



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN  
DE MORA DE CASTILLA EN EL CANTÓN SAN MIGUEL DE URQUQUÍ,  
PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR”**

**AUTORAS:**

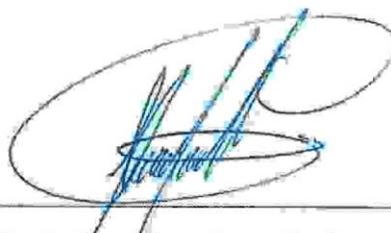
**PANAMÁ CHICAIZA MARÍA JOSÉ**  
**SANDOVAL PONCE SANDRA ABIGAIL**

**IBARRA 2022**

## APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

En calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por las estudiantes **María José Panamá Chicaiza** y **Sandra Abigail Sandoval Ponce**, egresadas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica del Norte, previo a la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE MORA DE CASTILLA EN EL CANTÓN SAN MIGUEL DE URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR”** considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos para la presentación pública y evaluación por parte del tribunal, examinador que se asigne.

Ibarra, 10 de Mayo del 2022



---

Ing. Rocio Guadalupe Leon Carlosama, Mgtr.  
**DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO**

# ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

## AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1501174112
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	PANAMÁ CHICAIZA MARÍA JOSÉ
<b>DIRECCIÓN:</b>	IBARRA – URUGUAY 8-49 Y CHILE
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:majitocp26@gmail.com">majitocp26@gmail.com</a>
<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0993767604
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	*****

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE MORA DE CASTILLA EN EL CANTÓN SAN MIGUEL DE URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR
<b>AUTORES:</b>	PANAMÁ CHICAIZA MARÍA JOSÉ SANDOVAL PONCE SANDRA SANDOVAL

<b>FECHA:</b>	10-05-2022
<b>PROGRAMA:</b>	PREGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA
<b>ASESORA/DIRECTORA:</b>	MSC. LEÓN CARLOSAMA ROCIO GUADALUPE

## 2. CONSTANCIA

Los autores 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 los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 08 días del mes de agosto de 2022

**EL AUTOR:**



**Panamá Chicaiza María José**

**C.C. 1501174112**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1004295505
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	SANDOVAL PONCE SANDRA ABIGAIL
<b>DIRECCIÓN:</b>	ATUNTAQUI – 10 DE AGOSTO Y DAVID MANANGON
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:sandryponce83@gmail.com">sandryponce83@gmail.com</a>
<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0989139858
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	*****

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE MORA DE CASTILLA EN EL CANTÓN SAN MIGUEL DE URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR
<b>AUTORES:</b>	PANAMÁ CHICAIZA MARÍA JOSÉ SANDOVAL PONCE SANDRA SANDOVAL

<b>FECHA:</b>	10-05-2022
<b>PROGRAMA:</b>	PREGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA
<b>ASESORA/DIRECTORA:</b>	MSC. LEÓN CARLOSAMA ROCIO GUADALUPE

## 2. CONSTANCIA

Los autores 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 los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 08 días del mes de agosto de 2022

**EL AUTOR:**



**Sandoval Ponce Sandra Abigail**

**C.C. 1004295505**

## **DEDICATORIA**

Se la dedico a mi padre celestial por cada despertar, a mi madre por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad. También de la manera más especial a mi hijo Christopher quien fue mi principal motivo de superación. Al apoyo incondicional de mis hermanos, pareja y familia quienes me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

*Panamá Chicaiza María José*

La presente tesis es el inicio de una etapa muy importante en mi vida por ello dedico principalmente a Dios, a mi hija Romina quién fue y será mi motor principal en todos mis proyectos de vida y por el tiempo que le resté para culminar mis estudios.

A mi madre y hermanos quiénes me apoyaron incondicionalmente todo el tiempo y por motivarme a nunca rendirme ya que veían en mí un ejemplo.

A mis maestros quienes con la transmisión de conocimientos mediante su enseñanza y paciencia me dieron la oportunidad de desenvolverme en el ámbito laboral antes de ser profesional.

*Sandoval Ponce Sandra Abigail*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a la Universidad Técnica del Norte, Facultad de las Ciencias Administrativas y Económicas; por darnos la oportunidad de obtener un título universitario y a todos los docentes que a lo largo de la carrera nos impartieron sus sabios conocimientos

En especial nuestro más sincero agradecimiento a nuestra directora de tesis la Ing. Rocío León por su paciencia infinita y confianza que depositó en nosotras para la culminación de nuestra tesis

Agradecemos a nuestras madres, ya que siempre han estado en todo momento sin importar que tan difícil sea. El logro también es para ellas. También a toda nuestra familia y personas que han estado motivándonos a lo largo de nuestra carrera.

*Panamá Chicaiza María José*

*Sandoval Ponce Sandra Abigail*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	iii
DEDICATORIA .....	vii
AGRADECIMIENTO .....	viii
ABSTRACT.....	xxii
INTRODUCCIÓN	
.....	xxiv
OBJETIVOS .....	xxv
Objetivo general.....	xxv
Objetivos específicos .....	xxv
CAPÍTULO I: Fundamentación teórica.....	27
Introducción .....	27
Objetivos.....	27
Objetivo general.....	27
Objetivos específicos .....	27
1.1 Estado del Arte.....	27
1.1.1 Antecedentes .....	27
1.1.2 Siembra EP.....	28
1.1.3 Mora de castilla sin espina.....	30
1.1.4 Agricultura del Ecuador .....	38

1.1.5 Empresa.....	39
1.2 Estudio de mercado.....	40
1.2.1 Importancia del estudio de mercado .....	40
1.2.2 Segmentación del mercado .....	41
1.2.3 Oferta .....	41
1.2.4 Demanda .....	42
1.2.5 Marketing Mix .....	43
1.2.6 Producto .....	44
1.2.7 Precio .....	44
1.2.8 Valor Agregado.....	45
1.2.9 Promoción .....	45
1.2.10 Publicidad .....	46
1.2.11 Canales de Distribución .....	46
1.3 Estudio técnico.....	47
1.3.1 Componentes.....	47
1.4 Estudio financiero .....	50
1.4.1 Balance financiero general.....	50
1.4.2 Estado de flujo de efectivo.....	51
1.4.3 Estado de resultados.....	51
1.4.4 Estado de evolución de patrimonio neto .....	52

1.4.5 Valor actual neto .....	52
1.4.6 Tasa interna de retorno.....	53
1.4.7 Costo/Beneficio.....	53
1.4.8 Periodo de recuperación de la inversión .....	54
1.5 Estudio Organizacional.....	54
1.5.1 Misión .....	55
1.5.2 Visión.....	55
1.5.3 Políticas.....	56
1.5.4 Fundamentación legal .....	56
<b>CAPITULO II: Procedimientos metodológicos.....</b>	<b>58</b>
Introducción .....	58
Objetivos .....	58
Objetivo general.....	58
Objetivos específicos .....	58
2.1 Tipo de Investigación.....	58
2.1.1 Investigación Descriptiva.....	59
2.1.2 Investigación cuantitativa .....	59
2.2 Métodos.....	59
2.2.1 Método Analítico – Sintético .....	59
2.2.2 Método inductivo-deductivo .....	60

2.2.3 Método estadístico .....	60
2.2.4 Método PEST.....	61
2.2.5 Método FODA .....	61
2.3 Tipo de muestreo.....	62
2.4 Técnicas e Instrumentos.....	63
2.4.1 Observación .....	63
2.4.2 Documental .....	64
2.4.3 Entrevista .....	64
2.5 Variables Diagnósticas.....	64
CAPÍTULO III: Diagnóstico .....	70
Introducción .....	70
Objetivos .....	70
Objetivo General.....	70
Objetivos específicos .....	70
3.1. Desarrollo de variables .....	70
3.1.1 Análisis local Ecuador .....	70
3.1.2 Análisis internacional Estados Unidos.....	88
3.2 Análisis de información .....	95
3.2.1 Matriz FODA.....	95
3.3 Conclusión Diagnóstica .....	98

CAPÍTULO IV: Propuesta.....	99
Introducción .....	99
Objetivo.....	99
4.1 Estudio de mercado.....	99
4.1.1 Variables de Segmentación.....	100
4.1.2 Segmentación del mercado .....	102
4.1.3 Mercado Potencial .....	110
4.1.4 Calculo de muestra.....	111
4.1.5 Balance de demanda y oferta .....	114
4.1.5 Estrategias de comercialización (4P).....	122
4.2 Estudio Técnico .....	128
4.2.1 Localización del proyecto .....	128
4.2.2 Ingeniería del proyecto .....	136
4.3 Estudio financiero .....	157
4.3.1 Presupuesto de inversión.....	158
4.4 Estudio Organizacional.....	195
4.4.1 La empresa .....	195
4.2.2 Constitución jurídica .....	206
CAPÍTULO V: Validación .....	211
Introducción .....	211

Objetivo.....	211
5.1.1 Equipo de Trabajo.....	211
5.1.2 Metodología de verificación .....	212
5.1.3 Factores a validar .....	212
5.1.4 Método de calificación.....	212
5.1.5 Rango de interpretación .....	213
5.2 Resultados .....	214
CONCLUSIONES .....	219
RECOMENDACIONES.....	220
BIBLIOGRAFÍA .....	221
ANEXOS .....	231

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Descripción botánica de la mora de castilla sin espinas.....	32
Tabla 2 Manejo de cultivo de la mora de castilla sin espinas (ANDIMORA).....	33
Tabla 3 Cuadro comparativo mora de castilla.....	36
Tabla 4 Variables diagnósticas.....	65
Tabla 5 Entorno económico .....	72
Tabla 6 Inflación nacional.....	73
Tabla 7 Actividades económicas del Cantón Urcuquí .....	74
Tabla 8 Entorno socio –culturales.....	77
Tabla 9 Información general EE. UU.....	88
Tabla 10 Barreras arancelarias .....	93
Tabla 11 Matriz FODA .....	95
Tabla 12 Variables de segmentación.....	100
Tabla 13 Importaciones de mora de castilla de diferentes países.....	102
Tabla 14 Exportación de mora de castilla a nivel mundial .....	103
Tabla 15 Exportaciones de mora de castilla de Ecuador al Mundo .....	104
Tabla 16 Matriz POAM.....	105
Tabla 17 Resultado del POAM .....	110
Tabla 18 Importación que realiza Estados Unidos.....	115
Tabla 19 Exportaciones de Estados Unidos .....	115
Tabla 20 Proyección de importaciones .....	116
Tabla 21 Proyección lineal de importaciones en toneladas.....	117
Tabla 22 Cálculo de exportaciones en toneladas .....	117

Tabla 24 Consumo aparente en toneladas .....	119
Tabla 25 Países importadores del producto desde Ecuador .....	121
Tabla 27 Factores de localización del proyecto .....	130
Tabla 28 Evaluación a los factores.....	130
Tabla 29 Factores de micro localización.....	132
Tabla 30 Distribución de almacenamiento de bodega .....	135
Tabla 31 Manual de procesos de planificación estratégica .....	140
Tabla 32 Manual de procesos de venta y exportación .....	143
Tabla 33 Manual de procesos de adquisición de insumos .....	146
Tabla 34 Inversión Tangible .....	147
Tabla 35 Gastos de constitución .....	149
Tabla 36 Costos de la mora de castilla sin espinas por hectárea de producción .....	150
Tabla 37 Gastos administrativos .....	152
Tabla 38 Gastos de exportación .....	153
Tabla 39 Capital de trabajo .....	153
Tabla 40 Inversión total inicial .....	154
Tabla 41 Estructura del préstamo.....	155
Tabla 42 Inversión fija .....	158
Tabla 43 Costos de la mora de castilla sin espinas por hectárea de producción .....	159
Tabla 44 Rol de pagos del primer año .....	162
Tabla 45 Rol de pagos del segundo año.....	164
Tabla 46 Rol de pagos del tercer año .....	165
Tabla 47 Rol de pagos del cuarto año .....	166
Tabla 49 Rol de pagos del quinto año .....	168
Tabla 49 Gastos administrativos Gastos .....	170

Tabla 50 Proyección de gastos administrativos .....	171
Tabla 51 Resumen capital de trabajo .....	172
Tabla 52 Inversión.....	172
Tabla 53 Determinación de gasto unitario .....	173
Tabla 54 Determinación del precio unitario.....	173
Tabla 55 Estructura del préstamo.....	174
Tabla 56 Datos de financiamiento.....	174
Tabla 57 Proyección de la amortización .....	175
Tabla 58 Costo de capital.....	177
Tabla 59 Tasa de rendimiento medio .....	178
Tabla 60 Determinación de la depreciación.....	178
Tabla 61 Proyección de depreciaciones .....	179
Tabla 62 Presupuesto de ingresos .....	179
Tabla 63 Presupuesto de costos.....	180
Tabla 64 Presupuesto de gastos.....	181
Tabla 65 Balance inicial.....	182
Tabla 66 Estado de resultados.....	186
Tabla 67 Flujo de caja .....	188
Tabla 68 Valor actual neto .....	189
Tabla 69 Costo beneficio .....	189
Tabla 70 Periodo de recuperación de la inversión .....	190
Tabla 71 Tasa interna de retorno.....	191
Tabla 72 Evolución económica del proyecto con financiamiento .....	191
Tabla 73 Margen de Contribución .....	192
Tabla 74 Punto de equilibrio .....	193

Tabla 75 Punto de equilibrio por hectáreas físicas y unidades monetarios.....	194
Tabla 76 Funciones del Gerente General .....	200
Tabla 77 Funciones de secretaria .....	201
Tabla 78 Funciones del contador .....	202
Tabla 79 Funciones del asistente comercio internacional.....	203
Tabla 80 Funciones del asistente de marketing.....	204
Tabla 81 Funciones del asistente de control de calidad .....	205
Tabla 82 Equipo de trabajo .....	211
Tabla 83 Método de calificación.....	212
Tabla 84 Factores .....	213
Tabla 85 Matriz de validación.....	217

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mora de castilla sin espinas .....	31
Figura 2 Principales países importadores de frutas frescas en el mundo .....	42
Figura 3 Partes de un estudio técnico .....	47
Figura 4 Bandera del Ecuador .....	70
Figura 5 Proceso Contable .....	75
Figura 6 Bandera de Estados Unidos .....	88
Figura 7 Acceso marítimo a Estados Unidos .....	94
Figura 8 Costo de transporte marítimo.....	94
Figura 9 Canal de distribución .....	122
Figura 10 Logotipo de la empresa.....	124
Figura 11 Red social Facebook .....	125
Figura 12 Flyers de Urcumora .....	125
Figura 13 Valla.....	126
Figura 14 Página web.....	126
Figura 15 Macro localización.....	129
Figura 16 Micro localización de la empresa .....	134
Figura 17 Diseño .....	136
Figura 18 Mapa de procesos de la empresa.....	138
Figura 19 Flujograma de planeación estratégica.....	139
Figura 20 Flujograma de ventas y exportación del producto .....	142
Figura 21 Flujograma de adquisición de insumos.....	145
Figura 22 Logotipo.....	196
Figura 23 Organigrama estructural de la empresa .....	199

## RESUMEN

El presente estudio de factibilidad surgió con la finalidad de buscar inversionistas para la creación de una empresa de producción y exportación de mora de castilla sin espinas, en el cantón San Miguel de Urcuquí, provincia de Imbabura; con expectativa de alcanzar el mercado internacional y generar empleo. Para llevar a cabo este proyecto de investigación se dividió en cinco capítulos, mismos que se describen a continuación.

En el capítulo I tiene como propósito fundamentar teórica y bibliográficamente cada uno de los contenidos desarrollados en el trabajo. Además, se puntualizó temas relacionados con el estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional, dando a conocer criterios que ayuden a respaldar la efectividad de la investigación. En el capítulo II se determinó procedimientos metodológicos que permitieron conocer los objetivos, tanto generales como específicos de la investigación; de igual manera, se estableció métodos, técnicas e instrumentos para recolectar información de suma importancia a fin de continuar con el proyecto. En el capítulo III se analiza las variables diagnósticas enfocadas en los factores políticos, legales, económicos, sociales, ambientales y tecnológicos para reflejar la situación de la empresa, mediante el análisis de posibles amenazas, oportunidades, oponentes y riesgos que se le presente.

En el capítulo IV: recopila información sobre gustos o preferencias de los clientes actuales y de la competencia, para analizar el comportamiento de la oferta y demanda existente. De esta manera, se conoce el mercado estadounidense, a quien vamos a exportar la mora de castilla sin espinas, obteniendo resultados positivos que generan una oportunidad de negocio. En la distribución organizacional de la empresa se establece el nombre, visión, misión, objetivos, cadena de valor, diagrama de flujo, escala estratégica y ambiente laboral. También se realizó una proyección de ventas para cinco años, tomando los porcentajes del comportamiento de venta de la

mora de castilla sin espinas en el ámbito local e internacional, obteniendo como resultado que, el proyecto es viable debido a la buena utilidad neta que refleja el estudio financiero. En el capítulo V se consistió en verificar problemas que ponga en riesgo la credibilidad del proyecto, mediante la aplicación de una matriz de validación. Los expertos calificados evalúan el contenido, con el fin de determinar si es factible o no realizarlo, ya que, es importante realizar el estudio de factibilidad antes de poner en marcha un nuevo proyecto.

**Palabra claves:** Producción, mora de castilla, estudio, exportación, cadena de valor.

## **ABSTRACT**

The present feasibility study arose with the purpose of seeking investors for the creation of the company for the production and export of blackberry without thorns, in the canton of San Miguel de Urcuquí, province of Imbabura; with the expectation of reaching the international market and generating employment. To carry out this research project, it was divided into five chapters, which are described below.

Chapter I has as its fundamental theoretical and bibliographical purpose each of the contents developed in the work. In addition, issues related to the market, technical, financial, and organizational study were pointed out, revealing criteria that help support the effectiveness of the investigation. Chapter II prolonged methodological procedures that allowed knowing the objectives, both general and specific of the investigation; In the same way, methods, techniques, and instruments will be established to collect information of great importance to continue with the project. Chapter III analyzes the diagnostic variables focused on political, legal, economic, social, environmental, and technological factors to reflect the situation of the company, through the analysis of possible threats, opportunities, opponents, and risks that may arise.

In chapter IV collects information on tastes or preferences of current customers and the competition, to analyze the behavior of the existing supply and demand. In this way, the US market is known, to whom we are going to export the thornless castile blackberry, obtaining positive results that generate a business opportunity. In the organizational distribution of the company, the name, vision, mission, objectives, value chain, flow chart, strategic scale and work environment are established. A sales projection for five years was also carried out, taking the percentages of the sales behavior of the blackberry without thorns in the local and international level, obtaining as a result that the project is viable due to the good net profit that reflected in the financial study.

Chapter V consisted of verifying problems that put the credibility of the project at risk, through the application of a validation matrix. Qualified experts evaluate the content, to determine if it is feasible or not, since it is important to carry out the feasibility study before starting a new project.

**Keywords:** Production, castile blackberry, study, export, value chain.

## INTRODUCCIÓN

El estudio de factibilidad para la producción y exportación de mora de castilla sin espinas tiene como objetivo atraer inversionistas nacionales e internacionales, con conocimiento en el mercado. La empresa Siembra EP planteó generar proyectos agrícolas, determinando una priorización de productos de acuerdo con la adaptación en las condiciones climáticas y tipos de suelos propios de la zona de Urcuquí, teniendo en la mira la mora de castilla sin espinas, cáñamo, aguacate has y flores de verano.

A nivel mundial existen alrededor de 300 especies de mora, pero, en nuestro país existe la castilla, brazo, gato y criolla. *Rubus glaucus* benth, llamada coloquialmente, mora de castilla. Es de origen andino, crece en climas fríos o moderados y no tiene mayor problema para ser cultivada; las plagas que se originan son controlables mediante la utilización de técnicas como poda, deshierbado o químicos. En la serranía ecuatoriana se cultiva principalmente en las provincias de Bolívar, Tungurahua, Imbabura y Cotopaxi, la cual es consumida por clientes propios y extranjeros.

Andimora es una fruta altamente demandada a nivel nacional e internacional por poseer minerales y vitaminas que, aportan nutrientes al ser humano; considerando que, posee una buena acogida en el mercado extranjero como fruto fresco y congelada. Además, esta especie es de fácil cultivo debido a que, la planta no tiene espinas.

Ecuador tiene una buena ubicación geográfica, siendo este un factor favorable para la agricultura, fuente principal de ingresos económicos. Sin embargo, existe un contra parte que, son los agricultores al no ser bien remunerados por la actividad que realizan. También, cabe mencionar el daño ambiental que pueden ocasionar los cultivos, ya que, debido a los fertilizantes se debilita la tierra, haciéndola cada vez menos productiva. Los acuerdos comerciales vigente con otros países

has abierto oportunidades de exportación, entre ellos el sector agrícola, pero, no todos cuentan con infraestructura industrializada; esto no permite avanzar rápidamente con el cambio de la matriz productiva.

El presente trabajo pretende cubrir la demanda internacional, mediante la exportación de la mora de castilla sin espinas con la creación de una empresa que producirá y exportará, brindando así, un producto de calidad hasta el consumidor final. Además, se busca generar empleo en la localidad que se producirá la fruta mencionada.

## **OBJETIVOS**

### ***Objetivo general***

Elaborar un estudio de factibilidad para la producción y exportación de la mora de castilla sin espinas en el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura, Ecuador.

### ***Objetivos específicos***

- Sustentar teóricamente cada uno de los contenidos con referentes bibliográficos en la elaboración del estudio de factibilidad, para la producción y exportación de cultivos de mora de castilla sin espinas en el cantón San Miguel de Urcuquí, provincia de Imbabura, Ecuador.
- Establecer los procedimientos metodológicos a seguir durante la investigación del estudio de factibilidad de la producción y exportación de mora de castilla sin espinas en el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura, Ecuador.
- Analizar la situación actual, mediante variables diagnósticas para el desarrollo del estudio de factibilidad de la producción y exportación de mora de castilla sin espinas en el cantón de Urcuquí, provincia de Imbabura, Ecuador.

- Determinar la factibilidad para la creación de una empresa que produzca y exporte mora de castilla sin espinas en el cantón de Urcuquí, provincia de Imbabura, Ecuador, a través, de los estudios de mercado, técnico, financiero y organizacional.
- Validar el estudio de factibilidad para la producción y exportación de mora de castilla sin espinas en el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura, mediante la evaluación de los resultados obtenidos y la aplicación de la matriz de validación para determinar el nivel de factibilidad del proyecto.

## **CAPÍTULO I: Fundamentación teórica**

### **Introducción**

El propósito del marco o fundamento teórico orienta el desarrollo del estudio de factibilidad para la producción y exportación de cultivos de mora de castilla sin espina. Además; se puntualizará temas relacionados con estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional; estableciendo criterios técnicos que ayuden a respaldar la efectividad del trabajo de investigación.

### **Objetivos**

#### ***Objetivo general***

Sustentar el desarrollo del estudio de factibilidad para la producción y exportación de cultivos de mora de castilla sin espinas en el cantón San Miguel de Urucuquí, provincia de Imbabura, Ecuador.

#### **Objetivos específicos**

- Comprender el enfoque de la investigación.
- Desarrollar la fundamentación teórica utilizando fuentes bibliográficas confiables.

### **1.1 Estado del Arte**

#### ***1.1.1 Antecedentes***

La empresa Pública Yachay EP fue creada el 13 de marzo de 2013, con el objetivo de desarrollar actividades económicas relacionadas a la administración del Proyecto Ciudad de Conocimiento Yachay. Esta entidad se constituyó como sujeto jurídico de derecho público con patrimonio propio; dotada de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión.

Yachay EP inició un modelo de gestión técnico-jurídico promoviendo la asociatividad público-privada para el desarrollo de proyectos agro-productivos, científicos y tecnológicos; como una estrategia que, favorecerá la producción y posible exportación de productos agrícolas no tradicionales, la generación de empleo, la dinamización de la economía y la innovación tecnológica (Siembra EP, 2019).

### ***1.1.2 Siembra EP***

La empresa Siembra EP, nombre actual de esta entidad pública, fue establecido a finales del año 2019 de acuerdo con el decreto ejecutivo 945, con el fin de reacomodar estas instituciones creadas por la función ejecutiva que organiza el rendimiento; para esto se dispone a modificar el decreto ejecutivo 1457 que creó Yachay EP con sede en Urcuquí -Imbabura. Una de las tareas que debía cumplir la organización era de crear un ecosistema de docencia, investigación, innovación y producción; orientados en productos agrícolas tradicionales y no tradicionales para lograr la sostenibilidad al norte del país. De igual forma, contaba con una normativa que, le facultaba trabajar de la mano con inversionistas y socios estratégicos, públicos o privados, nacionales o extranjeros; emprendiendo proyectos productivos en beneficio de todas las partes y la sociedad (Siembra EP, 2019).

Esta entidad disponía de terrenos subutilizados que no habían sido explotados de forma eficiente para la producción agrícola; surgiendo la necesidad de atraer inversionistas nacionales e internacionales con conocimiento total del mercado extranjero de la zona de castilla sin espinas, para aumentar la productividad mediante la creación de proyectos de cultivos. Estos deben garantizar la calidad del fruto para el nexo comercial duradero, asegurar el flujo del producto ofertado y el aumento de producción en el tiempo, con la finalidad de exportar.

Con información proporcionada por los ex representantes de la empresa Siembra EP, manifiestan que, al no contar con proyectos formulados no es posible atraer inversionistas. Esta entidad contaba con personal técnicamente capacitado para plantar, cultivar y producir mora de castilla sin espina, con una infraestructura física y técnica; pero, debido a la falta de recursos financieros estos factores no son aprovechados adecuadamente.

Los limitados recursos económicos no han permitido producir y exportar la fruta de forma efectiva y competitiva, haciendo que la empresa esté perdiendo la oportunidad de aprovechar el clima, la bondad del terreno, el conocimiento técnico de especialistas en estos cultivos y de vender su producto en mercados internacionales. Para ello, se requiere realizar un estudio de mercado, con la finalidad de atraer inversionistas en el proyecto y establecer los posibles consumidores potenciales.

La empresa planteó generar proyectos agrícolas, determinando una priorización de productos de acuerdo con la adaptación en las condiciones climáticas y tipos de suelos propios de la zona de Urcuquí, teniendo en la mira la mora de casilla sin espina, cáñamo, aguacate has y flores de verano (Siembra EP, 2019). Estos productos anteriormente mencionados tienen una buena vista en el mercado por su uso y beneficio.

Hoy en día la empresa se encuentra en un proceso de liquidación conforme al Gobierno Nacional del Ecuador; ésta necesita consolidar sus productos en el mercado local, nacional e internacional, pero no dispone de estrategias administrativas, técnicas y comerciales para poner en marcha el proyecto. La entidad tiene una imagen de carácter no estratégico, ni de rentabilidad social y económica de Siembra EP en el desarrollo del Norte del País, según el comunicado existen omisiones en dicho decreto ejecutivo 1060 que incumplen con la Ley Orgánica de Empresas Públicas (Gobierno Nacional del Ecuador, 2020).

En el Art. 55, se menciona lo siguiente: “si una organización pública ha dejado de cumplir los fines u objetivos para los que fue creada, ya no resulte conveniente desde el punto de vista de la economía nacional o del interés público, el ministerio o institución rectora del área; como máxima autoridad del gobierno autónomo descentralizado propondrá al Directorio de la empresa su liquidación, aplicando lo previsto en el art. 9 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas (LEOP) (El Norte, 2020).

Con el cierre de 7 instituciones públicas el Gobierno generaría un ahorro de \$230 millones en el presupuesto para invertir en proyectos factibles, ya que, estas empresas reflejan pérdidas en el año 2020. La empresa Siembra EP ha recibido un monto de \$362 millones y han obtenido como resultado una pérdida de 23,40 millones en el mismo período.

### ***1.1.3 Mora de castilla sin espina***

En el país existe 20 especies del género rubus en diferentes puntos de la región Sierra. La especie más destacada es la mora de castilla (*Rubus glaucus* Benth), se obtiene de forma silvestre o cultivada; siendo esta una planta de origen andina, natal de ambientes fríos y moderados. Esta planta se cultiva en las siguientes provincias: Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo, Pichincha, Imbabura y Carchi; las cuales se sitúan 2000 a 3100 metros de altura sobre el nivel del mar (Martínez et al., 2013)

(Caivinagua, 2011) (Guerrero, 2010) concuerdan que, andimora es un fruto con características similares a la mora de castilla con espinas, la cual se obtuvo en Ecuador después de tres años de análisis en las instalaciones del Instituto Autónomo de Investigación Agropecuaria INIAP ubicado en Quito. Por otra parte, (Martínez et al., 2013), afirma que, esta variación sin espinas es una mutación de la semilla de mora de castilla para ampliar la viabilidad genética, identificada en los viveros de los segregantes. Fue seleccionada en Píllaro-San Miguelito,

Provincia de Tungurahua en el año 2007, estas plantas conocidas como mora andina fueron valoradas, reproducidas y distribuidas en diferentes localidades, observando el comportamiento agronómico y la ausencia de espinas.

**Figura 1.** *Mora de castilla sin espinas*



**Fuente:** (Martínez et al., 2013)

**Diversidad genética.** La mora es un fruto conformado por pequeñas drupas unidas a un centro carnoso que al madurar tiene un color rojo oscuro o vino tinto y con un agradable sabor. Andimora no posee espinas por lo que, en su cultivo el productor no se lastima, es fácil de fumigar y responde con facilidad a los tratamientos que se le aplica.

El fruto tiene bajo valor calórico debido a que posee poco aporte de hidratos de carbono, haciendo que sea un alimento beneficioso para el metabolismo; es antioxidante por su alto contenido de compuestos polifenólicos, betacarotenes y bioflavonoides, teniendo así una gran

aceptación en los mercados internos y externos, tanto en fresco como procesada (Martínez et al., 2013).

### Descripción botánica

**Tabla 1**

*Descripción botánica de la mora de castilla sin espinas*

<b>MORA DE CASTILLA SIN ESPINAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Tallo</b>	Base que se encuentra conformado por raíces superficiales.
<b>Raíz</b>	El sistema radicular es profundo, puede llegar a medir más de un metro, esto depende del suelo y el subsuelo.
<b>Hojas</b>	Tiene tres folíolos, ovoides de 4 a 5 cm de largo, esto son de color blanco la parte inferior y verde la superior, teniendo una forma cilíndrica.
<b>Flores</b>	Se presentan en racimos axiales y terminales, característica propia de la variante.
<b>Frutos</b>	Es una baya formada por pequeñas drupas adheridas a un receptáculo, de forma esférica o elipsoidal de tamaño variable 1,5 a 3cm. El fruto es de color verde

---

	cuando este tierno, pasando a un color rojo vino cuando alcanza la madurez.
<b>Semillas</b>	Son pequeñas, con porcentaje de germinación muy bajo por su infertilidad.

---

**Fuente:** (Zumbana, 2011)

**Requerimientos del suelo.** De acuerdo con Zumbana (2011), menciona que, la mora debe se debe cultivar en un suelo con PH ácido entre 5.2 y 6.7, de igual manera se considera una altura de entre 1800 y 2000 m.s.n.m. También, el clima frío moderado con temperaturas que varían entre 12 y 21°C; y finalmente, la disponibilidad de agua debe ser suficiente para el crecimiento de la planta.

### **Manejo de cultivo**

**Tabla 2**

*Manejo de cultivo de la mora de castilla sin espinas (ANDIMORA)*

---

<b>VARIEDAD</b>	<b>INIAP ANDIMORA</b>
<b>Tipo de planta</b>	Trepadora indeterminada
<b>Distancia de plantación</b>	2 m x 3 m
<b>Densidad</b>	1666 plantas/ha
<b>Requerimiento de fertilización</b>	N 330, P2O5 60, K2O 300, Mg 24, Ca 45 kg/ha  Realizar el análisis de suelo antes de la siembra y una vez al año para establecer un programa de fertilización.  Se recomienda realizar análisis foliar para diagnóstico de deficiencias y/o toxicidades.

---

---

<b>Requerimientos hídricos</b>	<p>El cultivo en producción requiere la aplicación de 3-5 litros de agua diario/m<sup>2</sup> de suelo, lo que representa 21-35 litros de agua/planta/semana.</p> <p>La época crítica son la floración y cuajado de frutos.</p>
<b>Sistemas de conducción</b>	Espaldera simple, espaldera doble, chiquero
<b>Podas</b>	<p>Se emplea para ralea el exceso de tallos de las plantas (5-10/planta), estimular la ramificación secundaria y terciaria productiva de las ramas vegetativas gruesas, podar las ramas que produjeron, y eliminar las ramas enfermas o rotas.</p>
<b>Malezas</b>	<p>Manual: Azadilla o desbrozado</p> <p>Químico: herbicida glifosato 1 l/200 de agua + 2kg Urea</p>
<b>Manejo y Control de Enfermedades</b>	<p>Mildiú (<i>Peronospora</i> spp.) ataca a las yemas y frutos. El control se realiza con productos a base de fosfito de potasio y fungicidas con principios activos como cymoxanyl + propamocarp, metalaxyl, fosetil aluminio, entre otros.</p> <p>Moho gris (<i>Botrytis</i> spp.), este hongo afecta principalmente a los frutos. El control se realiza con Caldo bordelés.</p> <p>Oídio (<i>Oidium</i> spp.), ataca principalmente a las hojas. El control se realiza con productos a base de Azufre, Penconazol, y Quelato de Zinc.</p>

---

---

El manejo de las enfermedades debe iniciarse con las distancias de plantación adecuadas, monitoreo permanente, controles preventivos y curativos, y complementarse con podas sanitarias continuas de los órganos afectados, retirando el material infectado del huerto, y efectuar cosechas oportunas.

**Manejo y Control de Insectos  
plaga**

Ácaros o arañas (*Tetranychus* spp.), ataca a las hojas, para prevenir el ataque se recomienda realizar fertilizaciones adicionales (25%) de potasio al suelo. En infestaciones iniciales realizar aplicaciones con productos a base de azufre y en forma curativa el uso de *Beauveria bassiana* y acaricidas en base a jabones vegetales.

**Cosecha**

Cosechar los frutos con 50° de color morado cuando se almacene al ambiente, y entre el 50 y 75% de color morado cuando se conserve en refrigeración.

---

**Elaborado por:** INIAP

**Fuente:** (Martínez et al., 2013)

El suelo de San Miguel de Urcoquí cuenta con las condiciones necesarias para el cultivo de la mora de castilla sin espinas, ayudando a que la producción llegue a ser óptima al cumplir con todos los requerimientos para la siembra de esta especie. También, existe una ventaja al tener un estudio de la Andimora en donde muestra la forma de sembrar, enfermedades que pueden afectar a nuestra producción y como cultivarla.

## Comparación de mora de castilla

**Tabla 3**

*Cuadro comparativo mora de castilla*

<b>MORA CON ESPINAS</b>	<b>MORA SIN ESPINAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocida como mora de castilla o mora azul es la de mayor importancia comercial y la más cultivada en regiones comprendidas entre 1,200 a 3,000 m.s.n.m.</li> <li>- Temperatura entre 12 a 18 C°.</li> <li>- El clima de haber lluvias normales (600 a 800mm). Bastante sol.</li> <li>- Económicamente la mora es una de las frutas más valiosas cultivadas en el mundo entero.</li> <li>- Fecundación de la flor, formación de frutos de longitud 0,5 a 1 cm. Los frutos crecen hasta longitudes entre 1-2 cm. Inicia el cambio de coloración, la cual tarda generalmente una semana, en pasar de rojo a vino tinto oscuro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La variedad de mora sin espinas (Rubus glaucus Benth) Iniap Andimora-2013 proviene de una mutación de semilla sexual de mora de Castilla con espinas.</li> <li>- La planta es de origen andino, nativa de climas fríos y moderados de los Andes ecuatorianos y colombianos.</li> <li>- Temperatura entre los 12 a 17 C° con 1000 a 2400 m.s.m.</li> <li>- En relación con los nutrientes del fruto, la variedad presentó 131,95 miligramos por cada 100</li> </ul>

---

- Hay un ligero incremento en el tamaño. Algunos frutos alcanzan la madurez comercial y sus longitudes oscilan entre 1.5 y 2.5 cm. Los frutos continúan creciendo hasta alcanzar longitudes de 2.5 a 3.5 cm. mientras alcanzan su madurez comercial

gramos de vitamina C. Asimismo, posee un alto contenido de proteínas, carbohidratos totales, azúcares reductores, polifenoles, magnesio, fósforo, potasio y manganeso en comparación a varias variedades de moras de castilla evaluadas.

- La variedad Andimora-2013, comparada con dos variedades de mora de castilla común, presenta mejores características para el almacenamiento, tanto en condiciones ambientales naturales como controladas. En el caso de almacenamiento al ambiente el estado de madurez de la fruta

---

influye en el tiempo de  
conservación

---

**Fuente:** (Martínez et al., 2013)

**Elaborado por:** Autoras

#### ***1.1.4 Agricultura del Ecuador***

La agricultura en nuestro país es una base para cumplir el desarrollo la matriz productiva, como se menciona en la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 281: *“La soberanía alimentaria constituye un objetivo y una obligación del estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente”* (2008:90).

Ecuador cuenta con un área geografía que contribuye a la biodiversidad, es decir el país tiene patrimonio natura, el cual ayuda al desarrollo económico, social, cultural y productivo. En donde la agricultura empresarial concreta el 80% de la tierra en un 15% de las unidades de producción (UPAs) y familiar representa el 84,5%; con concentración del 20% (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2016).

La matriz productiva ayuda a diversificar la productividad del Ecuador, como es el sector agrícola que produce un 2,5 millones de puestos de trabajo en el país. La agricultura se orienta en dos aspectos, el primero es la producción que será dirigida para ser exportada y la segunda es para ser consumida internamente. De igual manera, existen acuerdos comerciales con otros países; siendo una ventaja para exportar diversos productos que se producen en el Ecuador. Por ejemplo, el Acuerdo Comercial Multipartes, en el primer año incremento el 13% de las exportaciones ecuatorianas hacia Europa; obteniendo como resultado el PIB anual del 8% (El Comercio, 2017).

Para ser un exportador internacional se debe de capacitarse en procesos de exportación. Hoy en día existe la posibilidad de acceder a instituciones como el MIPRO o ProEcuador que facilita información y capacita a los empresarios de forma gratuita en temas relacionados con la documentación necesaria, con la finalidad de orientar las negociaciones con mercados internacionales al vender los productos.

### ***1.1.5 Empresa***

De acuerdo con Chiavenato (2011), la empresa es una organización social conformada por personas y recursos que, ponen en marcha el negocio, teniendo un determinado objetivo como el lucro o la atención de una necesidad. Es decir que, está formada por trabajadores con el fin de obtener un beneficio económico, mediante el funcionamiento legal de la misma.

**Clasificación de empresas.** Según (Mendoza, 2013), las empresas se clasifican de la siguiente manera:

- Según su tamaño:
  - Microempresas: Si poseen de 1 a 9 trabajadores y sus ingresos menores a \$ 100.00,00
  - Pequeñas: Si poseen de 10 a 49 trabajadores y sus ingresos entre \$ 100.001,00 y \$ 1'000.000,00
  - Medianas: Si poseen de 50 a 199 trabajadores y sus ingresos entre \$ 1000.001,00 y \$ 5'000.000,00
  - Grandes: Mas de 200 trabajadores o ingresos superiores a \$ 5'000.001,00
- Por el alcance territorial:
  - Primaria (Agricultura, ganadería y pesca)
  - Secundaria (Textil, naval, química)

- Terciaria (Comerciales y servicios)
  - Según el capital:
    - Privada
    - Pública
    - Mixta
  - Según su forma jurídica
    - Individual
    - Social

La empresa está conformada por un grupo de personas que, busca un objetivo en común; con el fin de obtener un beneficio al poner en marcha el negocio propuesto. En Ecuador existen diferentes tipos de organizaciones, en nuestro caso la actividad que realizamos es agrícola o del sector primario, mediante la producción y exportación de mora de castilla sin espinas.

## **1.2 Estudio de mercado**

Kotler & Armstrong (2003) mencionan que, el estudio de mercado consiste en recopilar, planificar, analizar, y comunicar de manera organizada los datos más significativos; ayudando a las empresas a entender la situación del mercado interesado, que garantice la toma de decisiones. Este estudio permite a las entidades tener claro su demanda y oferta para diseñar estrategias que posicione el producto en el mercado.

### ***1.2.1 Importancia del estudio de mercado***

De acuerdo con Gonzales (2017) sugiere que “el éxito de la empresa dependerá de su capacidad para identificar, crear, explotar y mantener determinadas ventajas competitivas”. Este estudio realiza una planeación adecuada viendo los factores relevantes que, intervienen en el proceso.

En conclusión, el estudio de mercado permite conocer factores que intervienen en el proyecto y orientar las prácticas en áreas de marketing, al analizar los datos relevantes sobre el mercado potencial y análisis de la competencia. Con el objetivo de plantear alternativas en circunstancia positiva o negativa, para ponerles en práctica.

### ***1.2.2 Segmentación del mercado***

Blank (2018) menciona que, con la segmentación del mercado se conoce la respuesta del consumidor ante un producto o servicio, para así, plantear la estrategia comercial más adecuada. Por otro lado, según Espinoza (2020) la segmentación se debe considerar aspectos geográficos, demográficas, psicográfica y de conducta. esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente el marketing.

La segmentación de mercado ayuda a seleccionar la población de compradores interesados en el producto que se comercializará; enfocándose en las necesidades, rasgos y comportamientos que, requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas. De igual manera, esto se divide en grupos con características y preferencias semejantes para realizar una oferta diferenciada y adaptada a cada una de las agrupaciones objetivas.

### ***1.2.3 Oferta***

Al respecto, (Andrade, 2016) y (Carbonell, 2010) coinciden que, la oferta es la cantidad de bienes y servicios ofrecidos en el mercado para satisfacer una o varias necesidades que, los vendedores ofrecen al mercado a un precio determinado. También se puede decir que, la oferta ofrece al mercado un producto para la venta sea verbal o por escrito señalando las características.

Se define como oferta aquella propiedad dispuesta para ser enajenada a cambio de un precio. De igual forma, se debe realizar un estudio de esta variable para establecer posibles ofertas

significativas a los diferentes públicos, a fin de conocer las posibilidades de pagar que la empresa está ofertando, de acuerdo con su contexto.

#### ***1.2.4 Demanda***

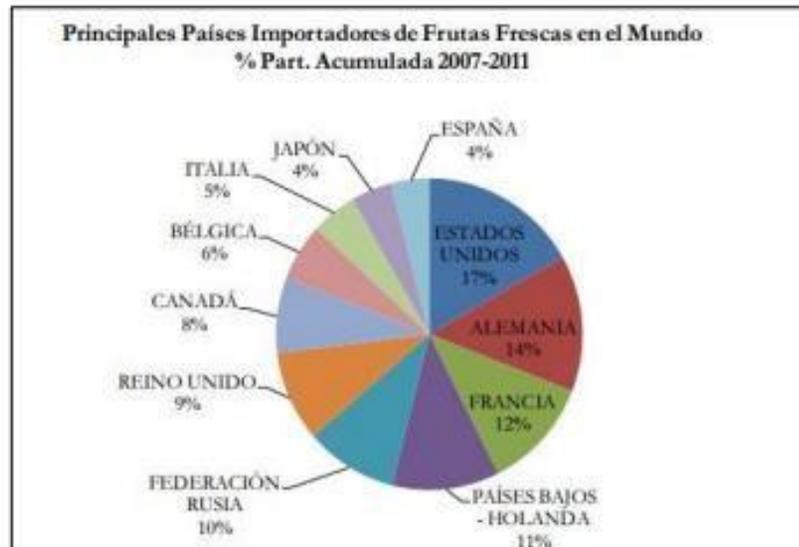
Según Andrade (2016) menciona que, es la formulación expresada de un deseo que, está condicionada por los recursos disponibles del individuo o entidad demandante, y por los estímulos de marketing recibidos. Mientras Jiménez (2016) afirma que, la demanda refleja la voluntad y capacidad económica de adquirir un determinado bien, por parte de todas las personas que manifiestan una necesidad capaz de ser satisfecha por el consumo del producto.

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares. Asimismo, abarca una amplia gama de productos que, pueden ser adquiridos a un valor de mercado, sea por un comprador específico o por el conjunto total de consumidores en una determinada plaza, a fin de complacer los gustos y deseos.

Los principales mercados internacionales importadores de fruta fresca están liderados por Estados Unidos, Alemania, Francia, Holanda, Reino Unido y Federación Rusa. Lo expresado demuestra que, el continente europeo tiene gran interés por el consumo de verduras y frutas frescas de todos los tipos y provenientes de todo el mundo (PROECUADOR, 2012).

#### **Figura 2**

*Principales países importadores de frutas frescas en el mundo*



**Fuente:** (PROECUADOR, 2012)

Es primordial resaltar que, el ranking de exportadores no coincide plenamente con otros países productores, porque, la mayor parte de frutas producidas se consumen internamente. Esto significa que, prácticamente los mismos territorios que dominan las listas de producción mundial, son también los principales consumidores del mundo. En lo concerniente a productividad, se destacan explotaciones frutales de México, Ecuador, Estados Unidos y Brasil en el continente americano y de Nueva Zelanda, en Oceanía.

### ***1.2.5 Marketing Mix***

Según Carvajal (2014) el plan de marketing se ha convertido en una herramienta elemental de gestión que deben utilizar todas las empresas orientadas al mercado. Los recursos humanos (RRHH), son aquellos encargados de organizar y maximizar el desempeño de los funcionarios con el fin de aumentar su productividad. Mientras Espinosa (2014) menciona que, es una combinación de elementos de mercadotecnia utilizados en la venta de un producto

determinado, estos giran en torno a cuatro funciones diferentes conocidas como las 4P (Producto, Plaza, Precio, Promoción).

Un plan de marketing es un documento en formato texto donde se recogen todos los estudios de mercado realizados por la empresa, los objetivos a conseguir, las estrategias a implementar y la planificación a seguir. Se denomina mezcla de mercadotecnia o mix comercial a las herramientas o variables de las que dispone el responsable, para cumplir con las metas de la entidad.

### **1.2.6 Producto**

Según Arnaut & Iberbrokers (2012), el producto o servicio no debe quedarse en una simple enumeración, es conveniente que se detallen las características comerciales y técnicas de estos; especificar cualidades, tamaños, composición, marcas, entre otras. Por otra parte, Kerin (2010) en su libro Marketing, expone: *“El producto se denomina a cualquier objeto que, se pueda ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que, podría saciar un deseo o una necesidad”* (pág. 14).

Un producto es una opción elegible o viable que, la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo. También, será necesario plantear el proceso de fabricación o realización del servicio, analizando las necesidades materiales, técnicas, humanas, control de calidad, entre otros.

### **1.2.7 Precio**

De acuerdo con Botey (2020), el precio es el dinero que, el consumidor va a pagar por obtener el producto o servicio, este valor se fija tomando en cuenta algunos criterios de marketing,

para poder establecer el costo del artículo. Sin embargo, según Espinosa (2014) es uno de los elementos más flexibles de la combinación mercantil, dado que, se puede cambiar con rapidez.

El precio es el pago que se realiza al obtener uno o varios productos; es decir que, existe un intercambio de dinero por una mercadería o servicio obtenido, en donde intervienen el vendedor y comprador, efectuándose con unidades monetarias de acuerdo con la moneda de cada país. El valor que se le da a un bien o servicio

### ***1.2.8 Valor Agregado***

Según Espinosa (2014) menciona que, el valor agregado es una característica o servicio extra de un producto o servicio, con el fin obtener un mayor costo comercial. Generalmente, se trata de una particularidad poco común y usada por los competidores, dándole al negocio o empresa cierta diferenciación. Es el conjunto de beneficios que se otorga a los compradores, incluyendo la calidad, el precio, la conveniencia, la entrega a tiempo y, el servicio pre y postventa.

En el mercado existente un entorno competitivo, por esto, las empresas dan u valor agregado al producto o servicio que ofertan; siendo una característica adicional que diferencia de los productos similares, ayudando así a obtener beneficios como: atraer clientela fiel para establecerse.

### ***1.2.9 Promoción***

Según Botey (2020), la promoción se considera como una herramienta que, da a conocer el producto por medio de la utilización de técnicas y canales de comunicación. Este elemento tiene como objetivo persuadir la compra del consumidor por el producto ofertado. Además, Andrade (2016) expresa que, esto consiste en un conjunto variado de instrumentos para el incentivo, sobre

todo a corto plazo, diseñado para estimular una compra más rápida y/o mayor de productos/servicios particulares por parte de los consumidores o el comercio.

El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo. De esta manera se atrae clientes para incrementar las ventas mediante la técnica de incentivo en la compra.

#### ***1.2.10 Publicidad***

Según Espinosa (2014), la publicidad es un método pagado de presentación no personal y promoción de ideas, bienes y servicios por parte de un patrocinador identificado. Además, es una forma de comunicación que, intenta incrementar la compra de un producto o servicio, insertando una nueva marca o artículo dentro del mercado de consumo, mejorando la imagen para reposicionar la mercadería en la mente de los consumidores.

#### ***1.2.11 Canales de Distribución***

Según Andrade (2016) menciona que, el canal de distribución es una serie de organizaciones independientes que, toman parte en el proceso de emprender un producto o servicio, quedado a disposición del cliente o el usuario industrial para su uso o consumo. En cambio, para Acosta (2017), es un procedimiento que se realiza para llegar a los clientes, mayoristas o minoristas; es decir, son acciones que se da al momento de trasladar el producto desde la fábrica al consumidor.

El canal de distribución es el proceso de comercialización del producto desde la empresa hasta la entrega de la mercadería al consumidor o punto de venta. Permitiendo que los distintos productos estén al alcance de los consumidores en el momento, forma y lugares apropiados.

### 1.3 Estudio técnico

Un estudio técnico señala los recursos necesarios que intervienen para poner en marcha el proyecto, es decir toma en cuenta los recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos. Por lo tanto, refleja los costos de inversión y de operación requeridos, así como, el capital de trabajo que la empresa debe de cubrir para empezar el negocio (Cotera, 2018).

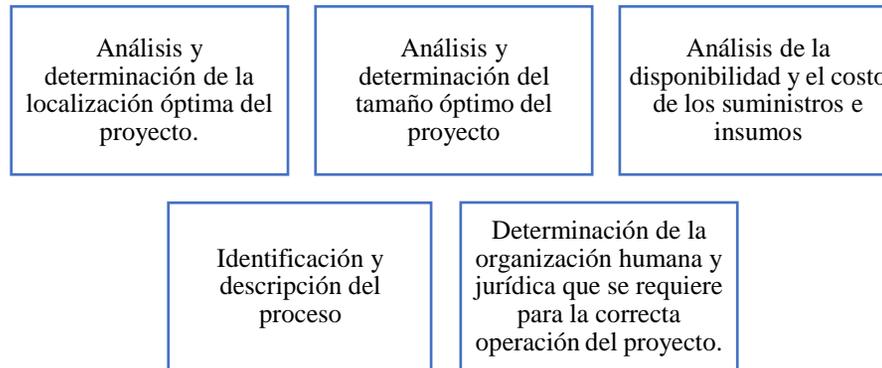
El objetivo es considerar los recursos necesarios para el buen funcionamiento operativo de un proyecto, verificado la posibilidad técnica de fabricar un producto o prestar un servicio. También, se determina el tamaño, localización, equipos, instalaciones y la organización requerida para la ejecución de este.

#### 1.3.1 Componentes

De acuerdo con Funway (2017), los componentes del estudio técnico son:

**Figura 3**

*Partes de un estudio técnico*



**Fuente:** Adaptado por las autoras

- La localización el objetivo general de este punto es llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta.

- Determinación del tamaño óptimo de la planta: se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año.
- Ingeniería del proyecto: su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso adquisición del equipo y la maquinaria. De la misma forma, se determina la distribución óptica de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.
- Determinación de la organización humana y jurídica: una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de la organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar cómo quedarán, a su juicio, los puestos y jerarquías dentro de la empresa.

La importancia que tiene este estudio es para obtener un valor monetario de acuerdo con los componentes que formen el proyecto de forma técnica, que permita al emprendedor tener una información clara de los recursos necesarios que debe tener para empezar un negocio. Además de proporcionar información de utilidad para el análisis financiero (Gomez, 2012).

### **Localización del proyecto**

**Macro localización.** Según Rubén (2000), la macro localización es el área total del proyecto, es decir, la zona donde se ubicará las instalaciones de la empresa. Se realiza un análisis para obtener una ubicación general viendo su estructura, población, economía de indicadores más importantes para seleccionarla.

La macro localización en un proyecto es considerar la zona geográfica en donde se ubica la empresa; la personal a cargo de realizar este análisis tiene que observar el área sea ventajosa,

viendo factores tangibles o intangibles, sociales, geográficos, económicos o institucionales. El estudio se lo hará en la provincia de Imbabura.

**Micro localización.** Micro localización es el estudio que selecciona un lugar en específico, después de haber realizado un estudio macro. Ayuda a identificar mejor la alternativa de ubicación dentro de un país, región, o ciudad elegida; para dar a conocer de forma eficiente en donde se va a colocar las instalaciones de la empresa (Garduño, 2012).

La micro localización de un proyecto o empresa es la ubicación específica, dentro de una macrozona de mayor alcance, en donde se asentará definitivamente las instalaciones necesarias. El tener un buen lugar es favorable para la entidad, ya que, va a comprender una ventaja competitiva y estratégica.

**Determinación de la planta.** De acuerdo con Gonzáles (2017), *“la capacidad de un proyecto es la cantidad que va a producir en unidades y tiempo que demora”* (pág. 45), es decir que, de acuerdo con las instalaciones el proyecto va a tener los recursos necesarios para la producción por unidad y tiempo. También, se debe de considerar aspecto internos y externos que interfieran en la capacidad de la planta.

**Ingeniería del proyecto.** Al respecto García (2013) menciona que, *“la ingeniería del proyecto define los recursos que van a intervenir para operar de forma correcta, obteniendo de esta manera información relevante; está conformado por fases como la ingeniería de proceso, alcance, documentos necesarios, ingeniería básica, plano de distribución y gestión de ingeniería”*. Permite obtener información confiable acerca de los recursos necesarios para el inicio y funcionamiento del proyecto, obteniendo así un trabajo óptimo en la producción y exportación del producto.

**Determinación de la organización humana y jurídica.** Según Núñez (2018) menciona que, “*este término se entiende las funciones jerárquicas para cumplir con el objetivo del proyecto, permitiendo de esta forma asignar actividades al personal de acuerdo con su área. También se toma en consideración la parte de definir la empresa, misma que tiene que constituirse y acatar normativas vigentes*”. La empresa va a operar de forma eficiente, ya que se determina la responsabilidad de acuerdo con su orden jerárquico de la empresa y debe tener en regla la parte de conformación de la entidad.

#### **1.4 Estudio financiero**

Al respecto (Córdoba, 2014), menciona que, tiene como objetivo detectar los recursos económicos para poder llevar a cabo un proyecto de forma eficiente y eficaz. Con el análisis que se realiza, se puede contemplar el costo total del proceso de producción por etapa. Mientras (Palacios, 2012), habla de la información económica encontrada en cada fase, desde su inicio hasta la ejecución; estas fases son el estudio de mercado, técnico, organizacional y legal.

El estudio financiero es un instrumento de análisis preliminar en la selección de alternativas de inversión o de fusión. También, se puede utilizar como herramientas de pronóstico de condiciones y resultados financieros futuros, siendo este un proceso de diagnóstico administrativo, operativo o de otras áreas inevitables de incertidumbre que, enfrentan todos los procesos de toma de decisión.

Los principales tipos de estados financieros se pueden mencionar:

##### ***1.4.1 Balance financiero general***

El estudio financiero tiene como objetivo principal conocer el financiamiento y de retorno de la inversión, ayudando a evaluar la situación financiera y obteniendo mediante este

balance el capital de trabajo de manera que se podrá establecer condiciones a corto y largo plazo. (Palacios, 2012)

Es similar al estado financiero, este describe la situación actual por la que atraviesa una empresa basándose en tres aspectos fundamentales: los activos, los pasivos y el patrimonio neto. Hay que revisar múltiples veces sus proyecciones, regresando y adelantándose hasta que esté de acuerdo con las implicaciones financieras y del financiamiento.

#### ***1.4.2 Estado de flujo de efectivo***

Este estado financiero permite observar el movimiento o variables de efectivo y equivalente, permitiendo estudiar las operaciones de entrada y salida de dinero que ha realizado la entidad en un determinado periodo. Por lo tanto, este estado está conformado por tres elementos que son: inversión, financiamiento y actividades colectivas (Castro, 2015).

El estado de flujo de efectivo ayuda a revisar como se encuentra la empresa en cuestión de la liquidez. De igual forma, se refleja las entradas y salidas de dinero de la entidad en un determinado periodo, dejando así en constancia qué operaciones se han realizado.

#### ***1.4.3 Estado de resultados***

Es un estado financiero que, plasma la pérdida o ganancia que tiene la empresa en un periodo de tiempo determinado. Esta herramienta detalla los ingresos y gastos viendo así la rentabilidad o no del negocio después de los movimientos realizados, ya que mediante la realización del estado de realización del estado de resultado obtendremos información relevante (Nuño, 2017).

Este estado toma en cuenta las operaciones de ingreso y gasto durante un determinado periodo; con los resultados obtendremos información confiable, ya que se observa si el negocio es

rentable o no. A demás, se visualiza la parte financiera y toman decisiones de acuerdo con el resultado obtenido.

#### ***1.4.4 Estado de evolución de patrimonio neto***

Al respecto, (Roberto, 2020), (Economía, 2016) mencionan que, el estado de evolución del patrimonio neto está conformado por movimientos con los propietarios siendo estos los aportes, retiros y dividendos de accionistas, y el resultado de un periodo. También, este estado muestra las variaciones en las cuentas de patrimonio durante el ejercicio, indicando los saldos iniciales, modificaciones y los valores finales.

El estado de patrimonio neto recopila información con relación al patrimonio viendo así el saldo inicial, las variaciones y el saldo final que obtendrá la empresa en un periodo determinado, haya sido estas modificaciones de forma cuantitativo o cualitativa.

#### ***1.4.5 Valor actual neto***

Al respecto,(Mete, 2014; Vaca et al., 2019), coinciden en que el Valor Actual Neto de un proyecto es el valor actual o presente de los flujos de efectivo de una propuesta, en donde el valor monetario resulta de restar a la inversión inicial la suma de los flujos descontados, para actualizar esos flujos netos se utiliza una tasa de oportunidad que, es una medida de la rentabilidad mínima exigida por el proyecto que, permite recuperar la inversión, cubrir los costos y obtener beneficios.

La fórmula es la siguiente:

$$VAN = -1_0 + \sum_{i=1}^n \frac{FNE_i}{(1 + \delta)}$$

Donde:

- $-I$ = Inversión inicial
- FNE= Flujos netos de efectivo
- $(1 + t)^i$ = Tasa de descuento

Posibles resultados:

- $VAN > 0$  Acepte el proyecto
- $VAN < 0$  Rechace el proyecto
- $VAN = 0$  la decisión queda a criterio del analista

El VAN es un indicador que, muestra los costos que intervienen en el proyecto, es decir, nos permite determinar si una inversión cumple con el objetivo financiero o no. También, es un método para evaluar las inversiones a largo plazo viendo la viabilidad del trabajo de investigación.

#### ***1.4.6 Tasa interna de retorno***

Según (Quiñonez & Suárez, 2018) indica que, la TIR expresa el crecimiento del capital en términos relativos y determina por un periodo. También, se puede decir que, es un método de evaluación más utilizado en empresas, ya que, ayuda a determinar la viabilidad al momento de invertir.

Este método ayuda analizar la viabilidad del proyecto de inversión, sin duda, esta herramienta es de gran utilidad por obtener la rentabilidad relativa expresada en porcentaje. Asimismo, mitiga el riesgo al existir en el mercado constantes cambios políticos, económicos y sociales.

#### ***1.4.7 Costo/Beneficio***

Al respecto, (Cuba, 2017) señala que, se realiza un análisis de los flujos de costo y beneficios monetarios obteniendo como resultado si es rentable o no el proyecto. El cálculo es muy

útil para emprender un negocio de un producto o bien, para tomar decisiones al invertir viendo así el beneficio a corto, mediano o largo plazo.

El análisis costo/beneficio mide la relación entre coste por unidad producida y beneficio que tiene el proyecto definiendo la viabilidad de este. Dependiendo de los resultados obtenidos se toma una decisión con relación a la situación sea orientada al cambio o al fortalecimiento del trabajo.

#### ***1.4.8 Periodo de recuperación de la inversión***

Es un método que evalúa el proyecto de inversión a corto plazo, midiendo la liquidez como también el riesgo relativo permite anticipar los eventos. De igual forma, mide el tiempo que se requiere en los flujos netos de efectivo de una inversión en donde se recupere el valor inicial (Vaquiro, 2010).

El periodo de recuperación de la inversión es un instrumento financiero que, permite optimizar al momento de tomar decisiones, viendo así el tiempo que se necesita en el proyecto para recuperar el dinero invertido en el mismo.

### **1.5 Estudio Organizacional**

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización del proyecto, con el fin de conocer, evaluar fortalezas y debilidades, y definir la estructura de la empresa para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Además, se establece la parte funcional por área, teniendo en cuenta el objetivo empresarial.

La función al organizar e implantar un método, tiene como objetivo incrementar de forma eficiente los procedimientos y determinando la capacidad operativa de la empresa, con el

fin de conocer y evaluar fortalezas mediante la elaboración del estudio técnico-administrativo. (Herrera, 2007)

Una vez determinado el tipo de organización debemos establecer los objetivos principales y las actividades por las áreas que componen su empresa como puede ser el área de recursos, maquinaria, de comunicaciones, entre otros. De igual manera, hay que determinar las responsabilidades o roles por cargo; se debe realizar un organigrama en el que aparezcan claramente las líneas de reporte, los nombres de los cargos y el papel que cada uno desempeñará (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2014).

### ***1.5.1 Misión***

Según (Toran, 2012), la misión en una empresa es la razón por la cual se encuentra en marcha. De igual forma, su enfoque permite que las personas que integran la organización desempeñen sus actividades con el fin de cumplir los objetivos en el tiempo presente. En otras palabras, es una guía para los trabajadores quienes cumplirán con las metas que la entidad planteo, llegando así al objetivo meta.

### ***1.5.2 Visión***

La visión es la imagen que tiene la empresa a futuro, es decir, es lo que espera la entidad cumplir es un tiempo definido. Para un empresario son actividades que ha planteado para ejecutar uno o varios objetivos que tiene la institución mediante técnicas, estrategias, recursos y planificación (Quiroa, 2020).

La visión empresarial es la capacidad de proyectar el futuro, es decir se traza metas que se va a alcanzar en un largo plazo, realizando diferentes actividades que ayuden a lograr los

objetivos empresariales. Todos los que conforman la institución deben realizar su labor de manera eficiente contribuyendo así el éxito.

### ***1.5.3 Políticas***

La política empresarial es fundamental para estructurar la organización, ya que, son un conjunto de principios o lineamientos que acata la institución para la toma de decisiones y acción de esta, teniendo claro los objetivos empresariales, buscando el desarrollo y el éxito (Illera, 2015).

Una empresa sin políticas no se encuentra guiada, pues, los principios o lineamientos ayudan a dirigir la actividad o razón de la organización; tomando en cuenta la naturaleza, filosofía y objetivos del negocio; de esta manera, se facilita la toma de decisiones para realizar las funciones correctas.

### ***1.5.4 Fundamentación legal***

**Leyes y Normas.** De acuerdo con Molina, *“el sistema tributario rige en Ecuador impuestos directos o indirectos. El Impuesto sobre Sociedades se aplica a las empresas residentes y no residentes. Concretamente, las empresas que tributan por este impuesto son las sociedades anónimas, las sociedades de responsabilidad limitada, los establecimientos permanentes de entidades extranjeras y todas las personas jurídicas que, aun careciendo de entidad legal constituyen una unidad económica independiente de sus miembros”* (2015, pág. 11).

De acuerdo con la Ley de Régimen Tributario Interno, contemplan normativas de cumplimiento para las personas naturales o jurídicas que se establecen en el país. Por medio de un ente control regulan el cumplimiento de este reglamento vigente, pero, en caso de incumplir se impone una sanción.

**Regímenes de exportación.** De acuerdo con el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, se describe los regímenes de la exportación que permiten acceder a una libre circulación de los productos cumpliendo con las respectivas disposiciones de ley para comercializar en otro país (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI], 2020).

## **CAPITULO II: Procedimientos metodológicos**

### **Introducción**

Al emplear una correcta metodología permitirá obtener un trabajo de investigación eficaz y confiable, recolectando información de fuentes primarias o secundarias. También, se obtendrá objetivos generales y específicos del proyecto, en donde se describirá el tipo de investigación mediante la aplicación de técnicas e instrumentos para recolectar información relevante; finalizando con la elaboración de la matriz de desarrollo de variables diagnósticas.

### **Objetivos**

#### ***Objetivo general***

Establecer procedimientos metodológicos para la investigación del estudio de factibilidad de la producción y exportación de mora de castilla sin espinas en el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura, Ecuador.

#### ***Objetivos específicos***

- Analizar el tipo de investigación a utilizar para el desarrollo de la investigación.
- Describir los métodos, técnicas e instrumentos a utilizar en la investigación.
- Identificar las variables del estudio diagnóstico

### **2.1 Tipo de Investigación**

La investigación es el conjunto de métodos que se aplican para conocer un asunto o problema en profundidad y generar nuevos conocimientos en el área que se está aplicando. Existen varios tipos de investigación que se clasifican dependiendo de su objetivo, los datos que se analizan, el tiempo que requiere el estudio del fenómeno, entre otros factores. (Málaga, 2008)

A continuación, se explica cada uno de los tipos de investigación utilizados:

### ***2.1.1 Investigación Descriptiva***

La investigación descriptiva se utiliza para describir las características de una población o fenómeno en estudio, por lo tanto, ayuda a definir, clasificar, dividir o resumir. Nos responde preguntas sobre cómo / cuándo / por qué ocurrieron las características. Más bien aborda la pregunta "qué" (Rus, 2016). Este tipo de investigación permitió recabar información de fuentes primarias y secundarias, las cuales son necesarias para el desarrollo del estudio de factibilidad.

### ***2.1.2 Investigación cuantitativa***

La investigación cuantitativa es aquella que utiliza datos para recopilar información concreta, como cifras, estos datos son estructurados y estadísticos. Brindan el respaldo necesario para llegar a conclusiones generales de la investigación. (Survey, 2015)

Para el desarrollo del proyecto de factibilidad se contó con datos numéricos obtenidos de los documentos expedidos por la herramienta estadística que es el Trade Map, cuantificando los indicadores de las variables identificadas. Asimismo, se determinó una propuesta financiera para medir la viabilidad del trabajo de investigación.

## **2.2 Métodos**

### ***2.2.1 Método Analítico – Sintético***

El método analítico- sintético es aquella técnica de investigación que, consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Luego se relaciona cada reacción mediante la elaboración de una síntesis general del fenómeno estudiado (Jácome, 2018).

Mediante este método se analizó diferentes documentos para la elaboración del estado del arte. De igual manera, ayudó al desarrollo de las diferentes técnicas e instrumentos a utilizar,

para adquirir información confiable obteniendo la factibilidad de la producción y exportación de cultivos de la mora de castilla en el cantón Urcuquí provincia de Imbabura.

### ***2.2.2 Método inductivo-deductivo***

Tanto el método inductivo como el deductivo son estrategias de razonamiento lógico, donde el inductivo utiliza premisas particulares para llegar a una conclusión general, y el deductivo usa principios generales para obtener una conclusión específica. Ambos métodos son importantes en la producción de conocimiento. (Abreu, 2014)

El método inductivo se utilizó para determinar los procesos que intervienen en la producción y exportación de la mora de castilla sin espina de forma general, ya que, se plantea preguntas de investigación para la recolección y análisis de datos, determinando si el proyecto es rentable o no. En cambio, el método deductivo permitió conocer cuál es la realidad general del proyecto de investigación.

### ***2.2.3 Método estadístico***

Los métodos estadísticos son procedimientos para manejar datos cuantitativos y cualitativos mediante técnicas de recolección, recuento, presentación, descripción y análisis. Este método permite comprobar hipótesis o establecer relaciones de causalidad en un determinado fenómeno. (Centro de Investigaciones de México, 2018)

Se aplicó en el procedimiento de datos numéricos de frecuencias que, se utilizó en el proceso de producción y comercialización de la mora de castilla en mercados internacionales. Analizando la información confiable obtenida.

#### **2.2.4 Método PEST**

El análisis PEST identifica a los factores del entorno general que afectan a la empresa. Este análisis se realiza antes de llevar a cabo el DAFO o FODA, ya que consiste en evaluar un contexto, un mercado, el marco que condicionará una iniciativa empresarial. De esta manera se obtiene una estratégica. PEST "Político, Económico, Social y Tecnológico". (CEREM, 2020)

Al momento de desarrollar las variables diagnósticas para el proyecto de investigación se empleó esta metodología, la cual ayudó a identificar los factores que intervienen en el análisis de este; para así aplicar las estrategias adecuadas y eficientes.

#### **2.2.5 Método FODA**

La Matriz FODA es una herramienta estratégica que permite en analizar el ambiente externo e interno mediante la identificación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que percibe la empresa, de tal manera que se puede identificar las líneas de acción y planes estratégicos para alcanzar los objetivos planteados. (Koontz, 2013)

- **Ambiente externo**

- Amenazas: Es toda fuerza del entorno que puede impedir el cumplimiento de los objetivos o reducir su efectividad; pueden ser riesgos tecnológicos, restricciones gubernamentales, inflación, entre otros. Para evitar las amenazas los administradores de la empresa deben reconocer de manera oportuna cualquier situación que signifique riesgo para la rentabilidad y posición futura de la empresa.
- Oportunidades: Es toda circunstancia de entorno que afecta de manera positiva a la empresa, y se puede llevar a cabo el cumplimiento normal de los objetivos o

incluso superarlos. Las oportunidades se pueden presentar en cualquier aspecto; ya sea económicos, social, político, tecnológico, otros.

- **Ambiente interno**

- Fortalezas: Son factores que están bajo el control de la empresa, de tal manera que puede incrementar los beneficios presentes y futuros. Las fortalezas pueden presentarse de diversas formas tales como; recursos humanos capaces y experimentados, convenios, imagen reconocida, activos fijos valiosos, entre otros.
- Debilidades: Es la parte donde la empresa carece de algo; por lo tanto, se vuelve vulnerable ante la competencia, y tiene posibilidades poco atractivas a futuro. Las debilidades suelen presentarse de manera contraria a las fortalezas.

Mediante la aplicación de la matriz estratégica FODA, se identifica las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades Y Amenazas, de tal manera se determina si es factible la ejecución del proyecto.

### **2.3 Tipo de muestreo**

De acuerdo con Espinoza (2016) menciona que, una muestra es un subconjunto de la población que se va a estudiar, siendo esto una técnica de investigación en donde se recopila información sin tener que medir a toda la población. El muestreo se clasifica en dos: la que se basa en probabilidad y la no probabilística.

El tipo de muestreo que se utiliza en el estudio de la factibilidad es la muestra no probabilística que según Hernández (2019), “es una técnica de muestreo que selecciona cuidadosamente a los sujetos de la población utilizando criterios específicos”. Este tipo de muestreo está enfocando en la muestra internacional o de convivencia, es decir que, cumple con

características de interés del investigar, en nuestro trabajo se tiene a colaboradores que tiene conocimiento del tema.

Mediante el muestreo se obtuvo datos para describir la población de la presente investigación basada en entrevistas a las diferentes instituciones estatales como AGROCALIDAD, PROECUADOR, MAGAP y un comprador extranjero, con la finalidad de conocer los diferentes procesos productivos y de exportación de la mora de castilla sin espinas.

## **2.4 Técnicas e Instrumentos**

La técnica es un conjunto de reglas y procedimientos que permiten investigar para establecer relaciones teniendo en cuenta el objetivo que tiene el realizar un estudio de factibilidad. También podemos decir que, el instrumento es un mecanismo que se utiliza para recolectar información y registrarla en formularios, test, otras (Espinoza, 2020)

Las técnicas de investigación utilizadas, se las menciona a continuación:

### **2.4.1 Observación**

Según Pierón (2019) la observación consiste en saber seleccionar aquello que queremos analizar en la investigación, por lo que, se plantea previamente lo que le interesa observar teniendo en claro el objetivo. También, es un registro visual de una situación real, observación las características de lo que interviene para el trabajo de factibilidad; se utilizó esta técnica para conocer cómo se llevan los procesos de producción y exportación de los cultivos de mora de castilla sin espinas locales en internacionales. De igual forma, esta herramienta ayudo a vere aspectos sociales que influyen en el desarrollo y obtener información sobre los precios en el mercado.

### ***2.4.2 Documental***

Las técnicas documentales consisten en la identificación, recogida y análisis de documentos relacionados con el contexto estudiado. También, se puede decir que, es una técnica de investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, bibliografías, otros (Tancara, 1993). Esta técnica se aplicó en el proyecto de factibilidad en la parte de fundamentación teórica, procedimientos metodológicos y diagnóstico.

### ***2.4.3 Entrevista***

Una entrevista es un método cualitativo utilizado en la investigación, por el cual se recopila datos informativos permitiendo recoger y analizar la información obtenida. Asimismo, existe un intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación que se da entre dos o más personas. (Bertomeu, 2005)

Se realizó a diferentes entidades como PROECUADOR, AGROCALIDAD, MAGAP y a un comprador internacional con la finalidad de conocer diferentes procesos productivos y de exportación de la mora de castilla sin espinas.

## **2.5 Variables Diagnósticas**

Las variables de diagnóstico tienen como objetivo conocer la situación real, ayudando a descubrir problemas y oportunidades que tenga el proyecto de factibilidad, viendo así aspectos para el desarrollo. Se toma en cuenta variables como: geográficas, demográficas, económicas, social y cultural. A continuación, se identificó las siguientes variables.

**Tabla 4***Variables diagnósticas*

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	TÉCNICA DE INFORMACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
Conocer factores políticos en lo que se desarrolla el proyecto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Factor político</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Legislación referente al mercado.</li> <li>Legislación propuesta o por entrar en vigor.</li> </ul>	Documental	Secundaria	<p>Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2015). Registro Oficial Suplemento 351</p> <p>Cámara de Comercio Internacional (2020).</p> <p>Coface. (2019). <i>Riesgo País estadois Unidos</i> .</p>
Investigar factores económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Factor económico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Situación económica del país a Exportar</li> <li>Indicadores macroeconómicos</li> </ul>	<p>Documental</p> <p>Observación</p> <p>Herramienta de medición estratégica</p>	<p>Primaria</p> <p>Secundaria</p>	<p>CIA . (1 de 1  de 2016). <i>World Factbook</i> . Obtenido de World Factbook : <a href="https://www.cia.gov/library">https://www.cia.gov/library</a></p>

---

<p>del país seleccionado</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impuesto específico sobre el producto que se oferta.</li> <li>• Moneda</li> <li>• PIB</li> <li>• Crecimiento anual</li> <li>• Aranceles- No arancelarios</li> <li>• Tasa de inflación</li> <li>• Proceso financiero</li> <li>• Financiero</li> </ul>	<p>/publications/the-world-factbook/ Coface. (2019). <i>Riesgo Pais estadois Unidos</i> . Obtenido de <a href="https://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/United-States-of-America">https://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/United-States-of-America</a> Manfredi, J. (2018). Economía de la innovación en EEUU. Obtenido de <a href="https://www.politicaexterior.com/articulos/economia-exterior/economia-de-la-innovacion-en-ee-uu/">https://www.politicaexterior.com/articulos/economia-exterior/economia-de-la-innovacion-en-ee-uu/</a></p>
----------------------------------	---	---

---

Describir factores sociales de la población	<ul style="list-style-type: none"><li>• Factor social</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Consumo del producto.</li><li>• Población</li></ul>	Documental	Secundario	Proecuador (2016).
Determinar factores tecnológicos de las empresas del sector	<ul style="list-style-type: none"><li>• Factor tecnológico</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollo tecnológico de las empresas del sector.</li><li>• Existencias determinadas tecnologías asociadas.</li></ul>	Documental	Secundario	Proecuador (2016).

---

<p>Señalar factores ecológicos que necesita para exportar y obtener el certificado ambiental</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factor ecológico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones de exportación del producto.</li> <li>• Certificados ambientales para productos artesanales.</li> </ul>	<p>de Documental</p>	<p>Primaria</p> <p>Secundaria</p>	<p>Proecuador (2016).</p>
<p>Establecer factores legales que intervienen relacionados con la investigación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factor legal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiscalidad y marco regulatorio</li> <li>• Nivel de aceptación</li> <li>• Competencia</li> <li>• Término de pago</li> <li>• Precio o Valor del producto</li> <li>• Modelo de pago</li> </ul>	<p>Documental</p>	<p>Primaria</p> <p>Secundaria</p>	<p>Comunicación Moldtran (2014).</p> <p>Acuerdo comercial ente Ecuador y EE.UU (2017).</p> <p>Proecuador (2017). Guia del exportador.</p>

---

- 
- Transporte
  - Condición para el empaque y etiquetado.
  - Disposiciones para exportar.
  - Certificados aprobados
- 

**Elaborado por:** Autoras

## **CAPÍTULO III: Diagnóstico**

### **Introducción**

El estudio se inició con el diagnóstico situacional a nivel nacional e internacional, priorizando la investigación de ciertas variables para la toma de decisiones en el desarrollo del proyecto, tomando en cuenta los factores políticos, legales, económicos, sociales, ambientales y tecnológico que favorecen o no el estudio.

### **Objetivos**

#### ***Objetivo General***

Analizar la situación actual mediante variables diagnosticas para el desarrollo de factibilidad para la producción y exportación de la mora de castilla sin espinas en el cantón Urccuquí, Provincia de Imbabura, Ecuador.

#### ***Objetivos específicos***

- Conocer factores políticos en lo que se desarrolla el proyecto.
- Investigar factores económicos del país seleccionado.
- Describir factores sociales de la población.
- Determinar factores tecnológicos de las empresas del sector.
- Señalar factores ecológicos que necesite para exportar y obtener el certificado ambiental.
- Establecer factores legales que intervienen relacionados con la investigación.

### **3.1. Desarrollo de variables**

#### ***3.1.1 Análisis local Ecuador***

##### **Figura 4**

*Bandera del Ecuador*



**Entorno político.** Ecuador, ha vivido en los últimos años una desestabilidad económica en el aspecto político; por ende, la crisis persiste en la inacción política del gobierno y medidas que menguan el avance del país en los últimos años. Según el diario la República afirma que “El Riesgo País mide el nivel de posible insolvencia de un Estado, llegó a 594 puntos, 232 unidades menos que el valor que tenía el 31 de diciembre pasado, cuando alcanzó los 826 enteros”. (República, 2019)

Esto permite que el grado de riesgo que entraña el país con los inversores son buenas, ya que, mediante los acuerdos con el Fondo Monetario Internacional (FMI), las decisiones económicas del Gobierno han sido respaldadas por la comunidad internacional y se ha enfocado en la construcción de relaciones económicas internacionales con diversos países. (El Telégrafo, 2019)

Al respecto (Gobierno del encuentro, 2015) menciona que, la estabilidad política de Ecuador es atractivo para los inversionistas extranjeros, siendo este un aspecto importante por ser la imagen o carta de presentación que motive invertir capital en el país. El presidente de Mantone destacó que, nuestro país tiene las condiciones óptimas para invertir por lo que solicitó desarrollar

en conjunto con el ministerio, de igual forma existe incentivos arancelarios para materias primas y maquinarias de producción.

### Entorno económico

**Tabla 5**

*Entorno económico*

<b>INDICADORES</b>	<b>Ecuador</b>
Moneda	Dólar Americano
PIB Paridad de poder de compra	\$ 193 mil millones (2017 est.)
Crecimiento del PIB	2.4% (2017 est.)
PIB per cápita (PPP)	\$ 11,500 (2017 est.)
Tasa de Inflación	0.4% (2017 est.)
Deuda Externa	\$ 39.29 mil millones (31 de diciembre de 2017 est.)
Tasa de Desempleo	4.6% (2017 est.)
PIB	25.9% del PIB (2017 est.)

**Elaborado por:** Autoras

**Fuente:** (CIA, 2019)

Una de las políticas de Ecuador se considera el plan de prosperidad 2018 al 2021 de acuerdo con el Ministerio de Finanzas: “*El plan permitirá cumplir con la ley para llegar al equilibrio fiscal primario, y avanzar hacia el equilibrio fiscal reduciéndolo 1.300 millones de dólares cada año hasta alcanzar un déficit fiscal global menor al 1% del PIB para 2021*” (2018). Esto apoya para el descuento y examinar el endeudamiento dentro del plan de prosperidad.

Ecuador en el año 2020 empezó con una emergencia sanitaria causada por el COVID-19, provocando una profunda recesión. Esta crisis amplió los desequilibrios macroeconómicos que el país estaba subsanando desde la caída del precio del petróleo.

***Inflación nacional.*** El Instituto de Estadísticas y Censos (2020) menciona que, la inflación es un indicador económico conocido como índice de precios al consumidor, el cual mide los precios del país y estableciendo la canasta básica. En el mes de julio del año 2020 se ubicó en 104.97 que equivale a una inflación mensual de -0.61% en comparación al mes anterior, pero, hasta el momento el índice de inflación anual representa - 0.54%.

La variación promedio de la inflación nacional anual de los últimos 5 años se representa en la siguiente tabla:

**Tabla 6**

*Inflación nacional*

<b>Años</b>	<b>Promedio anual</b>
<b>2015</b>	3,38%
<b>2016</b>	1,12%
<b>2017</b>	-0,2%
<b>2018</b>	0,27%
<b>2019</b>	-0,07%
<b>Índice</b>	0,90%

**promedio**

**Fuente:** (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2020)

**Elaborado por:** Las autoras

*Actividades económicas.* De acuerdo con el Gobierno Autónomo Descentralizado

Municipal de San Miguel de Urququí (2014), se obtuvo la siguiente información:

**Tabla 7**

*Actividades económicas del Cantón Urququí*

ACTIVIDAD	Dólares *	%
	1000	
<b>Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca</b>	17599	51.50%
<b>Manufactura</b>	334	0.98%
<b>Suministro de electricidad y de agua</b>	8	0.02%
<b>Construcción</b>	2967	8.68%
<b>Comercio</b>	1786	5.23%
<b>Actividades de alojamiento y de comidas</b>	335	0.98%
<b>Transporte, información y comunicaciones</b>	4185	12.25%
<b>Actividades profesionales e inmobiliarias</b>	897	2.63%
<b>Administración pública</b>	2244	6.57%
<b>Enseñanza</b>	3550	10.39%
<b>Otros servicios</b>	268	0.78%
<b>TOTAL</b>	<b>34.173</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (GAD MUNICIPAL URQUQUI, 2014)

**Elaborado por:** Las autoras

De acuerdo con la tabla N°7, se evidencia que el Cantón de Urququí las actividades más demandadas del sector son la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con el 51.50%, transporte, información y comunicación con el 12,25%; enseñanzas con el 10,39%.

**Proceso financiero.** La empresa URCUMORA, llevara la contabilidad basándose a los principios contables, Ley de Régimen Tributario Interno, Norma NIIF y NIC vigentes. De igual forma, se contará con un registro contable en donde se ingresará las transacciones que se realizan. También, la depreciación se realizará por el medio de línea recta, como se establece la Ley de Tributario Interno.

#### Proceso contable

El proceso contable ayuda a obtener una información confiable, comparable y oportuna para la toma de decisiones eficientes, a continuación, se detalla la estructura de este:

**Figura 5**

#### Proceso contable



**Elaborado por:** Las autoras

**Financiamiento.** Para el financiamiento del proyecto aparte del aporte los socios, se recurrirá a una institución financiera para solicitar un crédito, eligiendo la que ofrezca el menor interés; entre ellas están las siguientes:

- Corporación Financiera Nacional (CFN) con una tasa del interés del 10.11%
- BanEcuador con una tasa de interés del 11.25%
- Banco del Pacífico con una tasa de interés del 15%

En el presente trabajo se toma como mejor opción a la Corporación Financiera Nacional, ya que ofrece una tasa efectiva anual con pagos trimestrales a una tasa del 10.11%. (Corporación Financiera Nacional, 2020)

### **Requisitos para Acceder al Crédito Financiero de la CFN**

La empresa URCUNMORA se caracteriza como persona jurídica por ser una Sociedad anónima, para lo cual la Corporativa Financiera Nacional establece los requisitos siguientes para acceder a créditos:

1. Copia de la escritura de constitución y la última reforma con la respectiva razón de inscripción en el Registro Mercantil.
2. Copia del nombramiento vigente del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
3. Acta de la Junta General, autorizando la tramitación y suscripción del crédito, así como la Constitución de gravámenes (hipoteca o prenda) a favor de la CFNBP.

En el acta debe constar lo siguiente:

- Fecha de sesión igual o previa a la fecha de solicitud del financiamiento.
- La descripción de la necesidad de los accionistas conforme al art. 33 del Reglamento de la Junta de Accionistas.
- La autorización del representante legal para la contratación del crédito por el monto solicitado y el destino de éste.
- La autorización de constitución de garantías con el detalle de bienes.
- Autorización del representante legal para suscribir los documentos concernientes a la concesión de crédito.

4. Si el deudor o garante corresponde a un fideicomiso presentar la Certificación de Control Preventivo de Lavados de Activos para Administradora de Fondos y Fidecomisos (CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL, 2018).

### Entornos socioculturales

**Tabla 8**

*Entorno socio –culturales*

INDICADORES	ECUADOR
Población	16, 498,502 (Julio 2018 est.)
Estructura de Edad	0-14 años: 26,64% (hombres 2,242,148 / mujer 2,153,776) 15-24 años: 18.19% (1.526.300 hombres / 1.474.626 mujeres) 25-54 años: 39.82% (hombres 3,207,692 / mujer 3,362,464) 55-64 años: 7.67% (hombre 615.769 / mujer 649.777) 65 años y más: 7.67% (hombre 599,221 / mujer 666,729) (2018 est.)
Edad Media	total: 28.1 años
- Hombre	hombre: 27.3 años
- Mujeres	mujer: 28.8 años (2018 est.)
Crecimiento de la Población	1.25% (2018 est.)
Población Urbana	63.8% de la población total (2018).

---

Tasa de Natalidad	17.6 nacimientos / 1000 habitantes (2018 est.)
Tasa de Mortalidad	5.1 muertes / 1,000 habitantes (2018 est.)
Gasto en Educación	5% del PIB (2015)
Distribución de la población	Casi la mitad de la población se concentra en el interior de las cuencas y valles intermontanos andinos, con grandes concentraciones que también se encuentran a lo largo de la franja costera occidental; Las selvas tropicales del este permanecen escasamente pobladas.
Ubicación	Oeste de Sudamérica, bordeando el Océano Pacífico en el Ecuador, entre Colombia y Perú.
Área	total: 283,561 km <sup>2</sup> Terreno: 276,841 km <sup>2</sup> . Agua: 6.720 km <sup>2</sup> . nota: incluye islas galápagos
Límites terrestres	total: 2,237 km Países fronterizos (2): Colombia 708 km, Perú 1529 km.
Clima	Tropical a lo largo de la costa, que se vuelve más frío en el interior a elevaciones más altas; Tropical en las tierras bajas de la selva amazónica.
Terreno	planicie costera (costa), tierras altas interandinas centrales (sierra) y planicie hacia la selva oriental (oriente)

---

**Fuente:** (COPCI, 2020)

En este factor socio cultura se compone de actitudes, deseos, expectativas, creencias y costumbres de las personas de un grupo o segmento de mercado seleccionado, siendo así consumidores del fruto ofrecido al mercado nacionales o extranjeros.

**Entorno Tecnológico.** Con respecto al sector de la tecnología es un factor muy importante hoy en la actualidad, se determina que “Ecuador se encuentra en el puesto 86 en un listado de 140 países referido a su presentación tecnológica” (World Economic Forum, 2018). De acuerdo con (INEC, 2016) “El 36,0% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a internet, 13.5 puntos más que hace cinco años. En el área urbana el crecimiento es de 13,2 puntos, mientras que en la rural 11,6 puntos”.

En la parte tecnológica Ecuador ha obtenido un crecimiento en el año 2017, ya que al existir un desarrollo tecnológico las empresas optimizan de forma eficiente los recursos, abriendo nuevas oportunidades de desarrollo. Las empresas similares que se dedican al cultivo de mora de castilla sin espinas no usan tecnología para abaratar costos, solamente se realizan de manera manual.

**Riego por goteo.** Es un sistema de riego tecnificado por goteo, que permite mantener el agua de riego de forma constante en la zona, gota a gota humedeciendo el interior del suelo denominado el “bulbo húmedo”. Se lo realiza mediante tuberías que tiene orificios que desemboca el agua a través de válvulas inteligentes y termómetros de temperatura terrestre. Además, con diferentes electrobombas ayudan a impulsar el agua la reserva hasta todo el cultivo.

**Herramienta tecnológica a través de software.** Esta herramienta se utiliza para regular la cantidad de goteo, mediante los sensores de temperatura instalados en la tierra; esta

información hace que el software abra o cierre las válvulas donde se maneja el caudal de agua y adictivos para la producción.

### **Entorno ecológico**

**Condiciones de exportación del producto.** Según (Muñoz, 2015), toda fruta y verdura etiquetada o expedida como orgánica deberán obtener una certificación, la cual garantiza que el producto se ha creado y elaborado de forma que no perjudica al medio ambiente. En el presente el producto es destinado a Estados Unidos, el cual deberá ser aprobado en base a las Normas Orgánicas de los Estados Unidos. También de acuerdo con (ISO, 2017), puede acogerse a la norma ISO 14001, la cual garantiza que, la empresa es responsable y está comprometida de proteger el medio ambiente.

Hoy en día el estado tiene como responsabilidad social proteger el medio ambiente, para lo cual existe normas vigentes que cada empresa debe de cumplir. Dependiendo de la actividad de la empresa debe encaminar las condiciones para garantizar que el producto no sea perjudicial.

***Certificado ambiental.*** De acuerdo con ProEcuador (2013), los certificados que debe de obtener la empresa son:

- HACCP (Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control): Este sistema nos ofrece promover el comercio internacional al aumentar la confianza en la inocuidad de los alimentos, esto se recopila y evalúa la información sobre los peligros y la condiciones que los originan
- GLOBAL G.A.P: Es una marca registrada y refleja un conjunto de normas para las buenas prácticas agrícolas, ofreciendo así los consumidores productos saludables.

La Constitución de la República del Ecuador hace hincapié en responsabilidad social con el medio ambiente; adoptando medidas para mitigar daños ambientales. Las empresas tienen como estrategia la responsabilidad ambiental, la cual es reconocida por sus consumidores al tener buenas prácticas.

### **Entorno Legal**

*Constitución de la República del Ecuador.* El estudio de factibilidad trabaja a la par con la Constitución de la República del Ecuador (2008) de acuerdo con los siguientes artículos:

- Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado garantizando a personas, comunidades, pueblos y nacionalidades obtengan la autosuficiencia de alimentos saludables.
- Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

- Art. 410.- El estado brindará a los agricultores y a las comunidades rurales apoyo para la conservación y restauración de los suelos, así para el desarrollo de prácticas agrícolas que los protegen y promueven la soberanía alimentaria.

*Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.* Esta normativa aplica en el estudio de factibilidad porque se aplica procesos viendo factores de producción, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y

políticas facilitando el comercio exterior. Este trabajo de acuerdo a (Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, 2018) se alinea a lo siguiente:

- Art 3.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, ecoeficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.
- Art.11 Sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento. - El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo.
- Art 24.- Los incentivos fiscales que se establecen en este código, pero de acuerdo con nuestro estudio se orienta al numeral 1 y 2:
  - a. La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta;
  - b. Los que se establecen para las zonas económicas de desarrollo especial, siempre y cuando dichas zonas cumplan con los criterios para su conformación;

- c. Las deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta, como mecanismos para incentivar la mejora de productividad, innovación y para la producción ecoeficiente;
- d. Los beneficios para apertura del capital social de las empresas a favor a de sus trabajadores;
- e. Las facilidades de pago en tributos al comercio exterior:
- f. La deducción para el cálculo del impuesto a la renta de la compensación adicional para el pago del salario digno:
- g. La exoneración del impuesto a la salida de diversas operaciones de financiamiento externo;
- h. La exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva;
- i. La reforma al cálculo del anticipo del impuesto a la renta.

Sectoriales y para el desarrollo regional equitativo: Para los sectores que contribuyan al cambio a la matriz energética, a la sustitución estratégica de importaciones, al fomento de las exportaciones, así como para el desarrollo rural de todo el país, y las zonas urbanas según se especifican en la disposición reformativa segunda (2.2), se reconoce la exoneración total del impuesto a la renta por cinco a las inversiones nuevas que se desarrollen en estos sectores, la exoneración prevista para industrias básicas y la deducción del 100% adicional del costo o gasto de depreciación anual, de conformidad con la ley.

- Art. 72.- Son deberes y atribuciones rector en materia de política comercial, las siguientes:

- a) Formular y aprobar las políticas y estrategias, generales y sectoriales, en materia de comercio exterior, fomento y promoción de las exportaciones, así como designar a los organismos ejecutores;
- b) Emitir dictamen previo para el inicio de negociaciones de acuerdo y tratados internacionales en materia de comercio e integración económica; así como los lineamientos y estrategias para la negociación.
- c) Crear, modificar o suprimir las tarifas arancelarias:
- d) Revisar las tasas no arancelarias, distintas a las aduanas, vinculadas a los procesos de comercio exterior.
- e) Regular, facilitar o restringir la exportación, importación circulación y tránsito de mercancías no nacionales ni nacionalizadas.
- f) Expedir las normas sobre registros, autorizaciones, documentos de control previo, licencias y procedimientos de importación y exportación, distintos a los aduaneros, general y sectorial, con inclusión de los requisitos que se deben cumplir, distintos a los trámites aduaneros.

***Código de trabajo.*** Ecuador tiene como normativa el Código de trabajo para regular las relaciones entre empleado y empleador viendo las condiciones de trabajo y el cumplimiento de los derechos y obligaciones por los involucrados.

***Leyes y normas.*** Las empresas residentes o no residentes deben de acatar lo dispuesto con la Ley vigente, garantizando el orden dentro de un país, en caso de no cumplir cualquier entidad con lo dispuesto es acreedor de un sanción legal o monetaria. Las nuevas sociedades creadas están exentas del impuesto por un periodo de cinco años.

**Competencia.** Según (INIAP, 2013), las provincias productoras de esta especie son Tungurahua, Cotopaxi, Bolívar, Chimborazo, Carchi Imbabura y Pichincha; pero la provincia que están legalmente aceptadas según Agrocalidad y Pro-Ecuador es Tungurahua, ya que se realizó estudios previstos mediante cultivos en fincas ubicadas en los cantones de Tisaleo, Ámbato, Cevallos, Mocha y Patate.

**Forma de pago.** La forma de pago debe ser segura para exportador y así evitar cualquier método de extorción por parte del comprador, para ello el exportador puede acogerse a las siguientes formas de pago:

- Cartas de crédito

Mediante un banco el comprador realiza una promesa condicional de pago, mediante conducto de otro banco que en este caso será encargado de notificar al vendedor, el comprador se compromete a pagar determinada suma o aceptar letras a favor del exportador, contra la presentación de determinados documentos. Existen varias modalidades de pago en este método; irrevocables, a plazos, notificada, confirmada, a la vista transferible.

Si es la primera vez que cierra una venta con el cliente extranjero, el método más seguro al que se puede acoger el exportador es que la carta de crédito sea irrevocable, confirmada y pagadora a la vista contra la entrega de los documentos.

- Cuenta abierta

Este método es recomendable cuando ya se conoce al comprador, ya que, se envía directamente los documentos de embarque al importador, cuando este ya los tenga en su poder realizar una transferencia bancaria al exportador.

- Cobranza bancaria internacional

El vendedor gira la orden a su banco para cobrar al comprador contra la entrega de documentos enviados. (PROECUADOR, 2021)

**Transporte.** Los requisitos según Pro-Ecuador son los siguientes:

- Solicitar al SENA E la Declaración Aduanera de Exportación (DAE)
- Copia de la factura comercial
- Copia de lista de empaque
- Copia de certificado de Origen
- Copias no negociables de Documento de Transporte Multimodal
- Registro como operador

Registrarse en Agrocalidad, para ello un auditor de la entidad competente visita el lugar para realizar una inspección y posteriormente redactar un informe el cual deber ser aprobado para obtener un certificado y código de registro como operador en Agrocalidad; este documento es válido internacionalmente.

- Certificado Fitosanitario

Posteriormente se debe obtener el certificado fitosanitario para cada exportación que se solicita con dos días antes del despacho. También se solicita una inspección en el punto de control sea en el aeropuerto o en el puerto marítimo; en el caso de la preinspección se realiza si el punto de acopio o cultivo se fuera del lugar de carga o en las coordinaciones provinciales de Agrocalidad (PROECUADOR, 2021)

***Requisitos empaque y etiquetado.*** Se limita el etiquetado permanente a la información que sea relevante para el consumidor, de tal manera que se prohíbe cualquier información que dificulte la comprensión o el proceso de etiquetado; las partes se comprometieron a no exigir una aprobación de etiquetado previa o registro de etiquetas; a menos que sea para salvaguardar la salud humana (EUROPEA, 2017)

***Requisitos de exportación.*** Según Pro-Ecuador los requisitos para ser exportador son los siguientes:

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes
- Obtener el certificado de firma digital o Token otorgado por las siguientes actividades.
  - Registro Civil
  - Security Data
- Registrarse como exportador e Ecuapass (PROECUADOR, 2021)

### ***Certificaciones***

#### **Certificación Fitosanitaria**

Este certificado es emitido por Agrocalidad quien mediante un estudio previo sobre el análisis de riesgos de plagas; además garantiza el acceso a mercados internacionales de planas certificando la calidad de estas. (AGROCALIDAD, 2021)

#### **Certificación de Departamento de Salud y Servicios Humanos (FDA)**

Mediante esta certificación Estados Unidos garantiza la salud pública asegurando que los alimentos en ese caso la mora de castilla sin espinas sea segura, saludable, sanitaria y esté debidamente etiquetada de acuerdo con las normas vigentes (ECUROPEA, 2017)

### 3.1.2 Análisis internacional Estados Unidos

**Figura 6**

*Bandera de Estados Unidos*



#### **Factor político**

**Tabla 9**

*Información general EE. UU.*

<b>Parte oficial</b>	<b>Estados Unidos</b>
<b>Capital</b>	Washington
<b>Gobierno</b>	República federal democrática
<b>Idioma</b>	Inglés
<b>Población</b>	325'886.000
<b>Moneda</b>	Dólares
<b>PIB</b>	20.199,96

---

<b>PIB per cápita</b>	61.687
<b>Tasa de cambio</b>	0.85

---

**Fuente:** (Santander , 2018)

Estados Unidos es una república federal basada en la democracia representativa con la separación de poderes entre las ramas del gobierno, este país se compone de 50 estados semisoberanos que disfrutan de una gran autonomía.

#### **a) Acuerdos comerciales**

El Sistema de Preferencias Generalizadas de EE. UU. (GSP) es un programa diseñado para promover el crecimiento económico en el mundo en desarrollo, proporciona un tratamiento preferencial libre de impuestos para más de 3,500 productos de una amplia gama de países beneficiarios designados por Centro de Desarrollo de Negocios (BDC), incluidos muchos países en desarrollo beneficiarios menos adelantados (Least-Developed Beneficiary Country). Unos 1.500 productos adicionales son elegibles para GSP solo cuando se importan de LDBDC.

#### **b) Riesgo país**

El factor de riesgo país refleja la inversión empresarial, que será considerablemente menos vibrante de haber sido impulsada en 2018 por las reformas fiscales del país EE. UU (reducción de impuestos corporativos del 35% al 21%). Además, los márgenes comerciales de ganancias se ven afectados por el aumento de los costos de los insumos en relación con los derechos de aduana impuestos a más de la mitad de las importaciones chinas; así como una amplia gama de productos, incluidos el acero y aluminio. En este entorno adverso para las empresas, la Reserva Federal de EE. UU. (Fed) decidió revertir su política monetaria para apoyar a la actividad y reducir su tasa de interés clave en 2019, luego de subirla del 1.5% al 2.5% en 2018.

El consumo de los hogares debería mostrar resistencia, gracias a la continua disminución de la tasa de desempleo (3,6% en mayo de 2019, la más baja en cinco décadas) y la aceleración significativa de los salarios reales. A medida que aumente el gasto militar en 2019 (aumento de USD 20199.96 millones, o 0.4% del PIB), el consumo público contribuiría más al crecimiento. Por el contrario, el entorno empresarial es mucho menos favorable (desaceleración en las principales económicas asociadas, represalias proteccionistas por parte de esos mismos socios). (Coface, 2019)

Tomando en cuenta cada indicador del factor político, se puede decir que la exportación de mora de castilla sin espina es considerablemente aceptable en los Estados Unidos, porque entre Ecuador y dicho país existen acuerdos comerciales con un sistema general de preferencia; es decir permite que el producto ingrese sin aranceles; además el riesgo país de los Estados Unidos cada vez disminuye ya que existe reducción de los impuestos corporativos, de tal manera que la creación de empresas incrementa, lo que permite que el consumo público crezca generando así una ventaja positiva en la acogida del producto.

**Factor económico.** Estados Unidos tiene vigentes acuerdos de libre comercio; el país que realiza negociaciones debe de cumplir con ciertas normas que estable para poder comercializar el producto, siendo así un país de oportunidad. Es decir, EE. UU. abre las puertas a proveedores extranjeros que acatan lo establecido (Organización mundial del comercio, 2010).

Estados Unidos es la mayor economía a nivel mundial, por sobre China. En el año 2019 la economía se estableció en 2,3% y en el año 2020 la economía disminuyó relativamente en un -3,4 debido a efectos de la pandemia, pero en el año 2021 se incrementó en un 6% para el año 2022 según el FMI se proyecta un crecimiento del 5,3%. El expresidente Donald Trump en el año 2017

redujo los impuestos en cuanto a las empresas de un 35% a un 21%, hoy en día el actual presidente Joe Biden incrementó del 21%, al 28%, sin embargo, es considerable al no exceder el 35%.

Estados Unidos tiene una economía mixta capitalista, que es alimentada por abundantes recursos naturales, una infraestructura desarrollada, y una alta productividad. En el año 2013, de acuerdo con el Fondo Monetario Internacional, “el PIB del país está alrededor de \$20.199 millones y constituye aproximadamente el 21% del Producto Mundial Bruto y cerca del 19% del mismo en términos de paridad de poder adquisitivo” (p.4). El PIB nacional más grande en el mundo, siendo inferior al PIB combinado de la Unión Europea. Estados Unidos ocupa el décimo tercer lugar en la lista de países por PIB nominal per cápita de \$ 61687.

De acuerdo con lo investigado Estados Unidos tiene abiertos la mayoría de los regímenes comerciales de todo el mundo, esto es muy favorable para el presente proyecto porque el producto puede ingresar de manera más acertada, además cabe recalcar que las empresas privadas representan dos tercios de producción; por lo que también se puede catalogar que Estados Unidos tiene una economía de consumo muy alta. Al exportar mora de castilla si espinas a Estados Unidos debemos cumplir las regulaciones generales aduaneras administrativas por el organismo federal Customs and Bordes Protection (CBP).

Al exportar mora de castilla sin espinas a Estados Unidos debemos las regulaciones generales aduaneras administradas por el organismo federal Customs and Border Protection (CBP). Por otro lado, el PIB per cápita que representa la estabilidad económica de un país y Estados Unidos ocupa el décimo tercer lugar, lo que significa un mayor poder adquisitivo por parte de la población.

**Factor demográfico.** De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019), Estados Unidos es un país con un ámbito empresarial, en donde hay énfasis de trabajo; es decir, que este país tiene como cultura tener un objetivo, una planificación, estrategias de mercado y denota el respecto a los demás.

### *Características del mercado*

#### **a) Perfil del consumidor y su poder adquisitivo**

El consumidor estadounidense por lo general adquiere productos que contengan propiedades nutricionales con beneficios para la salud, en el caso de la mora las ventas de consumo minorista han incrementado en un 3% (PROECUADOR, 2018).

El PIB per cápita del año 2020 muestra que los estadounidenses tienen una buena calidad de vida, ya que ocupa el puesto número 7 en el ranking de 196 países, por lo tanto, el poder adquisitivo es muy elevado (Monrroy, David, 2021).

Tomando en cuenta que el presente proyecto se enfoca en la comercialización del producto mediante bróker internacionales, se mantiene ventajas positivas porque, las ventas de mora en el mercado estadounidense se han incrementado, debido a que, el consumidor prefiere productos con alto contenido nutricional y de ser posible los más saludables; es decir sin tantos químicos; además Estados Unidos tiene una buena calidad de vida, por lo que, es fácil adquirir productos de calidad sin importar el precio ya que, se enfoca más en el aporte nutricional.

**Factor tecnológico.** Según Manfredi (2018), la innovación estadounidense lidera la mayoría de los indicadores y ha conseguido generar un ecosistema único, no replicable por sus competidores. Las perspectivas actuales son positivas, aunque haya algunas amenazas reales. Habrá que esperar a las promesas electorales de Trump.

El análisis estratégico de la innovación es un asunto complejo, que resulta del estudio de la política (regulación, administración, mercado laboral), la economía (oferta, demanda, patrones de consumo, internacionalización), la sociedad (usos sociales, clima político, demografía) y la tecnología (niveles de penetración, patentes, gasto público).

**Factor ecológico.** De acuerdo con la Administración de Alimentos y Medicamentos (2018), para que ingrese un producto sea vegetal, animal o relacionados debe realizar la solicitud correspondiente, para adquirir el certificado que deja en constancia de su inocuidad. De esta forma, los alimentos procesados, medicamentos en general, plaguicidas o cosméticos, deberán acompañarse de certificados sanitarios. En el caso de productos agrícolas sin procesamiento industrial, tales como frutas o verduras, se deberá presentar un certificado fitosanitario. Más allá de tales certificados, el exportador deberá encontrarse inscrito en un padrón de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA por sus siglas en inglés).

### **Factor legal**

- Aranceles: Según (Trade Map, 2020), “Ecuador paga 0% de aranceles para ingresar al Estados Unidos con la mora de castilla, ya que cuenta con un acuerdo esto se debe a que Ecuador cuenta con un acuerdo vigente para exportación de alimentos.

**Tabla 10**

*Barreras arancelarias*

	Arancel aplicado (como reportado)	Arancel equivalente al valor en total
08102000		
SGP	0%	0%

**Fuente:** (TradeMap, 2020)

**Factor geográfico.** Según ProEcuador (2018), uno de los países con mejor infraestructura en el parte aduanero es Estados Unidos, ya que cuenta con un área geografía adecuada para los puertos de los Ángeles, Long Beach, Nueva York, Jersey, Virginia, Houston, Carolina, Oakland, Georgia, Seattle-Tacoma y Miami. Al existir puertos con buena infraestructura facilita a las importaciones y exportaciones que diariamente se realiza desde y hacia los Estados Unidos. Facilitando de esta manera y siendo una buena opción el envío de mercancías marítimas.

### **Figura 7**

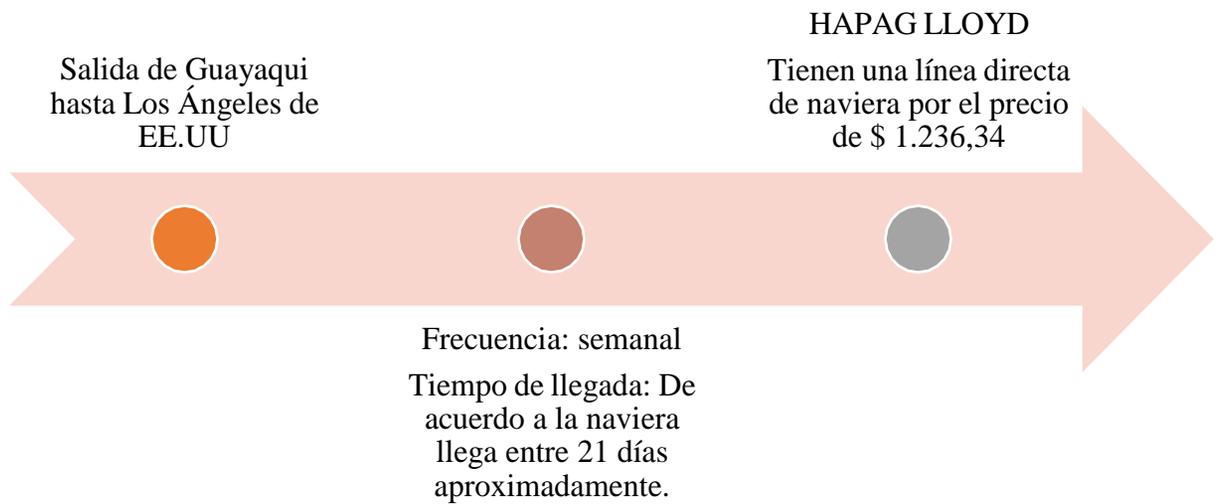
*Acceso marítimo a Estados Unidos*



- **Costo del transporte marítimo**

### **Figura 8**

*Costo de transporte marítimo*



**Fuente:** (Wordfreightrates, 2020)

## 3.2 Análisis de información

### 3.2.1 Matriz FODA

**Tabla 11**

*Matriz FODA*

<b>FORTALEZA</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• F1: Comercio bilateral entre EE. UU y Ecuador</li> <li>• F2: Apoyo de entidades estatales a las empresas exportadoras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• D1: Competidores tienen ya su marca establecida con productos similares en el mercado estadounidense.</li> <li>• D2: Competencia nacional e internacional</li> </ul>

- F3: Personal calificado para la producción de mora de castilla sin espinas

- D3: Limitada socialización del proyecto para atraer inversionistas locales e internacionales.

---

**OPORTUNIDADES**

---

**AMENAZAS**

- O1: Precios competitivos.
- O2: Existe interés de compra por el comprador internacional.
- O3: Alto índice de consumo del producto en el mercado estadounidense.
- O4: Ingreso de los productos con 0% de aranceles

- A1: Amenaza financiera:
  - Modificación de las tasas de interés.
  - Pocas garantías para solicitar créditos a entidades financieras.
  - Mala gestión presupuestaria.
  - Sobreendeudamiento.
  - Sufrir perdidas que no permita cumplir con las obligaciones financieras.
- A2: Amenazas administrativas:
  - Inadecuada gestión en el proceso administrativo.
  - Incumplimiento de tramites de constitución.
  - No contar con una planificación estratégica.
  - Personal poco calificado.
- A3: Riesgo estratégico:

- 
- Término de vigencia del comercio bilateral que tiene EE. UU con Ecuador hasta finales del 2020.
  - Altos niveles de exigencia en estándares de calidad para ingresar al mercado estadounidense.
  - A4 Amenazas operativas:
    - Actos fraudulentos intencionales.
    - Malas prácticas laborales.
    - Falta de especificaciones claras en los términos de contratación del personal.
  - A5 Amenazas de producción:
    - Cambios climáticos
    - Fallas geológicas
    - Afectación del cultivo por plagas
    - Contaminación del cultivo debido al agua de riego contaminada.
    - No adaptación de la planta debido a la altitud.
    - Fallas en el sistema de riego

### **3.3 Conclusión Diagnóstica**

Una vez realizado el diagnóstico se puede mencionar que el proyecto es viable ya que existe un alto índice de consumo de este producto en el mercado estadounidense. En lo que respecta a los aliados se debe aprovechar los acuerdos bilaterales entre EE.UU y Ecuador, de igual manera el apoyo que brindan las entidades estatales como es el caso de ProEcuador a las empresas exportadoras en la guía del proceso de exportación, y aprovechar que existe el personal calificado para la producción de mora de castilla sin espinas debido a que esta variedad de mora se la realizó en las instalaciones del INIAP de Quito, con la finalidad de obtener una semilla de calidad para mejorar los índices de producción de la mora de castilla sin espinas.

En cuanto a los oponentes se puede mencionar a los competidores que tienen ya su marca establecida con productos similares en el mercado estadounidense, a la competencia nacional e internacional, y la limitada socialización del proyecto para atraer inversionistas que no se puede ejecutar el proyecto, por lo tanto, se debe realizar la socialización para atraer a los inversionistas para la ejecución de éste.

Las oportunidades se dan en función a precios competitivos en el mercado, al interés del comprador internacional, y al alto índice de consumo del producto en el mercado estadounidense. Finalmente, los riesgos a los que se puede enfrentando el proyecto sería término de vigencia del comercio bilateral que tiene EE. UU, con Ecuador hasta finales del 2020. Como también los altos niveles de exigencia en estándares de calidad para ingresar al, mercado estadounidense.

## **CAPÍTULO IV: Propuesta**

### **Introducción**

Surge la propuesta de crear una empresa productora y exportadora de mora de cartilla, que dirigirá su producto a los mercados estadounidense, la cual se apoya para lograr la aprobación en base a la información obtenida del estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional que analizará la factibilidad de la investigación.

### **Objetivo**

Determinar la factibilidad de la creación de una empresa de producción y exportación de mora de castilla sin espinas en el cantón de Urcuquí, provincia de Imbabura a través de los diferentes estudios.

### **4.1 Estudio de mercado**

#### **Introducción**

Mediante la recopilación de la información de los gustos y preferencias de los clientes actuales de la competencia, se analiza el comportamiento de la oferta y demanda existente. La realización de entrevistas permitió definir estrategias efectivas de producción, precio, venta y publicidad para posicionar a la nueva empresa, e implementar características y especificaciones que cubran los requerimientos del consumidor, dando así un valor agregado que genere mayor demanda para producto a ofrecer.

#### **Objetivos del estudio de mercado**

##### **Objetivo General**

Realizar un estudio de mercado que permita identificar la oferta y demanda de la mora de castilla sin espinas en el mercado internacional, mediante la recopilación de información a

través de diferentes instrumentos que permitirán determinar la oportunidad de la venta en el mercado extranjero.

### **Objetivos específicos**

- Determinar las características de la demanda del producto.
- Evaluar la oferta de productos similares que se ofertan en el mercado.
- Analizar las condiciones del área donde se va a colocar el producto.
- Definir aspectos de marketing del producto a exportar.

#### ***4.1.1 Variables de Segmentación***

Existe diferentes tipos de variables como son las geográficas, demográficas, conductuales y psicográficas. En un trabajo de investigación se toma en cuenta los aspectos más relevantes de acuerdo con nuestro estudio de diagnóstico, el cual va a ayudar en partes para elaborar estrategias efectivas.

**Tabla 12**

*Variables de segmentación*

<b>Objetivo general</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Variable</b>	<b>Indicador</b>	<b>Técnica</b>
<b>Realizar un estudio de mercado que permita identificar la oferta y demanda de la mora de castilla sin</b>	Determinar las características de la demanda del producto.	Demanda	- Frecuencia de consumo en un plazo. - Porcentaje de aceptación en el mercado.	Entrevista a comprador internaciona l

<b>espigas en el mercado internacional, mediante la recopilación de información a través de diferentes instrumentos que permitirán determinar la oportunidad de la venta en el mercado extranjero.</b>			- Forma de negociación y pago.	
			- Valor de producto	
			- Forma de transporte	
			- Empaque y etiqueta	
			- Disposiciones para exportar	
		- Certificados		
	Evaluar la oferta de productos similares que se oferta al mercado.	Oferta	- Volumen de producción	Entrevista Agrocalidad
			- Índice de consumo	MAGAP
			- Precio	
			- Promoción	
	Definir los aspectos de marketing del	Estrategias de comercialización	•Producto	Entrevista compradora internaciona
			•Plaza	
			•Precio	
			•Promoción	l

---

producto a

exportar.

---

**Elaborado por:** Autoras

#### ***4.1.2 Segmentación del mercado***

Ayuda a obtener categorías, las cuales se dividen de acuerdo con el impacto e importancia; seleccionando así el mercado objetivo, ya que si se implementa bien esta segmentación se obtiene la estrategia de vender nuestro producto. Para la realización del presente estudio de mercado los datos seleccionados son de la aplicación Trade Map, la cual muestra el número de importaciones y exportaciones del producto mora de castilla a nivel mundial, mediante esta información se puede seleccionar el mercado objetivo para la exportación del producto.

#### **Importaciones**

**Tabla 13**

*Importaciones de mora de castilla de diferentes países*

<b>Importaciones</b>	<b>Toneladas 2015</b>	<b>Toneladas 2016</b>	<b>Toneladas 2017</b>	<b>Toneladas 2018</b>	<b>Toneladas 2019</b>
<b>Mundo</b>	323.345	317.898	365.928	423.694	441.894
<b>EE. UU.</b>	150.056	136.781	162.367	182.044	170.780
<b>Alemania</b>	27.566	31.646	33.524	39.972	45.591
<b>Canadá</b>	39.365	34.636	36.489	40.701	43.025
<b>Reino Unido</b>	20.460	20.877	23.073	27.059	37.930
<b>España</b>	7.446	11.944	16.541	24.237	32.034
<b>Francia</b>	16.303	20.433	19.357	24.775	29.152

---

<b>Paisajes Bajos</b>	10.306	11.707	14.750	17.920	21.4646
<b>Austria</b>	11.621	9.274	10.907	9.668	10.409
<b>Bélgica</b>	7.277	6.915	7.068	9.158	7.736
<b>Italia</b>	7.592	7.035	9.425	10101	7.409
<b>Suiza</b>	3.006	3.224	3.475	3.286	3.852
<b>Polonia</b>	2.335	2.128	2.435	2.000	3.360

Fuente: (Trade Map, 2020)

### Exportaciones

**Tabla 14**

*Exportación de mora de castilla a nivel mundial*

<b>Exportadores</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Mundo</b>	236.858	245.334	269.442	307.624	352.247
<b>México</b>	70.897	75.597	76.951	86.990	97.847
<b>España</b>	34.709	41.282	50.526	55.713	75.523
<b>EE. UU.</b>	42.513	38.187	41.010	45.891	47.549
<b>Marruecos</b>	7.500	9.238	14.931	23.134	35.589
<b>Portugal</b>	11.033	14.549	19.976	25.445	28.485
<b>Países Bajos</b>	15.052	14.431	17.548	18.242	21.695
<b>Serbia</b>	8.719	6.123	8.792	6.786	7.803
<b>Polonia</b>	17.785	14.860	9.300	11.274	7.452
<b>Alemania</b>	2.304	3.619	3.508	4.452	5.353

<b>Guatemala</b>	6.079	7.093	5.044	4.774	4.438
<b>Bélgica</b>	2.401	2.275	3.023	4.193	4.183
<b>Francia</b>	2.085	2.277	3.154	2.911	3.433
<b>Italia</b>	1.475	1.801	2.692	1.879	1.678

Fuente: (Trade Map, 2020)

### Exportaciones de mora de castilla de Ecuador al Mundo

**Tabla 15**

*Exportaciones de mora de castilla de Ecuador al Mundo*

<b>Importadores</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Mundo</b>	18	17	29	34	38
<b>EE. UU.</b>	15	11	21	27	24
<b>España</b>	3	6	8	7	14

Fuente: (Trade Map, 2020)

*Nota:* Como se puede identificar en la tabla N°14 el Ecuador ha enviado el producto; mora de castilla a Estados Unidos y España, siendo Estados Unidos el país a donde más ha enviado el producto debido a la demanda existen del mismo.

Para identificar el segmento de mercado se utilizó la matriz POAM identifica las amenazas y oportunidades potenciales que tiene la empresa. Es decir, toma en cuenta factores externos como la socioeconómico, políticas, legales y geográficos; para poder crear estrategias; en nuestro caso se elegirá el país adecuado para comercializar la mora de castilla sin espinas.

**Tabla 16**

*Matriz POAM*

	ESTADOS UNIDOS				ALEMANIA				CANADÁ			
	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
<b>FACTORES SOCIOECONÓMICOS</b>	Nivel	Punto	Nivel	Punto	Nivel	Punto	Nivel	Punto	Nivel	Punto	Nivel	<b>Punto</b>
<b>-Tasa de crecimiento PIB</b>	Alta	3			Media	2			Media	2		
<b>-PIB-Per cápita</b>	Alta	2			Media	1			Media	1		
<b>-Desempleo</b>	Baja	1			Media	2			Media	2		
<b>-Tasa de inflación anual</b>	Media	2			Media	2			Alta	2		
	Suma	8	Suma		Suma	7	Suma		Suma	7	Suma	
	Promedio	2	Promedio		Promedio	1,75	Promedio		Promedio	1,75	Promedio	

---

**FACTORES****POLÍTICOS**

<b>-Acuerdos comerciales</b>	Alta	3		Media	3			Alta	3	
<b>-Riesgo país</b>	Alta	3		Alta	3			Media	3	
	Suma	6	Suma	Suma	6	Suma		Suma	6	Suma
	Promedio	3	Promedio	Promedio	3	Promedio		Promedio	3	Promedio

**FACTORES****LEGALES**

<b>- Arancelarios</b>	Alta	3		Alta	3			Alta	3			
<b>- Para Arancelarios</b>				2		Media	2			Media	2	
	Suma	3	Suma	2	Suma	3	Suma	2	Suma	3	Suma	2
	Promedio	3	Promedio	2	Promedio	3	Promedio	2	Promedio	3	Promedio	2

**FACTORES****GEOGRÁFICOS****OS**

---

<b>-Ubicación</b>	Alta	3		Media	2		Baja	1	
<b>-Transporte</b>	Alta	3		Baja	1		Baja	1	
<b>-Costos</b>	Media	3		Baja	1		Baja	1	
	Suma	9	Suma	0	Suma	4	Suma	3	<b>Suma</b>
	Promedio	3	Promedio	0	Promedio		Promedio	1	<b>Promedio</b>

1,3

**ESTADOS UNIDOS**

**ALEMANIA**

**CANADÁ**

**OPORTUNIDADES**

**AMENAZAS**

**OPORTUNIDADES**

**AMENAZAS**

**OPORTUNIDADES**

**AMENAZAS**

-								
<b>FACTORES SOCIOECONÓMICOS</b>	2	0	1	0	1,7	0		
<b>-FACTORES POLÍTICOS</b>	3	0	3	0	3	0		
<b>-FACTORES LEGALES</b>	3	2	3	2	3	2		

<b>-FACTORES</b>						
<b>GEOGRÁFICOS</b>	3	0	1,3	0	1	0
<b>OS</b>						
<b>Suma</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>9.5</b>	<b>2</b>	<b>8,7</b>	<b>2</b>
					<b>5</b>	
<b>Prom</b>	<b>2.75</b>	<b>0,5</b>	<b>2.26</b>	<b>0,5</b>	<b>2.1</b>	<b>0,5</b>
<b>edio</b>					<b>8</b>	

**Elaborado por:** Autoras



**Tabla 17***Resultado del POAM*

	<b>ALTA</b>	<b>3</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>	MEDIA	2
	BAJA	1
	ALTA	3
<b>AMENAZAS</b>	MEDIA	2
	<b>BAJA</b>	<b>1</b>

**Elaborado por:** Autoras

Bajo los resultados por la matriz POAM se llevó a cabo el análisis de los factores que permitió valorar las oportunidades y ventajas que tiene la empresa, dando un valor 3 siendo la puntuación alta y la 1 baja, obteniendo como resultados el mejor país para comercializar nuestro producto a Estados Unidos.

#### ***4.1.3 Mercado Potencial***

De acuerdo con los datos de las importaciones y exportaciones de la mora de castilla sin espinas el país más adecuado para realizar la exportación es Estados Unidos debido al alto índice de importaciones y a los acuerdos comerciales que Tiene con Ecuador que es el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) lo que permite ingresar con el producto con un 0% de arancel (Market Access Map, 2020).

El país más indicado para realizar las exportaciones es Estados Unidos, siendo un país significativo de habitantes, siendo esto una oportunidad para ingresar nuestro producto. Además, Ecuador tiene acuerdos comerciales como el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) permitiendo que el producto no procesado ingrese con el 0% de aranceles.

#### **4.1.4 Calculo de muestra**

En el desarrollo del estudio de factibilidad no se tomó en cuenta el cálculo de muestra, ya que se optó por una muestra finita en la que intervino ProEcuador, Agrocalidad, Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y un comprador internacional. A nuestra muestra se las escogió ya que tenían conocimiento del producto. Se realizo entrevistas para obtener información relevante que acote a nuestra investigación. A continuación, tenemos un análisis de las entrevistas realizadas:

#### **Entrevista realizada al Ing. Cristopher Hidalgo representante del MAG**

Como Ministerio de Agricultura cuando se empieza con los agricultores es indicarles un vivero certificado para que ellos adquieran las plantas en este caso la mora de castilla sin espina o más conocida como Andimora variedad que el INIAP saco hace algunos años, luego se realiza el asesoramiento técnico, manejo y todo eso. Igual se trabaja por etapas se realiza la fertilización, podas, cosecha, postcosecha.

- En la primera fase que es la plantación que se llama la fertilización de fondo
- Control fitosanitario
- Realiza la poda

- Fertilización del desarrollo del fruto
- Control de la plaga

Fertilización inicial para que al momento de la siembra el suelo debe estar siempre preparado para que se pueda colocar las plantas y cultivar la mora. Se le dice al productor que debe de realizar un análisis de suelo; en este análisis de suelo ayuda a ver que nutrientes tienes, si está bien de materia orgánica o si necesita para implementar el cultivo de la mora. En el análisis de suelo siempre es necesario hacerlo para que el productor no esté gastando dinero demás.

Hay que tener plantas certificadas de un vivero para que en el proceso de crecimiento no tenga problema de producción, plagas o enfermedades. Etapa de fertilización se realiza a base de nitrógeno para un crecimiento adecuado, se le añade nutrientes si es necesario. El proceso desde la siembra hasta la cosecha es de 8 meses, hay viveros certificados por Agrocalidad realizan un previo levante de información, pero la planta sin espina el INIAP podría proveer esta plata de mora de castilla sin espina.

Riego por goteo más localizado, no hay desperdicio de agua y más seguro para no contraer plagas. Primero el riego más recomendado es el riego por goteo. Control de maleza, por la humedad u otras. se lo realiza cada día o depende del clima. Poda controla el crecimiento anormal o muy exagerado de la planta, se realiza esto para que se obtenga un producto de calidad. Se realiza al inicio una poda inicial y para programar la cosecha que es la de fructificación.

Como dije anterior mente todo depende de cómo se maneje en la producción de esta mora desde un inicio. La mora es un producto bien susceptible, debe tener cuidado al momento de

cultivar esta mora cada agricultor tiene su forma de cosecha. El productor necesita las plantas y el tutorado en espalera que les hacen a las ramitas no estén entreveradas. Centro de acopio, Centro de postcosecha, Cuartos de frío y espacios para almacenamiento. Personal especializado, realizar un riego fertilizante, nutrientes en el caso que sea, herramientas para la poda.

Aquí se realiza solo la postcosecha y se las coloca en tarrinas, pero para exportar si es una técnica específicamente para la duración de la fruta. Las buenas prácticas agrícolas que ayuda ingresar a un mercado internacional, al igual Agrocalidad se encarga de certificar esto. Para iniciar un cultivo debe saber el origen de las plantas y luego seguir un proceso registros de los procesos que intervienen en el cultivo de la mora de castilla sin espina.

#### **Entrevista al Ing. Luis Lomas de Agrocalidad**

Agrocalidad se encarga de controlar y regular los estatutos de sanidad para poder exportar, previniendo así plagas. Todo productor que desee comercializar su producto en otros países debe de tener un certificado fitosanitario, el cual se obtiene en ventanilla única empresarial; para obtener este certificado debe de solicitarlos y registrar. Luego, las personas encargadas inician el proceso de inspección, control y gestión de vigilancia fitosanitaria, análisis de riesgo de plagas y de planes de contingencia. Con respecto a la producción de la mora de castilla sin espinas debe de contar con riego por goteo, control de plagas, infraestructura adecuada, conocimiento de las fases de cultivo desde la siembra hasta la cosecha y empaque de la fruta.

#### **Entrevista al Ing. Oscar Ruano de ProEcuador**

Actualmente la provincia de Tungurahua exporta mora de castilla, siendo América del Norte una opción factible, por el motivo que tienen un índice de consumo alto de fruta. Para ingresar a este país debe de contar con un certificado fitosanitario que lo emite Agrocalidad; después de haber realizado los respectivos controles que aprobaran la salida del producto, siendo uno de los requisitos obligatorios que el exportador debe de tener. Debe de registrarse en la Administración de Alimentos y Medicamento de los Estados Unidos (FDA), el producto es orgánico esto hace que tenga más acogida en el mercado internacional.

Otro punto de importancia que deben considerar es la forma de negociación que se puede realizar en giro directo o la carta de crédito. La institución pública ProEcuador capacita a las personas interesadas en exportar dirigiéndoles parámetros de cumplimiento y tramites a realizar para exportar por vía marítima.

### **Entrevista al Ing. Gabriel Morillo comprador internacional**

La empresa Suity Confections en el mercado tiene 20 años de experiencia en exportar productos de consumo, la mejor forma de empaquetado de la mora de castilla sin espinas es utilizando la técnica al vacío. Si cumple con las características que menciona el producto es beneficioso para el consumidor, por lo mismo está dispuesto a pagar un valor de \$1,50 a \$2,00 el kilo; para cubrir con la demanda debe de producir mensualmente 30 toneladas.

#### ***4.1.5 Balance de demanda y oferta***

##### **Parte de la demanda**

###### **A) Importación que realiza Estados Unidos**

**Tabla 18***Importación que realiza Estados Unidos*

<b>Importadores</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>EE. UU</b>	150.056	136.781	162.367	182.044	170.780

**Elaborado por:** Autoras**Fuente:** (TradeMap, 2020)

En la tabla de importaciones que realiza Estados Unidos de la fruta mora de castilla se visualiza que en el año 2015 ha importado 150.056 y al 2019 la cantidad de 170.780, estos valores son calculados en toneladas y se puede observar que ha existido un crecimiento esta información fue obtenida mediante la herramienta Trade Map.

**a) Exportaciones de Estados Unidos****Tabla 19***Exportaciones de Estados Unidos*

<b>Exportadores</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>EE. UU</b>	42.513	38.187	41.010	45.891	47.549

**Fuente:** (TradeMap, 2020)**Elaborado por:** Las autoras

*Nota:* Se observa toneladas exportadas por el país de EE. UU. de acuerdo con la plataforma de Trade Map, la cual indica un crecimiento tomando en cuenta desde el año 2015 al 2019.

## B) Parte de la proyección lineal

**Tabla 20**

*Proyección de importaciones*

<b>AÑOS</b>	<b>X</b>	<b>IMPORTACIONES</b>	<b>XY</b>	<b>X2</b>
		<b>(Y)</b>		
<b>2015</b>	-2	150.056	-300.112	4
<b>2016</b>	-1	136.781	-136.781	1
<b>2017</b>	0	162.367	0	0
<b>2018</b>	1	182.044	182.044	1
<b>2019</b>	2	170.780	342.560	4
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>802.028</b>	<b>86.711</b>	<b>10</b>

**Elaborado por:** Autoras

Se observa en la proyección lineal que es método cuantitativo, en este caso los datos de las importaciones que realizan anualmente de la mora de castilla, siendo la variable independiente la X que se considerara la media de crecimiento y la variable dependiente la Y considerando lo obtenido en la tabla de importaciones de Estados Unidos. Para el procedimiento vamos a multiplicar los valores de XY obteniendo como resultado la media de crecimiento, luego se eleva al cuadrado para obtener el resultado final que se aplicara en la fórmula de  $Y = a + bx$  y finalmente se multiplica por el porcentaje de crecimiento que es el 3%.

**Fórmula  $Y = a + bx$**

**Aplicación de la fórmula con los datos obtenidos**

$$a = \frac{\sum Y}{N} = \frac{802.780}{5} = 160.556$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{86.711}{10} = 8.671$$

Resultado  $Y = 160.556 + 8.68 = 169.227$  (3)

**Tabla 21**

*Proyección lineal de importaciones en toneladas*

<b>Años</b>	<b>Importaciones</b>
<b>2020</b>	507.681
<b>2021</b>	1'523.043
<b>2022</b>	4'569.129
<b>2023</b>	13'707.387

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 22**

*Cálculo de exportaciones en toneladas*

<b>AÑOS</b>	<b>X</b>	<b>EXPORTACIONES</b>	<b>XY</b>	<b>X2</b>
<b>(Y)</b>				

<b>2015</b>	-2	42.513	-85.026	4
<b>2016</b>	-1	38.187	-38.187	1
<b>2017</b>	0	41.010	0	0
<b>2018</b>	1	45.891	45.891	1
<b>2019</b>	2	47.549	95.098	4
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>215.150</b>	<b>17.776</b>	<b>10</b>

**Elaborado por:** Autoras

Se observa en la proyección lineal que es método cuantitativo, en este caso los datos de las exportaciones que realizan anualmente de la mora de castilla, siendo la variable independiente la X que se considerara la media de crecimiento y la variable dependiente la Y considerando lo obtenido en la tabla de exportaciones de Estados Unidos. Para el procedimiento vamos a multiplicar los valores de XY obteniendo como resultado la media de crecimiento, luego se eleva al cuadrado para obtener el resultado final que se aplicara en la fórmula de  $Y = a + bx$  y finalmente se multiplica por el porcentaje de crecimiento que es el 3%.

### **Fórmula $Y = a + bx$**

#### **Aplicación de la formula con los datos obtenidos**

$$a = \frac{\sum Y}{N} = \frac{215.150}{5} = 43.030$$

$$b = \frac{\sum XN}{10} = \frac{17.776}{10} = 1.777$$

**Resultado Y= 43.030 + 1.777= 44.880 (3)**

**Tabla 23**

*Tabla proyección de exportaciones en toneladas*

<b>Años</b>	<b>Exportaciones</b>
<b>2020</b>	<b>134.421</b>
<b>2021</b>	<b>403.263</b>
<b>2022</b>	<b>1.209.789</b>
<b>2023</b>	<b>3.629.367</b>

Elaborado por: Autoras

**Balance de la oferta y la Demanda**

**Tabla 24**

*Consumo aparente en toneladas*

<b>AÑOS</b>	<b>PRODUCCIÓN NACIONAL</b>	<b>IMPORTACIONES</b>	<b>EXPORTACIONES</b>	<b>CONSUMO APARENTE</b>
<b>Y2020</b>	0	507.681	134.421	373.260
<b>Y2021</b>	0	1'523.043	403.263	1'119.780
<b>Y2022</b>	0	4'569.129	1'209.789	3'359.340

<b>Y2023</b>	0	13'707.387	3'629'367	10'078.020
--------------	---	------------	-----------	------------

**Elaborado por:** Autoras

Mediante el consumo aparente obtenemos el valor de producción en toneladas que se necesita para el consumo internacional del país seleccionado anteriormente. Se debe considerar la producción nacional, más las importaciones, menos las exportaciones en una proyección de 4 años, es decir, aplica la siguiente formula:

$$CA= PN+I+E$$

### **Oferta**

Para la oferta se ha considerado la partida 0810200000, teniendo en cuenta las cinco primeras naciones ver tabla 6, Estados Unidos se ubica como el principal importador con 150056 toneladas en el 2015, mientras que para el 2019 fue de 441894 toneladas, seguido de Alemania, Canadá, Reino Unido y España.

Ahora, las importaciones que Estados Unidos realizó desde Ecuador en el periodo 2015 y 2019 muestran un patrón creciente, es así como en el 2016 importo 11 toneladas y en las 2018 27 toneladas, lo que demuestra que existe una demanda creciente de esta fruta por parte de los consumidores norteamericanos ver tabla 21, ocasionando que este mercado externo siga siendo el principal socio comercial de nuestro país, abriendo una oportunidad para exportar mora de castilla desde Ecuador.

**Tabla 25***Países importadores del producto desde Ecuador*

<b>Importaciones</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Toneladas</b>
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Mundo</b>	18	17	29	34	38
<b>Estados Unidos</b>	15	11	21	27	24
<b>España</b>	3	6	8	7	14

**Elaborado por:** Autoras**Producción del cultivo de mora de castilla en Estados Unidos 2019****Tabla 26***Producción de mora en EE. UU.*

<b>Año</b>	<b>Producción toneladas</b>	<b>Área cosechada</b>	<b>Rendimiento</b>
<b>2014</b>	23600	2631	8.97
<b>2015</b>	21200	2590	8.19
<b>2016</b>	23500	2550	9.22
<b>2017</b>	24500	2630	9.31
<b>2018</b>	21300	2792	7.63

<b>2019</b>	31800	2833	22.23
<b>Tasa de crecimiento</b>	4%	2%	3%

**Fuente:** (Molina, 2015)

De acuerdo con la tabla 25 se observa que existe un crecimiento del 4% en la producción de la mora de castilla en EE. UU., en la parte de cosecha tiene una tasa de crecimiento del 2% y por último existe un rendimiento del 3% anual, esto indica que en los tres aspectos importantes a tomar en cuenta son factibles ya que existe un crecimiento paulatino.

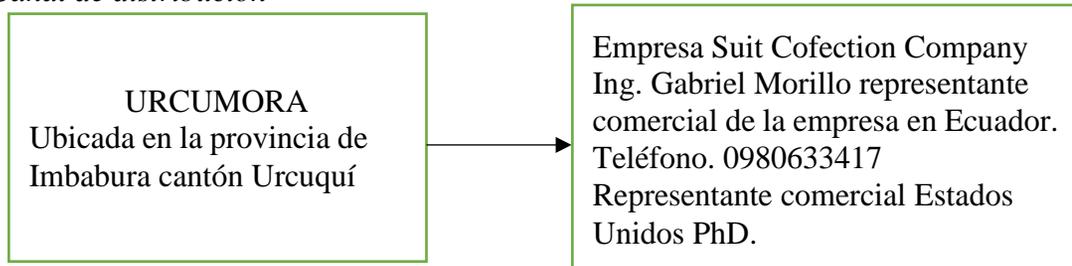
#### 4.1.5 Estrategias de comercialización (4P)

**Producto.** La mora es una fruta perteneciente al grupo de las bayas; es muy perecedera, rica en vitamina C y con un alto contenido de agua. Es originaria de las zonas altas tropicales de América. Conocida como mora de castilla o mora azul es la de mayor importancia comercial y la más cultivada en regiones comprendidas entre 1,200 a 3,00 m.s.n.m., económicamente, la mora es una de las frutas más valiosas cultivadas en el mundo.

**Plaza.** La mora de castilla luego de ser producida y empaquetada va a ser distribuida de forma directa a la empresa Suit Cofection Company.

**Figura 9**

*Canal de distribución*



**Precio.** De acuerdo con el estudio realizado y complementado con los resultados de la entrevista llevada a cabo, se pudo conocer que el precio estipulado en el mercado internacional es de \$1.50 a \$2.00 por kilogramo, por lo tanto, la empresa tiene que establecer un valor similar para comercialización del producto.

### **Precio de la mora de castilla al mercado destinado**

Estados Unidos es nuestro país seleccionado de acuerdo con nuestra Matriz POAM en donde se tomó en consideración aspectos importantes teniendo como resultado la mejor opción, pero dentro del mercado de EE. UU tenemos ciudades comerciales como Nueva York, Los Ángeles, Dallas, Miami, Atlanta y Philadelphia, que tiene ya en su mercado el producto. En los Ángeles se comercializa por caja de 12 tarrinas con un peso de 1.90 kilogramos en total, quienes distribuyen en este estado son México y Guatemala a un precio de \$21 o \$19,50 la cantidad antes mencionada.

Según Noguera (2020) menciona que, *“Del 100% de la producción de mora de castilla que es cultivada en la ciudad de Carolina y Oregón de Estados Unidos, el 80% se dirige al mercado industrial para ser procesado y crear productos derivados, en cambio el 20% de esta fruta es consumida de forma natural”*. Por esta razón el trabajo de investigación se orienta a exportar el fruto en sí, para ofertar a la demanda insatisfecha, cubriendo así el mercado; también, es una oportunidad la venta de este producto por el precio que tiene su mercado en este país, mencionado anteriormente.

**Promoción.** La promoción es un punto de importancia, ya que es una herramienta se la utilizara como estrategia para impulsar la compra de esta fruta por medio de medios de redes sociales o publicidad.

**A) Logotipo de la empresa**

**Figura 10**

*Logotipo de la empresa*



**B) Red social**

**Figura 11**

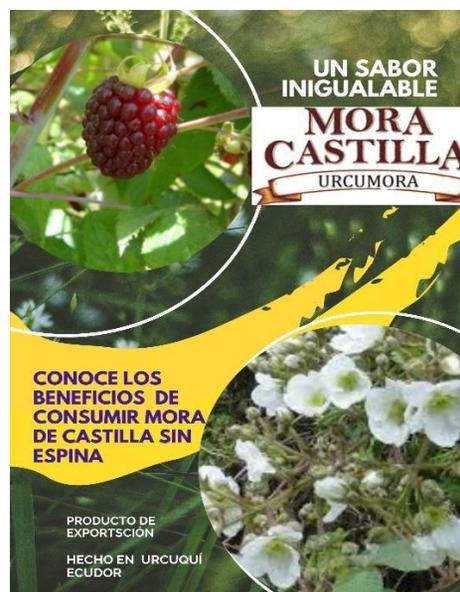
*Red social Facebook*



**C) Flyers**

**Figura 12**

*Flyers de Urcumora*



D) Vallas

Figura 13

*Valla*



E) Página web

Figura 14

*Página web*



## **Conclusión**

Una vez analizado el estudio de mercado se puede concluir que, en Estados Unidos existe una gran demanda insatisfecha, creando así, una oportunidad de negocio para cubrir la demanda. Esta ventaja competitiva de la mora de castilla sin espinas será al exportar sin ninguna transformación, es decir, se lo comercializará como fruta fresca y no se utilizará químicos para su fertilización.

Tomando en cuenta lo descrito anteriormente se efectuó un estudio de mercado a Estados Unidos, teniendo como punto de comercialización a los Ángeles, mediante una entrevista realizada a un bróker internacional, se determina que el producto por ser orgánico tiene una gran acogida en dicho mercado internacional. Cabe recalcar que este consumidor internacional, ya ha realizado compras a una empresa ecuatoriana, y tiene 20 años de experiencia en el mercado. Por tal razón se puede deducir que el proyecto es viable debido a la demanda existente del producto.

## **4.2 Estudio Técnico**

### **Introducción**

En este estudio se toma en cuenta factores internos y externos que intervienen al momento de definir el lugar estratégico donde se va a ubicar el proyecto. En este punto se diseña la distribución física del centro de acopio y la forma de presentación del producto. Además, se considera los procesos y recursos necesarios de cada área para iniciar las actividades del centro de acopio. Al final de este estudio se logra identificar la inversión que requiere el proyecto, la cual está compuesta por inversión tangible, intangible y capital de trabajo.

### **Objetivos**

#### **Objetivo general**

Analizar los recursos óptimos del proyecto, mismo que, serán necesarios para el funcionamiento de la empresa.

#### **Objetivos específicos**

- Definir la ubicación en donde se instalará el proyecto.
- Identificar la capacidad que tendrá el proyecto.
- Establecer insumos para el funcionamiento

#### ***4.2.1 Localización del proyecto***

**Macro localización.** La empresa para la exportación de mora de castilla se ubicará en la provincia de Imbabura. La provincia cuenta con vías de acceso adecuadas y habilitadas tanto en

la zona urbana como rural, además existe en la zona 68 de abastecimientos de combustible cercanas a las carreteras principales para facilitar el transporte de carga pesada.

### **Figura 15 Macro localización**

*Macro localización*



**Micro localización.** Para establecer la ubicación del presente proyecto se toma en cuenta tres opciones dentro del cantón San Miguel de Urcuquí.

- Opción 1: zona norte
- Opción 2: zona centro
- Opción 3: zona sur

Los factores de localización influyen al momento de decidir la ubicación del proyecto, tomando en cuenta criterios estratégicos; para ello se propone la opción más calificada y adecuado, analizando los factores de localización que se detallan en la siguiente tabla.

**Tabla 27**

*Factores de localización del proyecto*

<b>N° DE FACTOR</b>	<b>FACTORES DE LOCALIZACIÓN</b>
<b>1</b>	Disponibilidad de materia
<b>2</b>	Disponibilidad de servicios básicos
<b>3</b>	Alquiler del local
<b>4</b>	Acceso de transporte
<b>5</b>	Disponibilidad de infraestructura

**Fuente:** (Valdivia, 2015)

La calificación es un método consiste en evaluar los factores que intervienen en la ubicación del proyecto, de acuerdo con la importancia de este, a continuación, se encuentra la asignación del valor para calificar.

**Tabla 28**

*Evaluación a los factores*

<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>Muy bueno</b>	menor a 9
<b>Bueno</b>	de 7 a 9

---

<b>Regular</b>	de 4 a 6
<b>Deficiente</b>	de 1 a 3

---

**Fuente:** (Valdivia, 2015)

**Tabla 29***Factores de micro localización*

Factor Localización	Ponderación	ALTERNATIVAS					
		Zona centro		Zona norte		Zona sur	
		Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje
<b>-Disponibilidad de la materia prima</b>	30	3	90	8	240	3	<b>90</b>
<b>-Alquiler del local</b>	27	7	189	8	216	7	<b>189</b>
<b>Disponibilidad de servicios básicos</b>	22	5	110	6	132	5	<b>110</b>
<b>-Fácil acceso para Camiones</b>	13	7	91	6	78	7	<b>91</b>
<b>-Disponibilidad de adecuación a la Infraestructura</b>	8	6	48	6	48	6	<b>48</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>528</b>		<b>714</b>		<b>528</b>

Fuente: (Valdivia, 2015)



Entre las tres opciones de micro localización, la más factible es la alternativa 2, puesto que Siembra EP se encontraba en la zona norte, misma que cuenta con servicios básicos, acceso de transporte y de adecuada infraestructura. La empresa URCUMORA se ubicará en las instalaciones que era antes de Siembra EP, a que se facilita el acceso al público y el transporte para trasladar el producto.

### **Figura 16**

#### *Micro localización de la empresa*



**Tamaño del proyecto.** Para efectuar el presente proyecto, se alquilará un terreno de 800  $m^2$  con una infraestructura de 500  $m^2$  con un espacio para estacionamiento de 300  $m^2$ , además cuenta con servicios básicos, el pago del arriendo se lo está considerando dentro del capital de trabajo que la empresa genere sus propias utilidades.

**Tabla 30***Distribución de almacenamiento de bodega*

<b>ÁREAS DE DISTRIBUCIÓN</b>	<b>LONGITUD EN <math>m^2</math></b>
<b>Oficina</b>	45 $m^2$
<b>Sala de reuniones</b>	65 $m^2$
<b>Baños</b>	15 $m^2$
<b>Zona de carga y descarga del producto</b>	112.5 $m^2$
<b>Zona de lavado y clasificación</b>	112.5 $m^2$
<b>Zona de empacado y etiquetado</b>	150 $m^2$

---

Elaborado por: Las Autoras

**Disponibilidad del producto.** En Ecuador existen varios proveedores de semillas de mora de castilla sin espinas, la semilla certificada se la puede conseguir mediante el INIAP, quienes son la empresa que realizaron esta variedad de semilla.

**Capacidad de producción.** La capacidad de producción a ofertar es de 15 toneladas por hectárea, siendo esta la capacidad máxima que tiene una unidad productiva con los recursos disponibles. Para lo cual se va a ocupar un total de 2 hectáreas cumpliendo con la demanda.

**Financiamiento.** Para financiar el proyecto tiene aporte propio de los socios, mediante financiamiento crediticio que se solicitara en la entidad que otorgue la menor tasa de interés; entre

las mejores opciones están las siguientes entidades financieras: BanEcuador con un interés del 12.25%, Banco del Pacifico 15% y Corporación Financiera Nacional 10.11%.

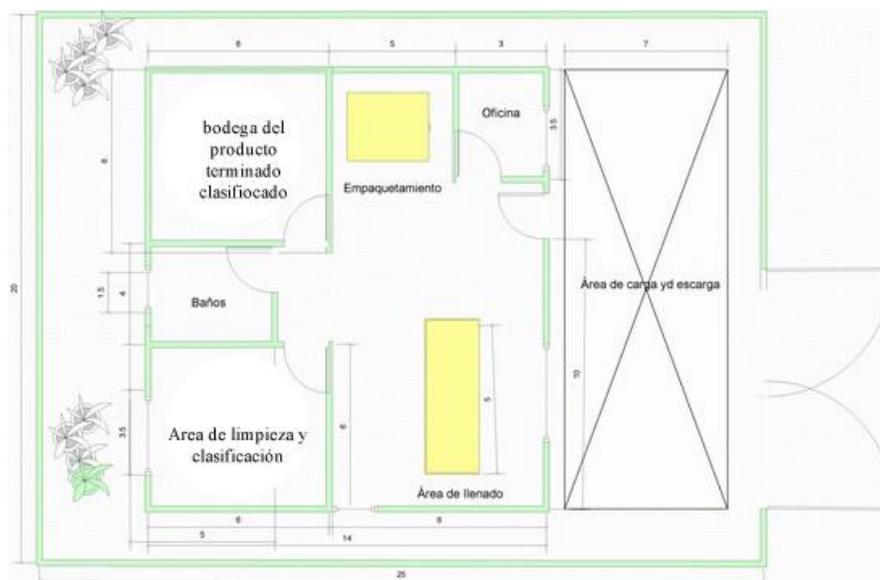
En comparación de las tres entidades que cuenta con financiamiento para la parte agrícola, la que más nos conviene para trabajar con el presente trabajo es con la Corporación Financiera Nacional debido a que tiene una tasa de interés más baja con el 10.11%.

#### 4.2.2 Ingeniería del proyecto

**Diseño del proyecto.** En el diseño del proyecto se considera aspectos en general, visualizando los procesos, recurso y la forma de entrega, a continuación:

**Figura 17**

*Diseño*



## **Descripción técnica del producto**

**Nombre técnico:** Rubus Glaucus Benth

**Nombre científico:** Rubus Glaucus

La mora de castilla sin espinas es una planta que perdura, de tamaño frondoso, semirrecta, de origen trepadora. Se compone de algunos tallos que descienden desde la raíz de la planta, son de forma redonda y con espinas de 1 cm a 5 cm. Las hojas se dividen en tres partes y su contorno es puntiagudo de color verde oscuro el haz y blanquecino el envés, tanto los tallo como las hojas están cubiertas por un polvo blanquecino. Posee además una gran raíz superficiales.

El fruto es una baya elipsoidal de 15 a 25 mm en su diámetro más ancho de 3 a 5 g de peso, cuando se está formando se toma de color verde, cambiando a tono rojo, y en su madurez el tono pasa a morado brillante y oscuro. Se forma de varias drupas diminutas que están unidas entre si al receptáculo que en el proceso de maduración se blancuzco y carnoso. Los capullos se muestran en forma de racimos, aunque en ocasiones se ubican en las axilas de las hojas.

**Procesos.** Los procesos son las diferentes actividades que se planifica para poder producir y exportación de la mora de casilla sin espinas, para visualizar los procesos que se emplea en la empresa, a continuación, se detalla el mapa de procesos:

**Figura 18**

*Mapa de procesos de la empresa*

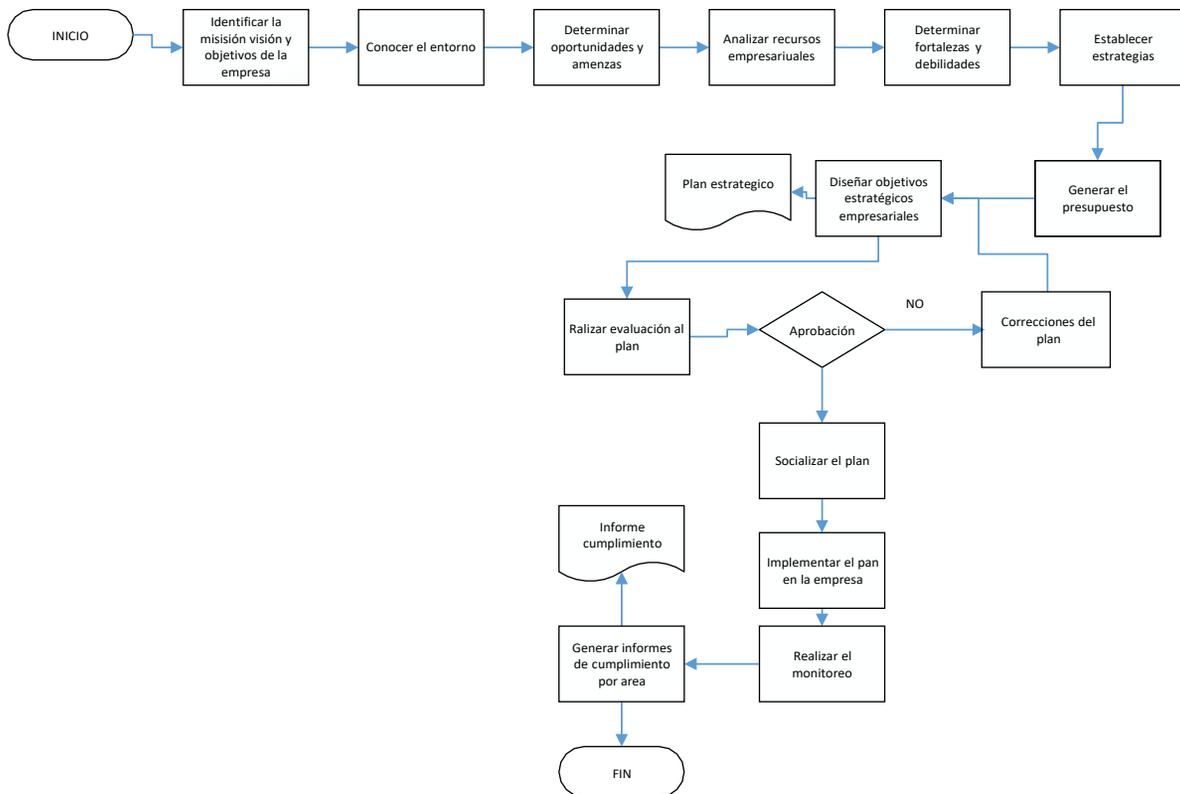


## Flujogramas

### Planificación estratégica

Figura 19

Flujograma de planificación estratégica



Elaborado por: Autoras

**Tabla 31**

*Manual de planificación estratégica*

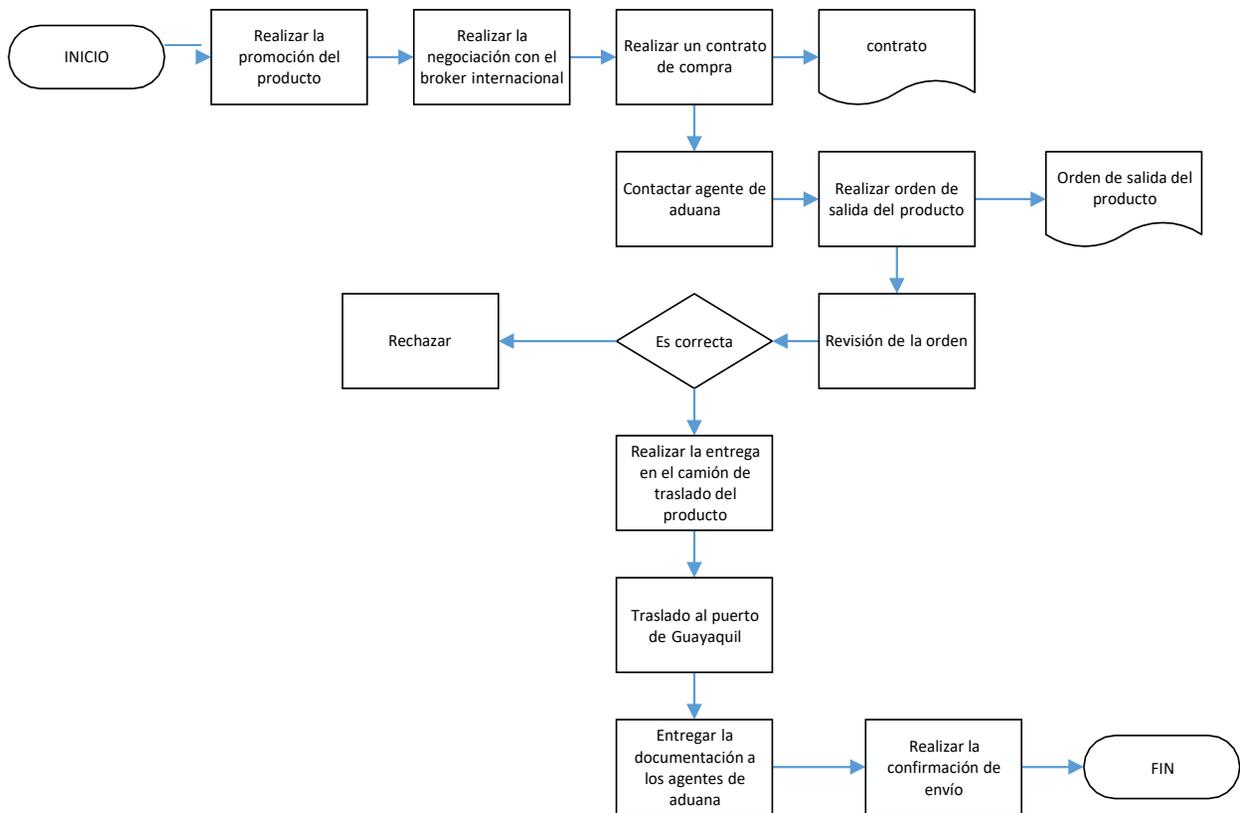
		<b>MANUAL DE PROCESOS DE LA EMPRESA</b>	
		<b>URCUNMORA</b>	
<b>PROCESO</b>	Planificación Estratégica	<b>CÓDIGO</b>	P01
<b>PROPÓSITO</b>	Realizar la elaboración de un plan estratégico para tomar decisiones y cumplimiento de objetivos		
<b>ALCANCE</b>	Intervienen todas las áreas administrativas de la empresa		
<b>RESPONSABLE</b>	Las jefaturas de cada área revisan el cumplimiento de la planificación estratégica		
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO</b>			
<b>N°</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	
1	Gerente	Programar una reunión para la elaboración del plan estratégico	
2	Todas las áreas	Brindar opiniones de mejora continua que se aplicará en cada área para dar paso a la elaboración eficiente de la planificación estratégica	
3	Gerente	En base a la misión y visión de la empresa elaborar un plan estratégico tomando en cuenta las opiniones de las áreas, para así lograr el cumplimiento de los objetivos	

4 Gerente	Socializar la planificación estratégica con todas las áreas
5 Contador	Revisar que se minimice los gastos innecesarios a través de la aplicación de la planificación estratégica
6 Asistente Comercio Exterior	Negociar de la mejor manera para dar cumplimiento a la planificación estratégica planteada.
7 Asistente de Marketing y ventas	Realizar un análisis de la situación nacional e internacional y aplicar el plan para incrementar los ingresos mediante la aplicación de la planificación estratégica
8 Jefe de Producción	Socializar con todo el personal operativo la planificación estratégica y verificar su cumplimiento semanalmente
9 Gerente	Evaluar si todas las áreas están cumpliendo los objetivos planteados en la planificación estratégica, de no ser así, establecer un plan de mejora para dicho cumplimiento
<b>FECHA:</b>	<b>ÚLTIMA REVISIÓN:</b>
	<b>FIRMA:</b>
<b>Elaborado por:</b> Las autoras	

## Venta y exportación

**Figura 20**

*Flujograma de ventas y exportación del producto*



**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 32***Manual de procesos de venta y exportación*

**MANUAL DE PROCESOS DE LA  
EMPRESA URCUNMORA**

<b>PROCESO</b>	Ventas y Exportación	<b>CÓDIG</b> O	P0 2
<b>PROPÓSITO</b>	Promocionar el producto y negociar con los compradores		
<b>ALCANCE</b>	Abarca el área de comercio exterior, juntamente con el departamento de marketing y ventas		
<b>RESPONSABLE</b>	Asistente de ventas y comercio exterior		
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO</b>			
<b>N°</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	
1	Asistente de Marketing y ventas	Crear un plan de marketing, para atraer el mayor número de compradores internacionales	
2	Asistente de Marketing y ventas	Realizar negociaciones con los brokers internacionales y concretar la venta	

<p><b>3</b> Asistente de Comercio Exterior</p>	<p>Contactarse con las entidades correspondientes para la salida del producto</p>
<p><b>4</b> Asistente de Marketing y ventas</p>	<p>Verificar que todos los documentos estén en regla para transportar el producto</p>
<p><b>5</b> Asistente de Comercio Exterior</p>	<p>Realizar la entrega del producto a los agentes aduaneros con toda la documentación correspondiente</p>

**FECHA:**

**ÚLTIMA REVISIÓN:**

**FIRMA:**

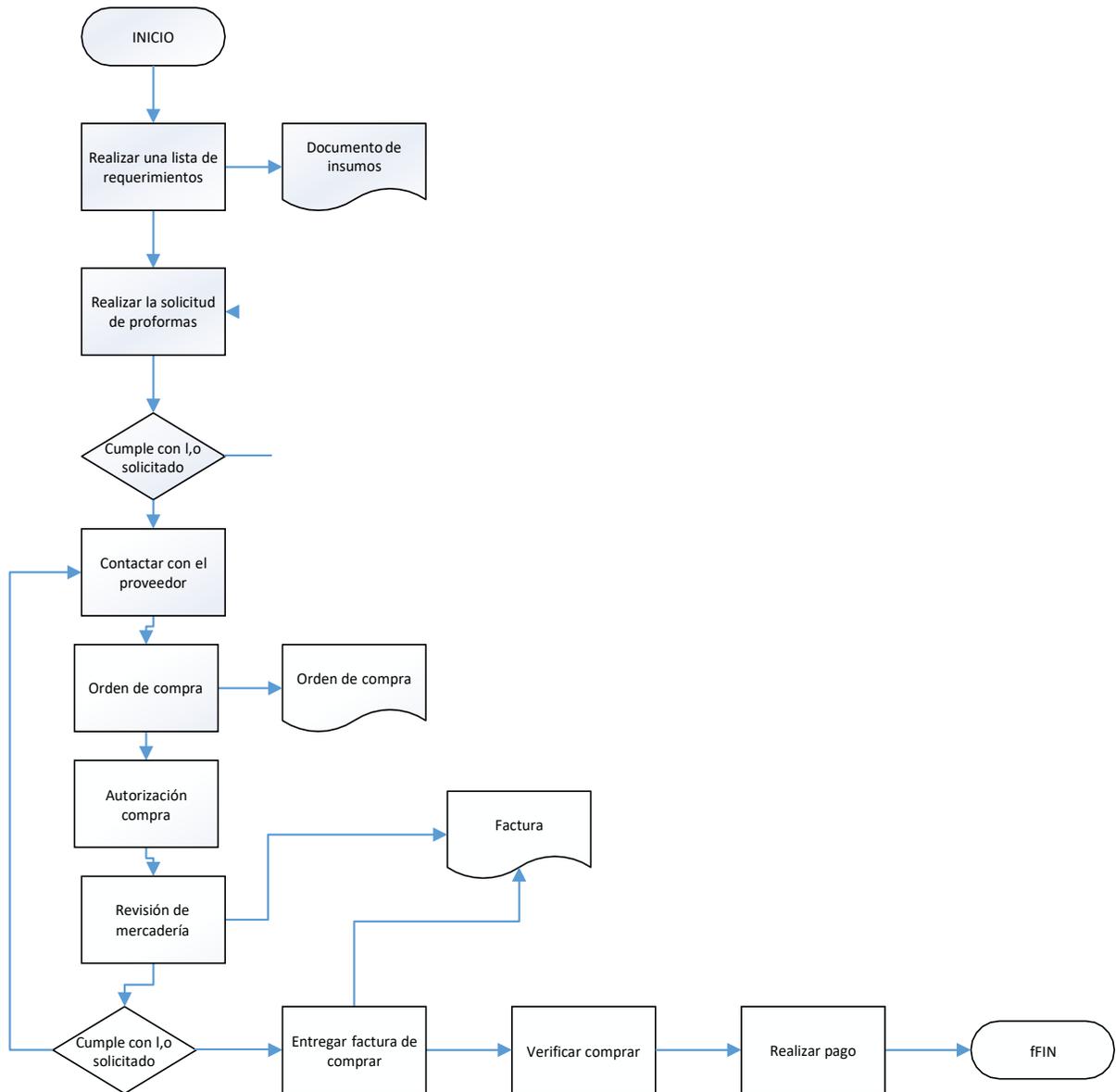
---

**Elaborado por:** Las autoras

## Adquisición de insumos

Figura 21

Flujograma de adquisición de insumos



Elaborado por: Autoras

**Tabla 33**

*Manual de procesos de adquisición de insumos*

		<b>MANUAL DE PROCESOS DE LA EMPRESA URCUNMORA</b>	
<b>PROCESO</b>	Adquisición de insumos	<b>CÓDIGO</b>	P03
<b>PROPÓSITO</b>	Adquirir todos los insumos necesarios, para la producción y comercialización del producto		
<b>ALCANCE</b>	El área de contabilidad, ligado estrechamente con el área de producción		
<b>RESPONSABLE</b>	Asistente contable		
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO</b>			
<b>N°</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	
1	Asistente contable	Analiza el presupuesto mensual para la adquisición de insumos e informa al departamento responsable de la solicitud de insumos	
2	Jefe de Producción	Establece una planificación mensual, con el fin de obtener los insumos necesarios para la producción y envío de mercadería	
3	Jefe de Producción	Entrega la planificación mensual al área de contabilidad; misma que debe ser aprobada por el Contador para realizar la compra	
4	Asistente contable	Se contacta con los proveedores para obtener la mejor oferta	

5	Jefe de Producción	Revisar que los insumos solicitados sean correctos
6	Asistente contable	Solicita la facturación de los insumos solicitados y revisados
7	Asistente contable	Realizar el pago de acuerdo con lo acordado con el proveedor

**FECHA:**

**ÚLTIMA REVISIÓN:**

**FIRMA:**

**Elaborado por:** Las autoras

### **Inversión del proyecto**

A) Inversión tangible. Los activos necesarios para que la empresa pueda poner en marcha, a continuación, se detalla en la siguiente tabla.

**Tabla 34**

#### *Inversión Tangible*

<b>ACTIVOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>			
<b>-Escritorios</b>	4	\$ 180,00	\$ 720,00
<b>-Sillas ejecutivas</b>	4	\$ 52,00	\$ 180,00
<b>-Sillas visitas</b>	4	\$ 22,00	\$ 80,00
		<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$ 1.100,00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACION</b>			
<b>-Computadoras</b>	4	\$ 860,00	\$ 3.440,00

<b>-Impresora</b>	2	\$	400,00	\$	800,00
<b>-Reguladores de voltaje</b>	4	\$	30,00	\$	120,00
			<b>SUB TOTAL</b>	\$	<b>4.360,00</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>					
<b>-Teléfono</b>	4	\$	35,00	\$	140,00
			<b>SUB TOTAL</b>	\$	<b>140,00</b>
<b>MAQUINARIA</b>					
<b>-Sistema de riego</b>	1	\$	4000	\$	4000
<b>-Sembradora para cultivo</b>	1	\$	15000	\$	15000
<b>-Tractor</b>	1	\$	30000	\$	30000
<b>-Empacadora</b>	1	\$	5000	\$	5000
<b>-Selladora al vacío</b>	1	\$	8000	\$	8000
			<b>SUB TOTAL</b>	\$	<b>62.000,00</b>
			<b>TOTAL</b>	\$	<b>67.600,00</b>

---

**Elaborado por:** Autoras

La inversión tangible es de material físico, el cual proporciona beneficios económicos; es decir, que son activos que se utilizan en el proceso operativo de la empresa, todo se comprará con el 100% del crédito de inversión que será proporcionado por la institución financiera seleccionada por el valor de \$ 62 792,21 más el 22,97 % que es el aporte propio de \$ 4 807,79.

En nuestro caso sería vamos a necesitar lo siguiente:

- Muebles y enseres: son elementos necesarios para el espacio laboral, ayudando a que se pueda realizar las actividades de oficina de forma adecuada, como es el escritorio, sillas ejecutivas y de visita.
- Equipo de computación y de oficina: es un dispositivo electrónico, el equipo de computación es esencial para almacenar información; la impresora para obtener copias, impresiones u otras; el teléfono un medio de comunicación y el regulador de voltaje para que los equipos siempre estén controlados evitando alguna descarga eléctrica.
- Maquinaria: se utiliza para que la producción sea productiva, utilizando métodos de sistema de riego en el cultivo, sembradora de cultivo, tractor para arar la superficie en donde se va a sembrar, empacadora para su manipulación correcta, y la selladora al vacío para que la mora de castila sin espina se conserve.

## **B) Inversión intangible**

**Tabla 35**

*Gastos de constitución*

<b>GASTO</b>	<b>MONTO</b>
Aprobación constitución	\$ 50,00
Patente municipal GAD de Urcuquí	\$ 50,00
Permiso de bomberos	\$ 30,00

Permiso ambiental	\$ 10,00
Permiso de salud	\$ 10,00
Inscripción de registro mercantil	\$ 50,00
Notificación sanitaria	\$ 340,34
Certificación BPM	\$ 3.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.828,34</b>

**Elaborado por:** Autoras

La inversión intangible es un material que no se puede ver físicamente, pero si se contabiliza, ya que genera a futuro beneficios económicos a la empresa. Como se puede ver en la tabla 36 son documentación que necesitamos tramitar para que la entidad funcione, este pago se lo realiza con la inversión propia de los propietarios que es el 18,29 % del aporte propio.

### C) Costos y Gastos de operación

#### Costos de producción

**Tabla 36**

*Costos de la mora de castilla sin espinas por hectárea de producción*

DETALLE	C/U	COSTO	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL POR HÉCTAREAS
		POR HECTAREA	POR HÉCTAREAS	POR HÉCTAREAS	
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>		\$ 1.033,00	1	\$1.033,00	\$12.396,00

---

-Semillas 1666 plantas	\$ 833,00				
por hectárea					
-Abono	\$ 100,00				
-Remedios agroecológicos	\$ 100,00				
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	\$ 900,00	1	\$ 900,00	\$10.800,00	
-Operarios y jefe de producción	\$ 900,00				
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>	\$ 0,56	1	\$ 0,56	\$ 6,74	
-Envase	0,30				
-Etiqueta	0,25				
-Energía Eléctrica	0,01				
<b>COSTO DE PRODUCCION POR HECTAREA</b>	<b>1.933,56</b>				
<b>TOTAL, DE COSTO MORA DE CASTILLA SIN ESPINAS</b>			<b>\$1.933,56</b>	<b>\$23.202,74</b>	

---

**Elaborado por:** Las autoras

Los costos de producción son necesarios para producir un bien o servicio, en este caso sería para la producción de mora de castilla sin espina, en donde necesitaremos mano de obra, materia prima y los costos indirectos de fabricación.

## Gastos administrativos

**Tabla 37**

*Gastos administrativos*

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Sueldos administrativos	\$ 4.188,80	\$ 50.265,60
Agua	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Energía Eléctrica	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Teléfono	\$ 15,00	\$ 180,00
Internet Banda CNT	\$ 23,00	\$ 276,00
Suministros de Oficina	\$ 30,00	\$ 360,00
Gastos Promoción	\$ 75,00	\$ 900,00
Implementos de limpieza	\$ 65,00	\$ 780,00
Arriendo oficinas	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
Arriendos terrenos	\$ 800,00	\$ 9.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.946,80</b>	<b>\$ 83.361,60</b>

**Elaborado por:** Autoras

Los gastos administrativos son rubros que incurre la empresa, que no participan directamente en el proceso productivo, sino estos intervienen al momento de funcionar para obtener el éxito de la entidad.

## Gastos de exportación

**Tabla 38**

*Gastos de exportación*

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>Transporte por carretera</b>	\$ 700,00	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00
<b>Certificado HACCP</b>	\$ 750,00	1	\$ 750,00	\$ 750,00
<b>Token</b>	\$ 30,24	1	\$ 30,24	\$ 30,24
<b>Certificado de origen</b>	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>Certificación de producción orgánica</b>	\$ 1.000,00	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
<b>Servicios básicos de CONTECON</b>	\$ 361,00	1	\$ 361,00	\$ 4.332,00
<b>Servicios básicos naviera</b>	\$ 563,00	1	\$ 563,00	\$ 6.756,00
<b>FOB</b>	<b>\$ 3.414,24</b>		<b>\$ 3.414,24</b>	<b>\$ 21.388,24</b>

Elaborado por: Autoras

Los gastos de exportación son necesarios para poder certificar y exportar la mora de castilla sin espinas, ya que al exportar el producto hay la oportunidad de expandirse a mercados internacionales.

## Inversión en capital de trabajo

**Tabla 39**

*Capital de trabajo*

<b>CUENTA</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Costos de Producción	1.933,56	11,99%
Gastos Administrativos	6.946,80	43,09%
Gastos de constitución	3.828,34	23,74%
Gastos de Exportación	3.414,24	21,18%
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>16.122,94</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Autoras

El capital de trabajo es el rubro necesario para que la empresa pueda realizar sus operaciones de forma eficiente en un corto tiempo, esto ayudara a que la empresa se sostenga hasta que comience a obtener ganancias o vea si es necesario aumentar el capital.

### **Inversión total**

**Tabla 40**

*Inversión total inicial*

<b>INVERSION</b>	<b>VALOR</b>
Inversión Fija	67.600,00
Inversión Variable	16.122,94
Capital de trabajo	16.122,94
<b>TOTAL DE INVERSION</b>	<b>83.722,94</b>

**Elaborado por:** Autoras

La inversión total son los costos fijos o variables que ayudaran a la empresa, para que esta pueda iniciar su actividad productiva y se encuentre en funcionamiento, en donde se obtiene un valor de \$ 83.722,94.

### **Financiamiento**

**Tabla 41**

*Estructura del préstamo*

<b>INVERSIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Recursos propios	20.930,74	25%
Recursos ajenos	62.792,21	75%
<b>TOTAL</b>	<b>83.722,94</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Autoras

El financiamiento es el monto que se necesita para poder llevar a cabo el negocio, es decir son los recursos necesarios para invertir y poner en marcha la empresa, estos pueden ser por recursos propios o ajenos.

### **Conclusión estudio técnico**

En el estudio técnico se debe de analizar ciertos aspectos técnicos, los cuales nos ayudaron a obtener la localización tomando ciertos criterios con los que se pudo definir como la mejor opción la zona Norte de Urcuquí, siendo esta en las instalaciones de la empresa Yachay E.P. Con respecto a la capacidad de tamaño del proyecto se lo realizo en base a las infraestructuras de la empresa, en cambio en la parte de producción se tomó en cuenta el volumen a ofertar que es de

15 toneladas por hectárea. En la parte de procesos se tomó en cuenta los estratégicos, operativos y de apoyo. Para la ejecución del proyecto se va a necesitar una inversión de \$83.722,94.

## **4.3 Estudio financiero**

### **Introducción**

Es fundamental el estudio financiero en un proyecto, ya que evalúa el aspecto económico para invertir en un negocio, para el cual se aplica indicadores financieros como el valor actual neto, tasa interna de retorno y otros indicadores que nos ayudaran analizar la viabilidad o rentabilidad que tendrá este negocio en el tiempo. Debemos tener en cuenta la inversión que se necesita para iniciar el negocio, costos proyectados que se requiera, ingresos que obtengan en un tiempo proyectado por 5 años, gastos administrativos, gastos de venta, gastos financieros, depreciación, amortizaciones, balances y punto de equilibrio; intervienen en el desempeño financiero.

### **Objetivos**

#### **Objetivo general**

Evaluar el estudio financiero del trabajo de investigación utilizando indicadores financieros para analizar la rentabilidad y viabilidad en el tiempo.

#### **Objetivos específicos**

- Conocer los ingresos, costos y gasto que intervienen para la producción y exportación de la mora de castilla sin espinas.
- Realizar estados financieros de la entidad.
- Analizar el proyecto si es factible o no a través de los indicadores.

### 4.3.1 Presupuesto de inversión

#### Inversión fija

Tabla 42

*Inversión Fija*

<b>ACTIVOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
		<b>UNITARIO</b>	
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Escritorios de 120 x 160	4	\$ 200,00	\$ 800,00
Sillas giratorias	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Sillas visitantes	4	\$ 25,00	\$ 100,00
		<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$ 1.100,00</b>
<b>EQUIPO DE</b>			
<b>COMPUTACION</b>			
Computadoras	4	\$ 860,00	\$ 3.440,00
Impresora	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Reguladores de voltaje	4	\$ 30,00	\$ 120,00
		<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$ 4.360,00</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
Teléfono	4	\$ 35,00	\$ 140,00
		<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$ 140,00</b>

<b>MAQUINARIA</b>			
Sistema de riego	1	4000	4000
Sembradora para cultivo	1	15000	15000
Tractor	1	30000	30000
Empacadora	1	5000	5000
Selladora al vacío	1	8000	8000
		<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$ 62.000,00</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 67.600,00</b>

**Elaborado por:** Autoras

La inversión fija para el proyecto es de \$ 67.600,00. siendo esta cantidad necesaria para poder producir, estos costos se tomaron en cuenta muebles y enseres, equipo de computación, equipo de oficina y maquinaria.

### **Costos de inversión por hectáreas de producción**

**Tabla 43**

*Costos de la mora de castilla sin espinas por hectárea de producción*

<b>DETALLE</b>	<b>C/U</b>	<b>COSTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
		<b>POR</b>	<b>HECTÁREAS</b>	<b>POR</b>	<b>POR</b>
		<b>HECTAREA</b>		<b>HECTÁREA</b>	<b>HECTÁREA</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>		\$ 1.033,00	1	\$1.033,00	\$12.396,00
<b>DIRECTA</b>					

---

-Semillas 1666 plantas	\$ 833,00			
por hectárea				
-Abono	\$ 100,00			
-Remedios	\$ 100,00			
Agroecológicos				
<b>MANO DE OBRA</b>	\$ 900,00	1	\$ 900,00	\$10.800,00
<b>DIRECTA</b>				
-Operarios y jefe de	\$ 900,00			
producción				
<b>COSTOS</b>	\$ 0,56	1	\$ 0,56	\$ 6,74
<b>INDIRECTOS DE</b>				
<b>FABRICACIÓN</b>				
-Envase	0,30			
-Etiqueta	0,25			
-Energía Eléctrica	0,01			
<b>COSTO DE</b>	<b>1.933,56</b>			
<b>PRODUCCION POR</b>				
<b>HECTAREA</b>				

---

---

<b>TOTAL</b>	<b>COSTO</b>	<b>\$1.933,56</b>	<b>\$23.202,74</b>
<b>MORA</b>	<b>DE</b>		
<b>CASTILLA</b>			

---

**Elaborado por:** Autora

## Rol de pagos

**Tabla 44**

*Rol de pagos del primer año*

<b>EMPLEADO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>APORTE</b>	<b>SUELDO</b>	<b>FONDO</b>	<b>APORTE</b>	<b>DÉCIMO</b>	<b>DÉCIMO</b>	<b>VACACIO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
		<b>IESS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>DE</b>	<b>PATRONAL</b>	<b>TERCERO</b>	<b>CUARTO</b>	<b>NES</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>INGRESOS</b>
				<b>RESERVA</b>					<b>(MENSUAL)</b>	<b>(ANUAL)</b>
<b>Gerente General</b>	\$ 800,00	\$ 75,60	\$ 724,40	\$ 0,00	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 1.030,53	\$ 12.366,40
<b>Secretaria</b>	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 0,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 531,93	\$ 6.383,20
<b>Contador</b>	\$ 600,00	\$ 56,70	\$ 543,30	\$ 0,00	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 33,33	\$ 25,00	\$ 781,23	\$ 9.374,80
<b>Asistente contable</b>	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 0,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 531,93	\$ 6.383,20
<b>Asistente comercio exterior</b>	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 452,75	\$ 0,00	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 33,33	\$ 20,83	\$ 656,58	\$ 7.879,00
<b>Asistente marketing y ventas</b>	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 452,75	\$ 0,00	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 33,33	\$ 20,83	\$ 656,58	\$ 7.879,00
<b>Total sueldos administrativos</b>	\$ 3.200,00	\$ 302,40	\$ 3.056,97	\$ 0,00	\$ 410,18	\$ 281,33	\$ 229,83	\$ 140,67	\$ 4.188,80	\$ 53.256,21
<b>Jefe de producción</b>	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 452,75	\$ 0,00	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 33,33	\$ 20,83	\$ 656,58	\$ 7.879,00

<b>Operarios</b>	\$ 800,00	\$ 75,60	\$ 724,40	\$ 0,00	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 1.030,53	\$ 12.366,40
<b>Total sueldos operarios</b>	\$ 1.300,00	\$ 75,60	\$ 724,40	\$ 0,00	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 1.687,12	\$ 12.366,40
<b>Remuneración mensual</b>	\$ 4.500,00	\$ 378,00	\$ 3.770,50	\$ 0,00	\$ 505,93	\$ 347,00	\$ 295,50	\$ 173,50	\$ 5.875,92	\$ 65.831,11
<b>Remuneración anual</b>	\$ 54.000,00	\$ 4.536,00	\$ 45.246,02	\$ 0,00	\$ 6.071,11	\$ 4.164,00	\$ 3.546,00	\$ 2.082,00	\$ 65.831,11	

---

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 45***Rol de pagos del segundo año*

<b>EMPLEADO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>APORTE</b>	<b>SUELDO</b>	<b>FONDO</b>	<b>APORTE</b>	<b>DÉCIMO</b>	<b>DÉCIMO</b>	<b>VACACI</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
		<b>IESS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>DE</b>	<b>PATRON</b>	<b>TERCER</b>	<b>CUARTO</b>	<b>ONES</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>INGRESOS</b>
				<b>RESERVA</b>	<b>AL</b>	<b>O</b>			<b>(MENSUAL)</b>	<b>(ANUAL)</b>
Gerente General	\$ 838,88	\$ 79,27	\$ 759,61	\$ 69,88	\$ 101,92	\$ 69,91	\$ 33,33	\$ 34,95	\$ 1.148,88	\$ 13.786,51
Secretaria	\$ 419,44	\$ 39,64	\$ 379,80	\$ 34,94	\$ 50,96	\$ 34,95	\$ 33,33	\$ 17,48	\$ 591,10	\$ 7.093,26
Contador	\$ 629,16	\$ 59,46	\$ 569,70	\$ 52,41	\$ 76,44	\$ 52,43	\$ 33,33	\$ 26,22	\$ 869,99	\$ 10.439,88
Asistente contable	\$ 419,44	\$ 39,64	\$ 379,80	\$ 34,94	\$ 50,96	\$ 34,95	\$ 33,33	\$ 17,48	\$ 591,10	\$ 7.093,26
Asistente comercio exterior	\$ 524,30	\$ 49,55	\$ 474,75	\$ 43,67	\$ 63,70	\$ 43,69	\$ 33,33	\$ 21,85	\$ 730,55	\$ 8.766,57
Asistente marketing y ventas	\$ 524,30	\$ 49,55	\$ 474,75	\$ 43,67	\$ 63,70	\$ 43,69	\$ 33,33	\$ 21,85	\$ 730,55	\$ 8.766,57
Total sueldos administrativos	\$ 3.355,52	\$ 317,10	\$ 3.038,42	\$ 279,51	\$ 407,70	\$ 279,63	\$ 200,00	\$ 139,81	\$ 4.662,17	\$ 55.946,05
Jefe de producción	\$ 524,30	\$ 49,55	\$ 474,75	\$ 43,67	\$ 63,70	\$ 43,69	\$ 33,33	\$ 21,85	\$ 730,55	\$ 8.766,57
Operario	\$ 838,88	\$ 79,27	\$ 759,61	\$ 69,88	\$ 101,92	\$ 69,91	\$ 33,33	\$ 34,95	\$ 1.148,88	\$ 13.786,51

<b>Total sueldos operarios</b>	\$ 1.363,18	\$ 128,82	\$ 1.234,36	\$ 113,55	\$ 165,63	\$ 113,60	\$ 66,67	\$ 56,80	\$ 1.879,42	\$ 22.553,08
<b>Remuneración mensual</b>	\$ 4.718,70	\$ 445,92	\$ 4.272,78	\$ 393,07	\$ 573,32	\$ 393,23	\$ 266,67	\$ 196,61	\$ 6.541,59	\$ 78.499,13
<b>Remuneración anual</b>	\$ 56.624,40	\$ 5.351,01	\$ 51.273,39	\$ 4.716,81	\$ 6.879,86	\$ 4.718,70	\$ 3.200,00	\$ 2.359,35	\$ 78.499,13	

Elaborado por: Autoras

## Tabla 46

*Rol de pagos del tercer año*

EMPLEADO	SUELDO	APORTE IESS	SUELDO MENSUAL	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACI ONES	TOTAL INGRESOS (MENSUAL)	TOTAL INGRESOS (ANUAL)
Gerente General	\$ 879,65	\$ 83,13	\$ 796,52	\$ 73,27	\$ 106,88	\$ 73,30	\$ 33,33	\$ 36,65	\$ 1.203,09	\$ 14.437,10
Secretaria	\$ 439,82	\$ 41,56	\$ 398,26	\$ 36,64	\$ 53,44	\$ 36,65	\$ 33,33	\$ 18,33	\$ 618,21	\$ 7.418,55
Contador	\$ 659,74	\$ 62,35	\$ 597,39	\$ 54,96	\$ 80,16	\$ 54,98	\$ 33,33	\$ 27,49	\$ 910,65	\$ 10.927,82
Asistente contable	\$ 439,82	\$ 41,56	\$ 398,26	\$ 36,64	\$ 53,44	\$ 36,65	\$ 33,33	\$ 18,33	\$ 618,21	\$ 7.418,55
Asistente comercio exterior	\$ 549,78	\$ 51,95	\$ 497,83	\$ 45,80	\$ 66,80	\$ 45,82	\$ 33,33	\$ 22,91	\$ 764,43	\$ 9.173,18
Asistente marketing y ventas	\$ 549,78	\$ 51,95	\$ 497,83	\$ 45,80	\$ 66,80	\$ 45,82	\$ 33,33	\$ 22,91	\$ 764,43	\$ 9.173,18
Total sueldos administrativos	\$ 3.518,60	\$ 332,51	\$ 3.186,09	\$ 293,10	\$ 427,51	\$ 293,22	\$ 200,00	\$ 146,61	\$ 4.879,03	\$ 58.548,38

Jefe de producción	\$ 549,78	\$ 51,95	\$ 497,83	\$ 45,80	\$ 66,80	\$ 45,82	\$ 33,33	\$ 22,91	\$ 764,43	\$ 9.173,18
Operario	\$ 879,65	\$ 83,13	\$ 796,52	\$ 73,27	\$ 106,88	\$ 73,30	\$ 33,33	\$ 36,65	\$ 1.203,09	\$ 14.437,10
<b>Total sueldos operarios</b>	<b>\$ 1.429,43</b>	<b>\$ 135,08</b>	<b>\$ 1.294,35</b>	<b>\$ 119,07</b>	<b>\$ 173,68</b>	<b>\$ 119,12</b>	<b>\$ 66,67</b>	<b>\$ 59,56</b>	<b>\$ 1.967,52</b>	<b>\$ 23.610,28</b>
<b>Remuneración mensual</b>	<b>\$ 4.948,03</b>	<b>\$ 467,59</b>	<b>\$ 4.480,44</b>	<b>\$ 412,17</b>	<b>\$ 601,19</b>	<b>\$ 412,34</b>	<b>\$ 266,67</b>	<b>\$ 206,17</b>	<b>\$ 6.846,56</b>	<b>\$ 82.158,66</b>
<b>Remuneración anual</b>	<b>\$ 59.376,35</b>	<b>\$ 5.611,06</b>	<b>\$ 53.765,28</b>	<b>\$ 4.946,05</b>	<b>\$ 7.214,23</b>	<b>\$ 4.948,03</b>	<b>\$ 3.200,00</b>	<b>\$ 2.474,01</b>	<b>\$ 82.158,66</b>	

Elaborado por: Autoras

**Tabla 47**

*Rol de pagos del cuarto año*

EMPLEADO	SUELDO	APORTE IESS	SUELDO MENSUAL	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACI ONES	TOTAL INGRESOS (MENSUAL)	TOTAL INGRESOS (ANUAL)
Gerente General	\$ 922,40	\$ 87,17	\$ 835,23	\$ 76,84	\$ 112,07	\$ 76,87	\$ 33,33	\$ 38,43	\$ 1.259,94	\$ 15.119,30
Secretaria	\$ 461,20	\$ 43,58	\$ 417,62	\$ 38,42	\$ 56,04	\$ 38,43	\$ 33,33	\$ 19,22	\$ 646,64	\$ 7.759,65
Contador	\$ 691,80	\$ 65,38	\$ 626,43	\$ 57,63	\$ 84,05	\$ 57,65	\$ 33,33	\$ 28,83	\$ 953,29	\$ 11.439,47

Asistente contable	\$ 461,20	\$ 43,58	\$ 417,62	\$ 38,42	\$ 56,04	\$ 38,43	\$ 33,33	\$ 19,22	\$ 646,64	\$ 7.759,65
Asistente comercio exterior	\$ 576,50	\$ 54,48	\$ 522,02	\$ 48,02	\$ 70,04	\$ 48,04	\$ 33,33	\$ 24,02	\$ 799,96	\$ 9.599,56
Asistente marketing y ventas	\$ 576,50	\$ 54,48	\$ 522,02	\$ 48,02	\$ 70,04	\$ 48,04	\$ 33,33	\$ 24,02	\$ 799,96	\$ 9.599,56
Total sueldos administrativos	\$ 3.689,60	\$ 348,67	\$ 3.340,93	\$ 307,34	\$ 448,29	\$ 307,47	\$ 200,00	\$ 153,73	\$ 5.106,43	\$ 61.277,20
Jefe de producción	\$ 576,50	\$ 54,48	\$ 522,02	\$ 48,02	\$ 70,04	\$ 48,04	\$ 33,33	\$ 24,02	\$ 799,96	\$ 9.599,56
Operario	\$ 922,40	\$ 87,17	\$ 835,23	\$ 76,84	\$ 112,07	\$ 76,87	\$ 33,33	\$ 38,43	\$ 1.259,94	\$ 15.119,30
<b>Total sueldos operarios</b>	\$ 1.498,90	\$ 141,65	\$ 1.357,25	\$ 124,86	\$ 182,12	\$ 124,91	\$ 66,67	\$ 62,45	\$ 2.059,91	\$ 24.718,86
<b>Remuneración mensual</b>	\$ 5.188,50	\$ 490,31	\$ 4.698,19	\$ 432,20	\$ 630,40	\$ 432,38	\$ 266,67	\$ 216,19	\$ 7.166,34	\$ 85.996,06
<b>Remuneración anual</b>	\$ 62.262,04	\$ 5.883,76	\$ 56.378,27	\$ 5.186,43	\$ 7.564,84	\$ 5.188,50	\$ 3.200,00	\$ 2.594,25	\$ 85.996,06	

---

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 49***Rol de pagos del quinto año*

EMPLEADO	SUELDO	APORTE	SUELDO	FONDO DE	APORTE	DÉCIMO	DÉCIMO	VACACI	TOTAL	TOTAL
		IESS	MENSUAL	RESERVA	PATRONAL	TERCERO	CUARTO	ONES	INGRESOS	INGRESO
									(MENSUAL)	(ANUAL)
Gerente General	\$ 967,23	\$ 91,40	\$ 875,83	\$ 80,57	\$ 117,52	\$ 80,60	\$ 33,33	\$ 40,30	\$ 1.319,55	\$ 15.834,66
Secretaria	\$ 483,61	\$ 45,70	\$ 437,91	\$ 40,29	\$ 58,76	\$ 40,30	\$ 33,33	\$ 20,15	\$ 676,44	\$ 8.117,33
Contador	\$ 725,42	\$ 68,55	\$ 656,87	\$ 60,43	\$ 88,14	\$ 60,45	\$ 33,33	\$ 30,23	\$ 998,00	\$ 11.975,99
Asistente contable	\$ 483,61	\$ 45,70	\$ 437,91	\$ 40,29	\$ 58,76	\$ 40,30	\$ 33,33	\$ 20,15	\$ 676,44	\$ 8.117,33
Asistente comercio exterior	\$ 483,61	\$ 45,70	\$ 437,91	\$ 40,29	\$ 58,76	\$ 40,30	\$ 33,33	\$ 20,15	\$ 676,44	\$ 8.117,33
Asistente marketing y ventas	\$ 604,52	\$ 57,13	\$ 547,39	\$ 50,36	\$ 73,45	\$ 50,38	\$ 33,33	\$ 25,19	\$ 837,22	\$ 10.046,66
Total sueldos administrativos	\$ 3.748,01	\$ 354,19	\$ 3.393,83	\$ 312,21	\$ 455,38	\$ 312,33	\$ 200,00	\$ 156,17	\$ 5.184,11	\$ 62.209,29
Jefe de producción	\$ 604,52	\$ 57,13	\$ 547,39	\$ 50,36	\$ 73,45	\$ 50,38	\$ 33,33	\$ 25,19	\$ 837,22	\$ 10.046,66
Operario	\$ 967,23	\$ 91,40	\$ 875,83	\$ 80,57	\$ 117,52	\$ 80,60	\$ 33,33	\$ 40,30	\$ 1.319,55	\$ 15.834,66

<b>Total sueldos operarios</b>	\$ 1.571,75	\$ 148,53	\$ 1.423,22	\$ 130,93	\$ 190,97	\$ 130,98	\$ 66,67	\$ 65,49	\$ 2.156,78	\$ 25.881,32
<b>Remuneración mensual</b>	\$ 5.319,76	\$ 502,72	\$ 4.817,04	\$ 443,14	\$ 646,35	\$ 443,31	\$ 266,67	\$ 221,66	\$ 7.340,88	\$ 88.090,61
<b>Remuneración anual</b>	\$ 63.837,13	\$ 6.032,61	\$ 57.804,52	\$ 5.317,63	\$ 7.756,21	\$ 5.319,76	\$ 3.200,00	\$ 2.659,88	\$ 88.090,61	
<b>Elaborado por:</b> Autoras										

Se realizó la proyección de 5 años de los rubros que se va a necesitar, para el pago a sus empleados, ya que toda empresa debe de llevar un control de los pagos que realiza cada mes con sus trabajadores.

**Gastos administrativos.** Los gastos administrativos son aquellos que se originan en el ejercicio de la dirección, organización y administración, evitando ser catalogados en la actividad ordinaria de la empresa.

**Tabla 49**

*Gastos administrativos*

<b>GASTOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Sueldos administrativos	\$ 4.188,80	\$ 50.265,60
Agua	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Energía Eléctrica	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Teléfono	\$ 15,00	\$ 180,00
Internet Banda CNT	\$ 23,00	\$ 276,00
Suministros de Oficina	\$ 30,00	\$ 360,00
Gastos Promoción	\$ 75,00	\$ 900,00
Implementos de limpieza	\$ 65,00	\$ 780,00
Arriendo oficinas	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
Arriendos terrenos	\$ 800,00	\$ 9.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.946,80</b>	<b>\$ 83.361,60</b>

**Elaborado por:** Autoras

**Proyección de gastos administrativos**

**Tabla 50**

*Proyección de gastos administrativos*

<b>GASTOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
-Sueldos	5026	5050	5073	5097	5121
administrativos	5,60	1,85	9,21	7,68	7,28
-Agua	1800,00	1808,46	1816,96	1825,50	1834,08
-Energía Eléctrica	1200,00	1205,64	1211,31	1217,00	1222,72
-Teléfono	180,00	180,85	181,70	182,55	183,41
-Internet Banda	276,00	277,30	278,60	279,91	281,23
CNT					
-Suministros de	360,00	361,69	363,39	365,10	366,82
Oficina					
-Gastos	900,00	904,23	908,48	912,75	917,04
Promoción					
-Implementos de	780,00	783,67	787,35	791,05	794,77
limpieza					
<b>TOTAL</b>	<b>8336</b>	<b>5602</b>	<b>5628</b>	<b>5655</b>	<b>5681</b>
	1,60	3,68	6,99	1,54	7,33

**Elaborado por:** Autoras

## Resumen de capital de trabajo

**Tabla 51**

*Resumen capital de trabajo*

<b>CUENTA</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Costos de Producción	1.933,56	11,99%
Gastos Administrativos	6.946,80	43,09%
Gastos de constitución	3.828,34	23,74%
Gastos de Exportación	3.414,24	21,18%
<b>TOTAL CAPITAL DE</b>	<b>16.122,94</b>	<b>100%</b>

### TRABAJO

**Elaborado por:** Autoras

El capital de trabajo es de \$16.122,94, monto que se necesita invertir para que la empresa pueda comenzar a realizar sus operaciones a un corto plazo.

### Inversión inicial

**Tabla 52**

*Inversión*

<b>INVERSION</b>	<b>VALOR</b>
Inversión Fija	\$ 67.600,00
Inversión Variable	\$ 16.122,94
Capital de trabajo	16.122,94
<b>TOTAL DE INVERSION</b>	<b>\$ 83.722,94</b>

**Elaborado por:** Autoras

## Determinación de gastos unitarios

**Tabla 53**

*Determinación de gasto unitario*

<b>GASTOS</b>	<b>Mensual</b>
Gastos administrativos	\$ 6.946,80
Gastos de exportación	\$ 3.414,24
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>\$ 10.361,04</b>
Hectáreas producidas	2
<b>GASTO POR ENVIO</b>	<b>\$ 5.180,52</b>

**Elaborado por:** Autoras

## Determinación del precio unitario

**Tabla 54**

*Determinación del precio unitario*

	<b>COSTO DE PRODUCCIÓN MENSUAL</b>	<b>CANTIDAD HECTAREA PRODUCTIVA MENSUAL</b>	<b>COSTO UNITARIO POR HECTAREA</b>	<b>GASTO POR ENVIO</b>	<b>COSTO POR HECTARE A</b>	<b>UTILI DAD 17%</b>	<b>PRECIO DE 2 EXPORT CIÓN</b>
MORA DE CASTILLA SIN ESPINAS	\$ 3.867,12	2	\$ 1.933,562	\$ 5180,52	\$ 14.228,16	30875	\$ 45103

**Elaborado por:** Autoras

Para establecer el precio unitario se toma en cuenta todos los costos incurridos en la producción y el porcentaje de utilidad se determinó en base a la entrevista realizada al comprador internacional donde se conoció el precio de venta estimado.

### **Estructura del préstamo**

**Tabla 55**

*Estructura del préstamo*

<b>INVERSIÓN</b>		<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Recursos propios	\$	20.930,74	25%
Recursos ajenos	\$	62.792,21	75%
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>83.722,94</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 56**

*Datos de financiamiento*

<b>DATOS DEL FINANCIAMIENTO</b>	
<b>BANCO</b>	CFN -IBARRA
<b>MONTO</b>	62792,21
<b>INTERES</b>	10,11%
<b>PLAZO</b>	36
<b>PERIÓDO</b>	trimestral
<b>GARANTÍA</b>	
<b>Crédito</b>	<b>05-03629854</b>

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 57***Proyección de la amortización*

<b>Periodos de pago</b>	<b>Cuota</b>	<b>Pago de intereses</b>	<b>Amortización del principal</b>	<b>Amortización acumulada del principal</b>	<b>Capital pendiente</b>
<b>0</b>					\$62.792,21
<b>1</b>	\$ 2.029,37	\$ 529,02	\$ 1.500,35	\$ 1.500,35	\$ 61.291,86
<b>2</b>	\$ 2.029,37	\$ 516,38	\$ 1.512,99	\$ 3.013,34	\$ 59.778,87
<b>3</b>	\$ 2.029,37	\$ 503,64	\$ 1.525,74	\$ 4.539,07	\$ 58.253,13
<b>I</b>	\$ 6.088,12	\$ 1.549,05	\$ 4.539,07	\$ 9.052,76	\$ 179.323,86
<b>TRIMESTRE</b>					
<b>4</b>	\$ 2.029,37	\$ 490,78	\$ 1.538,59	\$ 6.077,66	\$ 56.714,55
<b>5</b>	\$ 2.029,37	\$ 477,82	\$ 1.551,55	\$ 7.629,21	\$ 55.162,99
<b>6</b>	\$ 2.029,37	\$ 464,75	\$ 1.564,62	\$ 9.193,84	\$ 53.598,37
<b>II</b>	\$ 6.088,12	\$ 1.433,35	\$ 4.654,77	\$ 22.900,71	\$ 165.475,91
<b>TRIMESTRE</b>					
<b>7</b>	\$ 2.029,37	\$ 451,57	\$ 1.577,81	\$ 10.771,64	\$ 52.020,56
<b>8</b>	\$ 2.029,37	\$ 438,27	\$ 1.591,10	\$ 12.362,74	\$ 50.429,46
<b>9</b>	\$ 2.029,37	\$ 424,87	\$ 1.604,50	\$ 13.967,25	\$ 48.824,96
<b>III</b>	\$ 6.088,12	\$ 1.314,71	\$ 4.773,41	\$ 37.101,63	\$ 151.274,99
<b>TRIMESTRE</b>					
<b>10</b>	\$ 2.029,37	\$ 411,35	\$ 1.618,02	\$ 15.585,27	\$ 47.206,94
<b>11</b>	\$ 2.029,37	\$ 397,72	\$ 1.631,65	\$ 17.216,92	\$ 45.575,28
<b>12</b>	\$ 2.029,37	\$ 383,97	\$ 1.645,40	\$ 18.862,32	\$ 43.929,88
<b>IV</b>	\$ 6.088,12	\$ 1.193,04	\$ 4.895,08	\$ 51.664,51	\$ 136.712,10
<b>TRIMESTRE</b>					
<b>13</b>	\$ 2.029,37	\$ 370,11	\$ 1.659,26	\$ 20.521,59	\$ 42.270,62

<b>14</b>	\$ 2.029,37	\$ 356,13	\$ 1.673,24	\$ 22.194,83	\$ 40.597,38
<b>15</b>	\$ 2.029,37	\$ 356,13	\$ 1.673,24	\$ 23.868,07	\$ 38.924,14
<b>V</b>	\$ 6.088,12	\$ 1.082,37	\$ 5.005,75	\$ 66.584,49	\$ 121.792,13
<b>TRIMESTRE</b>					
<b>16</b>	\$ 2.029,37	\$ 327,94	\$ 1.701,44	\$ 25.569,51	\$ 37.222,70
<b>17</b>	\$ 2.029,37	\$ 313,60	\$ 1.715,77	\$ 27.285,28	\$ 35.506,93
<b>18</b>	\$ 2.029,37	\$ 299,15	\$ 1.730,23	\$ 29.015,50	\$ 33.776,70
<b>VI</b>	\$ 6.088,12	\$ 940,68	\$ 5.147,43	\$ 81.870,29	\$ 106.506,33
<b>TRIMESTRE</b>					
<b>19</b>	\$ 2.029,37	\$ 284,57	\$ 1.744,80	\$ 30.760,31	\$ 32.031,90
<b>20</b>	\$ 2.029,37	\$ 269,87	\$ 1.759,50	\$ 32.519,81	\$ 30.272,39
<b>21</b>	\$ 2.029,37	\$ 255,04	\$ 1.774,33	\$ 34.294,14	\$ 28.498,07
<b>VII</b>	\$ 6.088,12	\$ 809,48	\$ 5.278,63	\$ 97.574,26	\$ 90.802,36
<b>TRIMESTRE</b>					
<b>22</b>	\$ 2.029,37	\$ 240,10	\$ 1.789,28	\$ 36.083,42	\$ 26.708,79
<b>23</b>	\$ 2.029,37	\$ 225,02	\$ 1.804,35	\$ 37.887,77	\$ 24.904,44
<b>24</b>	\$ 2.029,37	\$ 209,82	\$ 1.819,55	\$ 39.707,32	\$ 23.084,89
<b>VIII</b>	\$ 6.088,12	\$ 674,94	\$ 5.413,18	\$ 113.678,50	\$ 74.698,12
<b>TRIMESTRE</b>					
<b>25</b>	\$ 2.029,37	\$ 194,49	\$ 1.834,88	\$ 41.542,20	\$ 21.250,01
<b>26</b>	\$ 2.029,37	\$ 179,03	\$ 1.850,34	\$ 43.392,54	\$ 19.399,66
<b>27</b>	\$ 2.029,37	\$ 163,44	\$ 1.865,93	\$ 45.258,47	\$ 17.533,73
<b>IX</b>	\$ 6.088,12	\$ 536,96	\$ 5.551,15	\$ 130.193,21	\$ 58.183,41
<b>TRIMESTRE</b>					
<b>28</b>	\$ 2.029,37	\$ 147,72	\$ 1.881,65	\$ 47.140,12	\$ 15.652,08
<b>29</b>	\$ 2.029,37	\$ 131,87	\$ 1.897,50	\$ 49.037,63	\$ 13.754,58
<b>30</b>	\$ 2.029,37	\$ 115,88	\$ 1.913,49	\$ 50.951,12	\$ 11.841,09

<b>X</b>	\$ 6.088,12	\$ 395,47	\$ 5.692,64	\$ 147.128,86	\$ 41.247,76
<b>TRIMESTRE</b>					
<b>31</b>	\$ 2.029,37	\$ 99,76	\$ 1.929,61	\$ 52.880,73	\$ 9.911,48
<b>32</b>	\$ 2.029,37	\$ 83,50	\$ 1.945,87	\$ 54.826,59	\$ 7.965,61
<b>33</b>	\$ 2.029,37	\$ 67,11	\$ 1.962,26	\$ 56.788,86	\$ 6.003,35
<b>XI</b>	\$ 6.088,12	\$ 250,38	\$ 5.837,74	\$ 164.496,18	\$ 23.880,44
<b>TRIMESTRE</b>					
<b>34</b>	\$ 2.029,37	\$ 50,58	\$ 1.978,79	\$ 58.767,65	\$ 4.024,56
<b>35</b>	\$ 2.029,37	\$ 33,91	\$ 1.995,47	\$ 60.763,12	\$ 2.029,09
<b>36</b>	\$ 2.029,37	\$ 17,10	\$ 2.012,28	\$ 62.775,39	\$ 16,81
<b>XII</b>	\$ 6.088,12	\$ 101,58	\$ 5.986,54	\$ 182.306,16	\$ 6.070,46
<b>TRIMESTRE</b>					

Elaborado por: Autoras

### Costo de capital

**Tabla 58**

*Costo de capital*

<b>ESTRUCTURA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PONDERACION</b>
Recursos propios	0,25	0,47%	0,001175
Recursos financiados	0,75	10,11%	0,075825
<b>TOTAL</b>			<b>7,70%</b>

**EL COSTO DE CAPITAL DE LA EMPRESA ES DEL**

**7,70%**

Elaborado por: Autoras

**Tasa de rendimiento medio**

**Tabla 59**

*Tasa de rendimiento medio*

<b>Inflación proyectada anual</b>	<b>Costo Capital</b>	<b>TRM</b>
0,47%	7,70%	8,17
		%

**Elaborado por:** Autoras

**Depreciaciones**

**Tabla 60**

*Determinación de la depreciación*

<b>CUENTA</b>	<b>VALOR</b>	<b>%DEPRECIACIÓN</b>	<b>VALOR DE DEPRECIACIÓN</b>
Instalación	\$	0%	0
	-		
Muebles y Enseres	\$ 1.100,00	10%	110
Equipos de Computación	\$ 4.360,00	33,33%	1453,188
Equipos de Oficina	\$ 140,00	10%	14
Maquinaria	\$ 62.000,00	10%	6200
<b>TOTAL</b>	\$ 67.600,00		<b>7777,19</b>

**Elaborado por:** Autoras

## Proyección de depreciaciones

**Tabla 61**

*Proyección de depreciaciones*

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y Enseres	110	110	110	110	110
Equipos de Computación	1453,188	1453,188	1453,188	0	0
Equipos de Oficina	14	14	14	14	14
Maquinaria	6200	6200	6200	6200	6200
<b>TOTAL</b>	<b>7777,188</b>	<b>7777,188</b>	<b>7777,188</b>	<b>6324</b>	<b>6324</b>

Elaborado por: Autoras

## Presupuesto de ingresos

**Tabla 62**

*Presupuesto de ingresos*

MORA DE CASTILLA SIN ESPINAS		
TONELADAS ANUALES	PRECIO/UNIDADES	TOTAL \$
360	\$ 1.503	\$ 541.239,36
371	\$ 1.510,51	\$ 560.096,68
382	\$ 1.517,61	\$ 579.611,01
393	\$ 1.524,74	\$ 599.805,23
405	\$ 1.531,91	\$ 620.703,05
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.901.455,33</b>

Elaborado por: Autoras

Los ingresos presupuestados se calculan en base a la cantidad de toneladas mensuales enviadas, multiplicadas por doce meses obteniendo un resultado anual; misma que va incrementando de acuerdo con el porcentaje del 3% establecido en la aplicación Trade Map, cabe resaltar que el porcentaje varía de acuerdo con la actualización de la página.

### **Presupuesto de costos**

**Tabla 63**

*Presupuesto de costos*

<b>MORA DE CASTILLA SIN ESPINAS</b>			
<b>TONELADAS</b>	<b>PRECIO/</b>		<b>TOTAL \$</b>
<b>ANUALES</b>	<b>UNIDADES</b>		
360	\$	257,81	\$ 92.811
371	\$	259,02	\$ 96.045
382	\$	260,24	\$ 99.391
393	\$	261,46	\$ 102.854
405	\$	262,69	\$ 106.437
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 497.537,54</b>

**Elaborado por:** Autoras

Nota: El presupuesto de costos anuales se proyectó con el porcentaje 3% obtenido de la aplicación Trade Map.

## Presupuesto de gastos

**Tabla 64**

*Presupuesto de gastos*

CUENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>Gastos de</b>	\$ 83.361,60	\$ 56.023,68	\$ 56.286,99	\$ 56.551,54	\$ 56.817,33	\$ 103.903,10
<b>Administración</b>						
<b>Gastos de</b>	\$ 21.388,24	\$ 20.483,92	\$ 20.580,20	\$ 20.676,78	\$ 20.773,96	\$ 35.979,56
<b>Exportación</b>						
<b>Depreciación</b>	\$ 7777,19	\$ 7777,19	\$ 7777,19	\$ 6.324,00	\$ 6.324,00	\$ 35.979,56
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 112.527,03</b>	<b>\$ 84.284,79</b>	<b>\$ 84.644,38</b>	<b>\$ 83.552,32</b>	<b>\$ 83.915,29</b>	<b>\$ 175.862,23</b>

Elaborado por: Autoras

**Balance inicial**

**Tabla 65**

*Balance inicial*

---

<b>EMPRESA URCUMORA CIA LTDA</b>		
<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>		
<b>DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE</b>		
<b>EXPRESADO EN DÓLARES AMERICANOS</b>		
<b>ACTIVO</b>		<b>\$ 633.409,45</b>
<b>ACTIVOS DISPONIBLES</b>		
<b>EFFECTIVOS Y EQUIVALENTES DEL EFFECTIVO</b>		\$ 16.122,94
<b>Efectivo</b>	\$ 16.122,94	
<b>ACTIVO REALIZABLES</b>		\$553.635,36
<b>Inventario de materia prima</b>	\$ 12.396,00	
<b>Inventario de productos terminados</b>	\$541.239,36	

---

<b>ACTIVOS TANGIBLE</b>		<b>\$ 63.651,15</b>
<b>PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO</b>		\$ 63.651,15
Muebles y enseres	\$ 1.100,00	
Equipo de oficina	\$ 140,00	
Maquinaria	\$ 62.000,00	
Equipo de cómputo	\$ 4.360,00	
<b>DEPRECIACIÓN</b>		
Depreciación acumulada	\$ -7.777,19	
<b>ACTIVOS INTANTAGIBLES</b>		
Inversión Diferido	\$ 3.828,34	
<b>TOTAL, ACTIVO</b>		<b>\$ 697.060,60</b>
<b>PASIVOS</b>		<b>\$ 241.394,05</b>
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
<b>PROVICIONES DE LAS OBLIGACIONES LABORALES</b>		143531,15
Sueldos	\$ 54.000,00	

Décimo tercero	\$ 4.164,00	
Décimo cuarto	\$ 3.546,00	
Aporte patronal	\$ 6.071,11	
Vacaciones	\$ 2.082,00	
<b>PROVICIONES OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES</b>		
<b>ESTATALES</b>		
15% participación trabajadores	\$ 30.483,33	
Impuesto a la renta	\$ 43.184,71	
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>		
<b>OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS</b>		\$ 97.862,89
Préstamo del banco	\$ 62.775,39	
Interés	\$ 10.282,01	
<b>OBLIGACION CON LOS PROVEEDORES</b>		
Proveedores	\$ 24.805,49	
<b>TOTAL, PASIVOS</b>		<b>\$ 241.394,05</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>		<b>\$ 250.473,42</b>

---

<b>CAPITAL</b>		\$250.473,42
<b>CAPITAL SUSCRITO O ASIGNADO</b>		
Capital social	\$ 88.530,74	
Reservas legales	\$ 12.955,41	
Reservas estatutarias		\$ 12.955,41
Reservas voluntarias	\$ 6.477,71	
Utilidad neta	\$129.554,14	
<b>TOTAL, PATRIMONIO</b>		<b>\$ 250.473,42</b>
<b>TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>\$ 491.867,46</b>

---

**Elaborado por:** Autora

El presente estado muestra todos los movimientos y variaciones existentes del efectivo y sus equivalentes que se dan en el periodo de cinco años.

## Estados de resultados

**Tabla 66**

Estado de resultados

<b>EMPRESA URCUMORA CIA LTDA</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL PROYECTADO</b>					
<b>Expresado en dólares americanos</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ingresos por ventas	\$ 541.239,36	\$ 560.096,68	\$579.611,01	\$599.805,23	\$620.703,05
<b>TOTAL, INGRESOS</b>	<b>\$ 541.239,36</b>	<b>\$ 560.096,68</b>	<b>\$579.611,01</b>	<b>\$599.805,23</b>	<b>\$620.703,05</b>
(-) Costo de Ventas	\$ 220.000,00	\$ 242.000,00	\$266.200,00	\$292.820,00	\$322.102,00
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 321.239,36</b>	<b>\$ 318.096,68</b>	<b>\$313.411,01</b>	<b>\$306.985,23</b>	<b>\$298.601,05</b>
<b>(-) Gastos Operacionales</b>					
<b>Gastos Administrativos</b>	\$ 83.361,60	\$ 56.023,68	\$ 56.286,99	\$ 56.551,54	\$ 56.817,33
<b>Gasto de Exportación</b>	\$ 21.388,24	\$ 20.483,92	\$ 20.580,20	\$ 20.676,78	\$ 20.773,96
<b>Depreciación</b>	\$ 7.777,19	\$ 7.777,19	\$ 7.777,19	\$ 6.324,00	\$ 6.324,00
<b>TOTAL, GASTOS</b>	<b>\$ 112.527,03</b>	<b>\$ 84.284,79</b>	<b>\$ 84.644,38</b>	<b>\$ 83.552,32</b>	<b>\$ 83.915,29</b>

<b>(=) Utilidad después de Operaciones</b>	\$ 208.712,33	\$ 233.811,89	\$228.766,63	\$223.432,91	\$214.685,75
<b>(-) Gastos Financieros</b>					
<b>Intereses</b>	\$ 5.490,14	\$ 3.507,47	\$ 1.284,39		
<b>(=) Utilidad antes de participación de trabajadores</b>	\$ 203.222,19	\$ 230.304,42	\$227.482,24	\$223.432,91	\$214.685,75
<b>(-) 15% Participación de trabajadores</b>	\$ 30.483,33	\$ 34.545,66	\$ 34.122,34	\$ 33.514,94	\$ 32.202,86
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	\$ 172.738,86	\$ 195.758,75	\$193.359,90	\$189.917,98	\$182.482,89
<b>(-) 25% Impuesto a la Renta</b>	\$ 43.184,71	\$ 48.939,69	\$ 48.339,98	\$ 47.479,49	\$ 45.620,72
<b>(=) Utilidad Neta</b>	\$ 129.554,14	\$ 146.819,07	\$145.019,93	\$142.438,48	\$136.862,17

---

**Elaborado por:** Autoras

De acuerdo con el estado de resultado podemos obtener información relevante en relación las pérdidas o ganancias que tenga la empresa, viendo así los logros que llegue a tener la misma. Como se puede observar del primer año al quinto existe una utilidad neta que va a ir creciendo,

## Flujo de caja

Tabla 67

Flujo de caja

<b>EMPRESA URCUMORA CIA LTDA</b>					
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>					
<b>Expresado en dólares americanos</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO 5</b>
				<b>4</b>	
<b>Utilidad neta</b>	129554,14	146819,07	145019,93	142438,48	136862,17
<b>Depreciación</b>	7777,19	7777,19	7777,19	6324,00	6324,00
<b>AMORTIZACION</b>	18862,32	20845,00	23068,08		
<b>CAPITAL</b>					
<b>VALOR RESIDUAL</b>					31620,44
<b>Flujo de caja</b>	\$118.469,01	\$133.751,26	\$129.729,04	\$148.762,48	\$174.806,60

Referencia: (NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD [NIC], 1997)

Elaborado por: Autoras

## Indicadores financieros

**Tabla 68**

*Valor actual neto*

<b>FINANCIADO</b>			
<b>AÑO</b>	<b>FLUJO NETO DE</b>	<b>1/(1+i)<sup>n</sup></b>	<b>FNE/(1+i)<sup>n</sup></b>
	<b>EFFECTIVO</b>		
0	\$ -83.722,94		\$ (83.722,94)
1	\$ 118.469,01	0,924	\$ 109.521,13
2	\$ 133.751,26	0,855	\$ 114.310,00
3	\$ 129.729,04	0,790	\$ 102.498,31
4	\$ 148.762,48	0,730	\$ 108.659,10
5	\$ 174.806,60	0,675	\$ 118.038,50
		<b>VALOR VAN</b>	<b>\$ 553.027,04</b>
		<b>VPN</b>	<b>\$ 469.304,10</b>

**Elaborado por:** Autoras

El valor actual neto permite traer al presente los flujos de caja netos que se originaron a partir de la inversión y de esa manera se determina si el proyecto es viable en el presente trabajo se obtiene un VAN de \$553.027,04 siendo superior a 1 por lo tanto indica que es viable

## COSTO BENEFICIO

**Tabla 69**

*Costo beneficio*

<b>Formula</b>	<b>Valores</b>	<b>Resultado</b>
----------------	----------------	------------------

---

**VALOR ACTUAL NETO**                      \$ 553.027,04                      = **\$6,61**

**INVERSIÓN INICIAL**                      \$ 83.722,94

---

**Elaborado por:** Autoras

En el costo beneficio determina las mejores opciones de beneficio manteniendo; cuando el resultado es mayor a uno el proyecto es rentable. En este estudio se obtiene \$6,61 lo que significa que por cada dólar invertido retorna \$5,61 centavos.

### **Periodo de recuperación de la inversión**

**Tabla 70**

*Periodo de recuperación de la inversión*

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO EFECTIVO</b>	<b>FLUJO ACUMULADO</b>
0		\$ - 83.722,94
1	\$ 109.521,13	\$ 25.798,19
2	\$ 114.310,00	\$ 140.108,19
3	\$ 102.498,31	\$ 242.606,50
4	\$ 108.659,10	\$ 351.265,60
5	\$ 118.038,50	\$ 469.304,10
<b>PRI</b>	<b>2,63</b>	

---

**Elaborado por:** Autoras

El periodo de recuperación de la inversión permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión; en este caso se recupera en 2 años.

## Tasa interna de retorno

**Tabla 71**

*Tasa interna de retorno*

TASA INTERNA DE RETORNO		
AÑO	Flujo de efectivo	INVERSIÓN INICIAL
0		83722,94
1	118469,01	
2	133751,26	
3	129729,04	
4	148762,48	
5	174806,60	
	<b>TIR</b>	129,42%

**Elaborado por:** Autoras

De acuerdo con la tasa interna de retorno mide la rentabilidad de una inversión en porcentaje en este proyecto la TIR es de 129,42% por lo que puede reinvertir para obtener mayor rentabilidad.

## Evolución económica del proyecto con financiamiento

**Tabla 72**

*Evolución económica del proyecto con financiamiento*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	\$ 118.469,01	\$ 133.751,26	\$ 129.729,04	\$ 148.762,48	\$ 174.806,60

<b>COSTO DE</b>					0,08
<b>OPORTUNIDAD</b>	0,08	0,08	0,08	0,08	
<b>VALOR ACTUAL</b>	\$ 109.521,13	\$ 114.310,00	\$ 102.498,31	\$ 108.659,10	\$ 118.038,50
<b>NETO</b>					
<b>COSTO BENEFICIO</b>	6,61	6,61	6,61	6,61	6,61
<b>TASA INTERNA DE</b>	\$ 1,29	\$ 1,29	\$ 1,29	\$ 1,29	\$ 1,29
<b>RETORNO</b>					
<b>PERIODO DE</b>			<b>2 años 7 meses 16 días</b>		
<b>RECUPERACIÓN DE</b>					
<b>LA INVERSIÓN</b>					

Elaborado por: Autoras

### Margen de contribución

**Tabla 73**

*Margen de Contribución*

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CV.</b>	<b>% VENTA</b>
		<b>UNITARIO</b>	
<b>Mora de castilla sin espinas</b>	\$ 45.103,28	\$ .933,56	100%
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>			<b>43.169,72</b>
<b>PONDERADO</b>			

Elaborado por: Autoras

## Punto de equilibrio

**Tabla 74**

*Punto de equilibrio*

<b>CUENTAS</b>	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Inversión fija</b>			\$ 67.600,00
	\$67.600,00		
<b>Capital de trabajo</b>			
<b>Costo del producto</b>		\$220.000,00	\$220.000,00
<b>Gastos Administrativos</b>			
<b>Agua</b>	\$ 1.800,00		\$ 1.800,00
<b>Energía eléctrica</b>	\$ 1.200,00		\$ 1.200,00
<b>Teléfono</b>	\$ 180,00		\$ 180,00
<b>Internet banda CNT</b>	\$ 276,00		\$ 276,00
<b>Suministro de oficina</b>	\$ 360,00		\$ 360,00
<b>Gastos de Promoción</b>	\$ 900,00		\$ 900,00
<b>Implementos de limpieza</b>	\$ 780,00		\$ 780,00
<b>Depreciación</b>	\$ 7.777,19		\$ 7.777,19
<b>Gastos de Exportación</b>			
<b>Transporte por carretera</b>		\$ 8.400,00	\$ 8.400,00
<b>Certificado HACCP</b>		\$ 750,00	\$ 750,00
<b>Token</b>	\$ 30,24		\$ 30,24

<b>Servicios básicos de CONTECON</b>	\$ 4.332,00		\$ 4.332,00
<b>Servicios básicos de naviera</b>	\$ 6.756,00		\$ 6.756,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$91.991,43</b>	<b>\$229.150,00</b>	<b>\$321.141,43</b>

Elaborado por: Autoras

**Tabla 75**

*Punto de equilibrio por hectáreas físicas y unidades monetarios*

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>HECTAREAS</b>	<b>PORCENTAJE DE VENTAS</b>	<b>HECTAREAS FISICAS</b>
<b>MORA DE CASTILLA SIN ESPINA</b>	2	100%	2
	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>UNIDADES MONETARIAS</b>
<b>MORA DE CASTILLA SIN ESPINA</b>	30	1503,44	\$45.103,28

Elaborado por: Autoras

El punto de equilibrio es donde no existe ni utilidad ni pérdida; es decir cuando el nivel de ventas es igual a los ingresos y costos totales

## **4.4 Estudio Organizacional**

### **Introducción**

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento.

### **Objetivos**

#### **Objetivo general**

Diseñar la propuesta organizacional acorde con las necesidades de la empresa

#### **Objetivos específicos**

- Definir la visión y misión de la empresa.
- Establecer políticas de la empresa.
- Determinar organigrama de la empresa.
- Establecer funciones de los puestos de trabajo

### **4.4.1 La empresa**

**Nombre de la empresa**

*“Urcumora”*

## Logotipo

### Figura 22

*Logotipo*



En lo que respecta a la creación del logo se ha utilizado una cinta la cual represente distinción y elegancia. El color marrón indica seguridad, constancia, fiabilidad y reflexión. El dorado se asocia al lujo, a lo caro, lo que le permite vincular los productos, los servicios y los espacios a una gama de gasto y a unos ciertos valores. El negro representa poder, valentía, elegancia, sobriedad. En el caso de una empresa podría transmitir un mensaje de seriedad.

## Slogan

*“Un sabor inigualable”*

**Misión.** La empresa URCUMORA está dedicada a la producción y comercialización de mora de castilla sin espinas, con altos índices de calidad al beneficio de sus clientes.

**Visión.** Ser para el 2025 la marca líder del mercado nacional en la producción de mora de castilla sin espinas expandiendo el producto a mercados internacionales, además de posicionar la marca URCUMORA en los hogares de los consumidores quienes elegirán el producto por ser saludable y contener alto grado de calidad.

### **Objetivos estratégicos**

- Crear una imagen empresarial a corto plazo, basada en la confianza mediante la creación de estrategias de promoción y comercialización; de tal manera que sea reconocida en el mercado nacional e internacional.
- Aumentar los ingresos de la empresa, a través de compradores internacionales; con el fin de reinvertir en el medio plazo.
- Producir bajo altos lineamientos de calidad con la finalidad de ampliarse a nuevos mercados con el producto.

### **Valores corporativos**

- **Compromiso:** brindar productos de calidad, para la satisfacción de nuestros clientes.
- **Responsabilidad:** en todas las acciones que desarrolla la empresa.
- **Ética:** actuar correctamente con los clientes internos y externos, la comunidad y el medio ambiente.
- **Amabilidad:** en la entrega del servicio.
- **Innovación:** Siempre actualizar conocimientos, en los ámbitos de producción de mora de

castilla.

- **Trabajo en equipo:** cada miembro es como un engrane que forma la cadena y esta debe mantenerse solida con el paso del tiempo.
- **Respeto:** para todos los stakeholders.

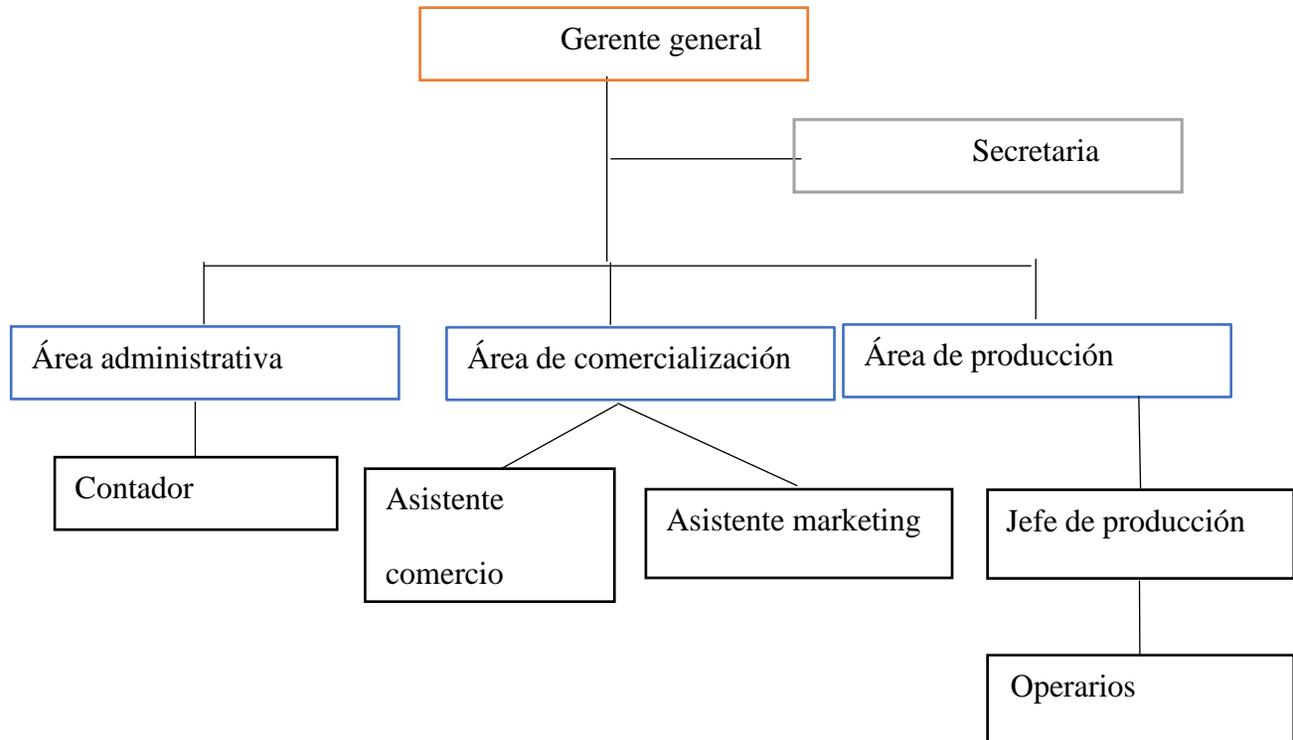
**Políticas empresariales.** Las políticas empresariales son normas que guían y motivan a los trabajadores de la empresa para facilitar la elaboración y cumplimiento de sus funciones.

1. El personal deberá presentarse 15 minutos antes de la hora de entrada asignada.
2. Antes de comenzar cualquier actividad, se llevará a cabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas del local, muebles, equipo de trabajo y alimentos.
3. Antes y durante del proceso de empaclado del producto, el personal de la empresa se debe colocar la cofia, no usar aretes, anillos, ni pulseras y portar el uniforme correspondiente.
4. Reportar cualquier inconveniente al inmediato superior.
5. Lavarse las manos antes y después de manipular el producto.
6. Tratar con cortesía y respeto a los clientes, empleados y demás usuarios de la empresa.
7. Guardar buen comportamiento y orden dentro de las instalaciones de la empresa.

## Organigrama estructural

**Figura 23**

*Organigrama estructural de la empresa*



### Niveles Administrativos

Los niveles administrativos se establecen con el fin de dar cumplimiento las metas establecidas de manera eficiente, estos van de acuerdo con las responsabilidades establecidas y en orden jerárquico. Según (Pereda & Berrocal, 2018) se divide en lo siguiente:

- **Nivel ejecutivo:** El nivel ejecutivo se encarga de definir la misión de la empresa, objetivos y crean planes estratégicos para su cumplimiento; este nivel lo conforma por lo general los directores de las diversas áreas funcionales de la empresa.
- **Nivel operativo:** El nivel operativo es donde se realizan las actividades rutinarias de la empresa y se conforma por obreros quienes aseguran la producción de los bienes.

## Manual de funciones

**Tabla 76**

*Funciones del Gerente General*



### MANUAL DE FUNCIONES

---

**Cargo:** Gerente general

**Área:** Gerencia

#### FUNCIONES

- Requisitos legales
- Planificación de metas
- Definición el mercado
- Buena relación laboral
- Ingreso de nuevos trabajadores

#### PERFIL

- Título universitario
- Capacidad para desarrollar planificaciones estratégicas
- Facilidad de negociación
- Conocimiento de la normativa legal para compañías

---

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 77**

*Funciones de secretaria*



**MANUAL DE FUNCIONES**

---

**Cargo:** Secretaria

**Área:** Gerencia

**FUNCIONES**

- Agendar citas telefónicas.
- Realizar un trabajo colaborativo con todas las áreas de trabajo.
- Manejo de Excel y Word intermedio.
- Redactar informes.

**PERFIL**

- Título de tercer nivel en Administración de empresa o carreras a fines.
- Conocimiento de la herramienta Excel y Word.
- Facilidad de redacción

---

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 78**

*Funciones del contador*



**MANUAL DE FUNCIONES**

---

**Cargo:** Contador

**Área:** Departamento administrativo y contable

**FUNCIONES**

- Llevar el manejo contable de la empresa.
- Presentar un informe periódicamente de la situación económica de la empresa.
- Manejar y controlar los inventarios del producto.

**PERFIL**

- Título universitario
- Manejo de sistemas contables.
- Conocimiento en e área contable y administrativa.
- Manejo de NIIF y NIC.

---

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 79**

*Funciones del asistente comercio internacional*



**MANUAL DE FUNCIONES**

---

**Cargo:** Asistente comercio internacional

**Área:** Departamento de comercialización

**FUNCIONES**

- Llevar el manejo de las negociaciones con compradores internacionales.
- Realizar los trámites necesarios para las exportaciones del producto.

**REQUISITOS**

- Título universitario.
- Conocimiento de leyes y reglamento de comercio exterior
- Manejo del idioma inglés

---

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 80**

*Funciones del asistente de marketing*



**MANUAL DE FUNCIONES**

---

**Cargo:** Asistente de marketing

**Área:** Departamento de comercialización

**FUNCIONES**

- Manejo de la publicidad de la empresa y el producto.
- Innovador en cuanto a estrategias de publicidad
- Manejo de personal
- Administrar toda la información comercial.

**PERFIL**

- Título universitario.
- Título universitario
- Conocimiento en el área de marketing

---

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 81**

*Funciones del asistente de control de calidad*



**MANUAL DE FUNCIONES**

---

**Cargo:** Asistente de control de calidad

**Área:** Departamento de producción

**FUNCIONES**

- Realizar actividades de control de calidad en el ingreso de materia prima
- Innovador en cuanto a diseños y materiales
- Manejo de personal
- Llevar a cabo las auditorías internas y externas de control de calidad

**PERFIL**

- Título universitario.
- Conocimiento en el control de calidad de la producción de calzado.
- Conocimiento en el uso de equipos de medición para control de calidad.

---

**Elaborado por:** Autoras

#### **4.2.2 Constitución jurídica**

##### **Nombre o razón social**

“URCUNMORA CIA LTDA”

##### **Figura jurídica**

La empresa “URCUNMORA CIA LTDA”, se constituirá como Compañía Limitada, debido al número inicial de socios que serán dos, posteriormente se irán sumando los inversionistas, de tal manera la empresa se comprometa a inscribirse en el Servicio de Rentas Internas y cumplir con sus obligaciones tributarias.

Los pasos para constituirse como compañía son los siguientes:

- Reservar un Nombre en la Superintendencia de Compañías.
- Elaborar un estatuto social mediante un abogado.
- Abrir una cuenta de integración en el Banco.
- Elevar a escritura pública el estatuto social mediante un notario.
- Aprobar el estatuto en la Superintendencia de Compañías.
- Publicar en un diario de mayor circulación de resolución.
- Obtener los premisos municipales.
- Inscribir la Compañía en el Registro Mercantil.
- Realizar una Junta General de Accionistas, para nombrar a los representantes legales según el estatuto.
- Obtener el RUC de la compañía.
- Inscribir el nombramiento del representante legal en Registro Mercantil.

De acuerdo con el Art. 92 de la Superintendencia de Compañías (2014), para ser una Compañía Limitada se establece los siguientes aspectos:

- La compañía se contrae entre mínimo dos socios hasta quince.
- El capital de constitución es mínimo de \$400.00.
- El capital estará dividido en participaciones y deberá pagarse al menos en un 50% al momento de la constitución, debiendo pagarse el saldo dentro de los siguientes 12 meses.
- Las participaciones deberán ser iguales, acumulativas e indivisibles. Podrán ser transferibles con la aprobación unánime del resto de socios.
- La Junta General de socio legalmente constituida, es el órgano supremo de la compañía.
- Deberá tener un presidente y un Gerente General quienes representaran a la compañía legal, judicial y extrajudicial.

### **Residencia**

El artículo 4 de la Ley de Compañías menciona que, el domicilio de las compañías estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma. La ubicación de la empresa “URCUNMORA” Cia. Ltda. estará en el Cantón Urcuquí, lugar donde se encontraba los terrenos agrícolas de Siembra EP.

**Requisitos legales y tributarios para el funcionamiento.** Los requisitos legales y tributarios son un vínculo jurídico que existe entre el estado o las entidades recaudadoras de tributos y los contribuyentes; en la cual debe satisfacerse una cantidad de dinero o especie de acuerdo con el hecho generador previsto por la ley. Al iniciar sus actividades económicas la empresa debe cumplir con algunos requisitos legales (Congreso Nacional, 2005).

Para estar legalmente constituida debe realizar permisos en diferentes entidades de control, a continuación, obtenemos lo requisitos:

**A) Requisitos para obtener el RUC.** Según Servicios de Rentas Internas (Servicios de Rentas Internas [SRI], 2021), son los siguientes:

- Cédula de identidad del representante legal.
- Certificado de votación del representante legal.
- Escritura pública de constitución.
- Hoja de datos generales y accionistas.
- Nombramiento del representante legal.
- Solicitud de inscripción y actualización general de Registro Único de Contribuyentes, Sociedades, sector público y privado.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio de contribuyente.

**B) Patente municipal.** Según el Código Territorial Autónomo Descentralizado (2010), en el artículo 547 prescribe que están obligados a obtener la patente y por ende el pago anual de impuesto de esta; las personas naturales, jurídicas, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en las respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras inmobiliarias y profesionales.

La patente es un tributo impuesto y recaudado anualmente por el municipio a toda persona natural o jurídica que ejerza actividades económicas dentro del cantón. Los requisitos para obtener la patente municipal son los siguientes:

- Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.
- Copia de planilla de servicios básicos.
- Nombramiento del representante legal.

**C) Permiso de bomberos.** Según la Ordenanza Municipal San Miguel de Urcuquí (2018) menciona en el artículo 6, literal 1, el cantón debe obtener el permiso anual de funcionamiento, los requisitos para obtener el permiso del Cuerpo de bomberos de Urcuquí son:

- Copia de RUC.
- Copia de cedula del representante legal.
- Copia de la patente municipal.
- Solicitud de inspección.

**D) Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública (MPS).** De acuerdo con el Ministerio de Salud Pública (2021) menciona que, para obtener este permiso se necesita de lo siguiente:

- Copia del RUC.
- Copia de la cedula y papeleta de votación del representante legal.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Copia de certificados de salud otorgados por los centros de salud del MSP.
- Pago de la tasa.

**F) Registro patronal en el IESS.** De acuerdo con Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (2021), los pasos para seguir en el portal web del IESS son:

- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.

- Ingresar el número de RUC y escoger el sector al que pertenece.
- Ingresar datos obligatorios.
- Terminar el registro e imprimir la solicitud de clave.
- Acercarse a las agencias de IESS con los documentos solicitados para obtener la clave patronal.

**G) Requisitos previos para exportar.** De acuerdo con el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (2021), los requisitos con los que debe contar la empresa para la exportación son los siguientes:

- Actualización datos de la actividad.
- Firma digital. - Se la debe solicitar al Banco Central del Ecuador esta firma le permite validar documentos a la empresa de forma electrónica para llevar procesos de negociaciones internacionales.
- Realizar un registro en la página oficial de la (SENAE).
- Certificado de la firma digital TOKEN.

### **Conclusiones del estudio organizacional**

Se determinó la misión, visión y objetivos a largo plazo, se estableció manuales de funciones para cada área de trabajo con el fin de desarrollar eficientemente las actividades laborales, de tal manera que se cumplan los objetivos planteados por la empresa para satisfacer las necesidades de las partes interesadas. También, se creó políticas empresariales y se identificó los reglamentos legales que la entidad debe cumplir para iniciar sus actividades económicas.

## CAPÍTULO V: Validación

### Introducción

La validación del proyecto consiste en verificar problemas que pongan en riesgo la credibilidad del proyecto antes de que este sea publicado, para eso se utilizará una herramienta de validación, en este caso una matriz de validación, en donde técnicos expertos en materias relacionadas al tema de estudio califican cada capítulo en base al rango de valoración establecido para determinar si el proyecto es factible o no.

### Objetivo

Validar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de mora de castilla sin espina en el cantón Urcuquí provincia de Imbabura mediante la evaluación de los resultados obtenidos y a aplicación de la matriz de validación para determinar el nivel de factibilidad del proyecto.

#### 5.1.1 Equipo de Trabajo

#### Tabla 82

*Equipo de trabajo*

VALIDADORES	NOMBRE
Estudiantes	Panamá María -Sandoval Sandra
Docente Tutor	Ing. Rocío León
Docentes técnicos	

**Elaborado por:** Autoras

### ***5.1.2 Metodología de verificación***

La metodología de verificación permitirá realizar una medición y a su vez verificar resultados con respecto a los principales problemas de la producción y exportación que muestra la empresa, mediante una matriz de validación con sus respectivas variables e indicadores de la propuesta presentada. Además de la calificación con su respectivo rango de interpretación de los resultados obtenidos.

### ***5.1.3 Factores a validar***

Para realizar la validación se estableció como variables la propuesta administrativa y financiera, de las cuales se derivaron indicadores mismos que serán calificados por los representantes de la empresa a crear.

### ***5.1.4 Método de calificación***

**Tabla 83**

*Método de calificación*

<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>INTERPRE TACIÓN</b>
<b>5</b>	<b>Excelente</b>
<b>4</b>	<b>Muy bueno</b>
<b>3</b>	<b>Bueno</b>

2

**Regular**

1

**Deficiente**

---

Elaborado por: Autoras

### ***5.1.5 Rango de interpretación***

En el rango de interpretación por cada criterio se asignarán porcentajes de tolerancia, que permitirá validar de manera integral el proyecto y emitir resultados y conclusiones en base a las calificaciones asignadas.

**Factible** = 100%-90%

**Medianamente factible** = 89.99%-70%

**No factible** = Menor al 70%

Por cada capítulo se ha distribuido una valoración porcentual, que al final la valoración sumará un total, a partir de este resultado se determinara si el proyecto es factible, medianamente factible y no factible.

### **Tabla 84**

*Factores*

<b>FACTORES</b>	<b>PORCENTAJES</b>
<b>Fundamentación teórica</b>	<b>5%</b>
<b>Procedimientos metodológicos</b>	<b>5%</b>
<b>Diagnóstico</b>	<b>10%</b>
<b>Estudio de mercado</b>	<b>20%</b>

<b>Estudio técnico</b>	<b>20%</b>
<b>Estudio financiero</b>	<b>20%</b>
<b>Estudio organizacional</b>	<b>20%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

---

## 5.2 Resultados

Los resultados obtenidos en la matriz validación serán aplicado utilizando la siguiente formula:

$$V = \frac{CO}{CT} \times 100$$

Definiendo los términos de cada variable:

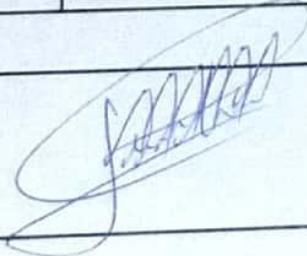
**V** = Validación

**CO** = Calificación obtenida

**CT** = Calificación total

Tabla 85

Matriz de validación

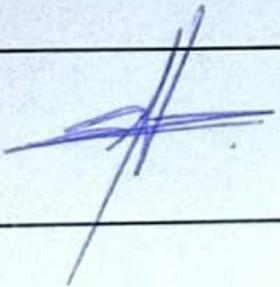
MATRIZ DE VALIDACIÓN				
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE MORA DE CASTILLA EN EL CANTÓN SAN MIGUEL DE URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR				
VALIDADO POR: Ing. Julio Andrade				
Factores	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
Fundamentación teórica	5%	8	0,4	Ninguna
Procedimientos metodológicos	5%	8	0,4	Ninguna
Diagnóstico	10%	8	0,8	Ninguna
Estudio de mercado	20%	8	1,6	Ninguna
Estudio técnico	20%	8	1,6	Ninguna
Estudio financiero	20%	8	1,6	Ninguna
Estudio organizacional	20%	8	1,6	Ninguna
<b>TOTAL</b>		100%	8	
<b>FIRMA</b>				

**MATRIZ DE  
VALIDACIÓN**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN  
DE MORA DE CASTILLA EN EL CANTÓN SAN MIGUEL DE URQUQUÍ,  
PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR**

**VALIDADO POR:** Msc. María de los Angeles Torres

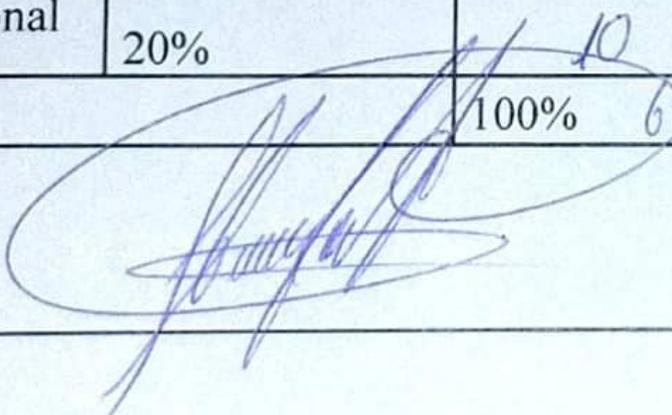
<b>Factores</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Calificación</b>	<b>Resultados</b>	<b>Observaciones</b>
Fundamentación teórica	5%	8		Ninguna
Procedimientos metodológicos	5%	8		Ninguna
Diagnóstico	10%	8		Ninguna
Estudio de mercado	20%	8		Ninguna
Estudio técnico	20%	8		Ninguna
Estudio financiero	20%	8		Ninguna
Estudio organizacional	20%	8		Ninguna
<b>TOTAL</b>		100%	8	

**FIRMA** 

## MATRIZ DE VALIDACIÓN

### ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE MORA DE CASTILLA EN EL CANTÓN SAN MIGUEL DE URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR

**VALIDADO POR:** Ing. Rocío León

Factores	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
Fundamentación teórica	5%	9	0,45	Ninguna
Procedimientos metodológicos	5%	9	0,45	Ninguna
Diagnóstico	10%	10	1	Ninguna
Estudio de mercado	20%	10	2	Ninguna
Estudio técnico	20%	10	2	Ninguna
Estudio financiero	20%	9	1,80	Ninguna
Estudio organizacional	20%	10	2	Ninguna
<b>TOTAL</b>		100% 67	9,70	
<b>FIRMA</b>				

*Matriz de validación*

<b>MATRIZ DE VALIDACIÓN</b>								
<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</b>								
<b>Capítulo</b>	<b>Factores</b>	<b>%</b>	<b>Ing. Rocío León</b>	<b>Ing. Julio Andrade</b>	<b>Msc. María de los Ángeles Torres</b>	<b>Promedio</b>	<b>Resultados</b>	<b>Observaciones</b>
<b>I</b>	Fundamentación teórica	5%	4,5%	4%	4%	4,16%	8,33	Ninguna
<b>II</b>	Procedimientos metodológicos	5%	4,5%	4%	4%	4,16%	8,33	Ninguna
<b>III</b>	Diagnóstico	10%	10%	8%	8%	8,67%	8,67	Ninguna
<b>IV</b>	Estudio de mercado	20%	20%	16%	16%	17,33%	8,67	Ninguna
	Estudio técnico	20%	20%	16%	16%	17,33%	8,67	Ninguna
	Estudio financiero	20%	18%	16%	16%	16,67%	8,34	Ninguna
	Estudio organizacional	20%	20%	16%	16%	17,33%	8,67	Ninguna
<b>TOTAL</b>		100%	97%	80%	80%	85,67%	8,56	

## CONCLUSIONES

- Ecuador cuenta con requerimientos climáticos favorables para la siembra, presentando la mejora continua de producción de mora de castilla sin espinas con una excelente aceptación en los mercados nacionales e internacionales.
- El estudio técnico permitió determinar que la zona de Urcuquí es un lugar adecuado para la producción de la mora de castilla sin espinas por sus condiciones geográficas, Además, se determinó que se necesita una inversión de \$ 83.122,94 para la ejecución del proyecto.
- El estudio financiero se determinó que el proyecto es factible de acuerdo con los resultados de los siguientes indicadores financieros: VAN=533.027,04; Costo beneficio de 6,61; teniendo por cada dólar un 5,51; PRI se lo recuperara en 2 años 7 meses y 16 días; TIR=129.42%; y el punto de equilibrio en unidades monetarias es de \$ 45.103,28.
- En el estudio organizacional se estructuro en base a la necesidad que tiene el proyecto con un organigrama funcional, donde consta el área de gerencia, apoyo una secretaria, el área de contabilidad, área de producción y comercialización. En cambio, en la parte legal se sigue un procedimiento para obtención de permisos de funcionamiento, certificación y así poder exportar sin ningún inconveniente.

## **RECOMENDACIONES**

- El mercado de Estados Unidos exige como requisito principal el registro fitosanitario, para que el producto ingrese al país. De esta manera se aseguran de que el producto puede ingresar al país sin ninguna repercusión y sea comercializado el producto.
- Para obtener un producto de calidad se debe iniciar la producción mediante el proceso de tutorado, mismo que, permite que el fruto llegue a crecer más centímetros, además la planta tendrá una vida más prolongada siendo productiva hasta 8 años; ya que las hojas no se encuentran en el piso.
- Realizar un estudio financiero con datos reales, además capacitarse constantemente con las entidades estatales sobre la producción y exportación de mora de castilla para que el proyecto no tienda a fracasar en el futuro.
- Para poder exportar se debe obtener los certificados de buenas prácticas de manufactura, la empresa debe cumplir con todos los reglamentos y normativas vigentes; de igual manera orientar a sus colaboradores hacia el cumplimiento de los objetivos planteados por la misma.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Abreu, J. L. (2014). *Los métodos de investigación*. Obtenido de Los métodos de investigación:  
[http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Acosta, A. (2017). *Canales de distribución*. Colombia: Areandino.
- Andrade, M. (2016). Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>
- Arnaut & Iberbrokers. (2012). *Modelo de plan de negocios*. Obtenido de  
[http://emprenderioja.es/files/recurso/modelo\\_plan\\_de\\_negocio.pdf](http://emprenderioja.es/files/recurso/modelo_plan_de_negocio.pdf)
- Bertomeu, P. (2005). *Técnica la entrevista*. Obtenido de Técnica la entrevista:  
<http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Blank, S. (2018). *El manual emprendedor*. España : La mancha.
- Botey, P. (2020). *Las 4 p del marketing*. Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>
- Caivinagua, X. (2011). *Cuatro tipos de mora tiene el país, El Comercio*. Obtenido de Cuatro tipos de mora tiene el país, El Comercio:  
<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/cuatro-tipos-de-moras-pais.html>
- Carvajal, F. (2014). *Significado de Recursos Humanos*. Obtenido de  
<https://www.significados.com/recursos-humanos/>
- Castro, J. (2015). *¿Qué es un estado de flujo de efectivo y cuáles son sus objetivos?* Obtenido de  
<https://blog.corponet.com.mx/que-es-un-estado-de-flujo-de-efectivo-y-cuales-son-sus-objetivos#:~:text=El%20estado%20de%20flujo%20de%20efectivo%20es%20uno%20de%20los,y%20financiamiento%20de%20la%20empresa.>

Centro de Investigaciones de México. (2018). *Método estadístico*. Obtenido de <https://www.cimat.mx/es/node/798#:~:text=Los%20m%C3%A9todos%20estadísticos%20son%20procedimientos,causalidad%20en%20un%20determinado%20fenómeno.>

CEREM. (2020). *Estudia tu entorno con un PEST*. Obtenido de Estudia tu entorno con un PEST: <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>

Chiavenato, I. (2011). *Comportamiento organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones*. México: MC Graw Hill México.

Código Territorial Autónomo Descentralizado [COTAD]. (2010). *Patente municipal*. Obtenido de Patente municipal: [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_org.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf)

Coface. (2019). *Riesgo País estados Unidos*. Obtenido de Riesgo País estados Unidos: <https://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/United-States-of-America>

Congreso Nacional. (2005). *Código Tributario*. Obtenido de Código Tributario: [https://www.quito.gob.ec/documents/Portal\\_tributario/Normativa/Ley/CODIGO\\_TRIBUTARIO\\_ACT.pdf](https://www.quito.gob.ec/documents/Portal_tributario/Normativa/Ley/CODIGO_TRIBUTARIO_ACT.pdf)

Córdoba, M. (2014). *Ánalysis Financiero*. Bogota: Ecoe Ediciones.

Cotera, E. (09 de 2018). *ESTUDIO TECNICO*. Obtenido de ESTUDIO TECNICO: [http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/103125/secme-31\\_1.pdf?sequence=1](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/103125/secme-31_1.pdf?sequence=1)

Economía. (2016). *Estado de evolución del patrimonio neto*. Obtenido de Estado de evolución del patrimonio neto: <http://www.economia.ws/estado-de-evolucion-del-patrimonio->



Gomez, A. (2012). *Estudio técnico*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

Gonzales, L. (2017). *Competitividad y Estructura Organizativa*. España -Clase Ejecutiva: Primera.

González, L. (2017). *Capacidad de planta*. Obtenido de Capacidad de planta: <https://alfonsogori.wordpress.com/2017/03/27/4-1determinacion-de-la-capacidad-de-la-planta/#:~:text=La%20capacidad%20de%20planta%20es,metros%20de%20tela%20por%20minuto.>

Guerrero, M. (2010). INIAP de Ecuador promueve nueva variedad de mora sin espinas. *El nuevo empresario*.

Haro, A., & Rosario, J. (2017). *Dirección Financiera: Inversión*. Madrid: Editorial Universidad de Almería.

Hernández, C. (2019). *Introducción a tipo de muestreo*. Obtenido de Introducción a tipo de muestreo: <https://alerta.salud.gob.sv/introduccion-a-los-tipos-de-muestreo/#:~:text=El%20muestreo%20se%20clasifica%20en,en%20el%20fundamento%20de%20equiprobabilidad.&text=En%20los%20m%C3%A9todos%20no%20probabil%C3%ADsticos,hasta%20donde%20sea%20posible%20representa>

Herrera, H. (2007). *Estudio de organización y métodos*. Obtenido de Estudio de organización y métodos: <https://www.gestiopolis.com/estudio-de-organizacion-y-metodos/>

ICEX. (2015). Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/mundo/REP2015593544.html>

INEC. (2016). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2021). *Registro patronal en el IESS*. Obtenido de Registro patronal en el IESS: <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>

Jácome. (2018). *Método analítico sitético*. Obtenido de Método analítico sitético: <https://prezi.com/c3cu3jwuax79/el-metodo-analitico-sintetico/#:~:text=El%20M%C3%A9todo%20anal%C3%ADtico%2D%20sint%C3%A9tico%20es,s%C3%ADntesis%20general%20del%20fen%C3%B3meno%20estudiado.>

Jiménez, J. (2016). *La oferta, la demand y el mercado*. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>

Kerin, R. (2010). *Marketing*. España: McGraw.

Koontz, H. (2013). *Elementos administrativos*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES SA DE CV.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Prentice Hall.

Málaga. (2008). *Tipos, métodos y estrategias de investigación científica*. Obtenido de Tipos, métodos y estrategias de investigación científica: [http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj\\_modela\\_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf](http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj_modela_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf)

Manfredi, J. (2018). *Economía de la innovación en EEUU*. Obtenido de Economía de la innovación en EEUU: <https://www.politicaexterior.com/articulos/economia-exterior/economia-de-la-innovacion-en-ee-uu/>

Market Access Map. (2020). *Aranceles de exportación a Estados Unidos*. Obtenido de <https://www.macmap.org/es/query/results?reporter=842&partner=218&product=081020&level=6>

Mendoza, M. (2013). *El desarrollo local complementario*. Oregón.

Ministerio de Comercio Exterior y turismo. (2019). *Comercio Exterior*. Obtenido de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/plan\\_exportador/Penx\\_2025/PDM/alemania/03.html](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/03.html)

Ministerio de Finanzas. (24 de 08 de 2018). *Marketing Activo*. Obtenido de Marketing Activo: <https://marketingactivo.com/gobierno-de-ecuador-da-a-conocer-el-plan-de-prosperidad-2018-2021/2018/08/24/>

Ministerio de Salud Pública. (2021). *Permiso del Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de Permiso del Ministerio de Salud Pública: <https://www.salud.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento-para-establecimientos-de-servicios-de-salud/>

Molina, E. (20 de 11 de 2015). Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/mundo/REP2015593544.html>

Monrroy, David. (12 de 05 de 2021). *Datos Macro*. Obtenido de Datos Macro: <https://datosmacro.expansion.com/paises/usa>

Noguera, B. (2020). *Análisis de oportunidad de mercado internacional y comercialización de mora de castilla*. Ecuador.

NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD [NIC]. (1997). *NIC 7*. Obtenido de NIC 7: <https://normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC07.pdf>

Núñez, J. (2018). *Determinación de la organización humana y jurídica*. Obtenido de Determinación de la organización humana y jurídica: <https://www.scribd.com/document/416009410/Determinacion-de-La-Organizacion-Humana-y-Juridica-Que-Se-Requiere-Para-La-Correcta-Operacion-Del-Proyecto>

Núño, P. (2017). *Estado de resultados*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/el-estado-de-resultados.html>

Ordenanza Municipal San Miguel de Urququí. (2018). *Permiso de bomberos*. Obtenido de Permiso de bomberos: [file:///C:/Users/SUPERTRONICA/Downloads/SRO319\\_20180904.pdf](file:///C:/Users/SUPERTRONICA/Downloads/SRO319_20180904.pdf)

Organización mundial del comercio. (2010). Exámen de políticas comerciales. *REATRICTED*, 235.

Palacios, E. (2012). *El estudio financiero del plan de negocios*. Obtenido de El estudio financiero del plan de negocios: <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/06/23/el-estudio-financiero-del-plan-de-negocios/>

Pereda, S., & Berrocal, F. (2018). El entorno empresarial. La empresa, su organización. *Revista Complutense de Educación*, 35.

Pierón, C. (2019). *Tipo de observación*. Obtenido de Tipo de observación: [https://www.ugr.es/~rescate/practicum/el\\_m\\_todo\\_de\\_observaci\\_n.htm](https://www.ugr.es/~rescate/practicum/el_m_todo_de_observaci_n.htm)

PROEcuador. (2012). *ANÁLISIS DEL SECTOR DE FRUTAS NO TRADICIONALES*.

Obtenido de ANÁLISIS DEL SECTOR DE FRUTAS NO TRADICIONALES:

<https://docplayer.es/14276389-Analisis-sectorial-de-frutas-no-tradicionales.html>

PROEcuador. (2018). *Estados Unidos geografía*. Obtenido de

<https://www.proecuador.gob.ec/tag/estados-unidos/page/8/>

Quiroa, M. (09 de 04 de 2020). *Misión, Visión y Valores de una empresa*. Obtenido de Misión,

Visión y Valores de una empresa: [https://economipedia.com/definiciones/mision-vision-y-](https://economipedia.com/definiciones/mision-vision-y-valores-de-una-empresa.html)

[valores-de-una-empresa.html](https://economipedia.com/definiciones/mision-vision-y-valores-de-una-empresa.html)

República, L. (1 de marzo de 2019). Obtenido de

<https://www.larepublica.ec/blog/2019/03/01/riesgo-pais-ecuador-cae-594-puntos-232->

[menos-diciembre/](https://www.larepublica.ec/blog/2019/03/01/riesgo-pais-ecuador-cae-594-puntos-232-)

Rincón, F. (2012). INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROVINCIA DEL TUNDAMA. *Revista*

*Ciencias Estrategias*, 68.

Roberto, E. (2020). *Segmentación de mercado, concepto y enfoque*. Obtenido de Segmentación de

mercado, concepto y enfoque: [https://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-](https://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque)

[mercado-concepto-y-enfoque](https://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque)

Romero, O., Hidalgo, A., & Correa, H. (2018). *Plan de negocios un enfoque práctico en el sector*

*comercio*. Machala: Utmach.

Rubén, A. (2000). *La evaluación del proyecto en la decisión del empresario*. México.

Rus, E. (2016). *¿Qué es la investigación descriptiva?* Obtenido de ¿Qué es la investigación

descriptiva?: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>

Santander . (2018). *ESTADOS UNIDOS: POLÍTICA Y ECONOMÍA*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (2021). *Requisitos de Aduana*. Obtenido de Requisitos de Aduana: <https://www.gob.ec/senae/tramites/aprobacion-registro-oce-importadorexportador-sistema-informatico-ecuapass>

Servicio Nacional de Aprendizaje. (2014). *Plan de negocios la carta de navegación*. Obtenido de Plan de negocios la carta de navegación: [http://www.unab.edu.co/sites/default/files/archivos/publicacion\\_noticias/4-PlandeNegocio.pdf](http://www.unab.edu.co/sites/default/files/archivos/publicacion_noticias/4-PlandeNegocio.pdf)

Servicios de Rentas Internas [SRI]. (2021). *Requisitos para Obtener el RUC*. Obtenido de Requisitos para Obtener el RUC: <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-juridica-privada-civiles-comerciales>

Siembra EP. (2019). *YACHAY EP INVITA A INVERSIONISTAS A PRESENTAR PROPUESTAS DE PROYECTOS PRODUCTIVOS PARA DESARROLLARLOS EN LA CIUDAD DEL CONOCIMIENTO*. Obtenido de <http://www.siembra.gob.ec/invitacion-a-inversionista-para-presentar-propuestas-de-proyectos-productivos/>

Superintendencia de Compañías . (20 de 05 de 2014). Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>

Survey. (2015). *Diferencia entre investigación cuantitativa y cualitativa*. Obtenido de Diferencia entre investigación cuantitativa y cualitativa:

[https://es.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/?program=7013A000000mweBQAQ&utm\\_bu=CR&utm\\_campaign=71700000064157464&utm\\_adgroup=58700005704021400&utm\\_content=39700052007818796&utm\\_medium=cpc&utm\\_source=adwords&utm\\_term=p52007818796&utm](https://es.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/?program=7013A000000mweBQAQ&utm_bu=CR&utm_campaign=71700000064157464&utm_adgroup=58700005704021400&utm_content=39700052007818796&utm_medium=cpc&utm_source=adwords&utm_term=p52007818796&utm)

Tancara, C. (1993). *Investigación documental*. Obtenido de Investigación documental:

[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0040-29151993000100008](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29151993000100008)

Toran, F. (2012). *Misión y visión: Emprendiendo con sentido y rumbo*. Málaga: Ediciones Corona Borealis.

Trade Map. (2020). *Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2015*.

*Producto : Mora de castila (Rubus Glaucus Benth)*. Obtenido de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct.aspx](https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx)

Valdivia, M. (2015). *Factores del estudio de mercado* . México.

*World Economic Forum*. (2018). Obtenido de World Economic Forum:

<https://www.weforum.org/events/world-economic-forum-annual-meeting>

## ANEXOS

### Anexo 1. Instrumentos de Investigación

#### Entrevistas



#### ENTREVISTA

**Objetivo:** Obtener información que permita realizar el estudio de factibilidad para la producción y exportación de la mora de castilla sin espina en el cantón San Miguel de Urucuqui, provincia de Imbabura.

**Nombre:**

**Empresa:** PROECUADOR

**Cargo:**

1. ¿Se exporta mora de castilla actualmente desde Ecuador?

---

---

2. ¿Considera el mercado internacional un atractivo para exportar mora de castilla sin espina?

---

---

3. ¿Cuáles son las formas de pago, que considera más apropiadas en los inicios de una actividad de exportación?

---

---

4. ¿Cuáles son los requisitos de mayor exigencia para exportar mora de castilla hacia el mercado internacional?

---

---

5. ¿Cuántos y cuáles certificados se requieren para exportar mora de castilla al mercado internacional?

---

---

6. ¿Cuáles son las especificaciones para el empaque, etiquetado y embalaje para mora de castilla?

---

---

7. ¿Cuáles son los intermediarios o instituciones aliadas que deben considerarse al momento de exportar?

---

---

8. ¿Cuál es el medio de transporte más adecuado para la exportación de mora de castilla al mercado internacional?

---

---

9. ¿En PROECUADOR, disponen de información sobre precios de la mora de castilla en el mercado nacional e internacional?

---

---

10. ¿PROECUADOR brinda asesoría a los empresarios en materia de exportación?

---

---

11. ¿Conoce usted de alguna feria internacional donde se pueda promocionar la mora de castilla?

---

---

12. ¿PROECUADOR qué ayuda nos podría brindar para promocionar la mora de castilla en el mercado internacional?

---

---

13. ¿Cuáles serían las recomendaciones como PROECUADOR para lograr la exportación la mora de castilla?

---

---



## ENTREVISTA DIRIGIDA AL TÉCNICOS ESPECIALIZADOS

**Objetivo:** Obtener información que permita realizar el estudio de factibilidad para la producción y exportación de la mora de castilla sin espina en el cantón San Miguel de Urququi, provincia de Imbabura.

**Nombre:**

**Empresa:** MAGAP

**Cargo:**

**1.- ¿Cuáles son las fases del proceso de producción de la mora de castilla sin espinas?**

---

---

**2.- ¿Cuáles son los requisitos técnicos de cada fase del proceso de producción de mora de castilla sin espinas?**

---

---

**3.- ¿Qué mecanismos de conservación se utiliza en el cultivo de mora de castilla sin espinas?**

---

---

**4.- ¿Qué parámetros se deben controlar en cada fase del proceso de producción para obtener una mora de castilla sin espinas de calidad?**

---

---

**5.- ¿Cuáles son las técnicas utilizadas en el proceso productivo de mora de castilla sin espinas?**

---

---

**6.- ¿Cuáles son los requerimientos de infraestructura y equipamiento para producir mora de castilla sin espinas?**

---

---

**7.- ¿Qué insumos se requieren en cada una de las fases del proceso productivo de la mora de castilla sin espinas?**

---

---

**8.- ¿Describir las operaciones necesarias para empacar, etiquetar y de embalaje, así como el material y equipos recomendados para cada uno de ellos?**

---

---

**9.- ¿Cuáles son los requisitos para adquirir el registro sanitario?**

---

---



## ENTREVISTA DIRIGIDA AL TÉCNICOS ESPECIALIZADOS

**Objetivo:** Obtener información que permita realizar el estudio de factibilidad para la producción y exportación de la mora de castilla sin espina en el cantón San Miguel de Urququi, provincia de Imbabura.

**Nombre:**

**Empresa:** AGROCALIDAD

**Cargo:**

**1.- ¿Cuáles son las fases del proceso de producción de la mora de castilla sin espinas?**

---

---

**2.- ¿Cuáles son los requisitos técnicos de cada fase del proceso de producción de mora de castilla sin espinas?**

---

---

**3.- ¿Qué mecanismos de conservación se utiliza en el cultivo de mora de castilla sin espinas?**

---

---

**4.- ¿Qué parámetros se deben controlar en cada fase del proceso de producción para obtener una mora de castilla sin espinas de calidad?**

---

---

**5.- ¿Cuáles son las técnicas utilizadas en el proceso productivo de mora de castilla sin espinas?**

---

---

**6.- ¿Cuáles son los requerimientos de infraestructura y equipamiento para producir mora de castilla sin espinas?**

---

---

**7.- ¿Qué insumos se requieren en cada una de las fases del proceso productivo de la mora de castilla sin espinas?**

---

---

**8.- ¿Describir las operaciones necesarias para empacar, etiquetar y de embalaje, así como el material y equipos recomendados para cada uno de ellos?**

---

---

**9.- ¿Cuáles son los requisitos para adquirir el registro sanitario?**

---

---

## ENCUESTA UTILIZADA

### Encuesta para el Plan de Exportación de mora de castilla

*Favor de contestar las siguientes preguntas de la forma que más se apegue a su situación.*

1. Actualmente, ¿se encuentra importando algún tipo de mora dentro de la línea de frutas desde Ecuador?

Sí\_\_

No\_\_

2. ¿Importa actualmente mora de castilla?

Sí\_\_

No\_\_

3. ¿De dónde importa la mora de castilla?

\_\_Colombia

\_\_Chile

\_\_Ecuador

\_\_Otros

4. ¿Estaría interesado en importar mora de castilla?

Sí\_\_

No\_\_

**Nota:**

En caso de que No importe mora de castilla actualmente y No esté interesado, le agradecemos su atención y tiempo dedicado a este cuestionario.

Si está interesado en importar mora de castilla o SÍ se encuentra importando actualmente, por favor continúe contestando el cuestionario.

**5. ¿Qué cantidad, aproximada(TONELADAS)del producto estaría interesado en importar?**

\_\_\_\_\_

**6. ¿Utiliza contratos de compra-venta internacional para sus operacionesde importación?**

Sí\_\_\_

No\_\_\_

No Aplica\_\_\_

**7. ¿Cuál es el término de comercio internacional (INCOTERM) que utiliza en sus importaciones?**

EXW\_\_\_

CIF\_\_\_

No Aplica\_\_\_

FOB\_\_\_

Otros\_\_\_

**8. Favor de marcar cuáles son las formas de pago que comúnmente utiliza en sus negociaciones internacionales**

\_\_Carta de Crédito

\_\_Crédito a 60 días

\_\_Pago al recibir la mercancía

Crédito a 30 días

\_\_Pago anticipado

\_\_No aplica

\_\_50% inicio y 50 % entrega

Otros Crédito a 90

días

**9. ¿A qué precio se vende este tipo de productos para el consumidor final y de cuantos gramos es el producto?**

---

—

**10. ¿Conoce algún obstáculo que pueda dificultar la entrada de nuestro producto a su país?**

Sí\_\_\_

No\_\_\_

Si su respuesta es afirmativa, favor de especificar cuáles; marque con una X las que más se acerquen a la realidad.

\_\_El transporte no es eficiente

\_\_Los impuestos son altos

\_\_Certificaciones

\_\_Baja calidad de los productos

Ecuatorianos Otro

**11. ¿Le interesaría recibir información sobre la empresa Siembra EP ?**

Sí\_\_\_

No\_\_\_

**12. Marque los tipos de información que le gustaría recibir.**

\_\_Precio

\_\_Características del producto

\_\_Información de la empresa

\_\_Fotografías

Política de Venta

Folletos

Beneficio del producto

Otras

**13. A través de que medio le gustaría que nos contactemos con usted.**

Correo electrónico

Paquetería

Teléfono

Otro

**Anexo 2.** Proforma equipo de cómputo

 <b>LEOHARDSOFT</b> TECHNOLOGY <b>ING. MORILLO POZO JUAN GABRIEL</b>	<b>RUC:1003463278001</b>
	<b>PROFORMA / COTIZACIÓN</b>
<b>Dirección:</b> Av. Eloy Alfaro y Francisco de Orellana	Nro. 211
Urcumora	RUC:1004032965001
<b>Dirección:</b> Yachay, Urcuquí	Teléfono:
<b>Fecha de emisión:</b> Quito, 14 de octubre 2020	PANAMA CHICAIZA MARIA JOSÉ SANDOVAL PONCE SANDRA ABIGAIL

ITEM	Descripción	U	Cantidad	P. Unit	V. Total
1	Computadoras	1	5	600	3000
2	Impresora	1	2	200	400
3	Reguladores de voltaje	1	7	15	105
4	Teléfono	1	5	35	175
<b>Subtotal 0%</b>					
<b>Subtotal 12%</b>					
<b>Descuento %</b>					
<b>Subtotal</b>					\$3680,00
<b>I.V.A 12%</b>					\$441,00
<b>VALOR TOTAL:</b>					\$4121,00

  
**ING. GABRIEL MORILLO**

**FIRMA**

**Correo contacto:** [gabhardsoft@outlook.es](mailto:gabhardsoft@outlook.es)

**Teléfono de contacto:** 0980633417

**Vigencia de proforma:** 30 días hábiles

**Forma de Pago:** Contra entrega

**Tiempo de entrega:** 3 días a partir de la orden de servicio requerida

### Anexo 3. Proforma de maquinaria

 <b>LEOHARDSOFT</b> TECHNOLOGY <b>ING. MORILLO POZO JUAN GABRIEL</b>	RUC:1003463278001
	<b>PROFORMA / COTIZACIÓN</b>
Dirección: Av. Eloy Alfaro y Francisco de Orellana	Nro. 213
<i>Urcumora</i>	RUC:1004032965001
Dirección: Yachay, Urcuquí	Teléfono:0939757397
Fecha de emisión: Quito, 14 de octubre 2020	PANAMA CHICAIZA MARÍA JOSÉ SANDOVAL PONCE SANDRA ABIGAIL

ITEM	Descripción	U	Cantidad	P. Unit	V. Total
1	Sembradora	1	1	12000	12000
2	Selladora de al vacío	1	1	3000	3000
3	Tractor	1	1	60000	60000
<b>Subtotal 0%</b>					
<b>Subtotal 12%</b>					
<b>Descuento %</b>					
<b>Subtotal</b>					\$75000,00
<b>I.V.A 12%</b>					\$9000,00
<b>VALOR TOTAL:</b>					\$84000,00

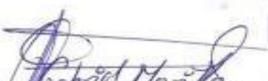
  
**ING. GABRIEL MORILLO**  
 FIRMA

Correo contacto: [gabhardsoft@outlook.es](mailto:gabhardsoft@outlook.es)  
 Teléfono de contacto: 0980633417  
 Vigencia de proforma: 30 días hábiles  
 Forma de Pago: Contra entrega  
 Tiempo de entrega: 3 días a partir de la orden de servicio requerida

### Anexo 4. Proforma del sistema de riego

 <b>LEOHARDSOFT</b> TECHNOLOGY <b>ING. MORILLO POZO JUAN GABRIEL</b>	RUC:1003463278001
	<b>PROFORMA / COTIZACIÓN</b>
Dirección: Av. Eloy Alfaro y Francisco de Orellana	Nro. 148
IMBACANNABIS INDUSTRIAL ECUADOR	RUC:1004032965001
Dirección: Yachay, Urcuquí	Teléfono:
Fecha de emisión: Quito, 05 de junio 2021	PANAMA CHICAIZA MARÍA JOSÉ SANDOVAL PONCE SANDRA ABIGAIL

ITEM	Descripción	U	Cantidad	P. Unit	V. Total
1	Sistema de riego	1	1	3000	3000
2	Sistema de germinación	1	1	3000	3000
<b>Subtotal 0%</b>					
<b>Subtotal 12%</b>					
<b>Descuento %</b>					
<b>Subtotal</b>					\$6000,00
<b>I.V.A 12%</b>					\$720,00
<b>VALOR TOTAL:</b>					\$6720,00

  
**ING. GABRIEL MORILLO**  
 FIRMA

Correo contacto: [gabhardsoft@outlook.es](mailto:gabhardsoft@outlook.es)  
 Teléfono de contacto: 0980633417  
 Vigencia de proforma: 30 días hábiles  
 Forma de Pago: crédito  
 Tiempo de entrega: 3 días a partir de la orden de servicio requerida