,24	47%
	Propanil 480 g/litro	1 L	7,13	6,64	7%
	2,4-D Amina 720 g/litro	1 L	4,95	2,02	145%
	Atrazina 900 g/kg	900 g	8,14	4,50	81%
Insecticidas	Atrazina 800 g/kg	1 Kg	8,96	3,40	164%
	Clorpirifos 480 g/litr	1 L	13,72	5,61	145%
	Cipermetrina 200 g/litro	1 L	10,82	9,45	14%
Fertilizantes	Fosfato Diamonico	50 Kg	29,33	19,00	54%
	Muriato de Potasio	50 Kg	22,59	14,50	56%
	Urea	50 Kg	21,58	14,00	54%

Nota. La siguiente tabla se elaboró en base a la información de los precios facturados y los precios referenciales de importación proporcionada por Ministerio de Agricultura, ganadería Acuacultura y pesca (MAGAP).

### Comportamiento de precios desde importación hasta la venta al productor

Las entidades legalmente constituidas y habilitadas por Agrocalidad, para realizar el proceso de importación, distribución y comercialización local, según el sondeo de precios por la Coordinación General de Información Nacional Agropecuaria, CGINA, que se presentan precios en los puntos de distribución y la comparación con los datos de precios registrados en importaciones se pone a consideración las diferentes variaciones, en fungicidas el mayor incremento se da en clorotalonil 720g/litro con un 163% de su incremento desde su llegada al puerto local y el precio de venta al público, es uno de los ejemplos claves, por lo tanto, es evidente que los precios se incrementan en promedio de un 120% desde su precio inicial, lo cual se concatena con los precios que adquiere el pequeño productor fomentando un costo de producción en los diferentes procesos productivos muy elevado, los pequeños distribuidores de agroquímicos también se afectan por limitarse a estos precios que en teoría generan afectación a su estructura rentable por producto y por familia de productos.

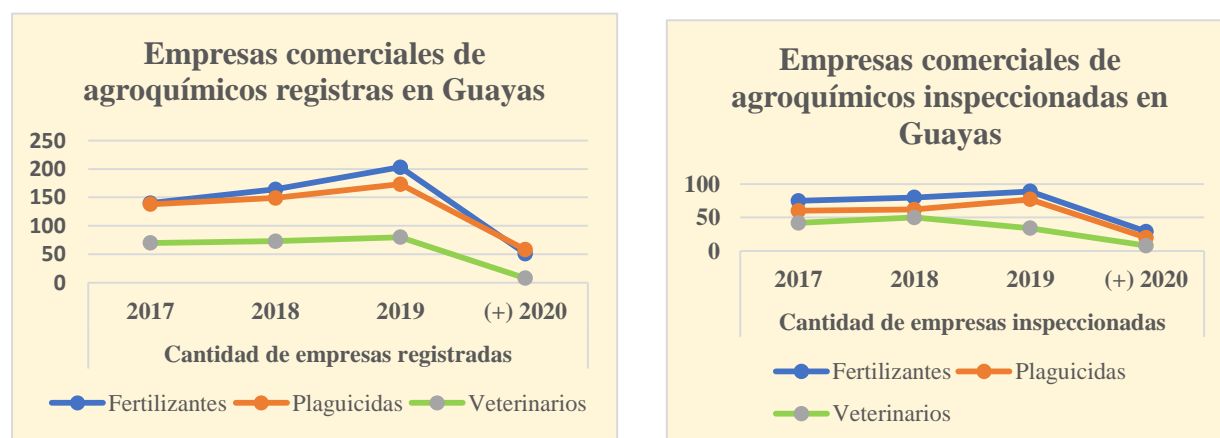
Limitante por los entes reguladores

**Tabla 3**

Empresas registradas e inspeccionadas por Agrocalidad

Cantidad de empresas/tipo de productos	Cantidad de empresas registradas				Cantidad de empresas inspeccionadas			
	2017	2018	2019	(+) 2020	2017	2018	2019	(+) 2020
Fertilizantes	140	164	203	51	75	80	89	29
Plaguicidas	138	149	173	58	60	62	77	20
Veterinarios	70	73	80	8	42	50	34	8
<b>Total</b>	<b>348</b>	<b>386</b>	<b>456</b>	<b>117</b>	<b>177</b>	<b>192</b>	<b>200</b>	<b>57</b>

Nota. En base a las empresas registradas en Agrocalidad 2017 – 2020



*Figura 8:* Empresas comerciales de agroquímicos registradas en Guayas

Nota. En base a las empresas registradas en Agrocalidad 2017 – 2020

Como se observa en las tablas III y fig. 8, la tendencia durante los años reportados por rendición de cuenta de Agrocalidad, se ha mantenido incluso en el año 2019 incrementado pero para el año 2020 sufrió un decrecimiento de las empresas registradas que para el 2019 estaban registradas 456 y para el 2020 solamente 117, se contrasta con el gráfico de las inspecciones por entidades que obviamente en el 2020 disminuyeron drásticamente de 200 en el 219 a sólo 57 en el 2020, es evidente que el deber formal de cumplir con las inspecciones de Agrocalidad generan diferentes gastos para tener de manera óptima las instalaciones causando un impacto considerable en su estructura financiera.

#### Análisis de limitación de promoción y publicidad en pymes comerciales de agroquímicos

**Tabla 4**

Análisis de limitación de promoción y publicidad en pymes comerciales de agroquímicos

Descripción	2018					2019				
	AGARISMAL S.A.	AGRICOLA CIENCIASCORP CIA. LTDA.	BIOTECODOR S.A.	INGENIERIA FITOSANITARIA ECUATORIANA INFIEC CIA. LTDA.	THAR S.A.	AGARISMAL S.A.	AGRICOLA CIENCIASCORP CIA. LTDA.	BIOTECODOR S.A.	INGENIERIA FITOSANITARIA ECUATORIANA INFIEC CIA. LTDA.	THAR S.A.
	En miles \$	En miles \$	En miles \$	En miles \$	En miles \$	En miles \$	En miles \$	En miles \$	En miles \$	En miles \$
Total de Ingresos Opeacionales	2.618.835,24	2.006.049,43	1.760.080,00	1.460.937,00	1.469.611,21	3.296.036,02	1.619.804,46	2.106.149,80	1.824.357,77	1.693.283,68
Total Ingresos No Operacionales	307,95	27.303,66	0,00	15.039,09	1.043,15	48.669,10	10,06	45.012,63	5.723,94	59.345,65
<b>Total Ingresos</b>	<b>2.619.143,19</b>	<b>2.033.353,09</b>	<b>1.760.080,00</b>	<b>1.475.976,09</b>	<b>1.470.654,36</b>	<b>3.344.705,12</b>	<b>1.619.814,52</b>	<b>2.151.162,43</b>	<b>1.830.081,71</b>	<b>1.752.629,33</b>
Porcentaje de deducción Máximo	4%	4%	4%	4%	4%	20%	20%	20%	20%	20%
<b>Máximo de Gastos de Promoción y Publicidad deducibles</b>	<b>104.765,73</b>	<b>81.334,12</b>	<b>70.403,20</b>	<b>59.039,04</b>	<b>58.826,17</b>	<b>668.941,02</b>	<b>323.962,90</b>	<b>430.232,49</b>	<b>366.016,34</b>	<b>350.525,87</b>
Gastos de Promoción y Publicidad deducibles tomados para el cálculo de Impuesto a la Renta	18.314,94	15.905,84	19.278,50	0,00	15.143,18	12.938,00	3.720,48	4.788,75	170,00	3.782,54
Gastos de Promoción y Publicidad no deducibles (b)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Gastos de Promoción y Publicidad durante el ejercicio</b>	<b>18.314,94</b>	<b>15.905,84</b>	<b>19.278,50</b>	<b>0,00</b>	<b>15.143,18</b>	<b>12.938,00</b>	<b>3.720,48</b>	<b>4.788,75</b>	<b>170,00</b>	<b>3.782,54</b>
Máximo Gastos de Publicidad	104.765,73	81.334,12	70.403,20	59.039,04	58.826,17	668.941,02	323.962,90	430.232,49	366.016,34	350.525,87
Diferencia - Exceso de Gastos Deducibles (c)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos de Promoción y Publicidad deducibles tomados para el cálculo de Impuesto a la Renta	18.314,94	15.905,84	19.278,50	0,00	15.143,18	12.938,00	3.720,48	4.788,75	170,00	3.782,54
<b>% utilizado del 4% y 20% límite de deducibilidad</b>	<b>17,48%</b>	<b>19,56%</b>	<b>27,38%</b>	<b>0,00%</b>	<b>25,74%</b>	<b>1,93%</b>	<b>1,15%</b>	<b>1,11%</b>	<b>0,05%</b>	<b>1,08%</b>

Nota. La siguiente tabla muestra el análisis de limitación de promoción y publicidad, en ella se evidencia el cambio de la limitación porcentual entre el año 2018 - 2019.

Mediante verificación de información de los rubros reportados en el formulario 101 para el año 2018 y 2019 siendo años comparativos y de uniformidad de información en dónde se produce el cambio de límite de deducibilidad del rubro de promoción y publicidad de 4% a 20% respectivamente, se escogió 5 empresas que por el rango de sus ventas están

categorizadas como Pymes, del sector comercial de Guayaquil rubro agroquímicos, se extrajeron los rubros de promoción y publicidad casillero 7173 y el detalle de ingresos operacionales y no operacionales, se realizó el cálculo de límite deducibilidad especificado en la normativa vigente para dicho rubro en donde se evidencia los siguientes hallazgos, este tipo de pymes no ocupan ni el 20% aproximadamente del 4% de la deducibilidad del rubro de promoción y publicidad para el año 2018, cabe recalcar que para el año 2019 el escenario decayó ni el 1,10% del 20% límite de deducible fue ocupado para temas de costos o gastos en materia de los componentes directos del marketing, es decir, su desarrollo en vez de mejorar decayó considerablemente.

Si bien es cierto dichos datos se pueden ver afectados por la estructura de las entidades, es decir, cada entidad responde de una manera diferente al mercado, pero los valores porcentuales evidencia que el rubro de promoción y publicidad que es un componente clave del marketing no está siendo correctamente administrado y evaluado por los encargados financieros de cada entidad, esta restricción que forma parte de la presión fiscal adicional por el desconocimiento de incentivos para el año 2020, por aquello es que las pymes actualmente no puedan tener una visión completa sobre lo importante que son estos rubros y su contribución en la estructura financiera de estas empresas.

Inversión en promoción y publicidad de empresas comercial de agroquímicos

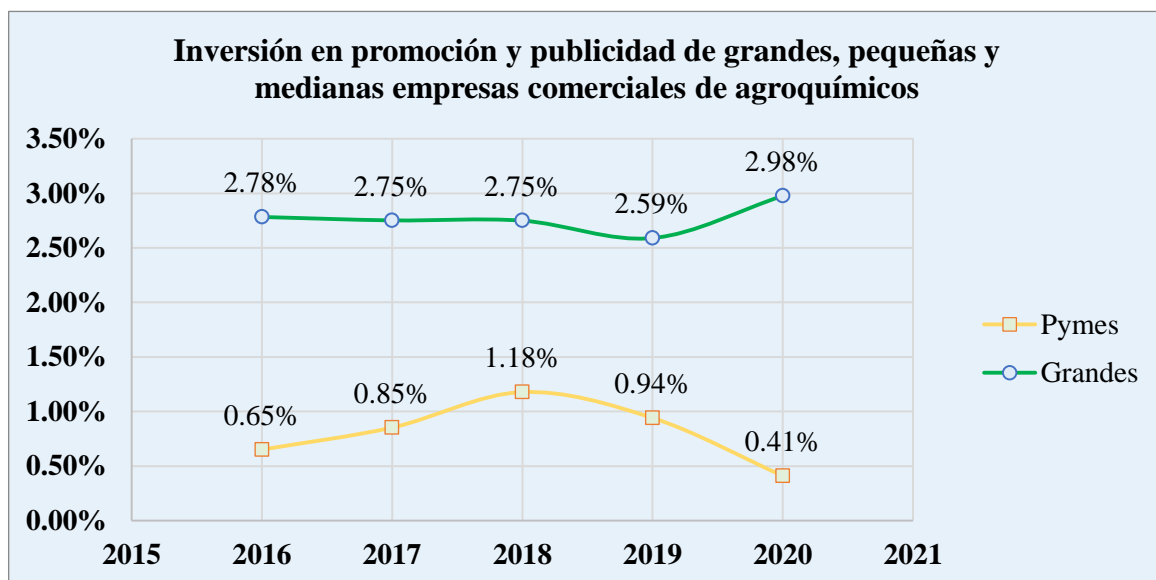


Figura 9: Inversión en promoción y publicidad de empresas comercial de agroquímicos

Nota. Datos tomados del Formulario 101 y de la Superintendencia de Compañías, 2016 – 2020.

Los resultados se especifican en los promedios de ventas que generan las grandes empresas que invierten por encima del 3% en función de sus ventas dichos rubros están destinados a promoción y publicidad para generar ingresos anualmente a diferencia de las pymes que no logran realizar dicha inversión ni el 1 % en función de sus ventas cabe recalcar que el promedio de venta es menor pero la comparación está en función de sus mismos límites y proporciones de ventas.

## CONCLUSIONES

El enfoque de la investigación presentada pone a consideración un sector tan importante del país, el comercio de agroquímicos, el mismo que ralentiza su crecimiento por los diferentes disruptores económicos que son enfocados tanto en el ámbito interno y externo del país.

Como disruptores económicos externos se detalla el índice de precios de los insumos agrícolas que presenta un notable aumento en el mercado internacional, sumado al incremento local por temas de margen de rentabilidad por familia de insumos en los puntos de comercialización y distribución provoca el encarecimiento de la producción agrícola afectando al pequeño productor.

En temas locales, la presión fiscal, con los diferentes controles, revisiones, auditorías y cumplimientos que deben cumplir cada establecimiento habilitado para este tipo de actividad a los entes reguladores generan un estancamiento en el desarrollo de sus actividades y que al final se ve reflejado en un impacto económico financiero.

Adicional la limitación en la deducibilidad de los rubros de promoción y publicidad en temas tributarios, conllevan a que estas pymes comerciales de agroquímicos incurran en una baja inversión en estos rubros y producto de esto se apalancan en el presupuesto de marketing de las empresas transnacionales, multinacionales y grandes empresas de insumos agrícolas

Al ser un sector base de la producción agrícola los incentivos deben estar enfocados directamente hacia el sector y es casi es nulo, adicional la falta de estudios que estén enfocados hacia un mejor desenvolvimiento del sector son una de las piezas claves del desarrollo económico del mismo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agrocalidad. (2021). Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario. Empresas vigentes 2020-2021

Apcsa. (2021). Apcsa en acción. Apcsa en acción, IX(1), 1-38.

<http://www.apcsaecuador.org/pdf/edicion9-2021.pdf>

Deloitte. (2016). La disrupción que se acerca, trazando el curso para el crecimiento y el desempeño, nuevos en la frontera y más allá. Bogotá. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pe/Documents/audit/La%20disrupci%C3%B3n%20que%20llega.pdf>

Erazo, M. (2018). Análisis situacional de la innovación empresarial en el Ecuador. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6239/1/T2670-MAE-Erazo-Analisis.pdf>

Ekos. (2020). Ranking Sectorial. Ekosnegocios, 34 - 38.

<https://www.ekosnegocios.com/articulo/ranking-sectorial>

González Rodríguez, C. Y., & Guartazaca Bueno, M. K. (2018). Diseño de un plan estratégico de marketing para el posicionamiento de marca e imagen de la empresa Agrocentro Ecuador CA (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas).

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)), [planta\\_central@inec.gob.ec](mailto:planta_central@inec.gob.ec), <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). Comportamiento de los insumos agrícolas durante el año 2020. Ecuador: Gobierno de la República del Ecuador.

Ortega Ugarte, K. M. (2017). Incidencia del marketing estratégico en la gestión comercial de la empresa FertiSur para mejorar su posicionamiento en el mercado.

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2020). Ranking de empresas, 2016 a 2021. <https://appscvsconsultas.supercias.gob.ec/rankingCias/>

Trujillo, L., Moya, L., & Solano, B. (s.f.). Metodología Directorio de Empresas y Establecimientos 2017. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC): [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec)