



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TOMATE RIÑÓN A TRAVÉS DE LA UTILIZACIÓN DE ABONO ORGÁNICO, UBICADO EN LA COMUNIDAD DE EL GUADUAL PARROQUIA LA CAROLINA CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS  
COMERCIALES

**Autoras:** Chaca Cháfuel Tatiana Margoth  
Suárez Arciniega Daysi Tatiana

**Asesor:** Eco. Taboada Diego

Ibarra, Enero 2014

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de investigación tiene como propósito la realización de un Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de Tomate riñón a través de la utilización de abono orgánico ubicado en la Comunidad El Guadual, Parroquia La Carolina, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura. Finalidad que se consiguió a través de un análisis del diagnóstico de la situación actual de la producción y comercialización de tomate riñón, donde se logrará determinar, que la situación de este producto en términos generales es de buena aceptación, luego se procederá a la realización de un estudio de mercado donde se podrá concluir que existe un mercado insatisfecho y completamente favorable para la implementación del proyecto, debido a que en el Cantón Ibarra hay poca oferta de tomate riñón orgánico, dando lugar a que se pueda ingresar con el producto en forma positiva. El fundamento teórico de esta investigación se apoyará en el análisis conceptual sobre microempresa, producción, producto, contabilidad y técnicas de evaluación financiera. De acuerdo al estudio técnico se reflejará micro y macro localización del proyecto, de igual manera su estructura física, equipamiento y capacidad instalada. En la estructura orgánica se establece misión, visión, orgánico funcional, identificación de puestos y funciones del personal requerido para el funcionamiento óptimo. De acuerdo a la evaluación económica-financiera nos admite identificar los aspectos más importantes para la determinación de este proyecto como algo tangible y real dentro de las actuales circunstancias por las que atraviesa la sociedad ecuatoriana. Los impactos que generará el presente proyecto son: económico, social, empresarial y ambiental. Por último tendremos conclusiones y recomendaciones sobre la creación de la microempresa misma que ayudará a satisfacer las necesidades de los consumidores de tomate riñón orgánico.

## **SUMMARY**

The present investigative work has the purpose to realize a market study to evaluate the possibility to create a microenterprise of production and commercialization of tomatoes riñon through the use of organic fertilizers found in the community of El Guadual, parish of La Carolina, canton Ibarra, province of Imbabura. Through an analysis and a market study of the actual situation of production and commercialization of tomatoes riñon, it has been determine that the conditions to implement a market of tomatoes riñon through the use of organic fertilizers are ideal. The reason is that there exists a demand for tomatoes riñon produced with organic fertilizer actually unsatisfied; in fact there is a small offer for tomatoes riñon produced with organic fertilizers. The theoretical foundations of this project rely on the conceptual analysis of microenterprise, production, product, accounting and technics of financial evaluation. The technical study reflects the micro and macro levels of localization of this project, its physical structure, equipment and facilities. In the organic structure, it is established the vision, mission, organic functioning and elements of organization and functions of the working force required for an optimal functioning. According to the economic-financial study, it has been determined that this product will be financially viable for the majority of the citizens of the equatorial society. The consequences of this project will be financial, social and environmental. Finally, we have the conclusions and recommendations of on the creation of microenterprise, which will satisfy the needs of the consumers of tomatoes riñon produced in a healthy and environmentally-friendly way.

## AUTORÍA

Nosotras, **CHACA CHÁFUEL TATIANA MARGOTH**, con C.I # 100287440-0, y **SUÁREZ ARCINIEGA DAYSI TATIANA**, con C.I # 100286637-2 declaramos bajo juramento que el presente trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TOMATE RIÑÓN A TRAVÉS DE LA UTILIZACIÓN DE ABONO ORGÁNICO, UBICADO EN LA COMUNIDAD DE EL GUADUAL, PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** y los resultados de la investigación son de nuestra total responsabilidad, además que este trabajo no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; donde hemos consultado y respetado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Tatiana M. Chaca Ch.  
100287440-0

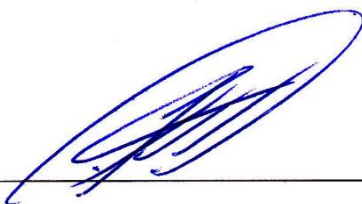


D. Tatiana Suárez  
100286637-2

## **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresadas Tatiana Margoth Chaca Cháfuel y Daysi Tatiana Suárez Arciniega, para optar por el Título de Ingeniería Comercial, cuyo tema es: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TOMATE RIÑÓN A TRAVÉS DE LA UTILIZACIÓN DE ABONO ORGÁNICO, UBICADO EN LA COMUNIDAD DE EL GUADUAL, PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"**; considero que el presente trabajo reúne los 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 enero del 2014.



**ECO. DIEGO TABOADA**  
**DIRECTOR 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**

Nosotras, Tatiana Margoth Chaca Cháfuel y Daysi Tatiana Suárez Arciniega, con cédula de ciudadanía Nro. 100287440-0 y 100286637-2, respectivamente, manifestamos nuestra 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 autor (as) del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TOMATE RIÑÓN A TRAVÉS DE LA UTILIZACIÓN DE ABONO ORGÁNICO, UBICADO EN LA COMUNIDAD DE EL GUADUAL, PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA COMERCIAL, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Tatiana M. Chaca Ch.

100287440-0

(D. Tatiana Suárez A.

100286637-2

Ibarra, a los 30 días del mes de enero del 2014.

## **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>	100287440-0
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	CHACA CHÁFUEL TATIANA MARGOTH
<b>DIRECCIÓN:</b>	AV. 17 DE JULIO "EL OLIVO"
<b>E MAIL:</b>	t_atyas@hotmail.com
<b>TELÉFONO MOVIL:</b>	0988513925

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100286637-2
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	SUÁREZ ARCINIEGA DAYSI TATIANA
<b>DIRECCIÓN:</b>	SAN ANTONIO
<b>E MAIL:</b>	tattysuarez@gmail.com
<b>TELÉFONO MOVIL:</b>	0990679590

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TOMATE RIÑÓN A TRAVÉS DE LA UTILIZACIÓN DE ABONO ORGÁNICO, UBICADO EN LA COMUNIDAD DE EL GUADUAL, PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"
<b>AUTORES:</b>	CHACA TATIANA Y SUÁREZ TATIANA
<b>FECHA:</b>	30 DE ENERO DEL 2014
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERAS COMERCIALES
<b>ASESOR / DIRECTOR:</b>	ECONOMISTA DIEGO TABOADA



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

Nosotras, Chaca Cháfuel Tatiana Margoth con cédula de ciudadanía Nro.100287440-0, y Suárez Arciniega Daysi Tatiana con cédula de ciudadanía Nro.100286637-2 en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos 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

Las autoras manifiestan 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 son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

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

### AUTORAS:



Tatiana Chaca

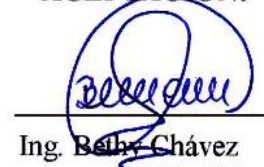
Ci: 100287440-0



Tatiana Suárez

Ci: 100286637-2

### ACEPTACIÓN:



Ing. Betty Chávez

JEFA DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

## **DEDICATORIA**

Esta tesis es una parte de nuestra vida y comienzo de otras etapas importantes, por esto, la dedicamos indudablemente a Dios, a nuestros padres, y a nuestras familias.

A Dios, por fortalecer nuestro corazón e iluminar nuestra mente, brindándonos el coraje, entereza y humildad necesarios para luchar constantemente.

A nuestros padres, ya que gracias a ellos somos quien somos, a quienes le debemos todo, porque nos han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Por brindarnos todo su cariño e inculcarnos valores, principios, constancia, perseverancia, todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio. Por su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar.

A nuestras queridas familias, por acompañarnos siempre en los buenos y malos momentos, por su apoyo, ánimo, y cariño incondicional en nuestra posición firme de alcanzar esta meta.

Tatiana M. Chaca Ch.

D. Tatiana Suárez A.

## **AGRADECIMIENTO**

Son tantas las personas que Dios ha puesto en nuestro camino, que de manera desinteresada nos ayudaron, de una u otra forma, para conseguir esta meta tan anhelada.

En primer lugar, un eterno agradecimiento a nuestros AMADOS PADRES, quienes con esfuerzo y lucha diaria nos han apoyado sin medida, en todas y cada una de las circunstancias. ESTE LOGRO ES SUYO.

Agradecer de manera especial al director de tesis ECO. DIEGO TABOADA, por quien sentimos una admiración y respeto ya que con sus conocimientos y paciencia nos ha sabido guiar y orientar, inculcando en nosotras un sentido de seriedad y responsabilidad, para la consecución del presente trabajo.

Así también a nuestra querida UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE, a quien llevaremos con orgullo en nuestro corazón. A la FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS a todos y cada uno de los maestros que participaron en nuestra formación académica, gracias por enseñarnos que ante todo hay que ser primero, buenos seres humanos.

A la Junta Parroquial La Carolina que nos brindó valiosa información, quienes nos apoyaron incondicionalmente. A todos aquellos amigos con quienes hemos compartido hermosos momentos, que nos han devuelto una sonrisa, tendiéndonos su mano en tiempos difíciles y poniendo de su parte para que el trajín diario sea más llevadero, y a todas las personas que forman parte de nuestras vidas, que colaboraron o participaron en la realización de este proyecto.

A todos ustedes gracias...

## **PRESENTACIÓN**

El presente proyecto comprende el Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de tomate riñón a través de la utilización de abono orgánico, ubicado en la comunidad El Guadual, Parroquia La Carolina, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, cuyo propósito fundamental será brindar un producto sano y de calidad, competitivo y que satisfaga las necesidades de los consumidores en el momento oportuno.

Se realizará una investigación de la situación actual del tomate riñón en la Comunidad El Guadual, con el soporte de objetivos, variables, indicadores técnicamente elaborados y en base a la estructuración de encuestas dirigidas a los productores, consumidores familiares y potenciales de tomate riñón; lo cual permitió determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos y así llegar a la identificación del problema diagnóstico.

La fundamentación teórica y científica engloba todo lo referente sobre Empresa, Contabilidad y Técnicas de Evaluación Financiera; a través de la revisión, recopilación y análisis bibliográfico, para de esta manera sustentar las bases conceptuales del presente proyecto.

La identificación del producto, el análisis de la demanda, la oferta y sus respectivas proyecciones; se determinará en el Estudio de Mercado como también el balance oferta - demanda, logrando así el análisis de precios de tomate riñón. Todo lo anteriormente expuesto se hizo con la finalidad de determinar la viabilidad del proyecto.

Además para el proyecto se realizará todo lo referente a la localización, partiendo de la macro y micro localización, ubicación, diseño de instalaciones, flujo gramas

del proceso, presupuesto técnico, requerimientos de personal y tamaño del proyecto.

Se realizará el cálculo del costo de oportunidad, determinación de la necesidad de capital, tabla de amortización, depreciación, proyección de ventas, costos y gastos, balance de situación inicial, flujo de caja, evaluaciones financieras como: valor actual neto, tasa interna de retomo, beneficio/costo y punto de equilibrio.

Para la organización de la microempresa se resaltaré la misión, visión y la determinación precisa del orgánico funcional; servicios que presta; los recursos humanos requeridos en el desarrollo de las actividades para el funcionamiento definitivo de la microempresa.

Se realizará un análisis de impactos que el presente proyecto generará en el campo económico, social, empresarial y ambiental.

Finalmente concluiré este trabajo de investigación con una serie de conclusiones y recomendaciones que se llegarán con el desarrollo de cada uno de los capítulos.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xii
ÍNDICE GENERAL	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xxiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxx

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

ANTECEDENTES	31
OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	33
OBJETIVO GENERAL	33
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	33
VARIABLES DIAGNÓSTICAS	34
INDICADORES	34
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	35
MECÁNICA OPERATIVA DEL DIAGNÓSTICO	36
FUENTES PRIMARIAS	36
OBSERVACIÓN DIRECTA	36
FUENTES SECUNDARIAS	36
ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS	36

DATOS HISTÓRICOS DE LA COMUNIDAD EL GUADUAL	36
GEOGRAFÍA	38
LÍMITES	39
PENDIENTES	39
CLIMA	39
SUELOS	39
BIODIVERSIDAD	40
SOCIO – DEMOGRÁFICO	41
POBLACIÓN DE LA PARROQUIA LA CAROLINA	41
POBLACIÓN DE LA COMUNIDAD EL GUADUAL	42
SERVICIOS BÁSICOS	43
SOCIO – ECONÓMICO	47
ACTIVIDADES ECONÓMICAS	48
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA E INACTIVA	49
PRODUCCIÓN DEL TOMATE RIÑÓN	50
PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DE LA CAROLINA	51
ABONO ORGÁNICO	53
FACTORES EXTERNOS	53
ALIADOS	54
OPONENTES	54
OPORTUNIDADES	54
RIESGOS	55
DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN	55

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

MICROEMPRESAS	57
IMPORTANCIA DE LA MICROEMPRESA	57
CARACTERÍSTICAS GENERALES	58
TOMATE RIÑÓN	58

DIVERSIDAD	59
CONDICIONES DEL SUELO	59
CLIMA	59
AGUA Y RIEGO	60
SIEMBRA Y TRASPLANTE	60
CUIDADOS DURANTE EL CRECIMIENTO	61
MANEJO DE COSECHA Y POSCOSECHA	61
AGRICULTURA ORGÁNICA	62
VENTAJAS	62
DESVENTAJAS	63
CARACTERÍSTICAS DE UN PRODUCTO ORGÁNICO	63
ABONOS ORGÁNICOS	64
BENEFICIOS DEL USO DE ABONO ORGÁNICO	65
LOS FERTILIZANTES NATURALES	65
ABONOS VERDES	65
ABONOS ORGÁNICOS FERMENTADOS	66
PROYECTO	67
CLASIFICACIÓN	67
CICLO DE DESARROLLO DEL PROYECTO	69
ESTUDIO DE MERCADO	69
MERCADO	70
OFERTA	70
DEMANDA	71
ESTRATEGIAS COMERCIALES	71
PRODUCTO	71
CONTABILIDAD DE COSTOS	72
COSTOS DE PRODUCCIÓN	72
PRECIO	74
COMERCIALIZACIÓN	75
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	75



PUBLICIDAD	76
ESTUDIO TÉCNICO	76
TAMAÑO DEL PROYECTO	76
FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO	77
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	78
MACROLOCALIZACIÓN	78
MICROLOCALIZACIÓN	79
INGENIERÍA DEL PROYECTO	79
FLUJOGRAMA DE PROCESOS	79
SIMBOLOGÍA	80
ESTUDIO FINANCIERO	80
ESTADOS FINANCIEROS	81
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	81
ESTADO DE RESULTADOS	81
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO	82
ÍNDICES FINANCIEROS	82
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	82
TASA INTERNA DEL RETORNO (TIR)	83
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	84
COSTO BENEFICIO	84
PUNTO DE EQUILIBRIO	85

### **CAPÍTULO III**

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

INTRODUCCIÓN	87
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	88
OBJETIVO GENERAL	88
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	88
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	88
IDENTIFICACIÓN Y SEGMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN	89

MUESTRA	90
DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN	92
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	93
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	114
DEMANDA ACTUAL	114
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	115
ANÁLISIS DE LA OFERTA	116
OFERTA ACTUAL DE TOMATE RIÑÓN	116
PROYECCIÓN DE LA OFERTA	117
BALANCE DEMANDA – OFERTA	117
DEMANDA DEL PROYECTO	118
ANÁLISIS DE PRECIOS	119
PRECIO DE VENTA	120
PROYECCIÓN DEL PRECIO	120
PLAN COMERCIAL	121
ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	122
ESTRATEGIAS DE PRECIO	122
PUBLICIDAD	123
ESTRATEGIA DE PLAZA O DISTRIBUCIÓN	123
CONCLUSIÓN GENERAL	124

#### **CAPÍTULO IV**

##### **ESTUDIO TÉCNICO - INGENIERÍA DEL PROYECTO**

PRESENTACIÓN	125
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	125
MACROLOCALIZACIÓN	126
MICROLOCALIZACIÓN	127
UBICACIÓN DE LA PLANTA	128
TAMAÑO DEL PROYECTO	131
FACTORES PARA DETERMINAR EL TAMAÑO	131

LA DEMANDA	131
FINANCIAMIENTO	132
TECNOLOGÍA	132
DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	132
DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	133
CAPACIDAD DEL PROYECTO	133
INGENIERÍA DEL PROYECTO	134
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	134
DISEÑO DE LA PLANTA	135
ÁREA DE LA PLANTACIÓN	136
PROCESOS DE LA PLANTA	136
FLUJOGRAMAS DEL PROCESO	136
PRESUPUESTO DE INVERSIONES	137
INVERSIONES FIJAS	137
TERRENO	137
INFRAESTRUCTURA CIVIL	138
VEHÍCULO	138
HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN	139
MUEBLES Y ENSERES	139
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	140
EQUIPO DE OFICINA	140
RESUMEN INVERSIONES FIJAS	141
INVERSIONES DIFERIDAS	142
INVERSIÓN VARIABLE	142
PLÁNTULAS DE TOMATE RIÑÓN	142
CAPITAL DE TRABAJO	143
MATERIA PRIMA DIRECTA	143
MANO DE OBRA	144
GASTOS ADMINISTRATIVOS	145
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	145

SUMINISTROS DE OFICINA	146
GASTO MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN	147
SERVICIOS BÁSICOS	147
GASTOS DE VENTAS	148
SUELDO EN VENTAS	148
GASTO PUBLICIDAD	149
GASTO COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO	149
RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO	149
RESUMEN DE LA INVERSIÓN	150

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	151
INGRESOS	152
PROYECCIÓN DE INGRESOS	152
EGRESOS	154
COSTOS DE PRODUCCIÓN	154
MATERIA PRIMA DIRECTA	154
MANO DE OBRA DIRECTA	156
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	157
RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN	159
GASTOS ADMINISTRATIVOS	160
GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	161
SERVICIOS BÁSICOS	162
MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN	162
RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS	162
GASTOS DE VENTAS	163
SUELDO EN VENTAS	163
PUBLICIDAD	164
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO	164

RESUMEN GASTO DE VENTAS	164
GASTOS FINANCIEROS	165
FINANCIAMIENTO	165
GASTO INTERÉS	166
DEPRECIACIONES	167
AMORTIZACIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS	168
RESUMEN DE EGRESOS	169
ESTADOS PROFORMA	169
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	170
ESTADO DE RESULTADOS	171
FLUJO DE CAJA	172
EVALUACIÓN FINANCIERA	173
CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD	173
TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	174
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	174
TASA INTERNA DE RETORNO	175
SENSIBILIDAD DE LA TASA INTERNA DE RETORNO	177
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	178
COSTO BENEFICIO	180
PUNTO DE EQUILIBRIO	181

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL**

ASPECTOS FILOSÓFICOS DE LA MICROEMPRESA	185
NOMBRE DE LA MICROEMPRESA	185
LOGOTIPO	185
MISIÓN	186
VISIÓN	186
VALORES CORPORATIVOS	186

OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA	187
POLÍTICAS DE LA MICROEMPRESA	187
POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS	188
POLÍTICAS FINANCIERAS	188
POLÍTICAS DE MERCADEO	188
ESTRATEGIAS DE LA MICROEMPRESA	189
ESTRATEGIAS DE VENTAJA COMPETITIVA	189
ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	189
ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD	190
ESTRATEGIAS DE PLAZA Y DISTRIBUCIÓN	190
ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE	190
ASPECTOS LEGALES	191
REGISTROS LEGALES	191
MINUTA DE CONSTITUCIÓN	191
ESCRITURA PÚBLICA	192
INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO	192
REPRESENTANTE LEGAL	192
REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)	192
PATENTE MUNICIPAL	193
PERMISO SANITARIO	193
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	195
CUERPO DE BOMBEROS	195
CÓDIGO DE ÉTICA DE LA MICROEMPRESA	196
ORGANIGRAMA	199
ESTRUCTURA FUNCIONAL	199
NIVELES ESTRUCTURALES	199
MANUAL DE FUNCIONES	200
REGLAMENTO INTERNO DE LA MICROEMPRESA	206

**CAPÍTULO VII**  
**IMPACTOS DEL PROYECTO**

IMPACTO ECONÓMICO	216
NIVEL DE INGRESOS	216
RENTABILIDAD DEL PROYECTO	216
COSTO DE PRODUCCIÓN	216
INCENTIVO AL CONSUMO	217
IMPACTO SOCIAL	217
FUENTES DE TRABAJO	218
MEJORAR LA NUTRICIÓN DE LOS CONSUMIDORES	218
FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL	218
IMPACTO EMPRESARIAL	219
ESTRATEGIAS INNOVADORAS	219
COMPETITIVIDAD	220
IMAGEN CORPORATIVA	220
IMPACTO AMBIENTAL	221
PROTECCIÓN DEL SUELO	221
USO DE INSUMOS ORGÁNICOS	221
MANEJO DE DESECHOS	222
IMPACTO GENERAL	223
CONCLUSIONES	225
RECOMENDACIONES	226
FUENTES DE INFORMACIÓN	227

## ÍNDICE DE CUADROS

### CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

CUADRO N°1.1. INDICADORES	34
CUADRO N° 1.2. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	35
CUADRO N° 1.3. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR SEXO DE LA PARROQUIA LA CAROLINA	41
CUADRO N° 1.4. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR SEXO DE LA COMUNIDAD EL GUADUAL	42
CUADRO N° 1.5. NIVELES DE EDUCACIÓN DE LA COMUNIDAD EL GUADUAL	46
CUADRO N° 1.6. ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DE LA PARROQUIA LA CAROLINA	48
CUADRO N° 1.7. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA E INACTIVA	49
CUADRO N° 1.8. DISTRIBUCIÓN DE LOS CULTIVOS DE TOMATE RIÑÓN EN EL ECUADOR	50
CUADRO N° 1.9. PRODUCCIÓN AGRÍCOLA SEGÚN COMUNIDADES DE LA CAROLINA	52

### CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO

CUADRO N° 3.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	89
CUADRO N° 3.2. MERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA	90
CUADRO N° 3.3. CONSUMO DEL TOMATE RIÑÓN	93
CUADRO N° 3.4. FRECUENCIA DE COMPRA	94
CUADRO N° 3.5. PRECIO	95



CUADRO N° 3.6. CANTIDAD DE CONSUMO	96
CUADRO N° 3.7. LUGAR DE COMPRA	97
CUADRO N° 3.8. FACTORES DE COMPRA	98
CUADRO N° 3.9. LUGAR DE EXISTENCIA DE TOMATE RIÑÓN ORGÁNICO	99
CUADRO N° 3.10. GUSTO DE ADQUIRIR EL TOMATE RIÑÓN ORGÁNICO	100
CUADRO N° 3.11. TAMAÑO DE LA PROPIEDAD	101
CUADRO N° 3.12. TERRENO DEDICADO AL CULTIVO	102
CUADRO N° 3.13. CANTIDAD DE TOMATE RIÑÓN	103
CUADRO N° 3.14. TIEMPO DE COSECHA	104
CUADRO N° 3.15. VARIEDAD DE TOMATE RIÑÓN	105
CUADRO N° 3.16. INSUMOS PARA LA FERTILIZACIÓN	106
CUADRO N° 3.17. PRECIO DE VENTA POR CAJA	107
CUADRO N° 3.18. ASPECTOS PARA ESTABLECER EL PRECIO	108
CUADRO N° 3.19. LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN	109
CUADRO N° 3.20. VENTA SEMANAL	110
CUADRO N° 3.21. DEMANDA ACTUAL	114
CUADRO N° 3.22. PERIODO DE COMPRA DE CADA CONSUMIDOR	115
CUADRO N° 3.23. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	115
CUADRO N° 3.24. OFERTA ACTUAL DE TOMATE RIÑÓN	116
CUADRO N° 3.25. OFERTA ACTUAL	116
CUADRO N° 3.26. PROYECCIÓN DE LA OFERTA	117
CUADRO N° 3.27. BALANCE DEMANDA – OFERTA	117
CUADRO N° 3.28. LUGAR DE COMPRA	118
CUADRO N° 3.29. DEMANDA DEL PROYECTO	119
CUADRO N° 3.30. PRECIO MENSUAL DE TOMATE RIÑÓN	119

CUADRO N° 3.31. PRECIO DE VENTA	120
CUADRO N° 3.32. TASA DE INFLACIÓN ESTIMADA	121
CUADRO N° 3.33. PROYECCIÓN DEL PRECIO	121

#### **CAPÍTULO IV**

#### **ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO**

CUADRO N° 4.1. UBICACIÓN DE LA PLANTA	129
CUADRO N° 4.2. DEMANDA	131
CUADRO N° 4.3. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE TOMATE RIÑÓN ORGÁNICO	133
CUADRO N° 4.4. DISTRIBUCIÓN DEPARTAMENTOS (m <sup>2</sup> )	134
CUADRO N° 4.5 REQUERIMIENTOS DE TERRENO	138
CUADRO N° 4.6. INFRAESTRUCTURA CIVIL	138
CUADRO N° 4.7. VEHÍCULO	139
CUADRO N° 4.8. HERRAMIENTAS	139
CUADRO N° 4.9. MUEBLES Y ENSERES	140
CUADRO N° 4.10. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	140
CUADRO N° 4.11. EQUIPO DE OFICINA	141
CUADRO N° 4.12. RESUMEN INVERSIONES FIJAS	141
CUADRO N° 4.13. INVERSIONES DIFERIDAS	142
CUADRO N° 4.14. PLÁNTULAS DE TOMATE RIÑÓN	142
CUADRO N° 4.15. MATERIA PRIMA DIRECTA	143
CUADRO N° 4.16. MATERIA PRIMA INDIRECTA	144
CUADRO N° 4.17. SUELDO – OBREROS	144
CUADRO N° 4.18. MANO DE OBRA DIRECTA	144
CUADRO N° 4.19. SUELDO GERENTE	145
CUADRO N° 4.20. SUELDO CONTADOR	145
CUADRO N° 4.21. SUELDOS ADMINISTRATIVOS	146
CUADRO N° 4.22. SUMINISTROS DE OFICINA	146
CUADRO N° 4.23. GASTO MANTENIMIENTO EQUIPO DE	

COMPUTACIÓN	147
CUADRO N° 4.24. SERVICIOS BÁSICOS	147
CUADRO N° 4.25. SUELDO VENDEDOR	148
CUADRO N° 4.26. SUELDO EN VENTAS	148
CUADRO N° 4.27. PUBLICIDAD	149
CUADRO N° 4.28. GASTO COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO	149
CUADRO N° 4.29. CAPITAL DE TRABAJO	150
CUADRO N° 4.30. INVERSIÓN TOTAL	150

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

CUADRO N° 5.1. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	151
CUADRO N° 5.2. TASA DE INFLACIÓN ESTIMADA	152
CUADRO N° 5.3. PROYECCIÓN DE PRECIO	153
CUADRO N° 5.4. PROYECCIÓN DE VENTAS	153
CUADRO N° 5.5. PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA E INSUMOS	155
CUADRO N° 5.6. SUELDO BÁSICO	156
CUADRO N° 5.7. PROYECCIÓN OBREROS	157
CUADRO N° 5.8. MANO DE OBRA	157
CUADRO N° 5.9. PROYECCIÓN MATERIA PRIMA INDIRECTA	158
CUADRO N° 5.10. RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN	159
CUADRO N° 5.11. PROYECCIÓN SUELDO ADMINISTRATIVO GERENTE	160
CUADRO N° 5.12. PROYECCIÓN SUELDO ADMINISTRATIVO CONTADOR	160
CUADRO N° 5.13. SUELDOS ADMINISTRATIVOS	161
CUADRO N° 5.13. PROYECCIÓN GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	161

CUADRO N° 5.14. PROYECCIÓN SERVICIOS BÁSICOS	162
CUADRO N° 5.15. PROYECCIÓN MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN	162
CUADRO N° 5.16. RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS	162
CUADRO N° 5.17. PROYECCIÓN SUELDO VENDEDOR	163
CUADRO N° 5.18. SUELDO EN VENTAS	163
CUADRO N° 5.19. PROYECCIÓN PUBLICIDAD	164
CUADRO N° 5.20. PROYECCIÓN COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO	164
CUADRO N° 5.21. RESUMEN GASTO DE VENTAS	164
CUADRO N° 5.22. DATOS DEL FINANCIAMIENTO	165
CUADRO N° 5.23. AMORTIZACIÓN	165
CUADRO N° 5.24. GASTO INTERÉS DE LA DEUDA	166
CUADRO N° 5.25. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	167
CUADRO N° 5.26. AMORTIZACIÓN DIFERIDA	168
CUADRO N° 5.27. RESUMEN DE EGRESOS	169
CUADRO N° 5.28. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	170
CUADRO N° 5.29. ESTADO DE RESULTADOS	171
CUADRO N° 5.30. FLUJO DE CAJA	172
CUADRO N° 5.31. COSTO DE OPORTUNIDAD	173
CUADRO N° 5.32. VALOR ACTUAL NETO POSITIVO	175
CUADRO N° 5.33. VAN POSITIVO Y NEGATIVO	176
CUADRO N° 5.34. DISMINUCIÓN DE VENTAS 11%	177
CUADRO N° 5.35. DISMINUCIÓN DE VENTAS 12%	177
CUADRO N° 5.36. PRI CON VALORES CORRIENTES	178
CUADRO N° 5.37. FLUJO DEFLACTADO	179
CUADRO N° 5.38. PRI CON VALORES CONSTANTES	179
CUADRO N° 5.39. COSTO BENEFICIO	180
CUADRO N° 5.40. INGRESOS DEL PROYECTO	181

CUADRO N° 5.41. COSTOS FIJOS	181
CUADRO N° 5.42. COSTOS VARIABLES	182

## **CAPÍTULO VII**

### **IMPACTOS**

CUADRO N° 7.1. MATRIZ DE IMPACTOS	215
CUADRO N° 7.2. MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO	217
CUADRO N° 7.3. MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL	219
CUADRO N° 7.4. MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL	220
CUADRO N° 7.5. MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL	222
CUADRO N° 7.6. MATRIZ DE IMPACTO GENERAL	223
CUADRO N° 7.7. MATRIZ INTEGRAL	223

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

### **CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO**

GRÁFICO N° 3.1. CONSUMO DEL TOMATE RIÑÓN	93
GRÁFICO N° 3.2. FRECUENCIA DE COMPRA	94
GRÁFICO N° 3.3. PRECIO	95
GRÁFICO N° 3.4. CANTIDAD DE CONSUMO	96
GRÁFICO N° 3.5. LUGAR DE COMPRA	97
GRÁFICO N° 3.6. FACTORES DE COMPRA	98
GRÁFICO N° 3.7. LUGAR DE EXISTENCIA DE TOMATE RIÑÓN ORGÁNICO	99
GRÁFICO N° 3.8. GUSTO DE ADQUIRIR EL TOMATE RIÑÓN ORGÁNICO	100
GRÁFICO N° 3.9. TAMAÑO DE LA PROPIEDAD	101
GRÁFICO N° 3.10. TERRENO DEDICADO AL CULTIVO	102
GRÁFICO N° 3.11. CANTIDAD DE TOMATE RIÑÓN	103
GRÁFICO N° 3.12. TIEMPO DE COSECHA	104
GRÁFICO N° 3.13. VARIEDAD DE TOMATE RIÑÓN	105
GRÁFICO N° 3.14. INSUMOS PARA LA FERTILIZACIÓN	106
GRÁFICO N° 3.15. PRECIO DE VENTA POR CAJA	107
GRÁFICO N° 3.16. ASPECTOS PARA ESTABLECER EL PRECIO	108
GRÁFICO N° 3.17. LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN	109
GRÁFICO N° 3.18. VENTA SEMANAL	110

### **CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO**

GRÁFICO N° 4.1. MACROLOCALIZACIÓN	126
GRÁFICO N° 4.2. MICROLOCALIZACIÓN	127
GRÁFICO N° 4.3. DISEÑO DE LA PLANTA	135

### **CAPÍTULO VI ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

GRÁFICO N°6.1. LOGOTIPO	185
-------------------------	-----

## **CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **1. Antecedentes**

La Comunidad El Guadual está situada en la parroquia La Carolina; ubicada al noreste de la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura; colindando con la Provincia del Carchi. Tiene como límites naturales los territorios comprendidos entre los ríos Lita y Amarillo, el río Mira límite provincial con la provincia del Carchi y las montañas de Malucho, Jibia y Cerro Chispo.

La parroquia La Carolina fue creada hace 150 años. El 20 de septiembre de 1861 fue reconocida y elevada a parroquia del cantón Ibarra con el nombre de “San Pedro de La Carolina”, con su cabecera parroquial Guallupe.

La población de la parroquia La Carolina es de 2739 de los cuales 1448 son hombres y 1291 son mujeres, la comunidad El Guadual cuenta con una población estimada de 25 familias, quienes buscan atraer mas visitantes a este lugar que puede ser considerado turístico por su variedad de montañas y ríos.

La comunidad El Guadual cuenta con suelos denominados molisoles que son básicamente suelos oscuros que se caracterizan por tener una estructura granular moderada y fuerte que facilita el movimiento del agua y aire; estos suelos son utilizados por el hombre en un alto porcentaje, para la producción agrícola especialmente para la producción del tomate riñón.

En la Parroquia La Carolina el 65% del territorio tienen altos niveles de déficit hídrico, situación que presenta el 50% de las comunidades entre ellas El Guadual. A pesar de éste déficit cada una de las comunidades tienen fuentes propias para su uso y consumo; sin embargo, no cuentan con el manejo adecuado. La comunidad El Guadual tiene como fuente propia para su uso las vertientes que pasan a lo largo de la comunidad.

La comunidad El Guadual está limitada: al norte Guallupe, al sur Cuajara, al este Río Mira y Mundo Nuevo, al oeste Loma de San Pablo.

El Guadual es una comunidad turística posee varios sitios de interés como son la variedad de montañas, vertientes de agua y ríos; además existen tradiciones que son conservadas por los habitantes como la chicha de hierbas, caña, piña y arroz, el hornado y una de las principales tradiciones es la fiesta de Jesús del Gran Poder con la banda mocha.

La principal actividad que desarrollan los habitantes de la comunidad El Guadual es la agricultura de diferentes productos como son: fréjol, maíz, tomate riñón, papaya, piña, naranja, mandarina, yuca, plátano, maracuya, guayaba, aguacate, noni, tócte, limón, naranjilla, tomate de árbol; la mayoría de habitantes acostumbra a reservar una parte para semillas, otra para el consumo de sus familias y los excedentes para la venta en los diferentes mercados como Guallupe, mercados de la ciudad de Ibarra y también a intermediarios que con sus propios medios de transporte acuden a la comunidad a adquirir directamente los productos, sujetándose a grandes fluctuaciones de precio en el mercado.

El tomate riñón se ha convertido en una de las hortalizas de mayor consumo mundial, su importancia radica en que posee cualidades para integrarse en la preparación de alimentos, lo que convierte al tomate en un ingrediente básico en una dieta diaria, además posee una alta riqueza vitamínica y su composición



química depende de las condiciones de cultivo, época de producción, almacenamiento y el grado de madurez.

El tomate riñón orgánico es un alimento saludable que cuenta con vitaminas y es una eficaz arma para combatir y prevenir la aparición de diversos tipos de cáncer.

Los abonos orgánicos aseguran un producto de buena calidad para la población, previenen el desgaste de los suelos y disminuyen la contaminación de los recursos naturales en general.

## **1.2. Objetivos del Diagnóstico**

### **1.2.1. Objetivo General**

Realizar un Diagnóstico aplicando la herramienta de “AOOR” Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos con el fin de determinar la producción y comercialización de tomate riñón a través de la utilización de abono orgánico ubicado en la Comunidad de El Guadual, Parroquia La Carolina, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

1.2.2.1. Identificar datos históricos de la comunidad El Guadual.

1.2.2.2. Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.

1.2.2.3. Investigar datos demográficos de la comunidad.

1.2.2.4. Establecer aspectos socio-económicos de la comunidad.

1.2.2.5. Analizar la producción y comercialización de tomate riñón utilizando el abono orgánico.

### 1.2.3. Variables Diagnósticas

1.2.3.1. Datos históricos

1.2.3.2. Geografía

1.2.3.3. Demográfico

1.2.3.4. Socio – Económico

1.2.3.5. Producción y Comercialización de tomate orgánico.

### 1.2.4. Indicadores

**Cuadro N°1.1. Indicadores**

<b>VARIABLES DIAGNÓSTICAS</b>	<b>INDICADORES</b>
1.Datos Históricos	a) Historia de la Comunidad
2. Geografía	a) Límites b) Clima c) Pendientes d) Suelo e) Biodiversidad: fauna, flora
3.Demográfico	a) Datos poblacionales: migración, refugiados b) Servicios Básicos: agua, alcantarillado, energía, recolección de basura. c) Medios de comunicación d) Movilidad
4.Socio – Económico	a) Actividades económicas b) Vivienda c) Educación d) Salud e) Población Económicamente Activa f) Pobreza
5.Producción y Comercialización de tomate riñón orgánico	a) Cultivo b) Productividad c) Abono Orgánico d) Comercialización

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro N° 1.2. Matriz de Relación Diagnóstica**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>INFORMANTE</b>
Identificar datos históricos de la comunidad El Guadual	Datos Históricos	Historia de la Comunidad	Secundaria	Documental	Plan de desarrollo y ordenamiento territorial La Carolina
Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.	Geografía	Límites, Clima, Pendientes, Suelo. Biodiversidad: fauna, flora	Secundaria	Documental	Plan de desarrollo y ordenamiento territorial La Carolina
Investigar datos demográficos de la comunidad.	Demográfico	Datos poblacionales: migración, refugiados Servicios Básicos: agua, alcantarillado, energía, recolección de basura. Medios de comunicación Movilidad	Secundaria	Documental	Plan de desarrollo y ordenamiento territorial La Carolina
Establecer aspectos socio-económicos de la comunidad.	Socio – Económico	Actividades económicas Vivienda, Educación, Salud. Población Económicamente Activa	Secundaria	Documental	Plan de desarrollo y ordenamiento territorial La Carolina
Analizar la producción de tomate riñón utilizando el abono orgánico	Producción y Comercialización de tomate orgánico	Cultivo, Productividad, Abono orgánico, Comercialización.	Primaria y Secundaria	Observación Directa Documental	Plan de desarrollo y ordenamiento territorial La Carolina

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Las autoras

## **1.4. Mecánica Operativa del Diagnóstico**

Para la realización del diagnóstico se considerará necesaria la aplicación de técnicas de investigación como son:

### **1.4.1. Fuentes Primarias**

#### **1.4.1.1. Observación Directa**

La Observación directa se aplico mediante visitas a la comunidad El Guadual para verificar que producen el tomate riñón y de manera exacta conocer si producen tomate riñón orgánico.

### **1.4.2. Fuentes Secundarias**

Para conformar la teoría que sirvió de sustento para el diagnóstico, se recurrió a algunas fuentes secundarias de información, tales como: libros técnicos, planes de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia La Carolina, Internet, Estadísticas del INEC y MAGAP

## **1.5. Análisis de Variables Diagnósticas**

### **1.5.1. Datos Históricos de la Comunidad el Guadual**

La comunidad El Guadual fue fundada en 1940 por seis familias, Sr. Manuel Leches, Sr. Luis Eches, Sr. Carlos Obando, Sr. Damián Guamán, Sr. Briseño Lara y Sr. Manuel Morales, los señores provenían de la provincia del Carchi, Cantón El Ángel los mismos que iniciaron con chocitas de paja, paredes de llunchi una mezcla de tierra con caña brava amarrado con vena de monte; se fue incrementando y fueron vendiendo a diferentes partidarios.

La colonización tuvo mayor desarrollo con la llegada del ferrocarril y la carretera auxiliar en 1950, por donde transitaban los trenes y autocarriles los días lunes, miércoles y sábados, siendo jefe de la estación el Sr. Juan López.

En ese entonces los colonos realizaban ferias de frutas, verduras, plátanos, arroz, huevos, quesos, también la venta de ganado, chanchos y gallinas, para tener dinero y poder comprar víveres, ropa, botas de caucho para su trabajo y así sustentar a la familia ya que en ese tiempo venían los comerciantes desde la ciudad de Ibarra a vender diferentes productos.

La comunidad El Guadual lleva este nombre ya que en 1940 había una planta grande de guadua lo que hoy es la plaza; y la Señora Marcela Lara en ese entonces tenía una casa fabricada con la planta de guadua.

En el año 1969 con la donación de una hectárea de terreno construyeron la Escuela Fiscal Mixta “Dr. Carlos Suárez Veintimilla” que era de paredes de adobe y techo de teja; para los habitantes de la comunidad El Guadual significó algo muy especial e importante para el desarrollo personal y educativo aunque, no contaban con cuadernos solamente un libro, una pizarra y una tiza para hacer todas sus actividades educativas. En la actualidad la Escuela tiene una buena infraestructura, baterías sanitarias, comedor escolar, espacios verdes; además los niños cuentan con cuadernos, libros y desayuno escolar donados por el Gobierno, esto es de gran importancia ya que da a conocer que la comunidad está mejorando tanto en infraestructura como en conocimientos lo que se podrá aprovechar en un futuro logrando una mano de obra calificada que ayudará al desarrollo de este proyecto.

Desde hace mucho tiempo la comunidad El Guadual celebra las fiestas en honor a “Jesús del Gran Poder” desde el 29 de Julio hasta el 31 de cada año, realizaban procesiones con todos los priostes y devotos, el ultimo día se realizaba la quema de la chamarasca al ritmo de la banda mocha y el baile popular.

Esta tradición ya no se celebra por falta de apoyo económico de los habitantes de la comunidad.

La actividad que predomina en la comunidad El Guadual es la agricultura, sus habitantes se distraen jugando fútbol e indor fútbol, los productos que se cultivan en la comunidad desde sus inicios y se siguen conservando es el fréjol, morocho, yuca, camote, plátano, papaya; la planta que se ha introducido es el tomate riñón.

Existe un cabildo que está presidido por la Sra. Carmelina Morales, vicepresidenta Sra. Cecilia Suarez, tesorera Sra. Anita Castro, secretaria Sra. Carmen Galiano.

### **1.5.2. Geografía**

La Carolina se encuentra ubicada a 91 km de la ciudad de Ibarra, posee una superficie de 28701,54 hectáreas, por lo que es considerada como la parroquia rural mas grande del cantón Ibarra; la altura está entre los 750 a 1873 msnm en los territorios de las 19 comunidades, entre ellas El Guadual con una altura de 1174msnm y una temperatura de 18 a 20°C.

La cabecera parroquial está ubicada en las siguientes coordenadas geográficas: 0° 44' 30,24" de latitud norte y 78° 14' 39,07" de longitud oeste.

La Carolina cuenta con 19 comunidades que son: Buena Vista (hoy Collapí), Corazón de San Gerónimo, Corazón del Guadual, Cuajara, El Cercado, El Guadual, El Limonal, El Milagro, El Puerto, Guallupe, Imbiola, Peña Negra, Chinambí (hoy Rocafuerte), Pueblo de Osos (hoy Luz de América), San Francisco, Santa Marianita, San Pedro de La Carolina, Urbina.

#### **1.5.2.1. Límites:**

La parroquia La Carolina, limita al norte: San Gerónimo, al sur: El Remolino, al este Carchi y al oeste el Corazón de San Gerónimo.

La comunidad El Guadual, limita al norte: Guallupe, al sur: Cuajara, al este: Río Mira y Mundo Nuevo y al oeste: Loma de San Pablo.

#### **1.5.2.2. Pendientes:**

La Carolina se ubica en zonas colinadas a montañosas; donde el 63% de las comunidades se ubican en terrenos escarpados a montañosos y apenas el 25% en terrenos con relieve colinado. El territorio restante que representa el 12% está ocupado en actividades agropecuarias siendo así El Guadual una de las comunidades principales en esta actividad.

#### **1.5.2.3. Clima:**

El clima predominante en La Carolina es subtropical húmedo caracterizando al 30% del territorio, seguido por el subtropical semi húmedo en el 20% del territorio. Las comunidades que se encuentran en estos territorios son: Corazón de San Gerónimo, Corazón de Guadual, Cuajara, El Cercado, El Guadual, El Limonal, El Milagro, El Puerto, Guallupe, Imbiola, Peña Negra, Luz de América, Santa Marianita, Urbina; la comunidad de San Francisco posee un clima húmedo; las comunidades de San Pedro, Collapí y Rocafuerte son más cálidas, caracterizadas por un clima tropical húmedo; con una humedad relativa de 65% a 85%. El rango de temperatura varía de los 8 grados a 22 grados centígrados dependiendo de la ubicación de las comunidades.

#### **1.5.2.4. Suelos:**

La Carolina tiene una superficie de 28701,54 hectáreas con un uso de suelo:

- ❖ 11% representa bosques naturales;
- ❖ 11% comprenden los pastizales cultivados en mosaico con cultivos y vegetación natural;
- ❖ 10% son bosques intervenidos en mosaico con cultivos y pastizales;
- ❖ 10% del territorio comprende vegetación arbustiva en mosaico con cultivos y bosque intervenido;
- ❖ 8% comprende pastos naturales en mosaico con cultivos y vegetación natural;
- ❖ El 43% del territorio es ocupado principalmente por cultivos de ciclo corto, cereales, maíz y caña en mosaico con vegetación natural y pastizales;
- ❖ El 7% representa a asentamientos humanos dispersos que corresponde a los centros poblados, considerando que no todas las comunidades lo tienen y que más bien las viviendas e infraestructura se encuentra separadas una de la otra a excepción de Guallupe, El Limonal y San Pedro que tiene asentamientos concentrados, el resto de comunidades tienen asentamientos dispersos.

#### **1.5.2.5. Biodiversidad:**

**a) Flora:** La Carolina presenta una formación vegetal, la altura de varios árboles puede alcanzar entre unos 27 o más metros, los fustes de estos están cubiertos por orquídeas, helechos y aráceas. Tienen espacios tropicales donde hay una gran variedad de plantas. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia La Carolina 2010 - 2014).

**b) Fauna:** Se puede encontrar ciertos mamíferos por ejemplo: guanta, ardilla, guatín, armadillo, tigre, otros. En Ornitofauna (grupo de aves) como: gallo de la peña; loros, tangare, colibrí, gallinazo, carpintero, quilico, tórtola, otros. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia La Carolina 2010 - 2014).



### 1.5.3. Socio – Demográfico

#### 1.5.3.1. Población de la Parroquia La Carolina

De acuerdo al último censo de población nacional la parroquia La Carolina tiene una población de 2739 habitantes.

A continuación se detalla la población según la edad y género:

**Cuadro N° 1.3. Distribución de la Población por Sexo de la Parroquia La Carolina**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>&lt; a 15 años</b>	<b>16 a 64 años</b>	<b>&gt; a 65 años</b>	<b>DATOS DE LA PARROQUIA</b>	<b>%</b>
<b>Población Masculina</b>	563	785	100	1488	53%
<b>Población Femenina</b>	520	650	121	1291	47%
<b>POBLACIÓN TOTAL</b>	<b>1083</b>	<b>1435</b>	<b>221</b>	<b>2739</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Las Autoras

Se puede observar en el cuadro anterior la distribución de la población con relación al sexo, indicando que existen el 47% de mujeres siendo un porcentaje menor a los hombres que cuentan con un 53%, difiriendo de la tendencia nacional en la que los hombres representan en 49,5% y las mujeres el 50,5%.

### 1.5.3.2. Población de la Comunidad El Guadual

**Cuadro N° 1.4. Distribución de la Población por Sexo de la Comunidad El Guadual**

DESCRIPCIÓN	< a 6 años	7 a 15 años	15 a 60 años	> a 60 años	POBLACIÓN TOTAL	%
Población Masculina	5	7	12	9	33	41,77
Población Femenina	6	10	20	10	46	58,23
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>32</b>	<b>19</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>

Fuente: Junta Parroquial La Carolina - Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

La comunidad El Guadual tiene una población de 25 familias que se conforman de 3 a 5 miembros aproximadamente, siendo así la población femenina más representativa con un 58,23%; mientras que el 41,77% es población masculina, la mayoría se dedican a la agricultura, siendo la principal actividad económica en la comunidad.

**a) Migración:** Según datos proporcionados por las comunidades de la parroquia La Carolina existe migración principalmente de los más jóvenes que conforman la familia, su destino son las ciudades de Ibarra, Quito y en algunos casos España. Las causas para salir de sus comunidades son estudios y trabajo principalmente.

**b) Refugiados:** Según datos obtenidos por la Junta Parroquial La Carolina existen 56 refugiados, la mayor parte de ellos se encuentran en la comunidad El Puerto con el 26,79%; Peña Negra 21,43%, El Cercado y San Pedro con el 17,85%, en Urbina el 8,93%, Santa Marianita con el 5,36% y en El Milagro hay una presencia mínima con el 1,79%. Todos los refugiados provienen de Colombia y han permanecido en Ecuador más de 10 años.

### 1.5.3.3. Servicios Básicos

En la parroquia La Carolina el 91% de la población tiene necesidades básicas insatisfechas, se establece que hay un déficit en la cobertura de los sistemas de agua potable, alcantarillado, alumbrado público y manejo de desechos sólidos y líquidos.

**a) Agua:** De las 19 comunidades 3 (Cuajara, El Limonal y Luz de América) son administrados por EMAPA-I; 16 comunidades son administradas por sí mismas, y obtiene el suministro por medio de fuentes de agua natural y agua entubada. El agua es utilizada para las actividades cotidianas de aseo personal, limpieza y para consumo humano.

**b) Alcantarillado:** En la parroquia La Carolina el 84,21% de las comunidades tienen déficit de alcantarillado; mientras que 5 comunidades (El Limonal, Guallupe, San Pedro, Cuajara y Collapí) representando el 15,79% de los sistemas son incompletos pues no cuentan con plantas de tratamiento de aguas residuales o el servicio no abastece a todas las familias, en algunos casos por la distancia o por la cantidad de desechos. Las familias que no cuentan con sistema de alcantarillado eliminan las excretas a través de: desagües a quebradas o ríos y a campo abierto; salvo aquellas familias que tienen pozos sépticos.

#### **c) Energía:**

➤ **Luz eléctrica:** En la parroquia La Carolina el 94,9% cuentan con este servicio indispensable, a excepción de las comunidades: Luz de América y San Francisco que representa el 5,1% de las familias no tienen luz eléctrica en sus domicilios.

➤ **Alumbrado público:** Muestran que el 57,89% de las comunidades tienen alumbrado público, solo en los centros poblados.

**d) Recolección de basura:** El 78,95% de las comunidades no cuentan con recolección de basura y optan por: arrojar a los terrenos la basura orgánica, y la inorgánica es quemada, enterrada o botada directamente a las quebradas y ríos de la parroquia La Carolina; el 21,05% que representa a cuatro comunidades

(Guallupe, El Limonal, San Pedro y San Gerónimo) tienen el servicio con una frecuencia de 1 y 3 veces por semana.

**d) Medios de comunicación:**

➤ **Líneas telefónicas:** Exclusivamente las comunidades de Guallupe, El Limonal, El Guadual y San Pedro existe mayor cobertura de telefonía convencional, la comunidad de Cuajara es la única que cuenta con telefonía móvil de las operadoras Claro y Movistar con cobertura limitada; y las 14 comunidades restantes no tienen líneas telefónicas.

➤ **Internet:** Es un servicio que se lo encuentra en el infocentro de Guallupe y El Limonal a los que acceden todas las personas que lo requieran.

➤ **Radio:** No existe frecuencias de radio propias de la zona y la sintonización es muy débil de emisoras en amplitud modulada (AM) como Radio Municipal la Voz de Imbabura, Radio Panorama, HCJB y en frecuencia modulada (FM) las emisoras Mira y San Lorenzo, cabe indicar que por las noches las de mejor frecuencia son las radios colombianas.

➤ **Televisión:** La señal de televisión llega a la zona a través de DIRECTV y televisión por cable (servicios privados), las familias de diferentes comunidades entre ellas El Guadual han ido adquiriendo progresivamente este servicio.

**e) Movilidad:**

➤ **Vías de acceso:** La parroquia La Carolina se encuentra atravesada por la vía asfaltada que une Ibarra con San Lorenzo, a lo largo de esta se encuentran las comunidades San Pedro, Rocafuerte, Collapí, Peña Negra, Guallupe, El Limonal, San Gerónimo, El Guadual y Cuajara para el acceso a cada una de estas comunidades las carreteras son lastradas que representan un 47,37%, mientras que las demás comunidades cuentan con carreteras de tierra que corresponden al 52,63%.

➤ **Medios de transporte:** Los buses más utilizados por los habitantes de La Carolina parten desde la ciudad de Ibarra hacia San Lorenzo, Lita y Gualchán. La cooperativa Urcuqui hace el recorrido desde Ibarra – Santa Marianita con un solo turno por día, La Cooperativa Valle del Chota tiene un turno por día desde Ibarra a Buenos Aires y beneficia a las comunidades de San Gerónimo – Corazón de Guadual y San Francisco. Las demás cooperativas (Cita Express, Pulman Carchi, Trans Esmeraldas) pasan por La Carolina vía San Lorenzo, con una frecuencia aproximada de 20 minutos.

Las comunidades que no tienen transporte público son: Luz de América, El Puerto y Urbina; los medios de movilización más utilizados son: camiones, camionetas, motos y caballos, en caso de emergencia lo más utilizado es el alquiler de motos.

**f) Vivienda:** En la parroquia La Carolina se implementó un plan de 25 viviendas en diferentes comunidades entre ellas cinco viviendas en la comunidad El Guadual con el apoyo del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI); en la temporada de lluvias del 2011 cuatro casas fueron derrocadas en la comunidad de San Gerónimo, porque no estaban construidas en terreno firme. Las viviendas en casi todas las comunidades son construcciones de tierra, madera y teja, en menor número las casas son de bloque y eternit.

**g) Educación:** En la parroquia La Carolina existen 19 establecimientos educativos: 18 son educación básica de los cuales 2 son completos con un profesor para cada año desde segundo a séptimo año. La infraestructura educativa no es adecuada siendo las falencias más comunes: mal estado de los pisos, mala instalación de energía eléctrica, mal estado de la instalación de agua, baterías sanitarias sin funcionamiento, ventanas sin vidrios, falta de cerramiento.

Además en La Carolina presta sus servicios pedagógicos la Unidad Educativa a Distancia de Imbabura Monseñor Leónidas Proaño (UNEDI), cuenta con 6 aulas, la infraestructura son nuevos de propiedad de la parroquia, que se ha entregado en comodato a la UNEDI. Los centros educativos cuentan con al menos una

computadora en buen estado; hay un déficit de material didáctico, el mobiliario es suficiente pero se encuentran en regular estado.

**Cuadro N° 1.5. Niveles de Educación de la Comunidad El Guadual**

<b>NIVELES</b>	<b>N° HABITANTES</b>	<b>%</b>
<b>Primaria</b>	45	56,96%
<b>Secundaria</b>	16	20,25%
<b>Analfabetos</b>	5	6,33%
<b>Alfabetización</b>	13	16,46%
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Las Autoras

La comunidad El Guadual cuenta con su propia escuela “Carlos Suárez Veintimilla”, existe un 56,96% de habitantes que tienen un nivel de instrucción primaria, ya que en sus tiempos solamente estudiaban la escuela y otros no tenían dinero para educarse, el 20,25% representa a los habitantes que están en un nivel de secundaria, estos habitantes se educan en el colegio San Juan de Lachas perteneciente al Carchi y se encuentra ubicado a 5Km de la comunidad, otros estudian en el colegio a distancia UNEDI que presta sus servicios en la parroquia La Carolina; con el 6,33% están los analfabetos que son personas de la tercera edad que ya no están interesados en educarse y otros por problemas de enfermedad, mientras que el 16,46% representa a los habitantes que se encuentran en un proyecto de alfabetización que se dictan en las tardes de lunes a viernes por señoritas de la Universidad Técnica del Norte.

#### **h) Salud**

En la parroquia La Carolina existe un sub centro de salud equipado con: sala de espera, dos consultorios médicos, una estación de enfermería, estadística, farmacia, estación de curaciones, preparación y consultorio odontológico. Los dispensarios del Seguro Social Campesino, tienen: consultorio médico y odontológico, estación de enfermería, sala de rehidratación y sala de espera. Catorce comunidades cuentan

con centros de rehidratación o botiquines comunitarios siendo una de ellas la comunidad El Guadual.

Existe un buen apoyo por parte de la Jefatura Provincial de Salud y en especial del Sub-Centro de Salud La Carolina y el Hospital San Vicente de Paúl en Ibarra, este apoyo es muy beneficioso para los habitantes que reciben esta atención y se ve reflejado en la donación de medicinas, vacunas y otros medicamentos.

Las principales enfermedades son la IRA (Infecciones respiratorias agudas), EDAS (Enfermedades diarreicas agudas), Parasitosis, Dermatitis, Desnutrición, Reumatitis.

#### **1.5.4. Socio - Económico**

La economía familiar está compuesta por dos estructuras, la mujer y el hombre, los cuales se complementan a lo largo del año dependiendo de las actividades que a cada uno le corresponda.

Los espacios productivos agropecuarios fuertes son responsabilidad de los hombres con un 57,21% se dedican a la labranza, riegos, carga, manejo de ganado vacuno; mientras el 32,81% representa a las mujeres realizando siembras, cosechas y otras que no se requieren de gran esfuerzo físico además el mantenimiento de animales de corral como: pollos, cuyes, chanchos y de la producción a menor escala como los huertos; con un porcentaje del 9,98% están otros ingresos como el bono de desarrollo humano y en algunos casos los ingresos de otros familiares.

La canasta básica a nivel parroquial es cubierta por la misma familia con productos de sus terrenos como: carne, hortalizas, verduras, frutas, leche, huevos y otros, existiendo así un “ahorro”, otros productos como: sal, aceite, manteca, enlatados, fideos, que no se producen en la zona, tienen que ser adquiridos en el mercado de la parroquia La Carolina.

### 1.5.4.1. Actividades Económicas

**Cuadro N° 1.6. Actividades Productivas de la Parroquia La Carolina**

ACTIVIDAD	PRIORIDAD		
	PRIMARIA	SECUNDARIA	TERCIARIA
Agricultura	95%		
Ganadería	5%	84%	
Comercio		16%	
Jornaleros			47%
Turismo			21%
Otros (tiendas, venta de frutas, minería, construcción...)			32%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012  
Elaborado por: Las Autoras

Las comunidades de la parroquia La Carolina consideran como actividad de prioridad primaria la agricultura con un 95% y ganadería un 5%. Como actividad de prioridad secundaria el 84% menciona que es la ganadería y el 16% comercio. Como actividad de prioridad terciaria el 47% de las comunidades se dedican a jornaleros con un costo aproximado de \$8 - \$10 promedio diario, este trabajo lo realizan en empresas florícolas y avícolas en la parroquia de Salinas, el 21% actividades turísticas, y el 32% designan su tiempo a otros servicios como: minería artesanal, construcción, empleados públicos, tiendas, kioscos de comidas o ventas de frutas y pequeños negocios ambulantes que se dan en la feria de Guallupe los días miércoles; a lo largo de la vía en el sector de El Limonal se puede encontrar algunos almacenes de ventas de insumos agroquímicos.

La comunidad El Guadual se dedica a la agricultura de diferentes productos, siendo esta actividad la base primordial de las familias, sus productos son comercializados en el mercado de la parroquia, conjuntamente con la presencia de



la asociación “Las Manos Femeninas” ha tenido un crecimiento económico que de alguna manera al igual que la agricultura han servido para el desarrollo del sector, dando así empleo a mujeres de la comunidad.

#### 1.5.4.2. Población Económicamente Activa e Inactiva

**Cuadro N° 1.7. Población Económicamente Activa e Inactiva**

<b>PEA – PEI EN LA PARROQUIA LA CAROLINA</b>	
<b>INDICADOR</b>	<b>LA CAROLINA</b>
<b>Población Económicamente Activa (PEA)</b>	1013
<b>Población Económicamente Inactiva (PEI)</b>	1726
<b>TOTAL</b>	<b>2739</b>

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012  
Elaborado por: Las Autoras

Los habitantes de la parroquia tienen como principal actividad económica la agricultura, se dedican a producir, tubérculos, granos, cereales y frutas, entre los principales productos se encuentran la papa, arveja, maíz, tomate de árbol, habas y tomate riñón. En la parte alta de la parroquia se cría ganado lechero; los productos se venden en las ferias locales de Guallupe.

A lo largo de la historia de nuestro país ha sido común el hecho de que amplios sectores de la población, al no poder satisfacer sus necesidades básicas vivan en situaciones de pobreza de la misma que no se escapa la parroquia La Carolina y la comunidad El Guadual; es así que mediante este proyecto se logrará avances positivos generando fuentes de empleo y logrando mejores ingresos económicos a las familias de este sector.

#### 1.5.5. Producción del tomate riñón

La producción de tomate riñón en el Ecuador se lleva a cabo en varias provincias. En el año 2011 la región Costa tuvo una producción de aproximadamente 21500 toneladas siendo el 56% de la producción nacional, la región interandina alcanzó aproximadamente las 16300 toneladas con el 43% y el oriente obtuvo 550 toneladas que representa el 1%.

La producción del tomate riñón en la región costa está básicamente centrada en tres provincias: Guayas, Manabí y El Oro; en la sierra tenemos principalmente a la provincia de Imbabura, seguida por Loja y Azuay, sin dejar de mencionar a las provincias del Carchi, Cañar, Chimborazo y Pichincha que también representan un porcentaje de la producción nacional.

El área de cultivo es de aproximadamente 4250 ha. a nivel nacional, en todas las zonas medias y cálidas de nuestro país, con diferencias muy marcadas en cuanto a los sistemas de cultivo empleados por los agricultores.

**Cuadro N° 1.8. Distribución de los Cultivos de Tomate Riñón en el Ecuador**

<b>ÁREA TOTAL</b>	<b>4250ha.</b>	
<b>Bajo Invernadero</b>	1250ha.	Pichincha
		Tungurahua
		Cotopaxi
		Azuay
		Región Amazónica
<b>Campo Abierto</b>	3000ha.	Manabí
		Península Sta. Elena
		El Triunfo
		Loja
		Sta. Isabel (Azuay)
		Imbabura

Fuente: MAGAP  
Elaborado por: Las Autoras

La implementación de invernaderos fue principalmente aplicada por productores de la Sierra, esta introducción ha beneficiado en la estacionalidad de la producción del tomate riñón, permitiendo que el país se provea de esta hortaliza durante todo el año. Contrariamente, los productores de la Costa Ecuatoriana, emplean los sistemas de cultivo a campo abierto, utilizando tecnologías mejoradas, como los sistemas de riego, fertilización, manejo integrado de plagas y enfermedades lo que ha generado que el tomate riñón gane espacio. La Península de Santa Elena y Daule son los principales cantones productores de tomate riñón a campo abierto, cuyo destino es la industria.

#### **1.5.5.1. Producción Agrícola de la Carolina**

Las áreas con mayor extensión corresponden al 50% de áreas productivas entre pastos seguidos por cultivos de: fréjol, morocho, tomate riñón, pimiento, pepinillo entre otros; los terrenos de la parte baja que representan un 47% exigen grandes cantidades de insumos y de mano de obra, además son cultivos riesgosos, por lo que en algunos casos, los costos de producción son altos y los precios de comercialización bajos, demostrando así una tendencia hacia los cultivos de ciclo corto; y la diferencia de 3% está conformada por áreas protegidas

La producción es diversificada dentro de cada comunidad, a continuación se detalla según la producción:

**Cuadro N° 1.9. Producción Agrícola según Comunidades de la Carolina**

<b>COMUNIDAD</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>
<b>GUALLUPE</b>	Morocho, maíz, frejol, yuca, plátano, tomate riñón papaya, piña, limón, guanábana
<b>LIMONAL</b>	Morocho, frejol, maíz, yuca, plátano
<b>COLLAPI</b>	Yuca, maíz, frejol, papaya, plátano, café, tomate, cacao, caña, pepinillo, naranjilla
<b>PEÑA NEGRA</b>	Tomate, frejol, yuca, pimienta, pepinillo, morochillo
<b>CUAJARA</b>	Frejol, morocho, hortalizas
<b>CORAZON DE GUADUAL</b>	Frejol, morochillo, plátano, naranja, limón, mandarina
<b>GUADUAL</b>	Frejol, morocho, tomate riñón, pimienta, pepinillo, papaya, guayaba, limón, naranja, aguacate, plátano, café, yuca, mandarina
<b>LUZ DE AMERICA</b>	Frejol, maíz, yuca, piña
<b>CORAZON DE SAN GERÓNIMO</b>	Maíz, frejol, café, limón, mandarina, naranja
<b>SAN FRANCISCO</b>	Maíz, frejol, camote, zanahoria
<b>SAN PEDRO</b>	Naranjilla, plátano, papaya, tomate riñón
<b>SAN GERONIMO</b>	Frejol, morocho, tomate, yuca, pimienta, plátano, papaya, camote
<b>SANTA MARIANITA</b>	Frejol, morocho, tomate riñón
<b>EL MILAGRO</b>	Frejol, maíz, plátano, yuca, naranja, mandarina, limón
<b>EL CERCADO</b>	Frejol, morochillo, granadilla
<b>URBINA</b>	Naranjilla, frejol, morochillo
<b>EL PUERTO</b>	Maíz, frejol, plátano, guayaba, naranjilla, yuca, limón, papa china, papaya
<b>ROCAFUERTE</b>	Morocho, plátano, caña, yuca, papaya, frejol
<b>IMBIOLA</b>	Frejol, maíz morocho, naranjas, limón

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las Autoras

La Carolina está conformada por comunidades que podrían ser productores potenciales e importantes abastecedores de mercados como en la ciudad de Ibarra, Tulcán, Quito. Los principales lugares de comercialización de las comunidades son el mercado de Guallupe que funcionan solo los días miércoles, el mercado de Ibarra al cual acceden los días domingos y martes, y las bodegas de productos de primera necesidad de Ibarra.

#### **1.5.5.2. Abono Orgánico**

El uso de abonos orgánicos obedece a que éstos son fuente de vida bacteriana para el suelo y necesarios para la nutrición de las plantas, además posibilitan la degradación de los nutrientes del suelo y permiten que las plantas los asimilen de mejor manera ayudando a un óptimo desarrollo de los cultivos.

Los abonos orgánicos no solo aumentan las condiciones nutritivas de la tierra sino que mejoran su condición física (estructura), incrementan la absorción del agua y mantienen la humedad del suelo. Su acción es prolongada, duradera y pueden ser utilizados con frecuencia sin dejar secuelas en el suelo y con un gran ahorro.

El uso de abonos orgánicos, en cualquier tipo de cultivo, es cada vez más frecuente en nuestro medio por dos razones: el abono que se produce es de mayor calidad y el costo es bajo, con relación a los fertilizantes químicos que se consiguen en el mercado.

En la parroquia La Carolina existe una planta de tratamiento de Abono Orgánico que se encuentra en funcionamiento tres años y medio aproximadamente, cuenta con 4 composteras de 1,20 x 7 metros. El proceso se inicia con la recopilación de la basura, clasificación, compostaje, volteo periódico, secado en el invernadero, enfundado y comercializado.

## **1.6. Factores Externos**

Haciendo un enfoque metódico del diagnóstico situacional, se procedió a establecer los Aliados – Oponentes – Oportunidades – Riesgos que tienen actualmente los agricultores y las perspectivas futuras que puede tener la microempresa.

### **1.6.1. Aliados**

- 1)** Disponibilidad del área física para la producción del tomate riñón orgánico.
- 2)** Condiciones climáticas aptas para las labores productivas.
- 3)** Producción continua del tomate riñón.
- 4)** Experiencia y disponibilidad de la mano de obra en base a sus labores cotidianas de las actividades agrícolas.
- 5)** Disponibilidad de insumos agrícolas de tipo orgánico.

### **1.6.2. Oponentes**

- 1)** Falta de conocimiento de tecnologías limpias en los cultivos del tomate riñón orgánico.
- 2)** Escasa disponibilidad de altas cantidades de materia prima
- 3)** No contar con inversión propia.
- 4)** No tener una posición en el mercado.
- 5)** Inadecuada publicidad del producto a ofertar.

### **1.6.3. Oportunidades**

- 1)** Mejorar los niveles de producción.
- 2)** Incrementar organismos locales adecuados para los agricultores
- 3)** Existen instituciones que financian proyectos con intereses bajos.
- 4)** Mejoramiento de la calidad de producción
- 5)** Existencia de tierras aptas para la agricultura, las cuales en su mayoría cuentan con acceso a riego.

#### **1.6.4. Riesgos**

- 1) Aparición incontrolable de enfermedades que afecten a la producción.
- 2) Aumento del precio de los insumos agropecuarios.
- 3) Incremento de controles para la venta del producto.
- 4) Desconocimiento del manejo de cultivo de tomate riñón orgánico.
- 5) Crecimiento de las importaciones de productos orgánicos.

#### **1.7. Determinación de la Oportunidad de Inversión**

En base a la información del diagnóstico realizado y su posterior análisis e interpretación, además de la ayuda de los factores externos AOOR se llegó a determinar y establecer que en la comunidad de El Guadual, parroquia La Carolina la mayoría de la población se dedica a la agricultura.

Además es una zona con un clima cálido y cuenta con una planta de tratamiento de abono orgánico, factor fundamental para que en el sector se cultive una gran variedad de productos especialmente el tomate riñón que tiene una buena productividad.

Sin embargo la implementación de una pequeña empresa definida y organizada técnica y operativamente que produzca y comercialice un producto sano, nutritivo y alimenticio para consumidores familiares y consumidores potenciales es sin lugar a duda una infinita necesidad de consumir un producto orgánico.

Después de realizar el estudio en el área de influencia se ha llegado a determinar que en la comunidad de El Guadual existen las condiciones necesarias para la ejecución de un proyecto denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TOMATE RIÑÓN A TRAVÉS DE LA UTILIZACIÓN DE ABONO ORGÁNICO UBICADO EN LA COMUNIDAD**

**DE EL GUADUAL, PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA,  
PROVINCIA DE IMBABURA”.**



## **CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Microempresas**

#### **2.1.1. Concepto**

*ANZOLA, Sérvulo; (2010); Pág. 25 define: "Es una organización de personas que realiza una actividad económica debidamente planificada, y se orienta hacia la intervención en el mercado de bienes y servicios, con el propósito de obtener utilidades"*

La microempresa es un pequeño negocio que ayuda en el desarrollo de una ciudad, un país, tiene como objetivo seguir creciendo hasta convertirse en una gran empresa y satisfacer las necesidades de la sociedad en general. Las microempresas son formadas por pequeños y medianos productores de la zona que buscan establecer su propia fuente de trabajo.

#### **2.1.2. Importancia de la Microempresa**

*www.fome.ecuador.org; (2011) expresa: "La microempresa es importante ya que contribuye al desarrollo económico social y productivo del país, combate a la pobreza, es un empleo de bajo costo, democratización del mercado de bienes y servicios, ahorro interno canalizado hacia la inversión productiva, fortalecimiento del sistema democrático y la gobernabilidad".*

Permitiendo de esta forma conocer que el desarrollo de microempresas no solo genera un beneficio particular sino un beneficio colectivo para el entorno donde se desarrolla, además contribuye con las políticas de desarrollo del buen vivir.

### 2.1.3. Características Generales ([www.mincit.gov](http://www.mincit.gov))

➤ Las microempresas en su mayoría están dedicadas a la actividad comercial, este es el hecho más notorio, ya que se dedican a la transformación de sus productos y los comercializan ellas mismas, dejan de lado a los intermediarios.

➤ La actividad de la microempresa tiene una importancia fundamental dentro de la vida empresarial, pues cerca del 80% se dedican al comercio o a la prestación de servicios, y el 20% restante a las actividades de transformación.

➤ Las microempresas son de tipo familiar, pero constituida como sociedad de personas, pues el dueño es el que aporta el capital necesario para sus operaciones.

➤ Como característica general podemos decir que carecen de una estructura formal en todas sus áreas. El trabajo que realiza el dueño se asemeja al de un hombre orquesta y eventualmente recurre a la asesoría externa.

## 2.2. Tomate Riñón

### 2.2.1. Concepto

**HOGARES JUVENILES CAMPESINOS; (2010) afirman: *"Tomate riñón originaria de América, es una de las plantas más populares e importantes a nivel mundial, tanto por su cultivo como por su consumo"*.**

El tomate es muy apetecido por ser un alimento de fácil digestión y rico en vitaminas A, B y C, fósforo, potasio, hierro, calcio y licopeno; ya sea crudo o en ensaladas, cocinado para darle sabor a las comidas o industrializado en forma de salsa.

La planta de tomate crece en las zonas de clima templado, a partir de los 20 grados. Necesita de mucha agua y de suelos ricos en materia orgánica.

#### **2.2.2. Diversidad** (RODRÍGUEZ, Rafael; 2008):

En las últimas décadas, el tomate híbrido seleccionado por las multinacionales de las semillas, acaparan el mercado, desplazando, incluso desapareciendo variedades exquisitas y muy bien adaptadas a climas, lugares y épocas de cultivo específicos. Por ello es importante preocuparse por las plantas autóctonas por ejemplo, ya que el intercambio de semillas entre agricultores, evita su desaparición y además permite el mejoramiento genético.

#### **2.2.3. Condiciones del Suelo** (TABARES, José María; 2007):

Se adapta a diversos tipos de suelos, aunque prefiere los sueltos a los compactos claro que el tomate es exigente en nutrientes, le favorece mucho más el suelo mullido y aireado. Crece mejor cuando se le aplica un compost procedente de la descomposición de materiales y desechos vegetales procedentes del mismo cultivo.

Las raíces deben recibir calor para su crecimiento adecuado, por tanto son favorables los suelos pedregosos, al retener y acumular la radiación solar diurna y mantener la tierra caliente durante más horas, acelerando así el desarrollo radicular y la maduración de la planta. Cuando no se cuenta con estas condiciones de calor, deben colocarse acolchados de plástico negro, que captan y acumulan la radiación en el suelo o esparcir compost al pie de las plantas.

#### **2.2.4. Clima** (MEDINA, José Antonio; 2009):

Se comporta bien en climas cálidos a fríos moderados, en alturas que puedan ir de los 0 msnm a los 1.200 msnm; la temperatura óptima para la germinación de la semilla está entre 15,5°C y 29,5°C. Las temperaturas bajas, al iniciar la floración,

pueden causar un defecto que determina la calidad de los tomates. Los vientos fuertes, tanto secos como húmedos, causan caída de flores y bajo cuajamiento de los frutos, por daños al estigma y a los granos de polen.

#### **2.2.5. Agua y Riego** (*Enciclopedia Practica de la Agricultura y Ganadería; 2006*):

La tomatera requiere bastante riego. Aquí se necesita cantidad constante de agua y no grandes cantidades espaciadas. Cuando esto sucede, los frutos se agrietan. Soportan sequías o escasez de agua, aunque está situación disminuye la producción y el desarrollo.

Cuando sale la primera flor, la cantidad de agua a suministrar es realmente importante, ya que un exceso de agua o humedad dificulta el cuajado o desencadena una caída abundante de flores, lo cual baja la producción considerablemente.

Se recomienda aplicar riegos abundantes en el momento en que despuntan las primeras flores y realizar un aporque a los dos o tres días para controlar las malezas que están brotando, además proporcionar una remoción del suelo, que en esta época le viene muy bien al cultivo, pues a la vez que lo suelta, el exceso de agua se evapora rápidamente.

Las plantas de tomate sufren varias enfermedades, entre las más importantes, en cultivos establecidos, se encuentran el tizón tardío y el tizón temprano, llamadas también gotera del tomate, las cuales afectan hojas, tallos y frutos, por ello nunca deben regarse con manguera o por aspersion. Es preferible el riego por goteo o por inundación.

#### **2.2.6. Siembra y Trasplante** (*Biblioteca de la Agricultura; 2007*):

Las variedades tempranas requieren una siembra precoz en semillero, protegido de los fríos y de las heladas nocturnas. Se recomienda el uso de bandejas plásticas o

macetas con una mezcla de fibra de coco y compost bastante nutritivo para proveer los nutrientes, hasta el momento del trasplante. Se trasplantan cuando las plántulas tienen de 7 - 8 cm, similar a cuatro o cinco hojas, se hace justo cuando no hay cambios bruscos de temperatura o cuando no hay heladas.

#### **2.2.7. Cuidados Durante el Crecimiento** (*CORPEÑO, Boris; 2006*):

Con agua constante (sin llegar a puntos de saturación), suelo fértil y bien suave, las plantas de tomate alcanzan buenas producciones. Casi todas las variedades requieren un tutorado (injerto) para que las plantas crezcan erguidas, y los frutos no toquen el suelo, ya que tienden a pudrirse por el contacto con la humedad alta de la tierra. El tutorado se realiza con ramas o estacas de 1.5 m aproximadamente.

Se usan cañas, las cuales se clavan y se distribuyen de dos a tres líneas paralelas, formando doble equis, a estas se ata una caña transversal para proporcionar mayor estabilidad a la estructura. Existen muchas opciones para el agricultor.

#### **2.2.8. Manejo de Cosecha y Pos Cosecha** (*CORPEÑO, Boris; 2006*):

Dependiendo de la variedad y de las condiciones de cultivo, la cosecha puede durar desde uno y medio hasta cuatro meses, efectuándose dos recolecciones semanales en promedio. Los frutos para mesa se deben recolectar en estado verde pintón o un poco antes, ya que así lo exige el mercado.

La duración de la cosecha depende de que, en un momento dado, el proceso sea rentable o no hacerla, según indique el mercado. Después de cierto tiempo, el número de frutos disminuye y aumenta la proporción de frutos pequeños, en comparación con los frutos grandes. El tomate para mesa se clasifica por tamaño y se empacan en cajas de madera; a mayor tamaño de los frutos, mayor precio y mejores posibilidades de competencia en el mercado.

## 2.3. Agricultura Orgánica

### 2.3.1. Concepto

**DURÁN, Felipe; (2006) manifiesta: “La Agricultura Orgánica es un tipo de producción que evita o excluye en gran parte el uso de fertilizantes sintéticos, pesticidas, reguladores del crecimiento y aditivos”.**

Es un sistema global de gestión de la producción que fomenta y realza la salud del agro ecosistema, inclusive la diversidad biológica, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo.

Es una forma que puede practicar el hombre en la agricultura acercándose en lo posible a los procesos que se desencadenan de manera espontánea en la naturaleza. Este acercamiento presupone el uso adecuado de los recursos naturales que intervienen en los procesos productivos, sin alterar su armonía.

### 2.3.2. Ventajas (DURÁN, Felipe; 2006):

- Permite aprovechar al máximo los recursos naturales presentes en la explotación agrícola.
- Mejora la calidad de los suelos aumentando cada vez más su productividad.
- Permite la obtención de alimentos sanos y de buena calidad.
- No implica riesgos para la salud del productor, de su familia como de los consumidores.
- Tiende a disminuir los costos de producción.

- Permite atraer la mayor cantidad de mano de obra disponible en la familia campesina y se presenta como una forma idónea de atraer nuevamente a los campesinos que fueron desplazados a las ciudades.

### **2.3.3. Desventajas** (*DURÁN, Felipe; 2006*):

- Se aduce la no existencia de grandes volúmenes de materia prima orgánica para la realización de enmiendas en los suelos de cultivo.
- No hay todavía la disponibilidad de suficientes insumos biológicos (insecticidas, fungicidas, etc.) en el mercado local.
- El carácter inmediatista de muchos productores impide la implementación de cultivos orgánicos, pues no comprenden que este nuevo tipo de agricultura es un proceso natural que no responde a recetas.
- A nivel del país aún no existe una difusión adecuada de información referente a tecnologías alternativas de producción agrícola.

### **2.3.4. Características de un Producto Orgánico** (*SÁNCHEZ, R. Cristian; 2008*):

Las características de los productos orgánicos que deben conocer un agricultor y un consumidor para producirlos y comercializarlos son las siguientes:

- ❖ De tamaño reducido, deben ser producidos privilegiando a los de menor tamaño o comercializados en forma segmentada.
- ❖ De mayor aporte a la salud del consumidor y al control de las enfermedades.
- ❖ Fáciles de preparar, naturales y frescos y preferentemente de bajo contenido de calorías y grasas.

❖ Se debe añadir otros factores como la responsabilidad por la preservación del ambiente natural y social.

## **2.4. Abonos Orgánicos**

### **2.4.1. Concepto**

**TERÁN, Germán; (2011) dice: "*Es la descomposición en diversas etapas de materiales de origen vegetal, animal o mixtos, así como también de organismos vivos del suelo (bacterias, hongos y actinomicetos) y sustancias sintetizadas por los organismos*".**

Los abonos orgánicos son todos los residuos de las cosechas, las malezas secas, los abonos verdes, las basuras en general, y desechos de la cocina, las cenizas, tierra de bosque y el estiércol.

Son sustancias que están constituidas por desechos de origen animal, vegetal o mixto que se añaden al suelo con el objeto de mejorar sus características físicas, biológicas y químicas. Esta clase de abonos no sólo aporta al suelo materiales nutritivos, sino que influye favorablemente en la estructura del suelo. Asimismo, aportan nutrientes y modifican la población de microorganismos en general, de esta manera se asegura la formación de agregados que permiten una mayor receptividad de agua, intercambio de gases y nutrientes, a nivel de las raíces de las plantas.

Todos estos residuos orgánicos que se producen en su finca en cantidades variables y permanentes y que en ocasiones nos causan molestias, se pueden aprovechar para producir un abono orgánico barato y además muy bueno para sus cultivos por su alto contenido de nutrientes, el cual se conoce con el nombre de Compost.



## **2.4.2. Beneficios del Uso de Abono Orgánico**

*Cultivo Ecológico de hortalizas; (2010); expresa: "El abonamiento consiste en aplicar las sustancias minerales u orgánicas al suelo con el objetivo de mejorar su capacidad nutritiva, mediante esta práctica se distribuye los elementos nutritivos extraídos por los cultivos, con el propósito de mantener una renovación de los nutrientes en el suelo".*

El uso de los abonos orgánicos se recomienda especialmente en suelos con bajo contenido de materia orgánica y degradada por el efecto de la erosión, pero su aplicación puede mejorar la calidad de la producción de cultivos en cualquier tipo de suelo, sin importar el material de su composición.

## **2.4.3. Los Fertilizantes Naturales (LESUR, Luis; 2006):**

Existen dos grandes tipos de abonos orgánicos: los abonos verdes y los abonos orgánicos fermentados.

Dentro de los abonos verdes están las leguminosas y demás especies de frijoles que ayudan a producir los nutrientes necesarios a otras plantas más grandes.

En los abonos orgánicos fermentados existen dos categorías: los sólidos y los líquidos. Dentro de los sólidos se encuentran el compost, bocashi, humus de lombriz y el estiércol. En los líquidos están los biofertilizantes o purines y los efluentes.

### **2.4.3.1. Abonos Verdes (RIMACHE, Migail; 2009)**

Con el abono verde se busca aumentar la fertilidad del suelo mediante el cultivo de plantas destinadas, exclusivamente, a enterrarse, con ayuda de una herramienta manual o de un motocultor. Otro sistema consiste en arrancar las plantas y extenderlas como cobertura sobre el suelo, para que se descompongan, los gusanos

los arrastran bajo la tierra. Una forma menos directa, es arrancar algún vegetal que después se recoge y se deja descomponer en el montón de compost.

#### **2.4.3.2. Abonos Orgánicos Fermentados** (*Manual, Agricultura, Alternativa; 2010*)

##### **a) Compost**

Es la degradación de materiales de origen animal y vegetal a través de bacterias, hongos y otros microorganismos para que los nutrientes asignados se aprovechen inmediatamente. Estos microorganismos promueven procesos de fermentación de la materia orgánica para que los nutrientes contenidos en ellos se asimilen, igual que en las plantas en la fase solución del suelo.

##### **b) Bocashi**

El bocashi es un abono orgánico que posee muchos nutrientes necesarios para el crecimiento y desarrollo de los cultivos y del suelo; se obtiene de la fermentación de materiales húmedos y secos los cuales van mezclados; debe existir diversidad en los materiales con el cual se elabora para que el abono tenga dichos nutrientes.

##### **c) Humus de Lombriz**

Las lombrices son el micro-tractor de la tierra que con su tamaño diminuto logran resultados admirables. Aumentan la fertilidad y la calidad de las tierras de cultivo donde ellas proliferan. Un indicio de un suelo rico, libre de contaminantes, de una tierra viva con alto contenido de humus es la presencia de las lombrices. Su fuerte atracción por el estiércol fresco, han resultado ideales para transformar en excelente abono orgánico.

#### d) **El Estiércol**

El estiércol es el desecho de todos los animales, es el conjunto de deyecciones de distintos animales agropecuarios, convenientemente fermentado en el establo o en el estercolero, en cuyo seno a menudo se encuentra parte del lecho o cama de los establos de la ganadería.

El estiércol como toda materia orgánica, aporta al suelo estructura, capacidad de retención de agua y nutrientes y las unidades fertilizantes liberadas cuando este se mineraliza. Además, contribuye a que los microorganismos del suelo mantengan una población aceptable.

### **2.5. Proyecto**

#### **2.5.1. Concepto**

**VARELA, Rodrigo; (2010) manifiesta: *"Es un esfuerzo complejo, no rutinario limitado por el tiempo, el presupuesto, recursos y las especificaciones de desempeño y que se diseña para cumplir las necesidades del cliente"***

Para realizar un proyecto se debe cumplir con todas las fases establecidas, de esta forma se puede conocer si es rentable para su ejecución, caso contrario conocer cuáles son las falencias que impiden que el proyecto se lleve a cabo.

#### **2.5.2. Clasificación (FONTAINE, Ernesto; 2008):**

Los Proyectos se clasifican en:

- a) De acuerdo al carácter del proyecto**
  - Proyectos sociales

- Proyectos financieros

**b) De acuerdo al sector de la Economía al cual están dirigidos**

- Proyectos Agropecuarios
- Proyectos Industriales
- Proyectos de Infraestructura Social
- Proyectos de Infraestructura Económica
- Proyectos de Servicios

**c) De acuerdo con el Objetivo del Proyecto**

- Proyecto de Producción de Bienes
- Proyecto de Prestación de Servicios
- Proyectos de Investigación

**d) De acuerdo al ejecutor del Proyecto**

- Proyectos Públicos u Oficiales
- Proyectos Privados
- Proyectos Mixtos

**e) De acuerdo con su área de influencia**

- Proyectos Locales
- Proyectos Regionales
- Proyectos Nacionales
- Proyectos Multinacionales

**f) De acuerdo a su Tamaño**

- Proyectos Pequeños
- Proyectos Medianos
- Proyectos Grandes o Macro-proyectos

### **2.5.3. Ciclo de Desarrollo del Proyecto ([www.mailxmail.com](http://www.mailxmail.com)):**

#### **Fase de pre inversión**

En la fase de pre-inversión es primordial cubrir una serie de acciones que comienza con la identificación de la idea de proyecto, pasa por los estudios de pre-factibilidad, factibilidad y termina con la decisión de invertir.

#### **Fase de Inversión**

Corresponde al período de realización del proyecto se inicia cuando se toma la decisión de invertir en el proyecto y termina cuando se concluye la ejecución satisfactoria del proyecto y se toma la decisión de iniciar la fase operacional del proyecto.

#### **Fase Operacional**

Comienza cuando el proyecto es completamente ejecutado y aprobado en cuanto a funcionamiento se refiere, se entrega a la organización encargada de la producción del bien o de la prestación de servicios.

## **2.6. Estudio de Mercado**

### **2.6.1. Concepto**

**CÓRDOBA, Marcial; (2010) enuncia: “Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto, sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos, abarca variables sociales y económicas, recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir para atender una necesidad”**

El estudio de mercado es la aplicación directa que se realiza al sector tanto interno como externo, para conocer el comportamiento del producto o servicio que se va a ofrecer al mercado, el mismo permite conocer la oferta y la demanda que actualmente se está presentando en el mercado.

### **2.6.2. Mercado**

**URBINA, Gabriel; (2010) expresa: “Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”**

El mercado es específicamente al cuál va dirigido directamente el producto en donde el comprador y el vendedor realiza sus negociaciones sin ninguna dificultad, ya que el producto o servicio está cumpliendo con todos los requerimientos que los consumidores necesitan, este mercado siempre está a la espera de un producto ya identificado.

### **2.6.3. Oferta**

**BACA, Gabriel; (2010) opina: “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.**

La oferta es la cantidad que ofrecen o pueden proporcionar quienes proveen de bienes o servicios similares al del proyecto. Las cualificaciones del precio y del tiempo son necesarias, debido a que, normalmente, cuanto mayor sea el precio ofrecido mayor será la cantidad llevada al mercado.

#### **2.6.4. Demanda**

**FONTAINE, Ernesto; (2008) manifiesta: “Se relaciona con las preferencias que trata de explicar cómo es que los consumidores gastan su ingreso entre los artículos que tienen a su disposición para comprar.”**

La demanda es definida como la cantidad de bienes y servicios que el mercado necesita para satisfacer las necesidades de los consumidores, el análisis de la demanda es importante realizar antes de lanzar un producto, la misma permite definir las condiciones en las que el mercado se encuentra actualmente.

La oferta y demanda constituyen la Ley del mercado y son quienes determinan el precio. Cuando la oferta es mayor a la demanda los precios tienden a bajar y cuando la oferta es menor a la demanda los precios tienden a subir.

#### **2.6.5. Estrategias Comerciales**

A continuación las estrategias comerciales aplicadas:

##### **2.6.5.1. Producto**

**LIMA, Fausto; (2011) manifiesta: “Implica un bien o servicio final o terminal del proceso de producción”.**

El producto es el bien o servicio que está disponible en el mercado, el mismo es diseñado dependiendo los gustos y preferencias de los consumidores, el producto siempre está sometido a cambios que son exigidos, porque en varias ocasiones la competencia se hace presente con productos de mejor calidad y a mejores precios.

### 2.6.5.2. Contabilidad de Costos

**CHILQUINGA, Manuel; (2007) menciona:** *"La contabilidad de costos permite conocer el valor de todos los elementos del costo de producción de un bien y/o servicio, por tanto calcular el costo unitario real del mismo con miras a fijar el precio de venta y el manejo de las utilidades empresariales."*

La contabilidad de costos se utiliza por la contabilidad administrativa para determinar entre otros el margen de contribución, el punto de equilibrio el coste del producto y la posible toma de decisiones, para el cumplimiento de los objetivos propuestos por la empresa, de acuerdo a su capacidad instalada.

### 2.6.5.3. Costos de Producción

**CHILQUINGA, Manuel; (2007) indica que:** *"Son los costos necesarios para transformar de forma o de fondo materiales en productos terminados o semielaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria, equipos y otros"*.

El costo de producción está formado por la combinación de tres elementos que son:

#### a) **Materia Prima**

Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados. Se divide en:



✓ **Materia Prima Directa**

**CHILQUINGA, Manuel; (2007) señala: "Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado".**

La materia prima es aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.

✓ **Materia Prima Indirecta**

**CHILQUINGA, Manuel; (2007) dice: "Estos pueden o no formar parte del producto terminado. Ejemplo: hilos, sueldas entre los primeros, envases y embalajes entre los segundos. Los materiales indirectos son de difícil cuantificación por dos razones fundamentales, tiempo y costo."**

Son aquellos que están involucrados en la elaboración de un producto pero tienen una relevancia relativa frente a los directos.

**b) Mano de Obra**

Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados. Se divide en:

✓ **Mano de Obra Directa**

**CHILQUINGA, Manuel; (2007) dice: "Fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados ya sea que intervengan manualmente o accionando máquinas."**

Es aquella que se encuentra directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse con este con facilidad y que tiene gran costo en la elaboración.

✓ **Mano de Obra Indirecta**

**CHILQUINGA, Manuel; (2007) menciona:** *"Fuerza de trabajo que participa de forma indirecta en la transformación de un producto. Ejemplos: supervisores de fábrica, capataces, personal de mantenimiento, oficinistas de fábrica, etc."*

Es aquella que está indirectamente involucrada en la fabricación de un producto terminado y que puede asociarse con este con facilidad y que representa un importante costo de mano de obra en la elaboración de un producto.

**c) Gastos Generales de Fabricación**

**CHILQUINGA, Manuel; (2007) manifiesta:** *"Llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar el conjunto de los diferentes artículos que se fabrican. No se identifican con un solo producto o proceso productivo."*

Están constituidos por todos los desembolsos necesarios para llevar a cabo la producción, por su naturaleza no son aplicables directamente el costo de un producto.

**2.6.5.4. Precio**

**CÓRDOVA, Marcial; (2009) menciona:** *"Es el regulador entre la oferta y demanda, a excepción de cuando existe protección como aranceles e impuestos"*.

Es el valor monetario que está dispuesto a pagar el comprador por la adquisición de un bien, producto o servicio, para el vendedor es la recuperación de costos y gastos más una utilidad.

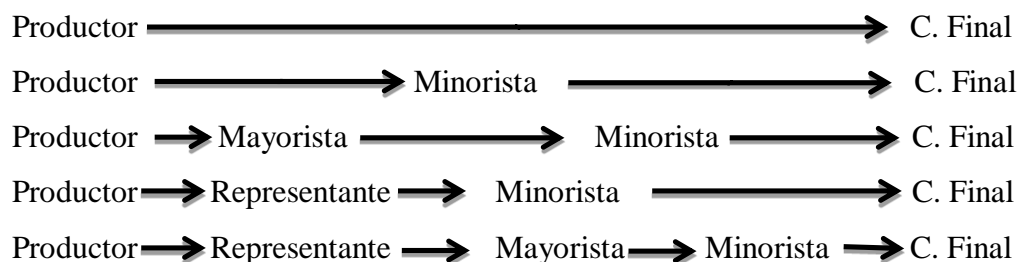
#### 2.6.5.5. Comercialización

**GALLUCCI, Lambin; (2009) enuncia: “Es la función coordinadora entre el producto y/o servicio y el consumidor final, cuidando las necesidades y requerimientos específicos que este demanda”**

La comercialización permite realizar una correcta distribución del proyecto permitiendo así que llegue a todos los puntos de venta con la finalidad de suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades, constituyéndose un conjunto de actividades que se toman en cuenta para sacar los productos elaborados por la empresa al mercado de una manera rápida y eficiente, con precios más bajos y que la calidad del producto prevalezca.

#### 2.6.5.6. Canales de Distribución (KOTLER, Philip; 2008):

Son un conjunto de acciones necesarias que nos ayudan a llevar los diferentes productos y servicios hacia el mercado disponible.



### **2.6.5.7. Publicidad**

**CÓRDOVA, Marcial; (2010) define: “Forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado, puede llegar a masas de compradores dispersos geográficamente a un costo de exposición bajo, y también permite al vendedor repetir un mensaje muchas veces para llegar a públicos muy numerosos”.**

La publicidad es una estrategia más para dar a conocer el producto o servicio en el mercado, a través de medios de comunicación se trasmite la información sobre los aspectos más importantes del producto, conociendo exactamente cuáles son las preferencias de comunicación que les gusta adquirir los consumidores.

## **2.7. Estudio Técnico**

### **2.7.1. Concepto**

**BACA, Gabriel; (2010) manifiesta: *Presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta y la determinación de la localización de la planta*”.**

Por lo tanto el estudio técnico se analiza la forma adecuada para la localización óptima del proyecto y el tamaño de la planta, para lograr que el proyecto implantado tenga éxito, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades más adelante.

### **2.7.2. Tamaño del Proyecto**

**CÓRDOVA, Marcial (2010); señala: *“El tamaño es la capacidad de Producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento. Se define como la capacidad de producción al volumen***

*o número de unidades que se puede producir en un día, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando''.*

Por lo anterior se puede manifestar, que el tamaño dentro de un proyecto se lo debe tomar en cuenta de acuerdo a la capacidad de éste, puesto que, en muchas ocasiones puede producir fallas, ya que no se ha tomado en cuenta detalles que son importantes a la hora de ejecutarlo y de esa forma evitar no presentar complicaciones en su momento.

#### **2.7.2.1. Factores que Determinan el Tamaño (CORDOVA, Marcial; 2010):**

##### **❖ Demanda Potencial Insatisfecha**

El primer factor que limita principalmente la capacidad de la instalación de la planta de producción, es la demanda potencial insatisfecha.

##### **❖ Disponibilidad de Mano de Obra**

Para iniciar las operaciones de una unidad productiva, es indispensable contar con trabajadores que se encargan de las diferentes funciones que se deben realizar en cada una de las áreas de la empresa.

##### **❖ Disponibilidad de Materia Prima**

Disponer de materia prima necesaria es importante para complementar el proceso productivo, se debe llevar inventarios, para de cierto modo saber en qué momento sea necesarios adquirirla, caso contrario se pararía la producción por falta de materia prima ocasionando pérdidas.

## ❖ Tecnología y Equipos

El factor tecnológico es fundamental en el proceso productivo, ya que contar con maquinarias y equipos en buen estado, permite que la producción se realice dentro del tiempo establecido.

### 2.7.3. Localización del Proyecto

**MEZA, Jhonny (2010) dice: *"Tiene como propósito lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte en la rapidez del servicio"***

Se considera que la localización permite definir de manera precisa tanto la macro como la micro localización en un determinado lugar, tomando en cuenta sus beneficios y de esta manera reducir los gastos de inversión que se generará durante su ejecución.

#### 2.7.3.1. Macro localización

**CÓRDOVA, Marcial (2010) manifiesta: *"Tienen en cuenta los aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta, la demanda y la infraestructura existente."***

La macro localización se refiere a establecer con toda precisión el lugar geográfico donde va a llevarse a cabo el proyecto, tomando en cuenta la región, provincia y el cantón.

### **2.7.3.2. Micro localización**

**CÓRDOVA, Marcial (2010) expresa:** *"Abarca la investigación y la comparación del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará"*

En esta parte se establece condiciones específicas o particulares que permite fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto, se indica la parroquia, calles longitudinales y transversales, dirección domiciliaria y croquis de ubicación.

### **2.7.4. Ingeniería del Proyecto**

**NUÑEZ, Rafael; (2007) dice:** *"La ingeniería del proyecto tiene por objeto solucionar todos los aspectos relacionados con la instalación y puesta en operación de la planta para elaborar el producto o del establecimiento para ofrecer el servicio"*.

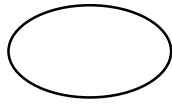
La ingeniería del proyecto se refiere al análisis que corresponde a los procesos de producción, abastecimiento y requerimientos. Permite determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente de los recursos disponibles.

#### **2.7.4.1. Flujograma de Procesos ([www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)):**

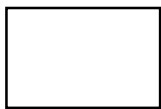
El flujograma de procesos es un diagrama secuencial empleado en muchos campos para mostrar los procedimientos detallados que se deben seguir al realizar una tarea, en este estudio se lo utilizará para detallar cada uno de los pasos que se desarrollan dentro del proceso de producción de trabajos manuales.

#### 2.7.4.2. Simbología ([www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)):

Para el desarrollo rápido y eficiente de la estructura del proceso de producción se utiliza una simbología aceptada para representar las operaciones, así tenemos:



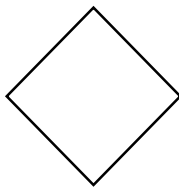
Este símbolo se usa para identificar el inicio y el fin de un proceso.



Representa una etapa del proceso.



Simboliza al documento resultante de la operación respectiva.



Representa al punto del proceso donde se debe tomar una decisión.



Significa el sentido y la secuencia de las etapas del proceso.

#### 2.8. Estudio Financiero ([www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)):

Es una herramienta fundamental que permite valorar proyectos de inversión, con la finalidad de tomar decisiones acertadas para analizar el comportamiento que podría tener el proyecto, evaluando las técnicas financieras necesarias que permitan deducir su viabilidad, para definir si la inversión es conveniente o se requiere de una mejor alternativa de inversión.



### **2.8.1. Estados Financieros ([www.lacamara.org](http://www.lacamara.org)):**

Según las NIIF de una entidad, así como su información financiera intermedia, contienen información de alta calidad que:

- a) Sea transparente para los usuarios y comparable para todos los períodos que se presenten.
- b) Suministre un punto de partida adecuado para la contabilización según las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF);
- c) Pueda ser obtenida a un costo que no exceda a los beneficios proporcionados a los usuarios.

#### **2.8.1.1. Estado de Situación Financiera**

**AYALA, Otto; (2008) manifiesta: *"Es el informe financiero que muestra la conformación de los activos, pasivos y el capital en el inicio de un negocio o en la apertura de libros en el próximo período contable o ejercicio económico"*.**

El estado de situación financiera consiste en el análisis de las propiedades de una empresa y la proporción en que intervienen los acreedores y los accionistas o dueños de tal propiedad, expresados en términos monetarios.

#### **2.8.1.2. Estado de Resultados**

**BRAVO, Mercedes; (2009) define: *"Denominado también estado de situación económica, Estado de rentas y gastos, Estado de Operaciones, se elabora al finalizar el período contable con el objeto de determinar la situación económica de la empresa"*.**

Es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

### **2.8.1.3. Estado de Flujo de Efectivo**

**CHANABA, Joaquín; (2009) expresa: "*Se elabora al término de un ejercicio económico o período contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa*".**

Todas las empresas independientemente de la actividad a la que se dediquen necesitan de información financiera confiable, una de ellas es la que proporciona el Estado de Flujos de Efectivo, el cual muestra el flujo de efectivo del período.

### **2.8.2. Índices Financieros ([www.monografias.com](http://www.monografias.com)):**

Los indicadores financieros expresan la relación matemática entre una magnitud y otra, exigiendo que dicha relación sea clara, directa y comprensible para que se pueda obtener información, condiciones y situaciones que no podrían ser detectadas mediante la simple observación de los componentes individuales de la razón financiera.

#### **2.8.2.1. Valor Actual Neto (VAN)**

**[www.monografias.com](http://www.monografias.com) afirma: "*Valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.***

El valor actual neto es un método que se utiliza para determinar en el proyecto si se recupera la inversión inicial en el tiempo proyectado, si el resultado obtenido al realizar el cálculo del VAN es mayor que cero el proyecto se encuentra en

condiciones de poner en marcha, en caso de que sea menor que cero se demostrará que el proyecto no sustenta las expectativas de los inversionistas.

**Fórmula:**

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$VAN = \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} + \frac{FN4}{(1+i)^4} + \frac{FN5}{(1+i)^5} - \text{Inversión}$$

#### 2.8.2.2. Tasa Interna del Retorno (TIR)

**www.encyclopediainanciera.com; define: "La tasa interna de retorno es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a 0."**

El TIR es un porcentaje que nos ayuda a definir si el proyecto es rentable, si el TIR es mayor a cero el proyecto es aceptado caso contrario se lo rechaza.

**Fórmula:**

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

En donde:

**T i** = Tasa inferior de redescuento

**T s** = Tasa superior de redescuento

**VAN i** = Valor Actual Neto inferior

**VAN s** = Valor Actual Neto superior.

### 2.8.2.3. Período de Recuperación de la Inversión

**ORTEGA, Alfonso; (2007) dice:** *"Tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada. En éste método no se considera los flujos de efectivo después del período de recuperación, tampoco el concepto del valor del dinero en el tiempo"*.

Este elemento de evolución económica financiera, permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, lo cual en la realidad no es muy cierto por que las condiciones económicas son flotantes o cambiantes.

### 2.8.2.4. Costo Beneficio

**www.mitecnológico.com; afirma:** *"El costo beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana. Se supone que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta lógica, aquellos dónde los beneficios superan el coste son exitosos, caso contrario fracasan."*

Es una técnica que se utiliza en el análisis de costos para la toma de decisiones, este análisis nos provee una guía para el planeamiento y selección entre distintas alternativas.

**Fórmula:**

$$\frac{C}{B} = \frac{\sum \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

### 2.8.2.5. Punto de Equilibrio

**CHILQUINGA, Manuel; (2007) señala: " Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde".**

El punto de equilibrio es aquel nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, y por ende no existe utilidad, también podemos decir que es el nivel en el cual desaparecen las pérdidas y comienzan las utilidades o viceversa.

**Fórmula:**

$$PE\$ = \frac{CFT}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$$

$$PEQ = \frac{CF}{\text{Margen de Contribución}}$$

$$PEu = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$



## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Introducción**

El estudio de mercado es una herramienta muy importante dentro de un proyecto de factibilidad. Proporciona los componentes básicos para realizar el análisis, la determinación y cuantificación de oferta, demanda y demanda potencial. El análisis de demanda y oferta se puede realizar a través de:

a) Datos proporcionados por el mercado meta con la aplicación de encuestas que permitirán saber la percepción del cliente, satisfacción con respecto a los productos ofertados, preferencias, gustos incluso identificar cual es la competencia.

b) Información directa, actualizada y confiable que permitirá desarrollar estrategias que beneficien a la microempresa y también a los productores.

El propósito de este estudio es implantar en el mercado tomate riñón orgánico, además consiste en demostrar la existencia de un mercado factible.

El estudio de mercado proporciona datos, mediante el cual se puede obtener, interpretar y procesar información recopilada, la misma que servirá para tomar decisiones y conocer criterios de la población sobre la calidad del producto que se pretende ofrecer.

En toda empresa se debería aplicar una investigación de mercado para efectuar cambios, tanto a productos como a servicios, que se ofrecerán por parte de la organización.

## **3.2. Objetivos del Estudio de Mercado**

En el presente estudio de mercado se dará cumplimiento a los siguientes objetivos:

### **3.2.1. Objetivo General**

Realizar un estudio de mercado para analizar precios, canales de comercialización, oferta y demanda insatisfecha de la producción de tomate riñón en la ciudad de Ibarra.

### **3.2.2. Objetivos Específicos**

**3.2.2.1.** Analizar la calidad de tomate riñón que se está comercializando en el mercado local.

**3.2.2.2.** Determinar las cantidades ofertadas y demandadas de tomate riñón, para definir su comportamiento en el mercado, su nivel de competitividad y oportunidades de ingreso.

**3.2.2.3.** Analizar los precios y establecer una estrategia para que el producto que se está ofertando sea competitivo en el mercado.

**3.2.2.4.** Identificar los sistemas de comercialización y distribución del tomate riñón.

## **3.3. Identificación del Producto**

El tomate riñón es considerado como un producto de mayor producción en la provincia de Imbabura, además es un alimento básico en la dieta familiar, porque posee varias vitaminas; el tipo de tomate riñón que se va a producir con la aplicación



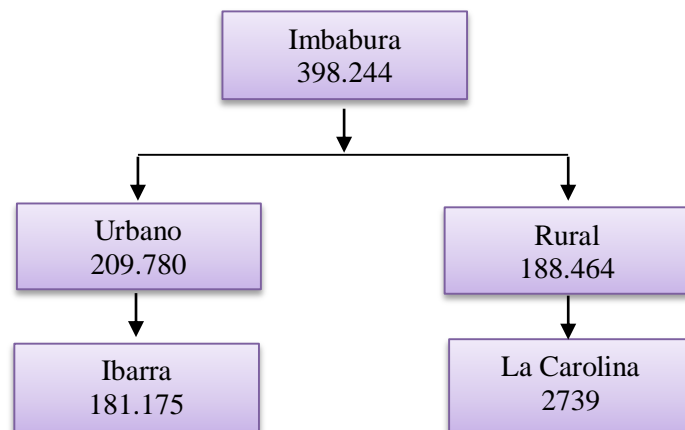
de este proyecto es el tomate riñón fortuna a base de abono orgánico, comienza a producir a los tres meses, es muy resistente, tiene un excelente color y firmeza.

Este producto se lo comercializará a los mercados de la Ciudad de Ibarra en cajas de 95 unidades.

### 3.4. Identificación y Segmentación de la Población

El presente estudio de mercado estará dirigido a toda la población de la ciudad de Ibarra, se tomará en cuenta datos estadísticos del Censo Poblacional y Vivienda realizado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) año 2010; a continuación se detalla la población de la provincia de Imbabura:

**Cuadro N° 3.1. Identificación de la Población**



Fuente: INEC2010

Elaborado por: Las Autoras

Se identificó que los principales beneficiarios del proyecto es la población de la ciudad de Ibarra donde se menciona que existe un total de 181.175 habitantes, los mismos que se dividirán para un promedio establecido por el INEC de 4 personas por hogar, dando como resultado 45.294 familias que serán el tamaño de población sujeto a la muestra.

$$\text{Número de Familias} = \frac{\text{Población Total}}{4}$$

$$\text{Número de Familias} = \frac{181.175}{4}$$

$$\text{Número de Familias} = 45.294$$

Para la investigación requerida de mercado de tomate riñón se ha tomado en cuenta a consumidores potenciales que son los mercados de la ciudad de Ibarra, considerados como organizaciones lucrativas que adquieren productos para emplearlos en su propio negocio; a continuación se detallan:

**Cuadro N° 3.2. Mercados de la Ciudad de Ibarra**

N°	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
<b>MERCADOS</b>		
1	AMAZONAS	AV. PEREZ GUERRERO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES
2	LA PLAYITA	AV. EUGENIO ESPEJO Y PÉREZ GUERRERO
3	SANTO DOMINGO	JOSÉ MEJÍA LEQUERICA Y CHICA NARVAEZ

Fuente: Unidad de Vigilancia Sanitaria Ibarra  
Elaborado por: Las Autoras

Para considerar a los mercados se tomará en cuenta los datos de la Unidad de Vigilancia Sanitaria de la Dirección Provincial de Salud de Ibarra, donde se cuantifican que en la ciudad de Ibarra existen 3 mercados minoristas ubicados en el sector urbano con su respectivo permiso de funcionamiento.

### 3.4.1. Muestra

La muestra es una parte de la población que se selecciona para ser medida y observada mediante la aplicación de la fórmula correspondiente a la muestra, para

obtener una información confiable y suficiente, importante para el desarrollo de la investigación.

Para el cálculo de la muestra tomando en cuenta que la aplicación en estudio es mayor a 100 se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{K^2 P Q N}{e^2 (N - 1) + K^2 P Q}$$

La simbología de esta fórmula se presenta de la siguiente manera:

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Tamaño de la población

**P** = Probabilidad de éxito (0.50)

**Q** = Probabilidad de fracaso (0.50)

**K** = Constante que depende del nivel de confianza prefijado (95% dos colas = 1,96)

**e** = Error absoluto (5%)

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,50)(0,50) 45.294}{0,05 (45.294 - 1) + (1,96)^2 (0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{43.500,3576}{114,1929}$$

$$n = 380,44 = 380$$

Una vez aplicada la fórmula se logró determinar que la muestra total es de **380** familias, lo que quiere decir que se aplicarán 380 encuestas a un consumidor por cada familia de la ciudad de Ibarra.

En cuanto a los mercados se cuantifican un número de 3 y no se procederá a establecer una muestra, su población es menor a 100 unidades es decir, no es necesario un muestreo.

### **3.5. Diseño del Instrumento de Investigación**

En el estudio de mercado se utilizará como instrumentos de recolección de información el cuestionario para encuestas y entrevistas a consumidores potenciales como mercados.

Se efectuó una encuesta a 380 familias de la Ciudad de Ibarra, está estructurada formalmente con nueve ítems de selección múltiple con lo cual se pretende recolectar información acerca de producto, gusto, preferencia, consumo, precio, plaza y decisión de compra. También se efectuó una entrevista a mercados del sector para obtener datos de oferta, demanda, plaza, precio y producto.

Se aplicó una encuesta a productores mayoritarios del cantón Ibarra para recolectar información referente a la oferta y lugar de distribución del tomate riñón, sus opiniones en cuanto al desempeño de sus actividades diarias y el criterio de aceptación que tengan en cuanto a la creación de la microempresa que elabore un producto saludable en el mercado.

### 3.7. Tabulación y Análisis de la Investigación

#### ENCUESTAS APLICADAS A CONSUMIDORES POTENCIALES

##### Cuestionario (Anexo 1):

##### 1. ¿Consume Usted Tomate Riñón?

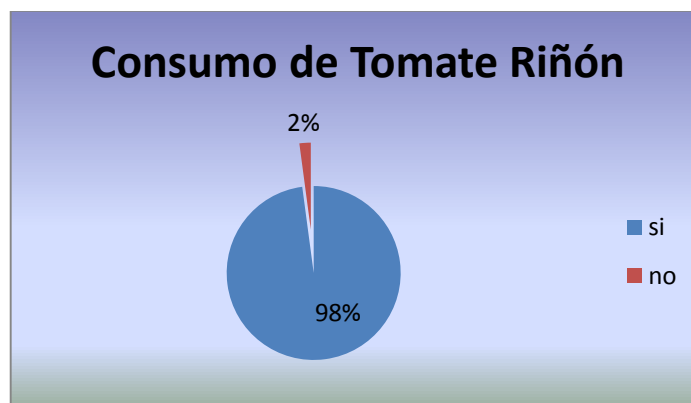
**Cuadro N° 3.3. Consumo de Tomate Riñón**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Si	372	98%
No	8	2%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.1. Consumo de Tomate Riñón**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

##### ANÁLISIS:

Se observa estadísticamente que la mayoría de personas consumen tomate riñón porque es considerado como un ingrediente principal en la alimentación ecuatoriana. Se puede concluir que existe un buen mercado para difundir el consumo de esta variedad, creando mayores oportunidades para impulsar la microempresa.

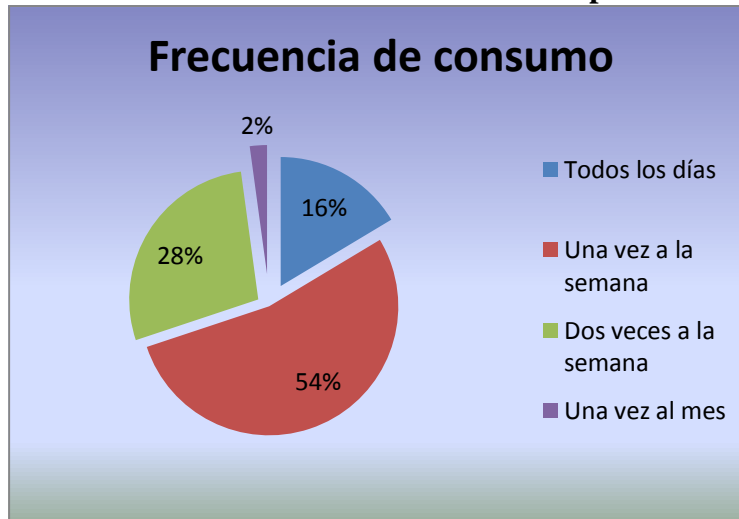
## 2. ¿Con qué frecuencia compra tomate riñón?

**Cuadro N° 3.4. Frecuencia de compra**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Todos los días	61	16%
Una vez a la semana	199	54%
Dos veces a la semana	104	28%
Una vez al mes	8	2%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.2. Frecuencia de compra**



Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Las Autoras

### **Análisis:**

De acuerdo con la encuesta realizada se observa que el tomate riñón es adquirido todos los días, esta demanda representativa permitirá tener una buena perspectiva que justifique la producción de este producto agrícola. La producción tendría muchas ventajas entre ellas: mejor la calidad de vida de los habitantes, la economía de los hogares y hasta la economía del país, siempre y cuando se plantee buenos objetivos alcanzar.

### 3. ¿Cuál debería ser el precio adecuado del tomate riñón?

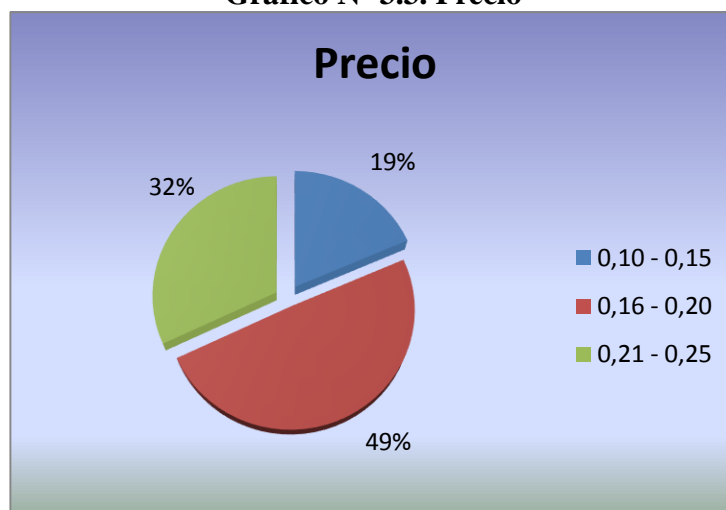
**Cuadro N° 3.5. Precio**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
0,10 – 0,15	69	19%
0,16 – 0,20	184	49%
0,21 – 0,25	119	32%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.3. Precio**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

#### **Análisis:**

La economía de los hogares entrevistados está considerado dentro de un nivel medio debido a muchos factores, y de acuerdo a la pregunta manifiestan que estarían dispuestos a pagar un precio adecuado por unidad considerando el alcance de la familia.

#### 4. ¿Qué cantidad de tomate riñón consume semanalmente su familia?

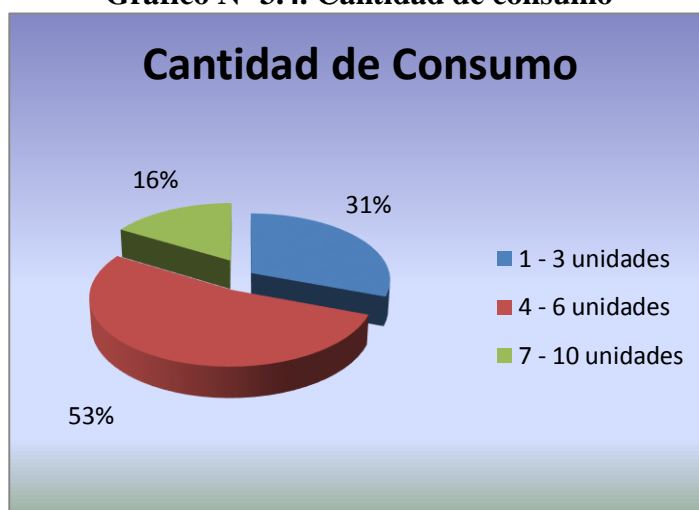
**Cuadro N° 3.6. Cantidad de consumo**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
1 – 3 unidades	114	31%
4 – 6 unidades	197	53%
7 – 10 unidades	61	16%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.4. Cantidad de consumo**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

#### **Análisis:**

En el menú de todos los hogares se consume varias unidades de tomate riñón semanales por su sabor y porque es un ingrediente importante en la mesa diaria, aún más por las propiedades nutritivas que el tomate riñón posee.



## 5. ¿En qué lugar realiza la compra del tomate riñón?

**Cuadro N° 3.7. Lugar de compra**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Mercados	160	43%
Micro mercados	47	13%
Supermercados	67	18%
Tiendas	98	26%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.5. Lugar de compra**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

### **Análisis:**

El tomate riñón es cultivado en distintos lugares de la provincia de Imbabura, su producción es distribuida para el consumo en mercados, micros mercados, supermercados y tiendas; según la encuesta la mayoría de las personas adquieren en los mercados porque pueden escoger el producto basándose en precios, calidad y presentación.

## 6. ¿Qué factores considera usted al adquirir el producto?

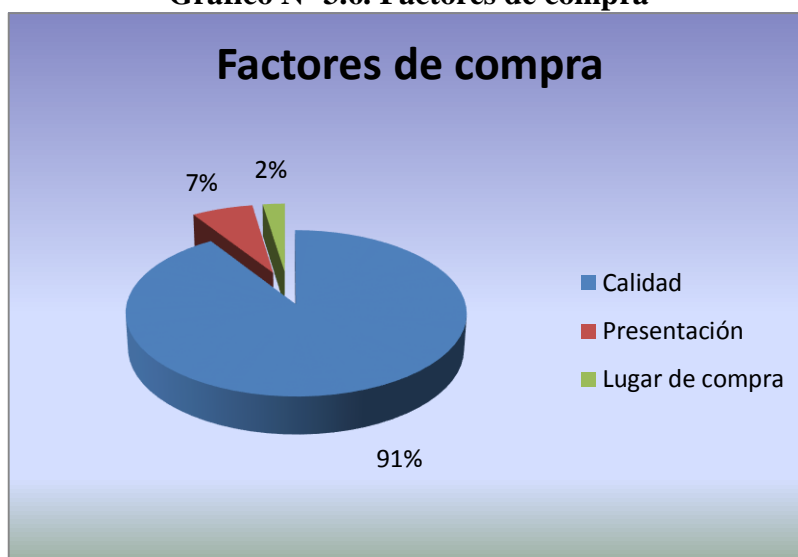
**Cuadro N° 3.8. Factores de compra**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Calidad	338	91%
Presentación	25	7%
Lugar de compra	9	2%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.6. Factores de compra**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

### **Análisis:**

No todas las personas buscan calidad en el producto, se fijan más en la presentación olvidándose lo que significa la calidad en sus componentes. Sin embargo la gráfica demuestra que casi en la totalidad de personas exigen a los productores sacar una materia prima con excelentes características nutritivas.

7. ¿Conoce lugares donde pueda adquirir el tomate riñón orgánico?

**Cuadro N° 3.9. Lugar de existencia de tomate riñón orgánico**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Si	148	39%
No	232	61%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.7. Lugar de existencia de tomate riñón orgánico**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Análisis:**

De acuerdo a la encuesta existe desconocimiento en los lugares donde se pueda adquirir el tomate riñón orgánico mientras que un bajo porcentaje manifiestan que se puede encontrar el producto en algunos supermercados de la ciudad.

## 8. ¿Le gustaría adquirir el tomate riñón orgánico?

**Cuadro N° 3.10. Gusto de adquirir el tomate riñón orgánico**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Si	201	53%
No	179	47%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.8. Gusto de adquirir el tomate riñón orgánico**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

### **Análisis:**

Los encuestados apoyan la iniciativa de adquirir el tomate riñón orgánico, al crear la microempresa procurará alcanzar buena producción con calidad y costos adecuados, entre otros, además se establecería lugares de comercialización con la debida promoción e identidad del producto dentro de la provincia.

## ENCUESTA REALIZADA A LOS PRODUCTORES DE TOMATE RIÑÓN DEL CANTÓN IBARRA

Cuestionario (Anexo 2):

1. ¿Cuál es el tamaño de su propiedad dedicada a la producción?

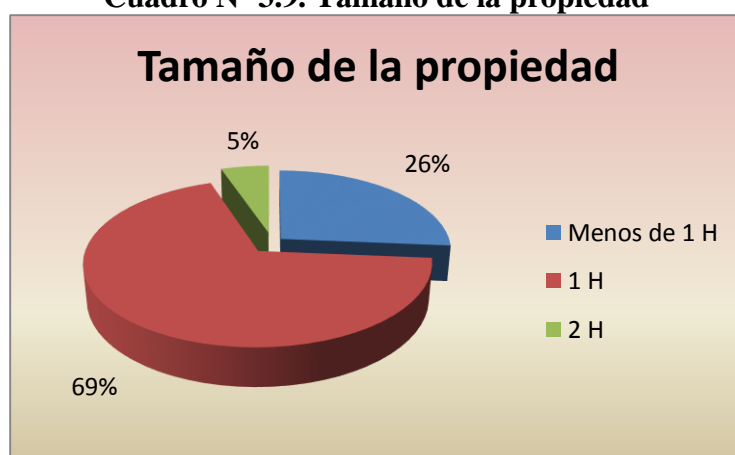
**Cuadro N° 3.11. Tamaño de la propiedad**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Menos de 1 H	5	26%
1 H	13	69%
2 H	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro N° 3.9. Tamaño de la propiedad**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Análisis:**

Una vez tabulada la encuesta se observa que la mayoría de propietarios cuentan con una extensión de terreno muy considerable, la misma que está dedicada a la producción de tomate riñón en el cantón Ibarra.

## 2. El terreno dedicado al cultivo es:

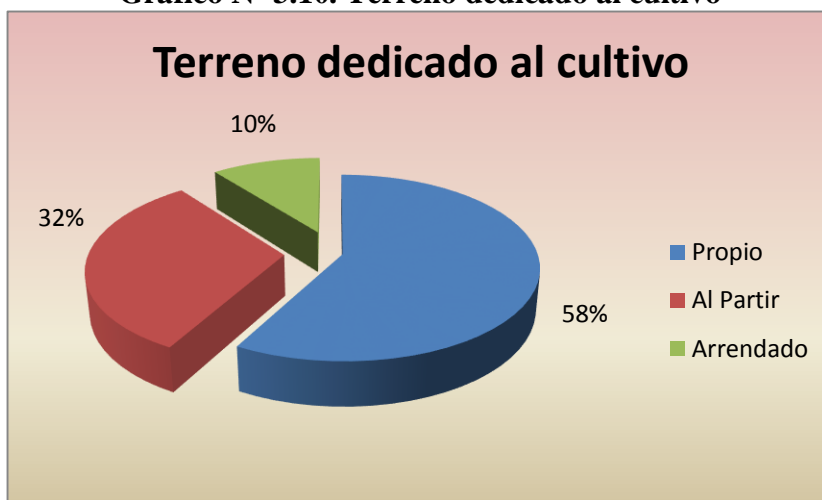
**Cuadro N° 3.12. Terreno dedicado al cultivo**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Propio	11	58%
Al Partir	6	32%
Arrendado	2	10%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.10. Terreno dedicado al cultivo**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

### **Análisis:**

Más de la mitad de los encuestados poseen un terreno propio dedicado al cultivo de tomate riñón, mientras que el resto cultivan el producto al partir, esto quiere decir que cultivan entre dos o más personas poniéndose de acuerdo en materia prima, insumos y mano de obra, especialmente se hace por falta de recursos económicos o cuando se cultiva en extensiones sumamente grandes. En un porcentaje mínimo arriendan el terreno a terceras personas para cultivar y cosechar el producto.

### 3. ¿Qué cantidad de tomate riñón obtiene del terreno de cultivo?

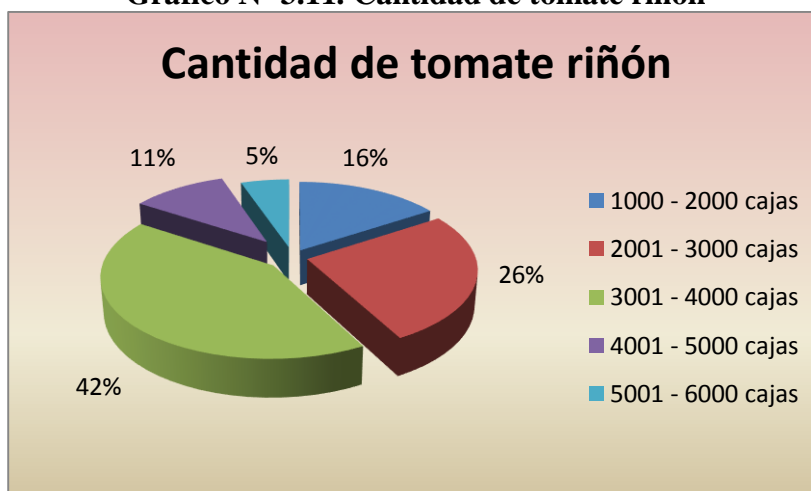
**Cuadro N° 3.13. Cantidad de tomate riñón**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
1000 – 2000 cajas	3	16%
2001 – 3000 cajas	5	26%
3001 – 4000 cajas	8	42%
4001 – 5000 cajas	2	11%
5001 – 6000 cajas	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.11. Cantidad de tomate riñón**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

#### **Análisis:**

Se realizan dos cosechas al año obteniendo una producción de 8000 cajas anuales. Una buena producción depende mucho de la calidad de plántulas y el cuidado durante el proceso y más aún de la extensión del terreno que se encuentre dedicado a esta producción para obtener una cosecha de aproximadamente 3001 a 4000 cajas, debido que es la actividad principal de los habitantes de esta zona; los demás porcentajes son más bajos debido a poseer terrenos pequeños.

#### 4. ¿Cada qué tiempo cosecha usted su producción de tomate riñón?

**Cuadro N° 3.14. Tiempo de cosecha**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Semanal	4	21%
Dos veces a la semana	13	68%
Quincenal	2	11%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.12. Tiempo de cosecha**



Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Las Autoras

#### **Análisis:**

Analizada la pregunta los productores al poseer una extensión considerable de terreno dedicada a la producción de tomate riñón cosechan hasta dos veces por semana porque su producto tiene mercado, mientras que en un porcentaje menor cosechan una vez por semana poniendo a la venta una mínima cantidad; además existen parcelas pequeñas donde se cosecha quincenalmente esta se la realiza para consumo familiar y la producción abastece.



## 5. ¿Qué variedad de tomate riñón produce?

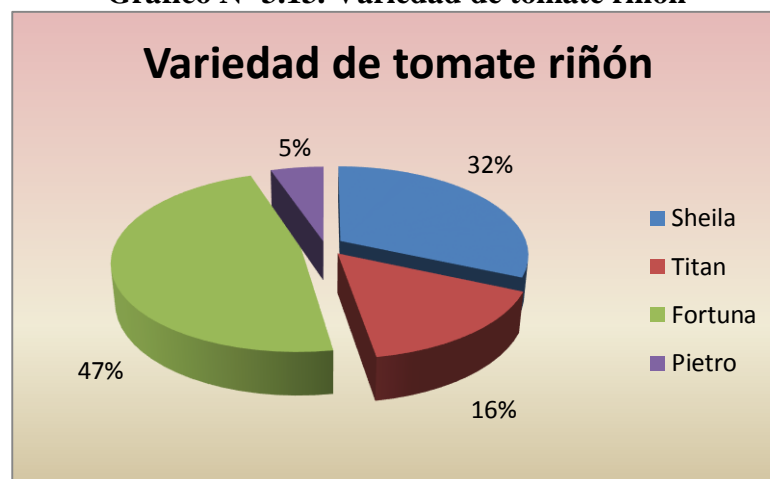
**Cuadro N° 3.15. Variedad de tomate riñón**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Sheila	6	32%
Titan	3	16%
Fortuna	9	47%
Pietro	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.13. Variedad de tomate riñón**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

### **Análisis:**

Existe muchas variedades de tomate riñón pero en nuestro País y principalmente en la Provincia de Imbabura las variedades que tienen mayor acogida son: Fortuna, Sheila, Titán y Pietro por ser productos con características favorables para su producción y venta como es la firmeza y la resistencia para su manipulación hasta llegar al mercado y ser distribuido en la zona norte del País en las mejores condiciones de calidad.

## 6. ¿Qué tipo de insumos utiliza para la fertilización del tomate riñón?

**Cuadro N° 3.16. Insumos para la fertilización**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Orgánico	2	10%
Químico	6	32%
Mixto	11	58%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.14. Insumos para la fertilización**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

### **Análisis:**

De todos los productores de tomate riñón la mayoría manifiesta que utilizan fertilizantes mixtos, es decir mitad orgánico y mitad químicos ya que existen ciertos microorganismos que no se pueden destruir solo con componentes orgánicos tomando en consideración que deben producir un producto de calidad que no sea perjudicial al consumo humano. Mientras que existen productores que solo utilizan fertilizantes químicos porque de esta manera aseguran la producción y la calidad olvidándose por completo que tienen que velar por la salud del consumidor. Los productores que utilizan fertilizantes orgánicos es una mínima cantidad, son las personas que tienen sus propias huertas y cosechan para consumo familiar. Con el proyecto de la creación de una microempresa que produzca tomate riñón orgánico mejoraría las características del producto y condiciones de vida.

**7. ¿Cuál es el precio de venta por cada caja de tomate riñón?**

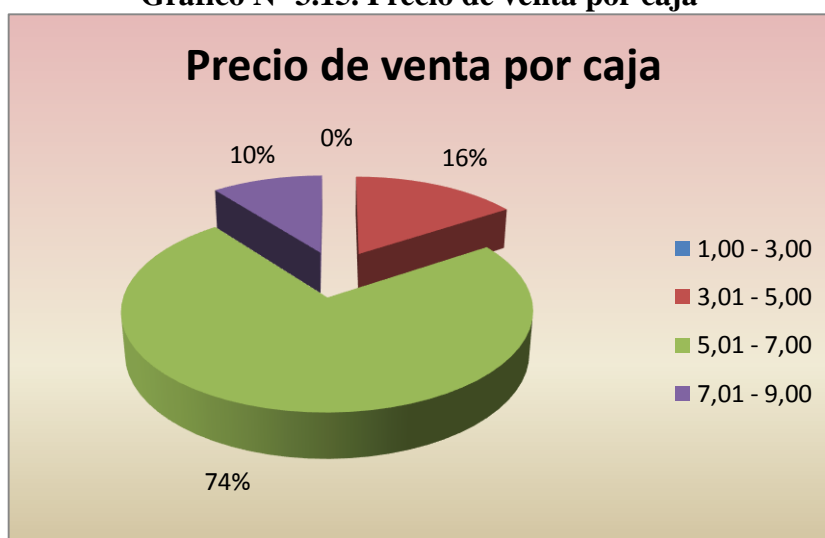
**Cuadro N° 3.17. Precio de venta por caja**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
1,00 – 3,00	0	0
3,01 – 5,00	3	16%
5,01 – 7,00	14	74%
7,01 – 9,00	2	10%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.15. Precio de venta por caja**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Análisis:**

Analizados los resultados de la encuesta la mayoría de productores realizan la venta de la caja de tomate riñón en un precio de venta que depende del tiempo, con las variaciones climáticas, oferta y demanda de este producto; de igual manera no se debe descartar a las otras variables que es un precio de venta muy bajo donde se puede ocasionar pérdidas. Si existe una buena temporada produciría gran rentabilidad para los productores y comercializadores.

## 8. ¿En base a qué aspectos establece el precio?

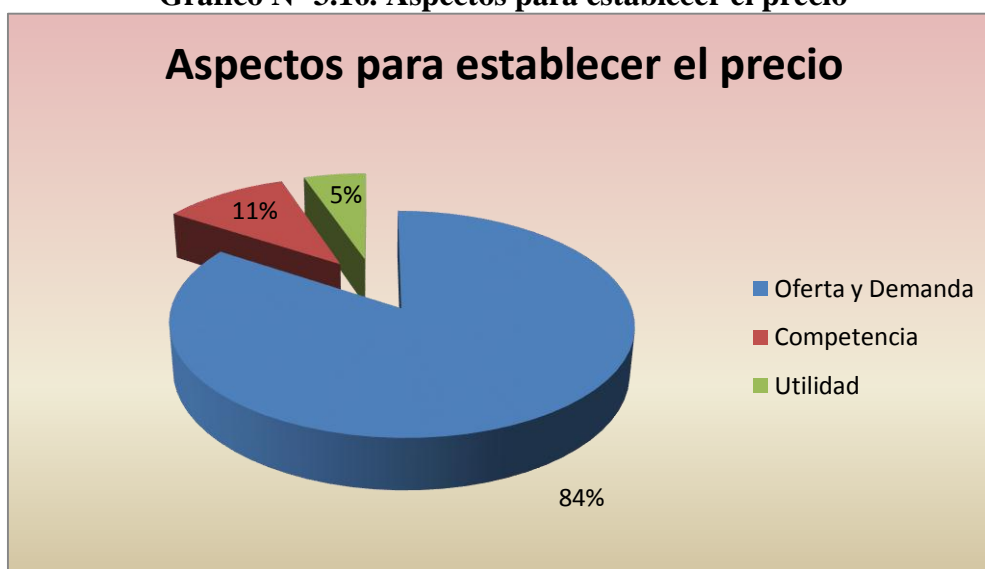
**Cuadro N° 3.18. Aspectos para establecer el precio**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Oferta y Demanda	16	84%
Competencia	2	11%
Utilidad	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.16. Aspectos para establecer el precio**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

### **Análisis:**

La mayoría de las personas encuestadas supieron manifestar que el precio no es fijo existe flexibilidad debido a que se basa en la oferta y demanda del producto en el mercado mientras que en un bajo porcentaje dijeron que el precio es basado en la competencia y utilidad ya que su producción es comercializado por ellos mismo en lugares ya establecidos.

## 9. ¿Su producto es comercializado por medio de?

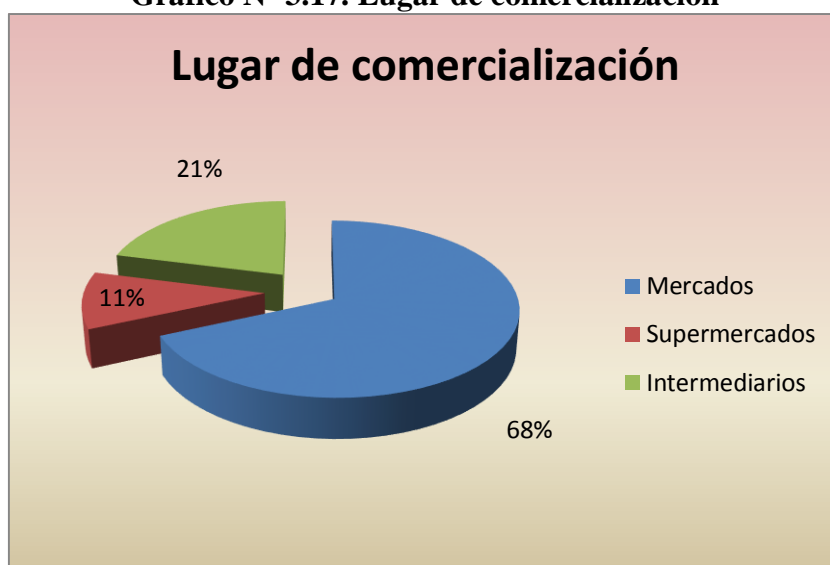
**Cuadro n° 3.19. Lugar de comercialización**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Mercados	13	68%
Supermercados	2	11%
Intermediarios	4	21%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.17. Lugar de comercialización**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

### ANÁLISIS:

La generalidad de los productores entregan directamente el tomate riñón a Supermercados en especial a la empresa Supermaxi en la Ciudad de Quito que requiere producto de primera calidad para ser distribuido al Norte del País por medio de sus sucursales. En menor porcentaje se vende en ferias cercanas de cada Parroquia o Comunidad o directamente al Mercado Mayorista quien distribuye a los demás mercados de la Ciudad de Ibarra.

## 10. ¿Qué cantidad de tomate riñón vende semanalmente?

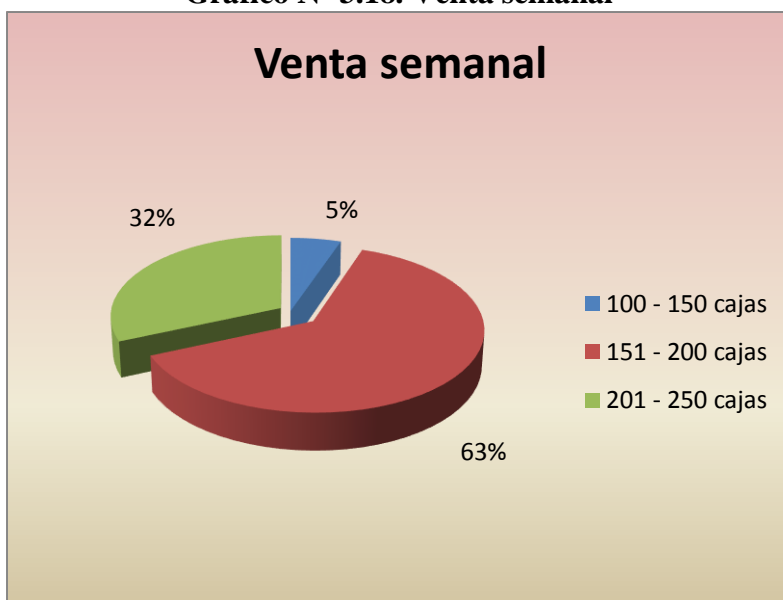
**Cuadro N° 3.20. Venta semanal**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
100 – 150	1	5%
151 – 200	12	63%
201 – 250	6	32%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico N° 3.18. Venta semanal**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

### **Análisis:**

De los resultados obtenidos casi en su totalidad los productores dijeron que en una hectárea de terreno se realizan dos cosechas semanales obteniendo varias cajas las mismas que son comercializados a los mercados, supermercados, e intermediarios quienes se encargan finalmente de llegar a los consumidores, satisfaciendo así sus necesidades.

## ENTREVISTA A MERCADOS, SUPERMERCADOS

### **Cuestionario (Anexo 3):**

Esta entrevista estará dirigida a los administradores de turno en los Mercados y Supermercados de la ciudad de Ibarra entre ellos se identificó al mercado Amazonas, La Playita, Santo Domingo, y Supermercados Supermaxi, Gran Aki, Aki, Súper Tía de Ibarra; donde se analizará aspectos relevantes acerca de la comercialización de tomate riñón orgánico que ofrecen a sus clientes.

Se aplicaron las siguientes preguntas:

#### **1. ¿Qué tipo de productos orgánicos tiene para su comercialización?**

De la entrevista efectuada en los supermercados de la ciudad de Ibarra manifiestan que si poseen productos orgánicos para su comercialización como: la panela, y las hortalizas entre las que tienen son: el tomate riñón, lechuga, brócoli, coliflor, rábano y zanahoria.

Existe plazas de comercialización como el Súper Tía donde no están dispuestos a brindar ningún tipo de información, las personas entrevistadas manifestaron que únicamente se dedican a la atención al cliente siendo un factor negativo para nuestro trabajo investigativo. En cuanto a los mercados el administrador supo manifestar que existen diferentes puestos de verduras y hortalizas pero ninguno de ellos poseen productos orgánicos debidamente certificados.

#### **2. ¿Cuáles son los productos orgánicos de mayor demanda?**

Los datos obtenidos de la entrevista expresan que las hortalizas son los productos orgánicos de mayor demanda entre ellas el tomate riñón y la lechuga debido a que son primordiales en el menú diario de todas las familias.

### **3. ¿Cuáles son sus principales proveedores del producto orgánico?**

Los principales proveedores de productos orgánicos procesados son: Panela Valdez; empresas Hortana, La Huerta, Andean Organics, Ecuorganic quienes proveen de este producto a los supermercados Supermaxi, Gran Aki y Aki.

Se considera también como proveedores mayoristas de hortalizas a los productores de Pimampiro cuyo producto es entregado en la matriz de la ciudad de Quito para que sean ellos quienes efectúen el proceso final con las mejores normas y condiciones de higiene para luego ser distribuidos en el Norte del país.

### **4. ¿Qué cantidad de productos orgánicos vende?**

Los supermercados entrevistados en la ciudad manifiestan que normalmente se vende una cantidad de 150 kilos de productos orgánicos. Y aproximadamente 73 cajas semanales se vende de tomate riñón y su demanda incrementa en los días festivos.

### **5. ¿En base a qué factores usted fija el precio del producto orgánico?**

El precio del producto orgánico se podría fijar en base a la calidad, al tamaño y según la demanda de los productores, pero existen empresas como los supermercados de la ciudad de Ibarra que son quienes establecen un precio dejando margen de beneficio sobre sus ventas, tomando en cuenta la competencia sin perder el precio del mercado.

### **6. ¿Con qué frecuencia adquiere tomate riñón para su comercialización?**

El Supermaxi de la ciudad de Ibarra siempre se encuentra abastecido con la cantidad suficiente de tomate riñón para la comercialización, también para distribuir a los demás supermercados. El Gran Aki y Aki por ejemplo se abastece diariamente de este producto por la gran demanda que tiene y más aún en temporadas festivas.



El administrador de los mercados Amazonas, La playita y Santo Domingo supo manifestar que se abastecen semanalmente (lunes o jueves días de feria) por medio del Mercado Mayorista de la ciudad.

### **7. ¿Qué cantidad adquiere de tomate riñón?**

Quienes están al frente de los supermercados no supieron informar verazmente de qué cantidad exacta de tomate adquieren ya que ellos solo reciben cierto porcentaje de producto desde la ciudad de Quito, pero una vez hecha la investigación a los productores de Pimampiro se pudo verificar que son entregadas aproximadamente 105 cajas semanales de este producto a la empresa.

La cantidad aproximada de tomate riñón que adquieren los mercados de la ciudad es de 540 cajas semanales, las mismas que son distribuidas en los diferentes puestos que están dedicados a esta actividad.

### **8. ¿Está de acuerdo que se cree una pequeña empresa de producción y comercialización de tomate riñón orgánico en la ciudad de Ibarra?**

Tomando en cuenta que es primordial velar por la salud del consumidor y siendo este uno de los objetivos se considera que el proyecto de crear la pequeña empresa de producción y comercialización de tomate riñón orgánico es una propuesta factible por muchas razones: se ofertaría un producto saludable y de buena calidad al consumidor y de igual manera existirían más proveedores.

### **9. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar de tomate riñón orgánico a esta nueva microempresa?**

Los supermercados estarían dispuestos a comprar una cantidad de 6 cajas diarias; mientras que los mercados manifestaron que si el producto tiene las mejores características de calidad adquirirían 150 cajas semanales, una vez probado el

producto y sus resultados son rentables, comprarían una mayor cantidad para satisfacer las necesidades del cliente.

### 3.8. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda es uno de los ejes centrales del estudio de factibilidad ya que determina qué cantidad de productos van a comprar los clientes, y en base a las encuestas realizadas se determinará el consumo actual del tomate riñón y no su consumo histórico ya que no existen datos oficiales para su análisis.

#### 3.8.1 Demanda actual

El comportamiento de la demanda se determinó en base al estudio de mercado que se realizó, tomando como referencia la cantidad de tomate riñón que compran los consumidores, los cuales son los siguientes:

**Cuadro N° 3.21. Demanda actual**

<b>VARIABLE</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>MÍNIMO</b>	<b>MÁXIMO</b>	<b>MEDIA ARITMÉTICA</b>
<b>1 - 3 Unidad</b>	31%	14041	42123	28082
<b>4 - 6 Unidad</b>	53%	96023	144035	120029
<b>7 - 10 Unidad</b>	16%	50729	72470	61600
<b>TOTAL DEMANDA</b>	<b>100%</b>	<b>160794</b>	<b>258629</b>	<b>209711</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

Como segundo paso debemos analizar el periodo de compra de cada consumidor, que a continuación se manifiesta:

**Cuadro N° 3.22. Periodo de Compra de cada Consumidor**

<b>VARIABLE</b>	<b>CONSUMIDOR</b>	<b>%</b>	<b>CONSUMO</b>	<b>DEMANDA ANUAL CAJAS</b>
<b>DIARIO</b>	104	28%	58719	207680
<b>DOS VECES</b>	61	16%	33554	33907
<b>SEMANAL</b>	199	54%	113244	57218
<b>MENSUAL</b>	8	2%	4194	530
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>	<b>209711</b>	<b>299335</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

La demanda anual se calculó tomando en cuenta que cada caja tiene 95 unidades de tomate riñón normal.

### **3.8.2 Proyección de la Demanda**

Para obtener el consumo futuro de tomate riñón se realizó el incremento basado en la tasa de crecimiento poblacional anual del INEC que para la ciudad de Ibarra es de 1,86% (2012).

**Cuadro N° 3.23. Proyección de la Demanda**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>
<b>2012</b>	299335 cajas
<b>2013</b>	304903 cajas
<b>2014</b>	310574 cajas
<b>2015</b>	316351 cajas
<b>2016</b>	322235 cajas
<b>2017</b>	328229 cajas

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

### 3.9. Análisis de la Oferta

La Oferta de tomate riñón en el cantón está representada por los 19 productores que fueron motivo de una encuesta, de los cuales se pudo obtener información y en especial de la producción de tomate riñón semanalmente.

#### 3.9.1. Oferta Actual de Tomate Riñón

Considerando las encuestas dirigidas a los productores mayoritarios del cantón Pimampiro, Ibarra (El Guadual) y Urcuqui se determinó la oferta actual de tomate riñón para el año 2012 de la siguiente manera:

**Cuadro N° 3.24. Oferta Actual de Tomate Riñón**

VARIABLE	%	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA ARITMÉTICA
100 - 150 cajas	5%	95	143	119
151 - 200 cajas	63%	1807	2394	2101
201 - 250 cajas	32%	1222	1520	1371
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>3125</b>	<b>4057</b>	<b>3591</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

En el siguiente cuadro analizamos el periodo de la producción del tomate riñón:

**Cuadro N° 3.25. Oferta Actual de Tomate Riñón**

VARIABLE	PRODUCTORES	%	PRODUCCIÓN	OFERTA ANUAL CAJAS
Semanal	4	21%	754	36192
Dos veces a la semana	13	68%	2442	234432
Quincenal	2	11%	395	9480
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>	<b>3591</b>	<b>280104</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

### 3.9.2 Proyección de la Oferta

La proyección de la producción de tomate riñón u oferta se realizará tomando en cuenta la producción total de los tres cantones de la Provincia, con el incremento de 1,86% crecimiento poblacional, tomando en cuenta que a medida que crece la población las necesidades de alimentación también se incrementan de manera equitativa.

**Cuadro N° 3.26. Proyección de la Oferta**

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA DE TOMATE RIÑÓN</b>
<b>2012</b>	280104 cajas
<b>2013</b>	285314 cajas
<b>2014</b>	290621 cajas
<b>2015</b>	296027 cajas
<b>2016</b>	301533 cajas
<b>2017</b>	307142 cajas

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

### 3.10. Balance Demanda – Oferta

Conciliando tanto la demanda como la oferta se establece la existencia de la demanda insatisfecha, misma que será captada por el proyecto con su nuevo producto en un determinado porcentaje.

**Cuadro N° 3.27. Balance Demanda - Oferta**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2012</b>	299335	280104	19231
<b>2013</b>	304903	285314	19589
<b>2014</b>	310574	290621	19953
<b>2015</b>	316351	296027	20324
<b>2016</b>	322235	301533	20702
<b>2017</b>	328229	307142	21087

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

Comparando la oferta y demanda proyectada se presenta una buena oportunidad para comercializar este producto en diferentes plazas:

**Cuadro N° 3.28. Lugar de Compra**

<b>VARIABLE</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Mercados Locales</b>	160	43%
<b>Micro mercados</b>	47	13%
<b>Supermercados</b>	67	18%
<b>Tiendas</b>	98	26%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

Como se observa en el cuadro anterior la demanda insatisfecha del proyecto se cubrirá como prioridad en los mercados locales y tiendas de la ciudad de Ibarra.

### **3.11. Demanda del Proyecto**

La demanda del proyecto estará primeramente en función de la capacidad de producción, en base al criterio y opinión de los posibles aliados cuya información consta en las entrevistas dirigidas a los mercados y supermercados del Cantón Ibarra, donde se manifiesta a parte de la decisión de compra del producto, la cantidad promedio semanal que estarían dispuestos a adquirir.

La capacidad de producción del proyecto en una extensión de 1 hectárea de terreno será aproximadamente de 8.000 cajas anuales, se estima que el 70% de la producción será entregado a los mercados y el 30% a los supermercados de Ibarra; el cálculo de la oferta del proyecto estará basado a estos valores más el incremento del crecimiento poblacional para cada año de vida útil del proyecto.

**Cuadro N° 3.29. Demanda del Proyecto**

<b>AÑO</b>	<b>MERCADOS</b>	<b>SUPERMERCADOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTO</b>
<b>2013</b>	5.600	2.400	8.000
<b>2014</b>	5.704	2.445	8.149
<b>2015</b>	5.810	2.490	8.300
<b>2016</b>	5.918	2.536	8.454
<b>2017</b>	6.028	2.583	8.611

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

En consecuencia el proyecto estará en capacidad de acaparar el 41,60% de la demanda insatisfecha, es decir; se pretende cubrir las necesidades de alimentación que no han sido satisfechas por el tomate riñón común y que serán complementadas con el tomate riñón orgánico.

### **3.12. Análisis de Precios**

Al nivel de los productores, los precios de las cajas de tomate riñón varían de acuerdo al tamaño, estado y el lugar donde se produce. Para el análisis del precio de la caja de tomate riñón se ha obtenido los siguientes datos del MAGAP.

**Cuadro N° 3.30. Precio Mensual de Tomate Riñón 2012**

<b>MES</b>	<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>PRECIO PROMEDIO MENSUAL</b>
<b>ENERO</b>	Cajas	\$ 8,78
<b>FEBRERO</b>	Cajas	\$12,38
<b>MARZO</b>	Cajas	\$ 8,28
<b>ABRIL</b>	Cajas	\$ 8,00
<b>MAYO</b>	Cajas	\$ 6,40
<b>JUNIO</b>	Cajas	\$ 6,13
<b>JULIO</b>	Cajas	\$ 5,88
<b>AGOSTO</b>	Cajas	\$ 5,33
<b>SEPTIEMBRE</b>	Cajas	\$ 4,86
<b>OCTUBRE</b>	Cajas	\$ 5,80
<b>NOVIEMBRE</b>	Cajas	\$ 7,00
<b>DICIEMBRE</b>	Cajas	\$ 7,50

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Las autoras

### 3.12.1. Precio de Venta

El precio de venta está determinado por el mercado objetivo y la ley de la oferta y la demanda. Para el cálculo de precio de venta se tomará en cuenta el precio promedio de tomate riñón 7,67 cada caja.

El precio por caja en la unidad productiva tiene una ventaja competitiva por la disminución del 5% del valor en el mercado, como una estrategia de introducción.

**Cuadro N° 3.31. Precio de Venta**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
<b>PRECIO PROMEDIO EN EL MERCADO DE TOMATE RIÑÓN</b>	7,67
<b>PRECIO CAJA PRODUCTIVA (-5%)</b>	7,29

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

El precio determinado es de 7,29 dólares por caja de tomate riñón orgánico para producir en el año 2012, el cual no difiere significativamente del precio actual del tomate riñón común, que actualmente adquieren los comerciantes para el desarrollo de su actividad económica.

### 3.12.2. Proyección del Precio

El precio fijado para el año 2012 es de 7,29 dólares la caja. El mismo que tiene un incremento para cada año del 4,15%, corresponde a la media de la inflación de los últimos 5 años según datos obtenidos del INEC.

A continuación se presenta un cuadro que detalla la inflación anual del año 2009 al año 2013 y su media aritmética. En el siguiente cuadro se indica los valores resultantes de la proyección del precio.



**Cuadro N° 3.32. Tasa de Inflación Estimada**

AÑOS	INFLACIÓN	$i = \frac{Q_n}{Q_n} - 1$
2009	4,31	
2010	3,33	-0,22737819
2011	5,41	0,62462462
2012	4,16	-0,2310536
2013	4,33	<b>0,16619283</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

$$0,16619283 / 4 = 0,04154821$$

$$0,04154821 \times 100 = \mathbf{4,15\%}$$

La tasa de inflación que se obtuvo realizando la fórmula es de 4,15%, porcentaje que será utilizado para las proyecciones.

**Cuadro N° 3.33. Proyección del Precio**

AÑO	PRECIO
2012	7,29
2013	7,59
2014	7,91
2015	8,24
2016	8,58
2017	8,94

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

### 3.13. Plan Comercial

Es una herramienta básica e importante al iniciar un negocio, para el proyecto en mención, constituye un instrumento que ayudará a llevar las actividades con seguridad y alcanzar el éxito.

Las estrategias planteadas a continuación serán las guías de acción para satisfacer las necesidades de alimentación de la población a través del nuevo producto.

### **3.13.1. Estrategias de Producto**

➤ Ofrecer un producto elaborado con normas de calidad e higiene, de esta manera se asegurará un consumo sano y seguro.

➤ Dar a conocer el valor nutricional del tomate riñón orgánico, se logrará incentivar el consumo y fidelidad de los clientes.

➤ Promover una alianza de cooperación con las personas dedicadas al cultivo de la materia prima para evitar el desabastecimiento.

### **3.13.2. Estrategias de Precio**

El precio es el valor monetario que el cliente o consumidor final paga por el producto, para el presente proyecto se debe diseñar estrategias que permitan generar confianza y fidelidad en el consumo del tomate riñón orgánico.

La pequeña empresa considera los siguientes aspectos:

✓ Ofrecer un producto de calidad, a bajo costo accesible para todo nivel social, así se podrá mantener una aceptación del mercado.

✓ Se establecerá el precio tomando en cuenta los costos y gastos en que se incurra para su elaboración a los cuales se le incrementará un margen de utilidad razonable.

✓ Se tomará en cuenta los precios establecidos por la oferta y demanda, respetando el precio del tomate riñón común.

### 3.13.3. Publicidad

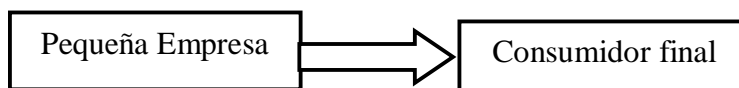
Para el proyecto propuesto se utilizará varias técnicas de publicidad entre las más importantes tenemos.

- ✧ Rotulo publicitario en el lugar de la producción.
- ✧ Publicidad en la página de internet de la Junta Parroquial de la Carolina.
- ✧ Entrega de hojas volantes a los posibles consumidores.
- ✧ Dar a conocer el logotipo de la microempresa en cada caja del producto.

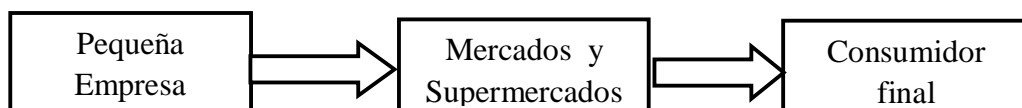
### 3.13.4. Estrategia de Plaza o Distribución

El lugar donde se realizará la venta del producto y los canales que deberá atravesar para llegar al consumidor final son los siguientes:

a) **Canal Directo:** La pequeña empresa se dedicará a vender el producto directamente a los consumidores en los mercados locales de la ciudad y en el lugar de la producción.



b) **Canal Indirecto:** Este tipo de canal se lo utilizará cuando el tomate riñón orgánico sea vendido a los intermediarios, es decir; a los mercados y supermercados, para posteriormente hacerlo llegar al consumidor final.



Las funciones de cada uno de los participantes en la cadena de distribución son las siguientes:

❖ **La pequeña empresa:** Realizará las funciones de producción y cosecha del tomate riñón orgánico, almacenamiento, distribución y venta al consumidor final, mercados y supermercados.

❖ **Mercados:** Formará parte de la cadena de intermediarios y será el lugar a donde acudirán las personas del cantón a adquirir el producto.

❖ **Supermercados:** Serán nuestros posibles aliados más que competidores porque a través de ellos podremos llegar a los consumidores finales tratando de alguna manera evitar el encarecimiento de los precios de venta.

❖ **Consumidor final:** Es toda persona que adquiere el producto para su consumo.

### 3.14 Conclusión General

Del estudio realizado se puede concluir que existe mercado potencial a satisfacer lo cual es adecuado para el proyecto, ya que en la Ciudad de Ibarra existe poca oferta de tomate riñón orgánico, dando lugar a que se pueda ingresar con el producto en una forma positiva cubriendo sus necesidades específicamente de alimentación, tratándose de un producto natural ayudaría a mejorar la calidad de vida de la ciudadanía.

Es importante considerar que para mantenerse y crecer en el mercado, será necesario que el producto, en sus cualidades y características sea de buena calidad y altamente competitivo, para no dejarse desplazar por otros iguales. Consecuentemente es necesario crear la empresa de producción y comercialización de tomate riñón orgánico debido a que se cuenta con un amplio mercado de consumidores y de proveedores.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO - INGENIERÍA DEL PROYECTO**

#### **4.1 Presentación**

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

Todo proyecto, conservando sus características particulares, tiene una configuración individualizada para su producción, lo que hace casi imposible la existencia de proyectos similares desde el punto de vista técnico de su diseño, aunque la secuencia y las características de los procesos sean similares.

Para establecer los diferentes niveles de producción, se debe tomar en cuenta aspectos importantes como son: Diseño del equipo, características de operación, capacidad de procesamiento, recursos necesarios a utilizar, que permita identificar el sector o los sectores en los que se debe ubicar el proyecto.

Luego de haber establecido mediante el estudio de mercado la existencia de demanda potencial a satisfacer y cuál va a ser el número de consumidores a los cuales se les ofertará el producto, es importante la utilización del “know How” o sea el saber cómo hacerlo, con el fin de especificar dónde, cuándo, cuánto, cómo y con que ofrecer el producto, buscando dar un producto de buena calidad y con una elaboración eficiente.

#### **4.2. Localización del Proyecto**

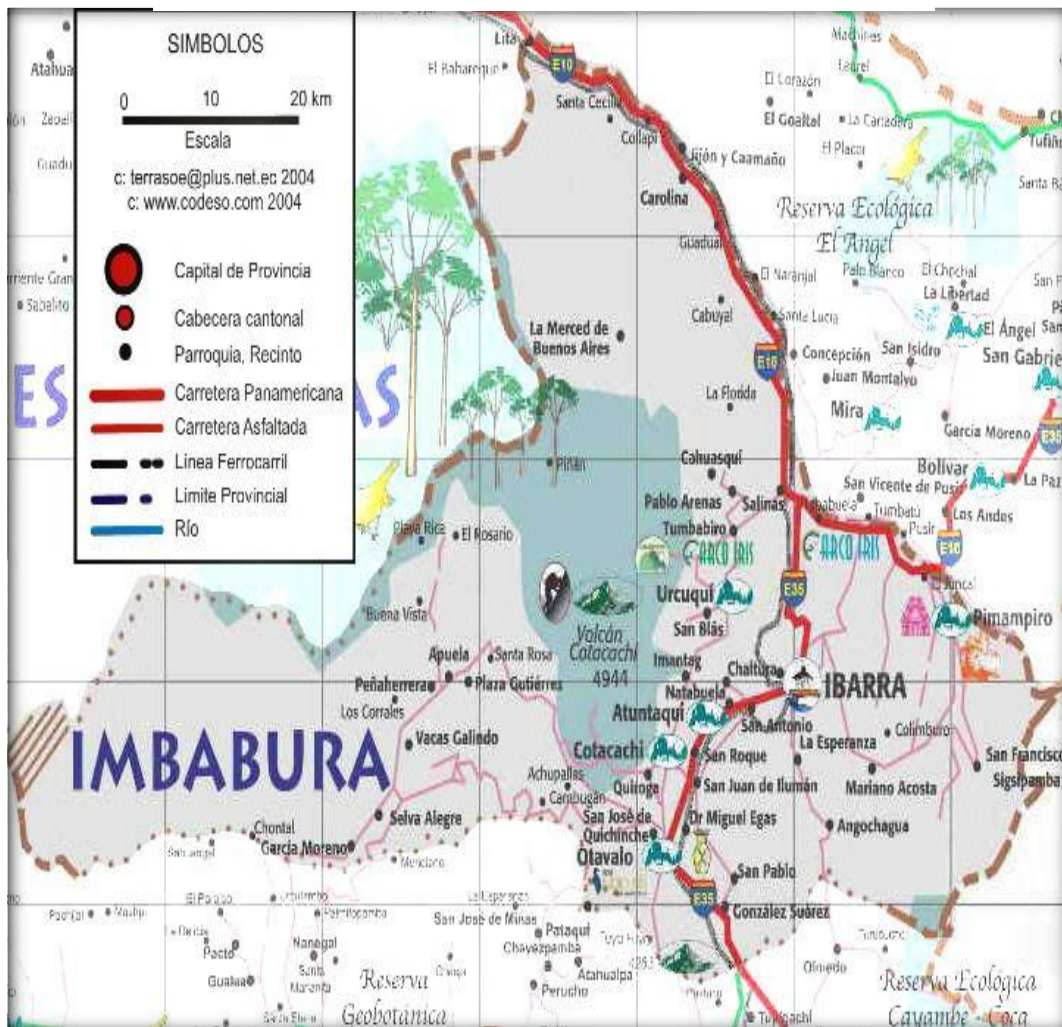
Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis demacro y micro localización a través de métodos cuantitativos y cualitativos, con el fin de

escoger la opción más conveniente que contribuya a una mayor rentabilidad sobre el capital a invertir y una minimización de los costos de producción.

#### 4.2.1. Macro Localización

El proyecto estará ubicado en América del Sur, al norte del territorio Ecuatoriano, en la Región Sierra, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia La Carolina, Comunidad “El Guadual”, esta es una zona de grandes extensiones de terreno, con cultivos propios de la misma, con un clima cálido, y con un suelo muy fértil.

Gráfico N° 4.1. Macro localización



Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Las autoras



#### 4.2.2.1. Ubicación de la Planta

El cultivo del tomate riñón orgánico se lo realizará en la comunidad “El Guadual” parroquia La Carolina. La extensión de terreno es de 1.00 hectárea con un valor de \$10.000 dólares, cuenta con vías de acceso que conducen a la panamericana, esto facilitará el aprovisionamiento de insumos, el acceso a los proveedores, también una adecuada distribución hacia los canales de mercado.

Para determinar la localización óptima del proyecto se ha escogido tres posibles lugares, los cuales mediante un análisis de factores se determinará el lugar estratégico que beneficie a la creación de la microempresa entre los lugares tenemos:

- a) El Guadual
- b) San Pedro de La Carolina
- c) Guallupe

A continuación en la matriz se enumeran los respectivos factores, considerados factibles de su conocimiento y análisis. El método que se utilizará es el cualitativo por puntos:

Niveles de evaluación (escala 1 a 5)

5	→	ÓPTIMO
4	→	MUY BUENO
3	→	BUENO
2	→	REGULAR
1	→	MALO

Factor Comercial.	50%
Factor Legal:	20%
Factor Ambiental:	10%
Factor Geográfico:	10%
Factor Producción:	10%



Cuadro N° 4.1. Ubicación de la Planta

Factores	Ponderación Total	SAN PEDRO		EL GUADUAL		GUALLUPE	
		Calif.	Pond. Pts.	Calif.	Pond. Pts.	Calif.	Pond. Pts.
<b>1. Geográficos</b>							
1.1.Topografía del suelo	1%	4	0,04	3	0,03	3	0,03
1.2.Consistencia del suelo	1%	3	0,03	3	0,03	3	0,03
1.3.Riesgos potenciales	3%	3	0,09	3	0,09	3	0,09
1.4.Disp. Agua	3%	5	0,15	5	0,15	5	0,15
1.5.Disp. Espacio físico	2%	4	0,08	5	0,10	4	0,08
<b>TOTAL</b>	<b>10%</b>	<b>19</b>	<b>0,39</b>	<b>19</b>	<b>0,40</b>	<b>18</b>	<b>0,38</b>
<b>2. Comerciales</b>							
2.1.Posición estratégica	15%	5	0,75	4	0,60	2	0,30
2.2.Usos y costumbres	5%	3	0,15	4	0,20	3	0,15
2.3.Flujo de personas	15%	5	0,75	4	0,60	3	0,30
2.4.Competencia	5%	2	0,10	3	0,15	4	0,20
2.5.Proveedores	10%	3	0,30	5	0,50	4	0,40
<b>TOTAL</b>	<b>50%</b>	<b>18</b>	<b>2,05</b>	<b>20</b>	<b>2,05</b>	<b>16</b>	<b>1,35</b>
<b>3. Producción.</b>							
3.1.Tecnología	2%	3	0,06	4	0,08	4	0,08
3.2.Mano de obra	2%	3	0,06	5	0,10	4	0,08
3.3.Disp. De energía	0,5%	5	0,025	5	0,025	5	0,025
3.4.Gestión de la calidad	0,5%	3	0,015	3	0,015	3	0,015
3.5.Vías de acceso	2%	4	0,08	3	0,06	3	0,06
3.6.Servicios de apoyo	0,5%	3	0,015	3	0,015	3	0,015

<b>3.7 Seguridad</b>	<b>0,5%</b>	<b>4</b>	<b>0,02</b>	<b>4</b>	<b>0,02</b>	<b>4</b>	<b>0,02</b>
<b>3.8. Servicios básicos</b>	2%	5	0,10	4	0,08	3	0,06
<b>TOTAL</b>	<b>10%</b>	<b>30</b>	<b>0,38</b>	<b>31</b>	<b>0,40</b>	<b>29</b>	<b>0,36</b>
<b>4. Ambientales</b>							
<b>4.1.Manejo de desechos</b>	3%	4	0,12	4	0,12	2	0,06
<b>4.2.Contaminación ambiental</b>	2%	3	0,06	3	0,06	3	0,06
<b>4.3.Deforestación</b>	2%	4	0,08	4	0,08	3	0,06
<b>4.4.Pérdida del paisaje</b>	3%	3	0,09	4	0,12	4	0,12
<b>TOTAL</b>	<b>10%</b>	<b>14</b>	<b>0,35</b>	<b>15</b>	<b>0,38</b>	<b>12</b>	<b>0,30</b>
<b>5. Legales.</b>							
<b>5.1.Permiso del HCU</b>	5%	4	0,20	4	0,20	4	0,20
<b>5.2.Ordenanzas municipales</b>	5%	4	0,20	4	0,20	4	0,20
<b>5.3.Permiso sanitario</b>	5%	4	0,20	4	0,20	4	0,20
<b>5.4.Ley de Protección Ambiental</b>	5%	4	0,20	4	0,20	4	0,20
<b>TOTAL</b>	<b>20%</b>	<b>16</b>	<b>0,80</b>	<b>16</b>	<b>0,80</b>	<b>16</b>	<b>0,80</b>
<b>TOTAL FINAL</b>	<b>100%</b>	<b>97</b>	<b>3,97</b>	<b>101</b>	<b>4,03</b>	<b>91</b>	<b>3,19</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Luego de haber efectuado el análisis correspondiente a los lugares se ha determinado que la micro localización del proyecto se realizará en la comunidad “El Guadual”, ya que existe aspectos que benefician para la creación de la microempresa; en este lugar se destaca los factores geográfico, ambiental y de producción ya que poseen un clima cálido y un suelo muy fértil, las vías de comunicación se encuentran en excelentes condiciones las cuales permiten una distribución del producto en forma eficiente.

### **4.3. Tamaño del Proyecto**

#### **4.3.1. Factores para Determinar el Tamaño**

El tamaño del presente proyecto viene determinado por los siguientes factores: demanda, disponibilidad de materia prima, tecnología y financiamiento.

##### **4.3.1.1 La Demanda**

La demanda es uno de los factores más importantes para considerar el tamaño del proyecto. Según el estudio de mercado las posibilidades de introducir el tomate riñón orgánico son bastante buenas, debido a que la demanda del producto por parte de los segmentos de mercado es superior significativamente a la oferta.

**Cuadro N° 4.2. Demanda**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>
<b>2013</b>	8.000
<b>2014</b>	8.149
<b>2015</b>	8.300
<b>2016</b>	8.454
<b>2017</b>	8.611

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las autoras

#### **4.3.1.2. Financiamiento**

La disponibilidad de recursos financieros determina el éxito para la gestión de la microempresa, se deberá realizar un préstamo en alguna financiera que otorga créditos a bajas tasas de interés para el sector agrícola, los asesores de créditos visitan e indican el proceso para adquirir el préstamo que beneficia al agricultor.

#### **4.3.2. Tecnología**

El proyecto necesitará tecnología en cuanto a equipos de computación, software contable, para la producción de tomate riñón orgánico no es necesario equipo o maquinaria sofisticada ya que se basa en procesos convencionales.

#### **4.3.1.2. Disponibilidad de Materia Prima**

En los alrededores del medio existe la cantidad necesaria de materia prima; los diferentes fertilizantes e insumos a utilizarse pueden adquirirse en los almacenes de la ciudad de Ibarra. Se hará una lista de los proveedores de materia prima e insumos considerando la calidad de los mismos y el cumplimiento en las entregas.

Entre la materia prima e insumos a utilizar son:

- Plántulas de calidad
- Insumos crecimiento
- Desinfectantes
- Fertilizantes
- Abono Orgánico

#### 4.3.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra

En cuanto a la mano de obra no es problema, debido que en la zona existe suficiente, se puede contratar por la modalidad jornal para realizar las labores culturales agrícolas, son personas con experiencia en este tipo de cultivo y saben cómo trabajar en actividades agrícolas.

#### 4.4. Capacidad del Proyecto

La capacidad del proyecto depende del presupuesto que la microempresa cuenta para solventar los costos de producción de cultivo, además se considera la demanda que existe en el mercado.

El área para el cultivo de tomate riñón es de una hectárea, el número de plántulas es 24.000, y el horizonte del proyecto es de 5 años.

Para establecer la producción apta para la venta se tomará en cuenta el total de la producción 98% será producto apto para ser comercializado, 2% producto de rechazo. De ahí que el programa de producción de tomate riñón orgánico queda de la siguiente manera:

**Cuadro N° 4.3. Programa de Producción de Tomate Riñón Orgánico**

DESCRIPCIÓN	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Producción Total</b>	100%	8.000	8.149	8.300	8.454	8.611
<b>Apto para la venta</b>	98%	7.840	7.986	8.134	8.285	8.439
<b>No apto para la venta</b>	2%	160	163	166	169	172

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las autoras

#### 4.4. Ingeniería del Proyecto

Para cumplir con la ingeniería del proyecto se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

##### 4.4.1. Distribución de la Planta

Para la construcción de las áreas de la microempresa, se utilizará 200m<sup>2</sup> distribuidas de la siguiente manera:

**Cuadro N° 4.4. Distribución Departamentos (m<sup>2</sup>)**

<b>N°</b>	<b>DISTRIBUCIÓN</b>	<b>ÁREA (m<sup>2</sup>)</b>
<b>1</b>	<b>DPTO. ADMINISTRATIVO</b>	<b>70</b>
<b>2</b>	<b>RECEPCIÓN</b>	<b>25</b>
<b>3</b>	<b>DPTO. DE SELECCIÓN Y EMPACADO</b>	<b>45</b>
<b>4</b>	<b>BODEGA DE INSUMOS Y HERRAMIENTAS</b>	<b>45</b>
<b>5</b>	<b>BAÑOS</b>	<b>15</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>200(m<sup>2</sup>)</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

Las áreas físicas diseñadas están distribuidas de acuerdo a la necesidad que el proyecto requiere.

#### 4.4.2. Diseño de la Planta

Gráfico 4.3. Diseño de la Planta



135

Elaborado por: Las autoras

#### 4.4.1.2. Área de la Plantación

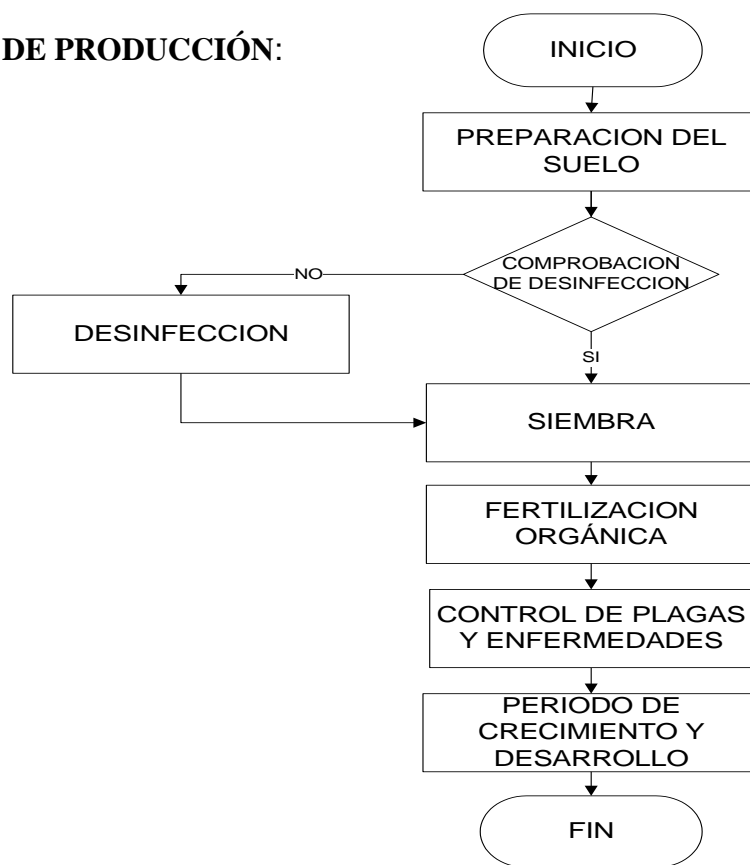
Esta área consta de 9.800 m<sup>2</sup> destinados a la producción de tomate riñón. La siembra de las plantas se realiza considerando un espacio de 25 cm. entre ellas y de 1 m entre camas (hileras), el área se encuentra diseñada especialmente para que las plantas puedan tener espacio suficiente y necesario para desarrollarse en forma óptima.

#### 4.5. Procesos de la Planta

##### 4.5.1. Flujo gramas del Proceso

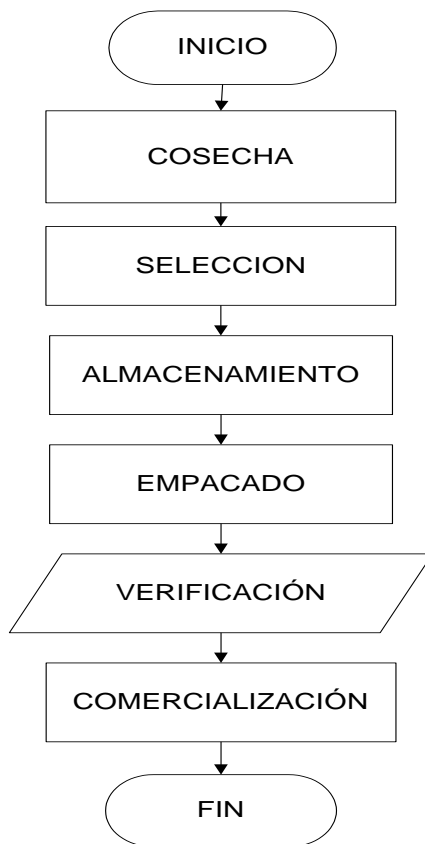
El recurso humano de la empresa, haciendo uso de los recursos materiales y tecnológicos de la misma, deberá seguir los procesos detallados en los siguientes diagramas para llevar a cabo la producción y comercialización de tomate riñón orgánico que se muestra a continuación:

#### PROCESO DE PRODUCCIÓN:





## PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN:



### 4.6. Presupuesto de Inversiones

#### 4.6.1. Inversiones Fijas

La inversión fija consiste en comprar activos fijos que la microempresa necesitará para dar inicio con el desarrollo de las actividades.

##### 4.6.1.1. Terreno

Para llevar a cabo el presente proyecto se aportará como inversión propia una hectárea de terreno valorada en el mercado en \$ 10.000; el precio es establecido por

el departamento de avalúos y catastros rural del Ilustre Municipio de Ibarra (2013), donde el m2 tiene un valor de \$1,00.

**Cuadro N° 4.5 Requerimientos de Terreno**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	C. UNITARIO	TOTAL
<b>Terreno</b>	M2	10.000	1,00	10.000,00

Fuente: Municipio de Ibarra

Elaborado por: Las autoras

#### **4.6.1.2. Infraestructura Civil**

La infraestructura civil será de 200m2 que serán distribuidos en diferentes áreas como: Administrativo 70m2, Recepción 25m2, Selección y empacado 45m2, Bodega de insumos y herramientas con una dimensión de 45m2, y los baños de 15m2; el precio del metro cuadrado construido es de 65,00 dólares.

**Cuadro N° 4.6 Infraestructura Civil**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO m2	TOTAL
<b>Infraestructura civil</b>	M2	200	65,00	13.000,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

#### **4.6.1.3. Vehículo**

Para la comercialización del producto se deberá comprar una camioneta modelo 2011 marca Chevrolet valorada en el mercado en 20.000 dólares, la misma que se utilizará para transportar los productos como para otros requerimientos.

**Cuadro N° 4.7 Vehículo**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Camioneta</b>	1	20.000

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

#### **4.6.1.4. Herramientas de Producción**

Las herramientas que se utilizarán para el proyecto serán adquiridas en diferentes almacenes de la ciudad de Ibarra, las mismas que se detallan a continuación:

**Cuadro N° 4.8. Herramientas**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO U.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Bomba de fumigar</b>	2	23,00	46,00
<b>Carretilla</b>	3	15,00	45,00
<b>Bascula</b>	1	175,00	175,00
<b>Palas aporque n° 2</b>	2	6,15	12,30
<b>Palas recta n° 2</b>	2	1,80	3,60
<b>Tijeras de podar</b>	2	8,00	16,00
<b>Barras de 14 lbs.</b>	2	17,00	34,00
<b>Martillos</b>	2	6,00	12,00
<b>Guantes</b>	6	2,00	12,00
<b>Rastrillo 14 dientes</b>	2	3,00	6,00
<b>Rollo de alambre n° 14</b>	1	65,00	65,00
<b>TOTAL</b>			<b>426,90</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: Las autor

#### **4.6.1.5. Muebles y Enseres**

Para el arreglo de oficinas se adquirirá muebles y enseres que sean necesarios para cada área de trabajo.

**Cuadro N° 4.9. Muebles y Enseres**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO U.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Escritorio ejecutivo</b>	1	218,75	218,75
<b>Archivador</b>	1	158,93	158,93
<b>Sillón ejecutivo</b>	1	98,21	98,21
<b>Sillas visita</b>	9	34,82	313,38
<b>Mesa de madera grande</b>	2	140,00	280,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.069,27</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: Las autoras

#### **4.6.1.6. Equipo de Computación**

Para el buen funcionamiento de la microempresa se adquirirá un computador Intel Dual Core 2.9 Ghz, disco duro 500Gb, monitor de 18,5” LCD LG, Windows 7 Starter.

**Cuadro N° 4.10. Equipo de Computación**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO U.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Computador Intel</b>	1	590,00	590,00
<b>TOTAL</b>			<b>590,00</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: Las autoras

#### **4.6.1.7. Equipo de Oficina**

Se comprará un teléfono PANASONIC inalámbrico digital expandible, modo ecológico con dos bases Modelo: KX-TG4072, una sumadora CANON P20-dh y una impresora multifunción LEXMARK.

**Cuadro N° 4.11. Equipo de Oficina**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Teléfono</b>	1	83,80	83,80
<b>Sumadora</b>	1	34,11	34,11
<b>Impresora Multifunción</b>	1	173,00	173,00
<b>TOTAL</b>			<b>290,91</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: Las autoras

#### **4.6.1.8. Cuadro Resumen Inversiones Fijas**

Finalmente se realiza un cuadro resumen de las inversiones fijas tomando como referencia lo evaluado anteriormente.

**Cuadro N° 4.12. Resumen Inversiones Fijas**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
<b>TERRENO m2</b>	10.000,00
<b>INFRAESTRUCTURA CIVIL m2</b>	13.000,00
<b>VEHÍCULO</b>	20.000,00
<b>HERRAMIENTAS</b>	426,90
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	1.069,27
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	590,00
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	290,91
<b>SUBTOTAL</b>	<b>45.377,08</b>
<b>IMPREVISTOS 2%</b>	<b>907,54</b>
<b>TOTAL</b>	<b>46.284,62</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

#### 4.6.2. Inversiones Diferidas

La inversión diferida representa los gastos que se realizarán para la legalización de la microempresa, donde se tiene que presentar una serie de requisitos para su funcionamiento.

**Cuadro N° 4.13. Inversiones Diferidas**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Estudio de factibilidad	1.200,00
Diseño y adecuación para la construcción	600,00
Trámites de Constitución	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.980,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

#### 4.6.3. Inversión Variable

La inversión variable es el efectivo necesario para la adquisición de materia prima que se utilizará para empezar la producción.

##### 4.6.3.1. Plántulas de Tomate Riñón

**Cuadro N° 4.14. Plántulas de Tomate Riñón**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO U.	TOTAL
Plántulas de tomate riñón	24.000	0,10	2.400,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.400,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

#### 4.7. Capital de trabajo

El capital de trabajo es la inversión de una empresa en activos a corto plazo (efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventarios). En este caso se ha tomado en cuenta los costos operativos de seis meses, tiempo en el cual la empresa espera empezar a vender la producción.

##### 4.7.1. Materia Prima Directa

Los diferentes materiales productivos como: Plántulas de tomate riñón, fertilizantes, fungicidas e insecticidas a utilizarse pueden adquirirse en los almacenes de la Ciudad de Ibarra.

**Cuadro N° 4.15. Materia Prima Directa**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO U.	V. CICLO
<b>DESINFECTANTES DEL SUELO</b>			
<b>TRICIMADE (fundas)</b>	1	3,80	3,80
<b>CURAZATE (libra)</b>	1	5,20	5,20
<b>FERTILIZANTES QUIMICOS</b>			
<b>FURACRON (litro)</b>	1	18,70	18,70
<b>DACONIL (litro)</b>	1	12,00	12,00
<b>ABONO ORGÁNICO</b>			
<b>ECUABONAZA qq</b>	15	23,00	345,00
<b>BOCASHI qq</b>	15	20,00	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>684,70</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

➤ **Materia Prima Indirecta.-** Los insumos que se utilizará en el desarrollo del proyecto son cajas de madera que servirán para transportar el tomate riñón a diferentes

plazas de comercialización, los adhesivos con logotipo se utilizarán para identificar el nuevo producto orgánico.

**Cuadro N° 4.16. Materia Prima Indirecta**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO U.	V. CICLO
Cajas de madera	4.000	0,40	1.600,00
Adhesivos con logotipo (100u)	41	8,00	328,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.928,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.2. Mano de Obra

Los obreros estarán relacionados directamente con la plantación durante la fase de producción agrícola, cosecha y pos cosecha.

**Cuadro N° 4.17. Sueldo Obreros**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO U.	V. MENSUAL	V. CICLO
Obreros	3	318,00	422,89	7.611,97
<b>TOTAL</b>				<b>7.611,97</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

**Cuadro N° 4.18. Mano de Obra Directa**

DESCRIPCIÓN	V. MENSUAL	V. CICLO
SBU MENSUAL	318,00	1.908,00
APORTE PATRONAL	38,64	231,82
DÉCIMO TERCERO	26,50	159,00
DÉCIMO CUARTO	26,50	159,00
VACACIONES	13,25	79,50
<b>TOTAL</b>	<b>422,89</b>	<b>2.537,32</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras



#### 4.8. Gastos Administrativos

Son los gastos que el proyecto tendrá en su desarrollo y los que servirá para poner en marcha a la microempresa.

##### 4.8.1. Sueldos Administrativos

Se identifica sueldos y salarios que el personal administrativo percibirá según el rol de pagos.

**Cuadro N° 4.19. Sueldo Gerente**

DESCRIPCION	V. MENSUAL	V. CICLO
<b>SBU MENSUAL</b>	600,00	3.600,00
<b>APORTE PATRONAL</b>	72,90	437,40
<b>DECIMO TERCERO</b>	50,00	300,00
<b>DECIMO CUARTO</b>	26,50	159,00
<b>VACACIONES</b>	25,00	150,00
<b>TOTAL</b>	<b>774,40</b>	<b>4.646,40</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

**Cuadro N° 4.20. Sueldo Contador**

DESCRIPCION	V. MENSUAL	V. CICLO
<b>SBU MENSUAL</b>	400,00	2.400,00
<b>APORTE PATRONAL</b>	48,60	291,60
<b>DECIMO TERCERO</b>	33,33	200,00
<b>DECIMO CUARTO</b>	26,50	159,00
<b>VACACIONES</b>	16,67	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>525,10</b>	<b>3.150,60</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

**Cuadro N° 4.21. Sueldos Administrativos**

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SUELDO</b>	<b>V.MENSUAL</b>	<b>V. CICLO</b>
<b>Gerente</b>	1	600,00	774,40	4.646,40
<b>Contador</b>	1	400,00	525,10	3.150,60
<b>TOTAL</b>				<b>7.797,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autora

#### **4.8.2. Suministros de Oficina**

Los suministros de oficina que a continuación se detallan se utilizarán para el funcionamiento de la microempresa.

**Cuadro N° 4.22. Suministros de Oficina**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO U.</b>	<b>V. CICLO</b>
<b>Tinta de impresora</b>	2	22,00	44,00
<b>Resma de papel bond 75 g</b>	2	3,98	7,96
<b>Grapadora grande</b>	1	6,43	6,43
<b>Perforadora grande</b>	1	5,81	5,81
<b>Cuaderno académico 100h</b>	2	1,12	2,24
<b>Carpeta plástica</b>	5	0,63	3,15
<b>Caja de esferos BIC</b>	1	5,36	5,36
<b>Caja de lápiz BIC</b>	1	2,20	2,20
<b>Caja de grapas grande</b>	6	1,29	7,74
<b>Caja de clips grande</b>	5	0,31	1,55
<b>Caja de borrador blanco</b>	1	2,36	2,36
<b>Basureros</b>	4	5,00	20,00
<b>TOTAL</b>			<b>108,80</b>

Fuente: Proforma

Elaborado por: Las autoras

### 4.8.3. Gasto Mantenimiento Equipo de Computación

El mantenimiento del equipo de computación será indispensable para que cada una de las máquinas se encuentre actualizada y fuera de amenazas como los virus que se presentan en la actualidad.

**Cuadro N° 4.23. Gasto Mantenimiento de Equipo de Computación**

DETALLE	V. CICLO
<b>Gasto mantenimiento Equipo de Computación</b>	\$ 25,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 25,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

### 4.8.4. Servicios Básicos

Los servicios básicos son indispensables para la realización de las actividades de la microempresa.

**Cuadro N° 4.24. Servicios Básicos**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO U.	V. MENSUAL	V. CICLO
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA kw</b>	30	0,08	2,40	14,40
<b>AGUA m3</b>	10	0,15	1,50	9,00
<b>TOTAL</b>			<b>3,90</b>	<b>23,40</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

Para el cálculo de servicios básicos se ha tomado como referente las tarifas que actualmente se paga de acuerdo a precios por kw y m3 con un incremento anual al porcentaje de inflación.

#### 4.9. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas están básicamente relacionados con aquellas actividades para dar a conocer la existencia de la nueva microempresa, un plan de publicidad en medios de la comunidad y prensa; combustible y mantenimiento del vehículo.

##### 4.9.1. Sueldo en Ventas

Para la comercialización de tomate riñón orgánico se contratará una persona para ventas en diferentes plazas de mercado.

**Cuadro N° 4.25. Sueldo - Vendedor**

DESCRIPCION	V. MENSUAL	V. CICLO
<b>SBU MENSUAL</b>	318,00	1.908,00
<b>APORTE PATRONAL</b>	38,64	231,82
<b>DECIMO TERCERO</b>	26,50	159,00
<b>DECIMO CUARTO</b>	26,50	159,00
<b>VACACIONES</b>	13,25	79,50
<b>TOTAL</b>	<b>422,89</b>	<b>2.537,32</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

**Cuadro N° 4.26. Sueldo en Ventas**

CARGO	CANTIDAD	V. MENSUAL	V. CICLO
<b>VENDEDOR</b>	1	318,00	2.537,32
<b>TOTAL</b>			<b>2.537,32</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

#### 4.9.2. Gasto Publicidad

La publicidad es la forma directa de llegar al consumidor, es un factor indispensable para dar a conocer ampliamente los beneficios que ofrece el nuevo producto.

**Cuadro N° 4.27. Publicidad**

<b>DETALLE</b>	<b>V. MENSUAL</b>	<b>V.CICLO</b>
<b>Publicidad</b>	150,00	900,00
<b>TOTAL</b>		<b>900,00</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.9.3. Gasto Combustible y Mantenimiento

**Cuadro N° 4.28. Gasto Combustible y Mantenimiento**

<b>DETALLE</b>	<b>V. MENSUAL</b>	<b>V.CICLO</b>
<b>Combustible y mantenimiento</b>	120,00	720,00
<b>TOTAL</b>		<b>720,00</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.10. Resumen Capital de Trabajo

Se encuentra presupuestado para seis meses, recursos que se necesita para cubrir el desfase del proyecto hasta que adquiere independencia operativa, es decir genere ingresos de la propia actividad para cubrir sus erogaciones en la producción del tomate riñón orgánico. El capital de trabajo se detalla como sigue:

**Cuadro N° 4.29. Capital de Trabajo**

DESCRIPCIÓN	V. PARCIAL	V. CICLO
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	684,70	
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	7.611,97	
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>	1.928,00	
<b>SUBTOTAL (C.P.)</b>		<b>10.224,67</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>	4.646,40	
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>	108,80	
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	23,40	
<b>MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN</b>	25,00	
<b>SUBTOTAL (G.A.)</b>		<b>4.803,60</b>
<b>GASTO DE VENTAS</b>		
<b>SUELDO EN VTAS</b>	2.537,32	
<b>PUBLICIDAD</b>	900,00	
<b>COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO</b>	720,00	
<b>SUBTOTAL (G.V.)</b>		<b>4.157,32</b>
<b>TOTAL</b>		<b>19.185,59</b>
<b>IMPREVISTOS 2%</b>		383,71
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>19.569,30</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

#### 4.11. Resumen de la Inversión

La inversión total que se necesitará para la producción y comercialización de tomate riñón orgánico es la siguiente:

**Cuadro N° 4.30. Inversión Total**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	46.284,62
<b>ACTIVO VARIABLE</b>	2.400,00
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	1.980,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	19.569,30
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>70.233,92</b>

Elaborado por: Las Autora

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero permitirá determinar si el proyecto planteado es o no factible ejecutarlo, a pesar que se posee un mercado atractivo, es necesario utilizar herramientas de evaluación financiera los mismos que tienen como objeto calcular, estimar o ponderar los beneficios netos que se esperan de la inversión para el proyecto antes mencionado. Para esta unidad productiva se prevé cinco años como horizonte del proyecto.

#### **5.1. Estructura de la Inversión**

La inversión requerida para la microempresa de producción y comercialización de tomate riñón orgánico asciende a un monto de 70.233,92 dólares, el mismo será cubierto por el 43,05% por el capital propio y 56,95% restantes será necesario solicitar un crédito a una financiera, la misma que será analizada antes de solicitar legalmente el crédito, ya que existen muchas financieras que otorgan préstamos a diferentes tasas de interés.

**CUADRO N° 5.1. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>CAPITAL PROPIO</b>	30.233,92	43,05%
<b>CAPITAL FINANCIADO</b>	40.000,00	56,95%
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>70.233,92</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

## 5.2. Ingresos

Los ingresos de la microempresa están representados por la venta del tomate riñón orgánico.

### 5.2.1. Proyección de Ingresos

Antes de realizar la proyección de ingresos se analizará la inflación de los años anteriores mediante la fórmula de tendencia de crecimiento:

**Cuadro N° 5.2. Tasa de Inflación Estimada**

AÑOS	INFLACIÓN	$i = \frac{Q_n}{Q_n} - 1$
2009	4,31	
2010	3,33	-0,22737819
2011	5,41	0,62462462
2012	4,16	-0,2310536
2013	4,33	<b>0,16619283</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

$$0,16619283 / 4 = 0,04154821$$

$$0,04154821 \times 100 = \mathbf{4,15\%}$$

La tasa de inflación promedio de los últimos 5 años es de 4,15%, porcentaje que será utilizado para las proyecciones; tomando en cuenta que para el año 2012 el precio de la caja de tomate riñón es de 7,29 (precio de venta calculado en el estudio de mercado).



**Cuadro N° 5.3. Proyección de Precio**

<b>AÑO</b>	<b>PRECIO</b>
<b>2013</b>	7,59
<b>2014</b>	7,91
<b>2015</b>	8,24
<b>2016</b>	8,58
<b>2017</b>	8,94

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las autoras

La proyección de ingresos se estableció dependiendo del nivel de ventas que se pronostique realizar durante el año, esto se llevara a cabo según la demanda del producto que se encuentre en el mercado y la capacidad de producción de la microempresa.

**Cuadro N° 5.4. Proyección de Ventas**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>PRECIO</b>	<b>VENTAS</b>
<b>2013</b>	8.000	7,59	60.743
<b>2014</b>	8.149	7,91	64.445
<b>2015</b>	8.300	8,24	68.367
<b>2016</b>	8.454	8,58	72.528
<b>2017</b>	8.611	8,94	76.945

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las autoras

Para obtener las ventas anuales se utilizó la demanda del proyecto que se obtuvo al realizar el estudio de mercado por el precio calculado anteriormente, dando como resultado las ventas anuales, las mismas que están representadas en cajas de 95 unidades.

### **5.3. Egresos**

Los egresos son los desembolsos que se realizarán para cubrir los costos de producción, gastos administrativos y ventas, los mismos que serán utilizados para realizar el trabajo en la microempresa.

#### **5.3.1. Costos de Producción**

Los costos de producción serán determinados como el valor que se destina a la compra de insumos, mano de obra y costos indirectos de fabricación. Estos costos se proyectarán

##### **5.3.1.1. Materia Prima Directa**

Los diferentes materiales e insumos como fertilizantes y plaguicidas a utilizarse en la producción han sido proyectados con la tasa de inflación calculada anteriormente que es del 4,15%.

**Cuadro N° 5.5. Proyección de Materia Prima e Insumos**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>V. CICLO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>DESINFECTANTES DEL SUELO</b>						
<b>TRICIMADE (fundas)</b>	3,80	7,60	7,92	8,24	8,59	8,94
<b>CURAZATE (libra)</b>	5,20	10,40	10,83	11,28	11,75	12,24
<b>FERTILIZANTES QUIMICOS</b>						
<b>FURACRON (litro)</b>	18,70	37,40	38,95	40,57	42,26	44,01
<b>DACONIL (litro)</b>	12,00	24,00	25,00	26,04	27,12	28,24
<b>ABONO ORGÁNICO</b>						
<b>ECUABONAZA qq</b>	345,00	690,00	718,67	748,53	779,63	812,02
<b>BOCASHI qq</b>	300,00	600,00	624,93	650,89	677,94	706,10
<b>TOTAL</b>	<b>684,70</b>	<b>1.369,40</b>	<b>1.426,30</b>	<b>1.485,56</b>	<b>1.547,28</b>	<b>1.611,57</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

### 5.3.1.2. Mano de Obra Directa

Para calcular la mano de obra se determinó la tendencia de crecimiento del sueldo básico unificado para el trabajador privado, establecido por el Gobierno y reajustado cada año.

**Cuadro N° 5.6. Sueldo Básico**

<b>AÑO</b>	<b>SUELDO BÁSICO</b>	$i = \frac{Q_n}{Q_n} - 1$
<b>2009</b>	218	
<b>2010</b>	240	0,101
<b>2011</b>	264	0,100
<b>2012</b>	292	0,106
<b>2013</b>	318	0,089
<b>TOTAL</b>		<b>0,396</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

$$0,396 / 4 = 0,099$$

$$0,099 \times 100 = \mathbf{9,90\%}$$

La tendencia de crecimiento dio como resultado 9,90%, porcentaje que será utilizado para la proyección de sueldos de los 3 trabajadores, debido a que los salarios cambian constantemente como se presenta a continuación:

**Cuadro N° 5.7. Proyección - Obreros**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>SBU</b>	318,00	349,48	384,08	422,11	463,90
<b>APORTE PATRONAL</b>	38,64	42,46	46,67	51,29	56,36
<b>FONDOS DE RESERVA</b>		29,12	32,01	35,18	38,66
<b>DÉCIMO TERCER</b>	26,50	29,12	32,01	35,18	38,66
<b>DÉCIMO CUARTO</b>	26,50	29,12	32,01	35,18	38,66
<b>VACACIONES</b>	13,25	14,56	16,00	17,59	19,33
<b>MENSUAL</b>	<b>422,89</b>	<b>493,88</b>	<b>542,77</b>	<b>596,51</b>	<b>655,57</b>
<b>ANUAL</b>	<b>15.223,93</b>	<b>17.779,62</b>	<b>19.539,89</b>	<b>21.474,44</b>	<b>23.600,51</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las autoras

**Cuadro N° 5.8. Mano de Obra**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CICLO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>OBREROS</b>	7.611,97	15.223,93	17.779,62	19.539,89	21.474,44	23.600,51
<b>TOTAL</b>	<b>7.611,97</b>	<b>15.223,93</b>	<b>17.779,62</b>	<b>19.539,89</b>	<b>21.474,44</b>	<b>23.600,51</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las autora

### 5.3.1.3. Costos Indirectos de Fabricación

Comprenden todos los gastos adicionales que se presentan en la producción del tomate riñón orgánico. La proyección se la realizó con la tasa de inflación de 4.15%, calculada anteriormente.

**Cuadro N° 5.9. Proyección Materia Prima Indirecta**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CICLO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>CAJAS DE MADERA</b>	1.600,00	3.200,00	3.332,95	3.471,43	3.615,66	3.765,89
<b>ADHESIVOS CON LOGOTIPO 100u</b>	328,00	656,00	683,26	711,64	741,21	772,01
<b>TOTAL</b>	<b>1.928,00</b>	<b>3.856,00</b>	<b>4.016,21</b>	<b>4.183,08</b>	<b>4.356,88</b>	<b>4.537,90</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

### 5.3.1.4. Resumen Costos de Producción

**Cuadro N° 5.10. Resumen Costos de Producción**

DESCRIPCION	CICLO	1	2	3	4	5
<b>MATERIA PRIMA</b>						
TRICIMADE (fundas)	3,80	7,60	7,92	8,24	8,59	8,94
CURAZATE (libra)	5,20	10,40	10,83	11,28	11,75	12,24
<b>FERTILIZANTES QUIMICOS</b>						
FURACRON (litro)	18,70	37,40	38,95	40,57	42,26	44,01
DACONIL (litro)	12,00	24,00	25,00	26,04	27,12	28,24
<b>ABONO ORGÁNICO</b>						
ECUABONAZA qq	345,00	690,00	718,67	748,53	779,63	812,02
BOCASHI qq	300,00	600,00	624,93	650,89	677,94	706,10
<b>TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	<b>684,70</b>	<b>1.369,40</b>	<b>1.426,30</b>	<b>1.485,56</b>	<b>1.547,28</b>	<b>1.611,57</b>
<b>MANO DE OBRA</b>						
<b>OBREROS</b>	7.611,97	15.223,93	17.779,62	19.539,89	21.474,44	23.600,51
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>	<b>7.611,97</b>	<b>15.223,93</b>	<b>17.779,62</b>	<b>19.539,89</b>	<b>21.474,44</b>	<b>23.600,51</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS FABRICAC</b>						
<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>						
CAJAS DE MADERA	1.600,00	3.200,00	3.332,95	3.471,43	3.615,66	3.765,89
ADHESIVOS CON LOGOTIPO	328,00	656,00	683,26	711,64	741,21	772,01
<b>TOTAL MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>	<b>1.928,00</b>	<b>3.856,00</b>	<b>4.016,21</b>	<b>4.183,08</b>	<b>4.356,88</b>	<b>4.537,90</b>
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS FAB</b>	<b>1.928,00</b>	<b>3.856,00</b>	<b>4.016,21</b>	<b>4.183,08</b>	<b>4.356,88</b>	<b>4.537,90</b>
<b>TOTAL COSTOS PRODUCCION</b>	<b>10.224,67</b>	<b>20.449,33</b>	<b>23.222,13</b>	<b>25.208,52</b>	<b>27.378,59</b>	<b>29.749,97</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

### 5.3.2. Gastos Administrativos

El proyecto contará con el apoyo del personal administrativo, quienes tendrán la facultad de administrar la microempresa para la buena marcha de la misma.

**Cuadro N° 5.11. Proyección Sueldo Administrativo - Gerente**

DESCRIPCION	1	2	3	4	5
<b>SBU</b>	600,00	549,50	603,91	663,70	729,40
<b>APORTE PATRONAL</b>	72,90	66,76	73,37	80,64	88,62
<b>FONDOS DE RESERVA</b>		45,79	50,33	55,31	60,78
<b>DECIMO TERCER</b>	50,00	45,79	50,33	55,31	60,78
<b>DECIMO CUARTO</b>	26,50	29,12	32,01	35,18	38,66
<b>VACACIONES</b>	25,00	22,90	25,16	27,65	30,39
<b>MENSUAL</b>	<b>774,40</b>	<b>759,87</b>	<b>835,10</b>	<b>917,78</b>	<b>1.008,64</b>
<b>ANUAL</b>	<b>9.292,80</b>	<b>9.118,44</b>	<b>10.021,21</b>	<b>11.013,36</b>	<b>12.103,74</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

**Cuadro N° 5.12. Proyección Sueldo Administrativo - Contador**

DESCRIPCION	1	2	3	4	5
<b>SBU</b>	400,00	439,60	483,12	530,96	583,52
<b>APORTE PATRONAL</b>	48,60	53,41	58,70	64,51	70,90
<b>FONDOS DE RESERVA</b>		36,63	40,26	44,25	48,63
<b>DECIMO TERCER</b>	33,33	36,63	40,26	44,25	48,63
<b>DECIMO CUARTO</b>	26,50	29,12	32,01	35,18	38,66
<b>VACACIONES</b>	16,67	18,32	20,13	22,12	24,31
<b>MENSUAL</b>	<b>525,10</b>	<b>613,72</b>	<b>674,48</b>	<b>741,26</b>	<b>814,65</b>
<b>ANUAL</b>	<b>6.301,20</b>	<b>7.364,65</b>	<b>8.093,79</b>	<b>8.895,11</b>	<b>9.775,77</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras



**Cuadro N° 5.13. Sueldos Administrativos**

N°	PERSONAL	1	2	3	4	5
1	GERENTE	9.292,80	9.118,44	10.021,21	11.013,36	12.103,74
1	CONTADOR	6.301,20	7.364,65	8.093,79	8.895,11	9.775,77
	<b>TOTAL</b>	<b>15.594,00</b>	<b>16.483,09</b>	<b>18.115,00</b>	<b>19.908,47</b>	<b>21.879,50</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

### 5.3.2.1. Gastos Suministros de Oficina

Para el adecuado funcionamiento del área administrativa se utilizará los siguientes suministros.

**Cuadro N° 5.13. Proyección Gastos Suministros de Oficina**

DESCRIPCION	1	2	3	4	5
<b>Tinta de impresora</b>	88,00	91,66	95,46	99,43	103,56
<b>Resma de papel bond 75 g</b>	15,92	16,58	17,27	17,99	18,74
<b>Grapadora grande</b>	12,86	13,39	13,95	14,53	15,13
<b>Perforadora grande</b>	11,62	12,10	12,61	13,13	13,67
<b>Cuaderno académico 100h</b>	4,48	4,67	4,86	5,06	5,27
<b>Carpeta plástica</b>	6,30	6,56	6,83	7,12	7,41
<b>Caja de esferos bic</b>	10,72	11,17	11,63	12,11	12,62
<b>Caja de lápiz bic</b>	4,40	4,58	4,77	4,97	5,18
<b>Caja de grapas grande</b>	15,48	16,12	16,79	17,49	18,22
<b>Caja de clips grande</b>	3,10	3,23	3,36	3,50	3,65
<b>Caja de borrador blanco</b>	4,72	4,92	5,12	5,33	5,55
<b>Basureros</b>	40,00	41,66	43,39	45,20	47,07
<b>TOTAL</b>	<b>217,60</b>	<b>226,64</b>	<b>236,06</b>	<b>245,87</b>	<b>256,08</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

### 5.3.2.2. Servicios Básicos

**Cuadro N° 5.14. Proyección Servicios Básicos**

DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
Servicios básicos	46,80	48,74	50,77	52,88	55,08
<b>TOTAL</b>	<b>46,80</b>	<b>48,74</b>	<b>50,77</b>	<b>52,88</b>	<b>55,08</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

### 5.3.2.3. Mantenimiento de Computación

**Cuadro N° 5.15. Proyección Mantenimiento de Computación**

DESCRIPCION	1	2	3	4	5
Mantenimiento equipo de computo	50,00	52,08	54,24	56,49	58,84
<b>TOTAL</b>	<b>50,00</b>	<b>52,08</b>	<b>54,24</b>	<b>56,49</b>	<b>58,84</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

### 5.3.2.4. Resumen Gastos Administrativos

**Cuadro N° 5.16. Resumen Gastos Administrativos**

DESCRIPCION	1	2	3	4	5
Sueldos administrativos	9.292,80	9.118,44	10.021,21	11.013,36	12.103,74
Suministros de oficina	217,60	226,64	236,06	245,87	256,08
Servicios básicos	46,80	48,74	50,77	52,88	55,08
Mantenimiento equipo de computo	50,00	52,08	54,24	56,49	58,84
<b>TOTAL</b>	<b>9.607,20</b>	<b>9.445,91</b>	<b>10.362,28</b>	<b>11.368,60</b>	<b>12.473,73</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

### 5.3.3. Gastos de Ventas

#### 5.3.3.1. Sueldo en Ventas

Para la comercialización de los productos será necesario de una persona encargada de promocionar el producto.

**Cuadro N° 5.17. Proyección Sueldo - Vendedor**

DESCRIPCION	1	2	3	4	5
<b>SBU</b>	318,00	349,48	384,08	422,11	463,90
<b>APORTE PATRONAL</b>	38,64	42,46	46,67	51,29	56,36
<b>FONDOS DE RESERVA</b>		29,12	32,01	35,18	38,66
<b>DECIMO TERCER</b>	26,50	29,12	32,01	35,18	38,66
<b>DECIMO CUARTO</b>	26,50	26,50	29,12	32,01	35,18
<b>VACACIONES</b>	13,25	14,56	16,00	17,59	19,33
<b>MENSUAL</b>	<b>422,89</b>	<b>491,25</b>	<b>539,89</b>	<b>593,34</b>	<b>652,09</b>
<b>ANUAL</b>	<b>5.074,64</b>	<b>5.895,06</b>	<b>6.478,70</b>	<b>7.120,12</b>	<b>7.825,04</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las autoras

**Cuadro N° 5.18. Sueldo en Ventas**

DESCRIPCION	1	2	3	4	5
<b>VENDEDOR</b>	5.074,64	5.895,06	6.478,70	7.120,12	7.825,04
<b>TOTAL</b>	<b>5.074,64</b>	<b>5.895,06</b>	<b>6.478,70</b>	<b>7.120,12</b>	<b>7.825,04</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las autoras

### 5.3.3.2. Publicidad

**Cuadro N° 5.19. Proyección Publicidad**

DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
<b>PUBLICIDAD</b>	1.800,00	1.874,79	1.952,68	2.033,81	2.118,31
<b>TOTAL</b>	<b>1.800,00</b>	<b>1.874,79</b>	<b>1.952,68</b>	<b>2.033,81</b>	<b>2.118,31</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

### 5.3.3.3. Combustible y Mantenimiento Vehículo

**Cuadro N° 5.20. Proyección Combustible y Mantenimiento Vehículo**

DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
<b>COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO</b>	1.440,00	1.499,83	1.562,14	1.627,05	1.694,65
<b>TOTAL</b>	<b>1.440,00</b>	<b>1.499,83</b>	<b>1.562,14</b>	<b>1.627,05</b>	<b>1.694,65</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

### 5.3.3.4. Resumen Gasto de Ventas

**Cuadro N° 5.21. Resumen Gasto de Ventas**

DESCRIPCION	1	2	3	4	5
<b>SUELDO EN VENTAS</b>	5.074,64	5.895,06	6.478,70	7.120,12	7.825,04
<b>PUBLICIDAD</b>	1.800,00	1.874,79	1.952,68	2.033,81	2.118,31
<b>COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO</b>	1.440,00	1.499,83	1.562,14	1.627,05	1.694,65
<b>TOTAL</b>	<b>8.314,64</b>	<b>9.269,67</b>	<b>9.993,52</b>	<b>10.780,98</b>	<b>11.638,01</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

### 5.3.4. Gastos Financieros

#### 5.3.4.1. Financiamiento

Para llevar a cabo el siguiente proyecto se necesita un préstamo de 40.000,00 el mismo que será financiado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 11% (2013).

**Cuadro N° 5.22. Datos del Financiamiento**

<b>PRÉSTAMO</b>	<b>40.000</b>
<b>TIEMPO</b>	<b>5 AÑOS</b>
<b>INTERÉS</b>	<b>11%</b>
<b>PERIODOS DE PAGO</b>	<b>TRIMESTRAL</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

**Cuadro N° 5.23. Amortización**

<b>PERIODO</b>	<b>SALDO INICIAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CUOTA</b>	<b>ABONO CAPITAL</b>	<b>SALDO FINAL</b>
<b>0</b>	40.000,00				40.000,00
<b>1</b>	40.000,00	1.057,20	2.600,67	1.543,47	38.456,53
<b>2</b>	38.456,53	1.016,41	2.600,67	1.584,27	36.872,26
<b>3</b>	36.872,26	974,53	2.600,67	1.626,14	35.246,12
<b>4</b>	35.246,12	931,55	2.600,67	1.669,12	33.577,00
<b>5</b>	33.577,00	887,44	2.600,67	1.713,23	31.863,77
<b>6</b>	31.863,77	842,16	2.600,67	1.758,51	30.105,26
<b>7</b>	30.105,26	795,68	2.600,67	1.804,99	28.300,27
<b>8</b>	28.300,27	747,98	2.600,67	1.852,70	26.447,57
<b>9</b>	26.447,57	699,01	2.600,67	1.901,66	24.545,91
<b>10</b>	24.545,91	648,75	2.600,67	1.951,92	22.593,98
<b>11</b>	22.593,98	597,16	2.600,67	2.003,51	20.590,47

<b>12</b>	<b>20.590,47</b>	<b>544,21</b>	<b>2.600,67</b>	<b>2.056,47</b>	<b>18.534,00</b>
<b>13</b>	18.534,00	489,85	2.600,67	2.110,82	16.423,18
<b>14</b>	16.423,18	434,06	2.600,67	2.166,61	14.256,57
<b>15</b>	14.256,57	376,80	2.600,67	2.223,87	12.032,70
<b>16</b>	12.032,70	318,02	2.600,67	2.282,65	9.750,05
<b>17</b>	9.750,05	257,69	2.600,67	2.342,98	7.407,08
<b>18</b>	7.407,08	195,77	2.600,67	2.404,90	5.002,17
<b>19</b>	5.002,17	132,21	2.600,67	2.468,47	2.533,71
<b>20</b>	2.533,71	66,97	2.600,67	2.533,71	0,00

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las autoras

#### 5.3.4.2. Gasto Interés

**Cuadro N° 5.24. Gasto Interés de la Deuda**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INTERESES</b>	3.979,69	3.273,26	2.489,12	1.618,74	652,64
<b>TOTAL</b>	<b>3.979,69</b>	<b>3.273,26</b>	<b>2.489,12</b>	<b>1.618,74</b>	<b>652,64</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las autoras

### 5.3.4.3. Depreciaciones

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos se tomó como referencia lo establecido en el Reglamento del SRI, depreciaciones de activos fijos.

**Cuadro N° 5.25. Depreciación de Activos Fijos**

<b>ACTIVO FIJO DEPRECIABLE</b>	<b>0</b>	<b>% POR LEY</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>VALOR ACUM.</b>	<b>VALOR RESCATE</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>									
<b>INFRAESTRUCTURA CIVIL</b>	13.000,00	0,05	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	3.250,00	9.750,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	1.069,27	0,10	106,93	106,93	106,93	106,93	106,93	534,64	534,64
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>	590,00	0,33	196,67	196,67	196,67			590,00	0,00
<b>RENOVACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	614,48	0,33				202,78	202,78	405,56	208,92
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	290,91	0,10	29,09	29,09	29,09	29,09	29,09	145,46	145,46
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>15.564,66</b>		<b>982,68</b>	<b>982,68</b>	<b>982,68</b>	<b>988,80</b>	<b>988,80</b>	<b>4.925,65</b>	<b>10.639,01</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>									
<b>HERRAMIENTAS</b>	426,90	0,10	42,69	42,69	42,69	42,69	42,69	213,45	213,45
<b>TOTAL GASTOS PRODUCCIÓN</b>	<b>426,90</b>		<b>42,69</b>	<b>42,69</b>	<b>42,69</b>	<b>42,69</b>	<b>42,69</b>	<b>213,45</b>	<b>213,45</b>

<b>VENTAS</b>									
<b>VEHÍCULO</b>	20.000,00	0,20	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	20.000,00	0,00
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>20.000,00</b>		<b>4.000,00</b>	<b>4.000,00</b>	<b>4.000,00</b>	<b>4.000,00</b>	<b>4.000,00</b>	<b>20.000,00</b>	<b>0,00</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Las autoras

#### 5.3.4.4. Amortizaciones de Activos Diferidos

Cuadro N° 5.26. Amortización Diferida

DESCRIPCIÓN	V. INICIAL	AMORTIZACION ANUAL	1	2	3	4	5
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	1.980,00	20%	396,00	396,00	396,00	396,00	396,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras



### 5.3.5. Resumen de Egresos

**Cuadro N° 5.27. Resumen de Egresos**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN Y DEP.</b>	20.492,02	23.264,82	25.251,21	27.421,28	29.792,66
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DEP.</b>	10.589,88	10.428,59	11.344,97	12.357,40	13.462,53
<b>GASTOS DE VENTAS Y DEP.</b>	12.314,64	13.269,67	13.993,52	14.780,98	15.638,01
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	3.979,69	3.273,26	2.489,12	1.618,74	652,64
<b>GASTO AMORTIZACION DIFERIDOS</b>	396,00	396,00	396,00	396,00	396,00
<b>TOTAL</b>	<b>47.772,25</b>	<b>50.632,34</b>	<b>53.474,83</b>	<b>56.574,40</b>	<b>59.941,83</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

### 5.4. Estados Proforma

Después de haber analizado las inversiones, ingresos y egresos se procedió a estructurar los siguientes balances proforma.

### 5.4.1. Estado de Situación Financiera Inicial

El Estado de Situación Financiera Inicial representa la posición financiera de la microempresa en lo que se refiere a los activos y pasivos con los que da inicio a la actividad.

**Cuadro N° 5.28. Estado de Situación Financiera Inicial**

ACTIVO			PASIVO		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>19.569,30</b>	<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>		<b>40.000,00</b>
Caja - Bancos	19.569,30		Préstamo por pagar	40.000,00	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>46.284,62</b>			
Terreno	10.000,00		<b>PATRIMONIO</b>		<b>30.233,92</b>
Infraestructura	13.000,00		Inversión Propia	30.233,92	
Vehículo	20.000,00				
Equipo de Computación	590,00				
Equipo de Oficina	290,91				
Herramientas	426,90				
Muebles y enseres	1.069,27				
Otros	907,54				
<b>ACTIVO VARIABLE</b>		<b>2.400,00</b>			
Plántulas de tomate riñón	2.400,00				
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		<b>1.980,00</b>			
Gastos de Constitución	1.980,00				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>70.233,92</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>70.233,92</b>

Fuente: Investigación de Campo  
 † Elaborado por: Las autoras

El estado de resultados refleja los ingresos y gastos que la microempresa va teniendo durante su desarrollo definiendo de esta manera la utilidad o perdida que ha logrado el proyecto. El cálculo del impuesto a la renta se lo realizo de acuerdo al Art. 37, Ley Orgánica Régimen Tributario Interno; que establece el 22% para cada año a partir del 2013.

**Cuadro N° 5.29. Estado de Resultados**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS PROYECTADOS</b>	60.743	64.445	68.367	72.528	76.945
<b>(=) TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>60.743</b>	<b>64.445</b>	<b>68.367</b>	<b>72.528</b>	<b>76.945</b>
<b>(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	20.492,02	23.264,82	25.251,21	27.421,28	29.792,66
<b>(=) TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>20.492,02</b>	<b>23.264,82</b>	<b>25.251,21</b>	<b>27.421,28</b>	<b>29.792,66</b>
<b>(=)UTILIDAD BRUTA</b>	<b>40.251,07</b>	<b>41.180,38</b>	<b>43.115,35</b>	<b>45.106,98</b>	<b>47.151,92</b>
<b>(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	10.589,88	10.428,59	11.344,97	12.357,40	13.462,53
<b>(-) GASTOS DE VENTA</b>	12.314,64	13.269,67	13.993,52	14.780,98	15.638,01
<b>(-) GASTOS AMORTIZACIÓN DIFERIDOS</b>	396,00	396,00	396,00	396,00	396,00
<b>(=) TOTAL GASTOS</b>	<b>23.300,53</b>	<b>24.094,26</b>	<b>25.734,49</b>	<b>27.534,37</b>	<b>29.496,54</b>
<b>(=) UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA</b>	<b>16.950,54</b>	<b>17.086,12</b>	<b>17.380,86</b>	<b>17.572,61</b>	<b>17.655,38</b>
<b>(-) GASTOS FINANCIEROS INTERESES</b>	3.979,69	3.273,26	2.489,12	1.618,74	652,64
<b>(=) UTILIDAD PROYECTADA</b>	<b>12.970,85</b>	<b>13.812,86</b>	<b>14.891,74</b>	<b>15.953,86</b>	<b>17.002,74</b>
<b>(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES</b>	1.945,63	2.071,93	2.233,76	2.393,08	2.550,41
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>11.025,22</b>	<b>11.740,93</b>	<b>12.657,98</b>	<b>13.560,79</b>	<b>14.452,33</b>
<b>(-) IMPUESTO A LA RENTA</b>	2.425,55	2.583,00	2.784,76	2.983,37	3.179,51
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>8.599,67</b>	<b>9.157,93</b>	<b>9.873,22</b>	<b>10.577,41</b>	<b>11.272,82</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

### 5.4.3. Flujo de caja

Este estado financiero muestra la dinámica del efectivo en relación a sus entradas y salidas.

**Cuadro N° 5.30. Flujo de Caja**

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	-70.233,92					
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		12.970,85	13.812,86	14.891,74	15.953,86	17.002,74
<b>PRESTAMO</b>	40.000,00					
<b>(+) DEPRECIACIÓN ADMINISTRATIVA</b>		982,68	982,68	982,68	988,80	988,80
<b>(+) DEPRECIACIÓN PRODUCCIÓN</b>		42,69	42,69	42,69	42,69	42,69
<b>(+) DEPRECIACION DE VENTAS</b>		4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
<b>(+) AMORTIZACIÓN DIFERIDA</b>		396,00	396,00	396,00	396,00	396,00
<b>(-) REINVERSIÓN</b>				614,48		
<b>(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJAD</b>		1.945,63	2.071,93	2.233,76	2.393,08	2.550,41
<b>(-) IMPUESTO A LA RENTA</b>		2.425,55	2.583,00	2.784,76	2.983,37	3.179,51
<b>(-) PAGO DE PRESTAMO</b>		6.423,00	7.129,43	6.011,90	8.783,95	9.750,05
<b>(+) VALOR DE RESCATE</b>						34.713,47
<b>(=) FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>	<b>-30.233,92</b>	<b>7.598,05</b>	<b>7.449,87</b>	<b>9.282,69</b>	<b>7.220,95</b>	<b>41.663,72</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

## 5.5. Evaluación Financiera

La Evaluación de Proyectos es una técnica que permite disminuir el riesgo de la inversión, por tal razón es indispensable conocer la tasa y valores que despliegan los indicadores, tales como: VAN, TIR, PRI, C/B.

### 5.5.1. Cálculo del Costo de Oportunidad y la Tasa de Rendimiento Medio

Para calcular el valor ponderado de la inversión financiada se toma la tasa activa referencial, de 8.17% la misma que es proporcionada por el Banco Central del Ecuador, para el año 2013, para la inversión propia se toma como referencia el valor de la tasa pasiva de 4,53%.

**Cuadro N° 5.31. Costo de Oportunidad**

DESCRIPCION	VALOR	%	TASA DE PONDERACION	VALOR PONDERADO
<b>CAPITAL PROPIO</b>	30.233,92	43,05	4,53	1,95
<b>CAPITAL FINANCIADO</b>	40.000,00	56,95	8,17	4,65
<b>TOTAL</b>	<b>70.233,92</b>	<b>100%</b>		<b>6,60</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

El porcentaje del proyecto con relación a la inversión propia y la inversión total, la primera representa el 43,05%; mientras que el capital financiado alcanza el 56,95% para el desarrollo del proyecto. Para calcular el valor ponderado se procede a multiplicar el porcentaje de cada uno de los capitales por las tasas tanto activa como pasiva, según corresponda, dando como resultado el valor ponderado. La suma de los valores ponderados representa el costo de oportunidad de 6,60%.

### 5.5.2. Tasa de Rendimiento Medio

Se procede calcular la tasa de redescuento medio o tasa de rendimiento medio, siendo la misma el valor a aplicarse en la evaluación financiera del proyecto y se obtiene con la fórmula:

$$\text{TRM} = (1 + \text{Ck}) (1 + i) - 1$$

**Datos:**

**Ck** = Costo de Oportunidad = 6,60%

**I** = Inflación = 4,16%

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK}) (1 + \text{I}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,0660) (1 + 0,0416) - 1$$

$$\text{TRM} = (1,1103456) - 1$$

$$\text{TRM} = 0,1103456 \times 100$$

$$\text{TRM} = 11,03456 = 11,03$$

### 5.5.3. Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador muestra el monto de los beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión y considera el valor cronológico del dinero, como su costo de rentabilidad (tasa de Redescuento), al aplicar la fórmula se define los flujos netos de efectivo actualizados y las inversiones actualizadas a la misma tasa, para aplicar esta fórmula primero se despeja la tasa de redescuento según los resultados obtenidos es de 11,03%

$$VAN = -I \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

**Donde:**

**I** = Valor de la inversión

**i** = Tasa de descuento 11,03%

**FNE** = Entradas netas de efectivo

**Cuadro N° 5.32. Valor Actual Neto Positivo**

<b>AÑOS</b>	<b>FNE</b>	<b>FNA (11,03%)</b>
<b>0</b>	-30.233,92	-30.233,92
<b>1</b>	7.598,05	6.842,96
<b>2</b>	7.449,87	6.042,72
<b>3</b>	9.282,69	6.781,09
<b>4</b>	7.220,95	4.750,75
<b>5</b>	41.663,72	24.686,93
<b>VAN</b>		<b>18.870,52</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo a la evaluación realizada en el VAN para el estudio propuesto alcanza 18.870,52; valor que es mayor a cero por tal razón quiere decir que el proyecto es aceptado.

Este indicador representa la rentabilidad del proyecto en términos monetarios a tiempo real.

#### **5.5.4. Tasa Interna de Retorno**

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero.

**Cuadro N° 5.33. Van Positivo y Negativo**

AÑOS	FNE	FNA (11,03%)	FNA (28%)
0	-30.233,92	-30.233,92	-30.233,92
1	7.598,05	6.842,96	5.935,98
2	7.449,87	6.042,72	4.547,04
3	9.282,69	6.781,09	4.426,33
4	7.220,95	4.750,75	2.690,01
5	41.663,72	24.686,93	12.125,74
<b>VAN</b>		<b>18.870,52</b>	<b>-508,82</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las autoras

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

**Donde:**

**Ti** = Tasa Inferior

**Ts** = Tasa Superior

**VAN Ti** = Valor presente neto de la tasa inferior

**VAN Ts** = Valor presente neto de la tasa superior

$$TIR = 0,1103 + (0,28 - 0,1103) \frac{18.870,52}{18.870,52 - (-508,82)}$$

$$TIR = 0,1103 + 0,1697 \frac{18.870,52}{19.379,34}$$

$$TIR = 0,1103 + 0,1697(0,973744203)$$

$$TIR = 0,1103 + 0,165244391$$

$$TIR = 0,275544391 = 27,55\%$$

La tasa interna de retorno que se obtuvo indica la rentabilidad del proyecto, en este caso del 27,55%; por tanto el proyecto se lo considera factible ya que es mayor que la tasa de rendimiento medio.



### 5.5.5. Sensibilidad de la Tasa Interna de Retorno

Disminuyendo las ventas en 11%

**Cuadro N° 5.34. Disminución de Ventas 11%**

AÑO	FNE	FNA (11,03%)	FNA (15%)
0	-30.233,92	-30.233,92	-30.233,92
1	3.114,60	2.805,07	2.708,35
2	2.749,88	2.230,47	2.079,30
3	3.682,24	2.689,91	2.421,13
4	1.931,47	1.270,73	1.104,32
5	36.052,15	21.361,92	17.924,29
<b>VAN</b>		<b>124,18</b>	<b>-3.996,53</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las autoras

**VAN = 124,18**

**TIR = 11,15%**

Disminuyendo las ventas en 12%

**Cuadro N° 5.35. Disminución de Ventas 12%**

AÑO	FNE	FNA (11,03%)	FNA (13%)
	-30.233,92	-30.233,92	-30.233,92
1	2.668,74	2.403,52	2.361,72
2	2.270,93	1.841,99	1.778,47
3	3.172,12	2.317,26	2.198,44
4	1.388,97	913,82	851,88
5	35.475,97	21.020,51	19.254,93
<b>VAN</b>		<b>-1.736,81</b>	<b>-3.788,47</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las autoras

**VAN = - 1.736,81**

**TIR = - 11%**

Al disminuir las ventas en un 12% el proyecto es riesgoso, ya que el TIR se encuentra en condiciones inaceptables o sea menor al TRM y el TIR como el VAN son negativos.

### 5.5.6. Período de recuperación de la inversión

Este indicador de evaluación financiera determina el tiempo de recuperación de la inversión del proyecto; mismo que toma en cuenta los flujos de caja proyectados, para efectos del proyecto es aceptable, por cuanto menor sea el tiempo de recuperación más garantizada es la inversión.

#### PRI con valores corrientes

**Cuadro N° 5.36. PRI con Valores Corrientes**

AÑOS	CAPITAL	FNE	RECUPERACION DE CAPITAL
1	30.233,92	7.598,05	7.598,05
2		7.449,87	7.449,87
3		9.282,69	9.282,69
4		7.220,95	5.903,31
5		41.663,72	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

$$(7.598,05 + 7.449,87 + 9.282,69) / 41.663,72 = 0,583975938$$

$$0,583975938 + 4 (\text{Periodo}) = 4,583975938 = 4 \text{ meses}$$

$$0,583975938 \times 30 \text{ días} = 17,51927816 = 17 \text{ días}$$

$$7.598,05 + 7.449,87 + 9.282,69 + 5.903,31 = 30.233,92$$

La inversión se recuperará en 4 años, 4 meses, 17 días.

## PRI con valores constantes

**Cuadro N° 5.37. Flujo Deflactado**

AÑOS	FNE	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	7.598,05	0,90	6.842,96
2	7.449,87	0,81	6.042,72
3	9.282,69	0,73	6.781,09
4	7.220,95	0,66	4.750,75
5	41.663,72	0,59	24.686,93

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

**Cuadro N° 5.38. PRI con Valores Constantes**

AÑOS	CAPITAL	FNE	RECUPERACION DE CAPITAL
1	30.233,92	6.842,96	6.842,96
2		6.042,72	6.042,72
3		6.781,09	6.781,09
4		4.750,75	4.750,75
5		24.686,93	5.816,41

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

$$(6.842,96 + 6.042,72 + 6.781,09 + 4.750,75) / 24.686,93 = 0,989086937$$

$$0,989086937 + 4 (\text{Periodo}) = 4,989086937 = 4 \text{ meses}$$

$$0,989086937 \times 30 \text{ días} = 29,67260814 = 29 \text{ días}$$

$$6.842,96 + 6.042,72 + 6.781,09 + 4.750,75 + 5.816,41 = 30.233,92$$

La inversión se recuperará en 4 años, 4 meses, 29 días.

Este indicador de evaluación financiera determinó el tiempo de recuperación de la inversión del proyecto en un tiempo de 4 años, 4 meses; mismo que toma en cuenta los flujos de caja proyectados, para efectos del proyecto es aceptable por cuanto menor sea el tiempo de recuperación más garantizada es la inversión de un proyecto.

#### 5.8.4. Costo Beneficio

Es la relación de los flujos de efectivos positiva con los flujos de efectivos negativos. Mismos que sirven para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos.

**Cuadro N° 5.39. Costo Beneficio**

AÑOS	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZ.	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZ.
1	60.743	54.706,47	47.772,25	43.024,66
2	64.445	52.272,62	50.632,34	41.068,77
3	68.367	49.942,38	53.474,83	39.063,83
4	72.528	47.717,16	56.574,40	37.220,93
5	76.945	45.591,84	59.941,83	35.517,23
		<b>250.230,47</b>		<b>195.895,43</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{150.230,47}{195.895,43}$$

$$\frac{B}{C} = 1,277367573 = 1,28$$

Se puede notar que el retorno de los ingresos es favorable y la inversión es atractiva; el resultado es de 1,28 lo cual demuestra que el proyecto es viable ya que

supera a 1, por lo que teóricamente cuando es mayor a 1 los proyectos son factibles, lo que significa que por cada dólar invertido se genera \$0,28 centavos de beneficio.

### 5.8.5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio tiene como objetivo principal determinar la situación económica de la microempresa; es decir, si existe pérdida o ganancia y que resultados está obteniendo.

La técnica de análisis del punto de equilibrio permite estudiar la relación entre los costos fijos, costos variables y las ventas.

El punto de equilibrio solo es aplicable para el año 1, dado que en los demás años no va a ser real. A continuación se detalla el cálculo del punto de equilibrio en unidades, por productos vendidos, punto de equilibrio en dólares y en porcentaje de producción:

**Cuadro N° 5.40. Ingresos del Proyecto**

INGRESOS	VOLUMEN	PRECIO PROMEDIO	TOTAL INGRESOS
<b>Ventas Tomate Riñón Orgánico ( cajas)</b>	8.000	7,59	60743,09146

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

**Cuadro N° 5.41. Costos Fijos**

COSTOS	FIJOS
<b>Gastos Administrativos</b>	9.607,20
<b>Gastos de Ventas</b>	8.314,64
<b>Gastos Financieros</b>	3.979,69
<b>Depreciaciones</b>	5.025,37
<b>TOTAL</b>	<b>26.926,91</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

**Cuadro N° 5.42. Costos Variables**

<b>COSTOS</b>	<b>VARIABLES</b>
<b>Costos de Producción</b>	20.449,33
<b>TOTAL</b>	<b>20.449,33</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las autoras

### 5.8.5.1. Punto de Equilibrio en Unidades

$$PEu = \frac{CF}{P - CVu}$$

$$CVu = \frac{CVT}{VENTAS} = \frac{20.449,33}{8.000,00} = 2,55616625 = 2,56$$

$$PEu = \frac{26.926,91}{7,59 - 2,56} = \frac{26.926,91}{5,03} = 5.353,262 = 5.353 \text{ cajas}$$

Para cubrir el costo total generado en la microempresa, se debe producir y vender 5.353 cajas de tomate riñón orgánico.

### 5.8.5.2. Punto de Equilibrio en Dólares

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CVu}{P}}$$

$$PE\$ = \frac{26.926,91}{1 - \frac{2,56}{7,59}} = \frac{26.926,91}{0,662714} = 40.631,27 \text{ Dólares}$$

De acuerdo a los cálculos realizados se puede determinar que para cubrir los costos totales de la microempresa se debe obtener ingresos por un valor de 40.631,27 dólares anuales.

### 5.8.5.3. Punto de Equilibrio en Porcentaje

$$PE = \frac{CF}{I - (CVu \times Q)} \times 100$$

$$PE = \frac{26.926,91}{60.720 - (2,56 \times 8.000)} = \frac{26.926,91}{40.240} = 0,669158 = 67\%$$

En base a los cálculos realizados se puede determinar que la microempresa, llega a un punto de equilibrio con el 67% de la capacidad real de producción, el 33% restante representaría la ganancia.





## **CAPITULO VI**

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL**

Se detalla todos los aspectos que tienen relación con la estructura de la organización funcional de la microempresa.

#### **6.1. Aspectos Filosóficos de la Microempresa**

##### **6.1.1. Nombre de la Microempresa**

***"ORGANIC EL GUADUAL"***

La denominación social que se ha escogido para la microempresa tiene como finalidad ser identificada en la mente de los consumidores de tomate riñón, debido a que expresa beneficios nutricionales, tipo de producto que se va a obtener y comercializar.

##### **6.1.2. Logotipo**

**Gráfico N° 6.1. Logotipo**



### **6.1.3. Misión**

Promover el desarrollo y crecimiento de la producción de tomate riñón orgánico, para satisfacer gustos y preferencias de los consumidores, generando nuevas expectativas en el consumo.

### **6.1.4. Visión**

En los próximos cinco años lograr el liderazgo en la producción de tomate riñón orgánico en la zona de influencia del proyecto, ofertando producto de calidad garantizada y oportunidad de abastecimiento.

### **6.1.5. Valores Corporativos**

Los valores corporativos que regirán el actuar de la microempresa "ORGANIC EL GUADUAL" serán los siguientes:

**6.1.5.1. Respeto:** Respetar la opinión de todos los que integramos "ORGANIC EL GUADUAL", valorar las ideas de los demás y considerar su dignidad.

**6.1.5.2. Liderazgo:** Ser líder positivo para lograr el cumplimiento de objetivos.

**6.1.5.3. Compromiso:** Estar consciente de la obligación contraída al aceptar el cargo, no solo con la empresa sino con la sociedad a la cual se ofrece el producto.

**6.1.5.4. Trabajo en equipo:** Valoramos el aporte brindado por cada miembro de equipo, trabajamos de forma global y comprometida para alcanzar metas en común.

**6.1.5.5. Responsabilidad:** Pensamos en el cumplimiento de las funciones, dentro de la autoridad asignada, nos comprometemos con la sociedad y el afán de servicio a los demás, asumimos y reconocemos las consecuencias de nuestras acciones.

### **6.1.6. Objetivos de la Microempresa**

**6.1.6.1.** Cumplir en forma permanente con la defensa y protección del medio ambiente.

**6.1.6.2.** Ser un ejemplo de emprendimiento para lograr una rentabilidad adecuada en el cultivo de tomate riñón orgánico.

**6.1.6.3.** Ofertar al mercado un producto saludable y de calidad.

**6.1.6.4.** Colaborar con el desarrollo micro empresarial del sector.

**6.1.6.5.** Desarrollar estrategias de comercialización para la venta del producto en condiciones óptimas.

**6.1.6.6.** Promover la eficiencia en la realización de todas las actividades, que permita una utilización óptima de los recursos y una reducción de costos.

**6.1.6.7.** Asegurar la satisfacción de los clientes en cuanto al cumplimiento ofrecido por la microempresa.

### **6.1.7. Políticas de la Microempresa**

Entre las políticas de la microempresa "ORGÁNIC EL GUADUAL" se destaca las siguientes:

#### **6.1.7.1. Políticas Administrativas**

- a) Se empleará preferencia a profesionales, los cuales tengan experiencia laboral en el área que se vaya a contratar.
- b) Realizar capacitaciones permanentes al personal que labora en la microempresa.
- c) Considerar las opiniones creativas e ideas innovadoras del personal para tomar mejores decisiones.
- d) Todo el personal de la microempresa deberá llevar el uniforme respectivo de trabajo.
- e) El personal debe respetar el horario de trabajo, tanto a la hora de llegada y salida.
- f) No hacer uso de nepotismo.

#### **6.1.7.2. Políticas Financieras**

- a) Optimizar los recursos económicos al máximo con el fin de obtener disminución de desperdicio de materias primas y eliminación de tiempo ocioso.
- b) Mantener un porcentaje de utilidad considerable.
- c) Presupuestar las actividades anuales de la microempresa, a nivel de todos los departamentos.

#### **6.1.7.3. Políticas de Mercadeo**

- a) Manejar precios competitivos.
- b) Garantizar la entrega de un producto de calidad en el tiempo establecido.

- c) La comercialización se realizará directa y con intermediarios.
- d) Tomar en cuenta la opinión y sugerencia del cliente.
- e) Mostrar amabilidad en el trato a los clientes.

#### **6.1.8. Estrategias de la Empresa**

##### **6.1.8.1. Estrategias de Ventaja Competitiva**

- a) Relación directa con proveedores de materias primas.
- b) Automatización de los procesos de producción.
- c) Capacidad para reducir precios.
- d) Atención personalizada al cliente.
- e) Producción a tiempo para cumplir con lo solicitado en el tiempo programado.
- f) Capacitación permanente.

##### **6.1.8.2. Estrategias de Crecimiento**

- a) Concentrarse en nuevos segmentos de mercado.
- b) Facilitar el acceso a nuevas técnicas de producción y utilización de abono orgánico.
- c) Programar actividades que eviten desperdicio de tiempo y materia prima.

### **6.1.8.3. Estrategias de Publicidad**

- a) Imprimir material publicitario que se reparta a la población de la ciudad para que conozca en qué lugar adquirir el producto.
- b) Asistir a ferias y exposiciones auspiciadas por los organismos seccionales de la ciudad como: Municipio de Ibarra, Gobierno Provincial, SECAP.

### **6.1.8.4. Estrategias de Plaza y Distribución**

- a) Realizar ventas directas en la microempresa y a intermediarios.
- b) Realizar investigaciones de distribución periódica para mantener satisfecha a la demanda.
- c) Optimizar los recursos con que cuenta la microempresa para llegar a tiempo a los lugares de pedido del producto.

### **6.1.8.5. Estrategias de Servicio al Cliente**

- a) Capacitar al personal de ventas en servicio al cliente y calidad total para atender de manera correcta.
- b) Incentivar y respetar los derechos del trabajador para que se sienta satisfecho de pertenecer a la microempresa y por ende hable bien de la misma.
- c) Buscar sobre todo la satisfacción del cliente.

## **6.2. Aspectos Legales**

La microempresa es la unidad de producción económica legalmente constituida por una serie de elementos personales y materiales, los mismos que están asentados en un lugar determinado para obtener un bienestar económico, ofreciendo bienes o servicios para satisfacer las necesidades del consumidor, excepto las asociaciones y fundaciones que no tienen fines de lucro y buscan satisfacer las necesidades de la comunidad. Todas las actividades que se desarrollan en los diferentes ámbitos, deben funcionar bajo un marco legal, por lo tanto la microempresa ORGANIC "EL GUADUAL" cumplirá con todas las normas y permisos que exigen los organismos públicos y privados, para su funcionamiento.

### **6.2.1. Registros Legales**

La microempresa poseerá todos los documentos que implica la constitución de este tipo de microempresas, para ello se procederá a la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), Patente Municipal, Permiso Sanitario de Funcionamiento y Cuerpo de Bomberos.

#### **6.2.1.1. Minuta de Constitución**

Mediante un escrito redactado por un abogado se establece el pacto social de la organización, el mismo que incluye los siguientes procedimientos.

- a)** Redacción de estatutos
  
- b)** Designación de representante legal
  
- c)** Duración de los cargos del representante legal y sus dependencias
  
- d)** Delimitación de funciones

#### **6.2.1.2. Escritura Pública**

Mediante escritura pública elaborada por el notario público se registra la minuta de constitución con sus respectivos estatutos los mismos que regirán los procedimientos administrativos, financieros, productivos y de comercialización.

#### **6.2.1.3. Inscripción en el Registro**

El notario, luego de la escritura pública que ha sido suscrita por los accionistas, elabora las partes y envía a los registros públicos para su debida inscripción y registro.

#### **6.2.1.4. Representante Legal**

Puede ser ocupado por cualquier accionista, generalmente esta designación recae sobre el gerente.

#### **6.2.1.5. Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

El Ministerio de Finanzas, a través del Servicio de Rentas Internas (SRI), se obtiene el Registro Único de Contribuyentes (RUC), es una obligación que debe cumplir todas las personas naturales o jurídicas que realizan actividades económicas en el país, en forma permanente u ocasional, que sean sujetos de obligaciones tributarias.

El plazo para inscribirse es de treinta días contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

Para la obtención de este documento se necesita los siguientes requisitos:

- a) Cédula y certificado de votación del representante legal



b) Certificado o nombramiento del representante legal

c) Estatutos

d) Recibo de pago agua, luz o teléfono

e) Escritura Pública

#### **6.2.1.6. Patente Municipal**

Es un comprobante de pago emitido por el Municipio, que corresponde a la cancelación anual del impuesto que se grava a toda persona natural o jurídica que opere en el cantón. Los requisitos son los siguientes:

a) RUC original y copia

b) Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación.

c) Pago del impuesto predial donde se ubica la actividad productiva.

#### **6.2.1.7. Permiso Sanitario**

Es un documento emitido por el Municipio para el funcionamiento de: mercados, supermercados, micros mercados, tiendas, abarrotes, locales de abasto, consignación de víveres y frutas, vendedores ambulantes y estacionarios, bares, restaurantes, salones de belleza, entre otros. Para obtener este permiso hay que realizar el siguiente trámite en la Dirección Provincial de Salud de Ibarra:

a) Realizar una solicitud dirigida a la Directora, de la instalación del local o negocio.

**b)** La dirección ordena a los inspectores del Centro de Salud N° 1 que realicen la inspección del local y emiten un informe indicando las mejoras y requisitos que faltan por cumplir. Uno de los requisitos es realizar exámenes médicos de los trabajadores.

**c)** Realiza otra inspección para verificar el cumplimiento de las excepciones del primer informe en caso de haber existido.

**d)** Realiza un informe el inspector de salud de control sanitario sobre el cumplimiento de requisitos para la actividad.

**e)** Retirar orden de pago en la Dirección Provincial de Salud.

Adjuntar a este trámite los siguientes documentos:

**f)** Comprobante de pago de tasa del permiso sanitario.

**g)** Pago de Patente.

**h)** Copia del RUC.

**i)** Permiso sanitario del año anterior (existente).

**j)** Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación del propietario.

**k)** Certificado de salud de todo el personal (Centro de Salud N° 1).

**l)** Entrega del documento del permiso sanitario (permiso anual).

#### **6.2.1.7. Permiso de Funcionamiento**

Permite el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario, tiene que cumplir ciertas normas impuestas por la Dirección Provincial de Salud de Ibarra, que anteriormente ya se mencionó, para la obtención de este permiso. Se requiere los siguientes documentos:

- a) Documento del permiso sanitario.
- b) Llenar formulario.
- c) Entrega del documento del permiso de funcionamiento (Comisaría Municipal).

#### **6.2.1.8. Cuerpo de Bomberos**

Le da derecho al dueño a reclamar el seguro contra incendios, en caso de siniestros. Los requisitos son:

- a) Permiso de funcionamiento de la microempresa.
- b) Conducir a los inspectores al lugar para verificar medidas de seguridad.
- c) Copia de la cédula.
- d) Llenar formulario (especificar bien la dirección).
- e) Cancelar cuotas mensuales.

### **6.3. Código de Ética de la Microempresa**

#### **6.3.1. Directivos y Administrativos**

En el contexto de funcionamiento de la microempresa se hace indispensable implementar este código, como parámetros de ayuda en función a la labor que realizan, generando un buen ambiente de trabajo y estabilidad emocional necesaria en todo ser humano.

- Realizar un ejercicio profesional, ético y responsable de su actividad.
  
- Cumplir y hacer cumplir el Código Ético de la empresa y para ello darlo a conocer y establecer los mecanismos adecuados para garantizar su aplicación.
  
- Informar todo aquellos aspectos que de noten cualquier anomalía que este fuera del normal desenvolvimiento de la microempresa.
  
- Cumplir y hacer cumplir las normas y principios de contabilidad generalmente aceptados y establecer los sistemas internos y externos de control y gestión de riesgos adecuados a las características de la empresa.
  
- Mantener los libros y registros de la empresa con exactitud y honestidad, de modo que permitan la obtención de información y la toma de decisiones de forma consciente y responsable.
  
- Facilitar a los auditores, externos e internos de la empresa toda la información y explicaciones que requieran para la realización de su trabajo.

#### **6.3.2. En Relación con los Empleados de la Empresa:**

Todo el personal de la microempresa debe respetar los siguientes principios y basar su labor de producción en el presente código.

- Tratar con dignidad, respeto y justicia a los empleados, teniendo en consideración su diferente sensibilidad cultural.
  
- No discriminar a los empleados por razón de raza, religión, edad, nacionalidad, sexo o cualquier otra condición personal o social ajena a sus condiciones de mérito y capacidad.
  
- No permitir ninguna forma de violencia, acoso o abuso en el trabajo.
  
- Reconocer los derechos de asociación, sindicación y negociación colectiva.
  
- Fomentar el desarrollo, formación y promoción profesional de los empleados.
  
- Establecer y comunicar criterios y reglas claras que mantengan equilibrados los derechos de la empresa y de los empleados en los procesos de contratación y separación de éstos incluso en caso de cambio voluntario de empleador.
  
- Garantizar la seguridad e higiene en el trabajo, adoptando cuantas medidas sean razonables para maximizar la prevención de riesgos laborales.
  
- Procurar la integración laboral de las personas con discapacidad o minusvalías, eliminando todo tipo de barreras en el ámbito de la empresa para su inserción.

### **6.3.3. En Relación con los Proveedores y Clientes de la Microempresa:**

Es fundamental como aspecto primordial establecer un nexo con los proveedores y clientes debido a que el primero nos surte de nuestra materia prima indispensable para la producción, además realizando convenios con descuentos por pronto pago y créditos a mediano plazo. Con los clientes debemos establecer una relación en la que el cliente vuelva por nuestro producto identificando sus valores como producto y su ética como empresa.

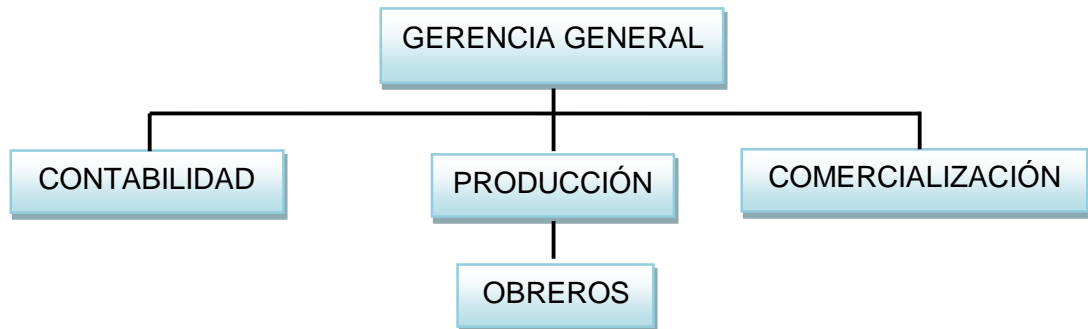
- Relacionarse con los proveedores de bienes y servicios de forma ética y lícita.
  
- Buscar y seleccionar únicamente proveedores cuyas prácticas empresariales respeten la dignidad humana, no incumplan la ley y no pongan en peligro la reputación de la empresa.
  
- Seleccionar a los proveedores en base a la idoneidad de sus productos o servicios, así como de su precio, condiciones de entrega y calidad, no aceptando ni ofreciendo regalos o comisiones, en metálico o en especie, que puedan alterar las reglas de la libre competencia en la producción y distribución de bienes y servicios.
  
- Buscar la excelencia de los bienes y servicios de la empresa de modo que sus clientes y consumidores obtengan la satisfacción esperada de aquellos.

#### **6.3.4. En Relación con los Competidores de la Empresa:**

- No abusar de una posición dominante o privilegiada en el mercado.
  
- Competir lealmente con otras empresas cooperando a la consecución de un libre mercado basado en el respeto mutuo entre competidores, absteniéndose de realizar prácticas desleales.
  
- En particular, no captar clientes de otros competidores mediante métodos no éticos.

## 6.4. Organigrama

### Organigrama Estructural de la Microempresa "ORGANIC EL GUADUAL"



Elaborado por: Las Autoras

### 6.4.1. Estructura Funcional

#### 6.4.1.1. Niveles Estructurales

La estructura orgánico-funcional de "ORGANIC EL GUADUAL" estará formada de la siguiente manera.

#### a) Nivel Ejecutivo

Este nivel directivo o ejecutivo está integrado por el gerente de la microempresa, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas y de las actividades de la microempresa.

### **b) Nivel Auxiliar**

El nivel auxiliar está integrado por la unidad de contabilidad, que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la microempresa.

### **c) Nivel Operativo**

El nivel operativo que lo integran las unidades de producción y comercialización, serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la microempresa.

## **6.4.2. Manual de Funciones**

### **a) Nivel Ejecutivo: Gerente General**

Es el representante legal de la compañía, desempeñara su gestión con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente encargado de tomar decisiones con menos trascendencia dentro de la compañía, su gestión es de gran ayuda en el desarrollo de las actividades financieras, administrativas, comerciales y de producción

**Requisitos del Puesto:** Instrucción: Estudios Superiores en Administración de Empresas, Economía, Contabilidad y Auditoría. Capacitación en Administración y gestión del Talento Humano. Experiencia en labores afines.

#### **Funciones:**

- Ser el representante legal de la microempresa.



- Es el responsable por la marcha administrativa, operativa y financiera de la microempresa.
- Presentar informes y análisis financieros.
- Definir y hacer cumplir las políticas, lineamientos y normas para el funcionamiento de la microempresa.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos establecidos.
- Orientar al logro de objetivos y resultados.
- Hacer uso de la información disponible para la toma de decisiones.
- Procurar un ambiente cordial y abierto entre los miembros de la microempresa.
- Administrar de manera adecuada los recursos de la organización

**Perfil del puesto:**

- Capacidad administrativa y de gestión.
- Liderazgo y motivación.
- Habilidad para interrelacionarse con las personas
- Responsabilidad.
- Juicio y toma de decisiones.
- Habilidad para solucionar conflictos.
- Ética moral. Confiabilidad. Honradez.

## **b) Nivel Auxiliar: Contador**

Esta unidad es la encargada del manejo y control de las comunicaciones internas y externas, brindar apoyo en ciertos aspectos administrativos coordinados por la gerencia, también es la encargada de elaborar los estados financieros de forma oportuna y razonable, jerárquicamente depende del gerente

**Requisitos del Puesto:** Instrucción: Estudios en Contabilidad Superior y Auditoría. CPA. Experiencia: 2 años en cargos similares. Conocimientos en software contable, ley tributaria, ley laboral y computación.

### **Funciones:**

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido en la empresa.
- Procesar información para elaborar los reportes fiscales.
- Diagnosticar, fundamentar, sugerir y tomar decisiones contables y financieras.
- Analizar y evaluar la política fiscal y sus implicaciones contables, financieras, económicas y sociales.
- Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.
- Preparar y presentar las declaraciones tributarias.
- Registrar y actualizar permanentemente los libros contables de la actividad empresarial

- Controlar el registro de los costos operativos.
- Entregar al gerente los cheques que debe firmar, adjuntando el comprobante de egreso, facturas y orden de compra correspondiente.

**a) Nivel Operativo: Vendedor**

Esta área se encarga de supervisar la distribución, coordinar y controlar que se presenten de forma adecuada el producto en a diferentes plazas.

**Requisitos del Puesto:** Instrucción: Bachiller. Experiencia: 1 año en actividades similares. Cursos de manipulación de alimentos y ventas.

**Funciones:**

- Atender cordialmente a los clientes en sus pedidos e informar acerca de los productos.
- Efectuar la limpieza del lugar de trabajo y cuidar los materiales que están a su cargo
- Llevar controles sobre las ventas de cada día, para que no exista desabastecimiento del producto.
- Informar sobre la situación del área de ventas.
- Realizar los cobros de las ventas que se realizan diariamente en la microempresa.

**Perfil del Puesto:**

- Facilidad de palabra.
- Actitud positiva e innovadora.
- Ser responsable en las funciones encomendadas.
- Tener buenas relaciones humanas.
- Honestidad
- Ser dinámico
- Tener iniciativa en el trabajo

**Jefe de Producción:** Realizará la supervisión y el control de toda la planta de producción, adoptando medidas necesarias para lograr excelentes rendimientos en la producción y generando un ambiente de trabajo placentero.

**Requisitos del Puesto:** Instrucción: Ingeniero Agroindustria, industrial y afines. Experiencia: Mínimo 2 años en actividades similares. Conocimiento en producción de productos orgánicos

**Funciones:**

- Supervisar las entregas de la materia prima, controlar su estado.
- Manejar equipos de producción para supervisar su funcionamiento
- Supervisar las condiciones óptimas de la producción con la maximización de recursos.

- Supervisar la calidad del producto terminado.
- Participar con gerencia y publicidad sobre la producción del producto.
- Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo.
- Realizar las funciones asignadas x gerencia.
- Velar por la optimización de la producción.

**Perfil del Puesto:**

- Cooperación y creatividad
- Iniciativa, buena presencia.
- Honestidad y ética profesional

**Obrero:** Se le encomendará las labores y prácticas agrícolas del cultivo en todo el proceso productivo, desde la preparación del terreno hasta la cosecha del producto.

**Requisitos del Puesto:** Título de Bachiller. Cursos en manejo de manipulación de alimentos. Tener conocimientos en actividades agrícolas. Experiencia en el cultivo de tomate riñón orgánico.

**Funciones**

- Cooperar con recibir la materia prima, verificar peso y almacenar en bodega.
- Utilizar de manera adecuada las herramientas de la microempresa.

- Entregar los productos terminados, cargas y descargas.
- Despachar las órdenes, revisión de los productos.
- Realizar las funciones por el jefe inmediato.
- Informar a quien corresponda de cualquier anomalía.

**Perfil del Puesto:**

- Cooperación y creatividad
- Iniciativa
- Buena presencia
- Honestidad
- Ética profesional

**6.5. Reglamento Interno de la Microempresa:**

**"ORGANIC EL GUADUAL"**

Dando cumplimiento a lo dispuesto en el Código del Trabajo en vigencia, y para los efectos legales determinados, para el mejor desenvolvimiento de las relaciones laborales entre la empresa y sus trabajadores, se expide el siguiente Reglamento Interno de Trabajo que no podrá estar en contradicción con lo que establece el Código del Trabajo vigente.

## **CAPÍTULO I**

### **PRECEPTOS FUNDAMENTALES**

En el presente Reglamento Interno de Trabajo a la entidad "ORGANIC EL GUADUAL" se la denominará "EMPRESA" o "EMPLEADORA", y a todo el personal que labore bajo su dependencia prestando sus servicios por una remuneración, se denominará "TRABAJADOR".

Todos los trabajadores, recibirán órdenes de los Propietarios, Gerente General, y/o directamente de los Jefes Departamentales correspondientes, según las jerarquías y facultades que se establezcan en el organigrama oficial de la entidad, o según lo indicado en el contrato.

## **CAPÍTULO II**

### **ADMISIÓN DE LOS TRABAJADORES**

La contratación de trabajadores, en todo caso, es potestad exclusiva del Gerente General, y por lo tanto, ningún funcionario o empleado que tenga personal a su cargo admitirá ni permitirá admisión de trabajador alguno, sin la previa suscripción del contrato respectivo por parte del Gerente General, luego de cumplirse con los requisitos exigidos por la Administración.

La inobservancia de lo anterior será considerada como falta grave. Los jefes de cada Departamento deberán sugerir al Gerente General la celebración de nuevos contratos de trabajo.

Toda persona que aspire a ser trabajador de la entidad deberá proporcionar en forma precisa todos los datos redactados en una hoja de vida con sus respectivos respaldos.

A la vez deberá permitir y facilitar la realización de las verificaciones pertinentes de las mismas, a través de todos los medios posibles, telefónicos, internet, u otros e incluso de visitas físicas en el hogar y/o trabajos anteriores con anterioridad señalados por el aspirante.

El trabajador, en el momento de su admisión, acepta que "ORGANIC EL GUADUAL" deduzca de su remuneración los descuentos correspondientes al aporte personal para el Seguro Social, impuesto a la renta, multas que se le impusieren de conformidad con lo establecido en este reglamento. En todo caso la ignorancia e inconformidad no será excusa del cumplimiento de tales deducciones.

### **CAPÍTULO III**

#### **DE LAS REMUNERACIONES Y OTROS BENEFICIOS**

Los sueldos y salarios se fijan de acuerdo a lo indicado por las Tablas Sectoriales conforme a la actividad de "ORGANIC EL GUADUAL" En dichas remuneraciones está incluido el valor que corresponde por el trabajo en días de descanso forzoso.

Los sueldos y salarios se pagarán en forma directa a los trabajadores, por escrito en forma mensual, podrá también pagarse la remuneración a través de transferencia bancaria, cuyo comprobante o reporte será prueba suficiente del pago.

"ORGANIC EL GUADUAL", reconocerá a sus cobradores todos los beneficios de ley contemplados en las leyes laborales y sociales vigentes en la República del Ecuador.

Se estimulara y recompensara en forma económica toda idea creada que derive en un proyecto que al implementarlo con lleven a mejorar en forma efectiva sistemas, procesos que mejoren: la eficiencia, el servicio, la rentabilidad, la misión y la visión de la entidad.



## **De las Jornadas y Horarios de Trabajo, Vacaciones, Permisos de las Jornadas y Horarios de Trabajo**

Por la naturaleza de su actividad de servicio, tomará como jornadas de trabajo obligatorio de lunes a viernes (8 horas diarias) y sábado (medio día), a cuyo efecto se establecerá común acuerdo con los trabajadores.

La asistencia y puntualidad de los trabajadores será controlada por una hoja de registro de personal ubicado en la guardianía. Es obligación de cada trabajador, registrar la hora de ingreso en la hoja de registro.

En consideración a las normas legales establecidas en el Código del Trabajo y este reglamento, los empleadores y trabajadores quedan obligados a cumplir estrictamente el turno de trabajo establecido.

### **De los Deberes y Obligaciones de los Trabajadores**

**Obligaciones de los Trabajadores.** Es obligatorio para todos los trabajadores, incluido el gerente el acatamiento y cumplimiento de todas las Instrucciones, Misión, Visión, Objetivos, órdenes, mandamientos o prohibiciones que impartieren los Propietarios y/o accionistas, que no contradigan la Ley del Código del Trabajo. Y en orden jerárquico las órdenes suministradas.

Los trabajadores de la entidad que ejerzan funciones de confianza y dirección, son responsables de la conservación del orden, disciplina, ética, moralidad. En casos de faltas leves amonestarán al culpable, pero cuando se trate de falta grave o de reincidencia, deberán comunicarlo al Gerente

Además de lo indicado en otras disposiciones de este Reglamento y del Código del Trabajo, son obligaciones de todos los trabajadores de "ORGANIC EL GUADUAL", las siguientes:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos, y cumplir las disposiciones del presente Reglamento;
- b) Asistir cumplidamente a su trabajo y respetar el horario con puntualidad.
- c) Brindar a los clientes de la Entidad o a las personas que por cualquier razón concurran a él, fina atención y cortesía, demostrándoles respeto y consideración.
- d) Dar aviso al lugar donde labora, con anticipación cuando supiere que no va a poder concurrir al trabajo, para que en esa forma pueda ser reemplazado transitoriamente.
- e) Evitar todo cuanto pueda poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo, la de los clientes internos y externos de La Entidad.
- f) Guardar escrupulosamente los secretos comerciales, totalmente para la actividad y desenvolvimiento de la entidad, de los cuales tengan conocimiento en razón de su trabajo. La violación a ésta obligación será considerada como falta grave, sin perjuicio de las responsabilidades legales a que hubiere lugar.
- g) Suministrar a sus jefes o superiores, en la forma y tiempo requerido informes completos de todo lo que le soliciten en relación con su trabajo.
- h) Cumplir estrictamente con los procesos y procedimientos del servicio de cobranzas determinados por la entidad, para las labores, tales como atención a clientes, servicio en la oficina, facturación, cobro y cualquier otro propio de las actividades de la empleadora.
- i) El trabajador que hiciera suyo valores de la entidad, tales como herramientas, utensilios, dinero en efectivo o cheques, información del negocio, como de su propiedad para obtener réditos económicos para su bienestar perjudicando a la empresa, será considerado como apropiación ilícita y será considerado como una

falta grave, en consecuencia será separado inmediatamente de la entidad, sin derecho a remuneración e indemnización alguna.

### **Prohibiciones a los Trabajadores. Gerentes y Ejecutivos.**

A más de las prohibiciones establecidas para el trabajador en el Código del Trabajo y en otras disposiciones legales o en este Reglamento, está prohibido al trabajador:

- a)** Ocuparse en horas de trabajo de asuntos extraños a su labor, considerándose en este caso la prohibición expresa de atender asuntos personales de los Gerentes, y Jefes inmediatos, esto constituye falta leve.
  
- b)** Incurrir en malos tratamientos, de palabra o de obra, o en amenazas de cualquier género para con sus superiores, o clientes internos y externos de "ORGANIC EL GUADUAL", compañeros, o para con sus familiares, así como para cualquier persona que estuviere en las dependencias de la entidad, como cliente o no.
  
- c)** Paralizar o suspender sus labores, individual o colectivamente, sin motivo legal. Esto constituye falta grave;
  
- d)** Presentarse al trabajo en estado de embriaguez, o con manifestaciones de haber ingerido licor, o bajo el efecto o acción de estimulantes, estupefacientes, o drogas de cualquier género.
  
- e)** Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo, la de sus superiores o la de otras personas, así como la de los establecimientos de trabajo.

- f)** Los Trabajadores que en razón de sus funciones receptaren dinero, cheques o documentos, deberán verificar la legitimidad de éste. El incumplimiento a esta prohibición constituye falta grave;
- g)** Hacer, organizar, inducir colectas, rifas o juegos de cualquier clase en el lugar de trabajo, salvo con el permiso de sus superiores, esto constituye falta leve;
- h)** Ocupar los bienes de "ORGANIC EL GUADUAL", en obras, trabajos o servicios extraños a los intereses de aquella. Esto será falta grave;
- i)** Alterar los precios del servicio al cliente, para beneficio propio o para el cliente. Esto constituye falta grave.
- j)** Encargar a otro trabajador sus obligaciones laborales sin el consentimiento previo y expreso del jefe inmediato. Esto será falta grave;
- k)** Alterar o falsificar documentos, información o datos, o ejercer cualquier acto doloso. Esto será falta grave;
- i)** Sustraer, hurtar, ocultar o apropiarse de dinero de la empresa. Esto será falta grave.
- m)** Alterar, borrar, grabar o enviar por cualquier medio los archivos de propiedad de la empresa o sacar de la empresa o de sus oficina programas, información electrónica o cualquier otra de uso de "ORGANIC EL GUADUAL", Esto será falta grave.
- n)** Aceptar y/o entregar regalos u obsequios a los clientes internos y externos, con la finalidad de lograr compromisos, prebendas o favores personales, constituye falta grave.

o) Laborar en forma parcial en otra empresa y peor si esta empresa está dedicada a la misma actividad de "ORGANIC EL GUADUAL".

Comenzadas las labores de cada día, los trabajadores no podrán retirarse de su trabajo antes de terminar la jornada, de acuerdo a los respectivos horarios, excepto en caso de enfermedad que lo amerite, accidente u otra causa suficiente, a criterio del Gerente, quien dará la autorización cuando lo considere necesario.

Todos los trabajadores serán personalmente responsables por los, equipos de oficina, herramientas, materiales, implementos de trabajo, que se les confiaren; y en caso de pérdida, daño o destrucción por su culpa, negligencia o descuido, o por desobediencia a este Reglamento o a las instrucciones que se les imparta, deberán indemnizar a la entidad., por su valor de reposición, y demás perjuicios, salvo el caso de deterioro por el tiempo de uso y la calidad del mismo. Y se compruebe la no participación y la no responsabilidad del trabajador.



## CAPÍTULO VII

### IMPACTOS DEL PROYECTO

La investigación efectuada se sustenta con un análisis técnico de los impactos.

Para el presente análisis, se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente aplicarla y tiene una particular estructura. Para tal efecto, se determinan varias áreas generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente.

Seleccionando un rango de niveles de impactos positivos y negativos, de acuerdo a la siguiente tabla:

**Cuadro N° 7.1. Matriz de Impactos**

Valores						
- 3	- 2	- 1	0	1	2	3
Impactos				Impactos		
Alto	Medio	Bajo		Bajo	Medio	Alto
Negativos				Positivos		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

Su fórmula es la siguiente:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Calificación}}{n}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria de Calificación}}{\text{Número de Indicadores}}$$

Se construye una matriz por cada impacto y se establecen indicadores medibles los mismos que permiten obtener información específica.

## **7.1. Impacto Económico**

Al crear la microempresa de producción y comercialización de tomate riñón orgánico se obtendrá una utilidad económica, pues el proyecto ayudará a ser más competitivos y eficientes, tanto para el personal administrativo como para el personal de campo que trabajen en dicha institución, aumentando así su poder adquisitivo al obtener mejores ingresos, y mejorando su estatus de vida, y a la vez el de sus familias.

### **7.1.1. Nivel de Ingresos**

Al poner en marcha el proyecto los socios tendrán una fuente de ingresos, de igual manera se crea un ingreso para los trabajadores y por ende para sus familias.

### **7.1.2. Rentabilidad del Proyecto**

Es un negocio rentable a un corto plazo; el estudio de mercado demuestra que si existe una demanda insatisfecha, por lo que el producto tendrá una aceptación favorable y por ende convirtiéndose en un proyecto rentable.

### **7.1.3. Costo de Producción**

Como se apreció en los anteriores estudios económicos – financieros se puede establecer que en el proyecto sus costos de producción no son muy altos, con respecto a sus ingresos.



#### 7.1.4. Incentivo al Consumo

A través de la producción y comercialización de este producto se va a lograr que los consumidores decidan adquirir el producto tanto por su precio, su calidad y el beneficio nutricional que ofrece el tomate riñón orgánico.

**Cuadro N° 7.2. Matriz de Impacto Económico**

Indicador	Negativos			Nulo	Positivos			Total
	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	
Nivel de Ingresos						X		2
Rentabilidad del Proyecto							X	3
Costo de Producción						X		2
Incentivo al Consumo							X	3
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>
<p><b>Nivel de Impacto Económico = <math>\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}</math></b></p> <p><b>Nivel de Impacto Económico = <math>\frac{10}{4}</math></b></p> <p><b>Nivel de Impacto Económico = 2,5</b></p> <p><b>Nivel de Impacto Económico = 3 Alto Positivo</b></p>								

Este impacto se encuentra en el nivel alto positivo, lo que significa que con la creación de la microempresa, se generará fuentes de trabajo, evitando así la migración de mano de obra a otros lugares, así como también permitirá tener un estatus de vida diferente.

#### 7.2. Impacto Social

Al crear la microempresa repercutirá en toda la sociedad, en especial en los sectores aledaños a la provincia de Imbabura, pues el agricultor de la zona recibirá

un precio justo de sus productos, a la vez se ofertará fuentes de trabajo, mejorando el estándar de vida de quienes trabajen en dicho ente mercantil.

Permitiendo que la sociedad se alimente adecuadamente con productos de calidad, sabemos que un pueblo bien alimentado será un pueblo productivo y con posibilidades de acceder a utilizar nuevas tecnologías para su beneficio y el bien común, serán más fructíferos y por ende habrá un mayor desarrollo en el entorno.

### **7.2.1. Fuentes de trabajo**

El beneficio social más importante encontrado en la elaboración del proyecto es principalmente la generación de fuentes de trabajo con lo que muchas familias de la zona serían beneficiadas, con lo cual disminuirá los índices de problemas sociales.

### **7.2.2. Mejorar la Nutrición de los Consumidores**

El presente proyecto tiene por objetivo contribuir a mejorar la calidad de vida de los consumidores del tomate riñón orgánico por los múltiples beneficios que tiene el producto para la salud.

### **7.2.3. Fortalecimiento Organizacional**

El Fortalecimiento organizacional ayudará a los productores, a acceder a nuevos proyectos tanto de gobiernos locales como del Gobierno Provincial, logrando beneficios en la comunidad.

**Cuadro N° 7.3. Matriz de Impacto Social**

Indicador	Negativos			Nulo	Positivos			Total
	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	
Fuentes de trabajo						X		3
Mejorar la Nutrición de los Consumidores							X	2
Fortalecimiento Organizacional							X	3
<b>TOTAL</b>						2	6	8
<p>Nivel de Impacto Social = <math>\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}</math></p> <p>Nivel de Impacto Social = <math>\frac{8}{3}</math></p> <p>Nivel de Impacto Social = 2,67</p> <p>Nivel de Impacto Social = 3 Alto Positivo</p>								

Este se encuentra en un nivel alto positivo, y nos demuestra que con la implementación y puesta en marcha la microempresa mejorará el nivel de vida de los involucrados en dicho proyecto, permitiendo así obtener un desarrollo social adecuado y justo.

### 7.3. Impacto Empresarial

La microempresa deberá tener muy en cuenta el posicionamiento en el mercado local y en los diferentes segmentos y nichos de mercados potenciales.

#### 7.3.1. Estrategias Innovadoras

El proyecto ofrece ideas innovadoras para el sector micro empresarial puesto que se va a tomar factores importantes que no son considerados por las demás microempresas como fuente principal para la captación de mayores consumidores y distribuidores del producto, como es la publicidad y la calidad que va a tener el producto.

### 7.3.2. Competitividad

Este impacto ayuda a buscar nuevas alternativas de venta y de trabajo, a fin de lograr ser competitivos en el ambiente empresarial con la adquisición de nuevos conocimientos y la implementación de proyectos productivos que mejore el estilo de vida de las personas.

### 7.3.3. Imagen Corporativa

Al no existir una empresa dedicada a la comercialización de tomate riñón orgánico en la ciudad de Ibarra, nos da una ventaja competitiva que debemos explotar para conseguir utilidades deseadas. Tendremos que estructurar un portafolio de negocios con el fin de mejorar, obtener y mantener la aceptación de los clientes.

**Cuadro N° 7.4. Matriz de Impacto Empresarial**

Indicador	Negativos			Nulo 0	Positivos			Total
	- 3	- 2	- 1		1	2	3	
<b>Estrategias Innovadoras</b>							X	3
<b>Competitividad</b>						X		2
<b>Imagen Corporativa</b>						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>3</b>	<b>7</b>
<p><b>Nivel de Impacto Empresarial = <math>\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}</math></b></p> <p><b>Nivel de Impacto Empresarial = <math>\frac{7}{3}</math></b></p> <p><b>Nivel de Impacto Empresarial = 2,33</b></p> <p><b>Nivel de Impacto Empresarial = 2 Medio Positivo</b></p>								

Esto nos indica que con el manejo adecuado de políticas y estrategias de ventas tendremos un óptimo posicionamiento en el mercado, lo que garantiza el éxito del negocio.

## **7.4. Impacto Ambiental**

La agricultura en el Ecuador, desde hace algunos años, está apoyada en el uso de agroquímicos, como un mecanismo impulsor de la productividad. Este tipo de agricultura atraído consigo una serie de problemas ambientales, por el uso excesivo o inadecuado de los químicos, que provocan la contaminación del suelo, plantas, animales y los seres humanos.

Algunos análisis químicos de los productos que forman parte de la dieta media diaria de los ecuatorianos, han revelado la existencia de excesos de residuos de insecticidas. Debido a esto debemos educar a nuestros agricultores para que en sus cultivos hagan un uso adecuado de pesticidas, es decir; no usarlos indiscriminadamente, y utilizando abonos orgánicos tales como: bocashi, humus, estiércol y compost hechos con desechos de ganado. Así contribuiremos el entorno del hombre con el medio ambiente.

### **7.4.1. Protección del Suelo**

Con la utilización de insumos orgánicos se mantendrá la fertilidad del suelo obteniendo de esta manera productos sanos, ya que se estaría reduciendo la utilización de agroquímicos, porque se trata de un producto natural, que beneficiará al consumidor y evitará la contaminación del ambiente con una producción libre de tóxicos.

### **7.4.2. Uso de Insumos Orgánicos**

A través de la implementación de la microempresa productora y comercializadora de tomate riñón orgánico se incentivará al cultivo de productos orgánicos desechando la utilización de productos tóxicos de las diferentes categorías que actualmente la mayoría de agricultores utilizan para contrarrestar los problemas fitosanitarios que se les presenta en el desarrollo del cultivo.

### 7.4.3. Manejo de Desechos

En la ejecución del proyecto se aprovechará de forma óptima los desechos orgánicos generados por la población de la comunidad de El Guadual, lo que permitirá de esta manera la conservación y uso racional del suelo mediante un tratamiento adecuado de los desperdicios de pos cosecha en el área de producción, este reciclado adiciona Nitrógeno al campo de producción, al mismo tiempo ayudará a la desinfección y regulación del suelo.

**Cuadro N° 7.5. Matriz de Impacto Ambiental**

Indicador	Negativos			Nulo	Positivos			Total
	- 3	- 2	- 1		0	1	2	
Protección del Suelo						X		2
Uso de Insumos Orgánicos							X	3
Manejo de Desechos						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>3</b>	<b>7</b>
<p><b>Nivel de Impacto Ambiental = <math>\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}</math></b></p> <p><b>Nivel de Impacto Ambiental = <math>\frac{7}{3}</math></b></p> <p><b>Nivel de Impacto Ambiental = 2,33</b></p> <p><b>Nivel de Impacto Ambiental = 2 Medio Positivo</b></p>								

Este impacto se encuentra en el nivel medio positivo, lo que significa que con la creación de la microempresa y la utilización del abono orgánico se protegerá el suelo del uso indebido de fertilizantes químicos para que sea más productivo y con esto se pretende cuidar el medio ambiente.

## 7.5. Impacto General

Se refiere al análisis de todos los impactos antes descritos para obtener un resultado general que nos dará una idea más concreta de los beneficios positivos o negativos que se obtendrá tras la implementación y puesta en marcha de dicho proyecto.

**Cuadro N° 7.6. Matriz de Impacto General**

Indicador	Negativos			Nulo	Positivos			Total
	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	
Impacto Económico							X	3
Impacto Social							X	3
Impacto Empresarial						X		2
Impacto Ambiental						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>
<p>Nivel de Impacto General = <math>\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}</math></p> <p>Nivel de Impacto General = <math>\frac{10}{4}</math></p> <p>Nivel de Impacto General = 2,50</p> <p>Nivel de Impacto General = 3 Alto Positivo</p>								

**Cuadro N° 7.7. Matriz Integral**

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Impacto Económico	2,50	25,43
Impacto Social	2,67	27,16
Impacto Empresarial	2,33	23,70
Impacto Ambiental	2,33	23,70
<b>TOTAL</b>	<b>9,83</b>	<b>100%</b>

Como podemos observar en los cuadros anteriores, el impacto empresarial, ambiental y económico están en un nivel positivo medio; mientras que el impacto social, se encuentra en un nivel alto positivo. Obteniendo un impacto general de 3 lo que quiere decir que el proyecto tiene una tendencia a un impacto alto positivo.

Podemos indicar también que el proyecto iniciará positivamente sin impactos negativos y que más bien todos los parámetros indican que a largo plazo se generará un impacto positivo alto en todo el entorno.

En conclusión podemos decir que el presente proyecto es importante para el entorno que lo rodea y para toda la sociedad Ibarreña; razón por la cual se hace necesaria la implementación y puesta en marcha de la microempresa de producción y comercialización de tomate riñón orgánico.



## CONCLUSIONES

Al culminar con el presente Estudio de factibilidad para la Creación de una Microempresa de producción y comercialización de Tomate Riñón a través de la utilización de abono orgánico, se puede formular las siguientes conclusiones:

- Con la investigación realizada se pudo determinar que en la Comunidad El Guadual y en la Ciudad de Ibarra producir y comercializar producto orgánico es una alternativa nueva de hacer microempresa, ya que no existe este tipo de organizaciones.
- Del estudio realizado se determinó que las personas dedicadas a la actividad agrícola están dispuestas a utilizar abono orgánico en sus cultivos, porque es un producto natural que mejorará la calidad del suelo y los productos serían más saludables para beneficio de la colectividad.
- El proyecto es económicamente realizable ya que los indicadores, tanto como el VAN, TIR, Periodo de Recuperación y el Costo Beneficio confirman la rentabilidad de producir y comercializar tomate riñón orgánico.
- La gestión de la microempresa tendrá una estructura vertical, donde existe la jerarquización de puestos y funciones para el buen desempeño de las actividades.
- La evaluación de los impactos genera efectos positivos, porque dinamizará y fortalecerá los ámbitos socioeconómico, empresarial y ambiental.

## RECOMENDACIONES

- ✓ Se debe aprovechar la inexistencia de empresas que produzcan y comercialicen este producto orgánico, ofreciendo un producto de buena calidad para evitar la competencia desleal.
  
- ✓ Implementar nuevas estrategias que estén orientadas a incentivar el uso y consumo del producto orgánico que la microempresa introducirá en el mercado
  
- ✓ Mantener un sistema de evaluación de la inversión con el fin de tener una información eficaz sobre los estándares de los indicadores para tomar decisiones aceptables.
  
- ✓ Dar control a las políticas y funciones de cada departamento con el propósito de conseguir los objetivos de la microempresa.
  
- ✓ Cumplir con las medidas de seguridad para evitar efectos secundarios que perjudique al sector.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### Bibliografía

BACA URBINA, Gabriel; (2010), “Evaluación de Proyectos”, Quinta Edición, Editorial Mac Graw Hill, México.

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes. (2009), “Contabilidad de Costos” (Segunda Edición), Editorial Nuevo Día, Quito, Ecuador.

CARON, Michel. (2010), “El horticultor de la A a la Z”, Barcelona- España.

CARRETERO, Cañado Isidro. (2008), “Manual práctico de agricultura”, Madrid-España.

CÓRDOBA PADILLA, Marcial. (2010), “Formulación y Evaluación de Proyectos”, Eco. Ediciones, Bogotá, Colombia.

CHIAVENATO, Idalberto. (2007), “Introducción a la Teoría General de la Administración (Séptima Edición)”, Mc Graw – Hill Interamericana, México.

DURÁN, Felipe. (2006), “Manual de cultivos orgánicos y aleopatía”, Bogotá-Colombia.

GITMAN, Lawrence J. (2007), “Principios de Administración Financiera” (Décima Primera), Pearson Educación, México.

HOGARES, juveniles campesinos. (2010), “Cultivo ecológico de hortalizas”, Bogotá- Colombia.

Junta Parroquial La Carolina; (2009 - 2014); "Plan de Desarrollo Local de la Parroquia La Carolina".

LÓPEZ, Marcos. (2006), "Horticultura", (segunda edición), México.

LORENTE, Herrera Juan B. (2007), "Biblioteca de la agricultura", Barcelona-España.

SÁNCHEZ, Cristian. (2006), "Abonos orgánicos y lombricultura", Lima- Perú.

TERÁN, Torres Germán. (2011), "Manual de horticultura aprender haciendo y produciendo", Ibarra-Ecuador.

TORRES, Serrano Clara Ximena. (2006), "Manual agropecuario, Tecnologías orgánicas de la granja integral autosuficiente", Bogotá-Colombia.

## **Lincografía**

<http://www.bce.fin.ec/>

<http://www.care.ec/brief2.htm>

<http://www.ecuadorvirtual.com>

<http://www.google.com.ec/imgres>

<http://www.jardineriadigital.com/huerto/siembra-de-hortalizas.php>

<http://www.monografias.com/trabajos60/dieta-suplementaria>

<http://www.municipiodeIbarra.org>

[http://www.wikipedia.org/wiki/abono\\_organico.htm](http://www.wikipedia.org/wiki/abono_organico.htm)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Hortalizas>



ANEXOS

**ANEXO 1:**



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
ENCUESTAS APLICADAS A CONSUMIDORES POTENCIALES**

**1. ¿CONSUME USTED TOMATE RIÑÓN?**

SI ( ) NO ( )

**2. ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA TOMATE RIÑÓN?**

Todos los días ( )  
Una vez a la semana ( )  
Dos veces a la semana ( )  
Una vez al mes ( )

**3. ¿CUÁL DEBERÍA SER EL PRECIO ADECUADO DEL TOMATE RIÑÓN?**

0,10 – 0,15 ( )  
0,16 – 0,20 ( )  
0,21 – 0,25 ( )

**4. ¿QUÉ CANTIDAD DE TOMATE RIÑÓN CONSUME SEMANALMENTE SU FAMILIA?**

1 – 3 unidades ( )  
4 – 6 unidades ( )  
7 – 10 unidades ( )

**5. ¿EN QUÉ LUGAR REALIZA LA COMPRA DEL TOMATE RIÑÓN?**

Mercados ( )  
Micro mercados ( )  
Supermercados ( )  
Tiendas ( )

**6. ¿QUÉ FACTORES CONSIDERA USTED AL ADQUIRIR EL PRODUCTO?**

Calidad ( )  
Presentación ( )  
Lugar de compra ( )

**7. ¿CONOCE LUGARES DONDE PUEDA ADQUIRIR EL TOMATE RIÑÓN ORGÁNICO?**

Si ( ) No ( )

**8. ¿LE GUSTARÍA ADQUIRIR EL TOMATE RIÑÓN ORGÁNICO?**

Si ( ) No ( )





**ANEXO 2:**

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**ENCUESTA REALIZADA A LOS PRODUCTORES DE TOMATE RIÑÓN DEL  
CANTÓN IBARRA**

**1. ¿CUÁL ES EL TAMAÑO DE SU PROPIEDAD DEDICADA A LA PRODUCCIÓN?**

- Menos de 1 h. ( )  
1 h ( )  
2 h. ( )

**2. EL TERRENO DEDICADO AL CULTIVO ES:**

- Propio ( )  
Al partir ( )  
Arrendado ( )

**3. ¿QUÉ CANTIDAD DE TOMATE RIÑÓN OBTIENE DEL TERRENO DE CULTIVO?**

- 1000 – 2000 cajas ( )  
2001 – 3000 cajas ( )  
3001 – 4000 cajas ( )  
4001 – 5000 cajas ( )  
5001 – 6000 cajas ( )

**4. ¿CADA QUÉ TIEMPO COSECHA USTED SU PRODUCCIÓN DE TOMATE RIÑÓN?**

- Semanal ( )  
Dos veces a la semana ( )  
Quincenal ( )

**5. ¿QUÉ VARIEDAD DE TOMATE RIÑÓN PRODUCE?**

- Sheila ( )  
Titán ( )  
Fortuna ( )  
Pietro ( )

**6. ¿QUÉ TIPO DE INSUMOS UTILIZA PARA LA FERTILIZACIÓN DEL TOMATE RIÑÓN?**

- Orgánico ( )  
Químico ( )  
Mixto ( )

**7. ¿CUÁL ES EL PRECIO DE VENTA POR CADA CAJA DE TOMATE RIÑÓN?**

1,00 – 3,00 ( )

3,01 – 5,00 ( )

5,01 – 7,00 ( )

7,01 – 9,00 ( )

**8. ¿EN BASE A QUÉ ASPECTOS ESTABLECE EL PRECIO?**

Oferta y Demanda ( )

Competencia ( )

Utilidad ( )

**9. ¿SU PRODUCTO ES COMERCIALIZADO POR MEDIO DE?**

Mercados ( )

Supermercados ( )

Intermediarios ( )

**10. ¿QUÉ CANTIDAD DE TOMATE RIÑÓN VENDE SEMANALMENTE?**

100 – 150 cajas ( )

151 – 200 cajas ( )

201 – 250 cajas ( )

**ANEXO 3:**



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A MERCADOS Y SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA**

1. ¿Qué tipo de productos orgánicos tiene para su comercialización?
2. ¿Cuáles son los productos orgánicos de mayor demanda?
3. ¿Cuáles son sus principales proveedores del producto orgánico?
4. ¿Qué cantidad de productos orgánicos vende?
5. ¿En base a qué factores usted fija el precio del producto orgánico?
6. ¿Con que frecuencia adquiere tomate riñón orgánico para su comercialización?
7. ¿Qué cantidad adquiere de tomate riñón?
8. ¿Está de acuerdo en que se cree una pequeña empresa de producción y comercialización de tomate riñón orgánico en la ciudad de Ibarra?
9. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar de tomate riñón orgánico a esta nueva microempresa?