



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

#### **TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE KIWI, EN LA PARROQUIA LA  
CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE  
IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

**AUTORA: QUILUMBANGO H. Tania L.  
DIRECTORA: ING. NELLY GALIANO.**

**IBARRA, OCTUBRE, 2014**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE KIWÍ, EN LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA” se lo ha desarrollado con la finalidad de llevar a cabo una empresa que aproveche las condiciones del sector donde se la implantará, como también genere empleo. A continuación los hallazgos más importantes de los estudios efectuados: con el diagnóstico situacional realizado a la parroquia la Carolina, se logró identificar aspectos importantes que coadyuvan a la implantación de la empresa, tales como: un clima idóneo para la producción de la fruta, agua disponible, buena viabilidad que permiten comercializar el producto con facilidad y seguridad, entre otros. El estudio de mercado efectuado a la demanda y oferta de la fruta, confirma la aceptación del producto en los mercados de la región, debido a que en la actualidad existe una gran demanda por el Kiwi. El estudio técnico permitió establecer el lugar óptimo para ubicar la plantación, el cual será en la parroquia la Carolina, comunidad Amadores; además se determinó que la inversión inicial es significativa, por tal motivo es necesario efectuar un préstamo. En el estudio financiero se planteó los ingresos los cuales en sus primeras etapas no cubren las erogaciones efectuadas, debido a que la plantación en los dos primeros años se encuentra en el periodo vegetativo, aplicada la evaluación financiera se demostró la factibilidad para llevar a cabo el proyecto, debido a que los indicadores financieros son aceptables. En el capítulo organizacional se estableció los lineamientos estratégicos que permitirán alcanzar los objetivos propuestos, como también identificar el talento humano idóneo que colaborará en el desarrollo de las actividades productivas y comerciales. Finalmente, el análisis de los impactos arroja un nivel de influencia medio positivos en los ámbitos socio-económico, empresarial, cultural, y ambiental.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

The present study entitled "FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A COMPANY OF PRODUCTION AND MARKETING OF KIWI, PARISH LA CAROLINA, CANTON IBARRA, Imbabura Province" it has been developed with the aim of carrying out a company that leverages industry conditions where it is implemented, as well as create jobs. Here are the most important findings of the studies: the situational diagnosis made at the parish La Carolina, was identified important aspects that contribute to the implementation of the company, such as a suitable climate for the production of fruit, water available, allowing good viability market the product with ease and security, among others. The market made the demand and supply of fruit, confirms the acceptance of the product in the markets of the region, because there is currently a great demand for the Kiwi. The technical study established the optimal place to locate the plantation, which is: in the parish of La Carolina, Amadores community; also determined that the initial investment is significant, for this reason you should make a loan. In business survey income which is its early stages was raised not cover expenditures made , because the plantation in the first two years is found in the growing season, applied financial evaluation the feasibility was demonstrated to carry out the project, because the financial indicators are acceptable. In chapter organizational strategic guidelines that will achieve the proposed objectives, as well as identifying suitable human talent that will assist in the development of productive and commercial activities was established. Finally, the analysis of impacts casts a medium positive impact on the socio- economic fields, business, cultural, and environmental issues.

## **AUTORÍA**

### **CERTIFICACIÓN**

Yo, **Tania Lorena Quilumbango Huertas**, portadora de la cédula de ciudadanía **No. 1002847307**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentados previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información



.....  
**Tania Lorena Quilumbango H.**

**CI. 1002847307**

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Directora del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Tania Lorena Quilumbango Huertas**, con cédula de identidad **No.1002847307**, para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA**. cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE KIWI, EN LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 30 días del mes de octubre de 2014.

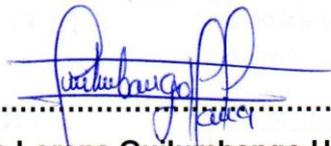
  
.....  
Firma

ING. NELLY GALIANO.

**DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **Tania Lorena Quilumbango Huertas**, con cédula de identidad **No. 1002847307**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE KIWI, EN LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



**Tania Lorena Quilumbango H.**  
**CI. 1002847307**

Ibarra a los 30 días del mes de octubre de 2014



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**

**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1002847307		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Quilumbango Huertas Tania Lorena		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Ciudadela Ciudad de Ibarra Calle Colombia 2-82 y Bolivia		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:aynat_tq@hotmail.com">aynat_tq@hotmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062602082	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0993800564
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE KIWÍ, EN LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA".		
<b>AUTOR (ES):</b>	Tania Lorena Quilumbango Huertas		

<b>FECHA:</b> AAAAMMDD	30/10/2014
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	<b>INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA.</b>
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	ING. NELLY GALIANO.

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Tania Lorena Quilumbango Huertas**, con cédula de identidad No. **1002847307** en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 30 días del mes de Octubre de 2014

**EL AUTOR:**

(Firma).....

Nombre: Tania Lorena Quilumbango Huertas  
C.C.: 1002847307

**ACEPTACIÓN:**

(Firma).....

Nombre: Ing. Betty Chávez  
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

## **DEDICATORIA**

Mi Trabajo de Grado va dedicado a mi Dios y mis ángeles, seres de luz que me brindaron el regalo más grande que son mi familia, luego la fuerza, fe, paciencia y constancia, para no decaer a cada obstáculo que se me presentó en el camino de la vida profesional.

Este Proyecto se lo brindo a las personas que jamás me abandonan y alegran mi vida, a quienes amo con todo mi corazón a mi familia, ya que sin ellos no sería la persona que soy, a mi madre Lucía quien me da su amor y cuidado, mi padre Cruz

Elías por apoyar mis pasos, a los amores de mi vida mis hermanos David, Santiago quienes son mi ejemplo de superación y tu mi ángel Jefferson que recientemente te fuiste con Dios y desde el cielo me cuidas, ellos mi familia que de una u otra forma han sabido darme su mano en este reto para complementarme profesionalmente, ellos mi vida entera, quienes sin duda alguna son mi inspiración, todos me han dado suficientes motivos para seguir adelante, y me han enseñado que todo es posible cuando uno se lo propone.

Este proyecto es una dedicación dirigida sin duda principalmente a mis hermanos menores: Santiago para que cumpla sus sueños, encuentre la felicidad y para mi Jefferson mi Ángel que sin duda estará en todos los momentos de mi vida, aunque no físicamente sé que me guiarás hermanito.

**TANIA**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento eterno es a Dios, por permitirme tener a mi madre y mi padre, quienes con su esfuerzo me han enseñado la perseverancia y el trabajo, ellos que me dieron la oportunidad de educarme en esta prestigiosa Universidad, gracias por la paciencia, consejos y apoyo constante.

Gracias totales, a mi Directora de Trabajo de Grado: Ing. Nelly Galiano, quien de manera muy amistosa y cordial ha sabido guiarme y apoyarme en el desarrollo de mi proyecto con sus sugerencias siempre acertadas para así culminar conjuntamente mi Trabajo de Grado.

Gracias a todos quienes me apoyaron en este MI TRABAJO DE GRADO.

**TANIA**

## PRESENTACIÓN

Para el proyecto titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE KIWI, EN LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, se ha desarrollado siete capítulos, a continuación se presenta un extracto de cada uno de ellos.

**Capítulo I Diagnóstico Situacional:** En este capítulo se realizó una investigación del lugar donde se llevará a cabo el proyecto, para conocer aspectos como: geográficos, demográficos, económicos y socio culturales, con la finalidad de identificar, aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que pueden generarse al momento de llevar a cabo la creación de la empresa.

**Capítulo II Marco Teórico:** En este capítulo se encuentra contextualizados los temas utilizados en el tema de investigación, tales como: la empresa, aspectos de mercado, técnicos, administrativos y financieros.

**Capítulo III Estudio de Mercado:** En este capítulo se realizó una investigación de la demanda, oferta, precios y comercialización del kiwi, para identificar la realidad del mercado y poder plantear las estrategias más idóneas para la introducción y posicionamiento de la fruta.

**Capítulo IV Estudio Técnico:** Dentro de este capítulo se encuentra la localización óptima del proyecto, el tamaño, diseño de instalaciones, proceso de producción y comercialización e inversiones; aspectos que permiten el manejo eficiente del proyecto.

**Capítulo V Estudio Financiero:** En el análisis financiero se estableció los ingresos, egresos, estados financieros y evaluación financiera; que permiten determinar la rentabilidad del proyecto.

**Capítulo VI Organización de la Empresa:** Se estableció los aspectos estratégicos, organizacionales y legales de la nueva entidad productiva y comercial.

**Capítulo VII Impactos:** En este capítulo se realizó el análisis de impactos que genera la creación de la empresa en el entorno de influencia, en el ámbito socio-económico, empresarial, cultural, y ambiental.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTOTIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxvi
INTRODUCCIÓN	xxvii
JUSTIFICACIÓN	xxviii
OBJETIVOS DEL PROYETO	xxix

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	30
Objetivos del diagnóstico	30
Variables diagnósticas	31
Indicadores	31
Matriz de relación diagnóstica	33
Mecánica Operativa del Diagnóstico	34
Instrumentos de Recolección de la Información	35
Análisis de las variables diagnósticas	35
Geográfico	35
Ubicación	35
Límites	35
Extensión territorial	36

División política	36
Clima	36
Demográfico	37
Densidad poblacional	37
Población por género	37
Tendencia de crecimiento poblacional	37
Económico	37
Tipo de actividad	37
Tipo de productos	38
Destino de la producción	39
Población Económicamente Activa	39
Sociocultural	39
Educación	39
Salud	40
Servicios básicos	41
Viabilidad	41
Cultura y recreación	42
Tabulación y Análisis de la información recopilada	42
Construcción de la matriz AOOD	62
Identificación de la oportunidad de inversión	63

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Estudio de factibilidad	64
Objetivos del estudio de factibilidad	64
Recursos del estudio de factibilidad	65
Empresa	65
Objetivos de la empresa	66
Características generales de la empresa	66
Recursos de la empresa	67
Estructura Organizacional	68

Administración	68
Objetivos de la administración	68
Fases del proceso administrativo	69
Nivel administrativo	70
Misión	70
Visión	71
Aspectos de mercado	71
Mercado	71
Demanda	72
Oferta	72
Producto	73
Precio	73
Publicidad	73
Promoción	74
Estudio técnico	74
Ingeniería del proyecto	74
Macrolocalización	75
Microlocalización	75
Presupuesto técnico	76
Aspectos contables financieros	76
Contabilidad	76
Objetivos de la contabilidad	77
Características de la contabilidad	77
Libros que se utilizan en la contabilidad	78
Estados financieros	79
Balance general	79
Estado de resultado	79
Estado de flujo del efectivo	80
Evaluadores financieros	80
Valor actual neto	80
Tasa interna de retorno	81
Periodo de recuperación	81

Costo beneficio	82
Punto de equilibrio	82
El Kiwi	83
Características del Kiwi	83
Aspectos generales del Kiwi	84
Variedades del Kiwi	85
Tipos de suelos para el cultivo del Kiwi	87
Plagas y enfermedades del Kiwi	88
La fruticultura	88
Actividades de la fruticultura	89
Enfoques de la fruticultura	90
Tecnologías desarrolladas en la fruticultura	90
La agricultura	93
Características de la agricultura	93
Ventajas y desventajas de la agricultura	94

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Presentación	96
Objetivos del estudio de mercado	97
Objetivo general	97
Objetivos específicos	97
Indicadores	97
Demanda	97
Oferta	98
Precio	98
Estrategias comerciales	99
Matriz de relación estudio de mercado	100
Mecánica operativa del estudio de mercado	101
Identificación de la población	101
Muestra	101

Técnicas de investigación	102
Tabulación y análisis de la información	103
Encuesta efectuada a los comerciantes minoristas	103
Encuesta efectuada a los proveedores de frutas	116
Identificación del producto	129
Características generales	129
Composición nutricional	130
Usos	131
Beneficios del kiwi	132
Mercado meta	133
Análisis de la demanda	133
Identificación de la demanda actual	133
Proyección de la demanda	134
Análisis de la oferta	137
Oferta actual	137
Proyección de la oferta	138
Demanda potencial a satisfacer	140
Demanda a captar por el proyecto	141
Análisis de precios	141
Determinación del precio	141
Proyección de precios	142
Estrategias comerciales	142
Conclusiones del estudio de mercado	143

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

Presentación	144
Localización óptima del proyecto	144
Macrolocalización	144
Microlocalización	145
Tamaño del proyecto	146

Aspectos determinantes	147
Capacidad del proyecto	149
Distribución de la planta	152
Diseño de las instalaciones	153
Proceso de producción y comercialización del Kiwi	154
Inversiones del proyecto	162
Inversión fija	162
Terreno	162
Infraestructura	162
Maquinaria y equipo	163
Herramientas agrícolas	163
Vehículo	164
Muebles y enseres	164
Equipo de computación	164
Equipo de Oficina	165
Capital de trabajo	166
Inversión inicial	166
Financiamiento	167
Requerimiento de talento humano	167

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

Ingresos	168
Proyección de ingresos	168
Egresos	168
Costos de producción	169
Resumen de costos de producción	170
Gastos administrativos	170
Sueldos administrativos	171
Suministros de oficina	172
Servicios básicos	172

Mantenimiento computación	173
Resumen gastos administrativos	173
Gastos de ventas	174
Sueldo en ventas	174
Publicidad	175
Empaques	176
Combustible mantenimiento vehículo	176
Resumen de gastos de ventas	177
Gastos financieros	177
Depreciación	179
Gastos de estudios y constitución	180
Resumen de egresos	180
Estados financieros	181
Estado de situación financiera	181
Estado de resultados	181
Flujo de caja	183
Evaluación de la inversión	184
Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio	184
Tasa de rendimiento medio	184
Valor actual neto	185
Tasa interna de retorno	185
Periodo de recuperación de la inversión	186
Costo beneficio	187

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA**

Aspecto estratégico	188
Nombre de la empresa	188
Misión	188
Visión	189
Objetivos de la empresa	189

Políticas	189
Principios	190
Valores	191
Aspecto organizacional	192
Estructura orgánica	192
Organigrama estructural	192
Identificación de puestos y funciones	193
Aspecto legal	198
Personería jurídica	198
Permisos de funcionamiento	198

## **CAPÍTULO VII**

### **IMPACTOS DEL PROYECTO**

Impacto Socio-económico	200
Impacto Empresarial	201
Impacto Educativo-Cultural	202
Impacto Ambiental	203
Impacto General	204

CONCLUSIONES	205
--------------	-----

RECOMENDACIONES	206
-----------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	207
--------------	-----

ANEXOS	210
--------	-----

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>No.</b>	<b>Pág.</b>
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	33
2. POBLACIÓN POR GÉNERO	37
3. TENDENCIA DE CRECIMIENTO	37
4. PRODUCTOS AGRÍCOLAS	38
5. PRINCIPALES ENFERMEDADES	40
6. INDICADORES DE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS	41
7. VIABILIDAD	41
8. TIPO DE CULTIVO	43
9. ACTIVIDAD AGRÍCOLA	44
10. PRODUCTIVIDAD	45
11. ÁREA DE TERRENO	46
12. FORMA DE COMERCIALIZACIÓN	47
13. TIPO DE MERCADO	48
14. NIVEL DE LA DEMANDA	49
15. LA COMPETENCIA	50
16. DETERMINACIÓN DEL PRECIO	51
17. NIVEL DE RENTABILIDAD	52
18. ACCESO AL FINANCIAMIENTO	53
19. DIFICULTADES FINANCIERAS	54
20. CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD	55
21. ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE LA PARROQUIA	56
22. ASISTENCIA TÉCNICA	57
23. ACTIVIDAD AGRÍCOLA FUTURA	58
24. CLIMA DE LA PARROQUIA	59
25. CULTIVO DE KIWI	60
26. PRODUCTO ALTERNATIVO	61
27. MATRIZ DE RELACIÓN AOR	62
28. MATRIZ RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO	100
29. EDAD	103

<b>30. SEXO</b>	<b>104</b>
<b>31. EDUCACIÓN</b>	<b>105</b>
<b>32. COMERCIALIZACIÓN DE KIWI</b>	<b>106</b>
<b>33. CALIDAD DEL PRODUCTO</b>	<b>107</b>
<b>34. FACTOR DE COMPRA</b>	<b>108</b>
<b>35. SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA</b>	<b>109</b>
<b>36. FRECUENCIA DE COMPRA</b>	<b>110</b>
<b>37. PRECIO DE COMPRA</b>	<b>111</b>
<b>38. TIPO DE PROVEEDOR</b>	<b>112</b>
<b>39. PROVEEDOR PERMANENTE</b>	<b>113</b>
<b>40. INCREMENTO DE PROVEEDORES</b>	<b>114</b>
<b>41. MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	<b>115</b>
<b>42. EDAD</b>	<b>116</b>
<b>43. SEXO</b>	<b>117</b>
<b>44. EDUCACIÓN</b>	<b>118</b>
<b>45. TIEMPO EN LA ACTIVIDAD</b>	<b>119</b>
<b>46. RENTABILIDAD DEL NEGOCIO</b>	<b>120</b>
<b>47. COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS</b>	<b>121</b>
<b>48. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO</b>	<b>122</b>
<b>49. PESO DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>123</b>
<b>50. PRECIO DE LA CAJA</b>	<b>124</b>
<b>51. FRECUENCIA DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>125</b>
<b>52. ORIGEN DEL PRODUCTO</b>	<b>126</b>
<b>53. SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA</b>	<b>127</b>
<b>54. ASPECTOS PARA EL PRECIO</b>	<b>128</b>
<b>55. VALOR ENERGÉTICO DE 100 GRAMOS DE KIWI</b>	<b>131</b>
<b>56. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL</b>	<b>134</b>
<b>57. CÁLCULO DEL ÍNDICE DE CRECIMIENTO</b>	<b>134</b>
<b>58. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE KIWI EN KG</b>	<b>137</b>
<b>59. OFERTA ANUAL DE KIWI EN KG</b>	<b>138</b>
<b>60. PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE KIWI EN KILOS</b>	<b>140</b>
<b>61. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER</b>	<b>140</b>

<b>62. DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO</b>	141
<b>63. PROYECCIÓN DE PRECIOS</b>	142
<b>64. EXISTENCIA DEL MERCADO</b>	148
<b>65. ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD</b>	150
<b>66. PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA</b>	150
<b>67. PRODUCCIÓN EN CAJAS DE 8 KILOS</b>	151
<b>68. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA</b>	152
<b>69. TERRENO</b>	162
<b>70. INFRAESTRUCTURA</b>	162
<b>71. MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	163
<b>72. HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA</b>	163
<b>73. VEHÍCULO</b>	164
<b>74. MUEBLES Y ENSERES</b>	164
<b>75. EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	164
<b>76. EQUIPO DE OFICINA</b>	165
<b>77. RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS</b>	165
<b>78. CAPITAL DE TRABAJO</b>	166
<b>79. INVERSIÓN TOTAL</b>	167
<b>80. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>	167
<b>81. REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO</b>	167
<b>82. PROYECCIÓN DE INGRESOS</b>	168
<b>83. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	170
<b>84. SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	171
<b>85. PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO</b>	171
<b>86. SUMINISTROS DE OFICINA</b>	172
<b>87. SERVICIOS BÁSICOS</b>	173
<b>88. MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	173
<b>89. RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	174
<b>90. SUELDO EN VENTAS</b>	174
<b>91. PROYECCIÓN DEL SUELDO DE VENTAS</b>	175
<b>92. PUBLICIDAD</b>	175
<b>93. EMPAQUES</b>	176

94.	COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO	176
95.	RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS	177
96.	TABLA DE AMORTIZACIÓN	178
97.	GASTO INTERES DE LA DEUDA	179
98.	DEPRECIACIÓN	179
99.	GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN	180
100.	RESUMEN DE EGRESOS	180
101.	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	181
102.	ESTADO DE RESULTADOS	182
103.	FLUJO DE CAJA	183
104.	COSTO DE OPORTUNIDAD	184
105.	VALOR ACTUAL NETO	185
106.	TASA INTERNA DE RETORNO	186
107.	PERIODO DE RECUPERACIÓN	186
108.	COSTO BENEFICIO	187
109.	FUNCIONES Y REQUISITOS DEL GERENTE	193
110.	FUNCIONES Y REQUISITOS DEL CONTADOR	194
111.	FUNCIONES Y REQUISITOS DEL TÉCNICO AGRÓNOMO	195
112.	FUNCIONES Y REQUISITOS DEL AYUDANTE AGRÍCOLA	196
113.	FUNCIONES Y REQUISITOS DEL VENDEDOR	197
114.	MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS	199
115.	IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	200
116.	IMPACTO EMPRESARIAL	201
117.	IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL	202
118.	IMPACTO AMBIENTAL	203
119.	IMPACTO GENERAL	204

### ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.		Pág.
1.	ESTADÍSTICA PORCENTUAL DE ESCOLARIDAD	40
2.	TIPO DE CULTIVO	43
3.	ACTIVIDAD AGRÍCOLA	44

<b>4.</b>	<b>PRODUCTIVIDAD</b>	<b>45</b>
<b>5.</b>	<b>ÁREA DE TERRENO</b>	<b>46</b>
<b>6.</b>	<b>FORMA DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>47</b>
<b>7.</b>	<b>TIPO DE MERCADO</b>	<b>48</b>
<b>8.</b>	<b>NIVEL DE LA DEMANDA</b>	<b>49</b>
<b>9.</b>	<b>LA COMPETENCIA</b>	<b>50</b>
<b>10.</b>	<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO</b>	<b>51</b>
<b>11.</b>	<b>NIVEL DE RENTABILIDAD</b>	<b>52</b>
<b>12.</b>	<b>ACCESO AL FINANCIAMIENTO</b>	<b>53</b>
<b>13.</b>	<b>DIFICULTADES FINANCIERAS</b>	<b>54</b>
<b>14.</b>	<b>CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD</b>	<b>55</b>
<b>15.</b>	<b>ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE LA PARROQUIA</b>	<b>56</b>
<b>16.</b>	<b>ASISTENCIA TÉCNICA</b>	<b>57</b>
<b>17.</b>	<b>ACTIVIDAD AGRÍCOLA FUTURA</b>	<b>58</b>
<b>18.</b>	<b>CLIMA DE LA PARROQUIA</b>	<b>59</b>
<b>19.</b>	<b>CULTIVO DE KIWI</b>	<b>60</b>
<b>20.</b>	<b>PRODUCTO ALTERNATIVO</b>	<b>61</b>
<b>21.</b>	<b>EDAD</b>	<b>103</b>
<b>22.</b>	<b>SEXO</b>	<b>104</b>
<b>23.</b>	<b>EDUCACIÓN</b>	<b>105</b>
<b>24.</b>	<b>COMERCIALIZACIÓN DE KIWI</b>	<b>106</b>
<b>25.</b>	<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>	<b>107</b>
<b>26.</b>	<b>FACTOR DE COMPRA</b>	<b>108</b>
<b>27.</b>	<b>SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA</b>	<b>109</b>
<b>28.</b>	<b>FRECUENCIA DE COMPRA</b>	<b>110</b>
<b>29.</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>111</b>
<b>30.</b>	<b>TIPO DE PROVEEDOR</b>	<b>112</b>
<b>31.</b>	<b>PROVEEDOR PERMANENTE</b>	<b>113</b>
<b>32.</b>	<b>INCREMENTO DE PROVEEDORES</b>	<b>114</b>
<b>33.</b>	<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	<b>115</b>
<b>34.</b>	<b>EDAD</b>	<b>116</b>
<b>35.</b>	<b>SEXO</b>	<b>117</b>

36.	EDUCACIÓN	118
37.	TIEMPO EN LA ACTIVIDAD	119
38.	RENTABILIDAD DEL NEGOCIO	120
39.	COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS	121
40.	PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	122
41.	PESO DE COMERCIALIZACIÓN	123
42.	PRECIO DE LA CAJA	124
43.	FRECUENCIA DE COMERCIALIZACIÓN	125
44.	ORIGEN DEL PRODUCTO	126
45.	SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA	127
46.	ASPECTOS PARA EL PRECIO	128

### ÍNDICE ILUSTRACIÓN

No.		Pág.
1.	EL KIWI	129
2.	MAPA PROVINCIA DE IMBABURA	145
3.	MICROLOCALIZACIÓN	146
4.	DISEÑO DE LA PLANTA	153
5.	LOGOTIPO	188

## INTRODUCCIÓN

La parroquia la Carolina se encuentra en el nor-occidente de la provincia de Imbabura, tiene como límites naturales los territorios comprendidos entre los ríos Lita y Amarillo, el río Mira límite provincial del Carchi y las montañas de Malbucho, Jibia y Cerro Chispo. Presenta un clima cálido con una temperatura media aproximada de 20°C y una pluviosidad de 1298, el sector cuenta con los requerimientos necesarios para la actividad frutícola.

El Kiwi es una fruta que contiene grandes beneficios nutritivos y de excelente sabor, es apreciado como fruta fresca o procesada, además presenta grandes beneficios medicinales, posee una gran demanda local, nacional e internacional.

El proyecto a realizarse en la parroquia la Carolina, de producción y comercialización de Kiwi es factible debido a que existe mercado para la fruta y el sector cumple con las condiciones agronómicas para el cultivo, otro factor para el desarrollo de la empresa es que se dispone del terreno en la zona de influencia del proyecto.

La investigación realizada permitirá aportar con una guía para un apropiado manejo técnico, una adecuada utilización de los recursos existentes; para aprovechar potencialmente los recursos naturales creando de esta manera nuevas fuentes de trabajo en el sector rural, mejorando así la calidad de vida de los habitantes.

El proyecto de producción y comercialización de Kiwi en la Parroquia la Carolina, es un proyecto de interés local y nacional, que está basado en la búsqueda de nuevas alternativas de desarrollo en la actividad agrícola.

La información obtenida en este estudio de la producción y comercialización de Kiwi, se utilizará como una contribución para promover el cultivo de la fruta, se utilizará la mano de obra local y además permitirá mejorar los ingresos económicos de los involucrados en el proyecto.

## **JUSTIFICACIÓN**

Con la producción y comercialización de Kiwi en la parroquia La Carolina, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, se estará contribuyendo para promover el cultivo del producto, como también el proyecto crea fuentes de trabajo para la utilización de la mano de obra local lo que genera un mejoramiento económico en la zona.

El propósito del proyecto es mejorar la productividad del sector con la finalidad de incentivar a los agricultores para que continúen trabajando sus tierras y obtengan mejores ventajas de su producción.

El proyecto a realizarse en la parroquia La Carolina, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, es un proyecto de interés local que favorece a sus habitantes, ya que está encaminado a la búsqueda de nuevas alternativas en el desarrollo agrícola.

El proyecto de producción y comercialización de Kiwi es factible de realizarlo, ya que presenta grandes expectativas en el mercado como también el lugar en donde se llevará a cabo su desarrollo cumple con varios factores como condiciones climáticas, vías de acceso adecuadas, entre otras.

Además para optar por un financiamiento para invertir en el cultivo no existe problema porque se cuenta con financieras que están dispuestas a otorgar un crédito.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **GENERAL**

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de kiwi, en la parroquia La Carolina, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

### **ESPECÍFICO**

- Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia La Carolina para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto al momento de su gestión.
- Establecer el marco teórico que sustente el proyecto utilizando información bibliográfica y documentación actualizada.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial a satisfacer de kiwi en la ciudad de Ibarra.
- Elaborar un estudio técnico para el presente proyecto el cual permita determinar las capacidades operativas.
- Realizar un estudio financiero para determinar la rentabilidad que generará el proyecto.
- Establecer la estructura organizativa en función de los requerimientos de la empresa.
- Conocer la influencia de los principales impactos que generará el presente proyecto.

# CAPÍTULO I

## 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

### 1.1. Antecedentes

El presente diagnóstico situacional se efectuó con el propósito de conocer la situación actual del área donde se llevará a cabo el proyecto, especialmente de la actividad agrícola, tomando en cuenta que todo proyecto es incluyente, para lo cual se plantearon objetivos diagnósticos, variables e indicadores, reflejados en la matriz de relación diagnóstica. Las fuentes de información utilizadas permitieron conocer la situación actual de la zona. Una vez recolectada la información se establecieron los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto en su gestión.

### 1.2. Objetivos del Diagnóstico

#### 1.2.1. General

Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia La Carolina para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto al momento de su gestión.

#### 1.2.2. Específicos

- Analizar la situación actual de la parroquia de La Carolina a nivel geográfico.
- Conocer el entorno demográfico de la parroquia La Carolina.
- Identificar el escenario económico de la parroquia La Carolina.

- Investigar el aspecto sociocultural de la parroquia La Carolina.

### **1.3. Variables diagnósticas**

#### **1.3.1. Variables**

- Geográfico
- Demográfico
- Económico
- Sociocultural

### **1.4. Indicadores**

#### **1.4.1. Geográfico**

- Ubicación
- Límites
- Extensión territorial
- División política
- Clima

#### **1.4.2. Demográfico**

- Densidad población
- Población por género

- Tendencia de crecimiento poblacional

#### **1.4.3. Económico**

- Tipo de actividad
- Tipo de productos
- Destino de la producción
- Población económicamente activa

#### **1.4.4. Sociocultural**

- Educación
- Salud
- Servicios básicos
- Vivienda
- Viabilidad
- Cultura y recreación

### 1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

**CUADRO No. 01**

**MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>ASPECTO O INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE INFORMACIÓN</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>INFORMANTE</b>
Analizar la situación actual de la parroquia de La Carolina a nivel geográfico.	Geográfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación</li> <li>• Límites</li> <li>• Extensión territorial</li> <li>• División política</li> <li>• Clima</li> </ul>	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Ordenamiento Territorial de La Carolina
Conocer el entorno demográfico de la parroquia La Carolina	Demográfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Densidad población</li> <li>• Población por género</li> <li>• Tendencia de crecimiento poblacional</li> </ul>	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Ordenamiento Territorial de La Carolina
Identificar el escenario económico de la parroquia La Carolina.	Económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de actividad</li> <li>• Tipo de productos</li> <li>• Destino de la producción</li> <li>• Población económicamente activa</li> </ul>	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Ordenamiento Territorial de La Carolina
Investigar el aspecto sociocultural de la parroquia La Carolina.	Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación</li> <li>• Salud</li> <li>• Servicios básicos</li> <li>• Vivienda</li> <li>• Viabilidad</li> <li>• Cultura y recreación</li> </ul>	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Ordenamiento Territorial de La Carolina

**Elaborado por:** La Autora

## 1.6. Mecánica operativa del diagnóstico

Para el presente estudio se utilizó el siguiente procedimiento:

### 1.6.1. Población a investigar

La población a investigar para el diagnóstico son los agricultores de la parroquia La Carolina, siendo 731 dato proporcionado por la Junta Parroquial.

### 1.6.2. Cálculo de la Muestra

Tomando en cuenta que la población sujeta a estudio es significativa, se ha decidido obtener una muestra, aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

$\sigma$  = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

**Datos:**

N = 731

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

e = 5%

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(731)}{(0,05)^2 (731 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

**n= 252**

## **1.7. Instrumentos de Recolección de la Información**

### **1.7.1. Información Primaria.**

- **Encuestas:** fueron aplicadas a los agricultores de la parroquia de La Carolina, con la finalidad de conocer la situación del agro del sector.
- **La Observación directa:** consistió en visitar directamente el lugar en estudio.

### **1.7.2. Información Secundaria.**

Dentro de la información de fuente secundaria se utilizó: Plan de Ordenamiento Territorial, INEC, documentos, e internet.

## **1.8. Análisis de las variables diagnósticas**

### **1.8.1. Geográfico**

- **Ubicación**

La Parroquia La Carolina, se encuentra ubicada al Noroccidente del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

- **Límites**

La parroquia de La Carolina limita al norte con la parroquia Jacinto Jijón y Caamaño del Cantón Mira; al sur con las parroquias de Cahuasqui, Pablo Arenas del Cantón Urcuquí y Salinas del Cantón Ibarra; al este con las parroquias de La Concepción y Juan Montalvo del Catón Mira y al oeste con las parroquias de Salinas y La Merced de Buenos Aires de los cantones Ibarra y Urcuquí respectivamente.

- **Extensión territorial**

La superficie es de 308,497Km<sup>2</sup> (Trescientos ocho con cuatrocientos noventa y siete kilómetros cuadrados).

- **División política**

Las comunidades que conforman a la parroquia son: Urbina, Amadores, Carolina, Luz de América, Guadual, El Corazón de Guadual, Santa Marianita, San Francisco y La Florida.

- **Clima**

La parroquia de La Carolina presenta un clima cálido húmedo, cálido seco, frío tropical.

La Carolina posee un clima frío en la parte alta de los Páramos, los mismos que se encuentran desde los 2800 hasta los 3860 m.s.n.m, templado cálido desde los 1800 hasta los 2800 m.s.n.m. y cálido por debajo de los 1800; posee una pluviosidad de 312 a 1800 mm. De acuerdo a su altitud, su temperatura promedio anual es de 10oC en la parte alta y alcanza los 22oC en la parte baja. El centro poblado presenta un clima cálido con una temperatura media aproximada de 20oC y una pluviosidad de 1298 mm. Otro factor importante es el número de meses secos, ya que en toda la zona de las comunidades de Santa Marianita de Yacucaspi y San Francisco, existe un máximo de 9 meses secos, así como también, en la parte media de la parroquia se presentan de 6 a 8 meses secos y en la parte alta y norte de la parroquia existe un mínimo de 4 meses secos; incluso la cabecera parroquial, esto es muy importante para tomar medidas que solucionen los problemas de la producción (agricultura, ganadería, etc.) en épocas de estiaje las alternativas pueden ser la construcción de reservorios de agua, proteger las fuentes de agua y realizar un manejo adecuado del uso del agua, etc.

## 1.8.2. Demográfico

- **Densidad poblacional**

La población de la Parroquia de La Carolina asciende a 2.739 habitantes según el Censo del 2010.

- **Población por género**

El número de personas por género son: 1.448 personas son de género masculino y 1.291 son de género femenino.

**CUADRO No. 02**  
**POBLACIÓN POR GÉNERO**

Sexo	Casos	%	Acumulado %
1. Hombre	1.448	52,87 %	52,87 %
2. Mujer	1.291	47,13 %	100,00 %
<b>Total</b>	<b>2.739</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>

Fuente: INEC Censo del 2010

Elaborado por: La autora

- **Tendencia de crecimiento poblacional**

La tendencia de crecimiento es del -0,54% anual.

**CUADRO No. 03**  
**TENDENCIA DE CRECIMIENTO**

Sexo	T.C.
1. Hombre	-0,44%
2. Mujer	-0,64%
<b>Total</b>	<b>-0,54%</b>

Fuente: INEC Censo del 2010

Elaborado por: La autora

## 1.8.3. Económico

- **Tipo de Actividad**

Las comunidades de la parroquia La Carolina podrían ser, potencialmente importantes abastecedores de mercados como los de Ibarra, Tulcán y la misma capital del país.

No menos importante es la producción pecuaria, en la que se destacan: ganado de leche, ganado de carne, ganado porcino y animales menores como: gallinas, cuyes y conejos. El ganado de carne es comercializado en el camal de Ibarra; lo que son porcinos y animales menores, usualmente son adquiridos por intermediarios.

También existe algo de producción artesanal, particularmente de tejidos con bejuco de la zona y sobre todo en la elaboración de canastas. En algunas de las comunidades también se tejen canastas con una liana conocida como Vena China.

- **Tipo de productos**

El potencial agrícola de la zona se refleja en el siguiente cuadro, en el que constan sólo algunos de los productos que para sus habitantes son los más importantes:

**CUADRO No. 04**  
**PRODUCTOS AGRÍCOLAS**

<b>PRODUCCION AGRICOLA</b>	<b>COMUNIDADES DONDE SE PRODUCEN</b>
Maíz (morocho)	Todas la parroquias
Fréjol (negro, canario, calima)	Todas la parroquias
Caña suave	San Pedro, Collapi, Peña Negra, Rocafuerte
Piña	Limal
Plátano	San Pedro, Collapi, Rocafuerte
Guayaba	San Pedro, Collapi, Rocafuerte
Papaya	San Pedro, Collapi, Rocafuerte
Yuca	Todas la parroquias
Limón	Rocafuerte, Limal
Café (nacional, robusto)	San Pedro, Rocafuerte
Naranja	San Pedro, Collapi, Rocafuerte, Urbina
Tomate de árbol	San Pedro, Collapi, Urbina

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial  
**Elaborado por:** La autora

- **Destino de la producción**

Para las comunidades de la parroquia sus principales mercados de referencia son:

Su pequeño mercado de Guallupe que funciona los días miércoles. El mercado de Ibarra al cual acceden los días domingos y martes, pero sólo algunos de los productores, y finalmente el de los intermediarios, que con sus propios medios de transporte van a adquirir los productos directamente en las comunidades.

No existen asociaciones para la comercialización de los productos y los productores se ven afectados por el juego de los precios que varían con la producción; cuando hay mayor producción existe baja de precios y cuando hay menor producción existe un alza de precios.

- **Población Económicamente Activa**

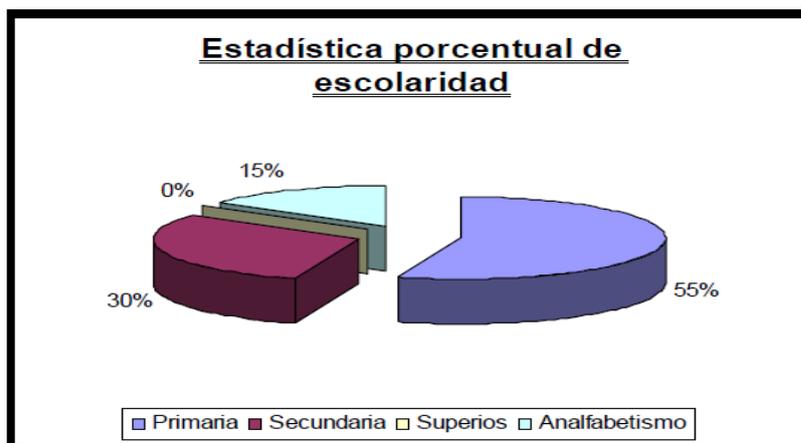
La población económicamente activa es de 1.072 personas que representa 1,79% en relación a la del cantón.

#### **1.8.4. Sociocultural**

- **Educación**

Al constituir parte esencial en la formación de los individuos, se estima que los niveles de educación de la población en general se distribuyen de la siguiente manera: el 55% de adultos han terminado el nivel primario, 30% están cruzando la secundaria y existe un 15% de analfabetismo.

**GRÁFICO No. 01**



**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial

**Elaborado por:** La autora

En toda la comunidad existen 18 escuelas, de las cuales 17 son fiscales, 1 es particular, y 1 colegio a distancia que funciona en las instalaciones de la escuela los días sábados. Se puede contar aproximadamente con 40 profesores, 2 por escuela, y en la secundaria se cuenta con 4 profesores.

- **Salud**

Las principales causas de enfermedad tienen su origen en la deficiente infraestructura sanitaria por efectos de contagio y contaminación. La atención de los casos más frecuentes en los centros de salud de la parroquia se determina en el cuadro siguiente:

**CUADRO No. 05  
PRINCIPALES ENFERMEDADES**

ENFERMEDAD	CAUSAS
IRA*	Gripes, clima, contagio, contaminación
EDAS*	Desaseo, contagio, contaminación, parásitos
PARASITOSIS	Desaseo, falta de infraestructura sanitaria, mal tratamiento de agua
DERMATITIS	Acaros, hongos, contaminación, contagio
DESNUTRICIÓN	Pobreza, poca diversificación en la alimentación, diarreas, tratamiento inadecuado
REUMATITIS	Factores climáticos y alimenticios

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial

**Elaborado por:** La autora

- **Servicios básicos**

La cobertura de los servicios básicos se encuentra en los siguientes niveles.

**CUADRO No. 06**  
**INDICADORES DE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS BÁSICOS**

<b>Indicador</b>	<b>Medida</b>	<b>Parroquia</b>
Viviendas	Número	657
Hogares	Número	660
Servicio eléctrico	% (viviend.)	79,8
Servicio telefónico	% (viviend.)	5,6
Servicio de recolección de basura	% (viviend.)	10,5
Déficit de servicios residenciales básicos	% (viviend.)	93,3
Vivienda propia	% (hogar)	73,7

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial

**Elaborado por:** La autora

- **Viabilidad**

Como característica vial principal cabe destacar que la parroquia se encuentra atravesada por la vía asfaltada que une Ibarra – San Lorenzo, sin embargo casi todas las comunidades disponen solo de carreteras de tercer orden, en las que su conformación interna ha definido los siguientes ejes viales:

**CUADRO No. 07**  
**VIABILIDAD**

<b>EJE VIAL INTERNO</b>	<b>TIPO DE RODADURA</b>	<b>Nivel requerido de intervención</b>
Limonar-El Puerto-Urbina	Tierra	Rehabilitación
Cuajara-El Cerdado-Santa Marianita-Milagro-Tercer Paso	Tierra	Rehabilitación
El limonar- Catarama	Tierra	Rehabilitación
San Jerónimo Buenos Aires	Tierra	Mantenimiento

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial

**Elaborado por:** La autora

Para aquellas comunidades que se encuentran fuera de los ejes viales detallados, existen vías carrosables de difícil acceso en invierno, por lo que se ha demandado sean consideradas como vías en rehabilitación, a fin de lograr que su utilidad sea permanente durante todo el año con la colocación de lastre.

- **Cultura y recreación**

Dentro de las actividades culturales y recreativas, las comunidades de la parroquia La Carolina destacan principalmente los festejos tradicionales que están estrechamente vinculados a sus creencias religiosas, por ejemplo: Fiestas de la Virgen del Carmen, San Pedro, aniversario de la parroquia, pase del Niño, entre otros.

Además de estos festejos existen otras celebraciones como el día de la madre, del padre y algunas fechas cívicas.

Como es usual en la mayoría de las comunidades andinas, uno de los aspectos centrales de las festividades es la designación de los priostes, quienes se encargan de la organización e inclusive el financiamiento de los festejos.

Algunas festividades son llamativas y atraen a los turistas, entre otras razones porque se destacan o practican juegos tradicionales como las ollas encantadas, palo encebado, cintas, así también se practica el baile característico de la zona conocido como la bomba. Para estas festividades, en la comunidad de PEÑA Negra preparan un licor llamado "mexicano".

#### **1.8.5. Tabulación y análisis de la información recopilada a través de encuestas.**

Previo a la aplicación final de la encuesta se realizó la encuesta piloto, que permitió reestructurar el formulario de preguntas.

Resultado de la encuesta dirigida a los agricultores de la parroquia La Carolina.

1. ¿Cuál es el tipo de cultivo que produce actualmente?

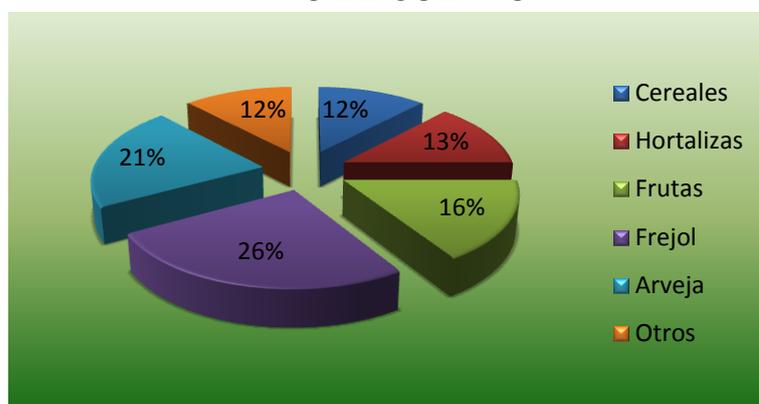
**CUADRO No. 8  
TIPO DE CULTIVO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cereales	30	12
Hortalizas	33	13
Frutas	40	16
Frejol	66	26
Arveja	53	21
Otros	30	12
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a los agricultores

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No. 02  
TIPO DE CULTIVO**



### ANÁLISIS:

El cultivo que más se produce es el frejol y arveja, porque son leguminosas que presentan mayor demanda en el mercado consumidor, estos productos son utilizados para la transformación de distintos derivados que tiene gran acogida en el mercado, también se dedican a la producción de otros productos entre los cuales se encuentran las frutas.

## 2. ¿Cómo considera usted a la actividad agrícola?

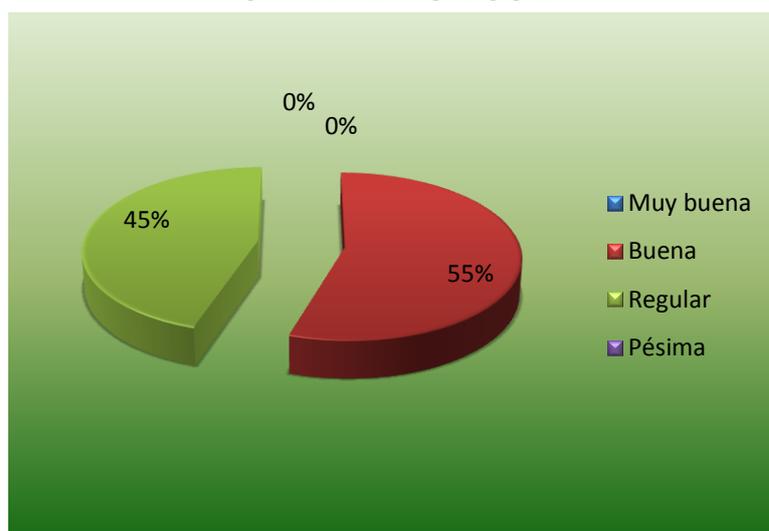
**CUADRO No. 9**  
**ACTIVIDAD AGRÍCOLA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy buena	0	0
Buena	139	55
Regular	113	45
Pésima		0
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores

**Elaborado por:** La autora

**GRÀFICO No.03**  
**ACTIVIDAD AGRÍCOLA**



### **ANÁLISIS:**

La mayor parte de agricultores consideran que esta actividad es buena debido a que la zona presenta un clima favorable para la agricultura, como también por la existencia de la demanda de los productos en el mercado consumidor, otros manifiestan que es regular porque las ganancias que se obtienen no cubren en muchas veces los gastos que han realizado.

### 3. ¿Qué productos son de mayor productividad?

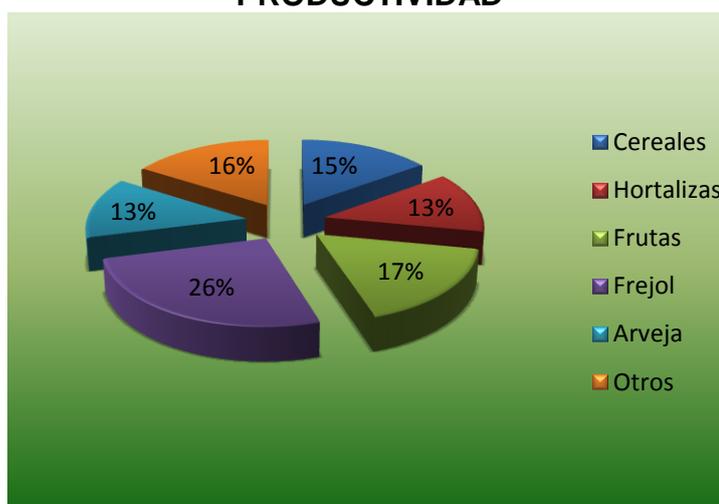
**CUADRO No. 10  
PRODUCTIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cereales	38	15
Hortalizas	33	13
Frutas	43	17
Fréjol	65	26
Arveja	33	13
Otros	40	16
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a los agricultores

Elaborado por: La autora

**GRÀFICO No. 4  
PRODUCTIVIDAD**



#### **ANÁLISIS:**

Los productos que generan mayor productividad en la zona es el frejol y distintas frutas, porque el clima del sector es apto para este tipo de cultivo, además presenta una gran demanda en el mercado consumidor, en porcentajes menores también realizan el cultivo de otros productos.

#### 4. ¿Cuál es el área de terreno que posee?

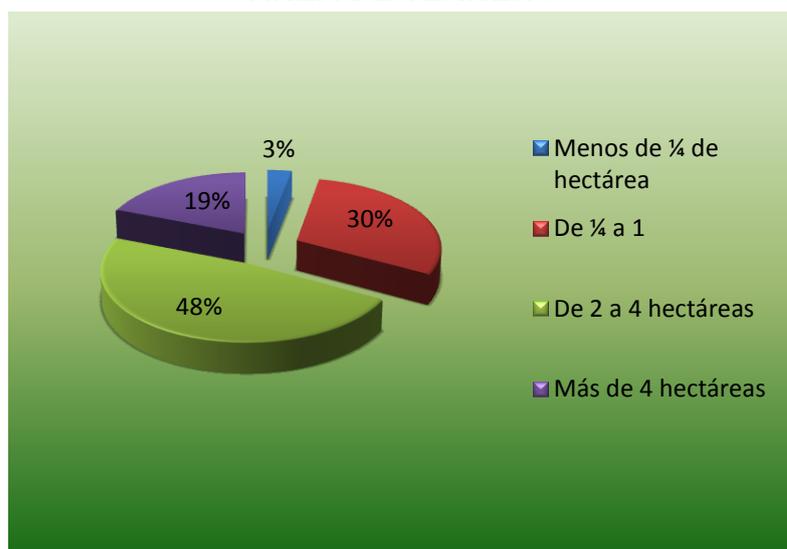
**CUADRO No. 11**  
**ÁREA DE TERRENO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de ¼ de hectárea	8	3
De ¼ a 1	76	30
De 2 a 4 hectáreas	120	48
Más de 4 hectáreas	48	19
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores

**Elaborado por:** La autora

**GRÀFICO No. 5**  
**ÁREA DE TERRENO**



#### **ANÁLISIS:**

Es indispensable para la agricultura contar con un extenso terreno, para el cultivo de cualquier producto en este caso la mayoría de los encuestados tienen de 2 a 4 hectáreas que les permite trabajar en distintas variedades de productos, seguido por 1 hectárea quienes distribuyen esta área para trabajar.

## 5. ¿Cómo realiza la comercialización de los productos?

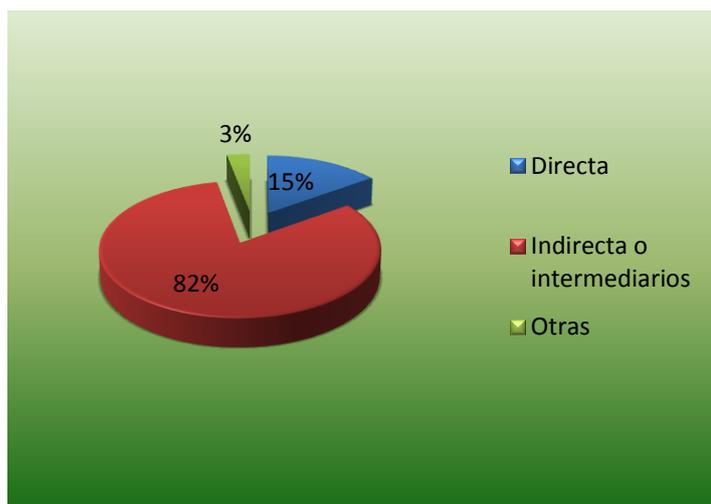
**CUADRO No. 12**  
**FORMA DE COMERCIALIZACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Directa	38	15
Indirecta o intermediarios	206	82
Otras	8	3
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores

**Elaborado por:** La autora

**GRÁFICO No. 6**  
**FORMA DE COMERCIALIZACIÓN**



### **ANÁLISIS:**

La forma más utilizada por los productores para realizar la comercialización de sus productos es a través de intermediarios, quienes tienen la posibilidad de dirigirse a varios sectores en donde compran los cultivos para llevar a los distintos mercados, son pocos quienes los realizan directamente.

6. ¿Los productos de la Parroquia, a qué mercado atienden actualmente?

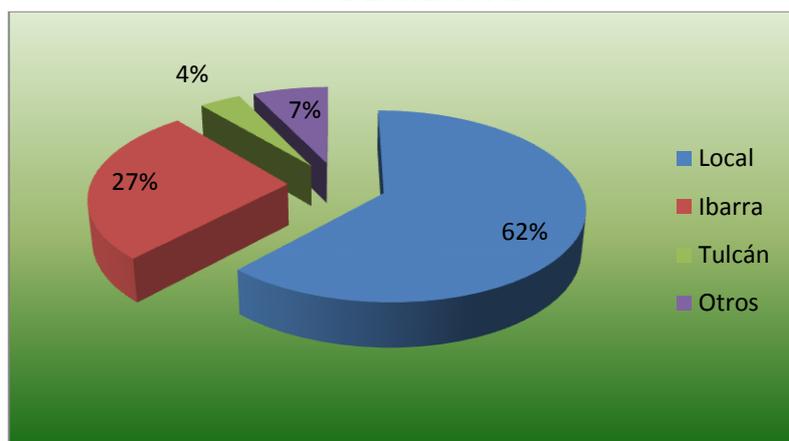
**CUADRO No. 13**  
**TIPO DE MERCADO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Bolívar	156	62
Ibarra	68	27
Tulcán	10	4
Otros	18	7
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores

**Elaborado por:** La autora

**GRÁFICO No. 7**  
**TIPO DE MERCADO**



**ANÁLISIS:**

El objetivo de todos los productores es expandirse con sus productos más aún si estos son alimentos, por que crece su producción y su demanda, de esta forma contribuye con la economía. En este caso la mayoría de los productores de La Carolina comercializan a nivel local, porque existen compradores que llevan a los mercados mayoristas de diferentes ciudades y por su cercanía entregan a intermediarios quienes se encargan de comercializar en los distintos mercados de Ibarra y otras ciudades.

## 7. ¿Los productos de la Parroquia tienen una demanda?

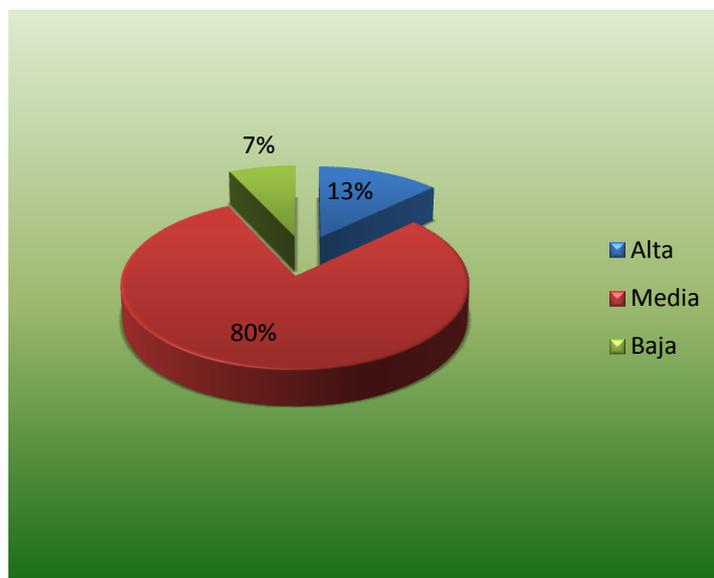
**CUADRO No. 14**  
**NIVEL DE LA DEMANDA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alta	33	13
Media	201	80
Baja	18	7
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores

**Elaborado por:** La autora

**GRÁFICO No. 8**  
**NIVEL DE LA DEMANDA**



### **ANÁLISIS:**

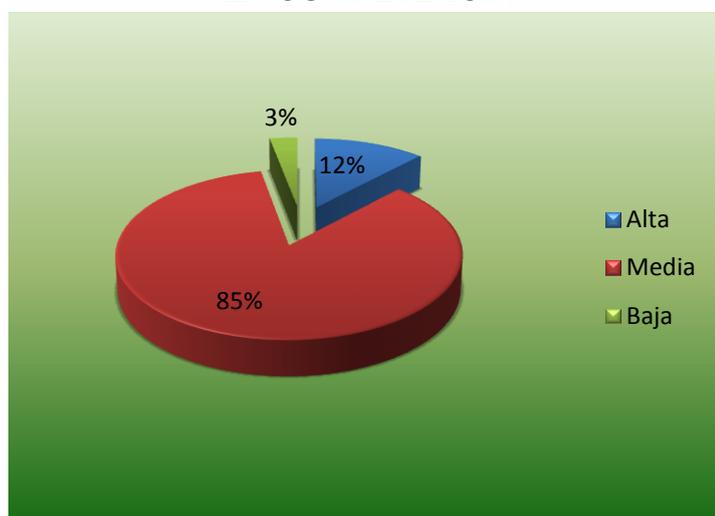
Por ser una parroquia que goza de un clima y terrenos óptimos para la agricultura, la mayoría de los productos que ahí se cultivan tienen una acogida favorable, ya que existen consumidores que demandan todos los alimentos que se producen, generando una economía dinámica.

## 8. ¿La competencia que tiene es?

**CUADRO No. 15  
LA COMPETENCIA**

ALTERNATIVA		%
Alta	30	12
Media	214	85
Baja	8	3
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 9  
LA COMPETENCIA**



**Fuente:** Encuesta a los agricultores

**Elaborado por:** La autora

### **ANÁLISIS:**

Al ser una provincia y parroquia conocida por la actividad agrícola, es inevitable que exista un porcentaje moderado de competencia entre productores. Para esto se debe incursionar en otros alimentos no tradicionales para obtener un nivel alto en producción agrícola.

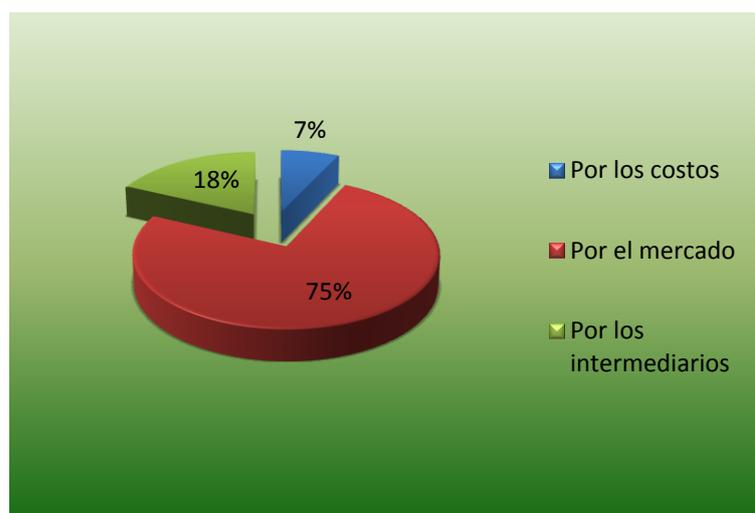
9. ¿La determinación de los precios de sus productos lo hace por?

**CUADRO No. 16  
DETERMINACIÓN DEL PRECIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Por los costos	18	7
Por el mercado	189	75
Por los intermediarios	45	18
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores  
**Elaborado por:** La autora

**GRÁFICO No. 10  
DETERMINACIÓN DEL PRECIO**



**ANÁLISIS:**

En el mercado actual la venta de los productos agrícolas son fijados por varias razones (consumidores, gusto, etc.), en este caso la mayoría de productores coinciden que los precios son establecidos por el mercado, ya que tiene altas y bajas medidas económicas.

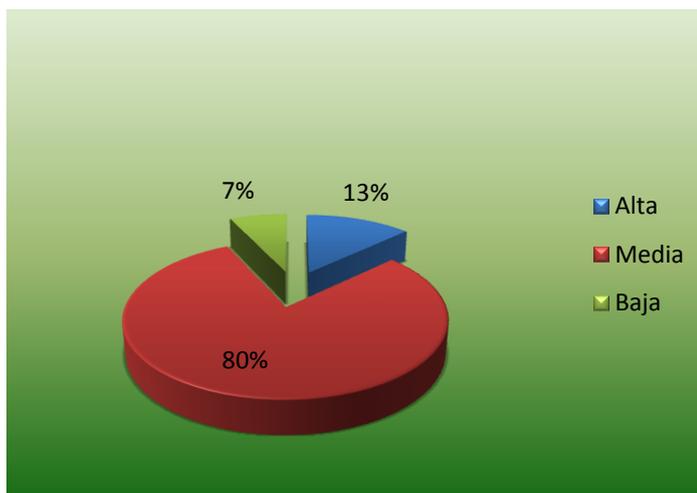
10. ¿La rentabilidad que obtienen de la actividad como la considera?

**CUADRO No. 17**  
**NIVEL DE RENTABILIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alta	45	18%
Media	189	75%
Baja	18	7%
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores  
**Elaborado por:** La autora

**GRÁFICO No.11**  
**NIVEL DE RENTABILIDAD**



**ANÁLISIS:**

Por el hecho de existir variedades en productos alimenticios los agricultores manifiestan que los beneficios de ésta actividad son moderados, debido a la competencia informal que existe en la mayoría de los casos.

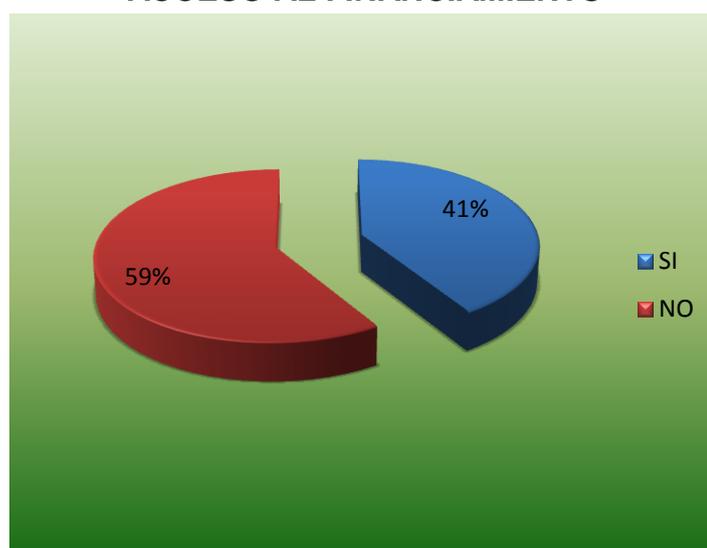
## 11. ¿Tiene acceso a financiamiento para su actividad?

**CUADRO No. 18**  
**ACCESO AL FINANCIAMIENTO**

ALTERNATIVA		%
Si	103	41
No	149	59
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores  
**Elaborado por:** La autora

**GRÁFICO No.12**  
**ACCESO AL FINANCIAMIENTO**



### **ANÁLISIS:**

Los productores de la actividad agrícola no reciben el total apoyo económico, ya que esta actividad tiene riesgos, por los inesperados cambios climáticos que pueden darse afectando a la siembra, los mismos no permiten recuperar la inversión realizada.

## 12. ¿Qué dificultades financieras enfrenta actualmente?

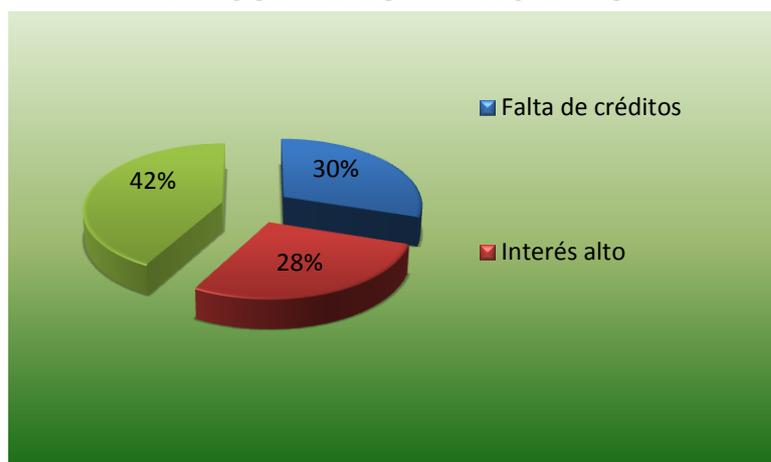
**CUADRO No. 19**  
**DIFICULTADES FINANCIERAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Falta de créditos	76	30
Interés alto	71	28
Actividad de supervivencia que merma la capacidad de pago	105	42
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores

**Elaborado por:** La autora

**GRÁFICO No.13**  
**DIFICULTADES FINANCIERAS**



### **ANÁLISIS:**

Las personas que se dedican a la agricultura enfrentan dificultades financieras, debido a que la inversión solo está dispuesta para los costos de compra y no para los inconvenientes que se pueden presentar, como el clima que puede ocasionar pérdida del sembradío, limitando así los créditos para el crecimiento agrícola.

13. ¿La actividad que realiza usted es basada en?

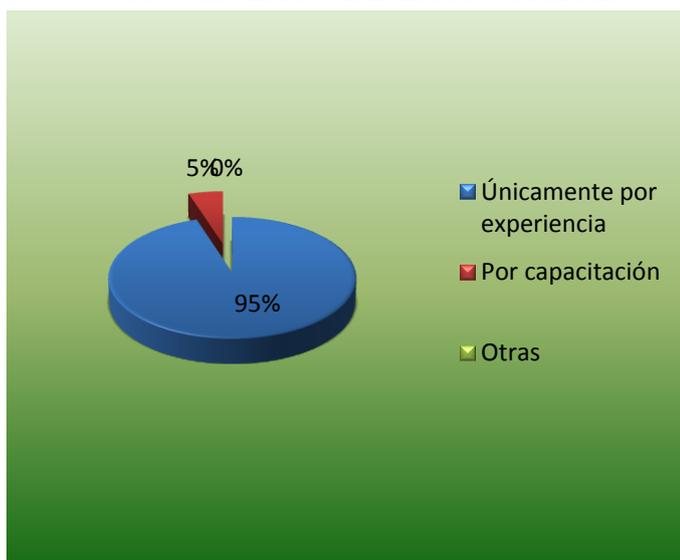
**CUADRO No. 20**  
**CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVA		%
Únicamente por experiencia	239	95
Por capacitación	13	5
Otras	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores

**Elaborado por:** La autora

**GRÁFICO No.14**  
**CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD**



**ANÁLISIS:**

Existe un gran segmento de los agricultores que laboran únicamente basados en la experiencia, ya que no tuvieron la posibilidad de estudiar a fondo el tema de la agricultura, esto provoca en una pequeña manera la posibilidad de crecimiento agrícola, ya que desconocen las formas más recientes de cultivo y como mejorarla.

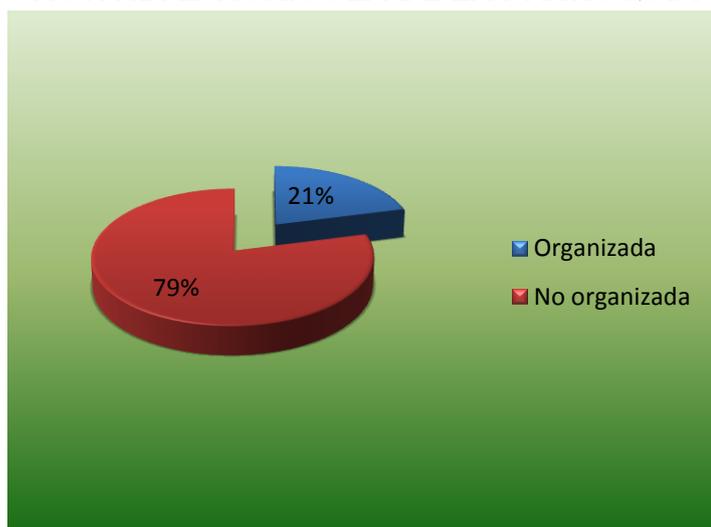
#### 14. ¿La actividad agrícola en la parroquia se encuentra?

**CUADRO No. 21**  
**ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE LA PARROQUIA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Organizada	53	21
No organizada	199	79
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores  
**Elaborado por:** La autora

**GRÁFICO No.15**  
**ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE LA PARROQUIA**



#### **ANÁLISIS:**

En su gran mayoría los agricultores son empíricos y por ende no tienen una organización adecuada para la producción de los alimentos, esta puede ocasionar sembríos en fechas equivocadas, acarreado a una mala cosecha o pérdida de ésta en su totalidad, dejando también desfavorables resultados económicos, la falta de organización les restringe el apoyo gubernamental.

15. ¿Recibe asistencia técnica para sus cultivos en forma?

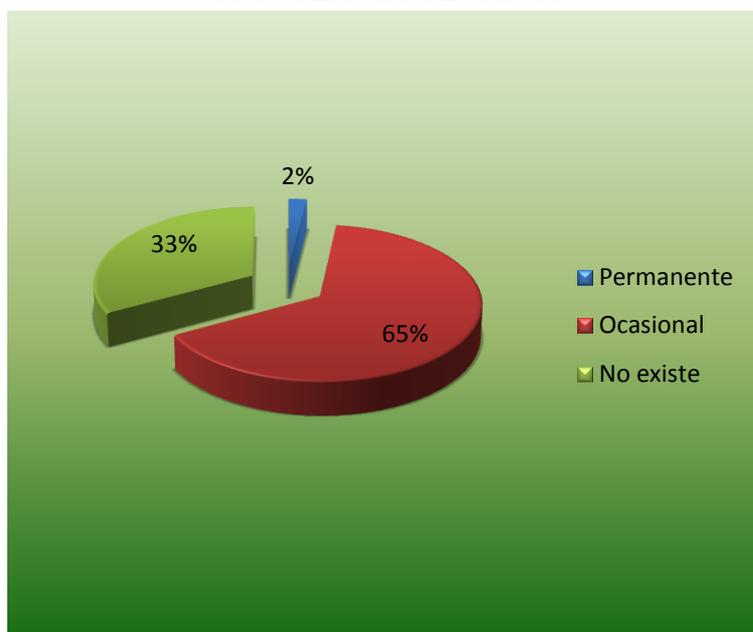
**CUADRO No. 22  
ASISTENCIA TÉCNICA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Permanente	5	2
Ocasional	164	65
No existe	83	33
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores

**Elaborado por:** La autora

**GRÁFICO No.16  
ASISTENCIA TÉCNICA**



**ANÁLISIS:**

Los agricultores de la parroquia La Carolina, manifiestan que trabajan únicamente con la experiencia aprendida de sus progenitores, ellos no reciben una capacitación en el área de la agricultura, lo que produce que los alimentos no sean tratados de mejor forma para una presentación de mejor calidad para los consumidores.

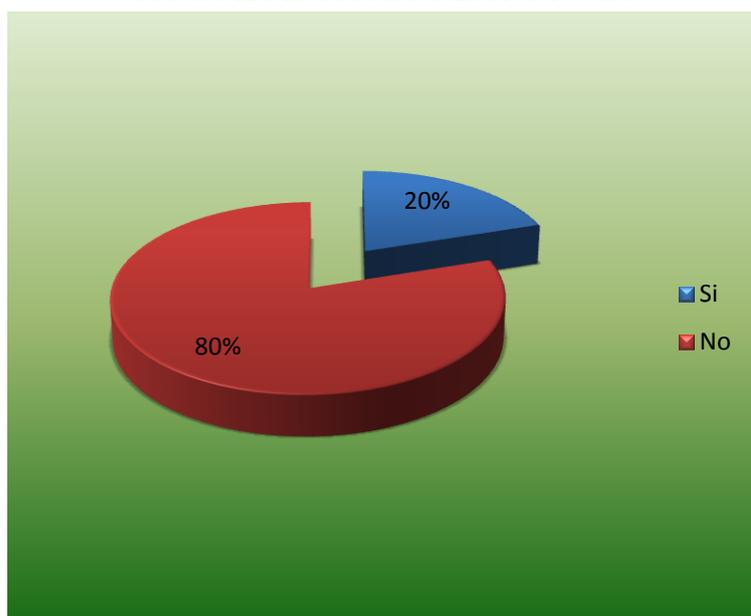
16. ¿Considera usted que las nuevas generaciones optaran por la actividad agrícola?

**CUADRO No. 23**  
**ACTIVIDAD AGRÍCOLA FUTURA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	50	20
No	202	80
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores  
**Elaborado por:** La autora

**GRÁFICO No.17**  
**ACTIVIDAD AGRÍCOLA FUTURA**



**ANÁLISIS:**

Debido a que en la actualidad la actividad agrícola no genera buenos ingresos y no posee el apoyo gubernamental, manifiestan que se esfuerzan por brindar mejores oportunidades de vida a sus familias dándoles una educación que les permita ser profesionales, son pocos quien seguirá en esta actividad

17. ¿Considera usted que el clima de la Parroquia favorece el cultivo de frutas cómo?

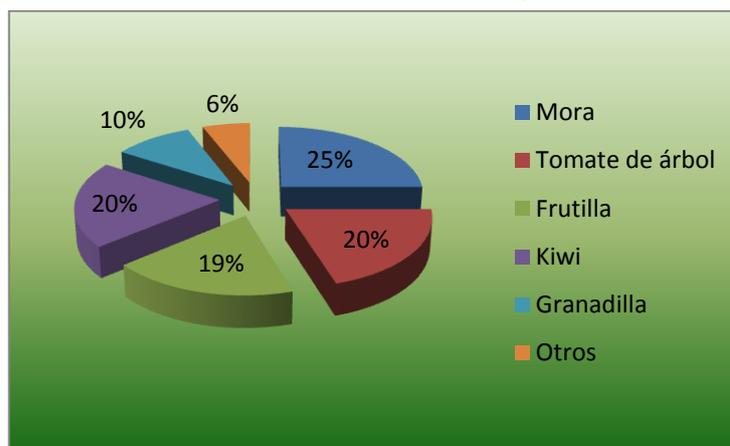
**CUADRO No. 24**  
**CLIMA DE LA PARROQUIA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Mora	63	25
Tomate de árbol	51	20
Frutilla	47	19
Kiwi	51	20
Granadilla	25	10
Otros	15	6
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores

**Elaborado por:** La autora

**GRÀFICO No.18**  
**CLIMA DE LA PARROQUIA**



**ANÁLISIS:**

Como ya se ha mencionado anteriormente el clima es un factor importante para el desarrollo de la producción de alimentos, y esta localidad tiene una temperatura apta para todos estos cultivos. Esto implica que se puede obtener grandes beneficios en su producción.

**18. ¿Le gustaría incursionar en el cultivo de Kiwi con asistencia técnica del MAGAP?**

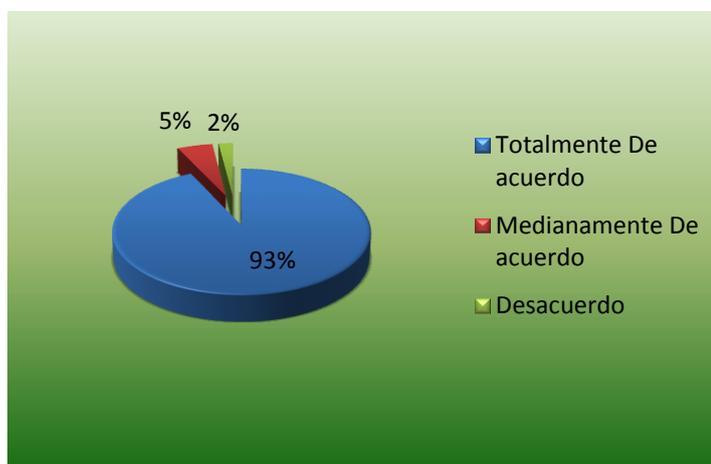
**CUADRO No. 25  
CULTIVO DE KIWI**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Totalmente de acuerdo	234	93
Medianamente de acuerdo	13	5
Desacuerdo	5	2
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores

**Elaborado por:** La autora

**GRÁFICO No.19  
CULTIVO DE KIWI**



**ANÁLISIS:**

En los proyectos agrícolas es necesario que exista un apoyo económico y de capacitación para el desarrollo del mismo, ya sea grande mediano o pequeño. Es decir que los agricultores tienen una aceptación bastante favorable al conocer que tendrán la colaboración periódica o permanente del MAGAP.

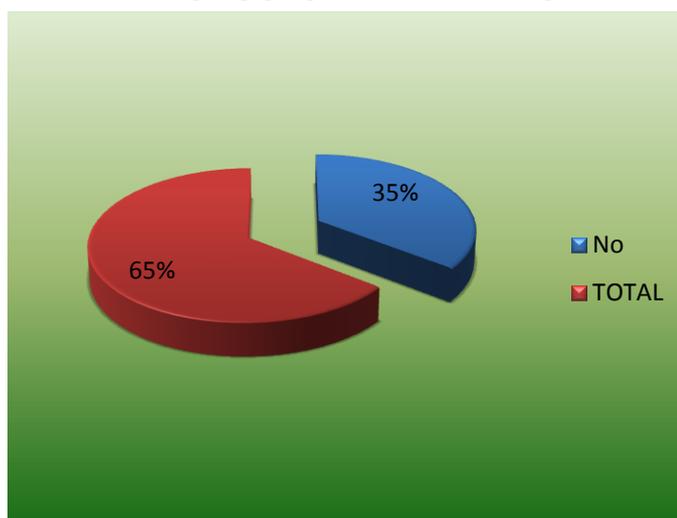
19. ¿Usted tiene conocimiento que en la actualidad el kiwi es una fruta considerada como un producto alternativo el cual tiene acogida en el mercado nacional e internacional?

**CUADRO No. 26**  
**PRODUCTO ALTERNATIVO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	113	45
No	139	55
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los agricultores  
**Elaborado por:** La autora

**GRÁFICO No. 20**  
**PRODUCTO ALTERNATIVO**



**ANÁLISIS:**

La mayor parte de los agricultores no posee conocimientos sobre la importancia de este producto, por tal razón se ven acostumbrados a seguir produciendo los mismos cultivos, son pocos quienes han investigado sobre la importancia del kiwi en los mercados nacionales y extranjeros.

### 1.9. Construcción de la matriz AOOR (aliados, oponentes, oportunidades, riesgos)

Con los resultados de la información obtenida de las encuestas aplicadas a los agricultores de la parroquia La Carolina, se procedió a construir la matriz AOOR.

**CUADRO No. 27  
MATRIZ DE RELACIÓN AOOR**

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena ubicación climática, zona templada propicia para el crecimiento de frutos.</li> <li>• La zona es apta para el cultivo de diferentes productos como frutas, gramíneas, etc.</li> <li>• La mayor parte de agricultores poseen áreas grandes de terreno; es decir de 2 a 4 hectáreas en su mayoría.</li> <li>• Los mercados para comercializar los productos son cercanos como en Bolívar, Ibarra Tulcán, Otros.</li> <li>• Existe experiencia en la actividad agrícola.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comercialización de la producción es a través de intermediarios.</li> <li>• Los precios de los productos están determinados por el mercado.</li> <li>• El sector agrícola no se encuentra organizado en su totalidad.</li> <li>• Existe descontento por la actividad agrícola.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas tecnologías agrícolas para mejorar la productividad.</li> <li>• Trabajo estratégico con los agricultores de la zona para la producción de kiwi.</li> <li>• Demanda local y regional del producto.</li> <li>• Alianzas estratégicas con cadenas de supermercados.</li> <li>• Existencia de medios alternativos para comercializar productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambios climáticos inesperados por variaciones en la naturaleza por el factor del Calentamiento Global, que pueden ocasionar pérdidas.</li> <li>• Ataque de plagas propias de las plantas.</li> <li>• Inestabilidad política respecto a gobernabilidad, provoca inseguridad en las inversiones.</li> <li>• Incremento de los precios de los insumos agrícolas</li> <li>• Altas tasas de interés del sistema financiero, trunca la generación de nuevos emprendimientos.</li> </ul>

**Elaborado por:** La autora

### **1.10. Identificación de la oportunidad de inversión**

Efectuado el diagnóstico en la zona donde se implantará el proyecto, se puede mencionar que la falta de asistencia técnica y la ausencia de créditos a desestimado la producción frutícola, desaprovechando el clima que favorece la actividad frutícola, como también la creciente demanda que existe para ciertas frutas como es el caso del kiwi, esto ha provocado que los potenciales fruticultores tengan actividades agrícolas de subsistencia e incluso pierden el interés por la actividad por falta de rentabilidad.

Con este antecedente se plantea la oportunidad de realizar EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE KIWI EN LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, siendo promotores de nuevos emprendimientos y ejemplo de superación para la comunidad en actividades alternativas, para así aprovechar la ventaja comparativa y competitiva del sector.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Estudio de factibilidad

**FONTAINE, R. Ernesto** (2008), afirma: *“La factibilidad en un proyecto, consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos”*. Pág.72.

De acuerdo al concepto dado por el autor se define al estudio de factibilidad como una técnica que consiste en la búsqueda de objetivos que contemplan los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar.

##### 2.1.1. Objetivos del estudio de factibilidad

**FONTAINE, R. Ernesto** (2008), Pág. 77, manifiesta que: La empresa cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser limitativos. Estos objetivos son los siguientes:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Aceleración en la recopilación de datos.

- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.

### 2.1.2. Recursos del estudio de factibilidad

**FONTAINE, R. Ernesto** (2008), Pág. 81, presenta que la determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerado por los objetivos vistos anteriormente, el cual deberá revisarse y evaluarse previo a su aplicación. Los recursos a realizarse son:

- **Factibilidad Operativa:** Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto.
- **Factibilidad Técnica:** Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto.
- **Factibilidad Económica:** Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse.

## 2.2. Empresa

**MÉNDEZ MORALES, José Silvestre** (2007), afirma que: *“La empresa es la unidad básica de producción, es decir un conjunto sistemático de recursos humanos, financieros, técnicos y de información que le permiten participar activamente en el proceso económico de la sociedad”*. Pág. 19.

De acuerdo a lo expresado por el autor, se puede definir a la empresa como una entidad que se establece en un lugar con la finalidad de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes o servicios que están destinados para el mercado consumidor.

### **2.2.1. Objetivos de la empresa**

Según **MÉNDEZ MORALES, José Silvestre** (2007), Pág. 21. Presenta los objetivos de la empresa.

- Atraer clientes con productos de buena calidad y a precios razonables.
- Obtener niveles de calidad en la entrega de productos.
- Satisfacer las necesidades del cliente con productos de acuerdo al requerimiento.
- Conservar y aumentar el nivel de cuentas, con alternativas de pago para el cliente.
- Mantener la seriedad en la distribución de productos.
- Disminuir las pérdidas en productos predecibles.
- Cumplir con las obligaciones laborales y pagos de ley.

### **2.2.2. Características generales de la empresa**

**MÉNDEZ MORALES, José Silvestre** (2007), Pág. 31, expone las características generales de la empresa.

- **Pequeña Empresa:** El administrador dedica solo parte de su tiempo en cuestiones administrativas, pues lo absorbe una gran cantidad de

problemas técnicos de producción, finanzas, ventas, personal, etc. No se requiere grandes previsiones o planeaciones.

- **Mediana Empresa:** Suele ser una empresa de ritmo en crecimiento, ya que presenta problemas de la pequeña y grande empresa y más bien carece de los beneficios que son sus características principales.
- **Grande Empresa:** El administrador o los administradores, no solo se dedican la mayor parte de su tiempo a las funciones típicamente administrativas sino que requieren de un staff más o menos grande de personas que lo ayuden a administrar.

### 2.2.3. Recursos de la empresa

**MÉNDEZ MORALES, José Silvestre** (2007), Pág. 34, presenta los recursos que la empresa necesita.

- **Humano:** Los recursos humanos son conjuntos de habilidades y experiencias, conocimientos y competencias de personal que integra la empresa.
- **Materiales:** Son los bienes tangibles e insumos propiedad de la organización, con el que la empresa cuenta es decir la infraestructura.
- **Tecnológicos:** Es la aplicación del conocimiento científico al desarrollo de actividades prácticas y sistemáticas tales como: la maquinaria, equipos, procesos, y los sistemas operativos.
- **Financieros:** Son los elementos monetarios de que dispone la empresa para ejecutar sus decisiones, esto proviene de las aportaciones de los socios, las utilidades y las ventas, así como los préstamos, créditos y emisión de valores.

## 2.3. Estructura Organizacional

### 2.3.1. Administración

Según, **JONES, Gareth R. y George, Jennifer M.** (2010), manifiesta que: ***“La administración es la planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos y de otra clase, para alcanzar las metas de la organización con eficiencia y eficacia”***. Pág.5.

**GORDÓN, Welsoh Hilton** (2008), menciona que: ***“La administración de una empresa requiere el constante ejercicio de ciertas responsabilidades directivas”***. Pág. 4.

Con lo manifestado por los autores se define a la administración como una actividad que es desarrollada en toda empresa, que permite el buen manejo de los recursos materiales y talento humano que la conforman.

### 2.3.2. Objetivos de la administración

Según **DÍAS, CALLEJAS Osmin** (2009), Pág. 34, señala los objetivos de la administración:

- Alcanza de forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social donde se plantean planes de desarrollo.
- Consigue de manera eficiente las metas con el mínimo de sus recursos.
- Permite a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.
- Asegura que la empresa produzca o preste sus servicios de calidad tomando en cuenta que el principal factor son los clientes.

- El objetivo principal de la Administración es aprovechar los recursos que posee la empresa para lograrlo de una manera eficiente y eficaz.

### 2.3.3. Fases del proceso administrativo

**GORDÓN, Welson Hilton** (2008), Pág. 23, presenta la administración cinco fases que constituyen el proceso administrativo, pues son ejercidas de forma continua:

- **Planeación:** Planear incluye seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para lograrlos, requiere la toma de decisiones, es decir, elegir proyectos de acción futuros entre alternativas.
- **Organización:** Es la función administrativa que implica ensamblar y coordinar los recursos humanos, físicos, información y otros que se necesiten para alcanzar las metas.
- **Integración:** Requiere mantener cubierta las posiciones en la estructura de la organización. Esto se logra al identificar los requisitos de fuerza de trabajo, es volver a inventariar a las personas.
- **Dirección:** Es la función de administrar los recursos de la microempresa por parte de los administradores demostrando su eficiencia y responsabilidad en sus funciones.
- **Control:** Es el proceso de vigilar las actividades con el fin de asegurarnos que se realicen conforme a los planes y se corrijan las desviaciones importantes.

#### 2.3.4. Nivel administrativo

Según el autor **KOONTZ** (2008), Pág. 45, presenta los niveles administrativos que se desarrollan en la empresa.

- **Nivel Directivo:** Comprende los empleados a los cuales corresponden funciones de dirección general, de formulación de políticas institucionales y de adopción de planes, programas y proyectos.
- **Nivel Asesor:** Agrupa a los empleados cuyas funciones consiste en asistir, aconsejar y asesorar directamente a los empleados públicos del nivel directivo.
- **Nivel Ejecutivo:** Comprende los empleados cuyas funciones consiste en la dirección, coordinación, supervisión y control de las unidades o áreas internas encargadas de ejecutar y desarrollar las políticas.
- **Nivel Administrativo:** Agrupa a los empleados cuyas funciones implica el ejercicio de actividades de orden administrativo, complementarias de las tareas propias de los niveles superiores.
- **Nivel Operativo:** El nivel operativo comprende los empleados con funciones que implican el ejercicio de labores que se caracterizan por el predominio de actividades manuales o tareas de simple ejecución.

#### 2.3.5. Misión

Según **WHEELLEN, Thomas L. HUNDER, David J.** (2007), dice: ***“La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica***

***el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve***". Pág. 12.

Tomando en cuenta la definición planteada por el autor se puede argumentar que la misión de una empresa pretende dar a conocer un producto de calidad, el mismo que estará encaminado a satisfacer las diferentes necesidades del mercado consumidor.

### **2.3.6. Visión**

Para **D' ALESSIO, Ipinza Fernando** (2008), afirma que: ***"La visión de una organización es la definición deseada de su futuro que responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo"***. Pág. 61.

Según lo expresado por el autor se dice que la visión de toda empresa está proyectada a futuro es decir como desea mirarse después de un largo trabajo realizado que día a día pretende obtener logros que le permite mejorar ante el mercado competitivo.

## **2.4. Aspectos de mercado**

### **2.4.1. Mercado**

**KOTLER Philip** (2007), manifiesta que: ***"Es el conjunto de todos los compradores reales que desean obtener un bien o servicio para satisfacer sus necesidades"***. Pág. 312.

De acuerdo a lo expresado por el autor se define al mercado como un lugar que está representado por los compradores y vendedores que se reúnen para realizar sus negociaciones y poder obtener el bien o servicio que necesitan para satisfacer sus necesidades.

## 2.4.2. Demanda

**KOTLER Philip** (2008), dice que: ***“La demanda del mercado para un producto es el volumen total que adquirirá un grupo de clientes definido, en un área geográfica establecida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercado específico”***. Pág. 217.

**NÚÑEZ, Z. Rafael** (2007), expresa que: ***“La demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”***. Pág. 27.

En base a la definición dada por los autores se dice que la demanda es conocida como la necesidad que existe por cubrir en el mercado ya sea por un producto o servicio, la misma espera encontrar algo diferente que logre cubrir sus expectativas, la demanda muchas veces suele variar en ocasiones, en otras baja, lo que provoca una inestabilidad en el mercado tanto para los productores como para los comercializadores.

## 2.4.3. Oferta

**NÚÑEZ, Z. Rafael** (2007), dice que: ***“La oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”***. Pág. 50.

La oferta se entiende por la cantidad de bienes o servicios que están disponibles en el mercado esperando satisfacer las necesidades de los consumidores, de igual manera la oferta pretende lograr en un menor tiempo la cantidad máxima de ventas que genere mejores utilidades para la empresa, lo que garantiza una estabilidad.

#### 2.4.4. Producto

ZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2007), anuncia que: ***“Es un conjunto de atributos fundamentales unidos en una forma identificable”***. Pág. 220.

LAMB Charles W., (2006), expresa que: ***“Al producto se lo define como aquello, sea favorable y desfavorable que una persona recibe en un intercambio, un producto puede ser un bien tangible, sin embargo los servicios y las ideas también son productos”***. Pág. 123.

Con lo expresado por los autores se dice que, el producto es un bien o servicio que tiene un valor monetario que depende mucho de cómo está la oferta y la demanda en el mercado para que el valor suba o baje.

#### 2.4.5. Precio

HERNANDEZ, G. Clotilde y MAUBERT, V. Claudio (2009), puntualizan que: ***“Es el valor expresado en moneda, o bien, la cantidad de dinero que se necesita para adquirir el producto”***. Pág. 335.

En base a lo expresado por el autor se dice que, precio es el valor conocido que el comprador entrega a cambio de un bien o servicio, el mismo es fijado ya sea por el mismo mercado o por los costos de producción.

#### 2.4.6. Publicidad

Según, KOTLER, Philip (2009), opina que: ***“Es una buena manera de informar y persuadir, ya sea que el propósito sea vender y lograr que los consumidores prefieran el producto, ya que es una tarea específica de comunicación que se realiza con un público meta específico, durante un periodo determinado”***. Pág. 461.

**KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (2008), cita: “Toda forma de comunicación no personal que es pagada por una empresa identificada para presentar y promocionar ideas, productos o servicios”. Pág. 495.**

Con la información obtenida de los autores, se determina que la publicidad es una de las estrategias más utilizadas por las empresas para dar a conocer el nuevo producto o servicio que está lanzando al mercado, con el objetivo de llegar directamente al consumidor potencial.

#### **2.4.7. Promoción**

Según **STANTON (2007), cita: “Como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”. Pág. 506.**

**FERNÁNDEZ, V. Ricardo (2007), anuncia que: “Es una herramienta de mercadotecnia diseñada para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia de un producto o servicio, por medio de un proceso de comunicación, así como de ventas y de imagen de la empresa en un tiempo y lugar determinados”. Pág. 59.**

Con la definición obtenida de los autores se determina que, la promoción consiste en buscar alternativas de ventas donde el cliente se incentive para obtener el producto o servicio para ello aplican varias estrategias como: la rebaja de precios, los descuentos, los regalos en fechas especiales etc.

### **2.5. Estudio técnico**

#### **2.5.1. Ingeniería del proyecto**

Para los autores **SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo (2008), afirma que: “Es el que ayuda a**

***determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado***". Pág. 144.

Tomando en cuenta el concepto de los autores, se define a la ingeniería del proyecto como una fase que interviene en el manejo de los recursos para darles una utilización adecuada, dando el aprovechamiento necesario para la elaboración de un producto determinado.

### **2.5.2. Macrolocalización**

Según FLORES U. Juan A. (2007), en su obra afirma que: ***"El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la Macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto"***. Pág. 49.

Según lo expresado por el autor, se determina a la Macrolocalización como una técnica que persigue el propósito de encontrar la ubicación más adecuada para el proyecto; es decir, un lugar que cumpla con las exigencias requeridas para obtener mejores resultados.

### **2.5.3. Microlocalización**

Según FLORES U. Juan A. (2007), afirma que: ***"Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes"***. Pág. 36.

De acuerdo a lo expuesto por el autor se dice que en la microlocalización es indispensable realizar un breve análisis para obtener su respectiva

ubicación del proyecto, tomando en cuenta factores importantes que intervienen para su desarrollo.

#### **2.5.4. Presupuesto técnico**

Para **MIRANDA, Juan** (2006), dice que: ***“Es una herramienta de gran ayuda para programar los recursos necesarios para iniciar una actividad económica. Con el presupuesto técnico se puede determinar inversiones necesarias en: equipos, materias primas e insumos, gastos pre operacionales etc.”***. Pág. 86.

Según lo expuesto por el autor se determina que el presupuesto es utilizado para establecer recursos tanto materiales como talento humano que serán utilizados en una empresa.

#### **2.6. Aspectos contable financieros**

##### **2.6.1. Contabilidad**

Para **BRAVO VALDIVIESO Mercedes** (2009), afirma que: ***“Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”***. Pág. 3.

Para el Autor **ZAPATA, S. Pedro** (2008), dice que: ***“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado”***. Pág. 62.

Partiendo del concepto dado por el autor se define a la contabilidad como una técnica, que cumple un papel muy importante dentro de las

empresas porque su objetivo principal es analizar y registrar los movimientos financieros que diariamente realiza cada organización.

### **2.6.2. Objetivos de la contabilidad**

**ZAPATA, S. Pedro** (2008), Pág. 69, presenta los objetivos de la contabilidad.

- Proporcionar la situación financiera del negocio en el momento en que se solicite.
- Permitir un conocimiento e interpretación adecuado a los usuarios de la información.
- Proyectar la ampliación de las actividades teniendo como base las realizadas en periodos contables.
- Registrar las operaciones realizadas por la empresa de una manera clara y precisa.
- Controlar eficientemente las actividades financieras de la empresa.

### **2.6.3. Características de la contabilidad**

**ZAPATA, S. Pedro** (2008), Pág. 73, muestra las características de la contabilidad.

- Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.
- Establecer en términos monetarios, la información histórica o predictiva, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que dispone la empresa.

- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
- Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo económico.
- Servir como comprobante fidedigno, ante terceras personas de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme a la Ley.
- Proporcionar oportunamente información en términos de unidades monetarias, referidas a la situación de las cuentas que hayan tenido movimiento hasta la fecha de emisión.
- Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control.
- Salvaguardar los activos de la institución y comunicarse con las partes interesadas y ajenas a la empresa.

#### **2.6.4. Libros que se utilizan en la contabilidad**

**BRAVO VALDIVIESO, Mercedes** (2009), Pág. 12, presenta los libros que se utilizan en la contabilidad.

- **Diario general:** El diario general es un libro contable donde se recogen, día a día los hechos económicos de una empresa. La anotación de un hecho económico en el libro diario se llama asiento, es decir en él se registra todas las transacciones realizadas por una empresa.
- **Mayor general:** Es el libro de contabilidad en donde se organizan y clasifican las diferentes cuentas que movilizan la organización de sus

activos, pasivos y patrimonio, para que estos registros sean válidos deben asentarse en el libro debidamente autorizado.

- **Balance de comprobación:** Es un documento contable elaborado por el empresario que le permite hacerse una idea sobre la situación de su empresa, y las operaciones realizadas en el periodo, su objetivo es comprobar que no existe asientos descuadrados en la contabilidad.

## 2.7. Estados financieros

### 2.7.1. Balance general

**ZAPATA, S. Pedro** (2008), dice que: *“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado”*. Pág. 62.

Con el concepto dado por el autor se puede definir al balance general como un detalle financiero contable que se encarga de presentar la situación de una empresa en un momento determinado, es decir el patrimonio que tiene antes de iniciar sus actividades.

### 2.7.2. Estado de resultado

Según, el autor **ZAPATA, S. Pedro** (2008), expone que: *“Es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado”*. Pág. 306.

Para **GITMAN, Laurence J.** (2007), afirma que: *“El balance de Resultados proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo específico”*. Pág. 41.

Según el concepto planteado por el autor, el estado de resultados es un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

### 2.7.3. Estado de flujo del efectivo

Para **GALINDO, R. Carlos Julio** (2008), afirma que: ***“El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado”***. Pág. 45.

**LAWRENCE, Gitman** (2007), expresa que: ***“Proporciona un resumen de los flujos de efectivo operativos, de inversión y de financiamiento de la empresa, y los reconcilia con los cambios en el efectivo y los valores negociables de la empresa durante el periodo”***. Pág. 60.

Con los conceptos planteados por los autores se determina al estado de flujo de efectivo como una herramienta para realizar una planificación financiera, porque proporciona la base para analizar la posición de caja de la empresa con respecto a los recursos que dispone.

## 2.8. Evaluadores financieros

### 2.8.1. Valor actual neto

Según **SAPAG Nassir** (2008), manifiesta que: ***“El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”***. Pág. 321.

Según el concepto planteado por el autor, el valor actual neto cumple un papel importante dentro del análisis financiero de un proyecto, porque ayuda a determinar su factibilidad.

La fórmula que se aplica es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

### 2.8.2. Tasa interna de retorno

Según **FONTAINE R. Ernesto** (2008), manifiesta que: **“Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”**. Pág. 100.

Para, **DÍAZ M. Ángel** (2008), afirma que: **“Es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados”**. Pág. 174.

Lo expresado por los autores permite definir a la tasa interna de retorno como una técnica que permite determinar si es conveniente realizar la inversión en un proyecto determinado.

La fórmula a utilizarse es:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

### 2.8.3. Periodo de recuperación

Según los autores **SAPAG, CH. Nassir** y **SAPAG, CH. Reinaldo** (2008), manifiestan que: **“Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”**. Pág. 329.

Según, **FLORES U. Juan A.** (2007), expresa: **“Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión.”** Pág. 119.

De acuerdo al análisis realizado al concepto dado por el autor, se determina que el periodo de recuperación consiste en dar a conocer el tiempo en que el proyecto debe transcurrir para poder recuperar la inversión realizada para su desarrollo.

#### **2.8.4. Costo beneficio**

El escritor **SAPAG, CH. Nassir** (2007), dice que: **“Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”.** Pág. 256.

Según el concepto dado por los autores se dice que el costo beneficio da a conocer el rendimiento del proyecto, además el tiempo en el cual se podrá recuperar la inversión realizada en el proyecto, el mismo confirmará si tiene futuro o no en el mercado.

**Se utiliza la siguiente formula:**

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{GASTOS ACTUALIZADOS}}$$

#### **2.8.5. Punto de equilibrio**

**NÚÑEZ, Z. Rafael** (2007), manifiesta que: **“El punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total”.** Pág. 85.

**ACHING, Guzmán C.** (2007), expone que: ***“Permite calcular la cuota inferior o mínima de unidades a producir y vender para que un negocio no incurra en pérdidas”***. Pág. 197.

Según lo expresado por el autor, el punto de equilibrio consiste en la realización de una estimación del equilibrio entre ingreso y egresos, es decir conocer si existe pérdidas o ganancias de las actividades que la empresa realiza, además detalla cual es el volumen de ventas para que la empresa genere utilidades.

## **2.9. El Kiwi**

**VILLAMARÍN B, Jaime O.** (2008), menciona que: ***“El kiwi es una planta trepadora, que forma enramadas y es originaria de China; su nombre se debe a un pájaro, símbolo de Nueva Zelanda, que se conoce como kiwi”***. Pág. 23.

El kiwi es conocido científicamente con el nombre de Actinidia deliciosa, es originaria del sudeste asiático, donde crece de forma natural y salvaje. El kiwi debe ser plantado en zonas de clima templado, debido a que es un cultivo de naturaleza subtropical. Al igual, debe estar protegido de vientos dominantes que puedan reducir el anclaje del árbol, así como la actividad de las abejas para la polinización o destrucción de su porte arbustivo.

### **2.9.1. Características del Kiwi**

**VÁSQUEZ, Ronal** (2007), Pág. 27, presenta las características del kiwi.

- El Kiwi es una planta medianamente vigorosa y productiva.
- Inicia la floración de 2 a 3 días antes que la variedad Hayward.

- Las flores son solitarias y a veces dobles, grandes, de 7 a 8 cm de diámetro.
- El fruto es mediano de 65 a 75 g. de forma alargada.
- En sección transversal es elíptico- circular.
- Mide 57 mm. de diámetro longitudinal y 48 mm. transversal.
- La piel es amarronada con pelos largos y algunos pocos cortos.
- La pulpa es verde brillante; medianamente acidulada, perfumada y de buena calidad.
- Se cosecha 3 a 4 días antes que la variedad Hayward.

### 2.9.2. Aspectos generales del Kiwi

**VILLAMARÍN B, Jaime O.** (2008), Pág. 28, presenta aspectos generales del kiwi.

- **Raíz:** Es carnosa, muy ramificada, susceptible a deshidratación, asfixia y pudriciones. Se desarrolla en forma superficial cuando se cultiva en suelos arcillosos, profundizando más en suelos livianos.
- **Tronco:** Se habla de tronco después que está formado a partir de un brote seleccionado de los que nacen de la base de la planta nueva.
- **Los brotes jóvenes:** Son herbáceos, pudiendo ser vegetativos o mixtos, según den origen sólo a hojas o además a flores. Su crecimiento es rápido. Posee internudos que varían entre 5 y 15 cm.
- **Hojas:** Posee hojas grandes, gruesas. De forma acorazonada y bordes dentados que pueden ocasionar daños al frotarse continuamente contra el fruto.

- **Flores:** Son grandes, de color blanco cremoso. Se desarrollan solitarias o en grupos de 2 a 8 por nudo y se ubican en las axilas de las primeras hojas de los brotes del año.
- **Frutos:** Corresponde a una baya ovalada de color café verdoso o cobrizo, cubierta de vello. Su largo es de 5 a 7 cm. y el ancho de 3,5 a 5 cm.; su peso varía entre 35 a 150 gr. El fruto se caracteriza por su alto contenido de vitamina e y sales minerales como potasio y fósforo.

### 2.9.3. Variedades del Kiwi

***[http://www.infoagro.com/frutas/frutas\\_tropicales/kiwi.htm](http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/kiwi.htm)***

Presenta cultivares hembras o femeninas y macho o masculinas.

#### **Variedades femeninas**

- **Abbot:** Planta vigorosa y productiva de brotación precoz, fruto de tamaño medio (65-70 gr.), resistente al manipuleo y transporte; presenta buenas características para su conservación tanto al estado fresco como en frigorífico. Buen sabor.
- **Allison:** Planta muy vigorosa y productiva, de floración ligeramente menos precoz que la Abbot. Fruto de tamaño medio. Buen sabor. No se encuentra muy difundida y es muy similar a Abbot, con la que suele confundirse.
- **Bruno:** Planta muy vigorosa y productiva. Fruto de tamaño medio (60-70 gr.) y alargado, dulce ácido, buen sabor. Poca resistencia a la manipulación y al transporte; maduración y cosecha precoces.

- **Hayward:** Planta de vigor medio, floración tardía y menos productiva que las anteriores. Frutos de buen tamaño y peso, aromáticos y de buen sabor.
- **Monty:** Planta muy vigorosa y altamente productiva con tendencia a sobrecargarse de fruta. Floración tardía. Fruto de poco peso (35-40 gr.), sabor agridulce, muy perfumado.
- **Le Sauvage:** Es una variedad relativamente nueva, de frutos más chicos que Monty, pero muy dulces y aromáticos. Se dice que tiene el más alto contenido de vitamina C y se la recomienda especialmente para conservería o confitería.

### **Variedades macho**

Se plantan en proporción de un 10 a 16% con relación al total de plantas en el mismo huerto.

- **Matua:** Planta muy vigorosa y prolifera. Con botones florales color púrpura y en grupos de a tres desde la axila de las hojas. Comienza a florecer unos dos a cuatro días antes de Hayward y alcanza a cubrir prácticamente todo el período de la floración de ésta.
- **Tomuri:** Planta vigorosa, floración intermedia. Este cultivar presenta botones florales color verde pálido y en grupos de 3 a 7 desde la axila de las hojas. Comienza a florecer dos a cuatro días después que Hayward, asegurándose con ello la polinización de sus últimas flores.
- **Chico Male:** Tiene un pólen de buena germinación y fecundación. Su floración la inicia entre 3 a 5 días antes que la variedad Hayward y es muy abundante, siendo al final más tardía que ésta y que la variedad Tomuri.

- **M-51, M-52, M-54 Y M-56:** Son nuevas selecciones realizadas en Nueva Zelanda, que tienen características sobresalientes con respecto a las anteriores.

#### 2.9.4. Tipos de suelos para el cultivo del Kiwi

<http://wwwmanejoproduccion.com//kiwi.shtml>, expresa que: ***El cultivo del kiwi necesita de suelos profundos que estén bien drenados, permeables y ricos en materia orgánica. Es un cultivo muy sensible a la asfixia radicular, por lo que se debe tener en cuenta cualquier labor que evite el encharcamiento de agua en el terreno. Labores empleadas para este problema es el empleo de tubos porosos enterrados, apertura de zanjas, etc.***

**Se puede utilizar los siguientes suelos:**

- **Suelos con estructura continua:** tienen un porcentaje de arcilla superior al 25%, la masa es arcillo-limosa compacta.
- **Suelos con estructura fragmentaria:** Son los que presentan elementos de gran tamaño en el terreno como son grava pizarra, cantos, rodados, areniscas.
- **Suelos ligeros:** Formados por más de 60% de arena. Son suelos que presentan mayor dificultad, ya que no se mantiene un nivel de humedad adecuado. El agua no se retiene en el terreno.

Los suelos ideales son los francos arenosos, sin presencia de cloruros debido a que el kiwi muestra cierta sensibilidad a los mismos, PH entre 6-7 y poca presencia de cal.

### 2.9.5. Plagas y enfermedades del Kiwi

<http://www.produccionkiwi.org/memoria/ecuador99.htm>, menciona que: El cultivo del kiwi se ha mostrado muy resistente a plagas y enfermedades, de forma que no presenta ningún problema fitosanitario que cause perjuicio comercial.

- **Hongos:** Es un hongo que dependiendo de su capacidad de inóculo puede causar pérdidas durante el almacenamiento del fruto, o por una mala ventilación o lluvias dentro de la plantación.
- **Nematodos:** Atacan a las raíces de Actinidia dando lugar a la podredumbre de la raíz. Estos parásitos penetran por las raíces produciendo malformaciones en ellas y en la parte aérea de la planta.
- **Insectos:** Los insectos del género Eulia son los más peligrosos para Actinidia. Atacan por las hojas y el fruto. Por éste último las larvas hacen sus galerías sobre la epidermis lo cual pierde su valor comercial.
- **Animales:** Los conejos causan daños importantes en las plantaciones debido a que roen el cuello y tronco de las plantas.
- **De origen bacteriano:** Agalla de corona, aparecen en el cuello y raíces de la planta agallas o tubérculos de uno o varios centímetros de diámetro.

### 2.10. La fruticultura

**PLANA José Manuel** (2008), manifiesta que: *“La fruticultura es el cultivo de todas aquellas plantas que producen frutos. También se define como el arte que enseña los métodos de ese cultivo. En sentido amplio, el término incluye la preparación de los frutos y su posterior comercialización”*. Pág. 32.

La fruticultura es la ciencia que estudia el mejoramiento genético de los árboles frutales y la elaboración o adecuación de las técnicas de producción; con este significado se cuenta, además, con la palabra "Pomología", muy usada en otros idiomas como el inglés y el francés, pero poco utilizada en nuestra lengua.

### **2.10.1. Actividades de la fruticultura**

**MELGAREJO** (2009), Pág. 32, presenta las actividades de la fruticultura.

- Determinación de las características del suelo y mejoramiento de sus condiciones.
- Determinación de las especies de plantas que se plantarán considerando las condiciones del suelo.
- Determinación de las variedades de especies a utilizar.
- Mejoramiento de variedades, manipulaciones genéticas.
- Planificación de la parcela agrícola, fijando modo de propagación de los frutales.
- Determinación del régimen de riego y de abono si correspondiera.
- Implementación de programas de control de plagas.
- Acondicionamiento anual de las plantas, podas, soportes, atado.
- Cosecha, métodos manuales y mecánicos.
- Evaluación del rendimiento de la explotación frutícola, diagnóstico de problemas e implementación de medidas correctivas.
- Selección, acondicionamiento y empaque de la fruta.
- Conservación de la fruta durante la postcosecha, si correspondiera.
- Procesamiento y comercialización de la fruta.

### 2.10.2. Enfoques de la fruticultura

<http://www.oni.escuelas.negro/fruticultura/index.htm>, presenta los enfoques de la fruticultura.

- **Enfoque de Género:** Está orientado fundamentalmente a diseñar estrategias equitativas para hombres y mujeres, con el propósito de mejorar las técnicas de manejo de los huertos frutales y al mismo tiempo garantizar que los beneficios sean repartidos equitativamente.
- **Enfoque de Sistemas de Producción:** Con el fin de adaptar los frutales a prácticas de manejo de la finca como una estrategia sostenible en el tiempo.
- **Enfoque de Investigación participativa en Frutales nativos e introducidos:** Para potencializar las ventajas comparativas de diversidad fitogenética, clima y suelos que tenemos como país y mediante la generación de tecnología y organización.
- **Enfoque de Manejo Integrado de frutales:** Dirigiendo la investigación al uso de material genético, prácticas y productos alternativos, que reduzcan el uso de pesticidas y otras formas de contaminación o degradación que afectan el medio ambiente y la salud.
- **Enfoque de Cadenas Productivas:** Con el fin de involucrar a todos los actores de las cadenas productivas y de valor.

### 2.10.3. Tecnologías desarrolladas en la fruticultura

[http://www.agro.uba.ar/carreras/agronomia/materias/fruti.Tecnología sdesarrolladas](http://www.agro.uba.ar/carreras/agronomia/materias/fruti.Tecnología%20desarrolladas), expresa las siguientes tecnologías:

**Fitomejoramiento:**

- Recolección, introducción y evaluación de especies, variedades y patrones de frutales y afines.
- Conservación y caracterización morfológica y agronómica in situ de especies silvestres y variedades locales de frutales y afines.
- Conservación y caracterización morfológica y agronómica ex situ de plantas vivas de frutales o afines en forma de huertos o colecciones de campo.
- Caracterización molecular, relaciones filogenéticas y variabilidad de colecciones de especies frutales.
- Mejoramientos genéticos por hibridación y selección de frutales para la obtención de híbridos y variedades de alta productividad, resistentes o tolerantes a factores bióticos y abióticos.
- Uso de cultivo de tejidos para la multiplicación de materiales promisorios y seleccionados de frutales.

**Manejo agronómico:**

- Densidades de plantación, eficiencia productiva y calidad.
- Sistemas de producción de especies frutales para el manejo sustentable de los sistemas agropecuarios.
- Sistemas de conducción y poda de frutales.
- Manejo de arvenses para reducir la competencia y evitar contaminación del suelo y aguas freáticas.
- Manejo de la fertilidad, nutrición y conservación del suelo.

- Cálculos de riego y evaluación de sistemas para el uso eficiente del agua de riego en huertos frutales.
- Estudios fisiológicos de especies y variedades de frutales.

#### **Manejo integrado de plagas y enfermedades:**

- Manejo integrado de los principales insectos plagas y enfermedades de los frutales priorizados.
- Caracterización de la resistencia de especies, variedades, patrones y segregantes de frutales a plagas y enfermedades en laboratorio, invernadero y campo.
- Estudios epidemiológicos de las principales enfermedades del suelo y foliares que afectan a los frutales para optimizar su control.
- Estudios bioecológicos de las principales plagas que afectan a los frutales para optimizar su control.

#### **Manejo postcosecha e industrialización:**

- Estudios de la calidad física y química de los frutales priorizados.
- Estudios de preservación y almacenamiento de los frutales con el fin de mantener la calidad y reducir las pérdidas.
- Identificación y Manejo de plagas y enfermedades pos cosecha.
- Estudios de empaques y embalajes.
- Tratamientos pos cosecha de fruta en fresco para prevención y control de plagas.
- Aplicación de tecnologías agroindustriales para el aprovechamiento e incorporación de valor agregado de frutas para el mercado interno y exportación.

## **Estudios Especiales:**

- Diagnósticos agros socioeconómicos de productores de frutas.
- Proyectos de prefactibilidad y factibilidad para el establecimiento y explotación de frutales.
- Estudios de mercado y comercialización

### **2.11. La agricultura**

**BONIFACE, Priscila** (2011), manifiesta que: *“Es labranza o cultivo de la tierra e incluye todos los trabajos relacionados al tratamiento del suelo y a la plantación de vegetales. Las actividades agrícolas suelen estar destinadas a la producción de alimentos y a la obtención de verduras, frutas, hortalizas y cereales”*. Pág. 23.

La agricultura implica la transformación del medio ambiente para satisfacer las necesidades del hombre. Esta capacidad es la que diferencia al ser humano del resto de los seres vivos.

#### **2.11.1. Características de la agricultura**

**BONIFACE, Priscila** (2011), Pág. 27, presenta las características de la agricultura.

- La agricultura orgánica presenta una serie de características distintivas. Estos rasgos permiten identificar las fuerzas que actúan en el proceso de crecimiento de la producción y las ventas de los productos orgánicos.

Podemos mencionar:

- La agricultura orgánica es un sistema de producción orientado a los procesos, más que a los productos.
- El proceso de la agricultura orgánica implica restricciones significativas que elevan los costos de producción y comercialización.
- Los consumidores compran los productos principalmente porque perciben los beneficios que aportan a la salud, a la seguridad en los alimentos y al medio ambiente.

### **2.11.2. Ventajas y desventajas de la agricultura**

**BONIFACE, Priscila** (2011), Pág. 31, presenta las características de la agricultura.

#### **Ventajas:**

- Los incrementos en la producción, conjuntamente con la mecanización agraria han contribuido a la reducción de la población agraria, permitiendo que a medida que quedaban libres de las tareas del campo pudiesen incorporarse al sector industrial.
- Ésta es muy importante ya que permite una producción más acelerada de los alimentos en poco espacio y con los mismos beneficios nutricionales de la agricultura tradicional, al contrario con mayores resultados en productividad y tamaño, por lo cual esto beneficia a la alimentación de la población.
- Debido a los múltiples climas del planeta se podrán producir diferentes tipos de alimentos.

### **Desventajas:**

- Eliminación de setos vivos para aumentar el tamaño de las explotaciones y aumentar la productividad por escala. Esto destruye el hábitat de diversas especies y favorece la erosión.
- Suelen ser monocultivos monovarietales, por lo que hay pérdidas de biodiversidad, hay homogeneidad genética, y se ven más afectadas por las plagas o inclemencias del tiempo.
- El uso abusivo e irresponsable de fitosanitarios puede contaminar acuíferos y eliminar insectos beneficiosos (abejas polinizadoras), así como otras poblaciones de pájaros y mamíferos.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Presentación**

Este capítulo tiene como finalidad cuantificar y cualificar las variables demanda y oferta, que definen el éxito de un producto o servicio en el mercado. Para el presente estudio es importante definir el área donde se introducirá el producto, siendo esta la ciudad de Ibarra, por encontrarse geográficamente cerca del lugar de producción del kiwi, como también existe una población significativa que pueden llegar a ser los consumidores potenciales de la fruta.

La investigación esta direccionada a los comerciantes de frutas minoristas de los mercados de la ciudad de Ibarra considerados como demandantes potenciales; por otro lado, los proveedores de frutas de estos mercados como ofertantes que traen el producto de otras regiones, cuyos datos servirán para diseñar y establecer un trabajo estratégico de comercialización de la empresa como proveedora permanente de kiwi, para los comerciantes de la ciudad, utilizando como ventaja competitiva la ubicación cercana al lugar de comercialización, ya que en la actualidad la fruta que se encuentra en los mercados es originaria de otras regiones, como también importada.

Esta práctica generará beneficios tanto para el productor, comerciante minorista y consumidor final, debido a que los costos serán más bajos, por ende el precio de venta disminuye, se tendrá a disposición del cliente un producto fresco, no existirá desabastecimiento y se pondrá en práctica el comercio justo.

## **3.2. Objetivos del estudio de mercado**

### **3.2.1. Objetivo general**

Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial a satisfacer de kiwi en la ciudad de Ibarra.

### **3.2.2. Objetivos específicos**

- Identificar la demanda potencial de kiwi en la ciudad de Ibarra
- Conocer la oferta del producto en el área de influencia del proyecto
- Establecer el precio idóneo para la comercialización de la fruta.
- Diseñar estrategias comerciales para introducir y posicionar el kiwi en el mercado.

## **3.3. VARIABLES**

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategias comerciales

## **3.4. INDICADORES**

### **✓ Demanda**

- Comercialización del kiwi
- Calidad del producto

- Factor de compra
- Satisfacción de la demanda
- Frecuencia de compra
- Cantidad de compra
- Tipo de proveedor
- Proveedor permanente
- Incremento de proveedores
- Medio de comunicación

✓ **Oferta**

- Tiempo en la actividad
- Rentabilidad del negocio
- Comercialización de frutas
- Presentación de producto
- Peso de comercialización
- Frecuencia de comercialización
- Origen del producto
- Satisfacción de la demanda

✓ **Precio**

- Precio de compra

- Aspectos para el precio
- Determinación del precio
- ✓ **Estrategias Comerciales**
  - Producto
  - Precio
  - Publicidad
  - Plaza

### 3.5. MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

**CUADRO No. 28**  
**MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO MERCADO**

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Informante
Identificar la demanda potencial de kiwi en la ciudad de Ibarra	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercialización de kiwi</li> <li>• Calidad del producto</li> <li>• Factor de compra</li> <li>• Satisfacción de la demanda</li> <li>• Frecuencia de compra</li> <li>• Cantidad de compra</li> <li>• Tipo de proveedor</li> <li>• Proveedor permanente</li> <li>• Incremento de proveedores</li> <li>• Medio de comunicación</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Comerciantes de frutas
Conocer la oferta del producto en el área de influencia del proyecto	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo en la actividad</li> <li>• Rentabilidad del negocio</li> <li>• Comercialización de frutas</li> <li>• Presentación de producto</li> <li>• Peso de comercialización</li> <li>• Frecuencia de comercialización</li> <li>• Origen del producto</li> <li>• Satisfacción de la demanda</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Proveedores de frutas
Establecer el precio idóneo para la comercialización de la fruta.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio de compra</li> <li>• Aspectos para el precio</li> <li>• Determinación del precio</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Comerciantes de frutas Proveedores de frutas
Diseñar estrategias comerciales para introducir y posicionar el kiwi en el mercado.	Estrategias comerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto</li> <li>• Precio</li> <li>• Publicidad</li> <li>• Plaza</li> </ul>	Primaria	Bibliográfica Opinión de expertos	Libros especializados Ing. Marketing.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### 3.5. MECÁNICA OPERATIVA DEL ESTUDIO DE MERCADO

Para desarrollar técnicamente el estudio de mercado se utilizó el siguiente procedimiento.

#### 3.5.1. Identificación de la población

Para el estudio de mercado se tomó en cuenta a dos poblaciones:

La primera población corresponde a los demandantes de la fruta, que para el caso en estudio, son los fruteros o comerciantes minoristas más representativos de los mercados de la ciudad de Ibarra, mercado Amazonas, La Playa, Santo Domingo y Mercado Mayorista, quienes son los que comercializan frutas para el consumo a la población en general. Siendo 154 comerciantes, según datos proporcionados por la administración de los mercados, y por observación directa, año 2013.

La segunda población objeto de estudio son los ofertantes de la fruta, que están representados por los proveedores mayoristas de los mercados de la ciudad de ciudad de Ibarra, existiendo 17 proveedores dato extraído de los registros de la administración del mercado mayorista, año 2013.

#### 3.5.2. Muestra

Para la población de comerciantes minoristas de frutas se decidió sacar una muestra, por ser una población grande, para tal fin se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

$\sigma$  = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

**Datos:**

N = 154

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(154)}{(0,05)^2 (154 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

**n= 110**

Aplicando la fórmula, da como muestra a 110 comerciantes a los que se debe levantar la información.

### 3.5.3. Técnicas de investigación

Las técnicas a utilizar son:

**Información primaria:**

- **Encuesta:** se la realizó a los comerciantes minoristas de frutas y a los proveedores de frutas de la Ciudad de Ibarra.
- **Observación directa:** consistió en visitar personalmente los lugares en estudio.

**Información secundaria:** se la obtuvo de libros, documentos del MAGAP, folletos, documentos de los mercados, INEC e internet.

### 3.6. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Previo a la aplicación final de la encuesta se realizó la encuesta piloto, que permitió reestructurar el formulario de preguntas.

#### 3.6.1. Encuesta efectuada a los comerciantes minoristas de frutas de la ciudad de Ibarra.

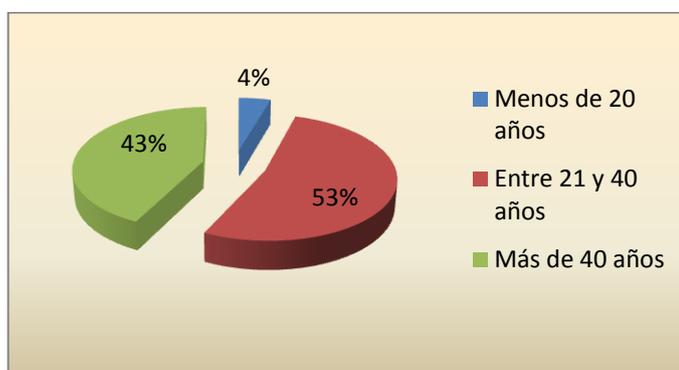
#### DATOS TÉCNICOS

#### EDAD

**CUADRO No. 29**  
**EDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 20 años	5	5
Entre 21 y 40 años	58	53
Más de 40 años	47	43
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 21**  
**EDAD**



**Fuente:** Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La autora

#### ANÁLISIS:

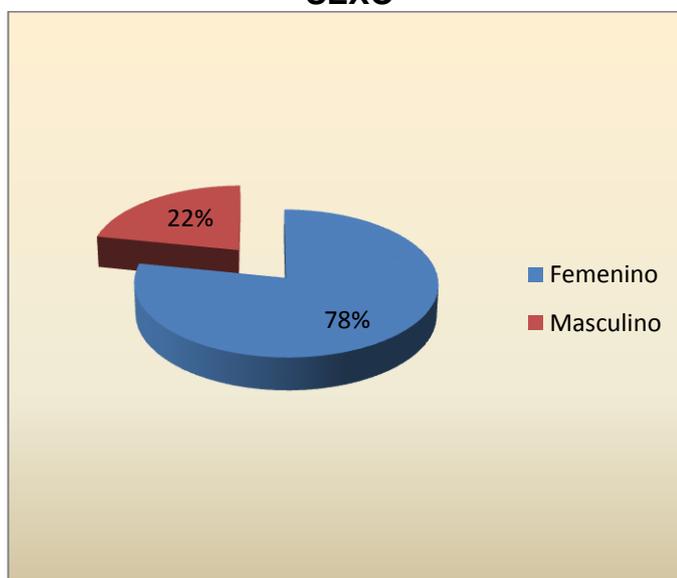
Como se puede observar, la edad de los comerciantes minoristas de frutas de la ciudad de Ibarra se encuentra entre 21 y 40 años, los mismos se dedican a este trabajo para generar ingresos económicos para sus familias, seguido por quienes tienen más de 40 años de edad, los mismos que desde hace tiempo comercializan frutas, finalmente quienes tienen menos de 20 años.

## SEXO

**CUADRO No. 30**  
**SEXO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Femenino	86	78
Masculino	24	22
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 22**  
**SEXO**



**Fuente:** Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La autora

## ANÁLISIS:

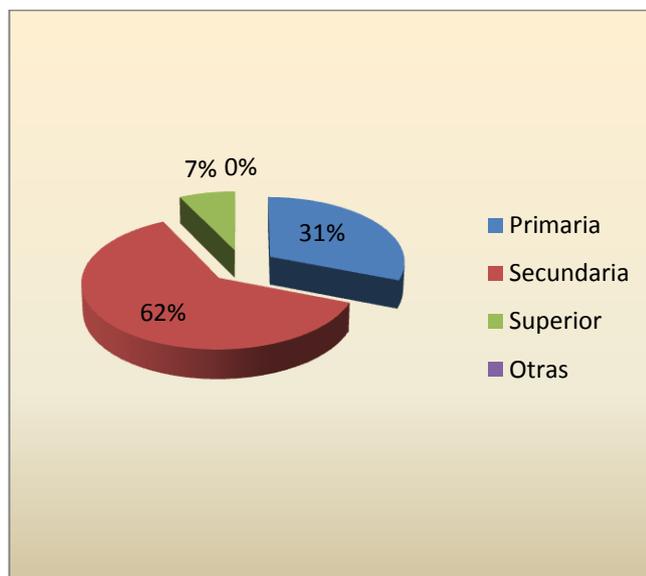
En un mayor porcentaje son comerciantes de fruta el sexo femenino, son quienes más se han destacado en poder desarrollar este tipo de trabajo, en poco porcentaje se encuentran comerciantes de sexo masculino que también desarrollan este tipo de comercio.

## EDUCACIÓN

**CUADRO No. 31  
EDUCACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Primaria	34	31
Secundaria	68	62
Superior	8	7
Otras		0
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 23  
EDUCACIÓN**



**Fuente:** Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra  
**Elaborado por:** La autora

### ANÁLISIS:

El nivel de educación que poseen los comerciantes minoristas es secundario quienes han tenido la oportunidad de obtener bases educativas para desarrollar sus actividades, seguido por quienes tiene un nivel de educación primaria y superior.

1. ¿En su puesto de venta comercializa kiwi?

**CUADRO No. 32**  
**COMERCIALIZACIÓN DE KIWI**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	110	100
No	0	
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 24**



**Fuente:** Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

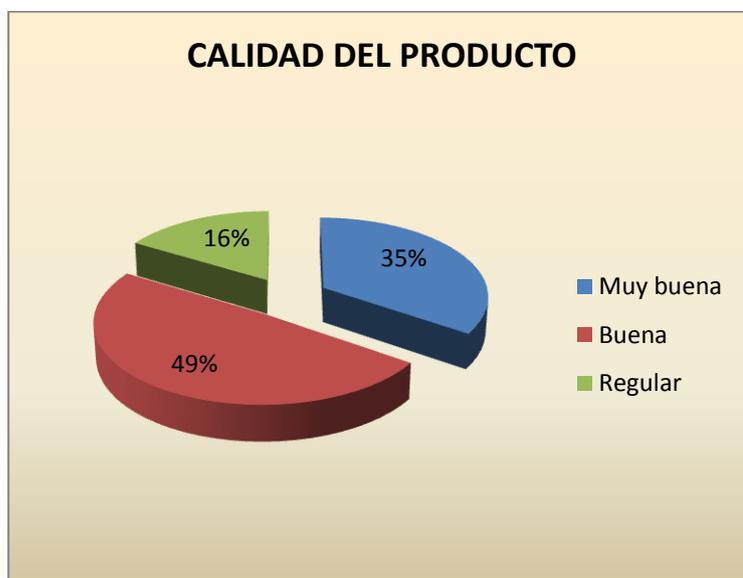
Según los datos obtenidos de los comerciantes, en su totalidad comercializan kiwi pero no siempre, consideran importante presentar al mercado consumidor una variedad de frutas a su elección, como también manifiestan que el consumo del kiwi ha crecido por ser una fruta de grandes bondades nutricionales.

2. ¿La calidad del kiwi que se oferta en el mercado es?

**CUADRO No. 33**  
**CALIDAD DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy buena	38	35
Buena	54	49
Regular	18	16
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 25**



**Fuente:** Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra  
**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

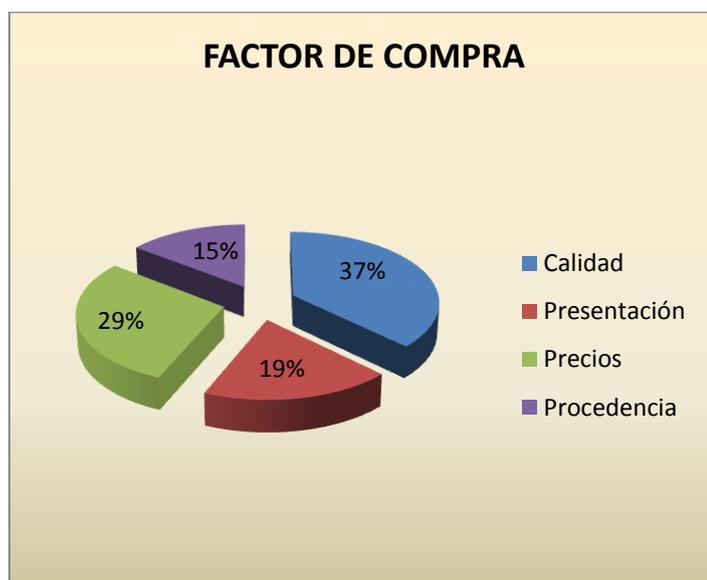
La calidad del kiwi que ofertan en el mercado la consideran que se encuentra en un nivel bueno, ya que este tipo de fruta es muy delicada al ser manipulada, por tal motivo baja su calidad para su comercialización, sin embargo sus ofertantes cuidan que llegue en buen estado al mercado para complacer las expectativas del consumidor.

3. ¿Cuál es el aspecto más importante al adquirir la fruta?

**CUADRO No. 34**  
**FACTOR DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Calidad	41	37
Presentación	21	19
Precios	32	29
Procedencia	16	15
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 26**



**Fuente:** Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra  
**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

Para la adquisición del producto el factor más importante que toman en cuenta es la calidad porque el consumidor es muy exigente al comprar el producto, también consideran el precio para que el cliente se encuentre satisfecho y la fruta esté al alcance de su bolsillo.

4. ¿Actualmente, cubre la necesidad de consumo de la fruta por parte de sus clientes?

**CUADRO No. 35**  
**SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	14	13
No	96	87
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 27**



**Fuente:** Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra  
**Elaborado por:** La autora

#### **ANÁLISIS:**

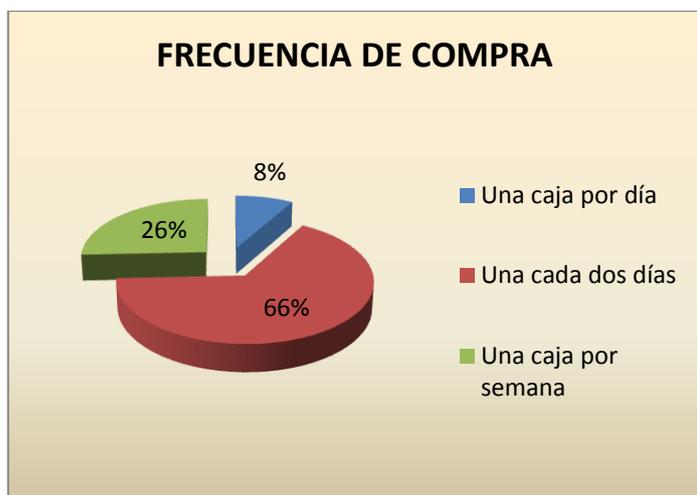
Debido a la poca oferta del producto los comerciantes no logran cubrir por completo la demanda de la fruta, siempre se encuentra el mercado en escases del producto, otros comerciantes como son los del mercado Santo Domingo manifiestan que en nada cubren a su mercado porque el producto a veces no llega.

5. ¿Cuál será la frecuencia de compra de una caja de kiwi de 8 kg. para comercializar y satisfacer las necesidades del mercado?

**CUADRO No.36**  
**FRECUENCIA DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Una caja por día	9	8
Una cada dos días	72	66
Una caja por semana	29	26
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 28**



**Fuente:** Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra  
**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

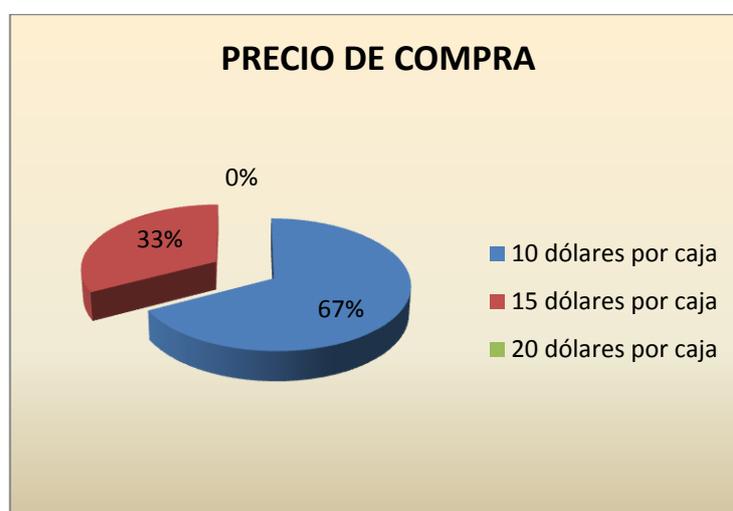
La mayor parte de los comerciantes de los mercados investigados manifiestan que la frecuencia de compra de una caja de 8 kilos de kiwi sería una cada dos días, debido a que existe una alta demanda, seguida de quienes necesitan abastecerse de una cada semana y finalmente los que necesitan una caja todos los días.

6. ¿El precio de compra de una caja de kiwi de 8 kilos es?

**CUADRO No.37**  
**PRECIO DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
10 dólares por caja	74	67
15 dólares por caja	36	33
20 dólares por caja		0
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 29**



**Fuente:** Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

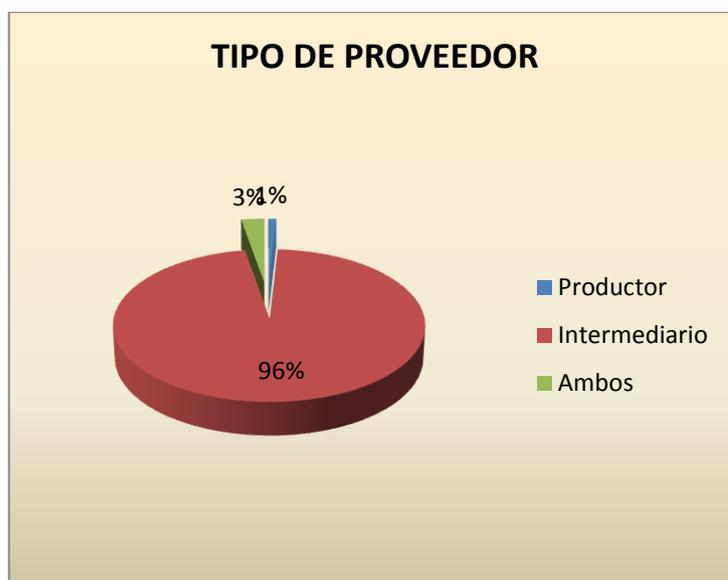
En la actualidad el precio del kiwi es caro y volátil debido a que los intermediarios que comercializan el producto lo traen de otras provincias del país y del exterior, lo que aumenta más costos para su traspotación, esto se debe a la falta de cultivo de la fruta en la provincia, ya que por medio de investigaciones se conoce que no existe producción intensiva de kiwi, perdiendo la oportunidad de aprovechar las condiciones agronómicas que existe en algunas zonas de Imbabura.

7. ¿Su proveedor de kiwi es?

**CUADRO No. 38**  
**TIPO DE PROVEEDOR**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Productor	1	1
Intermediario	106	96
Ambos	3	3
TOTAL	110	100

**GRÁFICO No. 30**



**Fuente:** Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra  
**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

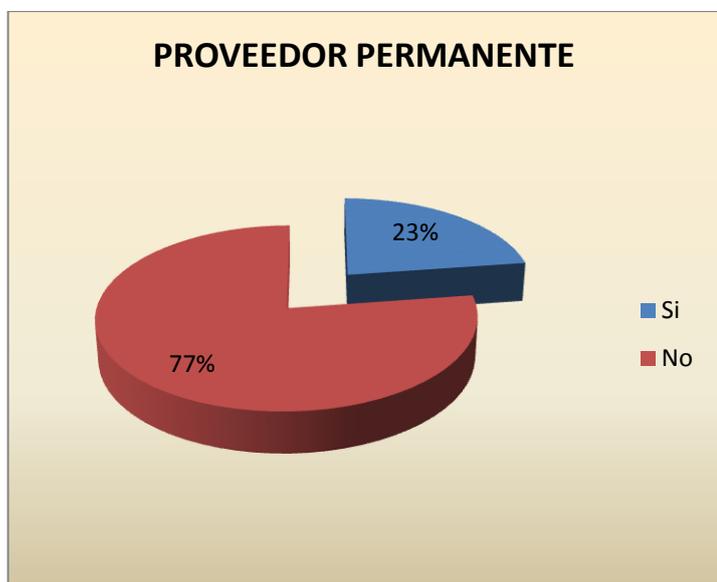
Para la adquisición del producto lo realizan a través de los intermediarios no solamente en este tipo de fruta, esto se da para todas las frutas que ellos venden, porque es imposible traerlo directamente del productor esa es una de las razones más importantes para que la fruta tenga un costo más caro.

8. ¿Cuenta usted con un proveedor de kiwi permanente?

**CUADRO No. 39**  
**PROVEEDOR PERMANENTE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	25	23
No	85	77
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 31**



**Fuente:** Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra  
**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

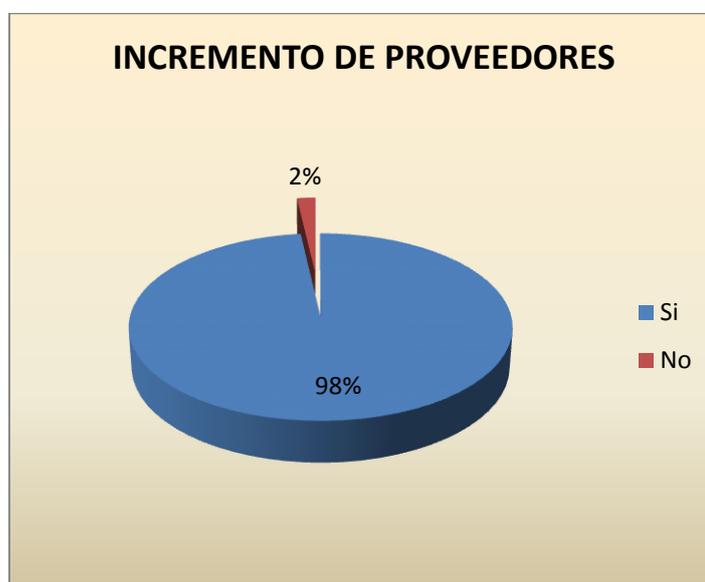
Los comerciantes de los mercados encuestados comentan que no cuentan con un proveedor permanente, cada día se presentan diferentes y de distintas provincias, algunos pueden ser constantes porque son productores pequeños de producción familiar de la provincia pero no logran cubrir las expectativas del mercado.

9. ¿Le gustaría incrementar sus proveedores?

**CUADRO No. 40**  
**INCREMENTO DE PROVEEDORES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	108	98
No	2	2
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 32**



**Fuente:** Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra  
**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

La mayoría de los comerciantes les gustaría que se incremente el número de proveedores porque se garantizaría la oferta del producto en el mercado a un costo razonable para el consumidor, y los comerciantes obtendrían mejores ganancias por la venta de la fruta.

10. ¿De los siguientes medios de comunicación cual prefiere?

**CUADRO No. 41**  
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Radio	37	34
Prensa	29	26
Trípticos	20	18
Hojas volantes	15	14
Internet	9	8
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 33**



**Fuente:** Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra  
**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

El medio de comunicación que la mayoría prefiere es la radio por la facilidad de pautar los anuncios importantes en cualquier momento del día, también es importante la prensa escrita porque se dedica a informar los acontecimientos que suceden a nuestro alrededor.

### 3.6.2. Encuesta efectuada a los proveedores de frutas de los mercados de la ciudad de Ibarra

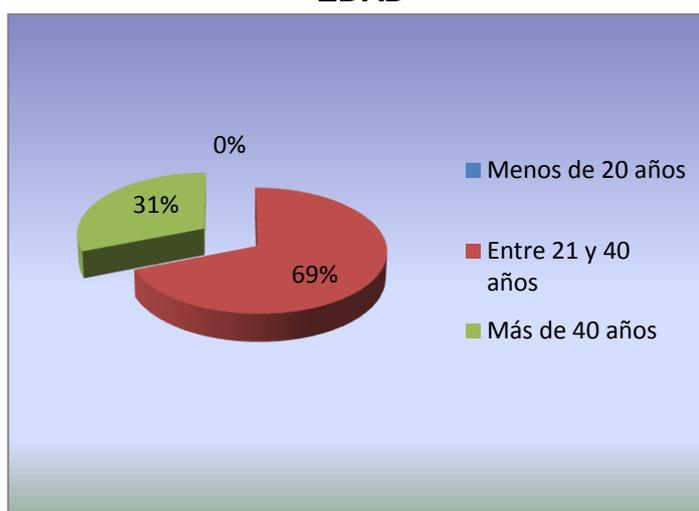
#### DATOS TÉCNICOS

#### EDAD

**CUADRO No. 42**  
**EDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 20 años	0	0
Entre 21 y 40 años	12	69
Más de 40 años	5	31
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 34**  
**EDAD**



**Fuente:** Proveedores de frutas

**Elaborado por:** La autora

#### ANÁLISIS:

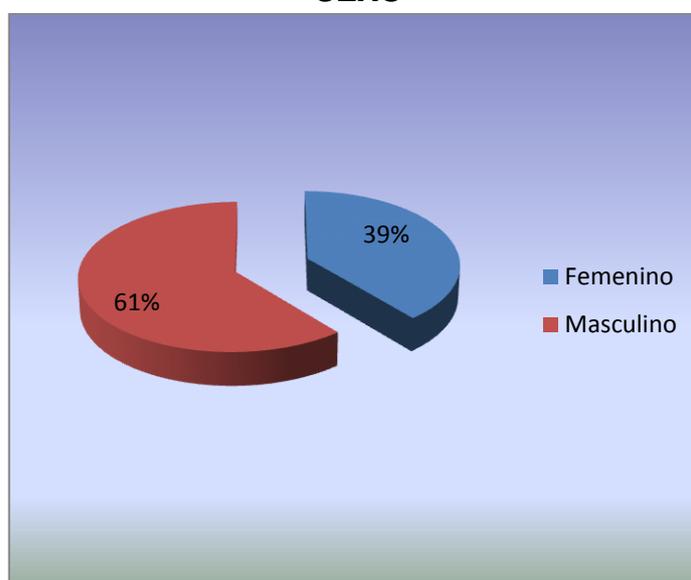
La edad de los proveedores de frutas de los mercados de la ciudad de Ibarra se encuentra entre 21 a 40 años, esta edad representa que desde muy temprano han iniciado este trabajo con la finalidad de cubrir sus necesidades, seguido por quienes tienen más de 40 años de edad que con su experiencia han logrado estabilizar su negocio.

## SEXO

**CUADRO No. 43**  
**SEXO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Femenino	7	39
Masculino	10	61
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 35**  
**SEXO**



**Fuente:** Proveedores de frutas

**Elaborado por:** La autora

## ANÁLISIS:

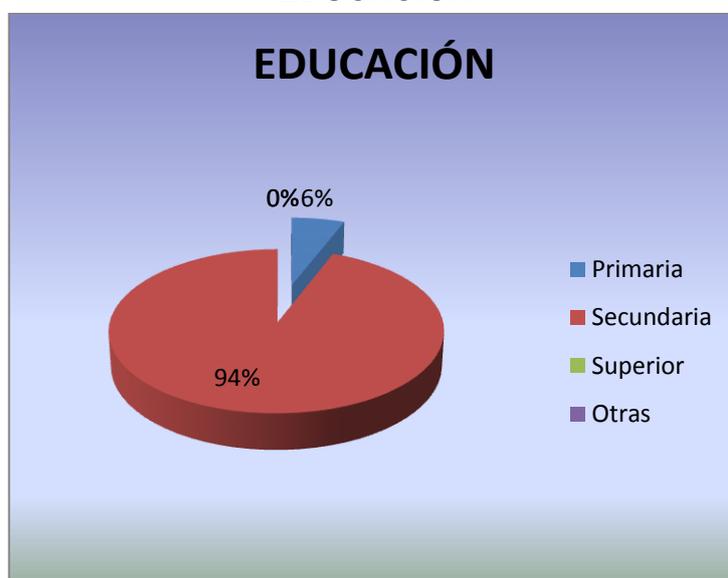
En un porcentaje mayor los comerciantes son de sexo masculino, se puede decir que son quienes mejor manejan este tipo de negocio, además son aptos para su realización que requiere de mayor esfuerzo físico, seguido por el sexo femenino quienes representan un menor porcentaje como proveedores de frutas.

## EDUCACIÓN

**CUADRO No. 44**  
**EDUCACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Primaria	1	6
Secundaria	16	94
Superior	0	0
Otras	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 36**  
**EDUCACIÓN**



**Fuente:** Proveedores de frutas  
**Elaborado por:** La autora

### ANÁLISIS:

El nivel de educación que poseen los proveedores de frutas de los mercados de la ciudad de Ibarra es secundario, lo que ha representado un buen desarrollo en la actividad, porque aplican sus conocimientos para la realización de sus trabajos, también se encuentran proveedores que solamente han terminado la primaria y se han dedicado a la venta de frutas.

## 1. ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio?

**CUADRO No. 45**  
**TIEMPO EN LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 5 años	1	6
De 5 a 10 años	7	41
Más de 10 años	9	53
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.37**



**Fuente:** Proveedores de frutas

**Elaborado por:** La autora

### **ANÁLISIS:**

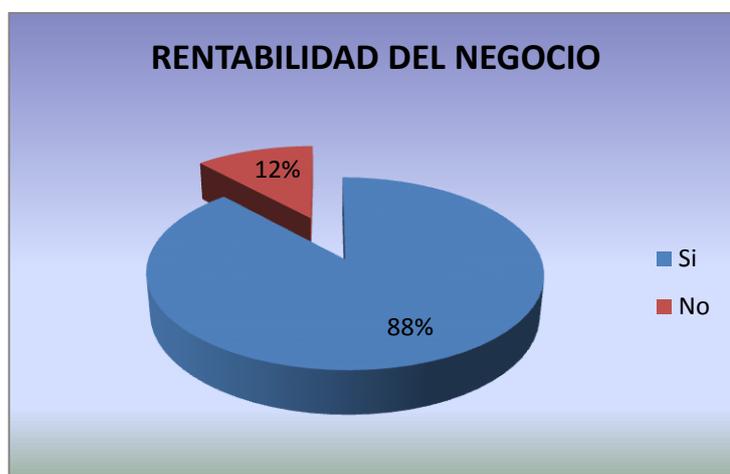
La mayor parte de negocios dedicados a proveer frutas manifiestan que llevan más de 10 años, porque es una actividad rentable, ya que ellos comercializan en todos los mercados no solo un producto, son varios, otros llevan de 5 a 10 años en la actividad, su permanencia ha sido porque poseen conocimientos para su comercialización.

## 2. ¿La actividad es rentable?

**CUADRO No. 46**  
**RENTABILIDAD DEL NEGOCIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	15	88
No	2	12
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 38**



**Fuente:** Proveedores de frutas

**Elaborado por:** La autora

### **ANÁLISIS:**

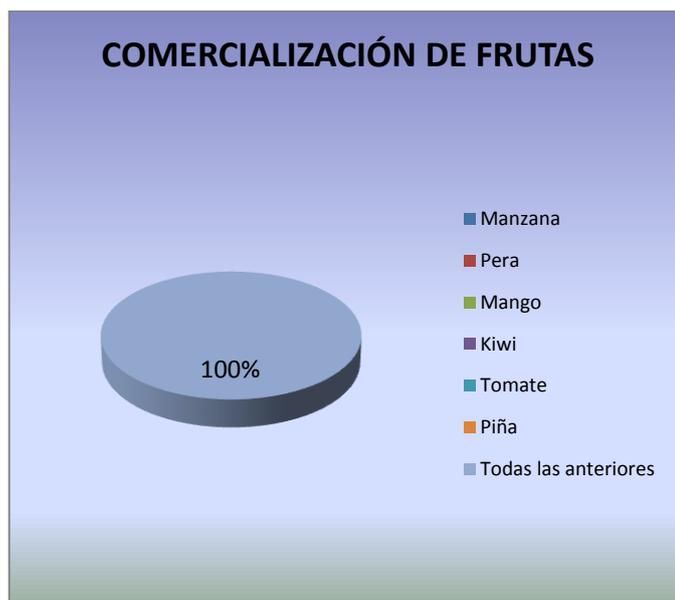
Los proveedores afirman que este negocio es rentable, porque ellos se dedican a traer directamente la fruta de otras regiones e importadas, porque cuentan con transporte propio que les deja ingresos muy buenos, son pocos quienes piensan lo contrario, ya que son proveedores minoristas.

### 3. ¿Cuáles frutas comercializa?

**CUADRO No. 47**  
**COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Manzana		
Pera		
Mango		
Kiwi		
Tomate		
Piña		
Todas las anteriores	17	100
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 39**



**Fuente:** Proveedores de frutas

**Elaborado por:** La autora

### **ANÁLISIS:**

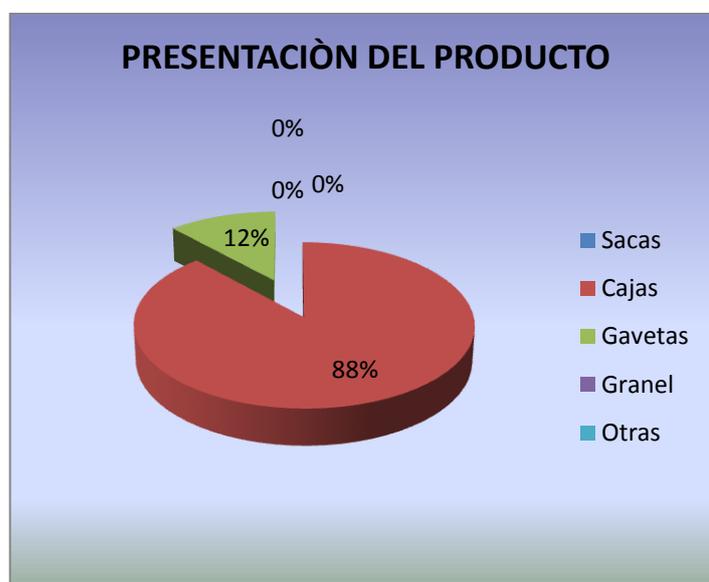
En su totalidad los proveedores comercializan todas las frutas mencionadas, porque su propósito es cubrir en un cien por ciento las necesidades del mercado, esto lo pueden realizar con la presentación de las distintas variedades de frutas existentes.

#### 4. ¿Qué presentación utiliza para la comercialización del kiwi?

**CUADRO No. 48**  
**PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Sacos	0	
Cajas	15	88
Gavetas	2	12
Granel	0	
Otras	0	
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 40**



**Fuente:** Proveedores de frutas

**Elaborado por:** La autora

#### **ANÁLISIS:**

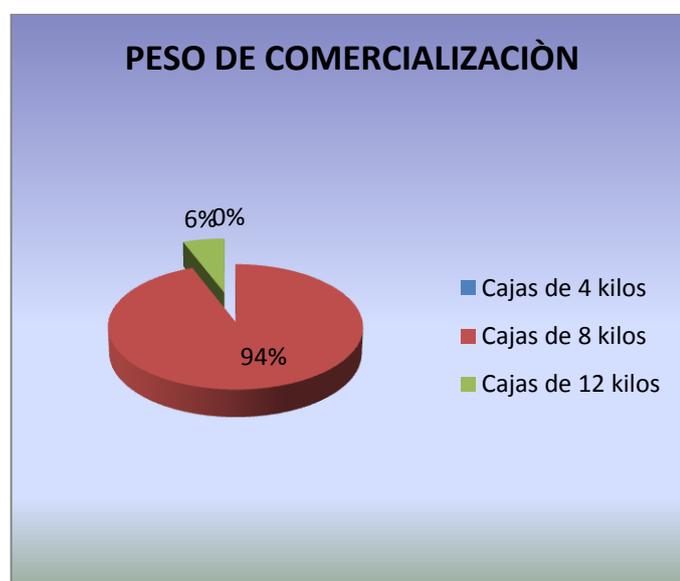
Para la presentación del kiwi lo realizan en cajas debido a su comodidad porque la fruta es delicada y requiere de un tratamiento especial al ser comercializada, otros lo realizan en gavetas, ya que la comercialización es cercana a los mercados.

5. ¿Cuál es el peso de comercialización del kiwi?

**CUADRO No. 49**  
**PESO DE COMERCIALIZACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cajas de 4 kilos		
Cajas de 8 kilos	16	94
Cajas de 12 kilos	1	6
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 41**



**Fuente:** Proveedores de frutas

**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

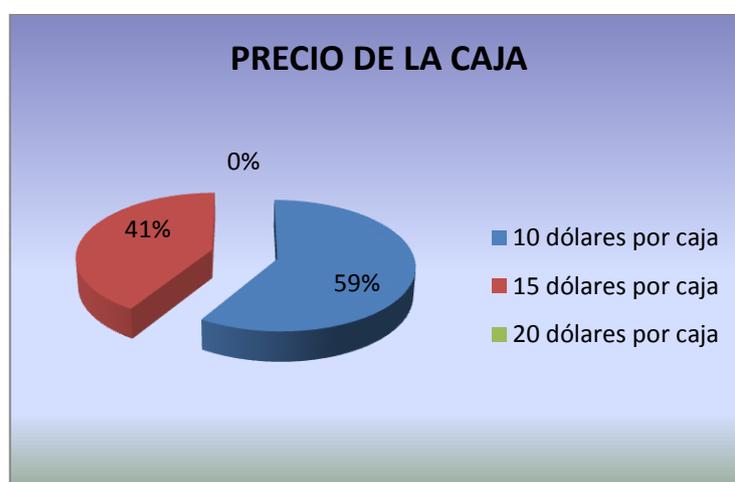
El peso de comercialización del kiwi en su mayoría lo realizan en cajas de 8 kilos porque el mercado lo exige de esta manera como también por la comodidad del producto para poderlo vender en perfecto estado, son pocos quienes lo realizan en cajas de 12 kilos.

6. ¿El precio de una caja de kiwi de 8 kilos es?

**CUADRO No. 50**  
**PRECIO DE LA CAJA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
10 dólares por caja	10	59
15 dólares por caja	7	41
20 dólares por caja		0
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 42**



**Fuente:** Proveedores de frutas

**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

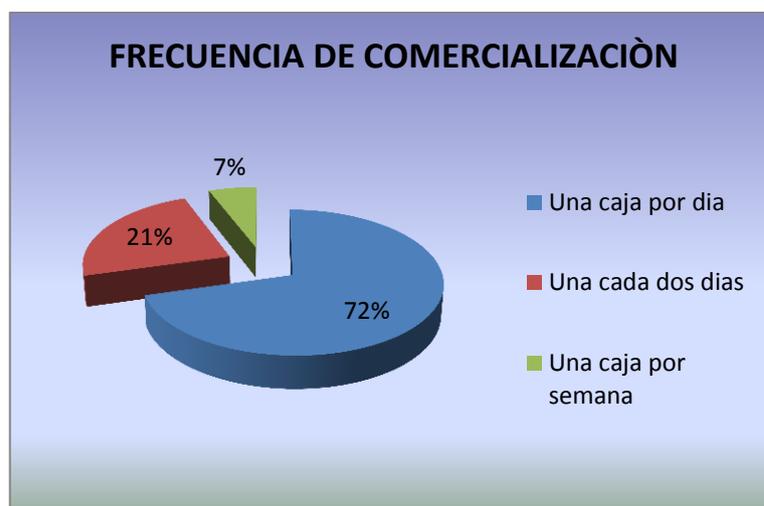
Según la investigación el valor de una caja de kiwi de 8 kilos se encuentra en 10 dólares, en ocasiones extremas donde la producción es muy baja la caja llega a costar 15 dólares, eso depende de muchos factores.

7. ¿Cuál es la frecuencia de comercialización de una caja de kiwi de 8 Kilos?

**CUADRO No. 51**  
**FRECUENCIA DE COMERCIALIZACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Una caja por día	12	72
Una cada dos días	4	21
Una caja por semana	1	7
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 43**



**Fuente:** Proveedores de frutas

**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

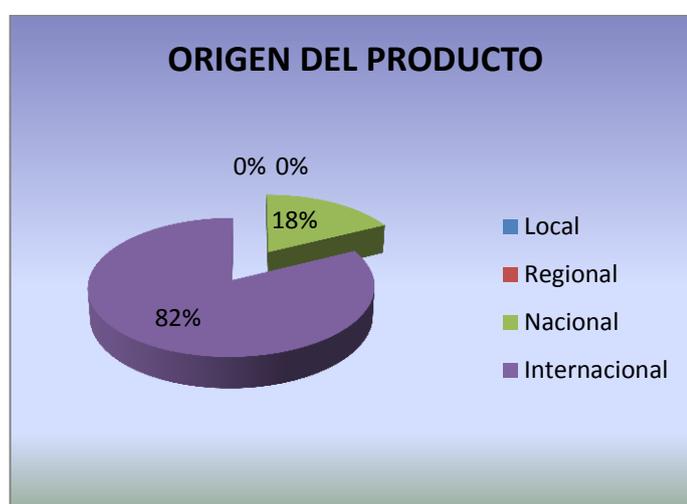
Para la comercialización de la fruta depende del mercado, pero en su mayoría se lo realiza una caja por día, como también las ventas bajan y los pedidos son de una caja por semana dependiendo la adquisición de los consumidores.

## 8. ¿Cuál es el origen de la fruta?

**CUADRO No. 52**  
**ORIGEN DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Local		
Regional		0
Nacional	3	18
Internacional	14	82
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 44**



**Fuente:** Proveedores de frutas

**Elaborado por:** La autora

### **ANÁLISIS:**

La mayor parte de proveedores manifiestan que la fruta que comercializan es importada especialmente de Chile y Colombia, porque a nivel nacional es muy escasa, existe una mínima parte que afirma que la fruta es nacional de productores pequeños ubicados en la región costa y amazónica.

## 9. ¿Actualmente satisfacen la demanda?

**CUADRO No. 53**  
**SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	6	65
No	11	35
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 45**



**Fuente:** Proveedores de frutas

**Elaborado por:** La autora

### **ANÁLISIS:**

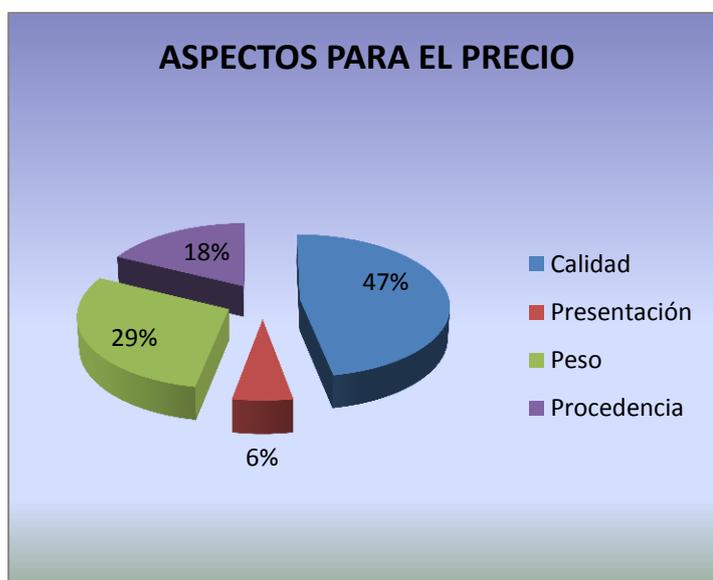
Debido a que en la provincia es nula la producción de la fruta es imposible satisfacer por completo la demanda, con el producto que se trae de otros lugares por tanto se cubre una parte, ya que la población crece constantemente y requiere cada día más el producto

## 10. ¿Los precios de la fruta de que aspectos depende?

**CUADRO No. 54**  
**ASPECTOS PARA EL PRECIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Calidad	8	47
Presentación	1	6
Peso	5	29
Procedencia	3	18
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 46**



**Fuente:** Proveedores de frutas

**Elaborado por:** La autora

### **ANÁLISIS:**

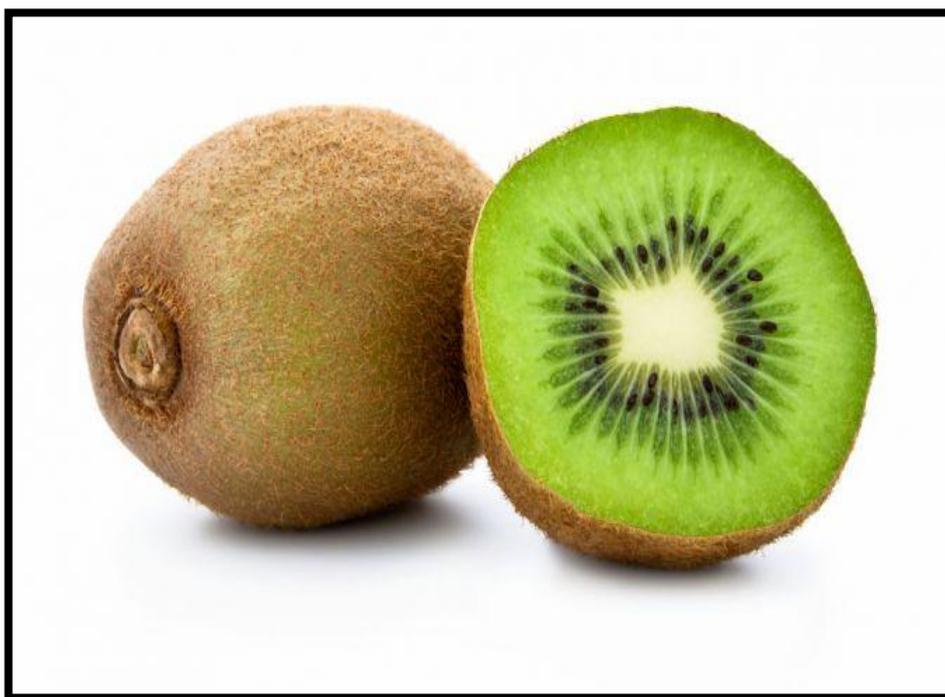
Para una mejor acogida de la fruta el aspecto más importante es la buena calidad, ya que este producto está dirigido al consumo humano, otro aspecto es el peso, porque de eso depende que llegue en perfecto estado, también está el lugar de procedencia y la presentación que cada proveedor utiliza.

### 3.7. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El kiwi pertenece a la familia de las Actinidiáceas, y es conocido científicamente con el nombre de Actinidia deliciosa.

#### ILUSTRACIÓN No. 1

#### EL KIWI



**Fuente:** Fotografía  
**Elaborado por:** La autora

#### 3.7.1. Características generales

- Las plantas jóvenes es una simple guía flexible que a determinada longitud se curva para enroscarse como liana a un tutor. Toman el aspecto típico de las plantas arbustivas. En las plantas añosas y en condiciones adecuadas se citan troncos que superan los 20-30 cm. de diámetro.
- Las ramas: el brote nuevo, herbáceo, es suculento, de rápido crecimiento, pudiendo alcanzar de 6 a 8 m de longitud en un año.

- Las hojas: la lámina es aproximadamente acorazonada, con seno peciolar pronunciado y abierto; con diámetro transversal entre 15 y 20 cm. El ápice es agudo y el borde dentado. Verde opaco oscuro en el haz, más claro en el revés, áspera al tacto, coriácea, con nervaduras marcadas y tormentosas en ambas caras.
- Flores: en apariencia las flores son hermafroditas pues en todas se aprecian ovarios y estambres. Funcionalmente la especie se comporta como dioica, pues hay plantas que actúan como masculinas y otras femeninas. Las flores se hallan sobre pedicelos generalmente largos, son de 5 sépalos y de 4 a 8 pétalos blancos cremosos. Las femeninas alcanzan 5 a 7 cm. de diámetro, siendo menores las masculinas.
- Fruto: es una baya que cuelga de un pedicelo largo, pardo, y tormentoso. Es de forma ovoidal, elíptica o alargada y algo comprimida. Tiene de 6 a 7 cm. de diámetro longitudinal y 4 cm. de diámetro transversal. Por fuera está tapizado por un nutrido tomento, tomando el conjunto una coloración parda -rojiza-verdosa.
- La pulpa es verde esmeralda, la misma rodea al eje central formado por el conjunto de los bordes carpelares. Es jugosa, blanda, delicuescente, dulce acidulada y en conjunto con sabor delicado y agradable.

### **3.7.2. Composición nutricional**

El kiwi presenta la siguiente composición nutricional:

**CUADRO No. 55**  
**VALOR ENERGÉTICO Y NUTRITIVO DE 100 GRAMOS DE KIWI**

Kilojulios	195	Caroteno	370 µgr
Calorías	46	Vitamina B1	17 µgr
Proteínas	1 gr	Vitamina B2	50 µgr
Grasas	0,6 gr	Vitamina B3	410 µgr
H. de Carbono	8,5 gr	Vitamina B6	120 µgr
Fibra mineral	3,2 gr	Vitamina C	70 mgr
Calcio (Ca)	40 µgr	Vitamina E	930 µgr
Fósforo (P)	31 µgr	Potasio (K)	295 µgr
Hierro (Fe)	0,5 µgr	Yodo (I)	330µgr
Sodio (Na)	4 µgr	Magnesio (Mg)	15 mgr

**Fuente:** Bibliográfica

**Elaborado por:** La autora

### 3.7.3. Usos

El kiwi se consume frecuentemente como fruta fresca. Cuando está verde, resulta leñoso y muy ácido. Sin embargo, si está muy maduro, es blando y demasiado dulce. Su momento óptimo de consumo es cuando pierde espontáneamente el pedúnculo y su piel es ligeramente elástica. Se corta por la mitad para extraer la pulpa con una cuchara. También es posible cortarlo en rodajas o dados, una vez pelado.

Además, se puede emplear como ingrediente en otras recetas, acompañando a diferentes platos, aunque generalmente con fines decorativos.

También se puede utilizar en la elaboración de mermeladas, ensaladas de frutas, sorbetes, granizados, cócteles, batidos y productos de repostería en general. En los últimos años tras el éxito del licor de manzana, el kiwi

se está empleando para elaborar diversos licores, algunos de ellos sin alcohol.

Aunque menos frecuente, el kiwi también se consume cocinado, por ejemplo, rehogado en mantequilla. De esta forma o a modo de salsa, supone una adecuada guarnición para platos de carne.

En la composición del kiwi se encuentra una enzima denominada Actinidia, que tiene la propiedad de descomponer las proteínas. Por ello, el kiwi se puede emplear para ablandar la carne antes de cocinarla, frotándola con la pulpa del fruto. Además, la Actinidia evita la coagulación de la gelatina y es la responsable de que los productos lácteos, si se consumen mezclados con kiwi, presenten un sabor amargo.

#### **3.7.4. Beneficios del kiwi**

El kiwi es una fruta que contiene vitamina C y E; es más, esta fruta contiene más vitamina C que las naranjas o limones. El kiwi es una fruta antioxidante, por lo que nos ayudará a mantener nuestras células jóvenes y sanas, además puede usarse para reducir los síntomas del resfriado y acelera la curación.

El kiwi es muy recomendado en dietas para adelgazar ya que contiene pocas calorías y tan solo aporta unas 54 calorías por cada 100 gramos de fruta.

También los kiwis son beneficiosos para quienes quieren bajar de peso por su alto contenido en agua, junto con cantidades considerables de potasio, que ayudan a eliminar líquidos y evitar así los problemas que implica la retención de líquidos en el organismo.

La fibra también se presenta en esta fruta ya que posee un alto contenido, por lo que es favorable para la regulación y mejora del tránsito intestinal, evitando el estreñimiento.

El kiwi es muy bueno para la digestión, evita indigestiones o la presentación de gases al poseer la Actinidia, una enzima que ayuda a la digestión y evita problemas futuros.

Por ser el kiwi abundante en potasio y bajo aporte de sodio, esta fruta es muy buena para las personas que sufren de hipertensión arterial o afecciones de vasos sanguíneos y corazón.

### **3.8. MERCADO META**

El mercado meta para el proyecto está representado por los comerciantes minoristas de frutas de la ciudad de Ibarra, cuando la empresa gane reconocimiento se comercializará en mercados de otras ciudades.

### **3.10. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Para el análisis de la demanda se tomó en cuenta a los comerciantes minoristas de la ciudad de Ibarra, por considerar que ellos están en contacto directo con el consumidor final, por tanto necesitan de la fruta.

#### **3.10.1. Identificación de la demanda actual**

La investigación de campo a través de las encuestas permitió cuantificar la cantidad de kiwi que necesitan para comercializar, cuyo dato fue extraído de la pregunta No. 5. A continuación se presenta la demanda anual del Kiwi.

**CUADRO No. 56**  
**IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA**  
**ANUAL DE KIWI EN KILOS**

TOTAL DE COMERCIANTES	CANTIDAD DE COMPRA	%	No. DE COMERCIANTES	PERIODO DE COMPRA	PESO DE CADA CAJA EN KG.	DEMANDA ANUAL DE KIWI EN KG.
154	Una caja por día	8%	12	360	8	34.560,00
	Una cada dos días	66%	102	180		146.880,00
	Una caja por semana	26%	40	52		16.640,00
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>154</b>	<b>592</b>		<b>198.080,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**3.10.1. Proyección de la demanda**

Para efectuar la proyección de la demanda se utilizó la tendencia del crecimiento de los comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra, datos proporcionados por los administradores de los mercados, de ahí se calculó el índice de crecimiento promedio anual utilizando el siguiente procedimiento:

**CUADRO No. 57**  
**CÁLCULO DEL ÍNDICE DE CRECIMIENTO**

AÑO	Ibarra N° de comerciantes de frutas	$i = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2008	127	
2009	133	0,047
2010	138	0,038
2011	142	0,029
2012	149	0,049
		0,0408

$$ICA = \frac{i}{n}$$

$$ICA = \frac{0,1631}{4}$$

$$ICA = 0,0408$$

$$ICA = 4,08\%$$

La tasa promedio del crecimiento de los comerciantes de frutas se utilizó para proyectar el consumo de kiwi en los comerciantes minoristas, utilizando la siguiente fórmula:

$$Dn = Do (1+i)^n$$

Donde:

Dn= Demanda Futura

Do= Demanda actual

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 198.080(1 + 0,0408)^1$$

$$Dn = 206.162$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 198.080(1 + 0,0408)^2$$

$$Dn = 214.573$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 198.080(1 + 0,0408)^3$$

$$Dn = 223.328$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 198.080(1 + 0,0408)^4$$

$$Dn = 232.439$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 198.080(1 + 0,0408)^5$$

$$Dn = 241.923$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 198.080(1 + 0,0408)^6$$

$$Dn = 251.793$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 198.080(1 + 0,0408)^7$$

$$Dn = 262.067$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 198.080(1 + 0,0408)^8$$

$$Dn = 272.759$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 198.080(1 + 0,0408)^9$$

$$Dn = 283.887$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 198.080(1 + 0,0408)^{10}$$

$$Dn = 295470$$

**CUADRO No. 58**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE KIWI EN KG.**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE KIWI EN KG.</b>
2014	206.162
2015	214.573
2016	223.328
2017	232.439
2018	241.923
2019	251.793
2020	262.067
2021	272759
2022	283887
2023	295470

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La autora

### **3.11. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

La oferta corresponde en identificar la competencia que tendrá la fruta en el mercado, la cual está representada por los proveedores de frutas que abastecen a los mercados con productos de otros lugares.

#### **3.11.1. Oferta actual**

Para plantear la oferta del kiwi se aplicó encuestas a los proveedores mayoristas de frutas de los mercados de la ciudad de Ibarra. Tomando como referencia la pregunta No. 7 se obtuvo la oferta en kilos de kiwi al año.

**CUADRO No. 59**  
**OFERTA ANUAL DE KIWI EN KG**

No. TOTAL DE COMERCIAN- TES MAYORISTAS	CANTIDAD DE VENTA	%	No. DE COMERCIAN- TES	PERIODO DE VENTA	PESO DE CADA CAJA EN KG.	OFERTA ANUAL DE KIWI EN KG.
17	Una caja por día	72%	12	360	8	34.560,00
	Una cada dos días	21%	4	180		5.760,00
	Una caja por semana	7%	1	52		416,00
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>17</b>	<b>592</b>		<b>40.736,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La autora

### 3.11.2. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta de kiwi se utilizó la tasa promedio de crecimiento de la demanda 4,08%, debido a la no existencia de datos históricos de la producción de kiwi para determinar la tendencia de crecimiento.

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

**Donde:**

O<sub>n</sub>= Oferta Futura

O<sub>o</sub>= Oferta actual

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 40.736(1 + 0,0408)^1$$

$$O_n = 42.398$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 40.736(1 + 0,0408)^2$$

$$O_n = 44.128$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 40.736(1 + 0,0408)^3$$

$$O_n = 45.928$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 40.736(1 + 0,0408)^4$$

$$O_n = 47.802$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 40.736(1 + 0,0408)^5$$

$$O_n = 49.752$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 40.736(1 + 0,0408)^6$$

$$O_n = 51.782$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 40.736(1 + 0,0408)^7$$

$$O_n = 53.895$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 40.736(1 + 0,0408)^8$$

$$O_n = 56.094$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 40.736(1 + 0,0408)^9$$

$$O_n = 58.383$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 40.736(1 + 0,0408)^{10}$$

$$O_n = 60.765$$

**CUADRO No. 60**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE KIWI EN KILOS**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE KIWI EN KG.</b>
2014	42.398
2015	44.128
2016	45.928
2017	47.802
2018	49.752
2019	51782
2020	53895
2021	56094
2022	58383
2023	60765

**Fuente:** Investigación de campo.  
**Elaborado por:** La autora

### 3.12. Demanda potencial a satisfacer

La demanda potencial a satisfacer corresponde a la comparación de la demanda y oferta para determinar si existe o no mercado para el producto propuesto.

**CUADRO No. 61**  
**DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE KIWI EN KG.</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE KIWI EN KG.</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE KIWI EN KG.</b>
2014	206.162	42.398	163.764
2015	214.573	44.128	170.445
2016	223.328	45.928	177.400
2017	232.439	47.802	184.637
2018	241.923	49.752	192.171
2019	251.793	51.782	200.011
2020	262.067	53.895	208.172
2021	272.759	56.094	216.665
2022	283887	58.383	225.504
2023	295.470	60.765	234.705

**Fuente:** Investigación de campo.  
**Elaborado por:** La autora

Como se puede apreciar en el cuadro anterior ratifica la existencia suficiente mercado para el kiwi, esto quiere decir que el consumidor final busca nuevas alternativas de frutas por su poder nutricional y curativo.

### 3.13. Demanda a captar por el proyecto

La demanda a captar por el proyecto tiene que ver con la capacidad de producción de la empresa, representada por el número de kilos de kiwi aptos para la venta.

**CUADRO No. 62**  
**DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO**

AÑO	PRONÓSTICO DE VENTAS	NIVEL DE CAPTACIÓN
2016	86.240	49%

**Fuente:** Estudio de mercado y técnico

**Elaborado por:** La autora

Como se puede apreciar el nivel que satisface el proyecto es aproximadamente del 49% ( $86.240/177.400*100$ ) en comparación a la demanda insatisfecha identificada.

### 3.14. Análisis de precios

Mediante la observación directa se pudo identificar que en el mercado el precio de una caja de 8 kilos de kiwi se encuentra entre 15 y 20 dólares para el comerciante minorista, y para el consumidor final entre 2 a 3 dólares el kilo de la fruta, depende de muchos factores como; temporada, inclemencias de tiempo, importaciones, entre otras. Con este antecedente se puede manifestar que el precio del kiwi es volátil.

#### 3.14.1. Determinación del precio

Para determinar el precio de cada caja de kiwi de 8 kilos, que entregará la empresa al mercado se analizó el precio de mercado, tomado en cuenta la competencia. Para el primer año de comercialización del kiwi el precio será de 17 dólares para el comerciante minorista.

### 3.14.2. Proyección de precios

Para la proyección del precio de la caja de kiwi de 8 kilos, se aplicó la inflación del 2,7% del año 2013.

**CUADRO No. 63**  
**PROYECCIÓN DE PRECIOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Precio de cada caja de kiwi de 8 kilos	17,00	17,46	17,93	18,41	18,91	19,42	19,94	20,48

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

### 3.15. Canal de comercialización

La empresa utilizará el canal directo, esto significa que el producto llegará primeramente a los comerciantes minoristas y finalmente al consumidor final.

### 3.16. Estrategias comerciales

- Se diseñará un empaque (caja) con capacidad para 8 kilos, este llevará el nombre la empresa, el logo y tiempo de consumo.
- El precio estará establecido de acuerdo al mercado, y al análisis de costos y gastos.
- Se introducirá al mercado el producto con un precio bajo para incentivar el consumo.
- Se colocará anuncios en diarios, revistas o internet, acerca de la nueva empresa.
- Se participará en ferias para promocionar el producto e informar sobre los beneficios.

- Se hará uso de intermediarios a futuro para la comercialización en otras regiones y, de ese modo, se logrará una mayor cobertura del producto.

### **3.17. Conclusiones del estudio de mercado**

Efectuado el estudio de mercado se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- La demanda de Kiwi es muy significativa, los comerciantes minoristas están dispuestos y necesitan ampliar el número de proveedores de la fruta, para poder cubrir las necesidades actuales de los clientes.
- La oferta de Kiwi en la ciudad de Ibarra es mínima no cubre con la gran demanda que existe, esto se debe a que el producto es originario de otros lugares.
- Con la observación directa se pudo identificar que en el mercado el precio de una caja de 8 kilos de kiwi se encuentra entre 15 y 20 dólares para el comerciante minorista, y para el consumidor final entre 2 a 3 dólares el kilo de la fruta, depende de muchos factores como temporada, inclemencias de tiempo, importaciones entre otras. Con este antecedente se puede manifestar que el precio del kiwi es volátil.
- La demanda a captar por el proyecto satisface aproximadamente en un 49% en comparación a la demanda insatisfecha identificada, esto depende al área de producción.
- Las estrategias propuestas están destinadas a hacer conocer las propiedades de la fruta y el beneficio al consumirla, esto creará el hábito de consumo en la población.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Presentación**

El estudio técnico consiste en realizar un análisis de los aspectos operativos, que son necesarios para la utilización adecuada de los recursos disponibles.

Para un análisis eficiente del estudio, se ha tomado en cuenta los siguientes puntos:

- Localización
- Tamaño
- Capacidad
- Diseño
- Proceso
- Inversión

#### **4.2. Localización óptima del proyecto**

La localización del proyecto consiste en determinar el sector estratégico para crear la empresa de producción y comercialización de Kiwi.

##### **4.2.1. Macrolocalización**

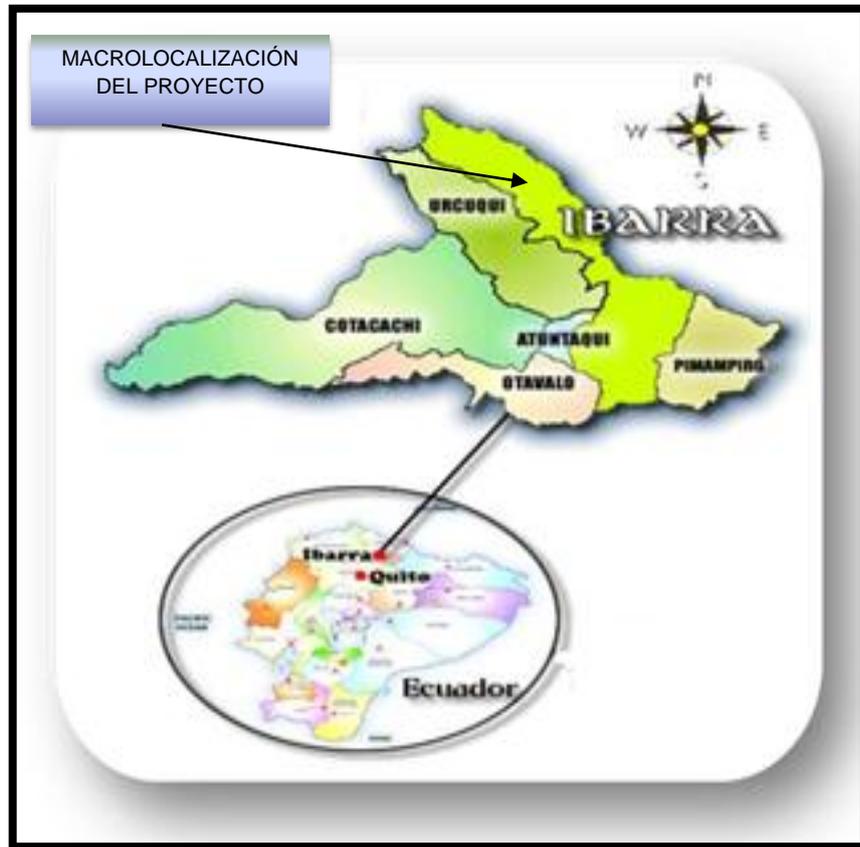
La Macrolocalización del proyecto queda definida de la siguiente manera:

**País:** Ecuador

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** Ibarra

**ILUSTRACIÓN No. 02  
MAPA PROVINCIA DE IMBABURA**



**Fuente:** Municipio del Cantón Ibarra  
**Elaborado por:** La autora

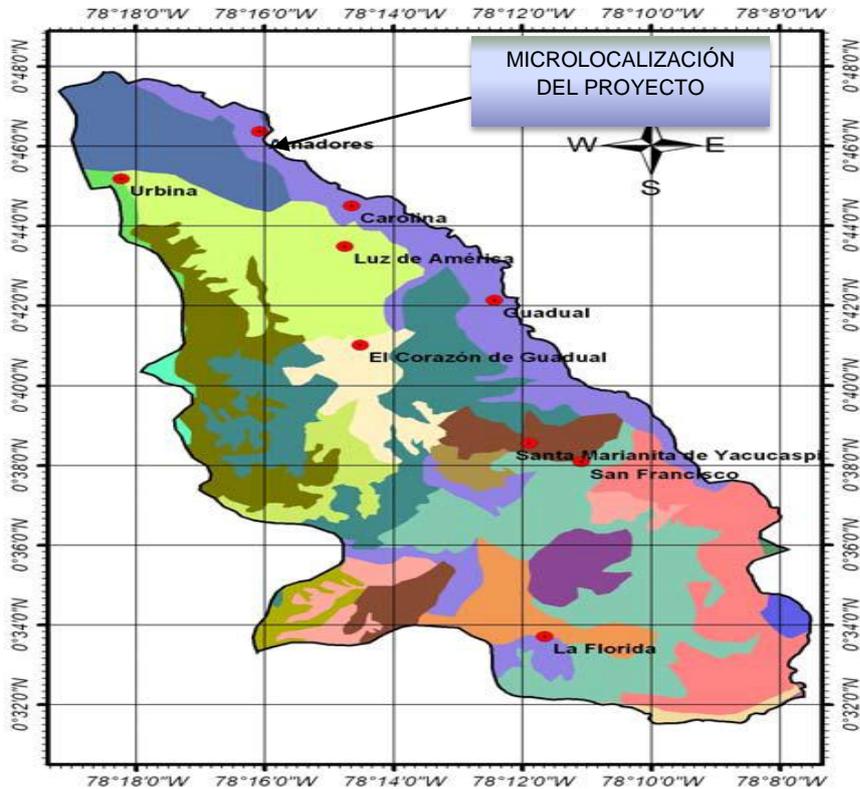
**4.2.2. Microlocalización**

La microlocalización del proyecto será:

**Parroquia:** La Carolina

**Comunidad:** Amadores

### ILUSTRACIÓN No. 03 MICROLOCALIZACIÓN



**Fuente:** Junta Parroquial  
**Elaborado por:** La autora

La comunidad de Amadores se encuentra ubicada a 6 Km aproximadamente de la cabecera parroquial y a 800 m. de la vía asfaltada de Ibarra a San Lorenzo, se ha seleccionado como la microlocalización del proyecto porque cuenta con varias ventajas como; condiciones agronómicas adecuadas, vías de acceso en buen estado, disponibilidad de mano de obra, área de terreno para el cultivo, agua de riego que favorece al proyecto, por tal razón se considera al sector, como el sitio idóneo para la producción y comercialización de Kiwi.

#### 4.3. Tamaño del proyecto

Las variables que se toman en cuenta para el análisis del tamaño del

proyecto son las siguientes:

- Mercado
- Vías de acceso
- Tecnología
- Materia prima e insumos
- Mano de obra

#### **4.3.1. Aspectos determinantes**

Se considera importante realizar el análisis a cada una de las variables que forman parte para la determinación del tamaño del proyecto.

- **Mercado**

En el capítulo anterior, se identificó el consumo significativo del producto en el mercado así lo manifiestan los comerciantes minoristas, debido a su gran contenido nutricional, las personas la utilizan como parte de su alimentación y es un producto que presenta grandes oportunidades tanto en el mercado nacional como internacional. Mediante la investigación de campo se pudo establecer la existencia de mercado para la fruta, como se muestra a continuación.

**CUADRO No. 64**  
**EXISTENCIA DE MERCADO**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE KIWI EN KG.
2014	163.764
2015	170.445
2016	177.400
2017	184.637
2018	192.171
2019	200.011
2020	208.172
2021	216.665
2022	225.504
2023	234.705

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** La autora

- **Vías de acceso:** Además el sector donde se creará la empresa cuenta con vías de segundo orden en buen estado llegando a la vía asfaltada donde facilita la comercialización del producto a los diferentes lugares de expendio.
- **Tecnología:** La tecnología que se aplicará para el cultivo será la recomendada por el INIAP (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias), basada en las buenas prácticas agrícolas, cuyos métodos mejoran la productividad de la fruta y permitirán minimizar los costos de producción. Para el cultivo se utilizará insumos de origen orgánico o de sello verde.
- **Materia prima e insumos:** El lugar donde estará ubicada la plantación presenta fácil abastecimiento de la materia prima e insumos agrícolas que se requiere para la producción, ya que está cerca de la cabecera parroquial lo que permite que el abastecimiento sea fácil. Entre la materia prima e insumos a utilizar se encuentra: Plantas, pesticidas, fungicidas, fertilizantes, entre otros.

- **Mano de obra:** El sector cuenta con la disponibilidad de la mano de obra, quienes cuentan con conocimientos básicos de las labores agrícolas, esto es una ventaja para la producción de kiwi.

#### **4.4. Capacidad del proyecto**

Para la capacidad del proyecto se ha tomado en cuenta lo siguientes:

Horizonte de vida del proyecto: 10 años

Análisis de productividad: no comercial y comercial

Área de producción: 2 hectáreas

Inicio de la producción: al tercer año, en producción ascendente

Para el análisis de productividad y producción de la nueva empresa se tomó en cuenta la opinión de un experto en el tema Ing. Agrónomo Luis Carrillo.

**CUADRO No. 65**  
**ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD**

DESCRIPCIÓN	PRODUCCIÓN NO COMERCIAL		PRODUCCIÓN COMERCIAL							
	ESCENARIO NULO		ESCENARIO NORMAL		ESCENARIO NORMAL				ESCENARIO NORMAL	
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Producción promedio por hectárea en toneladas			22	24	26	28	30	32	34	36
Número Kilos por tonelada			2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Producción promedio por hectárea	0	0	44.000	48.000	52.000	56.000	60.000	64.000	68.000	72.000
Número de hectáreas a cultivar	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Total de producción	0	0	88.000	96.000	104.000	112.000	120.000	128.000	136.000	144.000

**Fuente:** Opinión de experto, bibliográfica.

**Elaborado por:** La autora

**CUADRO No. 66**  
**PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA**

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Producción Total	100%	88.000	96.000	104.000	112.000	120.000	128.000	136.000	144.000
Apta para la venta	98%	86.240	94.080	101.920	109.760	117.600	125.440	133.280	141.120
No apta	2%	1.760	1.920	2.080	2.240	2.400	2.560	2.720	2.880

**Fuente:** Opinión de experto, bibliográfica.

**Elaborado por:** La autora

- Producción en cajas de 8 kilos

**CUADRO No. 67  
PRODUCCIÓN EN CAJAS DE 8 KILOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Producción de Kiwi apto para la venta en kilos	86.240,00	94.080,00	101.920,00	109.760,00	117.600,00	125.440,00	133.280,00	141.120,00
Producción de kiwi apto para la venta en cajas de 8 kilos	<b>10.780,00</b>	<b>11.760,00</b>	<b>12.740,00</b>	<b>13.720,00</b>	<b>14.700,00</b>	<b>15.680,00</b>	<b>16.660,00</b>	<b>17.640,00</b>

**Fuente:** Opinión de experto, bibliográfica.

**Elaborado por:** La autora

#### 4.5. Distribución de la planta

Para la construcción de las áreas de la empresa, se utilizará 189 m<sup>2</sup> distribuidas de la siguiente manera:

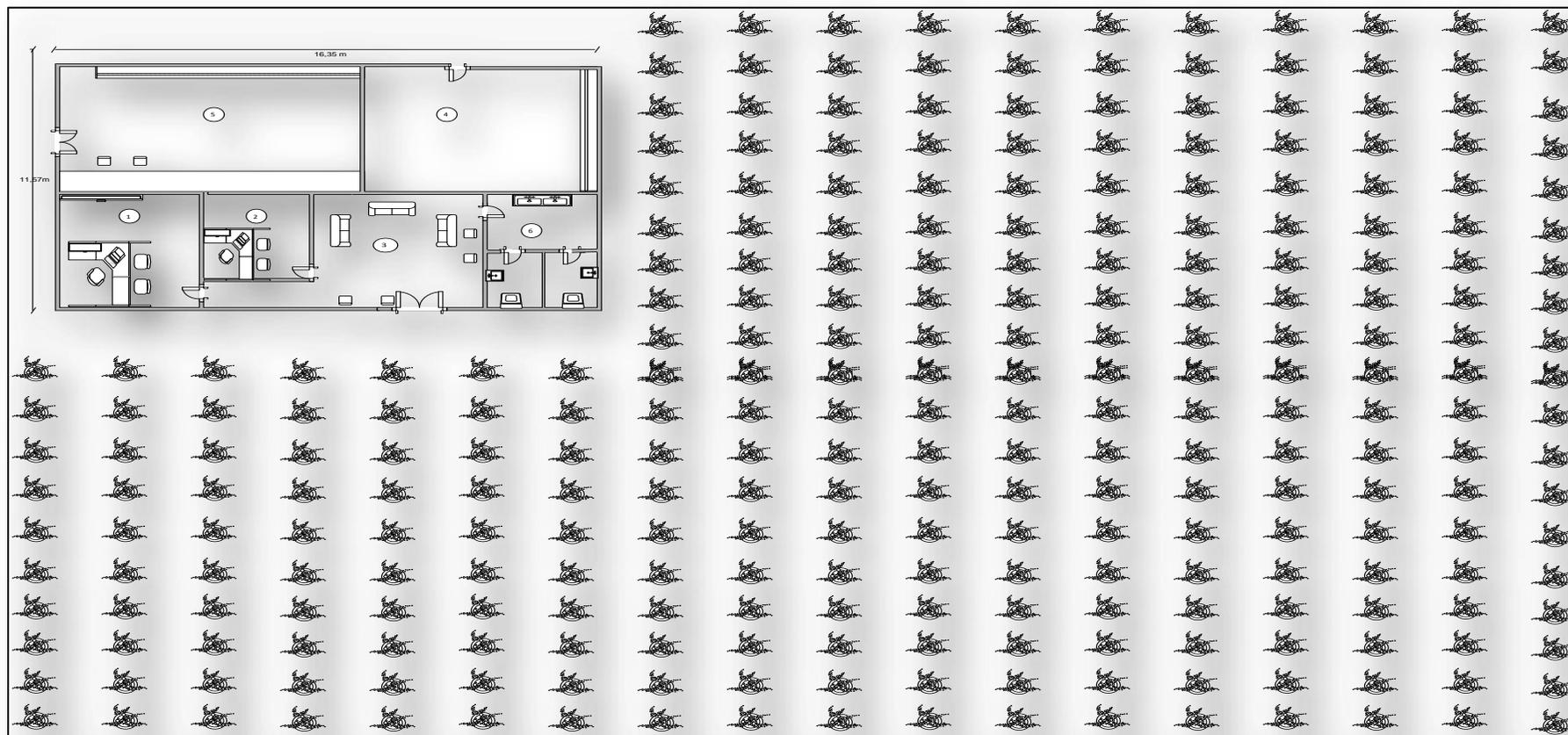
**CUADRO No. 68**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

<b>No.</b>	<b>ÁREAS</b>	<b>m<sup>2</sup></b>
1	Gerencia	25
2	Contabilidad	16
3	Recepción	32
4	Cuarto de herramientas	40
5	Bodega	64
6	Baños	12
<b>TOTAL</b>		<b>189</b>

**Elaborado por:** La autora

#### 4.5.1. Diseño de las instalaciones

ILUSTRACIÓN No. 04  
DISEÑO DE LA PLANTA



Elaborado por: La autora

## **4.6. Proceso de producción y comercialización del Kiwi**

En esta parte se establece las actividades más importantes para la operatividad de la empresa, por tal motivo se buscó el asesoramiento de un experto en el tema y la correspondiente investigación bibliográfica.

### **4.6.1. Proceso de producción**

La variedad de Kiwi a cultivarse será el Hayward, por ser una de las más productivas con frutos de gran tamaño con un peso medio de 100 g., y de mejor adaptación a la zona a implementarse. La vida útil del Kiwi es de 15 a 20 años dependiendo del manejo del cultivo.

Las etapas del proceso de producción son:

- **Preparación del terreno**

La preparación del terreno comprende varias labores que son: Arado, rastra, delineado y hoyado.

- **Plantación**

Las plántulas para el trasplante serán de semillero, la densidad será de 500 plantas por hectárea en promedio.

- **Fertilización**

La disponibilidad de los principales elementos (N, P, K), determina la forma de fertilizar el huerto, para conocer esta disponibilidad es necesario efectuar un análisis del suelo en una primera etapa y posteriormente en el huerto establecido recurrir a un análisis foliar.

Los fertilizantes más recomendados son sulfato potásico, nitrato de potasio y urea. En suelos con pH alto se prefiere sulfato de amonio como fuente de nitrógeno.

- **Estructura de soporte**

Hay que construir un sistema de postes y alambres que soporte el peso de las plantas y posteriormente el de los frutos.

Se recomienda el empleo de postes en forma de T de hormigón armado y de sección cuadrada de 12 cm. de lado.

Los brazos de la T han de tener de 60 a 70 cm. cada uno. La altura desde la cruz al suelo será de 1,80 metros y hace falta, al menos, otros 60 ó 70 cm. para enterrar.

- **Riego**

El kiwi es el frutal más exigente en agua, siendo el que mejor responde al riego frecuente y de buena calidad. El agua que se utiliza debe tener un bajo contenido de sales, no debe contener cloruros y debe ser pobre en carbonatos y bicarbonatos, por lo que se recomienda realizar análisis químicos del agua a emplear cuando existan dudas sobre su calidad.

Las necesidades de agua dependen de las características del clima y suelo. En términos generales, las plantas hasta los cuatro años requieren de riego cada 1 a 3 días, en cambio las adultas de 5 años en adelante, necesitan riego cada 4 a 7 días, si se riegan por métodos superficiales (surcos o platabandas).

- **Control de malezas**

Es una labor de gran importancia por la competencia que le significa a la planta la presencia de maleza.

Durante los 3 primeros años se ha de mantener una franja de terreno de 1 a 3 m. de ancho libre de malezas a cada lado de la planta, lo que se consigue mediante escardas o aplicación de herbicidas post emergentes como son Glifosato, Paraquat, etc., en forma de aspersiones al follaje de la maleza verde y cuidando de no tocar la planta de kiwi.

Posteriormente en los siguientes años se puede aplicar herbicidas residuales como Orizalin, Napropamida, Terbutibazina, Simazina, Norflurazón, Oxifluorfen y otros, cuyas dosis y fechas de aplicación dependerán de las características del suelo, clima y malezas a controlar.

- **Poda**

Tiene por objeto conseguir dos ramas principales sobre las que se asienten posteriormente ramas laterales convenientemente espaciadas. Se elige el brote más recto y vigoroso de los que aparezcan, dejando otro en reserva durante algún tiempo, y se quitarán los demás. El brote elegido se ata a un tutor para llevarlo estirado hasta el alambre, evitando que se enrolle.

Este brote principal se despuntará en invierno un poco por debajo del alambre.

El segundo año, los dos brotes más vigorosos y próximos al extremo, que servirán para obtener las dos ramas principales, se dejan crecer libremente, eliminando los restantes.

- **Manejo fitosanitario**

Antes de plantar hay que desinfectar los terrenos que hayan estado plantados de árboles atacados de Armillaria. También hay que hacerlo donde se haya observado la presencia de nematodos.

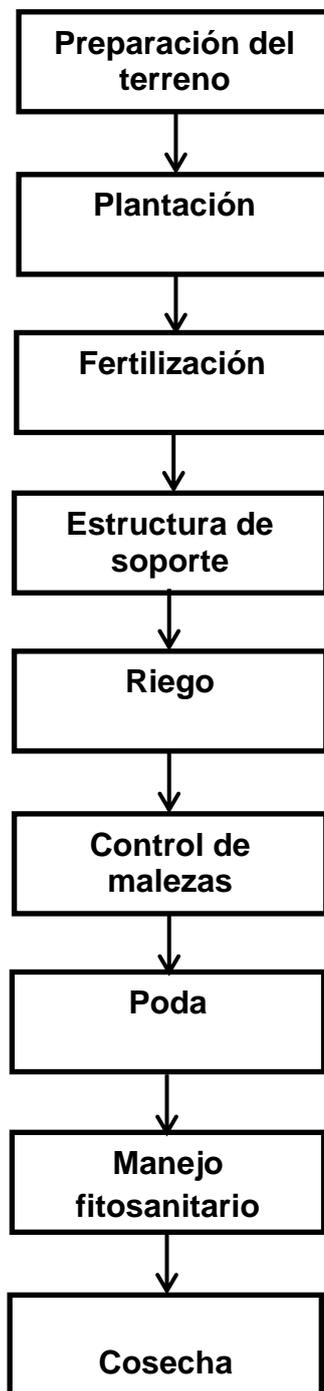
En períodos de lluvias puede producirse daños en flores y frutos pequeños por Botrytis cinerea que se pueden combatir con vinclozolina, glicofeno, etc.

- **Cosecha**

La cosecha inicia al tercer año. El momento óptimo de recogida es cuando la pulpa adquiere su color definitivo, aunque su consistencia sea todavía dura. Aún será necesario un mínimo de diez días a temperatura ambiente para tener condiciones gustativas adecuadas.

La recolección es muy sencilla y de mucho rendimiento, ya que se hace desde el suelo. Con una ligera torsión del fruto se rompe el pedúnculo. Los restos de éste sirven de referencia en la poda de fructificación.

## Diagrama de bloque de la producción del Kiwi



#### **4.6.2. Proceso de comercialización**

Para el proceso de comercialización se debe cumplir con las siguientes fases, el cual inicia en el manejo de pos cosecha con sus respectivas actividades.

- **Manejo poscosecha**

El manejo de poscosecha comprende realizar las siguientes actividades.

##### **Recepción en planta**

La gaveta o canastilla se debe localizar inmediatamente en un sitio seco y fresco, preferiblemente aclimatado.

##### **Selección**

La selección del fruto debe ser bajo parámetros de regularidad, buena formación del fruto, coloración uniforme, eliminación de restos vegetales, la operación se la realizará manualmente.

##### **Empaque**

Se lo realizará en cajas con su respectiva etiqueta, con un peso 8 kilos con una ubicación uniforme de la fruta, para evitar aplastamientos.

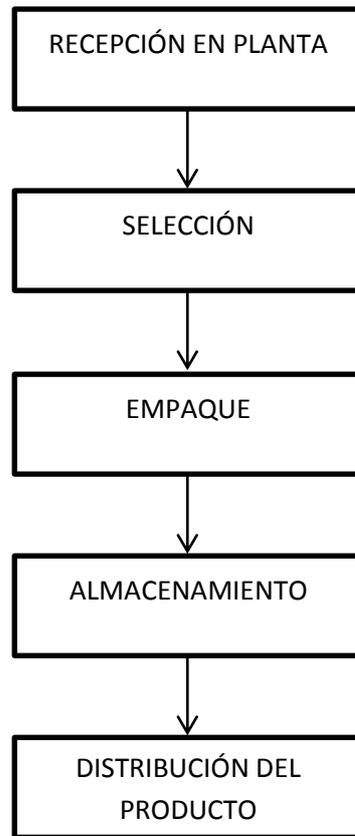
- **Almacenamiento**

El almacenamiento del producto será en un cuarto cubierto.

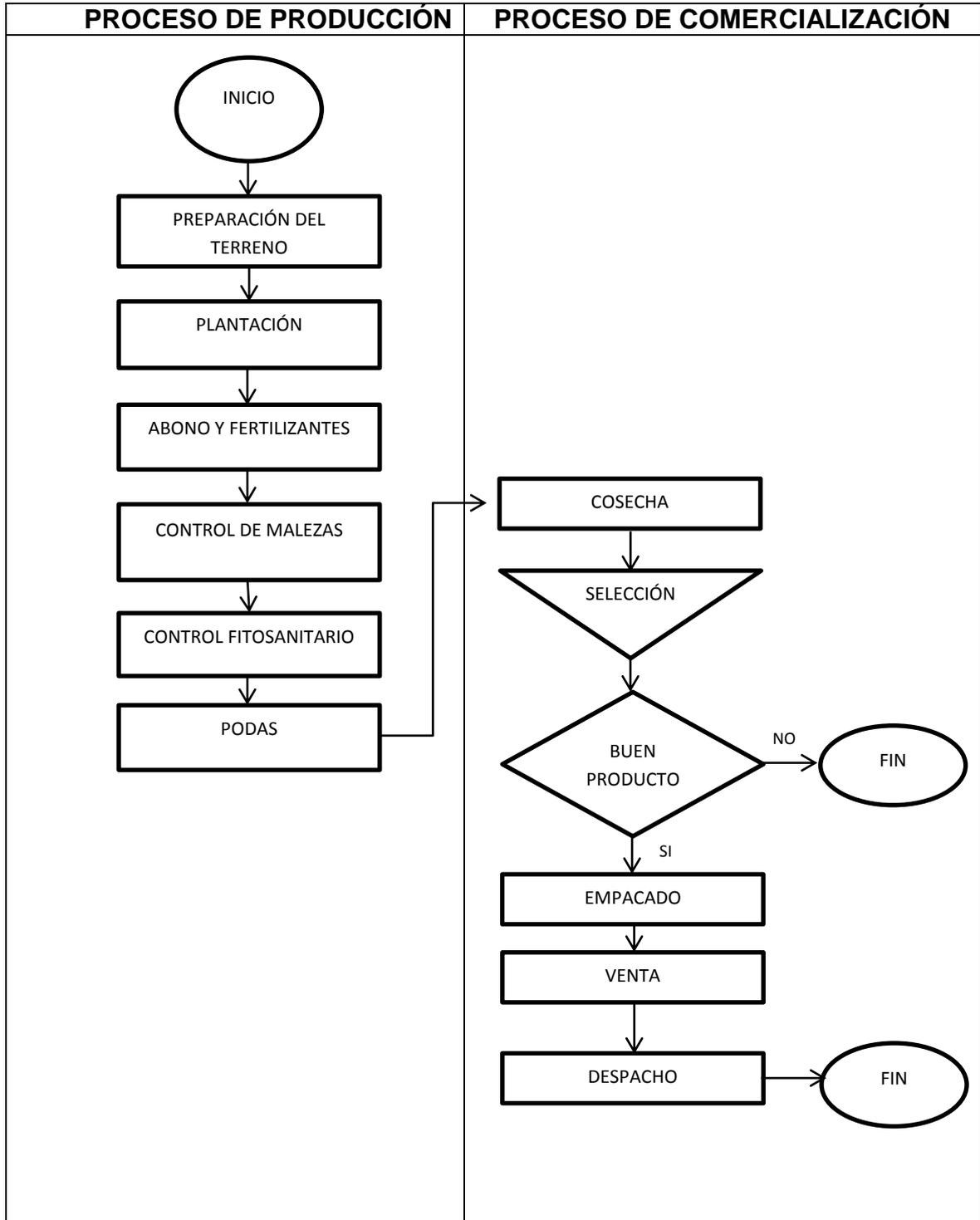
- **Distribución del producto**

Esta etapa corresponde en el transporte de la fruta hacia los mercados.

## Diagrama de bloque de la comercialización del Kiwi



- Diagrama de Flujos



## 4.7. Inversiones del proyecto

Las inversiones del proyecto se detallan a continuación:

### 4.7.1. Inversión fija

Para la gestión del proyecto es necesaria la adquisición de activos fijos indispensables para la actividad.

- **Terreno**

Se adquirirá un terreno de 20.250 m<sup>2</sup>.

**CUADRO No. 69**  
**TERRENO**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	m2	20250	0,75	15.187,50
<b>TOTAL</b>				<b>15.187,50</b>

**Fuente:** Avalúos y Castros del Municipio de Ibarra.

**Elaborado por:** La autora

- **Infraestructura**

Para el desempeño productivo y administrativo es necesario la construcción de algunas áreas como: área administrativa, recepción, bodegas, baños. El material utilizado para la construcción será de bloques para paredes y la cubierta de eternit con terminados rústicos, esto ayudará a disminuir los costos en la construcción.

**CUADRO No. 70**  
**INFRAESTRUCTURA**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Infraestructura	m2	189	105,00	19.845,00
<b>TOTAL</b>				<b>19.845,00</b>

**Fuente:** Maestro Albañil

**Elaborado por:** La autora

- **Maquinaria y equipo**

Será necesario adquirir maquinaria y equipo, para realizar el trabajo en el cultivo.

**CUADRO No. 71  
MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de fumigación a motor	1	1.750,00	1.750,00
Equipo de fumigación manual	2	280,00	560,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.310,00</b>

**Fuente:** AGROHACIENDA

**Elaborado por:** La autora

- **Herramientas agrícolas**

Se necesita adquirir las herramientas para las labores agrícolas.

**CUADRO No. 72  
HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carretilla	2	150,00	300,00
Azadones	10	15,00	150,00
Palas	3	6,00	18,00
Botas	8	15,00	120,00
Rastrillos	5	7,00	35,00
Trinches	5	5,00	25,00
Guantes	20	1,50	30,00
Cubetas	100	4,25	425,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.103,00</b>

**Fuente:** Ferrototal

**Elaborado por:** La autora

- **Vehículo**

Para la distribución del producto se adquirirá un camión el cual se lo utilizará tanto para trasladar los productos como para otras labores necesarias en la empresa, este será de segunda mano.

**CUADRADO No. 73  
VEHICULO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo	1	28.000,00	28.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>28.000,00</b>

**Fuente:** Patios de venta de vehículos  
**Elaborado por:** La autora

- **Muebles y enseres**

Son los muebles y enseres que corresponden a cada área de la empresa.

**CUADRO No. 74  
MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	2	220,00	440,00
Archivador	2	115,00	230,00
Sillas giratorias	3	60,00	180,00
Sillas de visita	10	30,00	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.150,00</b>

**Fuente:** MOBRAR  
**Elaborado por:** La autora

- **Equipo de computación**

La empresa requiere también de equipos de computación.

**CUADRO No. 75  
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador PC	2	830,00	1.660,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.660,00</b>

**Fuente:** ARTEFACTA  
**Elaborado por:** La autora

- **Equipo de Oficina**

Entre los equipos de oficina se tiene impresora, teléfono, calculadora y USB, los cuales son necesarios para las actividades productivas y comerciales de la empresa.

**CUADRO No. 76  
EQUIPO DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora Multifunción	1	240,00	240,00
Teléfono	2	105,00	210,00
Calculadora	2	25,00	50,00
USB	2	30,00	60,00
<b>TOTAL</b>			<b>560,00</b>

**Fuente:** ARTEFACTA

**Elaborado por:** La autora

**CUADRO No. 77  
RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	15.187,50
Infraestructura	19.845,00
Maquinaria y equipo	2.310,00
Herramientas para la producción	1.103,00
Vehículo	28.000,00
Muebles y enseres	1.150,00
Equipo de computación	1.660,00
Equipo de oficina	560,00
<b>TOTAL</b>	<b>69.815,50</b>

**Elaborado por:** La autora

#### 4.7.2. Capital de trabajo

Es el conjunto de recursos utilizados para la operación normal del proyecto, hasta que genere ingresos de la propia actividad. El capital de trabajo para el presente proyecto es de 24 meses.

**CUADRO No. 78**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
Preparación del suelo	105,00	
Mano de obra	48.426,42	
Insumos	3.126,99	
CIF	365,47	
<b>Subtotal (CP)</b>		<b>52.023,88</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos administrativos	28.065,38	
Suministros de oficina	305,06	
Servicios básicos	1.629,71	
Mantenimiento Computación	364,86	
<b>Subtotal total (GA)</b>		<b>30.365,01</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
Sueldo en ventas	11.946,10	
Publicidad	891,88	
Combustible y mantenimiento	3.162,12	
<b>Subtotal total (GV)</b>		<b>16.000,10</b>
<b>Total</b>		<b>98.388,98</b>
Imprevistos 2%		1.967,78
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>100.356,76</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 4.7.3. Inversión inicial

La inversión total del proyecto es:

**CUADRO No. 79**  
**INVERSIÓN TOTAL**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos Fijos	69.815,50
Capital de Trabajo	100.356,76
<b>TOTAL</b>	<b>170.172,26</b>

Elaborado por: La autora

**4.7.4. Financiamiento**

Para dar inicio a las actividades de la empresa se necesita una inversión que asciende a 170.172,26 dólares, de los cuales 90.172,26 serán de origen propio, y 80.000 dólares mediante un préstamo que se lo solicitará al Banco Nacional de Fomento.

**CUADRO No. 80**  
**FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	90.172,26	52,99
Capital Financiado	80.000,00	47,01
<b>TOTAL</b>	<b>170.172,26</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: La autora

**4.7.5. Requerimiento de talento humano**

El talento humano es considerado como el recurso principal de la empresa, es por ello que se considera importante contratar dependiendo las necesidades de las dependencias.

**CUADRO No. 81**  
**REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO**

N° EMPLEADOS	CARGO
1	Gerente
1	Contador
1	Técnico Agrónomo
3	Ayudantes Agrícolas
1	Vendedor

Elaborado por: La autora

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

La parte financiera corresponde en establecer la factibilidad monetaria del proyecto, después de haber realizado el respectivo análisis de los ingresos, egresos, balances y evaluación de la inversión, cuya información permitirán una adecuada toma de decisiones.

#### 5.1. Ingresos

Los ingresos de la empresa están representados por la venta de kiwi.

##### 5.1.1. Proyección de Ingresos

Para plantear el pronóstico de ingresos se tomó como base la capacidad de producción de la plantación, establecida en el capítulo anterior. Las ventas están representadas por la cantidad de cajas de kiwi de 8 Kilos cada una, el precio de la fruta crece según la tendencia de inflación del 2,7% registrada en el año 2013.

**CUADRO No. 82**  
**PROYECCIÓN DE INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Kiwi en cajas de 8 kg	10.780,00	11.760,00	12.740,00	13.720,00	14.700,00	15.680,00	16.660,00	17.640,00
Precio	17,00	17,46	17,93	18,41	18,91	19,42	19,94	20,48
<b>Total de ingresos proyectados</b>	<b>183.260,00</b>	<b>205.329,60</b>	<b>228.428,20</b>	<b>252.585,20</b>	<b>277.977,00</b>	<b>304.505,60</b>	<b>332.200,40</b>	<b>361.267,20</b>

**Elaborado por:** La autora

#### 5.2. Egresos

Los egresos son erogaciones necesarias que se realizarán para cubrir los costos de producción, gastos administrativos y ventas, estos se encuentran proyectados al 2,7% según la inflación del 2013, a excepción

del talento humano que se utilizó el 9% para proyectar, según la tendencia del crecimiento del sueldo básico de los últimos 5 años.

#### **5.2.1. Costos de Producción.**

Este rubro son los costos para la preparación del suelo, la compra de insumos, mano de obra directa y los costos indirectos. La cantidad se encuentra proyectada en función a las necesidades para la producción de kiwi, el costo crece en base a la inflación del 2,7% del año 2013. La especificación más detallada de los rubros se encuentra en anexos.

A continuación en el cuadro siguiente se encuentra el resumen de los costos de producción.

➤ **RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

**CUADRO No. 83  
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTOS DIRECTOS</b>										
Preparación del suelo	105,00									
Mano de obra	22.429,96	25.996,46	28.336,14	30.886,39	33.666,16	36.696,12	39.998,77	43.598,66	47.522,54	51.799,57
Insumos	1.796,00	1.330,99	3.088,25	3.171,63	3.257,26	3.345,21	3.435,53	3.528,29	3.623,55	3.721,39
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>										
Pago de agua de riego	70,00	71,89	73,83	75,82	77,87	79,97	82,13	84,35	86,63	88,97
Reposición herramientas	110,30	113,28	116,34	119,48	122,70	126,02	129,42	132,91	136,50	140,19
<b>TOTAL</b>	<b>24.511,26</b>	<b>27.512,62</b>	<b>31.614,55</b>	<b>34.253,32</b>	<b>37.124,00</b>	<b>40.247,32</b>	<b>43.645,85</b>	<b>47.344,21</b>	<b>51.369,22</b>	<b>55.750,11</b>

**Elaborado por:** La autora

**5.2.2. Gastos Administrativos.**

Los gastos administrativos son: los sueldos, suministros de oficina, servicios básicos, mantenimiento computación. Para su proyección se ha utilizado la tasa de inflación del 2,7%, excepto los sueldos, los cuales crecen al 9% según la tendencia del sueldo básico de los últimos años.

➤ **Sueldos Administrativos.**

Corresponde a los pagos que se realizarán a los funcionarios del área administrativa.

**CUADRO No. 84  
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1	Gerente	480,00	523,20	570,29	621,61	677,56	738,54	805,01	877,46	956,43	1042,51
1	Contadora	350,00	381,50	415,84	453,26	494,05	538,52	586,99	639,81	697,40	760,16
	MENSUAL	830,00	904,70	986,12	1074,87	1171,61	1277,06	1391,99	1517,27	1653,83	1802,67
	ANUAL	<b>9960,00</b>	<b>10856,40</b>	<b>11833,48</b>	<b>12898,49</b>	<b>14059,35</b>	<b>15324,69</b>	<b>16703,92</b>	<b>18207,27</b>	<b>19845,92</b>	<b>21632,06</b>

Elaborado por: La autora

**CUADRO No. 85  
PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Salario Básico Unificado	9.960,00	10.856,40	11.833,48	12.898,49	14.059,35	15.324,69	16.703,92	18.207,27	19.845,92	21.632,06
Aporte Patronal	1.110,54	1.210,49	1.319,43	1.438,18	1.567,62	1.708,70	1.862,49	2.030,11	2.212,82	2.411,97
Vacaciones	415,00	452,35	493,06	537,44	585,81	638,53	696,00	758,64	826,91	901,34
Fondos de Reserva		904,70	986,12	1.074,87	1.171,61	1.277,06	1.391,99	1.517,27	1.653,83	1.802,67
Décimo Tercero	830,00	904,70	986,12	1.074,87	1.171,61	1.277,06	1.391,99	1.517,27	1.653,83	1.802,67
Décimo Cuarto	680,00	741,20	807,91	880,62	959,88	1.046,26	1.140,43	1.243,07	1.354,94	1.476,89
Total costo de sueldos administrativos	12.995,54	15.069,84	16.426,12	17.904,48	19.515,88	21.272,31	23.186,81	25.273,63	27.548,25	30.027,60

Elaborado por: La autora

➤ **Suministros de Oficina**

Para el complemento de las actividades administrativas se adquirirá los siguientes suministros:

**CUADRO No. 86  
SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Papel resma	8,00	3,50	28,00	28,76	29,53	30,33	31,15	31,99	32,85	33,74	34,65	35,59
Carpetas	20,00	0,30	6,00	6,16	6,33	6,50	6,67	6,85	7,04	7,23	7,43	7,63
Esferográfico	15,00	0,30	4,50	4,62	4,75	4,87	5,01	5,14	5,28	5,42	5,57	5,72
Tinta impresora	4,00	12,00	48,00	49,30	50,63	51,99	53,40	54,84	56,32	57,84	59,40	61,01
Cuaderno	6,00	1,50	9,00	9,24	9,49	9,75	10,01	10,28	10,56	10,85	11,14	11,44
Lápiz	12,00	1,50	18,00	18,49	18,99	19,50	20,02	20,56	21,12	21,69	22,28	22,88
Borrador	8,00	0,25	2,00	2,05	2,11	2,17	2,22	2,28	2,35	2,41	2,48	2,54
Basureros	3,00	5,00	15,00	15,41	15,82	16,25	16,69	17,14	17,60	18,08	18,56	19,06
Libretines (facturas)	5,00	4,00	20,00	20,54	21,09	21,66	22,25	22,85	23,47	24,10	24,75	25,42
<b>TOTAL</b>			<b>150,50</b>	<b>154,56</b>	<b>158,74</b>	<b>163,02</b>	<b>167,42</b>	<b>171,94</b>	<b>176,59</b>	<b>181,36</b>	<b>186,25</b>	<b>191,28</b>

Elaborado por: La autora

➤ **Servicios básicos**

El valor de la utilización de los servicios básicos asciende a:

**CUADRO No. 87  
SERVICIOS BÁSICOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Luz	300,00	308,10	316,42	324,96	333,74	342,75	352,00	361,51	371,27	381,29
Agua	144,00	147,89	151,88	155,98	160,19	164,52	168,96	173,52	178,21	183,02
Teléfono	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48	411,30	422,40	433,81	445,52	457,55
<b>TOTAL</b>	<b>804,00</b>	<b>825,71</b>	<b>848,00</b>	<b>870,90</b>	<b>894,41</b>	<b>918,56</b>	<b>943,36</b>	<b>968,83</b>	<b>994,99</b>	<b>1.021,86</b>

Elaborado por: La autora

➤ **Mantenimiento Computación**

**CUADRO No. 88  
MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Mantenimiento computación	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24	205,65	211,20	216,90	222,76	228,77

Elaborado por: La autora

➤ **Resumen Gastos Administrativos**

El siguiente resumen de gastos administrativos comprende las erogaciones por sueldos, suministros de oficina, servicios básicos y mantenimiento de computación.

**CUADRO No. 89**  
**RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sueldos	12.995,54	15.069,84	16.426,12	17.904,48	19.515,88	21.272,31	23.186,81	25.273,63	27.548,25	30.027,60
Suministros de Oficina	150,50	154,56	158,74	163,02	167,42	171,94	176,59	181,36	186,25	191,28
Servicios Básicos	804,00	825,71	848,00	870,90	894,41	918,56	943,36	968,83	994,99	1.021,86
Mantenimiento Computación	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24	205,65	211,20	216,90	222,76	228,77
<b>TOTAL</b>	<b>14.130,04</b>	<b>16.234,97</b>	<b>17.622,71</b>	<b>19.133,37</b>	<b>20.777,96</b>	<b>22.568,46</b>	<b>24.517,97</b>	<b>26.640,72</b>	<b>28.952,26</b>	<b>31.469,51</b>

Elaborado por: La autora

**5.2.3. Gastos de Ventas.**

En los gastos de ventas se encuentran los sueldos en ventas, publicidad, empaques, combustible y mantenimiento. Estos crecen en función de la inflación del 2,7%, excepto los sueldos que es al 9%.

➤ **Sueldo en Ventas.**

**CUADRO No. 90**  
**SUELDO EN VENTAS**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1	Vendedor	350,00	381,50	415,84	453,26	494,05	538,52	586,99	639,81	697,40	760,16
	MENSUAL	350,00	381,50	415,84	453,26	494,05	538,52	586,99	639,81	697,40	760,16
	ANUAL	<b>4200,00</b>	<b>4578,00</b>	<b>4990,02</b>	<b>5439,12</b>	<b>5928,64</b>	<b>6462,22</b>	<b>7043,82</b>	<b>7677,76</b>	<b>8368,76</b>	<b>9121,95</b>

Elaborado por: La autora

**CUADRO No. 91**  
**PROYECCIÓN DEL SUELDO DE VENTAS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Salario Básico Unificado	4.200,00	4.578,00	4.990,02	5.439,12	5.928,64	6.462,22	7.043,82	7.677,76	8.368,76	9.121,95
Aporte Patronal	468,30	510,45	556,39	606,46	661,04	720,54	785,39	856,07	933,12	1.017,10
Vacaciones	175,00	190,75	207,92	226,63	247,03	269,26	293,49	319,91	348,70	380,08
Fondos de Reserva		381,50	415,84	453,26	494,05	538,52	586,99	639,81	697,40	760,16
Décimo Tercero	350,00	381,50	415,84	453,26	494,05	538,52	586,99	639,81	697,40	760,16
Décimo Cuarto	340,00	370,60	403,95	440,31	479,94	523,13	570,21	621,53	677,47	738,44
Total sueldo en ventas	5.533,30	6.412,80	6.989,95	7.619,04	8.304,76	9.052,19	9.866,88	10.754,90	11.722,84	12.777,90

Elaborado por: La autora

➤ **Publicidad.**

**CUADRO No. 92**  
**PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Radio	440,00	451,88	464,08	476,61	489,48	502,70	516,27	530,21	544,52	559,23
Prensa	320,00	328,64	337,51	346,63	355,99	365,60	375,47	385,61	396,02	406,71
Trípticos	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99	274,20	281,60	289,20	297,01	305,03
Internet	216,00	221,83	227,82	233,97	240,29	246,78	253,44	260,28	267,31	274,53
<b>TOTAL</b>	1.216,00	1.248,83	1.282,55	1.317,18	1.352,74	1.389,27	1.426,78	1.465,30	1.504,86	1.545,49

Elaborado por: La autora

➤ **Empaques**

**CUADRO No. 93  
EMPAQUES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Empaques	2.371,60	2.657,05	2.956,19	3.269,55	3.597,67	3.941,13	4.300,51	4.676,43
<b>TOTAL</b>	<b>2.371,60</b>	<b>2.657,05</b>	<b>2.956,19</b>	<b>3.269,55</b>	<b>3.597,67</b>	<b>3.941,13</b>	<b>4.300,51</b>	<b>4.676,43</b>

Elaborado por: La autora

➤ **Combustible Mantenimiento Vehículo**

Este gasto representa la asignación de recursos para el combustible y mantenimiento del vehículo que se utilizará para la comercialización del kiwi.

**CUADRO No. 94  
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Combustible vehículo	1.200,00	1.232,40	1.265,67	1.299,85	1.334,94	1.370,99	1.408,00	1.446,02	1.485,06	1.525,16
Mantenimiento vehículo	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48	411,30	422,40	433,81	445,52	457,55
<b>TOTAL</b>	<b>1.560,00</b>	<b>1.602,12</b>	<b>1.645,38</b>	<b>1.689,80</b>	<b>1.735,43</b>	<b>1.782,28</b>	<b>1.830,41</b>	<b>1.879,83</b>	<b>1.930,58</b>	<b>1.982,71</b>

Elaborado por: La autora

➤ **Resumen de gastos de ventas**

**CUADRO No. 95  
RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Sueldo en ventas	5.533,30	6.412,80	6.989,95	7.619,04	8.304,76	9.052,19	9.866,88	10.754,90	11.722,84	12.777,90
Publicidad	440,00	451,88	464,08	476,61	489,48	502,70	516,27	530,21	544,52	559,23
Empaques			2.371,60	2.657,05	2.956,19	3.269,55	3.597,67	3.941,13	4.300,51	4.676,43
Combustible y Mantenimiento	1.560,00	1.602,12	1.645,38	1.689,80	1.735,43	1.782,28	1.830,41	1.879,83	1.930,58	1.982,71
<b>TOTAL</b>	<b>7.533,30</b>	<b>8.466,80</b>	<b>11.471,01</b>	<b>12.442,51</b>	<b>13.485,86</b>	<b>14.606,72</b>	<b>15.811,23</b>	<b>17.106,07</b>	<b>18.498,46</b>	<b>19.996,26</b>

**Elaborado por:** La autora

**5.2.4. Gastos financieros**

Para la gestión del proyecto se necesita realizar un préstamo de 80.000, el mismo que será financiado por el Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 14,5%, a 10 años plazo, con pagos trimestrales y dos años de gracia.

**CUADRO No. 96**  
**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

<b>trimestre</b>	<b>cuota</b>	<b>intereses</b>	<b>amortización</b>	<b>amortizado</b>	<b>pendiente</b>
<b>0</b>					80.000,00
<b>1</b>	4.264,63	2.900,00	1364,63	1.364,63	78.635,37
<b>2</b>	4.264,63	2.850,53	1414,10	2.778,74	77.221,26
<b>3</b>	4.264,63	2.799,27	1465,36	4.244,10	75.755,90
<b>4</b>	4.264,63	2.746,15	1518,48	5.762,59	74.237,41
<b>5</b>	4.264,63	2.691,11	1573,53	7.336,11	72.663,89
<b>6</b>	4.264,63	2.634,07	1630,57	8.966,68	71.033,32
<b>7</b>	4.264,63	2.574,96	1689,68	10.656,36	69.343,64
<b>8</b>	4.264,63	2.513,71	1750,93	12.407,29	67.592,71
<b>9</b>	4.264,63	2.450,24	1814,40	14.221,69	65.778,31
<b>10</b>	4.264,63	2.384,46	1880,17	16.101,86	63.898,14
<b>11</b>	4.264,63	2.316,31	1948,33	18.050,19	61.949,81
<b>12</b>	4.264,63	2.245,68	2018,95	20.069,14	59.930,86
<b>13</b>	4.264,63	2.172,49	2092,14	22.161,28	57.838,72
<b>14</b>	4.264,63	2.096,65	2167,98	24.329,26	55.670,74
<b>15</b>	4.264,63	2.018,06	2246,57	26.575,83	53.424,17
<b>16</b>	4.264,63	1.936,63	2328,01	28.903,84	51.096,16
<b>17</b>	4.264,63	1.852,24	2412,40	31.316,24	48.683,76
<b>18</b>	4.264,63	1.764,79	2499,85	33.816,09	46.183,91
<b>19</b>	4.264,63	1.674,17	2590,47	36.406,56	43.593,44
<b>20</b>	4.264,63	1.580,26	2684,37	39.090,93	40.909,07
<b>21</b>	4.264,63	1.482,95	2781,68	41.872,61	38.127,39
<b>22</b>	4.264,63	1.382,12	2882,52	44.755,13	35.244,87
<b>23</b>	4.264,63	1.277,63	2987,01	47.742,14	32.257,86
<b>24</b>	4.264,63	1.169,35	3095,29	50.837,42	29.162,58
<b>25</b>	4.264,63	1.057,14	3207,49	54.044,91	25.955,09
<b>26</b>	4.264,63	940,87	3323,76	57.368,68	22.631,32
<b>27</b>	4.264,63	820,39	3444,25	60.812,93	19.187,07
<b>28</b>	4.264,63	695,53	3569,10	64.382,03	15.617,97
<b>29</b>	4.264,63	566,15	3698,48	68.080,51	11.919,49
<b>30</b>	4.264,63	432,08	3832,55	71.913,07	8.086,93
<b>31</b>	4.264,63	293,15	3971,48	75.884,55	4.115,45
<b>32</b>	4.264,63	149,19	4115,45	80.000,00	0,00

Elaborado por: La autora

**CUADRO No. 97  
GASTO INTERÉS DE LA DEUDA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Intereses			11.295,95	10.413,84	9.396,69	8.223,84	6.871,45	5.312,05	3.513,93	1.440,57

Elaborado por: La autora

### 5.2.5. Depreciación

El cálculo de la depreciación se la realizó para conocer el desgaste de los activos fijos.

**CUADRO No. 98  
DEPRECIACIÓN**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Infraestructura	19.845,00	5%	992,25	992,25	992,25	992,25	992,25	992,25	992,25	992,25	992,25	992,25
Maquinaria y Equipo	2.310,00	10%	231	231	231	231	231	231	231	231	231	231
Muebles y Enseres	1150,00	10%	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115
Equipo de Computación	1.660,00	33%	553,33	553,33	553,33							
Renovación de equipo de Computación	1.704,82	33%				568,27	568,27	568,27				
Equipo de Oficina	560,00	10%	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56
Vehículo	28.000,00	20%	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800
<b>TOTAL</b>	<b>55.230</b>		<b>4.748</b>	<b>4.748</b>	<b>4.748</b>	<b>4.763</b>	<b>4.763</b>	<b>4.763</b>	<b>4.194</b>	<b>4.194</b>	<b>4.194</b>	<b>4.194</b>

Elaborado por: La autora

➤ **Gastos de estudios y constitución**

**CUADRO No. 99  
GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Estudio de factibilidad	1.200,00
Trámites de constitución	270,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.470,00</b>

Elaborado por: La autora

**5.2.6. Resumen de egresos**

**CUADRO No. 100  
RESUMEN DE EGRESOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Costos de producción	24.511,26	27.512,62	31.614,55	34.253,32	37.124,00	40.247,32	43.645,85	47.344,21	51.369,22	55.750,11
Gastos de administrativos	14.130,04	16.234,97	17.622,71	19.133,37	20.777,96	22.568,46	24.517,97	26.640,72	28.952,26	31.469,51
Gastos de ventas	7.533,30	8.466,80	11.471,01	12.442,51	13.485,86	14.606,72	15.811,23	17.106,07	18.498,46	19.996,26
Gastos por depreciación	4.747,58	4.747,58	4.747,58	4.762,52	4.762,52	4.762,52	4.194,25	4.194,25	4.194,25	4.194,25
Gastos financieros	0,00	0,00	11.295,95	10.413,84	9.396,69	8.223,84	6.871,45	5.312,05	3.513,93	1.440,57
Gastos de estudios y constitución	1.470,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>52.392,18</b>	<b>56.961,97</b>	<b>76.751,81</b>	<b>81.005,57</b>	<b>85.547,03</b>	<b>90.408,86</b>	<b>95.040,75</b>	<b>100.597,30</b>	<b>106.528,12</b>	<b>112.850,70</b>

Elaborado por: La autora

### 5.3. Estados Financieros

Efectuado el presupuestado de inversiones, ingresos y egresos, se estructuró los siguientes estados financieros.

#### 5.3.1. Estado de Situación Financiera

El estado de situación financiera representa la posición financiera de la empresa.

**CUADRO No. 101  
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**

ACTIVO			PASIVO		
<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>		100.356,76	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>		80.000,00
Bancos	100.356,76		Préstamo por pagar	80.000,00	
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		69.815,50			
Terreno	15.187,50		<b>CAPITAL</b>		90.172,26
Infraestructura	19.845,00		Inversión propia	90.172,26	
Maquinaria y equipo	2.310,00				
Herramientas para la producción	1.103,00				
Vehículo	28.000,00				
Muebles y enseres	1.150,00				
Equipo de computación	1.660,00				
Equipo de oficina	560,00				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>170.172,26</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y CAPITAL</b>		<b>170.172,26</b>

Elaborado por: La autora

#### 5.3.2. Estado de Resultados

El estado de resultado representa la posición económica de la empresa reflejada en la utilidad o pérdida del proyecto.

**CUADRO No. 102  
ESTADO DE RESULTADOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos proyectados			183.260,00	205.329,60	228.428,20	252.585,20	277.977,00	304.505,60	332.200,40	361.267,20
Costos de producción	24.511,26	27.512,62	31.614,55	34.253,32	37.124,00	40.247,32	43.645,85	47.344,21	51.369,22	55.750,11
<b>(=)Utilidad bruta</b>	<b>-24.511,26</b>	<b>-27.512,62</b>	<b>151.645,45</b>	<b>171.076,28</b>	<b>191.304,20</b>	<b>212.337,88</b>	<b>234.331,15</b>	<b>257.161,39</b>	<b>280.831,18</b>	<b>305.517,09</b>
Gastos administrativos	14.130,04	16.234,97	17.622,71	19.133,37	20.777,96	22.568,46	24.517,97	26.640,72	28.952,26	31.469,51
Gastos de ventas	7.533,30	8.466,80	11.471,01	12.442,51	13.485,86	14.606,72	15.811,23	17.106,07	18.498,46	19.996,26
Gastos Financieros			11.295,95	10.413,84	9.396,69	8.223,84	6.871,45	5.312,05	3.513,93	1.440,57
Depreciación	4.747,58	4.747,58	4.747,58	4.762,52	4.762,52	4.762,52	4.194,25	4.194,25	4.194,25	4.194,25
Gasto de estudios y constitución	1.470,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=)Utilidad operativa proyectada</b>	<b>-52.392,18</b>	<b>-56.961,97</b>	<b>106.508,19</b>	<b>124.324,03</b>	<b>142.881,17</b>	<b>162.176,34</b>	<b>182.936,25</b>	<b>203.908,30</b>	<b>225.672,28</b>	<b>248.416,50</b>
(-15%) Part. Trabajadores			15.976,23	18.648,61	21.432,18	24.326,45	27.440,44	30.586,25	33.850,84	37.262,47
<b>(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos</b>			<b>90.531,96</b>	<b>105.675,43</b>	<b>121.448,99</b>	<b>137.849,89</b>	<b>155.495,81</b>	<b>173.322,06</b>	<b>191.821,43</b>	<b>211.154,02</b>
Impuesto a la renta			19.917,03	23.248,59	26.718,78	30.326,98	34.209,08	38.130,85	42.200,72	46.453,89
<b>Utilidad neta proyectada</b>	<b>-52.392,18</b>	<b>-56.961,97</b>	<b>70.614,93</b>	<b>82.426,83</b>	<b>94.730,22</b>	<b>107.522,91</b>	<b>121.286,73</b>	<b>135.191,20</b>	<b>149.620,72</b>	<b>164.700,14</b>

Elaborado por: La autora

### 5.3.3. Flujo de Caja

El flujo de caja establece la dinámica del efectivo de la empresa en relación a sus entradas y salidas durante la vida de la empresa.

**CUADRO No. 103  
FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Inversión Inicial	170.172,26	-									
Préstamo	80000,00										
Utilidad operacional		-52.392,18	-56.961,97	106.508,19	124.324,03	142.881,17	162.176,34	182.936,25	203.908,30	225.672,28	248.416,50
(+)Depreciación		4.747,58	4.747,58	4.747,58	4.762,52	4.762,52	4.762,52	4.194,25	4.194,25	4.194,25	4.194,25
(-)Pago al principal				5.762,59	6.644,70	7.661,85	8.834,70	10.187,09	11.746,49	13.544,61	15.617,97
(-)Reinversión					1.704,82						
(-)Part. Trabajadores		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>15.976,23</b>	<b>18.648,61</b>	<b>21.432,18</b>	<b>24.326,45</b>	<b>27.440,44</b>	<b>30.586,25</b>	<b>33.850,84</b>	<b>37.262,47</b>
(-)Impuestos		0,00	0,00	19.917,03	23.248,59	26.718,78	30.326,98	34.209,08	38.130,85	42.200,72	46.453,89
(+)Recuperación de inversión											29.746,47
<b>(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO</b>	<b>-90.172,26</b>	<b>-47.644,60</b>	<b>-52.214,38</b>	<b>69.599,93</b>	<b>78.839,84</b>	<b>91.830,89</b>	<b>103.450,74</b>	<b>115.293,90</b>	<b>127.638,96</b>	<b>140.270,36</b>	<b>183.022,89</b>

Elaborado por: La autora

#### 5.4. Evaluación de la Inversión.

Para evaluar el proyecto se aplicó evaluadores financieros que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, tales como: VAN, TIR, PRI y C/B.

##### 5.4.1. Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

El costo de oportunidad establece la tasa de rentabilidad que tendrá el proyecto frente a la tasa activa y pasiva, siendo punto de referencia para llevar a cabo el proyecto.

**CUADRO No. 104  
COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	90.172,26	52,99	4,75	251,70
Capital Financiado	80.000,00	47,01	14,50	681,66
<b>TOTAL</b>	<b>170.172,26</b>	<b>100,00</b>	<b>19,25</b>	<b>933,36</b>

Elaborado por: La autora

**Ck = 9,33%**

##### 5.4.2. Tasa de Rendimiento Medio

**DATOS:**

Ck (costo de oportunidad) = 9,33%

If (inflación) = 2,7%

$TRM = ((1+ck) (1+if))^{-1}$

TRM = 0,1229

**TRM = 12,29%**

### 5.4.3. Valor Actual Neto.

Este índice financiero representa la rentabilidad del proyecto a tiempo real, en valores monetarios.

**CUADRO No. 105  
VALOR ACTUAL NETO**

<b>AÑO</b>	<b>FL NETOS</b>	<b>FL ACTUAL 12,29%</b>
0	-170.172,26	-170.172,26
1	-47.644,60	-42.429,96
2	-52.214,38	-41.410,26
3	69.599,93	49.157,02
4	78.839,84	49.588,55
5	91.830,89	51.437,92
6	103.450,74	51.604,44
7	115.293,90	51.217,54
8	127.638,96	50.495,72
9	140.270,36	49.419,25
10	183.022,89	57.424,15
	<b>VAN</b>	<b>156.332,12</b>

Elaborado por: La autora

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \cdots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

$$VAN = 156.332,12$$

El VAN del proyecto es 156.332,12 por lo tanto el proyecto es factible porque es mayor a cero.

### 5.4.4. Tasa Interna de Retorno

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, representado en valores porcentuales.

**CUADRO No. 106  
TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>AÑO</b>	<b>FL NETOS</b>	<b>FLUJO 12,29%</b>	<b>FLUJO 22%</b>
0	-170.172,26	-170.172,26	-170.172,26
1	-47.644,60	-42.429,96	-39.052,95
2	-52.214,38	-41.410,26	-35.080,88
3	69.599,93	49.157,02	38.329,16
4	78.839,84	49.588,55	35.588,23
5	91.830,89	51.437,92	33.977,36
6	103.450,74	51.604,44	31.374,34
7	115.293,90	51.217,54	28.660,75
8	127.638,96	50.495,72	26.007,86
9	140.270,36	49.419,25	23.427,58
10	183.022,89	57.424,15	25.055,73
<b>VAN</b>		156.332,12	-1.885,09

Elaborado por: La autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

**TIR = 21,83%**

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es del 21,83%, por tanto el proyecto es factible, debido a que es mayor a la tasa de rendimiento medio.

#### 5.4.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

**CUADRO No. 107  
PERIODO DE RECUPERACIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>FLUJO NETO DEFLACTADO</b>	<b>RECUP. CAPITAL</b>	<b>TIEMPO DE RECUPERACIÓN</b>
<b>1</b>	<b>170.172,26</b>	-42.429,96	<b>-42.429,96</b>	1 AÑO
<b>2</b>		-41.410,26	<b>-41.410,26</b>	2 AÑO
<b>3</b>		49.157,02	<b>49.157,02</b>	3 AÑO
<b>4</b>		49.588,55	<b>49.588,55</b>	4 AÑO
<b>5</b>		51.437,92	<b>51.437,92</b>	5 AÑO
<b>6</b>		51.604,44	<b>51.604,44</b>	6 AÑO
<b>7</b>		51.217,54	<b>51.217,54</b>	7 AÑO

Elaborado por: La autora

La inversión se recupera en 7 años, por tanto el proyecto es factible porque se recupera dentro de la vida útil del proyecto.

#### 5.4.6. Costo beneficio.

**CUADRO No. 108  
COSTO BENEFICIO**

AÑOS	FNE	FNEA
		<b>0,1229</b>
1	-47.644,60	<b>-42.429,96</b>
2	-52.214,38	<b>-41.410,26</b>
3	69.599,93	<b>49.157,02</b>
4	78.839,84	<b>49.588,55</b>
5	91.830,89	<b>51.437,92</b>
6	103.450,74	<b>51.604,44</b>
7	115.293,90	<b>51.217,54</b>
8	127.638,96	<b>50.495,72</b>
9	140.270,36	<b>49.419,25</b>
10	183.022,89	<b>57.424,15</b>
SUMA		<b>326.504,38</b>

**Elaborado por:** La autora

$$C/B = \frac{\sum FEA}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$C/B = \frac{326.504,38}{170.172,26}$$

$$C/B = 1,92$$

El costo beneficio obtenido representa la rentabilidad que genera por cada dólar invertido en el proyecto, para el caso en estudio es de 92 centavos adicionales.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

#### 6.1. Aspecto estratégico

En este capítulo se desarrollarán los aspectos más importantes para lograr un óptimo funcionamiento de la empresa.

##### 6.1.1. Nombre de la empresa

El nombre de la empresa será: “**KIWI LA CAROLINA**”, tiene como objetivo dar a conocer el nombre de la fruta y el lugar en donde se produce.

#### ILUSTRACIÓN No. 05 LOGOTIPO



Elaborado por: La Autora

##### 6.1.2. Misión

Nuestra misión es producir y comercializar Kiwi con excelente calidad, destinado al mercado nacional, generando beneficios económicos y sociales en el sector; además de ser una empresa generadora de

desarrollo para los agricultores de la región, impulsando nuevas tecnologías de producción.

### **6.1.3. Visión**

Nuestra visión para el año 2018 es lograr una posición líder como una empresa productora y comercializadora de kiwi, la más importante de la región norte del país, además de seguir contribuyendo con el desarrollo económico del sector.

### **6.1.4. Objetivos de la empresa**

- Colaborar con el desarrollo empresarial del sector brindando nuevas mecanismos para el manejo de las diferentes actividades agrícolas.
- Brindar capacitaciones al personal de las distintas áreas para obtener mejores resultados en su desempeño laboral.
- Conservar un ambiente laboral cómodo para que los trabajadores puedan desenvolverse sin dificultades.
- Plantear nuevas técnicas que faciliten y mejoren la calidad de la producción y comercialización del kiwi.
- Mejorar cada día las alternativas de presentación del producto para garantizar su aceptación en el mercado.
- Diseñar un nuevo plan de mercado para buscar nuevas oportunidades de venta para el producto.

### **6.1.5. Políticas**

Las políticas a considerarse en la empresa son las siguientes:

- Ningún trabajador podrá tomar materiales o productos sin previa autorización.
- Realizar su trabajo sin interrumpir los espacios de los demás.
- Trabajar con excelencia, teniendo en cuenta el trato digno y justo a cada miembro de la empresa.
- Mantener la comunicación de cualquier problema directamente con el jefe inmediato.
- Todos los trabajadores deben cumplir el horario establecido para la entrada y salida de la empresa.
- No se permitirá que exista preferencia o consideraciones entre los trabajadores.
- Solicitar permisos de 3 a 2 días con anticipación del día solicitado.
- Al tener 3 faltas injustificadas o entrar con 2 horas después sin justificar se le sancionará.

#### **6.1.6. Principios**

El principio está basado en una ley o regla que se debe cumplir con el propósito de conseguir cierto propósito.

- **Lealtad y confianza:** La atención continua a las necesidades del consumidor será la principal base de la política empresarial, inspirada en la máxima transparencia.
- **Respeto y responsabilidad:** Sobresaldrá el respeto de los derechos humanos, en todos los aspectos dentro y fuera de la empresa.

- **Integridad y sobriedad:** Se basa en el uso apropiado de los productos, la actividad se sensibiliza con respecto a los conocimientos y siempre se inspira en la integridad intelectual y de comportamiento.
- **Pasión por la investigación y la innovación:** El objetivo es crear productos únicos, mediante procesos innovadores de investigación y producción, con un sistema de calidad.
- **Trabajo en equipo:** Se denomina trabajo en equipo a la mutua colaboración de personas a fin de alcanzar la consecución de un resultado determinado.
- **Disponibilidad al Cambio:** Se estará dispuesto y preparados a los diferentes cambios que se presente dentro y fuera de la empresa.

#### 6.1.7. Valores

- **Lealtad:** Velar por la confiabilidad de la información y el buen nombre de la empresa.
- **Convivencia:** Mantener la disposición para el diálogo en la interacción cotidiana como punto de partida ante la solución de conflictos.
- **Justicia:** Brindar a cada ser humano lo que le corresponde de conformidad con sus méritos y logros.
- **Tolerancia:** Valorar a los demás por lo que son y aceptar tal y como son, con sus diferencias.
- **Respeto:** Comprender y aceptar las condiciones de las personas como seres humanos con deberes y derechos.

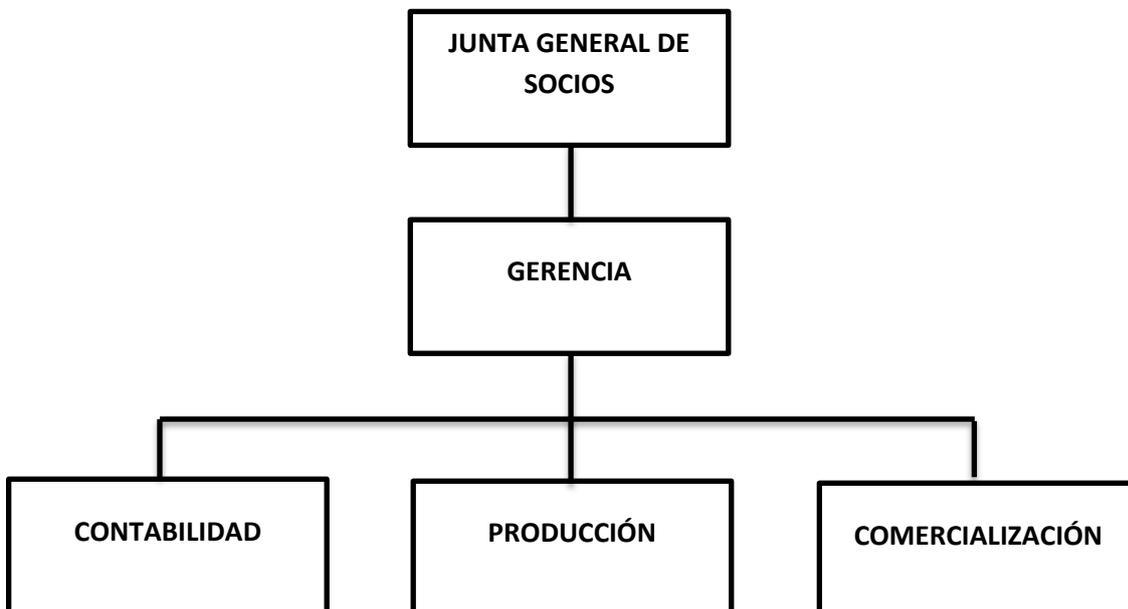
- **Solidaridad:** Actuar siempre con la disposición a ayudar a los compañeros cuando necesiten de apoyo.
- **Honestidad:** Actuar con la debida transparencia entendiendo los intereses colectivos para alcanzar los propósitos de la empresa.

## 6.2. Aspecto organizacional

### 6.2.1. Estructura orgánica

La estructura orgánica se refiere a la forma en que se dividen, agrupan las diferentes funciones del personal.

### 6.2.2. Organigrama estructural



### 6.2.3. Identificación de puestos y funciones

En las siguientes matrices se detallan los diferentes puestos y funciones que desempeña cada trabajador.

**CUADRO No. 109**

#### **FUNCIONES Y REQUISITOS DEL GERENTE**

<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>	<b>GERENTE</b>
<b>FUNCIONES</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Dirigir y motivar a los empleados a través de los canales de comunicación más efectivos.</li><li>2. Controlar que las actividades se estén cumpliendo de acuerdo a lo planificado.</li><li>3. Verificar que los estados financieros que presenta el Contador contenga sus respectivos respaldos.</li><li>4. Establecer los objetivos organizacionales, metas y encargarse de dar cumplimiento.</li><li>5. Planificar las actividades de acuerdo a la aprobación al inicio de la empresa.</li><li>6. Estar pendiente que se evalúe constantemente al personal que labora en la empresa.</li><li>7. Firmar convenios importantes con otras organizaciones y velar por que se cumpla lo establecido.</li></ol>
<b>REQUISITOS</b>	Título: Ing. Administración de Empresas. Experiencia: Mínimo 2 años. Edad: 30 años en adelante.

Elaborado por: La Autora

## CUADRO No. 110

### FUNCIONES Y REQUISITOS DEL CONTADOR

<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>	CONTADOR
<b>FUNCIONES</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Presentar informes sobre la situación financiera de la empresa.</li><li>2. Clasificar, guardar la información financiera para la realización de los respectivos estados financieros.</li><li>3. Brindar asesoramiento a los compañeros de trabajo en los asuntos relacionados con el cargo.</li><li>4. Llevar el archivo en forma organizada con el fin de atender los requerimientos o solicitudes en un tiempo previsto.</li><li>5. Realizar las respectivas declaraciones tributarias en las fechas indicadas.</li><li>6. Llevar en orden de fechas las facturas generadas por las ventas de producto.</li><li>7. Dar a conocer con anticipación los problemas financieros que está atravesando la empresa.</li></ol>
<b>REQUISITOS</b>	Título: Ing. En Contabilidad y Auditoría Experiencia: Mínimo 1 año Edad: 25 años en adelante.

Elaborado por: La autora

## CUADRO No. 111

### FUNCIONES Y REQUISITOS DEL TÉCNICO AGRÓNOMO

<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>	TÉCNICO AGRÓNOMO
<b>FUNCIONES</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Calificar al personal idóneo para el trabajo de campo tomando en cuenta las experiencias que presenten.</li><li>2. Controlar que se aplique el proceso productivo del Kiwi según las respectivas técnicas de producción.</li><li>3. Presentar el presupuesto necesario para la adquisición de materia prima y equipo de trabajo.</li><li>4. Aplicar estrategias que permitan minimizar los costos de producción.</li><li>5. Verificar que el equipo y la herramienta de trabajo se encuentre en perfecto estado.</li><li>6. Presentar informes sobre las actividades realizadas en el área de producción.</li><li>7. Estar pendiente sobre las necesidades del cultivo para evitar pérdidas a la empresa.</li></ol>
<b>REQUISITOS</b>	Título: Técnico Agrónomo Experiencia: Mínimo 3 años Edad: 28 años en adelante

Elaborado por: La autora

## CUADRO No. 112

### FUNCIONES Y REQUISITOS DEL AYUDANTE AGRÍCOLA

<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>	JORNALERO
<b>FUNCIONES</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Realizar la siembra de kiwi, tomando en cuenta el procedimiento indicado por el Técnico Agrónomo.</li><li>2. Aplicar riegos dependiendo la necesidad del producto en caso de extenderse el verano.</li><li>3. Realizar las respectivas fumigaciones contra plagas y enfermedades que puedan afectar la producción.</li><li>4. Cuidar la herramienta de trabajo y dejar ordenando en la bodega en su respectivo lugar.</li><li>5. Informar cualquier anomalía que se presente en el cultivo para tomar las debidas precauciones.</li><li>6. Realizar la recolección del fruto y colocar según las indicaciones para su comercialización.</li></ol>
<b>REQUISITOS</b>	Título: No necesario Experiencia: Mínimo 1 año en actividades agrícolas Edad: 18 años en adelante

Elaborado por: La autora

### CUADRO No. 113

#### FUNCIONES Y REQUISITOS DEL VENDEDOR

<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>	VENDEDOR
<b>FUNCIONES</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Desarrollar estrategias de ventas para incrementar los ingresos a la empresa.</li><li>2. Planificar las técnicas de mercadeo que permita introducir el producto al mercado con mayor facilidad.</li><li>3. Mantener continuo contacto con el cliente mediante visitas periódicas ofreciendo mejores garantías del producto.</li><li>4. Estar pendiente sobre la oferta y la demanda del producto para establecer un precio justo al producto.</li><li>5. Transportar el producto en el tiempo previsto a los diferentes puestos de entrega.</li><li>6. Mantener en constante mantenimiento al vehículo de la empresa.</li></ol>
<b>REQUISITOS</b>	Título: Bachiller y Chofer Profesional Experiencia: Mínimo 1 año en actividades similares Edad: 25 años en adelante

Elaborado por: La autora

### **6.3. Aspecto legal**

#### **6.3.1. Personería jurídica**

La empresa será de responsabilidad de limitada, conformada por cinco socios.

#### **6.3.2. Permisos de funcionamiento**

La empresa para obtener el permiso de funcionamiento necesita cumplir los siguientes requisitos:

##### **Patente municipal**

##### **Requisitos**

- Recibo del último pago del impuesto predial
- Copia del RUC
- Documentos personales del representante legal

##### **Registro único de contribuyentes**

##### **Requisitos**

- Cédula de representante legal
- Copia de certificado de votación
- Recibo de pago de agua, luz, teléfono

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Este capítulo se lo desarrolla con la finalidad de analizar a cada uno de los impactos que el proyecto presentará durante su gestión.

Los impactos que se consideran importantes en el proyecto son:

- Impacto socio-económico
- Impacto empresarial
- Impacto educativo
- Impacto general

Para su análisis se tomará en cuenta la matriz de valoración de impactos, la misma permitirá conocer el nivel de efecto que provoque cada uno.

**CUADRO No. 114**  
**MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS**

<b>POSITIVO</b>	<b>NIVEL</b>
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
<b>NEGATIVO</b>	<b>NIVEL</b>
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

**Elaborado por:** La autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

### 7.1. Impacto Socio-económico

**CUADRO No. 115  
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejoramiento económico							X	3
Nuevas fuentes de trabajo.						X		2
Estabilidad laboral							X	3
Eliminación de la migración						X		2
<b>TOTAL</b>						4	6	10

**Elaborado por:** La autora

$$\text{NI(SOCIO - ECONÓMICO)} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NI} = \frac{10}{4}$$

$$\text{NI} = 2,5 = 3$$

#### **ANÁLISIS:**

El proyecto a desarrollarse presenta un impacto positivo, porque pretende brindar un mejoramiento económico tanto a las personas del sector como a sus inversionistas, además crearán nuevas fuentes de trabajo con la finalidad de disminuir el índice de desempleo del sector, lo que generará estabilidad laboral para los trabajadores quienes contarán con preparación técnica para un mejor resultado en sus actividades, además poco a poco se irá eliminando la migración de los jefes de hogar a otras ciudades por cuestiones de trabajo, ya que este punto en la actualidad se ha vuelto una problemática social.

## 7.2. Impacto Empresarial

**CUADRO No. 116**  
**IMPACTO EMPRESARIAL**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Fortalecimiento microempresarial						X		2
Mejoramiento competitivo						X		2
Incremento productivo						X		2
Crecimiento agrícola							X	3
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>	<b>3</b>	<b>9</b>

**Elaborado por:** La autora

$$\text{NI(EMPRESARIAL)} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NI} = \frac{9}{4}$$

$$\text{NI} = 2,25 = 2$$

### **ANÁLISIS:**

Con la nueva propuesta del proyecto se genera un impacto empresarial medio positivo, porque se incrementará el fortalecimiento empresarial de producción y comercialización del kiwi, además se aplicará técnicas que permita un mejoramiento competitivo en el mercado comercial, al mismo tiempo se incrementa el interés por el crecimiento agrícola del sector brindando nuevas alternativas de comercialización que permitan llevar el producto directamente al consumidor.

### 7.3. Impacto Educativo-Cultural

**CUADRO No. 117**  
**IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de conocimiento						X		2
Mejoramiento tecnológico						X		2
Capacitación continua						X		2
Interés por el producto							X	3
TOTAL						6	3	9

**Elaborado por:** La autora

$$NI(\text{EDUCATIVO} - \text{CULTURAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25 = 2$$

#### **ANÁLISIS:**

La producción del kiwi está encaminado a la generación de nuevas alternativas de producción a través de nuevos conocimientos en la aplicación de técnicas de cultivo que pueden tomar en cuenta los agricultores, además la empresa se presta como un lugar donde los profesionales puedan asistir y presenciar los manejos agrícola que se aplican, esto permitirá que muestren mayor interés por el producto.

## 7.4. Impacto Ambiental

**CUADRO No. 118**  
**IMPACTO AMBIENTAL**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Trabajo sin tóxicos			X					-1
Producción natural			X					-1
Manejo de los desechos			X					-1
Contaminación del ambiente			X					-1
<b>TOTAL</b>			<b>-4</b>					<b>-4</b>

**Elaborado por:** La autora

$$NI(\text{AMBIENTAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{-4}{4}$$

$$NI = -1$$

### **ANÁLISIS:**

Los efectos que ocasiona el impacto ambiental se encuentra en un nivel negativo, porque desde un inicio de sus actividades existirá un personal que se encargue del manejo de desechos, como también controlarán que tipo de químicos se utilizan para el cultivo del kiwi, además cuidarán el proceso de las medidas preventivas que se hayan planteado en cada actividad que se realice y que tengan efectos secundarios.

## 7.5. Impacto general

**CUADRO No. 119  
IMPACTO GENERAL**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Impacto socio-económico							X	3
Impacto empresarial						X		2
Impacto cultural						X		2
Impacto ambiental			X					-1
<b>TOTAL</b>						4	3	6

**Elaborado por:** La autora

$$\text{NI(GENERAL)} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NI} = \frac{6}{4}$$

$$\text{NI} = 1,5 = 2$$

### **ANÁLISIS:**

De acuerdo al análisis realizado a cada uno de los impactos presentados en el proyecto se tiene como resultado un nivel medio positivo porque en la mayoría de los indicadores planteados están encaminados a un mejoramiento para el sector en varios aspectos beneficiosos.

## CONCLUSIONES

- Según el diagnóstico realizado a la parroquia La Carolina se logró identificar factores importantes como: un clima idóneo para la producción del producto, agua disponible, vías de segundo orden en buenas condiciones que permite comercializar el producto con facilidad.
- El estudio de mercado realizado confirma la aceptación del producto en los mercados dentro y fuera de la provincia, porque en la actualidad existe una gran demanda por este tipo de fruta como es el Kiwi.
- Con el estudio técnico se estableció el tamaño óptimo del proyecto, la localización adecuada, además los requerimientos de infraestructura, materiales e insumos que utilizarán en la empresa.
- La evaluación financiera determinó la factibilidad para la creación de la empresa, porque a través de los indicadores financieros se estableció que el proyecto de inversión es atractivo y resulta factible su aplicación.
- El estudio organizacional y legal de la empresa, fue diseñado considerando un direccionamiento estratégico de objetivos, políticas y reglas que el personal debe cumplir según lo establecido.
- Los impactos que el proyecto presenta alcanzan un nivel positivo, porque cada uno está encaminado a brindar un mejoramiento en los diferentes aspectos.

## RECOMENDACIONES

- El entorno de la Carolina es un lugar propicio para la producción, por lo que se recomienda aprovechar el suelo, el mismo que comprende factores importantes respecto a clima, ubicación y buenas vías de acceso, todo esto nos permite una producción conveniente.
- Tomar en cuenta los aspectos que la parroquia La Carolina presenta para dar un buen manejo a la producción y comercialización del kiwi, pretendiendo que desde un inicio de sus actividades la empresa demuestre su capacidad.
- Realizar estudios de mercado periódicamente, de tal manera que se obtenga la información suficiente y actualizada acerca de la demanda de este producto, además por medio de los intermediarios conocer los nuevos requerimientos o nuevas tendencias de consumo de los compradores a fin de lograr su preferencia y aceptación hacia el producto.
- Mantener una ubicación estratégica de la empresa para facilitar el arribo de los clientes como un punto estratégico preciso para su acceso y poder incrementar el nivel de ventas del producto.
- Cuidar que el personal cumpla con los reglamentos y políticas que se han establecido en la empresa para obtener mejores resultados en su desempeño laboral y tener mejor facilidad para cumplir con los objetivos.
- Vigilar que se apliquen las medidas preventivas correctamente para evitar alteraciones negativas al medio ambiente y poder controlar problemas que se pueden generar por su creación.

## BIBLIOGRAFÍA

ACHING, Guzmán C., Año 2007, en su obra Guía Rápida Estados Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia, Edición electrónica gratuita.

AMARU, Antonio C., Año 2009, Fundamentos de Administración, Primera Edición, Pearson Educación, México.

BONIFACE, Priscila, Año 2011, Etapas del Proceso de Producción Agrícola, Primera Edición, Editorial Trillas, México.

BRAVO, Mercedes, Año 2007, Contabilidad General, Editorial Nuevo Día, 7ma. Edición, Quito-Ecuador.

DÍAZ, M. Ángel, Año 2008, David y Goliat Iniciación del Proyecto. Primera Edición, Grupo Editor Alfaomega. México

DÍAS CALLEJAS Osmin, Año 2009, Administración de Empresas, Tercera Edición, Editorial McGraw Hill.

D' ALESSIO I. Fernando, Año 2008, El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia, Primera Edición Pearson Educación México.

FERNÁNDEZ V. Ricardo, Año 2007, Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia, Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.

FONTAINE R. Ernesto, Año 2008, Evaluación Social de Proyectos, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON.

FLORES U. Juan, Año 2007, Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas, Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones Ltda. Colombia.

GALINDO, R. Carlos J., Año 2008, Manual para la Creación de Empresas, Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia

GITMAN, Laurence J., Año 2007, Principios de Administración Financiera. Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.

KOTLER, Philip., Año 2009, Principios de Marketing, Doceava Edición, Prentice Hall, México.

KOONTZ, Harold, Heinz Wehrich, Mark Cannice, Año 2008, Administración una Perspectiva Global y Empresarial, Décimo Tercera Edición, Mac Graw Hill, México.

LAMB, Charles W., Año 2006, Obra Marketing, Octava Edición, Thomson - México

MÉNDEZ, M. José Silvestre, Año 2007, La Economía en la Empresa, Tercera Edición, Mac Graw Hill, México.

MELGAREJO P, Año 2009, Prácticas de Fruticultura, Ediciones MM, 4ta Edición, Bogotá-Colombia

NÚÑEZ, Z. Rafael, Año 2007, Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México.

PLANA José Manual, Año 2008, Práctico de Fruticultura, McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A., México.

SAPAG, CH. Nassir, Año 2007, Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J., Año 2007, Fundamentos de Marketing, Decimocuarta edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

VILLAMARÍN B, Jaime O., Año 2008, "Manejo de Post –Cosecha del Kiwi", Segunda Edición Editorial dinamarcensis, EPN, Quito.

VASQUEZ, Ronal, Año 2007, "El Kiwi Frutal de Porvenir", Segunda Edición Editorial Trilla S.A. México.

WHEELEN, Thomas L. HUNTER, David J., Año 2007, Administración Estratégica y Política de Negocios, Décima Edición, Pearson Educación México.

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año 2008, Contabilidad General, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

#### **LINCOGRAFÍA:**

<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

<http://www.manejoproduccion.com//kiwi.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos10/kiwi/kiwi.shtml>

<http://www.produccionkiwi.org/memoria/ecuador99.htm>

<http://www.oni.escuelas.negro/fruticultura/index.htm>

[http://www.infoagro.com/frutas/frutas\\_tropicales/kiwi.htm](http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/kiwi.htm)

<http://www.agro.uba.ar/carreras/agronomia/materias/fruti.Tecnologías desarrolladas>

<http://www.definicionabc.com/general/agricultura.php>

<http://mail.iniap->

[www.inec.ec](http://www.inec.ec)

# **ANEXOS**

**ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA EFECTUADA A LOS COMERCIANTE MINORISTAS DE FRUTAS DE LA CIUDAD DE IBARRA.**



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**Objetivo:** Identificar la demanda potencial de kiwi en la ciudad de Ibarra

**1. ¿En su puesto de venta comercializa kiwi?**

Si ( )

No ( )

**2. ¿La calidad del kiwi que se oferta en el mercado es?**

Muy buena ( )

Buena ( )

Regular ( )

**3. ¿Cuál es el aspecto más importante al adquirir la fruta?**

Calidad ( )

Presentación ( )

Precios ( )

Procedencia ( )

**4. ¿Actualmente, cubre la necesidad de consumo de la fruta por parte de sus clientes?**

Si ( )

No

**5. ¿Cuál será la frecuencia de compra de una caja de kiwi de 8 kg para comercializar y satisfacer las necesidades del mercado?**

Una caja por día

Una cada dos días

Una caja por semana

**6. ¿El precio de compra de una caja de kiwi de 8 kilos es?**

10 dólares por caja

15 dólares por caja

20 dólares por caja

**7. ¿Su proveedor de kiwi es?**

Productor

Intermediario

Ambos

**8. ¿Cuenta usted con un proveedor de kiwi permanente?**

Si

No

**9. ¿Le gustaría incrementar sus proveedores?**

Si

No

**10. ¿De los siguientes medios de comunicación cual prefiere?**

Radio

Prensa

Trípticos

Hojas volantes

Internet

**ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA EFECTUADA A LOS  
PROVEEDORES DE FRUTAS DE LOS MERCADOS DE LA CIUDAD DE  
IBARRA**



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**Objetivo:** Conocer la oferta del producto en el área de influencia del proyecto

**1. ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio?**

Menos de 5 años            ()

De 5 a 10 años            ()

Más de 10 años            ()

**2. ¿La actividad es rentable?**

Si                                ()

No                                ()

**3. ¿Cuáles frutas comercializa?**

Manzana                    ()

Pera                            ()

Mango                        ()

Kiwi                            ()

Tomate                        ()

Piña                            ()

Todas las anteriores        ()

**4. ¿Qué presentación utiliza para la comercialización del kiwi?**

- Sacos
- Cajas
- Gavetas
- Granel
- Otras

**5. ¿Cuál es el peso de comercialización del kiwi?**

- Cajas de 4 kilos
- Cajas de 8 kilos
- Cajas de 12 kilos

**6. ¿El precio de una caja de kiwi de 8 kilos es?**

- 10 dólares por caja
- 15 dólares por caja
- 20 dólares por caja

**7. ¿Cuál es la frecuencia de comercialización de una caja de kiwi de 8 Kilos?**

- Una caja por día
- Una cada dos días
- Una caja por semana

**8. ¿Cuál es el origen de la fruta?**

- Local
- Regional
- Nacional
- Internacional

**9. ¿Actualmente satisfacen la demanda?**

- Si
- No

**10. ¿Los precios de la fruta de que aspectos depende?**

Calidad

Presentación

Peso

Procedencia

## ANEXO C: COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL KIWI

### INSUMOS

Actividad	N° aplicaciones	kilos por hectárea	Número de hectáreas	AÑO 1	AÑO 2
Fertilizante	4,00	150,00	2,00	1.200,00	1.200,00
Insecticidas y fungicidas	6,00	2,00	2,00	24,00	24,00

Actividad	N° aplicaciones	kilos por hectárea	Número de hectáreas	AÑO 3 hasta 10
Fertilizante	4,00	300,00	2,00	2.400,00
Insecticidas y fungicidas	6,00	6,00	2,00	72,00

### PRIMER AÑO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<b>A. COSTOS DIRECTOS</b>				
<b>1. Preparación del suelo</b>				
Arada y rastrada	horas/tractor	6,00	15,00	90,00
Surcado	horas/tractor	1,00	15,00	15,00
<b>Subtotal preparación del suelo</b>				<b>105,00</b>
<b>2. Mano de Obra</b>				
Técnico de producción	Sueldo			6.275,20
Personal agrícola	Sueldo			16.154,76
<b>Subtotal mano de obra</b>				<b>22.429,96</b>
<b>3. Insumos</b>				
Plantas	unidades	1.000,00	0,50	500,00
Fertilizante	kg	1.200,00	0,80	960,00
Insecticidas, fungicidas	kg	24,00	14,00	336,00
<b>Subtotal insumos</b>				<b>1.796,00</b>
<b>SUBTOTAL (CD)</b>				<b>24.330,96</b>
<b>B. COSTOS INDIRECTOS</b>				
Pago del agua de riego	Hectárea	2	35,00	70,00
Reposición herramientas				110,30
<b>SUBTOTAL (CI)</b>				<b>180,30</b>
<b>TOTAL DE COSTOS</b>				<b>24.511,26</b>

## SEGUNDO AÑO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<b>A. COSTOS DIRECTOS</b>				
<b>2. Mano de Obra</b>				
Técnico de producción	Sueldo			7.275,97
Personal agrícola				18.720,49
<b>Subtotal mano de obra</b>				<b>25.996,46</b>
<b>3. Insumos</b>				
Fertilizante	kg	1.200,00	0,82	985,92
Insecticidas, fungicidas	kg	24,00	14,38	345,07
<b>Subtotal insumos</b>				<b>1.330,99</b>
<b>SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS</b>				<b>27.327,45</b>
<b>B. COSTOS INDIRECTOS</b>				
Pago del agua de riego	Hectárea	2,00	35,95	71,89
Reposición herramientas				113,28
<b>SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>				<b>185,17</b>
<b>TOTAL DE COSTOS</b>				<b>27.512,62</b>

## TERCER AÑO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<b>A. COSTOS DIRECTOS</b>				
<b>2. Mano de Obra</b>				
Técnico de producción	Sueldo			7.930,81
Personal agrícola				20.405,33
<b>Subtotal mano de obra</b>				<b>28.336,14</b>
<b>3. Insumos</b>				
Fertilizante	kg	2.400,00	0,84	2.025,08
Insecticidas, fungicidas	kg	72,00	14,77	1.063,17
<b>Subtotal insumos</b>				<b>3.088,25</b>
<b>SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS</b>				<b>31.424,38</b>
<b>B. COSTOS INDIRECTOS</b>				
Pago del agua de riego	Hectárea	2,00	36,92	73,83
Reposición herramientas				116,34
<b>SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>				<b>190,17</b>
<b>TOTAL DE COSTOS</b>				<b>31.614,55</b>

## ANEXO D: COSTOS Y GASTOS

### DETERMINACIÓN DEL SUELDO DEL TÉCNICO AGRONOMO

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1	Técnico agrónomo	400,00	436,00	475,24	518,01	564,63	615,45	670,84	731,22	797,03	868,76
	MENSUAL	400,00	436,00	475,24	518,01	564,63	615,45	670,84	731,22	797,03	868,76
	ANUAL	<b>4800,00</b>	<b>5232,00</b>	<b>5702,88</b>	<b>6216,14</b>	<b>6775,59</b>	<b>7385,39</b>	<b>8050,08</b>	<b>8774,59</b>	<b>9564,30</b>	<b>10425,09</b>

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Salario Básico Unificado	4.800,00	5.232,00	5.702,88	6.216,14	6.775,59	7.385,39	8.050,08	8.774,59	9.564,30	10.425,09
Aporte Patronal	535,20	583,37	635,87	693,10	755,48	823,47	897,58	978,37	1.066,42	1.162,40
Vacaciones	200,00	218,00	237,62	259,01	282,32	307,72	335,42	365,61	398,51	434,38
Fondos de Reserva		436,00	475,24	518,01	564,63	615,45	670,84	731,22	797,03	868,76
Décimo Tercero	400,00	436,00	475,24	518,01	564,63	615,45	670,84	731,22	797,03	868,76
Décimo Cuarto	340,00	370,60	403,95	440,31	479,94	523,13	570,21	621,53	677,47	738,44
Total costo de mano de obra	6.275,20	7.275,97	7.930,81	8.644,58	9.422,59	10.270,62	11.194,98	12.202,53	13.300,75	14.497,82

## DETERMINACIÓN DEL SUELDO DE LOS AYUDANTES AGRÍCOLAS

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
3	Ayudante agrícola	1.020,00	1.111,80	1.211,86	1.320,93	1.439,81	1.569,40	1.710,64	1.864,60	2.032,41	2.215,33
	MENSUAL	1.020,00	1.111,80	1.211,86	1.320,93	1.439,81	1.569,40	1.710,64	1.864,60	2.032,41	2.215,33
	ANUAL	<b>12.240,00</b>	<b>13.341,60</b>	<b>14.542,34</b>	<b>15.851,15</b>	<b>17.277,76</b>	<b>18.832,76</b>	<b>20.527,71</b>	<b>22.375,20</b>	<b>24.388,97</b>	<b>26.583,97</b>

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Salario Básico Unificado	12.240,00	13.341,60	14.542,34	15.851,15	17.277,76	18.832,76	20.527,71	22.375,20	24.388,97	26.583,97
Aporte Patronal	1.364,76	1.487,59	1.621,47	1.767,40	1.926,47	2.099,85	2.288,84	2.494,83	2.719,37	2.964,11
Vacaciones	510,00	555,90	605,93	660,46	719,91	784,70	855,32	932,30	1.016,21	1.107,67
Fondos de Reserva		1.111,80	1.211,86	1.320,93	1.439,81	1.569,40	1.710,64	1.864,60	2.032,41	2.215,33
Décimo Tercero	1.020,00	1.111,80	1.211,86	1.320,93	1.439,81	1.569,40	1.710,64	1.864,60	2.032,41	2.215,33
Décimo Cuarto	1.020,00	1.111,80	1.211,86	1.320,93	1.439,81	1.569,40	1.710,64	1.864,60	2.032,41	2.215,33
Total costo de mano de obra	16.154,76	18.720,49	20.405,33	22.241,81	24.243,58	26.425,50	28.803,79	31.396,13	34.221,79	37.301,75

**GASTOS  
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	25,00	300,00
Agua	12,00	144,00
Teléfono	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>		<b>804,00</b>

**MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	15,00	180,00
<b>TOTAL</b>		<b>180,00</b>

**PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	110	440
Prensa	80	320
Trípticos	30	240
Internet	18	216
<b>TOTAL</b>		<b>1216</b>

**EMPAQUES**

AÑO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	Caja y etiquetas	10.780,00	0,22	2.371,60
4	Caja y etiquetas	11.760,00	0,23	2.657,05
5	Caja y etiquetas	12.740,00	0,23	2.956,19
6	Caja y etiquetas	13.720,00	0,24	3.269,55
7	Caja y etiquetas	14.700,00	0,24	3.597,67
8	Caja y etiquetas	15.680,00	0,25	3.941,13
9	Caja y etiquetas	16.660,00	0,26	4.300,51
10	Caja y etiquetas	17.640,00	0,27	4.676,43

**COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible vehículo	100,00	1.200,00
Mantenimiento vehículo	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>		<b>1.560,00</b>