



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS PECUARIAS
CARRERA AGROINDUSTRIA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SNACKS DE FRUTAS DESHIDRATADAS
NARANJA Y DURAZNO”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA AGROINDUSTRIAL

AUTORA:

JANNETH MARIBEL GUAMÁN TENEMAZA

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS PECUARIAS
CARRERA AGROINDUSTRIA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SNACKS DE FRUTAS DESHIDRATADAS
NARANJA Y DURAZNO”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA AGROINDUSTRIAL

AUTORA: JANNETH MARIBEL GUAMÁN TENEMAZA

DIRECTOR: Ing. LUIS FERNANDO ARBOLEDA ALVAREZ PhD.

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Janneth Maribel Guamán Tenemaza

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Janneth Maribel Guamán Tenemaza, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados de este son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 28 de noviembre de 2022



Janneth Maribel Guamán Tenemaza
060551851-3

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS PECUARIAS
CARRERA AGROINDUSTRIA

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto de Investigación "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SNACKS DE FRUTAS DESHIDRATADAS NARANJA Y DURAZNO", realizado por la señorita: JANNETH MARIBEL GUAMÁN TENEMAZA, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Darío Javier Baño Ayala PhD. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-11-28
Ing. Luis Fernando Arboleda Álvarez PhD. DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-11-28
Ing. María Belén Bravo Ávalos PhD. ASESORA DEL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR		2022-11-28

DEDICATORIA

El presente trabajo se la dedico primero a Dios por darme la fuerza necesaria para culminar con todos mis estudios y culminar este trabajo, a mis padres Sara y Gonzalo quienes con mucho amor permitieron que cumpla una meta más, a mis hermanos Vanessa, Freddy, y Cristian por no dejarme rendirme con facilidad, y en memoria a mi abuelita Petita y mi madrina Silvia, y como no olvidar a cada uno de mis amigos de mi vida universitaria así también como a mis amigos de colegio, en especial a todos aquellos que hicieron que mi vida universitaria sea una de las mejores experiencias, a mis amigos del colegio que permitieron que esa amistad siga adelante a pesar de coger rumbos diferentes pero seguimos adelante.

Janneth

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mi agradecimiento más sincero de gratitud y reconocimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a cada uno de los docentes de la facultad de Ciencias Pecuarias y en especial a los docentes de la carrera de Agroindustria que fueron parte de mi proceso de aprendizaje, quienes con mucha dedicación y esfuerzo impartieron sus conocimientos y experiencias siendo un apoyo importante para mi formación profesional. Y de manera especial quiero agradecer al grupo GIDIPA especialmente al Ing. Luis Arboleda y a la Ing. María Belén Bravo, quienes fueron un pilar importante para guiarme en este proyecto de investigación y brindarme cada uno de sus conocimientos.

Janneth

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
RESUMEN	¡Error! Marcador no definido.
ABSTRACT.....	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.	Planteamiento del problema	3
1.2.	Limitaciones y delimitaciones.....	3
1.3.	Problema general de investigación.....	3
1.4.	Problemas específicos de investigación	3
1.5.	Objetivos	4
1.5.1	<i>Objetivo general</i>	4
1.5.2	<i>Objetivo específico</i>	4
1.6.	Justificación	4
1.6.1	<i>Justificación teórica</i>	4
1.6.2	<i>Justificación metodológica</i>	4
1.6.3	<i>Justificación practica</i>	5

CAPÍTULO II

2.	MARCO TEÓRICO.....	6
2.1.	Antecedentes de la investigación	6
2.2.	Referencias teóricas.....	6
2.2.1.	<i>Que es un plan de negocios</i>	6
2.2.2.	<i>Características de un plan de negocios</i>	7
2.2.2.1.	<i>Eficaz:</i>	7
2.2.2.2.	<i>Estructurado:</i>	7
2.2.2.3.	<i>Comprensible:</i>	7
2.2.3.	<i>Para que sirve un plan de negocio</i>	7
2.2.4.	<i>Estrategias de análisis</i>	7

2.2.4.1.	<i>Diagnóstico</i>	7
2.2.4.2.	<i>Perfil de mercado</i>	10
2.2.4.3.	<i>Perfil técnico</i>	11
2.2.4.4.	<i>Perfil económico financiero</i>	12
2.2.4.5.	<i>Técnicas estadísticas</i>	12
2.2.	Que es deshidratación	13
2.3.	Qué es snacks	13
2.4.	Snacks bañados en chocolate	13
2.5.	Características de la Naranja y durazno	14

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	15
3.1.	Enfoque de la investigación	15
3.1.1.	<i>Enfoque cualitativo</i>	15
3.1.2.	<i>Enfoque cuantitativo</i>	15
3.2.	Tipos de investigación	15
3.3.	Diseño de la investigación	15
3.3.1.	<i>Según la manipulación o no de la variable independiente</i>	15
3.3.2.	<i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i>	15
3.3.3.	<i>Tipo de estudio</i>	15
3.3.4.	<i>Métodos, Técnicas e instrumentos de investigación</i>	16
3.3.4.1.	<i>Variables</i>	16
3.4.	Técnicas e instrumentos de investigación	16
3.4.1.	<i>Encuestas</i>	16
3.4.2.	<i>Observacion directa</i>	16
3.4.3.	<i>Instrumentos</i>	16
3.4.3.1.	<i>Cuestionarios:</i>	16
3.4.3.2.	<i>Guía de observación:</i>	16
3.4.3.3.	<i>Población y muestra</i>	17
3.5.	Mediciones experimentales	17
3.6.	Esquema de la investigación	18

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	19
4.1.	Diagnóstico del entorno	19

4.1.1.	Análisis externo	19
4.1.1.1.	<i>Macro ambiente</i>	19
4.1.1.2.	<i>Factores Políticos – Legales</i>	21
4.1.1.3.	<i>Factores socio-culturales</i>	21
4.1.1.4.	<i>Factores Tecnológicos</i>	23
4.1.1.5.	<i>Factores Ambientales</i>	23
4.1.1.6.	<i>Micro ambiente</i>	24
4.1.2.1.	<i>Área de gerencia</i>	26
4.1.2.2.	<i>Área de mercadeo digital</i>	26
4.1.2.3.	<i>Área de Talento Humano</i>	26
4.1.2.4.	<i>Área de producción</i>	27
4.1.2.5.	<i>Finanzas</i>	27
4.1.2.6.	<i>Investigación y Tecnología</i>	27
4.2.	Análisis estratégico	28
4.2.1.	FODA	28
4.2.1.1.	<i>Matriz de factores internos</i>	30
4.2.1.2.	<i>Matriz de factores externos</i>	31
4.2.1.3.	<i>Matriz General Electric</i>	32
4.2.2.	Análisis e interpretación de resultados	32
4.3.	Análisis de la demanda	50
4.3.1.	<i>Demanda Actual</i>	50
4.3.2.	<i>Demanda y oferta histórica</i>	50
4.3.3.	<i>Demanda proyectada</i>	51
4.3.4.	<i>Oferta proyectada</i>	52
4.3.5.	<i>Demanda insatisfecha</i>	52
4.3.6.	<i>Mercado objetivo</i>	53
4.4.	Estudio de mercado	54
4.4.1.	<i>Segmentación del mercado</i>	54
4.4.2.	<i>Plan de marketing</i>	55
4.4.2.1.	<i>Marketing Mix</i>	55
4.5.	Estudio técnico y organizacional	59
4.5.1.	<i>Tamaño del proyecto</i>	59
4.5.2.	<i>Capacidad de producción</i>	59
4.5.2.1.	<i>Disponibilidad de recurso financieros</i>	60
4.5.3.	<i>Localización del proyecto</i>	60
4.5.3.1.	<i>Macro localización</i>	60

4.5.3.2.	<i>Micro localización</i>	61
4.5.3.3.	<i>Ponderación:</i>	62
4.6.	Ingeniería del proyecto	62
4.6.1.	<i>Descripción técnica del proceso productivo</i>	62
4.6.1.1.	<i>Recepción de la materia prima</i>	62
4.6.1.2.	<i>Clasificación de la materia prima</i>	62
4.6.2.	<i>Balance de masa</i>	65
4.6.3.	<i>Ecuaciones del balance de masa</i>	66
4.6.4.	<i>Diagramas</i>	70
4.6.4.1.	<i>Flujograma de procesos</i>	70
4.6.4.2.	<i>Diagrama de procesos PFD</i>	71
4.6.4.3.	<i>Diagrama de balance masa</i>	72
4.6.4.4.	<i>Diagrama de operaciones</i>	73
4.6.4.5.	<i>Requerimientos del proyecto</i>	74
4.7.	Propuesta administrativa	80
4.7.1.	<i>Registro único de contribuyentes (RUC):</i>	80
4.7.2.	<i>Patente</i>	80
4.7.3.	<i>Permiso</i>	81
4.7.4.	<i>Permiso</i>	81
4.8.	Razón social	82
4.9.	Direccionamiento estratégico	82
4.9.1.	<i>Misión</i>	82
4.9.2.	<i>Visión</i>	82
4.9.3.	<i>Filosofía corporativa</i>	82
4.9.4.	<i>Estructura organizacional</i>	83
4.9.4.1.	<i>Cargos y funciones</i>	83
4.9.4.2.	<i>Rol de pagos</i>	85
4.10.	Estudio financiero	86
4.10.1.	<i>Inversión</i>	86
4.10.1.1.	<i>Inversión fija</i>	86
4.10.1.2.	<i>Inversión diferida</i>	86
4.10.1.3.	<i>Capital de trabajo</i>	87
4.10.1.4.	<i>Inversión Inicial</i>	89
4.10.1.5.	<i>Estructura de capital</i>	89
4.10.1.6.	<i>Precio de venta</i>	90
4.10.1.7.	<i>Punto de equilibrio</i>	90

4.10.1.8.	<i>Presupuesto de egresos e ingresos</i>	91
4.10.1.9.	<i>Evaluación financiera</i>	99
CONCLUSIONES		103
RECOMENDACIONES		104
BIBLIOGRAFIA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Análisis Ambiental	8
Tabla 2-2:	Información de la naranja y durazno	14
Tabla 1-4:	Variación tasas de interés activas referenciales.....	20
Tabla 2-4:	Fortalezas y debilidades del Área de gerencia.....	26
Tabla 3-4:	Fortalezas y debilidades del área de mercadeo digital.....	26
Tabla 4-4:	Fortalezas y debilidades del Área de talento Humano.....	26
Tabla 5-4:	Fortalezas y debilidades del Área de producción.	27
Tabla 6-4:	Fortalezas y debilidad del área de finanzas	27
Tabla 7-4:	Fortalezas y debilidades del área de investigación y tecnología.....	27
Tabla 8-4:	Matriz resumen del FODA.....	28
Tabla 9-4:	Matriz de impacto externo	30
Tabla 10-4:	Matriz de factores internos.....	31
Tabla 11-4:	Sexo	32
Tabla 12-4:	Edad de los encuestados.....	33
Tabla 13-4:	Ingresos Mensuales.....	34
Tabla 14-4:	Consumo de frutas deshidratadas	35
Tabla 15-4:	Snacks de su preferencia.....	35
Tabla 16-4:	Tiempo de consumo de frutas deshidratadas	36
Tabla 17-4:	Motivo de su consumo	37
Tabla 18-4:	Marca de preferencia	39
Tabla 19-4:	Envase de preferencia	40
Tabla 20-4:	Presentación ideal para la compra	41
Tabla 21-4:	Donde adquiere las frutas deshidratadas	42
Tabla 22-4:	Cobertura de preferencia en frutas deshidratadas	43
Tabla 23-4:	Forma ideal para el consumo del snack.....	44
Tabla 24-4:	Precio a pagar por el snack natral	45
Tabla 25-4:	Precio a pagar por el snack bañado en chocolate	46
Tabla 26-4:	Paquetes de snack natural	47
Tabla 27-4:	Paquete de snacks bañados en chocolate.....	48
Tabla 28-4:	Medios de promoción del producto.....	49
Tabla 29-4:	Demanda actual total de snack natural	50
Tabla 30-4:	Demanda actual total de snack bañado en chocolate.....	50
Tabla 31-4:	Demanda histórica	51

Tabla 32-4:	Oferta Histórica	51
Tabla 33-4:	Demanda proyectada de snack natural	52
Tabla 34-4:	Oferta proyectada.....	52
Tabla 35-4:	Demanda insatisfecha de snack natural	53
Tabla 36-4:	Demanda insatisfecha del snack bañado en chocolate.....	53
Tabla 37-4:	Mercado objetivo de snack natural.....	53
Tabla 38-4:	Mercado objetivo proyectado para 5 años.....	54
Tabla 39-4:	Mercado objetivo de snack bañado en chocolate	54
Tabla 40-4:	Mercado objetivo de snack bañado en chocolate proyectado a 5 años	54
Tabla 41-4:	Segmentación geográfica	55
Tabla 42-4:	Segmentación demográfica	55
Tabla 43-4:	Producción de fruta fresca.....	60
Tabla 44-4:	Localización utilizando la ponderación	62
Tabla 45-4:	Balance de masa del snack natural	66
Tabla 46-4:	Balance de masa de snack bañado en chocolate	67
Tabla 47-4:	Resumen del balance de masa de snack natural	68
Tabla 48-4:	Resumen del balance de masa de snack bañado en chocolate	69
Tabla 49-4:	Terreno y edificio.....	75
Tabla 50-4:	Maquinaria y Equipos	75
Tabla 51-4:	Muebles y Enseres	76
Tabla 52-4:	Equipo de computo	76
Tabla 53-4:	Materiales e Insumo de Laboratorio.....	76
Tabla 54-4:	Equipos y útiles de oficina	77
Tabla 55-4:	Vehículo	77
Tabla 56-4:	Mano de obra directa	77
Tabla 57-4:	Mano de obra indirecta	78
Tabla 58-4:	Materia prima para snack bañado en chocolate.....	78
Tabla 59-4:	Insumo para snack natural.....	78
Tabla 60-4:	Insumos para snack bañado en chocolate	79
Tabla 61-4:	Servicios Básicos	79
Tabla 62-4:	Suministros de Limpieza.....	79
Tabla 63-4:	Gastos de Constitución	80
Tabla 64-4:	Gastos de Ventas.....	80
Tabla 65-4:	Rol de pagos de mano de obra directa.....	85
Tabla 66-4:	Rol de pagos de la nómina administrativa.....	85
Tabla 67-4:	Inversión fija para snack deshidratado	86

Tabla 68-4:	Inversión Diferida	87
Tabla 69-4:	Capital de trabajo para snack de frutas deshidratadas	87
Tabla 70-4:	Costo primo para snack de frutas deshidratadas	87
Tabla 71-4:	Costos Indirectos de Fabricación para snack de frutas deshidratadas	88
Tabla 72-4:	Gastos Administrativos	88
Tabla 73-4:	Gastos de ventas	88
Tabla 74-4:	Inversión Inicial para snacks de frutas deshidratadas	89
Tabla 75-4:	Estructura de Capital para snack de frutas deshidratadas	89
Tabla 76-4:	Amortización para snacks de frutas deshidratadas	89
Tabla 77-4:	Análisis de costos totales de snacks de frutas deshidratadas	91
Tabla 78-4:	Punto de Equilibrio de snacks de frutas deshidratadas	91
Tabla 79-4:	Egresos de snacks de frutas deshidratadas	92
Tabla 80-4:	Ingresos de snacks de frutas deshidratadas	93
Tabla 81-4:	Costo de la materia prima	93
Tabla 82-4:	Costos indirectos de fabricación	94
Tabla 83-4:	Gastos administrativos, ventas y financieros	95
Tabla 84-4:	Flujo efectivo	96
Tabla 85-4:	Estado de resultados	97
Tabla 86-4:	Balance General	98
Tabla 87-4:	Tasa mínima aceptable de rendimiento	99
Tabla 88-4:	Tasa mínima aceptable de rendimiento Global	99
Tabla 89-4:	VAN de snack natural	100
Tabla 90-4:	VAN de snack bañado en chocolate	100
Tabla 91-4:	B/C snack natural	101
Tabla 92-4:	B/C snack bañado en chocolate	101
Tabla 93-4:	Período de recuperación del capital de snack natural	101
Tabla 94-4:	PRI de snack bañado en chocolate	102

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-4:	PIB per cápita de 2017 – 2021.....	19
Ilustración 2-4:	Inflación anual de los meses de diciembre	21
Ilustración 3-4:	Evolución de la pobreza y pobreza extrema, periodo 2017 – 2022.....	22
Ilustración 4-4:	Tasa de desempleo, periodo julio 2021 – julio 2022	23
Ilustración 5-4:	Matriz General Electric	32
Ilustración 6-4:	Sexo de los encuestados	32
Ilustración 7-4:	Edad de los encuestados	33
Ilustración 8-4:	Ingresos mensuales.....	34
Ilustración 9-4:	Consumo de frutas deshidratadas	35
Ilustración 10-4:	Snacks de su preferencia	36
Ilustración 11-4:	Tiempo de consumo de frutas deshidratadas	37
Ilustración 12-4:	Motivo del consumo de frutas	38
Ilustración 13-4:	Variables a considerar al momento de la compra	38
Ilustración 14-4:	Marcas de preferencia	39
Ilustración 15-4:	Envase de preferencia.....	40
Ilustración 16-4:	Envase ideal al momento de la compra	41
Ilustración 17-4:	Lugar de compra del producto.....	42
Ilustración 18-4:	Cobertura de preferencia	43
Ilustración 19-4:	Forma de presentación del snack.....	44
Ilustración 20-4:	Precio a pagar por el snack natural	45
Ilustración 21-4:	Precio por el snack bañado en chocolate	46
Ilustración 22-4:	Paquetes de snack natural.....	47
Ilustración 23-4:	Paquetes de snacks bañados en chocolate.....	48
Ilustración 24-4:	Medios de promoción del producto	49
Ilustración 25-4:	Slogan y Logotipo de la empresa.....	56
Ilustración 26-4:	Empaque con etiqueta	57
Ilustración 27-4:	Estrategia de plaza.....	58
Ilustración 28-4:	Macro localización de la planta	61
Ilustración 29-4:	Micro localización de la planta.....	61
Ilustración 30-4:	Balance de masa de snack natural	65
Ilustración 31-4:	Balance de masa de snack bañado en chocolate	65
Ilustración 32-4:	Flujograma de snacks naturales y snacks bañados en chocolate	70
Ilustración 33-4:	Diagrama de flujo de procesos para snacks natural y bañado en chocolate	71

Ilustración 34-4:	Balance de masa de snack natural	72
Ilustración 35-4:	Balance de masa de snacks bañados en chocolate	72
Ilustración 36-4:	Diagrama de operaciones de snack natural y snack bañado en chocolate ...	73
Ilustración 37-4:	Distribución de la planta de frutas deshidratadas.....	74
Ilustración 38-4:	Estructura organizacional	83

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** ENCUESTA APLICADA
- ANEXO B:** CAPITAL DE TRABAJO PARA SNACK NATURAL
- ANEXO C:** COSTO PRIMO PARA SNACK NATURAL
- ANEXO D:** COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN PARA SNACK NATURAL
- ANEXO E:** INVERSIÓN INICIAL PARA SNACK NATURAL
- ANEXO F:** ESTRUCTURA DE CAPITAL PARA SNACK NATURAL
- ANEXO G:** AMORTIZACIÓN PARA SNACK NATURAL
- ANEXO H:** ANÁLISIS DE COSTOS TOTALES DE SNACK NATURAL
- ANEXO I:** PUNTO DE EQUILIBRIO DE SNACK NATURAL
- ANEXO J:** EGRESOS DE SNACK NATURAL
- ANEXO K:** INGRESOS DE SNACK NATURAL
- ANEXO L:** COSTO DE LA MATERIA PRIMA DE SNACK NATURAL
- ANEXO M:** COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN DE SNACK NATURAL
- ANEXO N:** GASTOS ADMINISTRATIVOS, VENTAS Y FINANCIEROS DE SNACK NATURAL
- ANEXO O:** FLUJO EFECTIVO DE SNACK NATURAL
- ANEXO P:** ESTADO DE RESULTADOS DE SNACK NATURAL
- ANEXO Q:** BALANCE GENERAL DE SNACK NATURAL
- ANEXO R:** RECEPCIÓN DE FRUTAS
- ANEXO S:** LAVADO Y DESINFECCIÓN
- ANEXO T:** PELADO Y TROCEADO
- ANEXO U:** PESO DE LA MERMA
- ANEXO V:** AGREGAMOS EN LAS REJILLAS
- ANEXO W:** DESHIDRATACIÓN
- ANEXO X:** PESO DE LA DESHIDRATACIÓN

RESUMEN

Dentro de la zona 3 del Ecuador la alta postcosecha, la presencia de intermediarios, y otros factores ha generado una gran pérdida de fruta a lo largo del tiempo, siendo el mayor perjudicado el productor, por lo tanto como objetivo de la presente investigación fue realizar un estudio de factibilidad para comercializar snacks de fruta deshidratada de durazno y naranja, la metodología que se aplicara dentro de este estudio es el enfoque cualitativo y cuantitativo, dentro del desarrollo de la investigación se utilizaron análisis internos y externos, como el PESTEL (Factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales) y el FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas), seguido de ello, la investigación cuenta con un análisis de mercado, analizando la oferta y demanda, donde se aplicara el estudio del marketing mix, utilizando las "4p" (producto, precio, plaza, promoción), se desarrolló un estudio técnico donde identificaremos la capacidad que la empresa tendrá, así mismo se identificara una macro y micro localización, se observaran diagramas donde se identificara el proceso de elaboración de snacks de frutas deshidratadas, para el análisis económico financiero utilizaremos indicadores como es la Tasa Interna de retorno (TIR), Valor actual Neto (VAN) y Beneficio-Costo (B/C). Mediante esta metodología se determinó que la empresa es completamente viable dentro de la zona 3 cumpliendo con los estándares de demanda, generando un gran ingreso a la empresa. En ese contexto se concluye que la tasa minima de rendimiento de la empresa es de un 18,83%, un valor actual neto de \$114.500,11, una tasa interna de retorno para snack natural del 28% y para snack bañado en chocolate de 35% y una relación de beneficio costo de \$1,15 para snack natural y \$1,19 para snack bañado en chocolate, teniendo un periodo de recuperación de 3 años.

Palabras claves: <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <ANALISIS ECONOMICO>, <ESTUDIO TECNICO>, <DURAZNO>, <NARANJA >.



0790-DBRA-UPT-2023

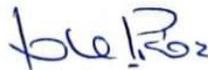
[Firma]
25-05-2023

ABSTRACT

In zone three of Ecuador, the high post-harvest, the presence of intermediaries, and other factors have caused a significant fruit loss over time. The most affected has been the producer. Therefore, this research aimed to conduct a feasibility study to put peach and orange-dried fruit snacks on the market. A qualitative and quantitative methodology has been applied in addition to an internal and external analysis such as PESTEL (political, economic, social, technological, environmental, and legal factors) and SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats) followed by a market analysis of the supply and demand. The study of the marketing mix was applied using the "4p" (product, price, place, promotion), and a technical study was developed where the company's capacity was analyzed. A technical study was developed where the company's capacity, macro and micro-location, and diagrams were observed, and the process of elaborating dehydrated fruit snacks was identified. For the economic and financial analysis, indicators such as the Internal Rate of Return (IRR), Net Present Value (NPV), and Benefit-Cost (B/C) were used to determine that the company is entirely doable in zone three since it meets the demand standards and generates considerable income for the company. In this context, it is concluded that the minimum rate of return of the company is 18,83%, a net present value of \$114.500,11, an internal rate of return for natural snacks of 28% and for chocolate dipped snacks of 35%, and a benefit-cost ratio of \$1,15 for a natural snack and \$1,19 for chocolate dipped snack in a payback period of 3 years.

Keywords: <FACTIBILITY STUDY>, <ECONOMIC ANALYSIS>, <TECHNICAL STUDY>, <CHOCOLATE DIP>, <ORANGE>.

0790-DBRA-UPT-2023



Dra. Gloria Isabel Escudero Orozco MsC.

0602698904

INTRODUCCIÓN

En la actualidad Ecuador un al ser un país que cuenta con una amplia variedad de frutas y verduras, ha permitido que las industrias alimentarias crezcan y se desarrollen con el paso del tiempo, cumpliendo las necesidades que el consumidor, es así como se busca que las industrias de hoy en día generen alimentos más naturales, y que estos llamen la atención de los clientes.

Al desarrollarse una industria de alimentos se busca utilizar todos los recursos necesarios para entregar productos de calidad, es así como en los últimos años los consumidores han ido buscando nuevos productos que sean llamativos, y tengan beneficios para su salud, viéndose como una nueva oportunidad de un nuevo negocio.

El siguiente proyecto de investigación tiene como fin crear una empresa de frutas deshidratadas, considerando que las materias primas a trabajar son la naranja y el durazno, y ambas frutas se encuentran en la zona 3 del Ecuador, así mismo se tiene en cuenta que dentro de la cadena de comercialización los agricultores han presentado ciertas barreras para debido a la fluctuación de precios, intermediarios, postcosecha, cambios climáticos, recibiendo precios por debajo del costo de producción, con el estudio de factibilidad se buscara mejor la cadena de valor que se debe realizar a estos productos.

Dentro del análisis que se realizaran encontramos análisis internos y externos que nos permitirán identificar las situaciones que una empresa puede atravesar, considerando las ventajas y desventajas que a lo largo del tiempo se pueden presentar, el diagnóstico es el primer paso que se debe realizar para tener más confianza para implementar el proyecto, seguido de ello se realiza un estudio de mercado conociendo la demanda y oferta actualmente que la industria tiene, y analizando si el producto que se va a ofrecer es aceptado por el consumidor, para obtener dicha información se implementa una encuesta a un grupo de personas que son la muestra a estudiar.

Una vez realizado un estudio de mercado, se procede a realizar un estudio técnico con el fin de obtener una localización adecuada para implementar la planta, y así mismo cuenta con todas las condiciones adecuadas para que el producto llegue a sus cliente, por otro lado se busca identificar la capacidad de producción que va a llegar a tener la empresa en un tiempo determinado, por otro lado se establecen todos los requerimiento como maquinaria, equipos, mano de obra, y recursos aptos para ejecutar en la planta de frutas deshidratadas.

Para desarrollar el estudio económico financiero del proyecto se utiliza indicadores financieros que nos permiten ver que el proyecto sea viable, dentro de dichos indicadores está el VAN, TIR, PRI, y B/C, viendo los beneficios que nos generar la planta de frutas deshidratadas.

Por último, el desarrollo de este estudio de factibilidad tiene como finalidad mejorar la cadena de valor de frutas deshidratadas, teniendo como nuevo producto frutas deshidratadas bañadas en chocolate que se comercializaran en la zona 3 del Ecuador, mejorando la comercialización de estas frutas, así mismo abriendo las plazas de trabajo a comerciantes tanto pequeños y medianos para que sus productos sean utilizados de la mejor manera. Este proyecto es por medio del grupo de investigación GIDIPA-ESPOCH, que se encarga de mejorar proceso y el desarrollo de productos agroindustriales, mejorando la población de la zona 3.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Dentro de la zona 3 del Ecuador la cadena de comercialización de la naranja y el durazno ha sido desvalorada por la presencia de intermediarios y la alta competencia que existe en el mercado, así mismo la alta producción y los cambios climáticos ha generado que los productores pierdan el producto, de tal manera en la zona 3 se desarrolla un estudio de factibilidad para comercializar snacks naturales y bañados en chocolate a base de estas materias primas

1.2. Limitaciones y delimitaciones

El presente trabajo de investigación se desarrollará en la zona 3 que incluye las provincias de Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza, en la cual tendrá la una duración de 60 días.

Para realizar la investigación se consideraron datos verídicos que es un factor importante de la limitación, así mismo se utilizará productos de la misma zona en este caso será la naranja y durazno.

1.3. Problema general de investigación

¿Es posible realizar un estudio de factibilidad para comercializar snack natura y snack bañado en chocolate en la zona 3 del Ecuador?

1.4. Problemas específicos de investigación

¿Cómo se encuentra la situación actual de la naranja y durazno de la zona 3 del Ecuador?

¿El estudio de factibilidad es una buena propuesta para la comercialización de snacks de frutas deshidratadas en la zona 3 del Ecuador?

¿El estudio técnico es apto para determinar el tamaño, localización e ingeniería de la planta productora de frutas deshidratada?

¿Cómo se encuentra la situación financiera para la planta de frutas deshidratadas?

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Diseñar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de snacks de frutas deshidratadas durazno y naranja en la zona 3 del Ecuador.

1.5.2 Objetivo específico

- Diagnosticar la situación del sector productivo de frutas deshidratadas en la zona 3 del Ecuador.
- Desarrollar una propuesta de mercadeo para la comercialización de snack natural y snack bañado en chocolate con frutas deshidratadas.
- Elaborar un estudio técnico para determinar tamaño, localización e ingeniería de una planta procesadora de deshidratación.
- Establecer un estudio económico financiero que permita la evaluación financiera del proyecto de una planta procesadora de snack natural y snack bañado en chocolate con frutas deshidratadas.

1.6. Justificación

1.6.1 Justificación teórica

El presente trabajo de investigación se realizó con el fin de realizar un estudio de factibilidad para crear una empresa de frutas deshidratadas, con la aplicación de estudios teóricos, técnicos, administrativos, económicos y financieros que garantice la estabilidad de la empresa a un largo tiempo generando ingresos beneficiosos para la misma y generando un aporte económico para la zona 3 del Ecuador, este proyecto servirá para complementar las investigaciones futuras para la creación de nuevas empresas.

1.6.2 Justificación metodológica

Al implementar un estudio de factibilidad será necesario aplicar un estudio económico financiero, donde nos permita identificar desde un marketing mix, hasta las diferentes variables que nos permitirán identificar si las estrategias de comercialización son las adecuadas logrando cubrir la demanda insatisfecha del mercado.

1.6.3 Justificación practica

Al realizar un estudio de factibilidad se pretende cubrir la demanda que actualmente se tiene en la zona 3, para posteriormente lograr cubrir la demanda de otras provincias y que el número de ventas aumente significativamente dentro de la empresa logrando alcanzar grandes objetivos.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

La zona 3 es considerada como centro productivo debido al gran aporte economía que genera, es por ello por lo que esta se clasifica en 3 ejes:

- 1) El sector agropecuario está centrado en el sector rural.
- 2) La producción manufacturera ha sido de gran ayuda para el consumo tanto nacional y local.
- 3) El ultimo es el turismo, ya que presentan más del 50% de las actividades que se realizan dentro de la zona 3 de acuerdo con (Zonales, 2017, p. 6).

Según (Sánchez, 2018, pp. 4-6) menciona que la principal actividad económica dentro de la zona 3 es la agricultura, ganadería, silvicultura, la segunda actividad con más aportación económica es la pesca, en los periodos del 2014 -2019 la zona 3 mostro un promedio de 6% del PIB de la producción nacional y para el 2020 se estima un incremento del 9% del PIB, dentro del estudio la zona con mayor aportación económica es la provincia de Tungurahua en los años del 2018-2019, descartándose la manufactura como principal actividad, seguido de ello entre los años del 2014-2017 la provincia de Chimborazo es la segunda provincia que predomina en el soporte de la economía del Ecuador, las actividades de construcción y agricultura son las más destacadas, pero en los años 2018-2019 Cotopaxi es la que ocupa ese segundo lugar. Así mismo las empresas pequeñas, medianas y grandes han tenido un gran aporte a la economía del país, ya que en el año 2020 las microempresas registraron un monto de \$63,504,54.

2.2. Referencias teóricas

2.2.1. *Que es un plan de negocios*

Según (Lloreda, 2015, p. 13) un plan de negocios es aquel proyecto donde se genera la creación de una compañía que tiene su inicio desde la generación de la idea, así mismo este es un proceso de estudio y organización que llevara a determinar la variabilidad del proyecto y la distribución de la futura empresa.

2.2.2. Características de un plan de negocios

Un estudio de factibilidad permite analizar desde la viabilidad de la empresa, sus inicios y cómo lograr la financiación es por ello por lo que debe contar con las siguientes características:

2.2.2.1. *Eficaz*: debe contar con la información que sirva para realizar un análisis profundo que me permita identificar los alcances para poner en marcha el proyecto.

2.2.2.2. *Estructurado*: debe tener una estructura simple y clara que me permita guiarme con facilidad.

2.2.2.3. *Comprensible*: debe estar redactado con facilidad y claridad, debe contar con una terminología clara y conceptos muy técnicos, y fácil de comprender (Lloreda, 2015, p. 19).

2.2.3. Para que sirve un plan de negocio

Un plan de negocios es un instrumento que nos permite planificar actividades, definir objetivos, como lograrlos y en qué tiempo cumplirlos, con el fin de ver la viabilidad del negocio lo indica (Castillejo, 2015, p. 14).

2.2.4. Estrategias de análisis

2.2.4.1. Diagnóstico

Análisis Ambiental: según (Benítez, 2019, p. 3) en análisis PESTEL, es una herramienta que permite comprender los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos legales y ambientales, que mide el potencial y la situación actual de la empresa que a su vez permite entender y tomar decisiones.

Tabla 1-2: Análisis Ambiental

Factores	Empresa 1	Empresa 2
Políticos	Dicho factor es de carácter nacional, local, etc., las políticas pueden afectar positiva o negativamente al negocio.	Los factores políticos muestran la situación actual de la macro y micro localización y el efecto que causa sobre las empresas.
Económicos	Hace referencia a los sueldos, tasas de interés, aranceles, etc. que están ligados a gobiernos actuales, y tanto factores económicos y políticos pueden generar cambios que afecten a nuestro negocio.	Esto implica los diversos factores que puede mover la economía, y busca encontrar estrategias que se ajusten a los cambios de la situación de las empresas.
Sociales	Es de gran importancia ya que este factor nos permite tomar decisiones debido a las preferencias que la sociedad refleja, así mismo la toma de decisiones ayudara a la disposición del producto.	Cada país trabaja de acuerdo con las actitudes de los ciudadanos es por ello por lo que los factores sociales pueden afectar al mercado del producto.
Tecnológicos	Este es uno de los factores que más difícil sea de comprender debido a que la tecnología está en constante cambio, además la tecnología puede dar giros positivos y negativos para el futuro de la empresa. (Yu Villao et al., 2019, pp. 22-23)	La tecnología está en constante desarrollo, es por ello por lo que las empresas deben estar listas y preparadas para sufrir cambios.

Ambientales	N/A	Los cambios climáticos pueden afectar a la reacción de los consumidores y especialmente a empresas en el ámbito agrícola.
Legales	N/A	Cada cierto tiempo los ámbitos legislativos se cambian, es por ello por lo que las industrias se ven en la necesidad de adaptarse. (Amán, 2021, pp. 9-10)

Fuente: (Amán, 2021, pp. 9-10), (Yu Villao et al., 2019, pp. 22-23)

Elaborado por: Guamán Janneth, 2022.

Análisis SWOT o FODA: las letras FODA, significa fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, este instrumento realiza un análisis interno y externo de la empresa, en la parte interna se analiza las fortalezas y débiles, y en el ambiente externo las amenazas y oportunidades (González, 2016, p. 70).

Matriz interna y externa: La matriz es un bosquejo de 9 cuadrantes que nos permite identificar los factores externos e internos que influyen sobre la empresa y estos al contar con una columna de valoración, y al cruzarse muestran una ubicación de las casillas y permiten identificar proyecciones futuras como si el proyecto va a crecer, va a mantenerse o este debe salir (Castillo Maradiaga et al., 2018, p. 51).

Misión: la misión manifiesta ser la razón de la empresa, el propósito, el motivo del porque existe, en la misión se define la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar (Bóveda et al., 2015, p. 13).

Visión: hace referencia a lo que se desea llegar o construir y permita orientar a los miembros de la empresa lo que se deseó como objetivo (Bóveda et al., 2015, p. 13).

Filosofía corporativa: son un conjunto de elementos que nos permiten alcanzar objetivos comerciales y así mismo fortalecer las relaciones con el exterior (Master, 2020).

2.2.4.2. Perfil de mercado

Segmento del mercado a estudiar: la técnica de aislar consiste en separar segmentos en función de las necesidades que estas presenten, en la segmentación se agrupan por medio de variables como edad, sexo, estado civil, número de hijos, ingresos, etc. (Martínez Sánchez et al., 2010, pp. 191-193).

Marketing mix: el marketing mix son conjunto de herramientas que nos permiten cumplir con los objetivos planteados y este ocupa cuatro instrumentos: productos, precio, plaza y promoción (García Martínez et al., 2014, p. 13).

Producto: el producto hace referencia al servicio o bien que la empresa está dispuesta a ofrecer, aquí el producto satisface la necesidad de los consumidores.

Precio: el precio es la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar por el producto que se le ofrece, el precio debe ser aceptado por el consumidor, he incluso muchas veces se tendrá que optar por descuentos, con el fin de atraer a más clientela.

Plaza: respecta al lugar y como se va a vender el producto, esto será un aspecto muy importante ya que de esto dependerá que tan aceptado o no puede llegar a ser, así mismo este debe estar cerca del consumidor para obtener más posibilidades de adquirirlo.

Promoción: dentro de la promoción se encontrará tanto la publicidad y la estrategia promocional que se aplicará, logrando captar la atención del consumidor, y estimular el proceso de compra del producto.

Esquema de comercialización: el esquema de comercialización o los canales de comercialización son de gran importancia para la tener éxito dentro de nuestra empresa, aquí se considera que los canales de distribución pueden ser cortos o los según la producción que se tiene (Martínez Sánchez et al., 2010, p. 178).

Competidores a considerar: se considera competencia a las empresas que se desarrollan dentro del mismo ambiente que la tuya, estas se identifican competidores directos y potenciales de la empresa y aquí se identifican las amenazas que pueden impedir el éxito dentro de la empresa, lo menciona (Rodríguez et al., 2021, p. 51).

Mercado meta: el mercado meta son un grupo de compradores que permitirán segmentar el mercado y conocer de mejor manera las necesidades de los clientes de acuerdo con (Oporte Duarte et al., 2018, p. 46).

Productos sustitutos y complementarios a considerar: según (Girón, 2017, p. 150) los bienes sustitutos son aquellos bienes o productos que se pueden reemplazar con facilidad, mientras que los bienes complementarios son aquellos bienes que nos van ayudar a complementar nuestro bien y ayudan a vender con mayor facilidad.

2.2.4.3. Perfil técnico

Tamaños potenciales: se implementará un diseño arquitectónico donde identificaremos el área total del terreno donde se colocará la planta de deshidratación, la misma que constará con diversas áreas para cumplir con el proceso de deshidratación.

Macro y micro localización: la macro localización de nuestro proyecto será toda la zona 3 es decir 4 provincias Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza, y la micro localización serán las empresas que estarán dentro de la zona 3.

Proceso de producción (deshidratación): según (Nutricional, 2015, p. 5), la deshidratación es un proceso de conservación que consiste en aplicar calor y tiempo controlado a un alimento para eliminar el agua de este y evitar la contaminación por microorganismos y alargar la vida útil del alimento.

Balance: dentro de los balances a utilizar en la investigación son dos, balances de masa donde identificaremos pérdidas y ganancias y desperdicios, dándonos paso para desarrollar los balances de costo y viceversa.

Diagramas: se realizó diagramas de flujos con el fin de tener un mejor entendimiento al proceso de deshidratación y bañado de chocolate.

Perfil organizacional (organigrama de tercer nivel): toda empresa debe constar con un perfil organización, donde se identifiquen las autoridades, sus respectivos cargos, y las tareas que deben cumplir.

2.2.4.4. Perfil económico financiero

Inversión: de acuerdo con (Quaranta, 2020, p. 77), la inversión es el conjunto de bienes o recursos que requiero para construir mi empresa en un tiempo determinado.

Estado de situación inicial: el estado de situación inicial es identificar como se encuentra la empresa, específicamente como se encuentra el patrimonio de la empresa.

Estado de resultados: se identifica las ganancias y pérdidas que se tendrá en el plan de negocios.

Flujo de caja: en el flujo de caja se identificará los ingresos y egresos de la empresa mediante un informe financiero, y esto será de un cierto tiempo.

Posibles estructuras de financiamiento: las posibles estructuras de financiamiento es el financiamiento propio, con el dinero que cuento en ese momento, o a su vez este puede haber sido un financiamiento prestado.

Expectativas mínimas de rentabilidad: son proyecciones de cuanto espero ganar en un cierto tiempo, o a largo plazo.

TIR/VAN/beneficio-costo: según (Quaranta, 2020, p. 92), el VAN es un método donde me da resultados que son referidos como valores monetarios, el TIR, me permite identificar la viabilidad del proyecto, este evalúa el proyecto por medio de un coeficiente. El costo beneficio me permitirá identificar cuanto voy a ganar por cada unidad producida o vendida.

2.2.4.5. Técnicas estadísticas

Media: es el promedio de un conjunto de datos para el cálculo se suma y se divide para la cantidad de números utilizados

Moda: es el valor que mayormente se repite dentro del estudio y este nos mostrara lo que más se usa o lo que tiene mayor frecuencia.

Rangos (mínimos y máximos): identificaremos valores altos y bajos dentro de nuestra población a estudiar.

2.2. Que es deshidratación

La deshidratación es un proceso donde los alimentos se someten a temperaturas y tiempos controlados, con el fin de eliminar el contenido de agua por completo, y logrando concentrar los nutrientes que se encuentran en dichos alimentos, y mejorando la vida útil de los mismos (Zuleta, 2004, p. 72).

2.3. Qué es snacks

Los snacks son alimentos que van a depender mucho de la forma de preparar y de los ingredientes que se utilicen dentro de su elaboración, muchas veces confundimos los snacks con comida chatarra de acuerdo con (Cajamarca et al., 2012, p. 17).

2.4. Snacks bañados en chocolate

El consumo de chocolate junto con los frutos secos, ha llegado a ser un alimento premium debido a la calidad y al sabor que se adquiere, además las personas prefieren consumir este tipo de productos no solo por el hecho de considerar un detalle, sino porque en los últimos tiempos el cuidado de la salud ha generado grandes cambios (Itac Professional, 2022).

2.5. Características de la Naranja y durazno

Tabla 2-2: Información de la naranja y durazno

Fruta	Composición	Tiempos y temperaturas de deshidratación
Naranja	Dentro de la naranja se destaca el elevado contenido de agua, la vitamina C, el ácido fólico y minerales (potasio, magnesio y calcio), la cantidad de fibra que se encuentra dentro de la naranja es apreciable, especialmente la parte blanca la pulpa y la corteza es por ello por lo que su consumo es favorable para el intestino, lo menciona, (Rico 2017, pp. 44-45).	Según (Guevara Pérez et al.,2008, p. 81), en el proceso de deshidratación la temperatura apta para deshidratar naranja oscila en la temperatura de 40°C-70°C por 20 horas, pero para mantener la calidad del producto, tener la retención de ácido ascórbico y reducir el pardeamiento se recomienda trabajar con 40°C.
Durazno	El durazno como fruto, posee una composición media formada por: agua en un 77- 90%, azúcares totales de 6 al 16%, proteínas alrededor del 0,3-0,9%, grasa tan sólo 0,1%, ácidos (meq/100 g) del 14 al 17, pectina (pectato cálcico) 0,6-1%, cenizas en un 0,3-0,6% y fibra del 0,3 al 1,4% (Quiñones, 2015, p. 21).	Según (Cabascango, 2018,p. 16) la deshidratación del durazno, se debe dar a una temperatura entre 40 y 50°C por un tiempo de 15 horas.

Fuente: (Rico, 2017, pp. 44-45), (Quiñones,2015, p. 21), (Guevara Pérez et al., 2008, p. 81), (Cabascango, 2018, p. 16)

Elaborado por: Guamán Janneth, 2022

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de la investigación

3.1.1. *Enfoque cualitativo*

La investigación cualitativa se basa en analizar y comprender los fenómenos que se encuentran en el ambiente y a su alrededor y estos deben estar dentro de la zona estudiada (Bejarano, 2016, p. 3).

3.1.2. *Enfoque cuantitativo*

Esta investigación se basa en estudiar números estadísticos, obtenidos por medio preguntas específicas a una población, para realizar su respectivo análisis (Bernal, 2010, p. 76).

3.2. Tipos de investigación

- ❖ Investigación descriptiva
- ❖ Investigación cualitativa
- ❖ Investigación cuantitativa
- ❖ Investigación de campo
- ❖ Investigación bibliográfica o documental

3.3. Diseño de la investigación

3.3.1. *Según la manipulación o no de la variable independiente*

No experimental

3.3.2. *Según las intervenciones en el trabajo de campo*

Trabajo de campo: Zona 3 del Ecuador

3.3.3. *Tipo de estudio*

Estudio documental

Estudio de campo

3.3.4. Métodos, Técnicas e instrumentos de investigación

3.3.4.1. Variables

Independiente: Plan de negocios

Dependiente: Factibilidad

3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

3.4.1. Encuestas

Las encuestas son instrumentos que nos permiten recolectar una serie de datos a un grupo de personas, en este proceso de investigación se busca recopilar información de calidad con el propósito de aclarar ciertos asuntos, y que este nos acceda hacer su respectivo análisis (López et al., 2015, pp. 8-9).

3.4.2. Observación directa

En la observación directa el investigador llega a tener la información directamente de la población de estudio lo menciona (González, 2021, p. 63).

3.4.3. Instrumentos

3.4.3.1. Cuestionarios:

Son herramientas de cogida de datos donde normalmente se utilizan para labores de investigación científica, estos consisten en una serie de preguntas enumeradas a la cual el encuestado debe responder, aquí se procura que las preguntas sean de modo cerrado para obtener datos mucho más precisos (González, 2021, p. 63).

3.4.3.2. Guía de observación:

Este es un elemento que permite que el entrevistador esté presente en el objeto de estudio y pueda obtener una recolección y obtención de datos para su respectivo análisis (Bola, 2021, p. 1).

3.4.3.3. Población y muestra

La presente investigación se realizará considerando la población de la zona 3 la cual cuenta con un universo de 1.657.529 habitantes, de las cuales solo se considerará a las personas económicamente activas (PEA) a partir de los 15 años hasta los 64 años de ambos sexos (femenino y masculino) de clase media baja, media y media alta, equivaliendo a un 61% de la población a 1.016.162 de habitantes en la zona 3. (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

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

En donde:

n= el tamaño de la muestra

N= tamaño de la población (1.016.065)

Z= es una constante que depende del nivel de confianza

d²= precisión (error máximo admisible)

p= probabilidad de éxito o proporción esperada

q= tamaño de la muestra

De acuerdo con la población económicamente activa de la zona 3 realizando el cálculo respectivo, considerando un error del 5% obteniéndose las encuestas a realizar.

$$n = \frac{1.016.065 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 \times (1016065 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 384$$

Según el modelo estadístico aplicado se determinará que serán 384 los clientes potenciales ha encuestar.

3.5. Mediciones experimentales

- Diagnósticos (FODA y PESTEL)
- Perfil de Mercado
- Perfil técnico
- Perfil económico financiero
- Técnicas estadísticas

3.6. Esquema de la investigación

- Identificación de materia prima en la zona 3
- Planteamiento de la encuesta
- Recolección y tabulación de datos
- Análisis de potenciales mercados
- Determinación de la demanda insatisfecha
- Desarrollo de Marketing Mix
- Determinación del tamaño y volumen de producción
- Identificación de macro y Micro localización
- Diagramación de procesos
- Determinación de balances
- Cálculo de la inversión
- Determinación de costos de producción
- Elaboración del estado de resultados
- Proyección del flujo de fondos
- Cálculo de indicadores

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Diagnóstico del entorno

En esta parte del estudio se analizará cuáles son los factores que actúan e influyen directamente en un modelo para implementación de una planta de snacks de frutas deshidratadas en la zona 3 del Ecuador.

4.1.1. Análisis externo

4.1.1.1. Macro ambiente

PIB

El Producto Interno Bruto al ser un indicador de crecimiento material del país nos permite identificar los bienes y servicios producidos durante un cierto tiempo, es así como el Banco Central del Ecuador menciona que la economía del Ecuador creció en un 3,8% en el primer trimestre del 2022, a comparación del año anterior alcanzando un PIB del 3,55%, el incremento del PIB se debe gracias al plan de vacunación implementada por el gobierno, logrando recuperarse las industrias alimentarias, petroleras y más (Banco Central del Ecuador, 2021, p. 1).

PIB Per capital nos permite cuantificar el nivel de riqueza material de un país, con esto se observa que en el 2021 ha incremento un 5% con respecto al 2020.

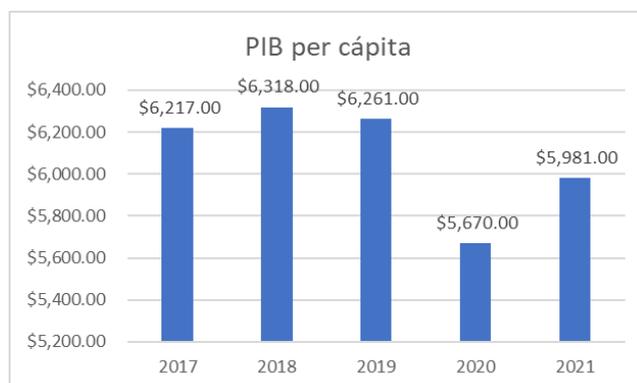


Ilustración 1-4: PIB per cápita de 2017 – 2021

Fuente: (Banco Central el Ecuador, 2022)

Tasas de interés

Las tasas de interés en Ecuador son estipuladas por el Banco Central es por ello que para el 2021 las tasas de interés cayeron de un 17,3% a un 16%, así mismo las tasas de interés volvieron a caer en marzo del 2022, la mayor caída de tasas de interés se dio en la sección de microcrédito minorista, prestamos que se otorgan a clientes que presentas ventas de 5000 o menos, esto paso de 28,5% en mayo del 2021 a 19,8% de marzo del 2022, esto es debido a la alta competencia que existe entre instituciones quienes oferta este tipo de créditos.

En cuanto a las tasas de interés de consumo así mismo se vio afectada ya que bajo de 17,3% a un 16% entre mayo de 2021 y marzo de 2022, incluso se tuvo instituciones financieras que dan prestamos en tasas preferenciales entre un 12 y 14% (Orozco, 2022, p. 1).

Tabla 1-4: Variación tasas de interés activas referenciales

Segmento	Mayo 2021	Marzo 2022	Variación
Microcrédito minorista	28,50%	19,81%	-8,69%
Microcrédito acumulación simple	25,50%	20,38%	-5,12%
Microcrédito acumulación ampliada	23,50%	19,76%	-3,74%
Productivo corporativo	9,33%	7,23%	-2,10%
Educativo social	7,50%	5,49%	-2,01%
inmobiliario	11,33%	9,34%	-1,99%
Productivo Pymes	11,83%	9,34%	-1,89%
consumo	17,30%	15,98%	-1,32%
Productivo empresarial	10,21%	9,04%	-1,17%
Inversión publica	9,33%	8,28%	-1,05%
educativo	9,50%	8,58%	-0,92%
Vivienda de interés publico	5,99%	4,98%	-0,01%

Fuente: (Orozco, 2022, p. 1).

Inflación

La inflación es un indicador que nos permite ver la variación precios a nivel general. La inflación en el mes de diciembre del 2021 con respecto a noviembre fue en un 0,07%, mientras que la inflación anual de diciembre del 2021 llego a 1,94% mientras que en el 2020 fue -0,93%. mientras que la canasta familiar básica llego alcanzar en 719,65\$ mientras que el ingreso mensual de un hogar fue de 746,67\$ llegando a representar un 103,45% (Vera, 2021, p. 6).

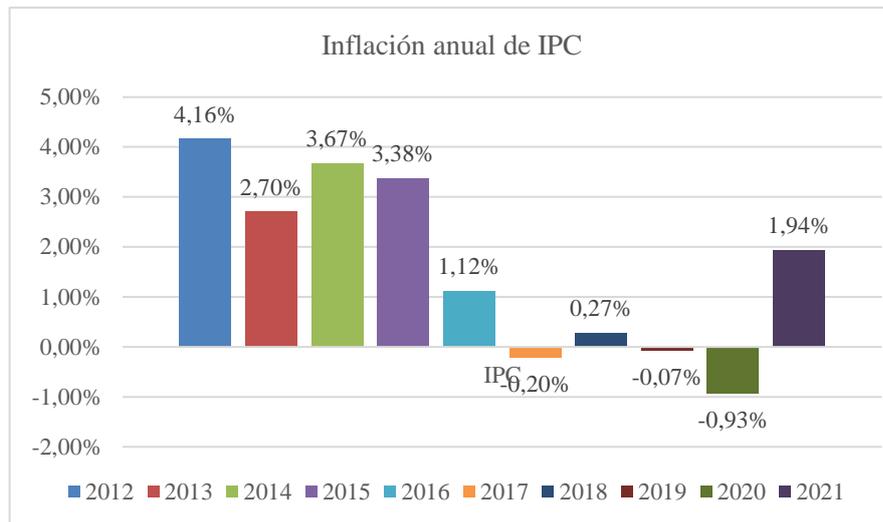


Ilustración 2-4: Inflación anual de los meses de diciembre

Fuente: (Vera, 2021, p. 6)

4.1.1.2. Factores Políticos – Legales

Existen las leyes y reglamentos encargados a promover una competencia justa entre las empresas, garantizando que los mercados cuenten con productos con calidad e inocuidad garantizando el bienestar del consumidor.

Por otra parte, la Agencia Nacional de Regulación, control y vigilancia sanitaria (ARCSA), los alimentos procesados deben contar con una notificación sanitaria para poder ser comercializados dentro de un territorio nacional, sin embargo, para lograr obtener ese tipo de notificación sanitaria se requieren de varios requisitos que se encuentran en las normas Inen.

Durante la pandemia del Covid-19 el ARCSA realizó varios controles por lo cual reforzó los controles sanitarios a diversos lugares con el fin de verificar que se distribuyan alimentos con registro sanitario y fechas e elaboración y caducidad vigentes, así mismo entregó varias notificaciones sanitarias para pequeños emprendimientos que surgieron en la pandemia, es así como es en las provincias del Azuay, Cañar y Morona Santiago el ARCSA entregó alrededor de 30 notificaciones sanitarias para snacks, frutos secos, aceite de coco prensado etc. con el fin de regularizar sus productos cumpliendo con todos los requisitos (ARCSA, 2020, p. 1).

4.1.1.3. Factores socio-culturales

Pobreza

La pobreza es un factor que delimita a un grupo de personas a satisfacer todas sus necesidades de una manera adecuada. Para junio del 2022 se registra una pobreza por ingreso a nivel nacional de

un 25%, mientras que en la pobreza de la zona urbana se registra un 16,7% y de la zona rural de 42,9%, mientras que una pobreza extrema a nivel nacional de un 10,7%, en cuanto a la zona urbana se registra una pobreza de 5,2% y en el área rural de 22,7%. Siendo las zonas más afectadas las zonas rurales del Ecuador, esto es debido a la desigualdad de ingresos que se generan (ENEMDU, 2022, p. 4).

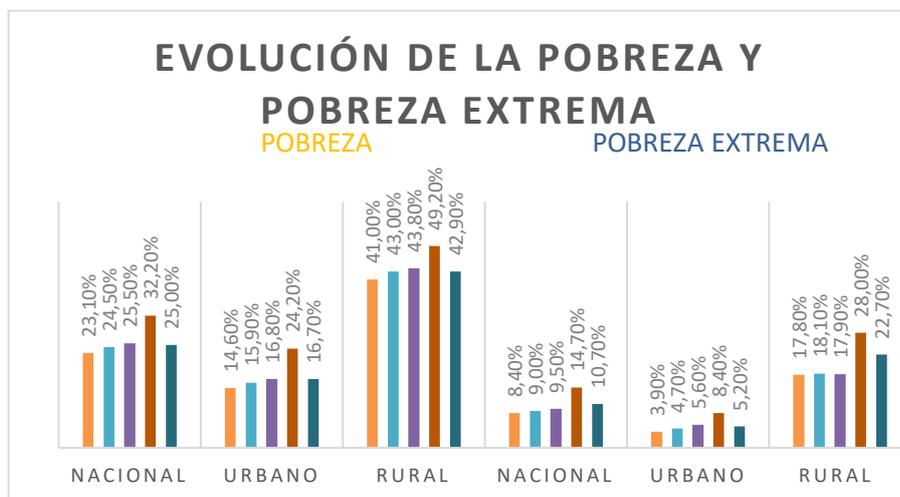


Ilustración 3-4: Evolución de la pobreza y pobreza extrema, periodo 2017 – 2022

Fuente: (ENEMDU, 2022, p. 4)

Nivel socioeconómico

Mediante la encuesta realizada por el INEC a las diferentes ciudades del país Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Machala se pudo identificar grupos económicos considerando características como la vivienda, educación, economía, bienes, tecnología, y hábitos de consumo de las personas, dando como resultado 5 estratos sociales nivel A con el 1,9%, nivel B con un 11,2%, nivel C+ con un 22,8%, nivel C- con un 49,3%, y nivel D con el 14,9% (INEC, 2011).

El crecimiento poblacional del Ecuador

De acuerdo con los datos obtenidos por el INEC, Ecuador cuenta con 18.252.036 habitantes actualmente, siendo el 50,1% de población masculina y 49,9% de población femenina, (INEC, 2019) Quito en el 2020 será una de las ciudades más habitadas en el Ecuador, seguido de ello será Guayaquil y con menor población y en tercer lugar será el Oro (INEC, 2013, p. 1).

Crecimiento poblacional de la zona 3 del Ecuador

Dentro de la zona 3 del Ecuador se encuentran Tungurahua, Pastaza, Cotopaxi y Chimborazo, cuenta con 1.657.529 habitantes lo que corresponde a un porcentaje de 9,9% de la población

nacional donde se encuentra representado a un 38,5 % de la zona urbana y el 62,5% representa a la zona rural donde cuenta con una población indígena que cuenta con varias culturas de las mimas, en cuanto a la incidencia de pobreza la provincia de Pastaza es la que cuenta con un porcentaje más alto con un 44,6%, seguida de ello se encuentra la provincia de Cotopaxi con un 42,1%, en tercer lugar se tiene a la provincia de Chimborazo con un 35,6% y al final con Tungurahua con un 15,9% (Agendas Zonales, 2017, pp. 5-6).

Desempleo y migración

Para el 2021 el panorama de desempleo a nivel nacional fue de un 5,2%, a nivel urbano se encuentra en un 6,8% y a nivel rural está en un 2,3%, dentro de las provincias con mayor desempleo se encuentran las provincias de Pichincha y Esmeraldas llegando a tener una tasa de desempleo de 10,8 y 10% en cuanto a la migración se registró que para el 2021, cerca de 867.973 ecuatorianos salieron del país (Ecuador en cifras, 2021).

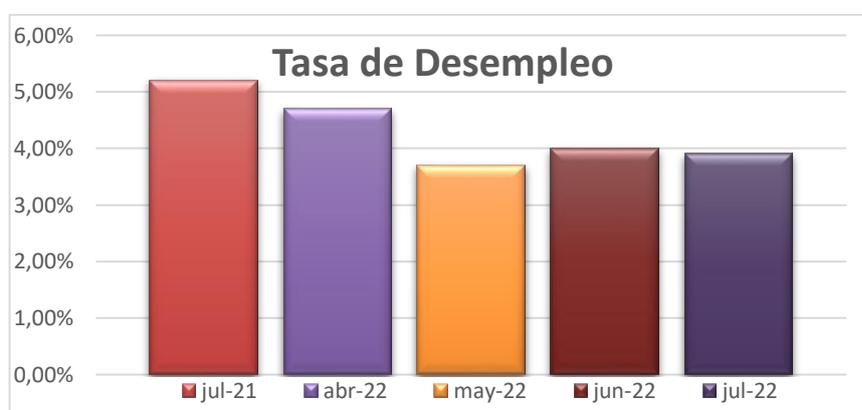


Ilustración 4-4: Tasa de desempleo, periodo julio 2021 – julio 2022

Fuente: (Ecuador en cifras, 2021)

4.1.1.4. Factores Tecnológicos

Dentro la industria alimentaria el uso de maquinarias es muy necesario es por ello que la tecnología se encuentra en constante desarrollo, además ha facilitado que grandes y medianas industrias logren cubrir con la demanda, así mismo el nivel de consumo permite que las maquinarias sean con mejor capacidad y estes ahorren tiempo al momento de producir el producto, facilitando obtener productos de calidad e inocuidad en dichos alimentos.

4.1.1.5. Factores Ambientales

En los últimos años el cuidado hacia el medio ambiente son temas de gran importancia, que el consumir considera al momento de adquirir el producto, así mismo el hecho de reutilizar los

envases ha traigo que las grandes empresas tengan una competencia más alta, ya que consumidor también juega un papel muy importante al momento de ser consciente con el medio ambiente, incluso muchas de las empresas han llegado a generar leyes internas con el cuidado del medio ambiente, y así mismo las diversas autoridades hacen respetar el código orgánico del ambiente.

4.1.1.6. Micro ambiente

El microambiente me permite determinar todas las oportunidades y amenazas dentro la organización con el fin de tener una ventaja competitiva sostenible, para ello se utilizan las 5 fuerzas de Porter:

Proveedores

La negociación que se trata de obtener con los productores tanto de durazno y naranja son asociaciones que nos permitirán obtener este tipo de frutas, en el caso del durazno se encontrara con mayor facilidad en la provincias de Chimborazo, Cotopaxi y Tungurahua teniendo una producción aproximadamente de 1756 TM/hora, mientras que en la naranja se consideran con mayor producción a las provincias de Cotopaxi y Pastaza teniendo una producción aproximada de 3981 TM/hora según el (ESPAC, 2018, p. 21).

Clientes

Los snacks tanto naturales y bañado en chocolate están dirigidos a todos los estratos sociales, ya que un producto de un alto consumo, así mismo los consumidores podrán encontrar con facilidad ya que se tratará de expandir el producto por toda la zona 3 cubriendo la demanda, y si es posible en todo el Ecuador, manteniendo los estándares de calidad e inocuidad, cubriendo las necesidades del cliente.

Competencia

La industria de frutas deshidratadas es una de las industrias con mayor competencia debido a las grandes demandas los precios de la planta, maquinaria, tecnología y mano de obra son demasiado elevadas, incluso la competencia directa de este tipo de productos es: Salinerito, Natures Heart, Wayú, y la compra a granel, y dichas empresas buscan satisfacer la demanda que actualmente se tiene en el mercado.

Sustitutos

Dentro de los productos sustitutos que se encuentran en el mercado son aquellos que tienen características similares, como frutas bañadas en chocolate, jugos naturales, snacks con frituras, e incluso pueden entrar diversos jugos y bebidas de frutas que sean ricos en vitaminas y minerales y a su vez que estos les permitan mantener estándares bajos en carbohidratos.

Barreras de entrada

Para realizar snacks naturales y bañados en chocolate requiere de una barrera de entrada alta ya que se necesita de una inversión igual alta, pues se consideraría desde la posición de la empresa, la planta, la maquinaria y mano de obra, además la competencia al tener mucho tiempo en el mercado, los clientes tienen más confianza al comprar el producto, incluso el hecho de que exista una gran cantidad de productos sustitutos hace que nuestro producto tenga ciertos problemas para posicionarse en los mercados, así mismo la influencia tanto del precio, y en la forma que se promocione requerirá de mucho trabajo, para llamar la atención de la clientela.

Barreras de salida

Las industrias que desarrollan frutas deshidratadas, tienen su empresa instalada con maquinarias y equipos adecuados, siendo una desventaja para empresas que recién quieren empezar, ya que el valor de inversión va a ser muy alto.

4.1.2. Análisis interno

Para este estudio de factibilidad se recolectan datos de autores que trabajen con una industrialización similar, en el análisis interno se trabajara desde la el área de gerencia o dirección comercial, mercadeo digital, talento humano, producción, finanzas y desarrollo y tecnología.

4.1.2.1. Área de gerencia

Tabla 2-4: Fortalezas y debilidades del Área de gerencia

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Direccionamiento comercial con objetivos claros hacia dónde quieren llevar su marca.• Buenas relaciones con proveedores potenciales de materia prima.	<ul style="list-style-type: none">• No cuenta con una definición clara de su razón de ser.• Falta de la fijación del tiempo en que se plantea conseguir la visión.• Déficit en el servicio de post venta.• Poca disponibilidad de capital propio para la inversión.

Fuente: (Rueda, 2021, p. 48); (Cuenca, 2014, p. 38)

4.1.2.2. Área de mercadeo digital

Tabla 3-4: Fortalezas y debilidades del área de mercadeo digital.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Utilización de redes sociales con promociones del producto.• Generación de demanda por la adecuada utilización de las redes sociales.	<ul style="list-style-type: none">• Alta competencia por sus estrategias de comerciales.• No existe una política de garantías.• No se cuenta con un canal de quejas y reclamos.• Uso de base de datos

Fuente: (Rueda, 2021, p. 48); (Cuenca, 2014, p. 38); (Moreno Ordoñez et al., 2010, p. 26)

4.1.2.3. Área de Talento Humano

Tabla 4-4: Fortalezas y debilidades del Área de talento Humano.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Poca rotación del personal.• Personal calificado para trabajar con la materia prima.• Motivación de los directivos y trabajadores en el emprendimiento.• Buen clima laboral	<ul style="list-style-type: none">• Pendiente la elaboración de un plan de control ambiental.• No contar con el personal necesario y adecuado.

Fuente: (Rueda, 2021, p. 48); (Cuenca, 2014, p. 38); (Moreno Ordoñez et al., 2010, p. 26)

4.1.2.4. Área de producción

Tabla 5-4: Fortalezas y debilidades del Área de producción.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Variedad de proveedores y disponibilidad de insumos.• Producto saludable.• Calidad y diversidad de la materia prima.• Producto de consumo medio	<ul style="list-style-type: none">• Personal con poco conocimiento en frutas deshidratadas

Fuente: (Rueda, 2021, p. 48); (Cuenca, 2014, p. 38); (Moreno Ordoñez et al., 2010, p. 26)

4.1.2.5. Finanzas

Tabla 6-4: Fortalezas y debilidad del área de finanzas

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Baja inversión inicial a comparación con otras industrias.• Emprendimiento que genere rentabilidad.	<ul style="list-style-type: none">• Poca disponibilidad del capital propio.• Precios de productos fijados por distribuidores, generando pérdidas de ventas.• Impuesto a la renta descendente.

Fuente: (Rueda, 2021, p. 48); (Cuenca, 2014, p. 38); (Moreno Ordoñez et al., 2010, p. 26)

4.1.2.6. Investigación y Tecnología

Tabla 7-4: Fortalezas y debilidades del área de investigación y tecnología.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Tecnología apropiada y adecuada para la demanda actual.• Desarrollo de empaques amigables con el medio ambiente.• Presentaciones adecuadas para el consumo.	<ul style="list-style-type: none">• Avance de la tecnología, implicaría estar siempre a la par.

Fuente: (Rueda, 2021, p. 48); (Cuenca, 2014, p. 38); (Moreno Ordoñez et al., 2010, p. 26)

4.2. Análisis estratégico

4.2.1. FODA

Tabla 8-4: Matriz resumen del FODA.

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Incremento del PIB, incrementando la canasta básica de los hogares.• Tasas activas disminuyeron.• La generación de notificaciones sanitaria genera más confianza.• Surgieron más emprendimientos en la pandemia.• El índice de pobreza disminuyó en los últimos años.• Aplicación de estratos, se identifica los mercados a los que se dirige el producto.• El crecimiento poblacional de la zona 3 nos ayuda a proyectarnos de una mejor manera.• El uso de aplicaciones electrónicas nos permite captar de mejor manera la necesidad del cliente y cubrir la demanda.• El uso de redes sociales mejora el desarrollo de un marketing mix.• La materia prima se encuentra disponible en las provincias de la zona 3.	<ul style="list-style-type: none">• Pequeñas y medianas empresas tienen tasas de interés cerca del 10,49% siendo una barrera para dichos emprendimientos.• El incremento de la inflación no aumenta los salarios teniendo un bajo poder de adquisición.• La inflación aumenta el precio de las materias primas.• La crisis sanitaria produjo que alimentos y medicamentos no cuenten con notificaciones sanitarias.• Aumento el desempleo, generando una reducción de la demanda.• El desarrollo de nuevas tecnologías afecta a pequeñas y medianas empresas.• La naranja y durazno tienen una producción por temporadas.• Los clientes pueden encontrar productos a precios muy bajo y en muchos mercados.• Empresas ya posicionadas en el mercado será una gran competencia que pueden cubrir la demanda actual.• Los productos sustitutos son una gran competencia.• Las barreras de entradas son altas para ingresar a mercados grandes.• Las industrias grandes ya cuentan con maquinaria y equipos adecuados para su producción.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Direccionamiento comercial con objetivos claros hacia dónde quieren llevar su marca. • Buenas relaciones con proveedores potenciales de materia prima. <ul style="list-style-type: none"> • Utilización de redes sociales con promociones del producto. • Generación de demanda por la adecuada utilización de las redes sociales. • Poca rotación del personal. • Personal calificado para trabajar con la materia prima. • Motivación de los directivos y trabajadores en el emprendimiento. • Buen clima laboral • Tecnología apropiada y adecuada para la demanda actual. • Desarrollo de empaques respetuoso con el medioambiente. • Presentaciones adecuadas para el consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con una definición clara de su razón de ser. • Falta de la fijación del tiempo en que se plantea conseguir la visión. • Déficit en el servicio de post venta. • Poca disponibilidad de capital propio para la inversión. • Alta competencia por sus estrategias de comerciales. • No existe una política de garantías. • No se cuenta con un canal de quejas y reclamos. • Uso de base de datos • Pendiente la elaboración de un plan de control ambiental. • No contar con el personal necesario y adecuado. • Personal con poco conocimiento en frutas deshidratadas • Poca disponibilidad del capital propio. • Precios de productos fijados por distribuidores, generando pérdidas de ventas. • Impuesto a la renta descendente. • Avance de la tecnología, implicaría estar siempre a la par que otras empresas.

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.2.1.1. Matriz de factores internos

Tabla 9-4: Matriz de impacto externo

Oportunidades		Pm	Calf.	Total
Tasas activas disminuyeron.	O2	0,031	3	0,091
La materia prima se encuentra disponible en las provincias de la zona 3.	O10	0,138	4	0,550
La generación de notificaciones sanitaria genera más confianza.	O3	0,049	3	0,146
El uso de aplicaciones electrónicas nos permite captar de mejor manera la necesidad del cliente y cubrir la demanda.	O8	0,104	3	0,311
Surgieron más emprendimientos en la pandemia	O4	0,063	3	0,188
El uso de redes sociales mejora el desarrollo de un marketing mix.	O9	0,116	4	0,464
Total				1,753
Amenazas		Pm	Calf.	Total
La naranja y durazno tienen una producción por temporadas.	A7	0,076	4	0,306
El desarrollo de nuevas tecnologías afecta a pequeñas y medianas empresas.	A6	0,060	3	0,181
La inflación aumenta el precio de las materias primas.	A3	0,033	3	0,099
Pequeñas y medianas empresas tienen tasas de interés cerca del 10.49% siendo una barrera para dichos emprendimientos.	A1	0,012	4	0,050
Las barreras de entradas son altas para ingresar a mercados grandes.	A11	0,109	3	0,328
Empresas ya posicionadas en el mercado será una gran competencia que pueden cubrir la demanda actual.	A9	0,091	3	0,274
Las industrias grandes ya cuentan con maquinaria y equipos adecuados para su producción.	A12	0,117	3	0,352
Total				1,589
			Total a+o	3,343

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.2.1.2. Matriz de factores externos

Tabla 10-4: Matriz de factores internos.

Fortalezas		Pm	Calf.	Total
Personal calificado para trabajar con la materia prima.	F6	0,11	4	0,45
Tecnología apropiada y adecuada para la demanda actual.	F9	0,03	4	0,11
Buenas relaciones con proveedores potenciales de materia prima.	F2	0,05	4	0,20
Direccionamiento comercial con objetivos claros hacia dónde quieren llevar su marca.	F1	0,02	4	0,09
Motivación de los directivos y trabajadores en el emprendimiento.	F7	0,13	3	0,40
Buen clima Laboral	F8	0,15	3	0,46
Total				1,71
Debilidades		Pm	Calf.	total
Poca disponibilidad de capital propio para la inversión.	D4	0,06	4	0,26
Personal con poco conocimiento en frutas deshidratadas	D11	0,15	4	0,60
Falta de la fijación del tiempo en que se plantea conseguir la visión.	D2	0,03	3	0,09
No cuenta con una definición clara de su razón de ser.	D1	0,01	3	0,04
Uso de base de datos	D8	0,11	4	0,44
No contar con el personal necesario y adecuado.	D10	0,13	4	0,53
Total				1,96
			Total f+d	3,67

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.2.1.3. Matriz General Electric

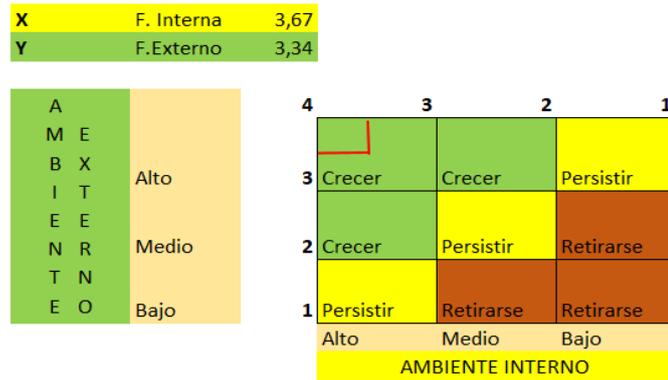


Ilustración 5-4: Matriz General Electric

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.2.2. Análisis e interpretación de resultados

Encuesta realizada en la zona 3 del Ecuador

1. Sexo

Tabla 11-4: Sexo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	206	53,6
Masculino	176	45,8
Otro	2	0,5
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

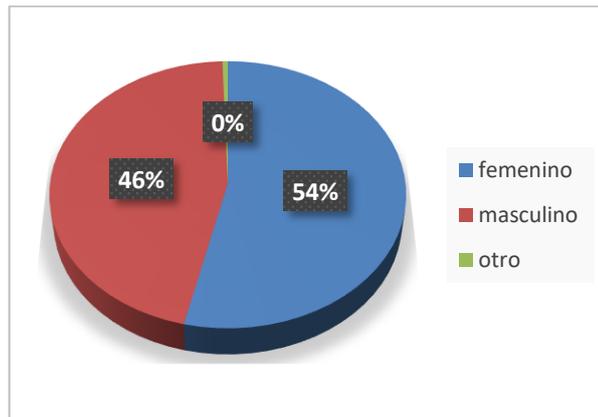


Ilustración 6-4: Sexo de los encuestados

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: De los 384 encuestados que es el 100%, el 53,6% es de sexo femenino esto representado un total de 206 mujeres que realizo esta encuesta y el 45,8% es de sexo masculino esto representando un total de 176 hombres, mientras que tan solo un 0,5% no especifico su sexo esto representando un total de 2 personas

2. Edad

Tabla 12-4: Edad de los encuestados

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
15-25 años	106	27,6
26-35 años	145	37,8
36-45 años	72	18,8
46-55 años	23	6,0
56-64 años	38	9,9
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

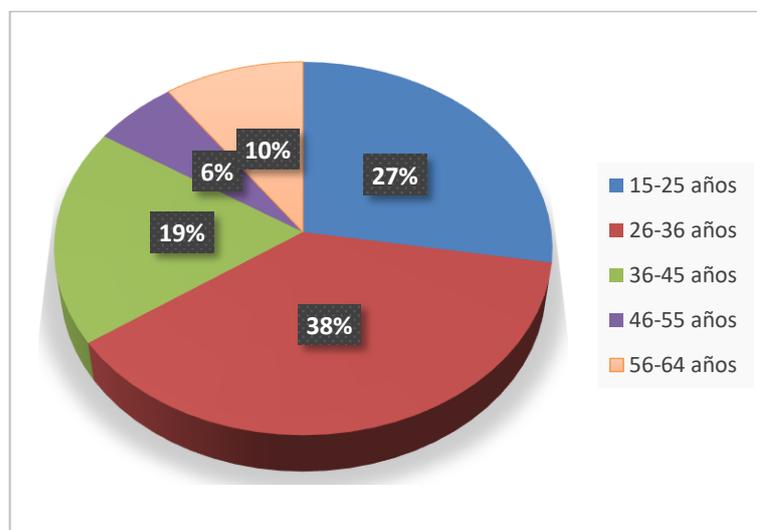


Ilustración 7-4: Edad de los encuestados

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: En la edad se utilizó diferentes rangos de edad teniendo en cuenta este parámetro el porcentaje más alto fue de un 37,8% (145 personas) el rango fue de 26-35 años de edad, seguido por 27,6% (106 personas) el rango fue de 15-25 años de edad, continuo del 18,8 % (72 personas) con un rango de 36-45 años de edad, seguido de un 9,9% (38 personas) con un rango de edad de 56-64 años de edad y por ultimo 6% (23 personas) con un rango de edad de 46-55 años de edad, los resultados reflejados en esta encuesta es de la edad de 46-64 años, debido a que es una edad donde se maneja con facilidad la plataforma, mientras que las edades de 56-64 años no manejan mucho estas plataformas.

3. Ingresos mensuales

Tabla 13-4: Ingresos Mensuales

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$500	124	32,3
\$501-\$1000	204	53,1
\$1001-\$1500	36	9,4
\$1501-\$2000	12	3,1
Mas de \$2000	8	2,1
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

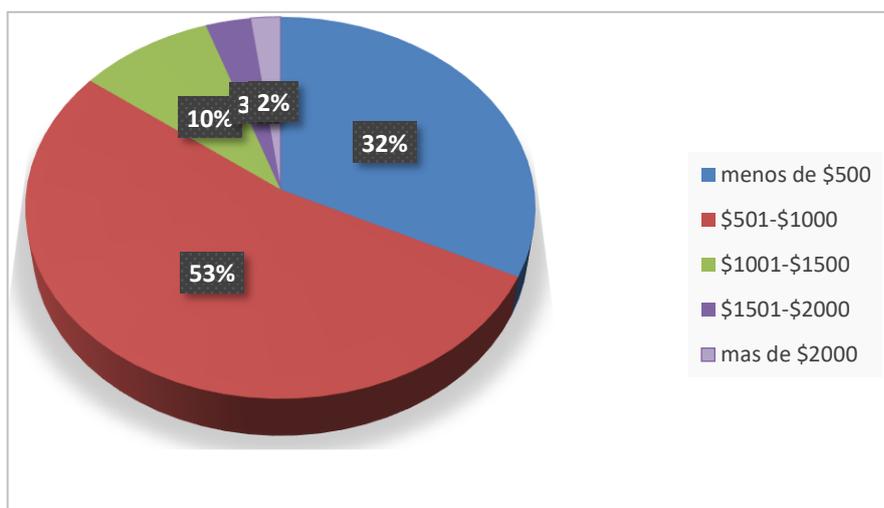


Ilustración 8-4: Ingresos mensuales

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: El nivel económico de los encuestados se ve reflejado en sus ingresos siendo así un 53,1% (204 personas) recibe un sueldo que rodea los \$501-\$1000 mensuales, un 32,3% (124 personas) tienen un sueldo menor a \$500 mensuales, el 9,4% (36 personas) tienen sueldos de \$1001-\$1500 mensuales, el 3,1% (12 personas) reciben sueldos de \$15001-\$2000 mensuales y solo un 2,1% (8 personas) reciben sueldos de más de \$2000 mensuales. El ingreso de los encuestados en su mayoría es de más de \$500 dólares mensuales.

4. Consume frutas deshidratadas

Tabla 14-4: Consumo de frutas deshidratadas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	365	95,1
No	19	4,9
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

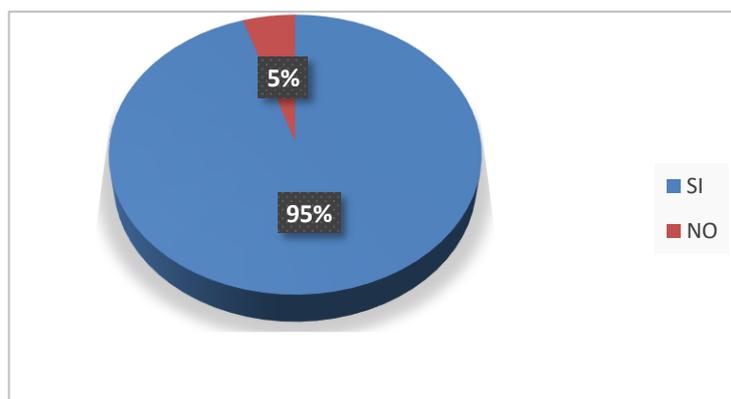


Ilustración 9-4: Consumo de frutas deshidratadas

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: Los encuestados respondieron de la siguiente manera 95,1% (365 personas) han respondido afirmativamente “SI” que consumen frutas deshidratadas, mientras que un 4,9% (19 personas) han respondido negativamente “NO” consumen, pero estarían dispuestas a consumir. Esto se debe a que en los últimos años las frutas deshidratadas ha entrado en el mercado y es más popular su consumo entre las personas.

5. Que snacks seria de su preferencia

Tabla 15-4: Snacks de su preferencia

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Snack natural	222	57,8
Snack bañado en chocolate	144	37,5
Sin respuesta	18	4,7
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

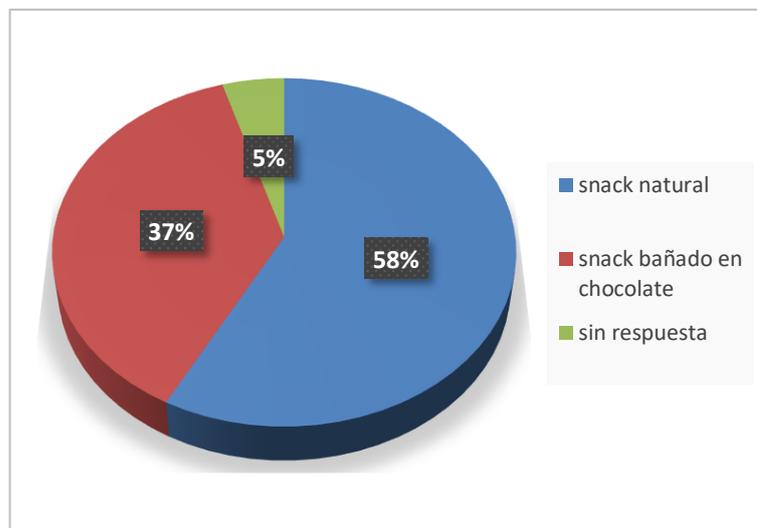


Ilustración 10-4: Snacks de su preferencia

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: En esta pregunta se dio dos opciones teniendo un 57,8% (222 personas) que prefieren un snack natural mientras que el 37,5% (144 personas) prefieren un snack bañado en chocolate. La preferencia la tuvo un snack natural esto se debe a que la mayoría de encuestados solo ha probado snack natural el otro porcentaje de encuestados les gustaría probar un nuevo producto de snacks.

6. Cada que tiempo consume frutas deshidratadas

Tabla 16-4: Tiempo de consumo de frutas deshidratadas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Diario	74	19
Semanal	208	54
Mensual	84	22
Sin respuesta	18	5
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

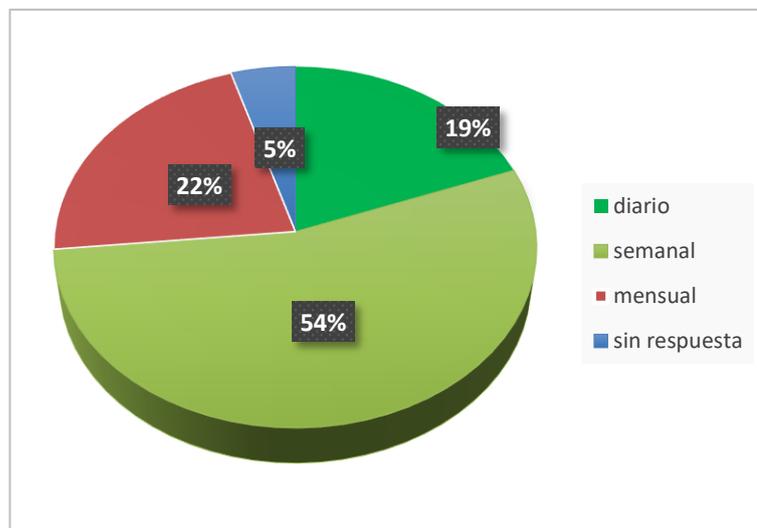


Ilustración 11-4: Tiempo de consumo de frutas deshidratadas

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: Se presente tres opciones teniendo un total de 54% (208 personas) que consumen semanalmente frutas deshidratadas, un 22% (84 personas) consumen mensualmente las frutas deshidratadas y tan solo un 19% (74 personas) lo hacen diariamente. Las personas con el paso del tiempo se les hace más habitual el consumo de las frutas deshidratadas.

7. Cuál es el motivo de su consumo

Tabla 17-4: Motivo de su consumo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Salud	171	45
Como snack	195	51
Sin respuesta	18	5
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

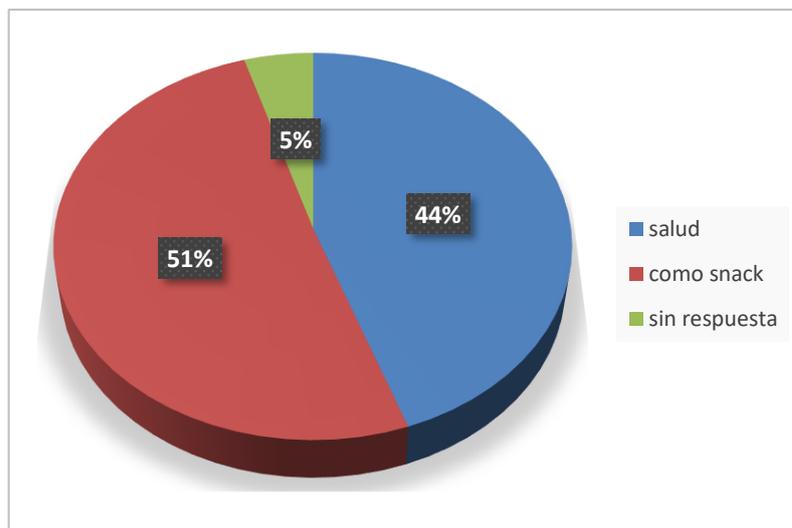


Ilustración 12-4: Motivo del consumo de frutas

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: El consumo de estas frutas se ve reflejada en un 51% (195 personas) lo consumen como snack, mientras que un 45% (171 personas) lo hacen por salud. Teniendo en cuenta estos resultados se puede decir que la mayoría de encuestados lo hace como snack, el otro porcentaje sabe de los beneficios que pueden tener este producto al consumirlo de esta manera.

8. Cuáles son las variables que toma en consideración al momento de comprar fruta deshidratada

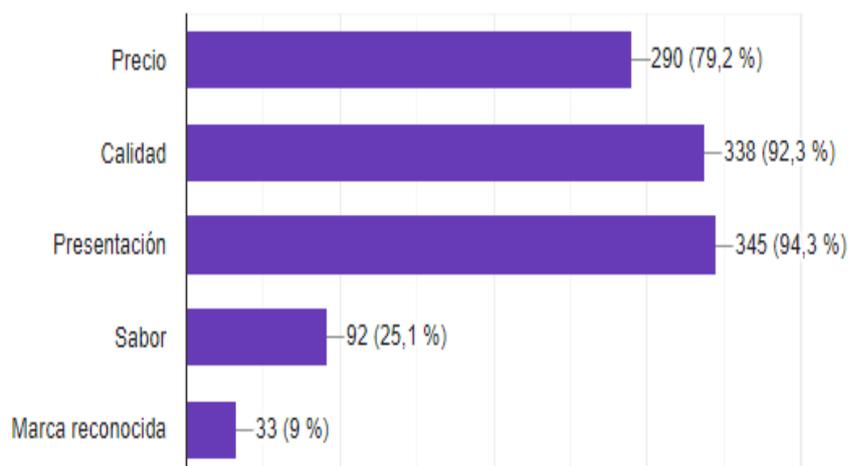


Ilustración 13-4: Variables a considerar al momento de la compra

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: Para los encuestados se les dio 5 variables a tomar en cuenta y teniendo que elegir las 3 que sean de su agrado, siendo así la que mayor porcentaje tuvo con un 94,3% (345 personas) fue la presentación, el 92,3% (338 personas) eligió la calidad, un 79,2% (290 personas) escogió el precio, un 25,1% (92 personas) escogió el sabor como variable y un 9%

(33 personas) una marca reconocida. Las 3 variables que sobresalieron en esta encuesta y que son importantes para los encuestados son precio, calidad.

9. Que marca es la que usted prefiere al momento de realizar su compra de fruta deshidratada

Tabla 18-4: Marca de preferencia

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Salinerito	41	10,7
Nature´s heart	113	29,4
Wayú	72	18,8
Compra a granel	134	34,9
Ninguna de las anteriores	6	1,6
Sin respuesta	18	4,7
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

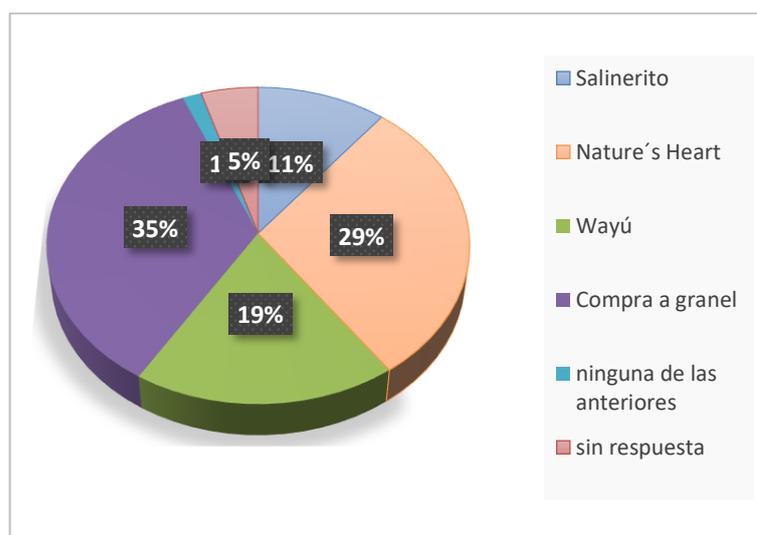


Ilustración 14-4: Marcas de preferencia

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: A los encuestados se les sugirió algunas marcas más reconocidas del país siendo así que el 34,9% (134 personas) compra a granel, el 29,4% (113 personas) eligió a la marca Nature´s Heart, un 18,8% (72 personas) prefieren la marca Wayú, el 10,7% (41 personas) prefieren la marca Salinerito y solo el 1,6% (6 personas) no prefieren ninguna marca de los recomendados. La mayor parte de los encuestados prefieren comprar a granel esto podría deberse

a que muchas de estas marcas no hacen suficiente publicidad en estos productos como la fruta deshidratada.

10. Que envase prefiere al momento de comprar fruta deshidratada

Tabla 19-4: Envase de preferencia

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Funda ziploc	100	26,04
Funda de papel	236	61,46
Envase de vidrio	30	7,81
Sin respuesta	18	4,69
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

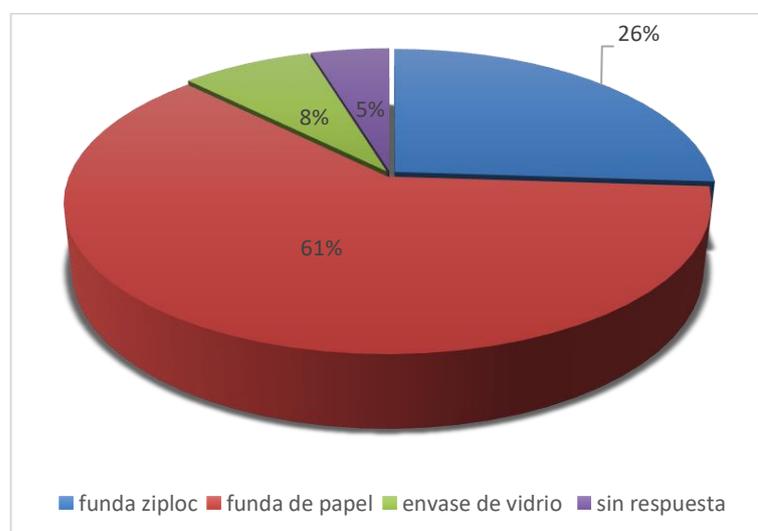


Ilustración 15-4: Envase de preferencia

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: Los envases que prefirieron nuestros encuestados antes las opciones dadas fueron: 61,46% (236 personas) prefieren el envase en fundas de papel, un 26,04% (100 personas) prefieren fundas ziploc y un 7,81% (30 personas) envases en vidrio. Los encuestados prefieren las fundas de papel para los envases esto se debe a que se reduciría el precio a la hora de su comercialización.

11. Cuál es la presentación ideal al momento de comprar el producto

Tabla 20-4: Presentación ideal para la compra

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
50 g	22	5,7
100 g	72	18,8
150 g	229	59,6
250 g	43	11,2
Sin respuesta	18	4,7
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

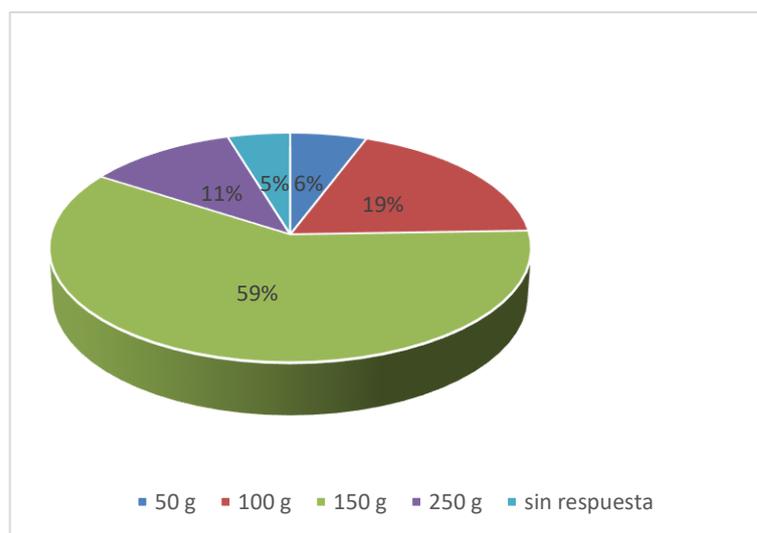


Ilustración 16-4: Envase ideal al momento de la compra

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: Los encuestados respondieron con un 59,6% (229 personas) que la presentación ideal es de 150gr, el 18,8% (72 personas) eligieron 100 gr, el 11,2% (43 personas) eligieron 250gr y solo el 5,7% (22 personas) eligieron el tamaño pequeño de 50gr. Los encuestados prefieren una presentación mediana siendo así la de 150gr la presentación ideal para los encuestados.

12. Donde adquiere las frutas deshidratadas

Tabla 21-4: Donde adquiere las frutas deshidratadas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Cadenas de super mercados	107	27,86
Minimercados	79	20,57
Tienda de mi barrio	95	24,74
Feria libre	57	14,84
A domicilio	28	7,29
Sin respuesta	18	4,69
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

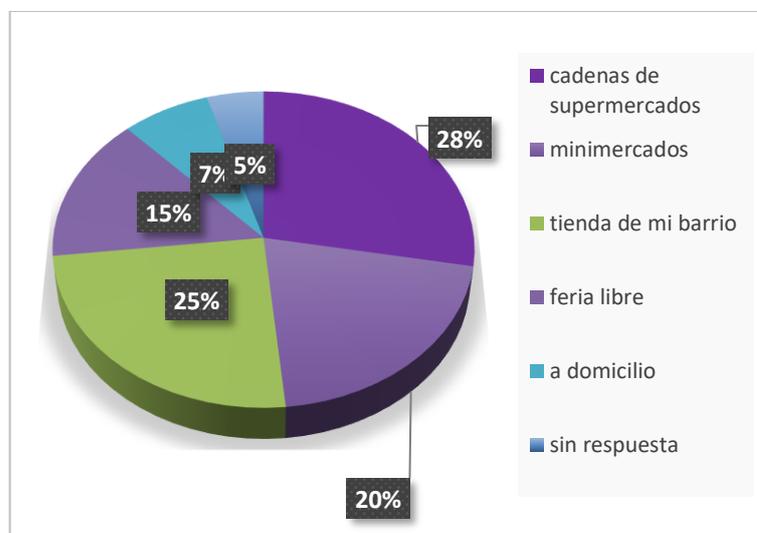


Ilustración 17-4: Lugar de compra del producto

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: A los encuestados se les dio las opciones 27,86% (107 personas) adquieren este producto en cadenas de supermercados, el 24,74% (95 personas) adquieren en tiendas de mi barrio, el 20,57% (79 personas) adquieren en mini mercados, el 14,84% (57 personas) los adquiere en ferias libre y solo el 7,28% (28 personas) lo piden a domicilio. En la encuesta se puede ver reflejado que los adquiere en su mayoría en tiendas de barrio ya que por la cercanía a sus hogares los pueden adquirir fácilmente.

13. Que cobertura es de su preferencia en un snack de fruta deshidratada

Tabla 22-4: Cobertura de preferencia en frutas deshidratadas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Chocolate blanco	81	21,09
Chocolate negro	143	37,24
Mix de chocolate blanco y negro	140	36,46
Sin respuestas	20	5,21
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

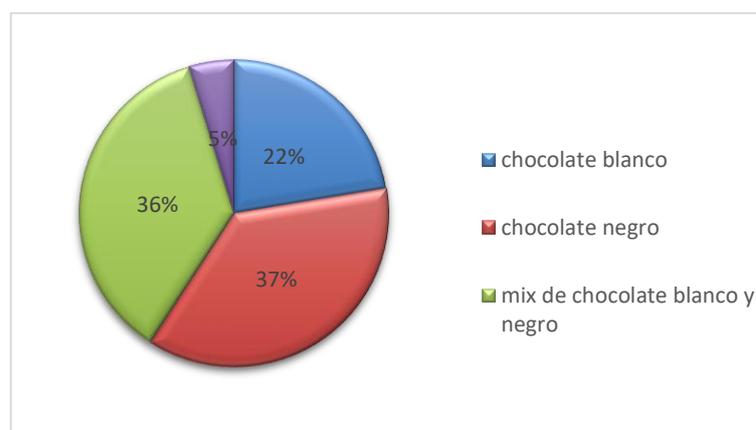


Ilustración 18-4: Cobertura de preferencia

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: La preferencia para los encuestados con un 37,24% (143 personas) es un mix de chocolate negro, el 36,46% (140 personas) eligió una cobertura de mix de chocolate, el 21,09% (81 personas) eligió una cobertura de chocolate blanco. Los encuestados prefieren probar una nueva experiencia y que mejor un snack bañado en chocolate negro.

14. Que forma es ideal para consumir los snacks de frutas deshidratadas

Tabla 23-4: Forma ideal para el consumo del snack

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Laminada	171	44,53
Trozos	195	50,78
Sin respuesta	18	4,69
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022



Ilustración 19-4: Forma de presentación del snack

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: Se les presento dos opciones teniendo el porcentaje más alto con 50,78% (195 personas) eligieron en trozos y el 44,53% (171 personas) eligieron laminas. Esta opción se debe ya que en su mayoría las frutas deshidratadas se venden en trozos y la gente ya conoce su forma habitual, el otro porcentaje le gustaría probarlas con nuevas formas.

15. Qué precio estaría dispuesto a pagar por un snack natural

Tabla 24-4: Precio a pagar por el snack natral

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
50 g- hasta \$1 o mas \$1	78	20,31
100g -hasta \$2 o más de \$2	90	23,44
150g - hasta \$3 o más de \$3	195	50,78
250g- hasta \$4 o más de \$4	3	0,78
Sin respuesta	18	4,69
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

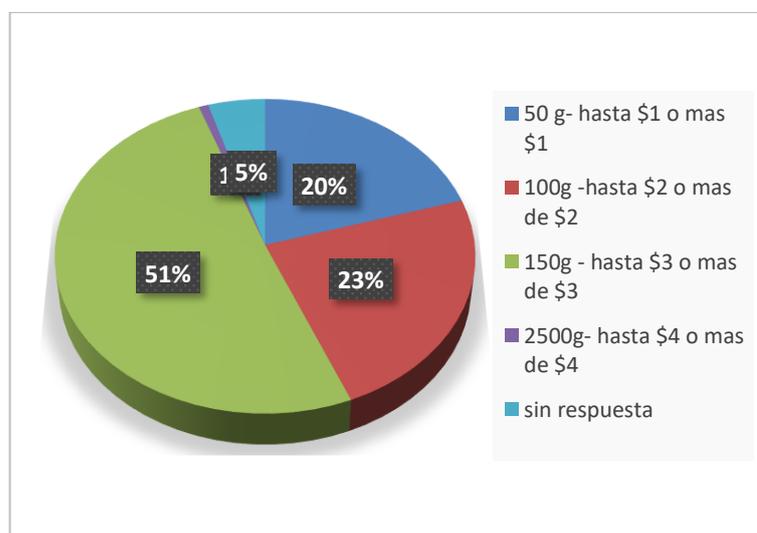


Ilustración 20-4: Precio a pagar por el snack natural

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: De acuerdo con los encuestados con un 50,78% (195 personas) pagarían por un tamaño de 150gr hasta \$3 o más de \$3, el 23,44% (90 personas) pagarían por un tamaño de 100gr de hasta\$2 o más de \$2, un 20,31% (78 personas) pagarían por un tamaño de 50gr hasta \$1 o más de \$1 y solo el 0,78% (3 personas) pagarían un tamaño de 500gr hasta \$4 o más de \$4. Las personas siguen eligiendo un tamaño mediano y un precio accesible para los ingresos económicos de los encuestados y es así como estos prefieren un tamaño de 100gr hasta \$2 o más de \$2.

16. Qué precio estaría dispuesto a pagar por un snack bañado en chocolate

Tabla 25-4: Precio a pagar por el snack bañado en chocolate

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
50 g- hasta \$1 o mas \$1	9	2,34
100g -hasta \$2 o más de \$2	99	25,78
250g - hasta \$3 o más de \$3	187	48,70
500g- hasta \$4 o más de \$4	71	18,49
Sin respuesta	18	4,69
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

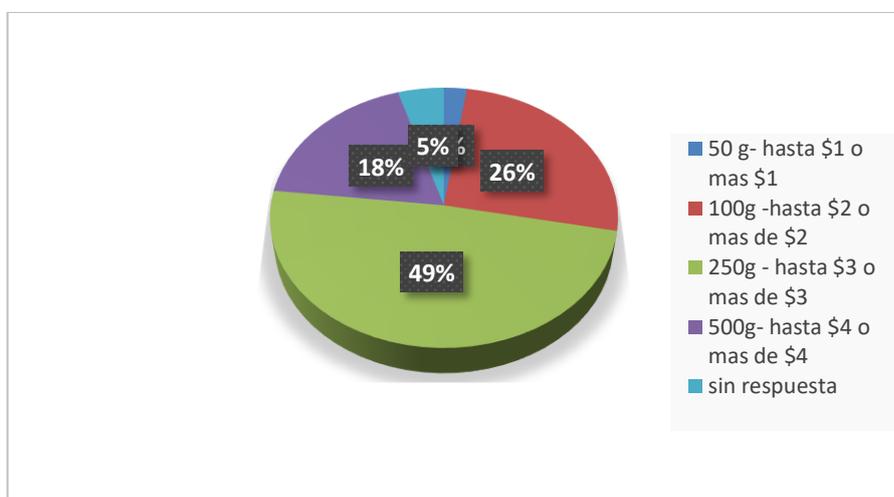


Ilustración 21-4: Precio por el snack bañado en chocolate

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: De acuerdo con los encuestados con un 48,70% (187 personas) pagarían por un tamaño de 250gr hasta \$3 o más de \$3, el 25,78% (99 personas) pagarían por un tamaño de 100gr de hasta \$2 o más de \$2, un 18,49% (71 personas) pagarían por un tamaño de 500gr hasta \$4 o más de \$4 y solo el 2,34% (9 personas) pagarían un tamaño de 50gr hasta \$1 o más de \$1. Las personas prefieren pagar un poco más ya que tiene un adicional que este bañado en chocolate.

17. Cuantos paquetes de snacks natural de frutas deshidratadas estaría dispuesto a comprar

Tabla 26-4: Paquetes de snack natural

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	97	25,26
2	176	45,83
3	86	22,40
O mas	7	1,82
Sin respuesta	18	4,69
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

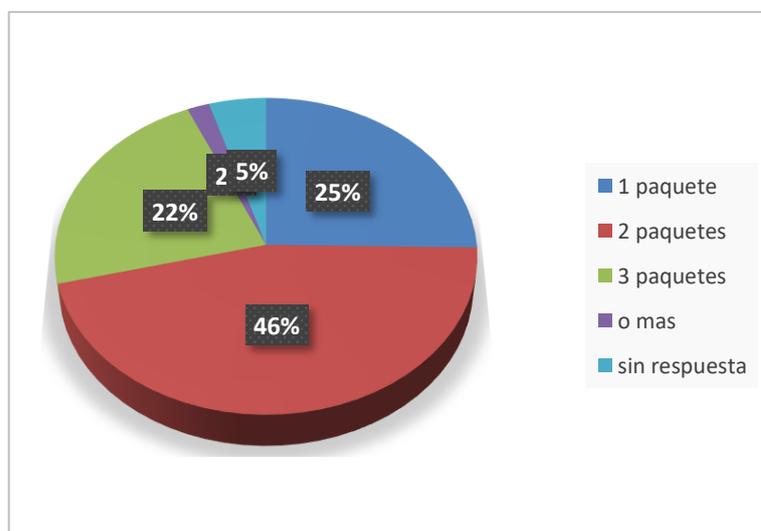


Ilustración 22-4: Paquetes de snack natural

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: Los encuestados eligieron con un 45,83% (176 personas) 2 paquetes, el 25,26% (97 personas) 1 paquete, el 22,40% (86 personas) 3 paquetes y solo el 1,83% (7 personas) más de 4 paquetes. Esto podría ser ya que algunas familias de los encuestados tienen 2 o 3 miembros en la familia y así eligiendo de 2 paquetes alcanzaría para su consumo diario.

18. Cuantos paquetes de snacks de frutas deshidratadas bañado en chocolate estaría dispuesto a comprar

Tabla 27-4: Paquete de snacks bañados en chocolate

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	55	14,32
2	151	39,32
3	141	36,72
O mas	19	4,95
Sin respuesta	18	4,69
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

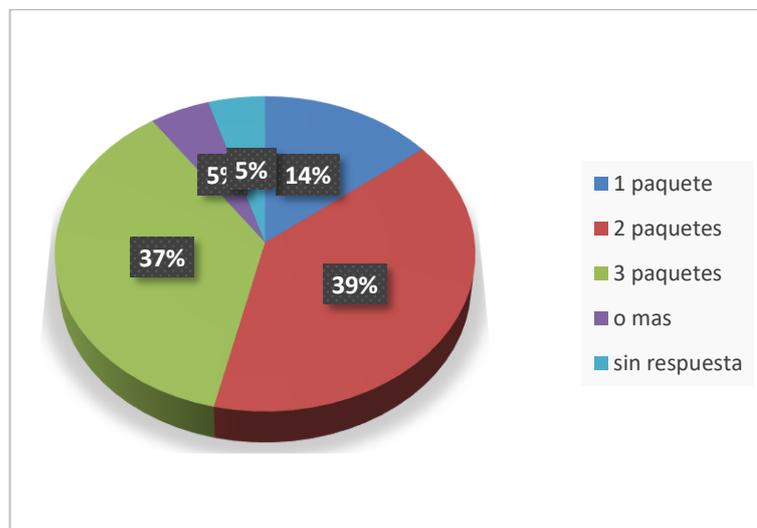


Ilustración 23-4: Paquetes de snacks bañados en chocolate

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: Los encuestados eligieron con un 39,32% (151 personas) 2 paquetes, el 36,72% (141 personas) 3 paquetes, el 14,32% (55 personas) 1 paquetes y solo el 4,95% (19 personas) más de 4 paquetes. Esto podría ser ya que algunas familias de los encuestados tienen 2 o 3 miembros en la familia y así eligiendo de 2 paquetes alcanzaría para su consumo diario.

19. Por cuál de estos medios le gustaría que se promocioe el producto

Tabla 28-4: Medios de promoción del producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Instagram	38	9,90
Facebook	151	39,32
Tik tok	87	22,66
Youtube	49	12,76
Television	41	10,68
Sin respuesta	18	4,69
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

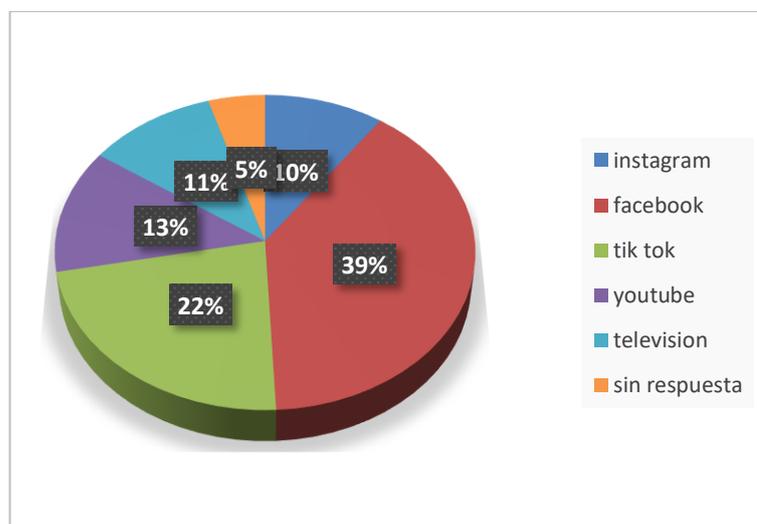


Ilustración 24-4: Medios de promoción del producto

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Análisis e interpretación: A los encuestados se les dio opciones de las plataformas o redes más utilizadas siendo así el 39,32% (151 personas) eligieron la red social Facebook, el 22,66% (87 personas) la red social Tik Tok, el 12,76% (49 personas) la plataforma YouTube, el 10,68% (41 personas) escogieron un medio de comunicación tradicional como la Televisión y un 9,90% (38 personas) la red social Instagram. Esto se debe a que la mayoría de los encuestados son jóvenes y manejan estas redes sociales tanto Facebook y Tik Tok que son las más utilizadas en la actualidad.

4.3. Análisis de la demanda

4.3.1. Demanda Actual

El análisis de la demanda se investigó de fuentes primarias, especialmente la aplicación de la encuesta hacia la zona 3, mediante este instrumento nos permitirá identificar la demanda que existe para este tipo de industria.

Para calcular la demanda actual se utilizó las 4 preguntas claves que nos permitirán identificar dicha demanda, entre ellas están si consume o no snack natural, la frecuencia con la que consume, diario, semanal y mensualmente, la presentación en la que se va a vender en este caso se presentó 4 presentaciones 50gr, 100gr, 150 gr, 250gr, y por último la cantidad con la que se consumiría 1,2 3, o más unidades de las que se adquiriría.

Tabla 29-4: Demanda actual total de snack natural

Demanda Actual	Consumo kg/año	Consumo kg/día
244	1254,6	3
865.688	4451,195	12195

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 30-4: Demanda actual total de snack bañado en chocolate

Demanda actual	Consumo kg/año	Consumo kg/día
144	348	1
865.688	2092,078	5732

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.3.2. Demanda y oferta histórica

Para calcular la demanda y la oferta histórica se basó en datos de años anteriores con el fin de ver cómo ha ido creciendo la demanda de frutas deshidratadas como se detalla en las siguientes tablas se considerará para snack natural y snack bañado en chocolate.

Tabla 31-4: Demanda histórica

	Snack natural				Snack bañado en chocolate			
	Demanda Diaria		Demanda Anual		Demanda Diaria		Demanda Anual	
	Año	Kg de snack	Año	Kg de snack	Año	Kg de snack	Año	Kg de snack
Demanda Histórica	2017	1004	2017	366.280	2017	7072	2017	2.581.120
	2018	1034	2018	377.269	2018	7227	2018	2.637.905
	2019	1065	2019	388.587	2019	7386	2019	2.695.939
	2020	1097	2020	400.244	2020	7549	2020	2.755.249
	2021	1129	2021	412.252	2021	7715	2021	2.815.865

Fuente: (Pérez, 2018,p. 61) (Oncebay Rojas et al., 2019, p. 39)

Tabla 32-4: Oferta Histórica

	Snack natural				Snack bañado en chocolate			
	Demanda Diaria		Demanda Anual		Demanda Diaria		Demanda Anual	
	Año	Kg de snack	Año	Kg de snack	Año	Kg de snack	Año	Kg de snack
Oferta Histórica	2017	652,28	2017	238.082	2017	304,83	2017	111.263
	2018	671,85	2018	245.225	2018	307,94	2018	112.397
	2019	692,00	2019	252.582	2019	311,08	2019	113.544
	2020	712,76	2020	260.159	2020	314,25	2020	114.702
	2021	734,15	2021	267.964	2021	317,46	2021	115.872

Fuente: (Pérez, 2018,p. 63) (Oncebay Rojas et al., 2019,p. 41)

4.3.3. *Demanda proyectada*

La demanda proyectada se estableció gracias a datos históricos obtenidos por fuentes bibliográficas, donde se identificó hacia 5 años atrás para posteriormente calcular a 5 años en adelante del año actual, dentro del consumo per cápita de frutas deshidratadas se trabaja con un 3%.

Tabla 33-4: Demanda proyectada de snack natural

Snack natural		Snack bañado en chocolate	
Años	Demanda Proyectada	Años	Demanda Proyectada
2022	4.451.195	2022	2.092.078
2023	4.584.731	2023	2.154.841
2024	4.722.273	2024	2.219.486
2025	4.863.941	2025	2.286.071
2026	5.009.860	2026	2.354.653

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.3.4. Oferta proyectada

El comportamiento histórico de la oferta se obtuvo igual gracias a datos de años históricos que tomaron en cuenta para la industria de frutas deshidratadas:

Tabla 34-4: Oferta proyectada

Snack natural		Snack bañado en chocolate	
Años	Oferta Proyectada	Años	Oferta Proyectada
2022	275.211,53	2022	117.012,43
2023	282.834,85	2023	118.172,91
2024	290.417,85	2024	119.331,17
2025	297.933,98	2025	120.485,91
2026	305.416,37	2026	121.638,93

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.3.5. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha nos permite conocer a cantidad de producto que se debe realizar en los años futuros, cuando la demanda es mayor a la oferta nuestro proyecto puede seguir avanzando ya que hay más mercados que están dispuestos a adquirir el producto de frutas deshidratadas:

Tabla 35-4: Demanda insatisfecha de snack natural

Años	Demanda		Demanda
	Proyectada	Oferta	Insatisfecha
2022	4.451.195	275.212	4.175.984
2023	4.584.731	282.835	4.301.896
2024	4.722.273	290.418	4.431.855
2025	4.863.941	297.934	4.566.007
2026	5.009.860	305.416	4.704.443

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 36-4: Demanda insatisfecha del snack bañado en chocolate

Demanda insatisfecha snack bañado en chocolate			
Años	Demanda Proyectada	Oferta	Demanda Insatisfecha
2022	2.092.078	117.012	1.975.066
2023	2.154.841	118.173	2.036.668
2024	2.219.486	119.331	2.100.155
2025	2.286.071	120.486	2.165.585
2026	2.354.653	121.639	2.233.014

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.3.6. Mercado objetivo

A continuación, se detalla la tabla del mercado objetivo donde se va a cubrir una demanda insatisfecha del 1,40% en el snack natural, mientras que en snack bañado en chocolate se cubrirá un mercado objetivo del 2,01%.

Tabla 37-4: Mercado objetivo de snack natural

Demanda Insatisfecha 2022	4.175.984	100	%
Producción frutas deshidratadas			
2022	58.583	1,40	%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 38-4: Mercado objetivo proyectado para 5 años

Años	D. Insatisfe	M. Objetivo
2022	4.175.984	58.583
2023	4.301.896	59.405
2024	4.431.855	60.238
2025	4.566.007	61.083
2026	4.704.443	61.940

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 39-4: Mercado objetivo de snack bañado en chocolate

Demanda Insatisfecha 2022	1.975.066	100	%
Producción frutas deshidratadas 2022	39.653	2,01	%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 40-4: Mercado objetivo de snack bañado en chocolate proyectado a 5 años

Años	D. Insatisfe	M. Objetivo
2022	1.975.066	39.653
2023	2.036.668	40.449
2024	2.100.155	41.261
2025	2.165.585	42.089
2026	2.233.014	42.934

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.4. Estudio de mercado

4.4.1. Segmentación del mercado

SEGMENTACIÓN DE “S&G E HIJOS”

S&G E HIJOS es una microempresa constituida por la industria alimenticia. Ofrece productos como snacks naturales y bañados en chocolate siendo sus productos estrellas duraznos y naranjas deshidratadas.

Tabla 41-4: Segmentación geográfica

Unidad Geográfica	Provincias: zona 3 del Ecuador Macro localización: Cotopaxi Cantón: Latacunga Dirección: Av. Los chasquis
Condiciones geográficas	Clima: cálido-templado Superficie: 264,2 Km ² Altitud: 2860 msnm. (media) (Latacunga, 2022, p.1)

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 42-4: Segmentación demográfica

Edad	De 15 a 65 años
Población	Urbana
Ingresos	> 425
Género	Hombres y Mujeres
Estado Civil	Indiferente
Religión	Indiferente
Ocupación	Indiferente
Raza	Indiferente
Nacionalidad	Ecuatoriano en su mayoría y demás
Ciclo familiar	Solteros jóvenes, casados/as con hijos en el hogar y sin hijos.

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.4.2. Plan de marketing

4.4.2.1. Marketing Mix

Estrategia del producto

Los snacks de frutas deshidratadas que ofrecerá la empresa S&G e hijos, contara con materia prima de alta calidad, que se encuentran realizados con productos que están dentro de la zona 3, por otro lado, se pretende satisfacer las necesidades del consumidor donde se consideraran los atributos y componentes que los productos posee, con la finalidad de obtener ventajas en el mercado.

Se consideraran las siguientes estrategias:

- **Diseño:** se ofrecerá un diseño llamativo e innovador para el consumidor.
- **Calidad:** se utilizará materia prima de calidad con el fin de atraer mayor atención de los clientes.

Para obtener materias primas de alta calidad se considerará lo siguiente:

Se buscarán proveedores de naranjas y duraznos que cuenten con estándares de alta calidad.

- **Presentación del producto:** para la presentación del producto, se consideran los empaques y los diseños hasta el último detalle, se utilizan colores llamativos y juveniles que capten la atención del cliente.

Detalles del producto

Peso: 150 g

Contenido 1: snack natural de naranja y durazno

Contenido 2: snacks bañados en chocolate de naranja y durazno.

Etiqueta: La etiqueta cuenta con un slogan y un logotipo que permitirá identificar a la empresa.



Ilustración 25-4: Slogan y Logotipo de la empresa

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Empaque: Las frutas deshidratadas tanto naturales y bañadas en chocolate se colocarán en fundas de papeles las cuales contarán con una etiqueta que le permita al público identificar la microempresa.



Ilustración 26-4: Empaque con etiqueta

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Estrategia de precio

Para determinación el precio del snack natural se utilizó la información que se obtuvo por parte de las encuestas que se aplicó al grupo de personas de la zona 3, donde el snack natural con 150g de preferencia oscila en un rango de hasta \$3 o más de \$3, mientras que el snack bañado en chocolate también con un peso de 150g oscila en un precio de hasta \$3 o más de \$3 este precio se estableció también considerando a los precios de la competencia y otras variables también para determinar el precio y lograr posicionamiento en el mercado.

Dentro de las variables que se consideraron para el precio está el costo unitario del producto, el tiempo en el que se recuperar la inversión, y el valor que el consumidor estaría dispuesto a pagar por el producto.

Estrategia Plaza

La distribución de los snacks de fruta deshidratadas, se realizará desde la planta de procesamiento hacia las diferentes clientes minoristas y mayoristas que serán entregados, manteniendo las condiciones adecuadas de calidad e inocuidad de alimentos. Evidentemente los canales de comercialización serán planteados bajo criterios de optimización de rutas y recursos, con el fin de que el producto llegue en el menor tiempo posible y con características aptas.

De acuerdo con las encuestas aplicadas el consumidor prefiere encontrar los snacks en cadenas de supermercados, en mini mercados y en tiendas de mi barrio siendo las tres con preferencias más alta, con esto se logrará llegar a mercados tanto mayoristas y minoristas.

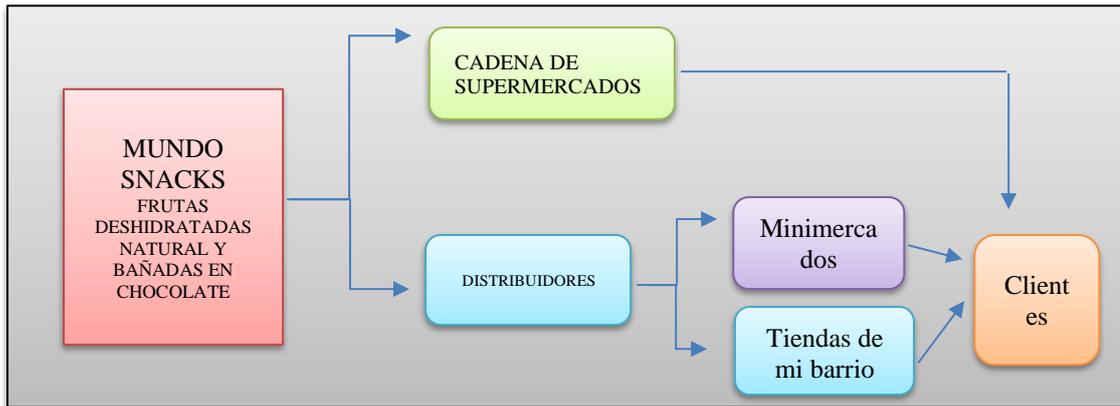


Ilustración 27-4: Estrategia de plaza

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Estrategia Promoción

La publicidad al ser un aspecto importante para llevar a cabo la promoción, se ha tomado en cuenta la información recolectada por medio de las encuestas que se realizara por medio de redes sociales especialmente por Facebook con un porcentaje de 48,44% y tik tok con un porcentaje de 20,57% siendo las redes con mayor preferencia, entre otras acciones que se tomara para llamar la atención de los clientes se realizará promociones con el producto donde se considerar días donde se baja el precio, se realizarán ofertas de descuentos del 5% en fechas especiales como el día de la madre, navidad, 14 de febrero, etc.

Competidores a considerar

Los competidores que se consideraron son aquellos que ya se encuentran posicionados en el mercado y tienen una gran acogida a sus productos, y de acuerdo con la encuesta aplicada la Salinerito, Nature´s Heart, Wayu, y compra a granel, también se consideró esta ya que se adapta perfectamente a las necesidades del consumir.

Clientes

El producto se encuentra dirigido para nuestros clientes de todas las edades dentro de la encuesta planteada el mayor porcentaje de cliente tienen una edad de 26 a 35 años, seguido de ellos están los de edad de 15 a 25 años y así sucesivamente hasta cumplir con el estrato planteado que era de 15 a 65 años, en cuanto al género está desarrollado tanto cualquier género, siendo un producto apto para todo público.

Productos sustitutos a considerar

Dentro de los productos sustitutos se encuentran las marcas mencionadas anteriormente en la sección de competidores a considerar y dentro de los productos complementarios se implementó los snacks bañados en chocolate, donde se tratará de implementar en varias líneas, como son cobertura de chocolate blanco, negro y a su vez con otras coberturas como miel, jarabe entre otras cosas.

4.5. Estudio técnico y organizacional

En esta sección se detalla los recursos materiales y humanos que se requiere para poner en marcha el respectivo proyecto, así mismo se habla acerca del tamaño de la planta para posteriormente realizar actividades económicas de una empresa y que esta cumple adecuadamente en su ubicación dentro de la zona 3.

4.5.1. *Tamaño del proyecto*

De acuerdo con (Rueda, 2016, p. 17), la producción de durazno en Cotopaxi es alrededor de 7.750 toneladas anuales de las cuales de ahí se permite realizar las principales exportaciones a diversos destinos, así mismo su mayor producción se da en el Cantón Salcedo, el cual les permite distribuir el producto al mercado mayorista de donde las frutas se encuentran de venta para el público. Mientras que la producción de naranja se estima que llega a un total de 59.891 toneladas de naranja INEN, 2017, para el proceso de deshidratación se requiere de un largo proceso ya que se inicia desde la clasificación de la materia prima hasta su envasado y almacenamiento, cumpliendo con todas las normas de calidad para satisfacer las necesidades del consumidor.

4.5.2. *Capacidad de producción*

La planta de producción de la planta oscila entre los 39.653 kg anual de fruta deshidratada, El deshidratador con la que se realizará el trabajo tendrá una capacidad de 150 kilos generando alrededor de 654 fundas semanales con un tamaño de 250g para ambos casos tanto snack natural y snack bañado en chocolate.

Tabla 43-4: Producción de fruta fresca

Materia							sub
prima	provincia	L. Infer	L. Super	promedio	Productores	Sub. T . KG	total
naranja	Cotopaxi	80	100	90	22	1980	1980
	Cotopaxi	30	50	40	15	600	
Durazno	Tungurahua	50	70	60	12	720	1320
Chocolate	Cotopaxi	5	10	7,5	2	15	15

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth 2022

Nota: dentro de la tabla se logra identificar el chocolate se agrega el chocolate para elaborar el snack bañado en chocolate y se ocupa la misma producción de fruta fresca ya que el proceso es similar, luego se procede a coger los respectivos porcentajes que se obtuvo como resultado en la encuesta para elaborar los productos.

4.5.2.1. Disponibilidad de recurso financieros

Para realizar el proyecto de la planta deshidratadora de frutas se requiere del apoyo de entidades financieras que nos brinden un préstamos para llevar a cabo con lo establecido, para ello se realiza un préstamo a la institución financiera BanEcuador, esta institución cuenta con un interés del 9,76% , el valor que se realizara será del 28% siendo un valor de \$ 63.940.28 y el resto será capital propio que será disponibilidad de una asociación, para ello el plazo a pagar es de 60 meses es decir de 5 años.

4.5.3. Localización del proyecto

El estudio de localización de orienta a posicionar en un buen lugar la planta de deshidratación con la finalidad de cumplir con la demanda actual, de manera eficaz y eficiente, con lo indicado anteriormente se presenta a continuación la ubicación de la planta de frutas deshidratadas S&G E HIJOS.

4.5.3.1. Macro localización

Para elegir un lugar adecuado para la producción y distribución del producto se consideraron los siguientes factores:

- Vías de acceso
- Proveedores
- Clientes
- Servicios básicos

- Mano de obra
- Espacio físico

Teniendo como resultado para la macrolización se realizará dentro de la zona 3 específicamente en la provincia de Cotopaxi ya que cuenta con una adecuada producción de durazno en la zona, y a su vez cuenta nos permite obtener una facilidad para adquirir la otra materia prima que es la naranja.

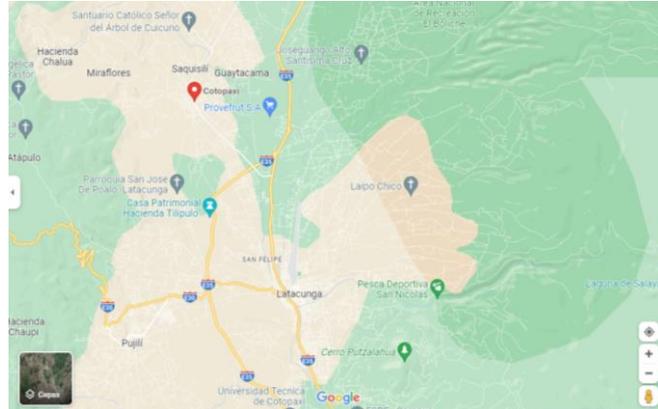


Ilustración 28-4: Macro localización de la planta

Fuente: Google maps

4.5.3.2. Micro localización

La microempresa “S&G E HIJOS” se encuentra ubicada en la ciudad de Latacunga, en la ciudadela la Calerita, se escogió ese punto estratégico ya que se encuentra en una zona donde se cuentan con todos los servicio básicos, y es un punto estratégico para realizar la producción y distribución del producto, además está a unos 15 o 20 minutos del mercado mayorista donde se puede adquirir la materia prima, insumos y mano de obra, así mismo el lugar cuenta con un espacio adecuado para la infraestructura.



Ilustración 29-4: Micro localización de la planta

Fuente: Google Maps

4.5.3.3. Ponderación:

Tabla 44-4: Localización utilizando la ponderación

Factor relevante	Peso asignado	Latacunga		Ambato		Puyo		Riobamba	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Califica.	Califica. Ponderada	Califica.	Califica. Ponderada
Vías de acceso	0,18	5	0,9	4	0,72	3	0,54	4	0,72
Proveedores	0,23	3	0,69	4	0,92	5	1,15	5	1,15
Clientes	0,2	4	0,8	3	0,6	2	0,4	2	0,4
Servicios básicos	0,18	4	0,72	3	0,54	2	0,36	3	0,54
Mano de obra	0,11	5	0,55	4	0,44	3	0,33	3	0,33
Espacio físico	0,1	4	0,4	4	0,4	4	0,4	3	0,3
Total	1		4,06		3,62		3,18		3,44

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.6. Ingeniería del proyecto

La microempresa “S&G E HIJOS” permitirá mejorar la economía principalmente de la zona 3 y de mayor estudio del cantón Cotopaxi, por ello se describirá el proceso de deshidratación a realizar para el snack natural y el snack bañado en chocolate:

4.6.1. Descripción técnica del proceso productivo

4.6.1.1. Recepción de la materia prima

La planta receptara la materia prima que llegaran en vehículos se trabajara con naranja y durazno, aquí se verificara el peso que cada productor lo estableció, y a su vez que verificara que la fruta este en buena calidad, caso contrario se rechaza el mismo.

4.6.1.2. Clasificación de la materia prima

Las materias primas serán clasificadas de acuerdo con el color, tamaño y aquí se seleccionarán que toda la materia prima no cuente con daño, físicos ni químicos, así mismo la materia que este

en un mal estado no se aceptara y se regresara al productor, se cumplirán todos los parámetros establecidos con el fin de obtener productos de una adecuada calidad.

Lavado

La fruta será ingresada a una maquina donde se ingresa agua y se añadirá alrededor de 30 ppm de cloro para eliminar cualquier microorganismo o materia física que afecte la calidad del producto.

Pelado

Hay que considerar dos aspectos para el durazno se elimina toda la cascará del durazno, pero en el caso de la naranja no se pelará ya que la cascará será parte de la fruta deshidratada.

Troceado

Dentro de esta etapa en el durazno al momento de trocear se eliminará la pepa de este, en el caso de la naranja se troceada en forma de láminas, y así mismo se eliminarán pepas y un poco de zumo de la misma naranja en ambos casos se desechará la parte tanto superior e inferior de ambas frutas para tener cortes uniformes que serán alrededor de 5 mm de grosor.

Deshidratado

Tanto la naranja y el durazno se deshidratarán a una temperatura de 55° en el caso de la naranja se utilizará por un tiempo de 11 horas en el caso del durazno se deshidrata por un tiempo de 10 horas, con estos valores nos permitirán eliminar el agua que se encuentran presenten en nuestras frutas.

Enfriado 1

Luego del proceso de deshidratación se dejará enfriar por alrededor de 20 minutos, aquí se distribuye la cantidad de fruta deshidrata tanto para el snack natural y para el bañado en chocolate, en el caso de snack natural se procederá a empaquetar y almacenar, pero para el caso del snack bañado en chocolate se sigue con el proceso.

Bañado en chocolate

Luego del proceso de enfriado la fruta se baña en chocolate y de acuerdo con los datos obtenidos de utilizar chocolate negro, con el fin de cubrir toda la fruta o a su vez de cubrir un solo lado para lograr identificar la fruta.

Enfriado 2

Una vez que la fruta se ha bañado en chocolate, se vuelve a dejar a enfriar para que este se pegue de una manera adecuada a la fruta, y se deja enfriar y secar alrededor de 15 min.

Empaquetado y almacenamiento

El producto final se procede a empaquetar en fundas de papel y a etiquetar y se almacena en temperatura ambiente para su posterior venta y cumplir con las normas de calidad.

4.6.2. Balance de masa

En la planta de deshidratación se desarrolla un balance de masa con el fin de demostrar que las entradas son igual a las salidas y a la vez se entender de mejor manera el proceso de deshidratación.

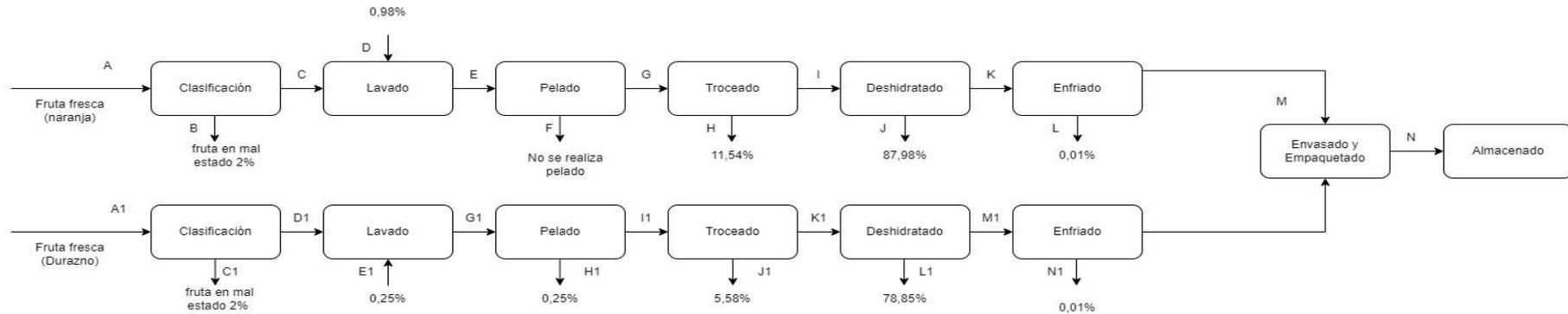


Ilustración 30-4: Balance de masa de snack natural

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

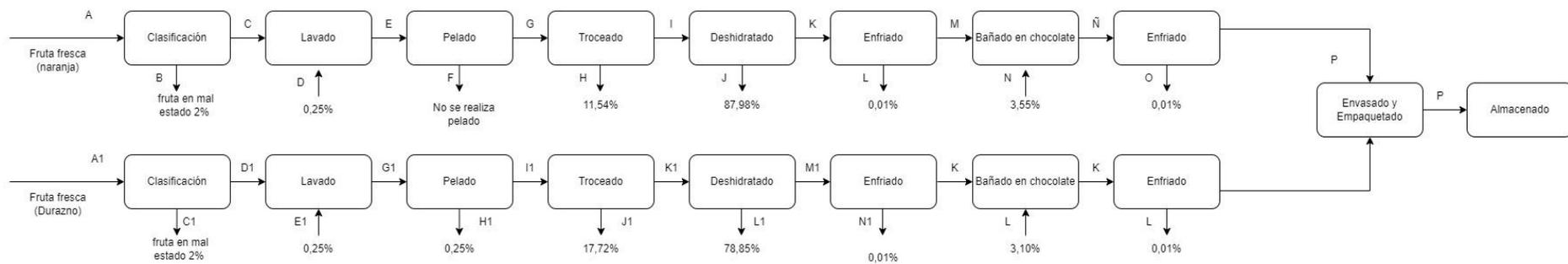


Ilustración 31-4: Balance de masa de snack bañado en chocolate

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.6.3. Ecuaciones del balance de masa

Tabla 45-4: Balance de masa del snack natural

Balance de masa del durazno			
$A=B+C$	$C=-D+E$	$E=F+G$	$G=H+I$
$1320=26,40+C$	$1293,60=-12,71+E$	$1306,31=231,48+G$	$1074,83=62,77+I$
$1320-26,40=C$	$1293+12,71=E$	$1306,31-231,48=G$	$1074,83-62,77=I$
$C=1293,60$	$E=1306,31$	$G=1074,83$	$I=1012,06$
$I=J-K$	$K=L+M$	$M=N$	58%
$1012,06=798,01+K$	$214,05=0,02+M$	$N=214,04$	124,13
$1012,06-798,01=K$	$214,05-0,02=M$		
$K=214,05$	$M=214,04$		
Balance de masa de la naranja			
$A1=B1+C1$	$C1=-D1+E1$	$E1=F1+G1$	$G1=H1+I1$
$1980,00=39,60+C$	$1940=-4,91+E1$	$1945,31=0+G1$	$1945,31=224,46+I1$
$1980,00-39,60=C$	$1940+4,91=E1$	$G1=1945,31$	$1945,31-224,46=I1$
$C=1940,40$	$E1=1945,31$		$I1=1720,85$
$I1=J1-K1$	$K1=L1+M1$	$M1=N1$	58%
$1720,85=1514+K1$	$206,85=0,02+M1$	$N1=206,83$	119,96
$1720,85-1514=K1$	$206,85-0,02=M1$		
$K1=206,85$	$M1=206,83$		

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Total, de kg de frutas= $N+N1$

TFD=124,14+119,96 → TDF= 420,86 Kg

Tabla 46-4: Balance de masa de snack bañado en chocolate

Balance de masa del durazno

$A2=B2+C2$	$C2=-D2+E2$	$E2=F2+G2$	$G2=H2+I2$	
$1320=26,40+C2$	$1293,60=-12,71+E2$	$1306,31=231,48+G2$	$1074,83=62,77+I2$	
$1320-26,40=C2$	$1293+12,71=E2$	$1306,31-231,48=G2$	$1074,83-62,77=I2$	
$C2= 1293,60$	$E2=1306,31$	$G2=1074,83$	$I2=1012,06$	
$I2=J2-K2$	$K2=L2+M2$	$M2=-N2+\tilde{N}2$	$\tilde{N}2=O2+P2$	38%
$1012,06=798,01+K2$	$214,05=0,02+M2$	$214,04 =6,63+\tilde{N}2$	$220,6=0,02+P2$	
$101,06-798,01=K2$	$214,05-0,02=M2$	$\tilde{N}2=214,04 +6,63$	$P2= 220,66-0,02$	83,84
$K2=214,05$	$M2=214,04$	$\tilde{N}2=220,66$	$P2= 220,64$	

Balance de masa de la naranja

$A3=B3+C3$	$C3=-D3+E3$	$E3=F3+G3$	$G3=H3+I3$	
$1980=39,60+C3$	$1940,40=-4,91+E3$	$1945,31=0+G3$	$1945,31=224,46+I3$	
$1980-39,60=C3$	$1940,40+4,91=E3$	$G3=1945,31$	$1945,31-224,46=I3$	
$C3= 1940,40$	$E3=1945,31$		$I3=1720,85$	
$I3=J3-K3$	$K3=L3+M3$	$M3=-N3+\tilde{N}3$	$\tilde{N}3=O3+P3$	38%
$1720,85=1514+K3$	$206,85=0,02+M3$	$206,83= -7,34+\tilde{N}3$	$214,17= 0,02+P3$	
$1720,85-1514=K3$	$206,85-0,02=M3$	$\tilde{N}3= 206,83+7,34$	$P3=214,17-0,02$	81,38
$K3=206,85$	$M3=206,83$	$\tilde{N}3= 214,17$	$P3=214,15$	

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Total, de kg de frutas para snacks bañados en chocolate= $N2+N3$

$TFD=83,84+81,38 \rightarrow TDF= 165,22 \text{ Kg}$

Tabla 47-4: Resumen del balance de masa de snack natural

Unidades Físicas			Durazno		Naranja		Producción Snacks	
	Presión	Temperatura	Entradas	Salidas	Entradas	Salidas	Total, entrada	Total, salidas
A	1 atm	19°C	1320				1320	
B	1 atm	19°C		26,40				26,40
C	1 atm	19°C						
D	1 atm	19°C		12,71				12,71
E	1 atm	19°C						
F	1 atm	19°C		231,48				231,48
G	1 atm	19°C						
H	1 atm	19°C		62,77				62,77
I	1 atm	19°C						
J	6 atm	55°		798,01				798,01
K	1 atm	19°						
L	1 atm	19°		0,02				0,02
M	1 atm	19°		214,03				214,03
A1	1 atm	19°			1980		1980	
B1	1 atm	19°				39,60		39,60
C1	1 atm	19°						
D1	1 atm	19°				4,91		4,91
E1	1 atm	19°						
F1	1 atm	19°				0,00		0,00
G1	1 atm	19°						
H1	1 atm	19°				224,46		224,46
I1	1 atm	19°						
J1	6 atm	55°C				1514		1514
K1	1 atm	19°C						
L1	1 atm	19°C				0,02		0,02
M1	1 atm	19°C				206,83		
N1	1 atm	19°C						206,83
58% Para snack natural				124,1373				119,95
			1320	1320	1980	1980	3300	3300

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 48-4: Resumen del balance de masa de snack bañado en chocolate

Unidades Físicas			Durazno		Naranja		Producción Snacks	
	Presión	Temperatura	Entradas	Salidas	Entradas	Salidas	Total, entrada	Total, salidas
A2	1 atm	19°C	1320				1320	
B2	1 atm	19°C		26,40				26,40
C2	1 atm	19°C						
D2	1 atm	19°C		12,71				12,71
E2	1 atm	19°C						
F2	1 atm	19°C		231,48				231,48
G2	1 atm	19°C						
H2	1 atm	19°C		62,77				62,77
I2	1 atm	19°C						
J2	6 atm	55° C		798,01				798,01
K2	1 atm	19°C						
L2	1 atm	19°C		0,02				0,02
M2	1 atm	19°C						
N2	6 atm	30°C		6,63				6,63
Ñ2	1 atm	19°C						
O2	1 atm	19°C		0,02				0,02
P2	1 atm	19°C		220,64				220,64
A3	1 atm	19°C			1980		1980	
B3	1 atm	19°C				39,60		39,60
C3	1 atm	19°C						
D3	1 atm	19°C				4,91		4,91
E3	1 atm	19°C						
F3	1 atm	19°C				0,00		0,00
G3	1 atm	19°C						
H3	1 atm	19°C				224,46		224,46
I3	6 atm	55°C						
J3	1 atm	19°C				1514		1514
K3	1 atm	19°C						
L3	1 atm	19°C				0,02		0,02
M3	1 atm	19°C						
N3	6 atm	30°C				7,34		7,34
Ñ3	1 atm	19°C						
O3	1 atm	19°C				0,02		0,02
P3	1 atm	19°C						
Q3	1 atm	19°C				214,15		214,15
38 % para snack bañado en chocolate				83,84		81,38		
			1320	1320	1980	1980	3300	3300

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.6.4. Diagramas

4.6.4.1. Flujograma de procesos

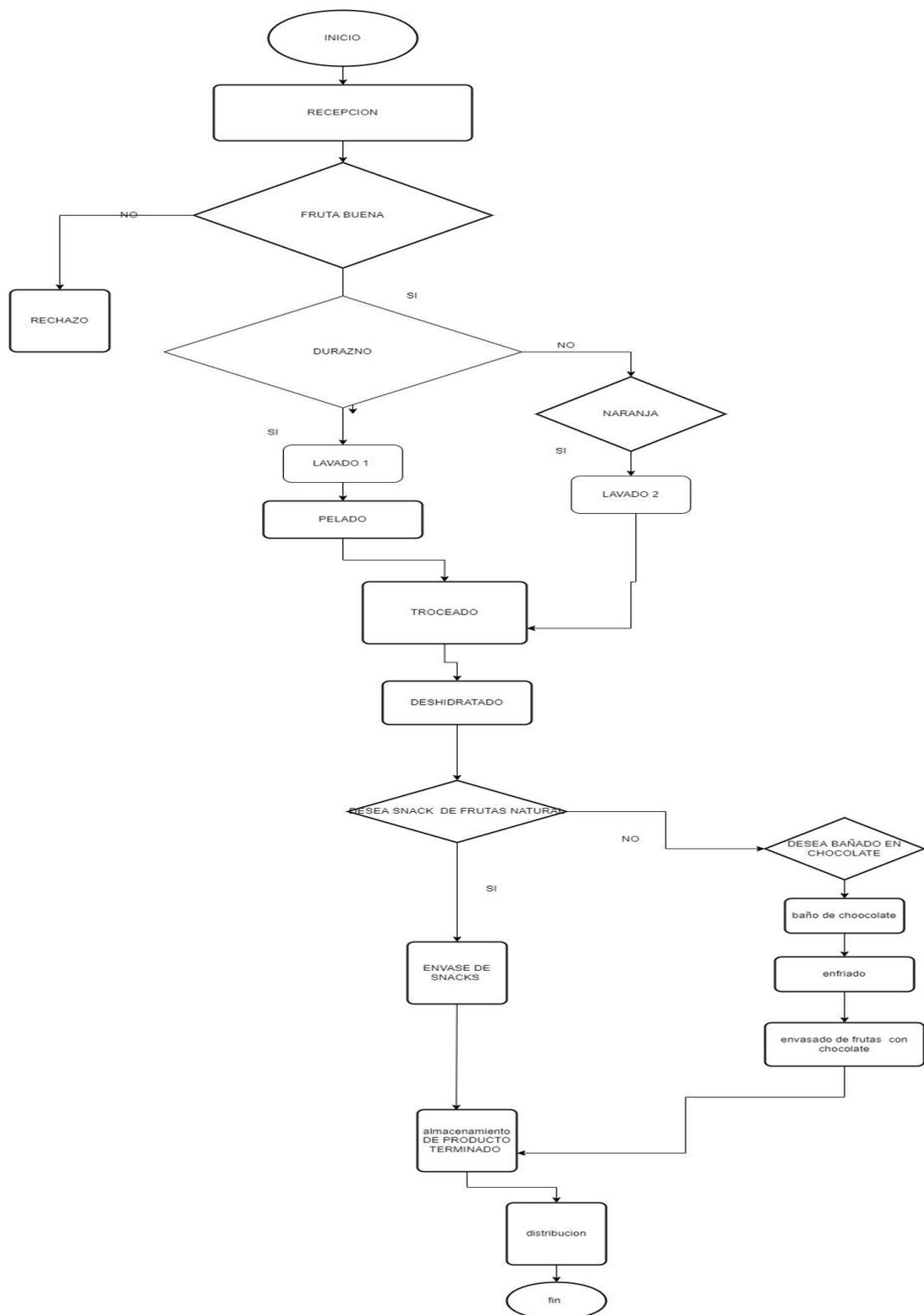


Ilustración 32-4: Flujograma de snacks naturales y snacks bañados en chocolate

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.6.4.2. Diagrama de procesos PFD

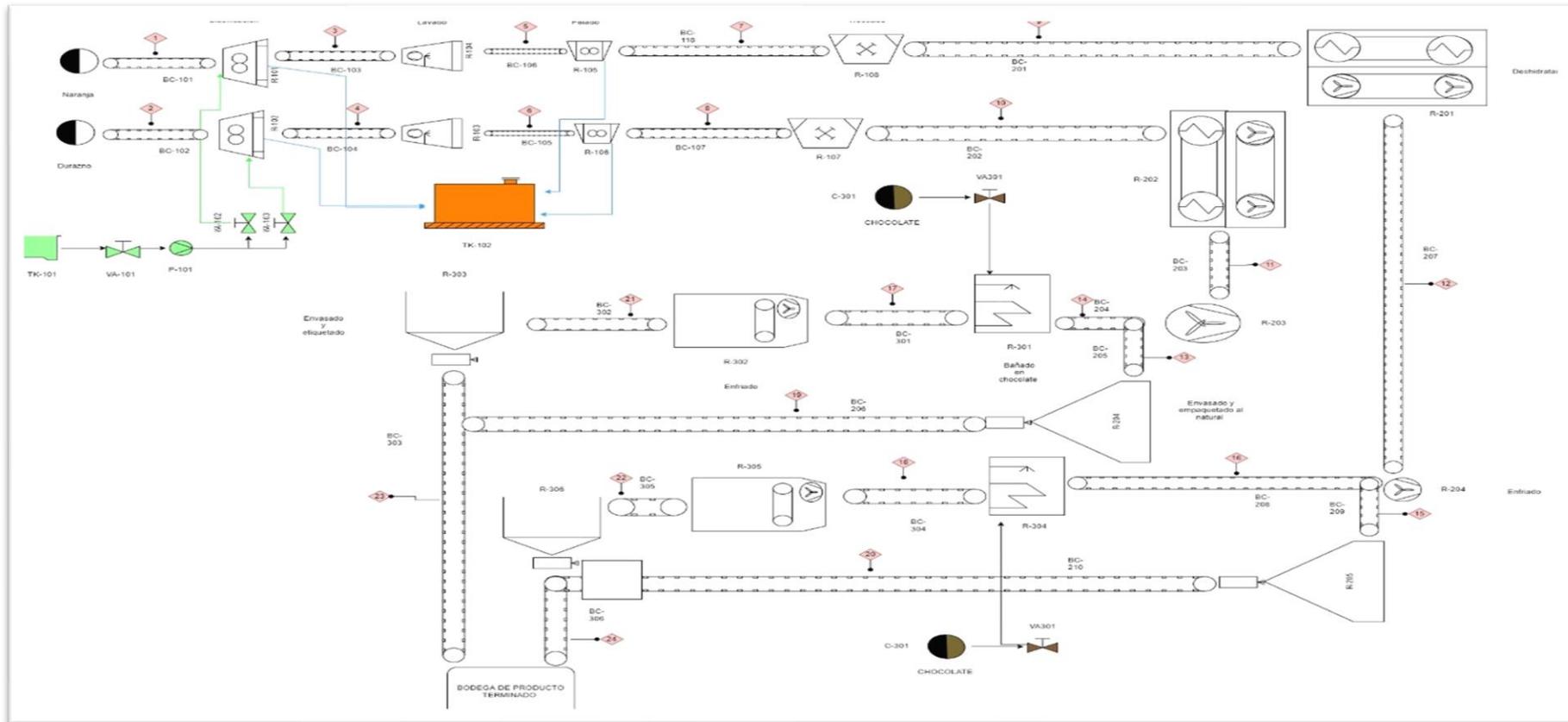


Ilustración 33-4: Diagrama de flujo de procesos para snacks natural y bañado en chocolate

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.6.4.3. Diagrama de balance masa

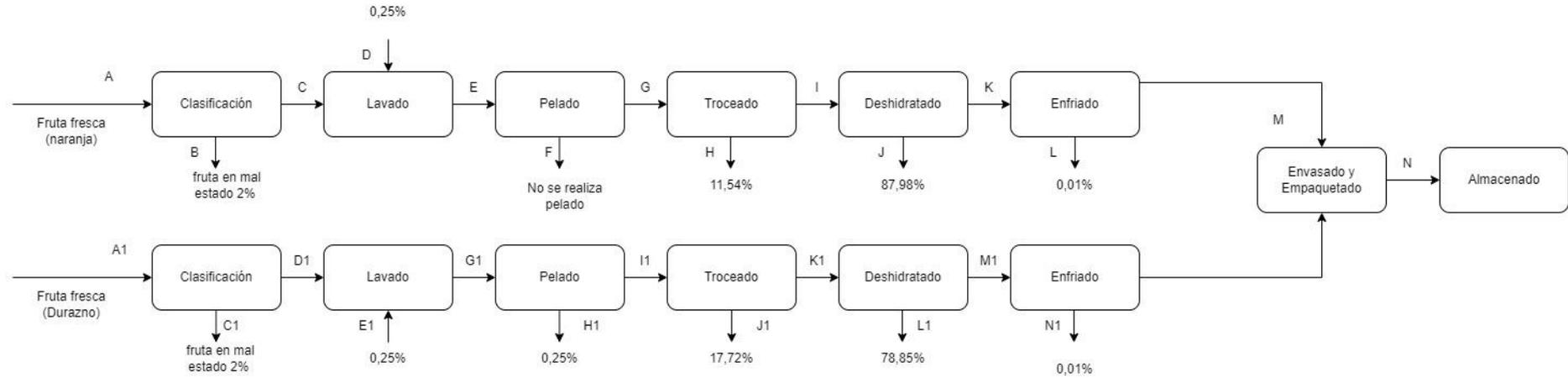


Ilustración 34-4: Balance de masa de snack natural

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

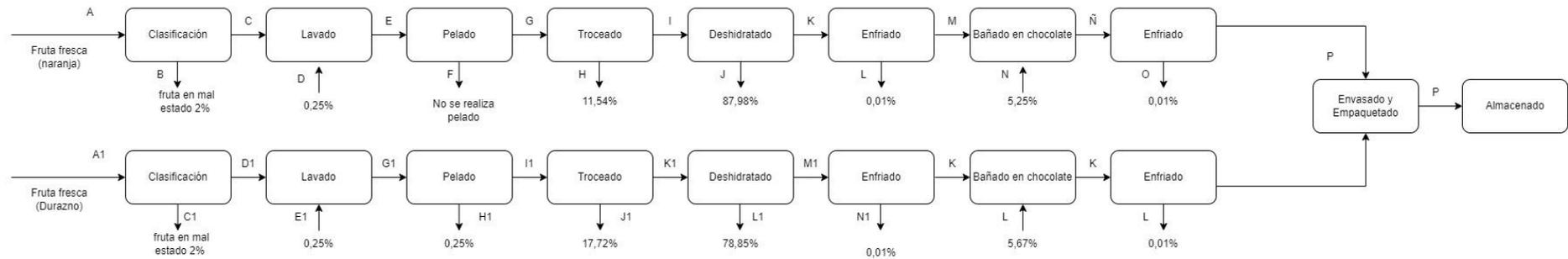


Ilustración 35-4: Balance de masa de snacks bañados en chocolate

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.6.4.4. Diagrama de operaciones

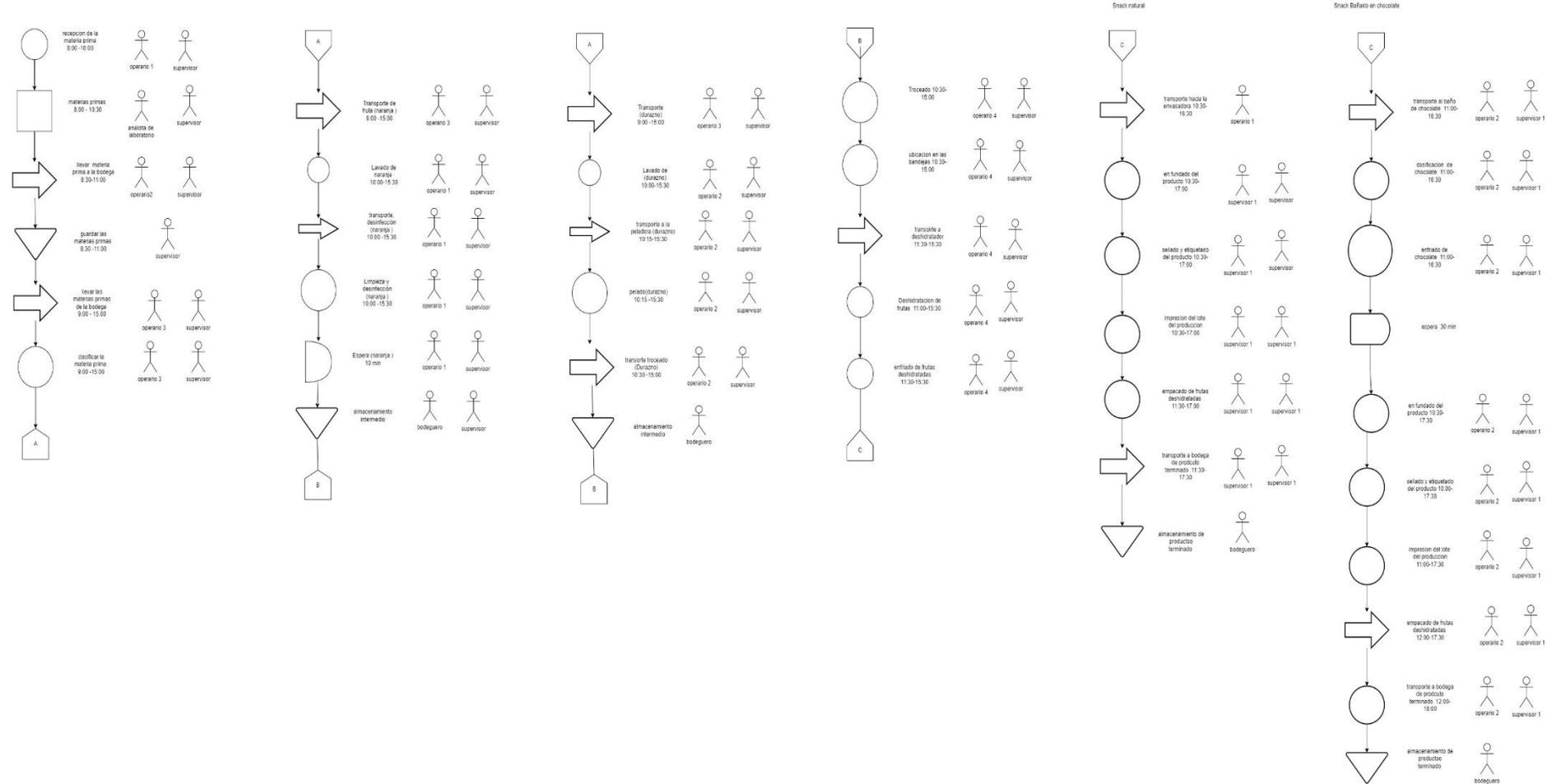


Ilustración 36-4: Diagrama de operaciones de snack natural y snack bañado en chocolate

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.6.4.5. Requerimientos del proyecto

Distribución de la planta

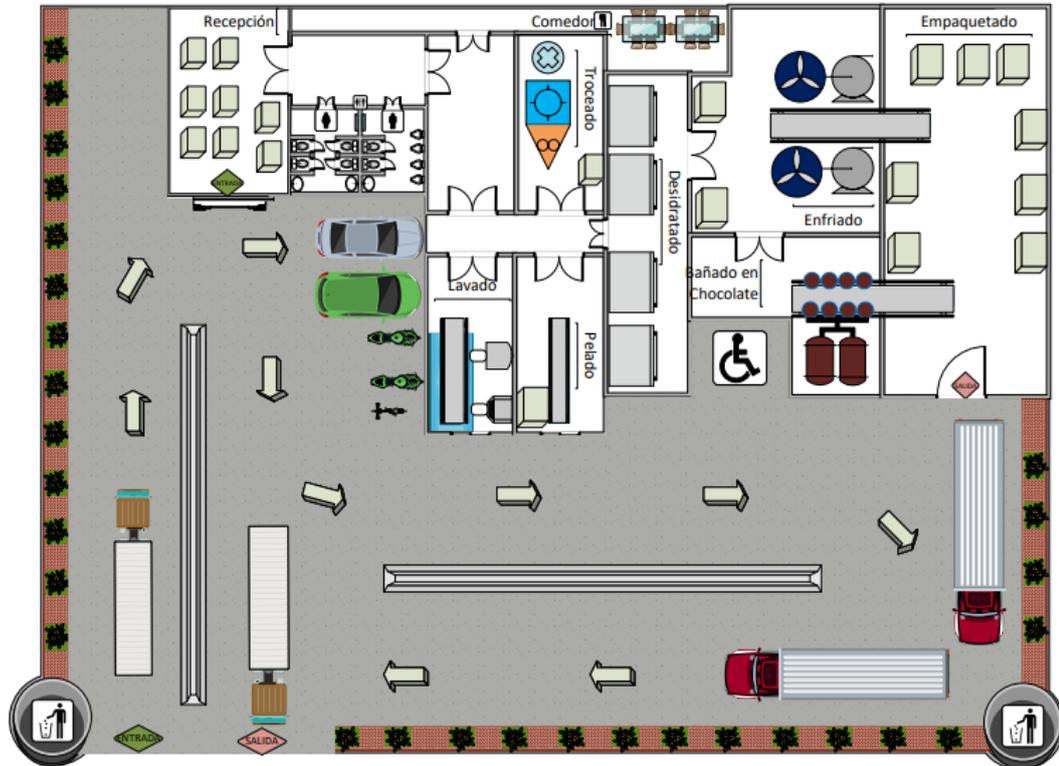


Ilustración 37-4: Distribución de la planta de frutas deshidratadas

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

La empresa contara con un área total de 430 m², donde se detallarán las diversas áreas necesarias para llevar a cabo con el proceso de deshidratación, al ingresar a la planta se encontrara con un parqueadero para que los respectivos carros ingresen con la materia prima, luego se procede a receptor la fruta tanto la naranja como el durazno, posteriormente la fruta ingresa al área de laboratorio donde se realizara las respectivas pruebas como tamaño, color, calidad madurez, entre otros factores, una vez que la materia prima este apta para el proceso, se ingresa al área de producción para realizar el respectivo deshidratado, posteriormente encontraremos el área de almacenamiento y enfriamiento, aparte de esas áreas, se encuentras el área administrativa, el área de ventas, y por último los servicios higiénicos, a continuación se realiza una descripción sobre el terreno y edificio necesario para montar la empresa de frutas deshidratadas:

Tabla 49-4: Terreno y edificio

Descripción	Área m ²	Valor Total
Terreno		55.000,00
Área de recepción (fruta)	60	10.500,00
Área de almacenamiento y enfriamiento	70	12.250,00
Área de Laboratorio	40	7.000,00
Área de producción	120	21.000,00
Área administrativa	40	7.000,00
Área de ventas	50	8.750,00
Servicios higiénicos	20	3.500,00
Parqueadero	30	5.250,00
Edificio y construcción	430	75.250,00
Total		130.250,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Dentro de la maquinaria y equipos, encontraremos una tabla donde se encontrarán los equipos necesarios para realizar la producción de snacks naturales y snacks bañados en chocolate:

Tabla 50-4: Maquinaria y Equipos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Deshidratador de 150	3	5.350,00	16.050,00
Balanza digital 250 kls	3	210,00	630,00
mesa de trabajo	3	65,00	195,00
Cortadora de frutas	2	761,50	1.523,00
bañadora de chocolate con cinta de salida	1	1.500,00	1.500,00
Lavadora de frutas	1	295,00	295,00
Termómetro industrial	1	45,00	45,00
Rejillas de enfriamiento aplicable	2	25,00	50,00
Extintor	2	40,00	80,00
Total			20.368,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

En la siguiente tabla se observa los muebles y enseres necesarios para las diversas áreas:

Tabla 51-4: Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Juego de escritorio	3	375	1.125,00
Cajoneras	3	45	135,00
Archivador	1	150	150,00
Total			1.410,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 52-4: Equipo de computo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora de escritorio, Camara web, Impresora, USB	4	750,00	3.000,00
Total			3.000,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 53-4: Materiales e Insumo de Laboratorio

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Kit de pretrifilm (solmonella, schericha coli, mohos y levaduras)	3	87,5	262,5
Total			262,5

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 54-4: Equipos y útiles de oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Teléfono	1	40,00	40,00
Total equipo			40,00
Resmas de papel	2	3,10	6,20
Lápiz	5	0,35	1,75
Eferos	5	0,45	2,25
Borradores	5	0,15	0,75
Folder	5	2,00	10,00
Cuadernos	2	1,00	2,00
Carpetas	5	0,25	1,25
Calculadora	1	10,00	15,00
Total útiles			39,20
Total			79,20

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 55-4: Vehículo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Vehiculo KIA k2500	1	26.900,00	26.900,00
Total			26.900,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 56-4: Mano de obra directa

Descripción	Cantidad	Sueldo Mensual	Valor Anual
Jefe de producción	1	650,00	7.800,00
Técnico de control de calidad	1	550,00	6.600,00
Operario	4	500,00	24.000,00
Total			38.400,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 57-4: Mano de obra indirecta

Descripción	Cantidad	Sueldo	Valor
		Mensual	Anual
Gerente general	1	650,00	7.800,00
Jefe de ventas	1	500,00	6.000,00
Jefe administrativo	1	500,00	6.000,00
Contador	1	500,00	6.000,00
Total			25.800,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

En las siguientes tablas se considerará de acuerdo con los porcentajes obtenidos en la encuesta, pues el 58% está de acuerdo en consumir snacks naturales y el resto en snack bañado en chocolate es por ellos que se realizan dos tablas para ya que se requieren diferentes cantidades para realizar dichos productos:

Tabla 58-4: Materia prima para snack bañado en chocolate

Descripción	Precio del kg	Cantidad de	Valor Anual
		Fruta	
Naranja	2.45	1.980,00	252.252,00
Durazno	1.75	1.320,00	120.120,00
Chocolate	12.50	90,00	58.500,00
TOTAL			430.872,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 59-4: Insumo para snack natural

Descripción	Cantidad	Valor	Valor	Valor anual
		Unitario	Mensual	
Fundas de papel	32.546,13	0,15	4.881,92	58.583,04
Etiquetas	32.546,13	0,08	2.603,69	31.244,29
Total				89.827,33

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 60-4: Insumos para snack bañado en chocolate

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Fundas de papel	22.029,31	0,15	3.304,40	39.652,75
Etiquetas	22.029,31	0,08	1.762,34	21.148,13
Total				60.800,88

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 61-4: Servicios Básicos

Descripción	Unidad	Valor Mensual	Valor Anual
Luz	KW	500,00	6.000,00
Agua	M ³	60,00	720,00
Teléfono	Min.	40,00	480,00
Internet	Plan	70,00	840,00
Total			8.040,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 62-4: Suministros de Limpieza

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Escoba	2	1,50	3,00	36,00
Trapeador	2	2,50	5,00	60,00
Recogedor de basura	2	1,50	3,00	36,00
Basurero	4	4,00	16,00	192,00
desinfectante	1	5,50	5,50	66,00
Fundas de basura	25	0,05	1,25	15,00
Total				405,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 63-4: Gastos de Constitución

Descripción	Valor
Estudio de Factibilidad	350,00
Permisos de funcionamiento	280,00
Escrituras	250,00
Apertura cuenta	200,00
Gastos varios	150,00
Total	1.230,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 64-4: Gastos de Ventas

Descripción	Cantidad	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad	1	250,00	3.000,00
TOTAL			3.000,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.7. Propuesta administrativa

Para un adecuado funcionamiento la empresa requiere de ciertos requisitos tanto legales y administrativos, y estos deben estar dentro del marco legal, así mismo estos deben contar con el debido funcionamiento de instituciones públicas que se encargan de otorgarnos todos los permisos. A continuación, se detalla los siguientes permisos que se requiere para el funcionamiento de la empresa:

4.7.1. Registro único de contribuyentes (RUC): El RUC es un documento que les permite identificar a las personas como personas jurídicas, naturales, contribuyentes, que realizan algún tipo de actividad en el Ecuador, dentro de los requisitos para obtener este documento es:

- Copia original de la cedula de ciudadanía
- Copia de servicios básicos (planilla de agua, luz)
- Papeleta de votación copia original

4.7.2. Patente: de acuerdo con (Portal único de Tramites Ciudadanos, 2022, p. 1), la patente deben tener las personas naturales, jurídicas, nacionales o extranjeras que ejerzan actividades tanto comerciales, industriales, ect.

A continuación se muestra los requisitos:

- Formulario de declaración inicial de actividad económica

- Cedula y papeleta de votación
- Copia del registro único de contribuyentes
- Copia del impuesto predial en el caso de tener arriendo
- Certificado no adeudar al municipio
- Copia del permiso del cuerpo de bomberos
- Pago de patentes y servicios administrativos

4.7.3. Permiso de bomberos: según el (Portal Único de Trámites Ciudadanos, 2022, p. 1), el permiso de bomberos se realiza al inicio de cualquier actividad, aquí se otorga un permiso donde se optan por medidas necesarias para asegurar que la empresa se encuentre en las condiciones adecuadas y esta este preparada para cualquier flagelo. Dentro de los permiso estan:

- Solicitud de inspección dirigida a la jefatura del cuerpo de bomberos
- Informe técnico de inspección favorable
- Copia del certificado de uso de suelo
- Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación
- Copia del RUC o RISE
- Extintor de 10 libras de polvo químico seco
- Lámparas de emergencia instaladas en las rutas de evacuación y salidas de emergencias.
- Letrero del ECU 911
- Presentar un plan de emergencias y evacuación, firmada por un profesional del área de seguridad industrial
- Realizar un plan de emergencias si el establecimiento se considera de alto riesgo debido a los productos de comercialización.
- Copia del contrato de arrendamiento

4.7.4. Permiso de funcionamiento (LUAE): las empresas que quieren desarrollar cualquier tipo de actividad económica, deben contar con una licencia para poder desarrollar sus actividades, dentro de los requisitos están:

- Pago de la patente municipal
- permiso de cuerpo de bomberos
- certificado de registro del ministerio de Turismo
- Permiso de manipulación de alimentos del MSP
- Copia de cédula
- Solicitud de ingreso al catastro

4.8. Razón social

La empresa contara con una sociedad anónima, es así como se juntará la otra parte del capital para construir la empresa de frutas deshidratadas, además dichos socios apoyaran al crecimiento de la empresa Mundo Snack, para así cubrir la demanda que actualmente se tiene en el mercado.

4.9. Direccionamiento estratégico

4.9.1. Misión

Mundo Snacks es una empresa del sector alimentario, dedicada a satisfacer las necesidades del consumidor, con alimentos de calidad e inocuidad, usando las excelentes materias primas de la zona 3 del ecuador, sembrando el respeto al medio ambiente e impulsando al consumo responsable de los mismos.

4.9.2. Visión

Ser una empresa líder de la industria de frutas deshidratadas en mercados nacionales e internacionales, principalmente en la producción de snacks bañados en chocolate, y snack natural, con los más altos estándares de calidad liderando al crecimiento del sector agroindustrial, generando empleo y oportunidades de progreso e ingreso equitativos.

4.9.3. Filosofía corporativa

La empresa de frutas deshidratadas comparte valores de dignidad de trabajo, responsabilidad, compromiso, honestidad, lealtad, transparencia, trabajo en equipo, integridad, y respeto por el medio ambiente.

4.9.4. Estructura organizacional

La empresa estará jerarquizada de la siguiente manera

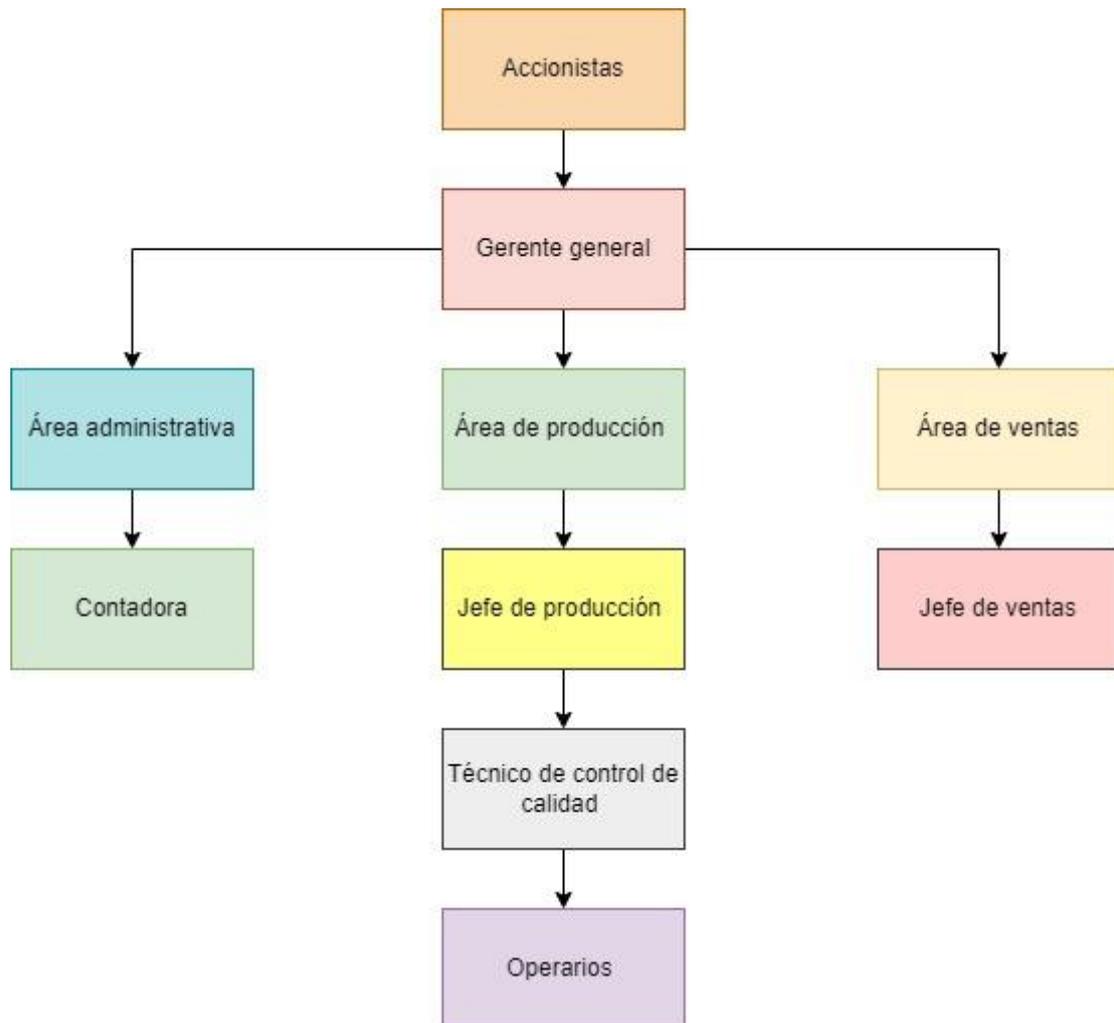


Ilustración 38-4: estructura organizacional

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.9.4.1. Cargos y funciones

Accionistas

- Toma de decisiones para mejorar la empresa
- Designar cargos para cumplir las funciones de las empresas
- Mejorar propuestas para la empresa

Gerente general

- Planificar actividades para la empresa

- Verificar el cumplimiento de los objetivos de la empresa
- Organizar y nombrar líderes para cada área de trabajo
- Brinda asesoramientos

Área administrativa

- Asigna responsabilidades a los de su área
- Controla los recursos cada cierto tiempo
- Se encarga de las personas que llevan la contabilidad de la empresa.

Contadora

- Controla los procesos económicos de la empresa
- Actualiza las cuenta y facturas por cobrar
- Realiza informes para entregar al área administrativa

Área de producción

- Mejora el nivel de producción
- Controla los procesos de producción
- Supervisa a los operarios
- Controla la maquinaria y materia prima
- Mejora la viabilidad de la materia prima

Técnico de control de calidad

- Verifica los procesos durante toda la producción
- Controla la materia prima antes y después del proceso
- Elabora reportes de materia las maquinarias y equipos
- Analiza la producción y optimiza sus tiempos.

Operarios

- Se encargan de cumplir con las actividades encargadas por sus supervisores.
- Cumplen con las normas de bioseguridad dentro de la planta de alimentos.
- Controlan los procesos de producción
- Realizan actividades de limpieza de los quipos y maquinarias

Área de ventas

- Encontrar nuevos mercados
- Cumplir con los pedidos establecidos por las empresas
- Mejorar en el área del marketing mix de la empresa
- Mejora los problemas de comercialización y nuevas estrategias de venta del producto

4.9.4.2. Rol de pagos

Tabla 65-4: Rol de pagos de mano de obra directa

Cargo	Sueldo	Décimo 3ro	Décimo 4to	Aporte al IESS	Total al mes	Total al año
Jefe de Producción	650,00	54,17	54,17	61,43	696,91	8.362,90
Operario 1	500,00	41,67	41,67	47,25	536,08	6.433,00
Operario 2	500,00	41,67	41,67	47,25	536,08	6.433,00
Operario 3	500,00	41,67	41,67	47,25	536,08	6.433,00
Operario 4	500,00	41,67	41,67	47,25	536,08	6.433,00
Técnico de control de calidad	550,00	45,83	45,83	51,98	589,69	7.076,30
Total	3.200,00	266,67	266,67	302,40	3.430,93	41.171,20

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 66-4: Rol de pagos de la nómina administrativa

Cargo	Sueldo	Décimo 3ro	Décimo 4to	Aporte al IESS	Total al mes	Total al año
Gerente general	650,00	54,17	54,17	61,425	696,91	8362,90
Jefe de ventas	500,00	41,67	41,67	47,25	536,08	6433,00
Jefe administrativo	500,00	41,67	41,67	47,25	536,08	6433,00
Contador	500,00	41,67	41,67	47,25	536,08	6433,00
Total	2.150,00	179,17	179,17	203,18	2.305,16	27.661,90

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.10. Estudio financiero

En esta parte se detallarán los aspectos económicos más importantes que se deben conocer para llevar a cabo la propuesta de frutas deshidratadas, aquí encontraremos tablas donde se analizar desde la inversión, costos fijos, ingresos y egresos y poder determinar cómo fluirá la empresa en los próximos años, y ver si es viable o no la empresa mediante indicadores como el VAN, TIR y Costo beneficio.

4.10.1. Inversión

Dentro de la tabla de inversiones encontraremos varios cuadros como activos fijos y variables que van a ser gastos necesarios para realizar el producto, además también se hablara de la inversión en el capital de trabajo.

4.10.1.1. Inversión fija

Consideraremos todos los bienes inmuebles necesarios para que la empresa funcione adecuadamente, estos activos fijos están sujetos a una vida útil. En el siguiente cuadro se detallarán la inversión fija necesaria para elaborar snacks de frutas deshidratadas.

Tabla 67-4: Inversión fija para snack deshidratado

Descripción	Valor Total
Terreno	55.000,00
Edificio	75.250,00
Muebles y enseres	1.410,00
Maquinaria y Equipos	20.368,00
Equipos y materiales de laboratorio	262,50
Equipo de computo	3.000,00
Equipos y utiles de oficina	79,20
Vehículo	26.900,00
TOTAL	182.269,70

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.10.1.2. Inversión diferida

Son gastos que se realizan para obtener todo tipo de permisos de funcionamientos que nos permitan que la empresa funcione adecuadamente, dentro de la siguiente tabla se detallaran los diferentes gastos:

Tabla 68-4: Inversión Diferida

Descripción	Valor Total
Gastos de constitución	1.230,00
Total	1.230,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.10.1.3. Capital de trabajo

Para la empresa de frutas deshidratadas mundo snacks encontraremos la tabla de capital de trabajo donde se encontrará detallará los costos primos, el CIF, gastos administrativos y gastos de ventas.

Tabla 69-4: Capital de trabajo para snack de frutas deshidratadas

Descripción	Valor al	
	Valor al año	mes
Costo primo	423.293,20	35.274,43
CIF	76.846,24	6.403,85
Gastos Administrativos	30.320,04	2.526,67
Gastos de ventas	7.842,00	653,50
Total	538.301,48	44.858,46

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 70-4: Costo primo para snack de frutas deshidratadas

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Materia prima directa	382.122,00	31.84,00
Mano de obra directa	41.171,20	3.430,93
Total	423.293,20	35.274,43

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 71-4: Costos Indirectos de Fabricación para snack de frutas deshidratadas

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Insumos	60.800,88	5.066,74
Depreciación de Edificio	6.772,50	564,38
Depreciación de Maquinaria	1.833,12	152,76
Depreciación Equipos de laboratorio	23,63	1,97
Mantenimiento M y E	412,61	34,38
Servicios básicos	6.720,00	560,00
Suministro de limpieza	283,50	23,63
Total	76.846,24	6.403,85

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 72-4: Gastos Administrativos

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Nomina Administrativa	27.661,90	2.305,16
Depreciación de Muebles y enseres	126,90	10,58
Depreciación de Equipo de computo	670,00	55,83
Depreciación de Equipos de oficina	7,13	0,59
Mantenimiento Equipos C y O	412,61	34,38
Teléfono e internet	1.320,00	110,00
Suministro de limpieza	121,50	10,13
Total	30.320,04	2.526,67

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 73-4: Gastos de ventas

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Publicidad	3.000,00	250,00
Depreciacion de Vehículo	4.304,00	358,67
Mantenimiento de Vehículo	538,00	44,83
Total	7.842,00	653,50

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.10.1.4. *Inversión Inicial*

La inversión inicial para implementar la empresa mundo snacks se muestra a continuación:

Tabla 74-4: Inversión Inicial para snacks de frutas deshidratadas

Detalle	Valor al año	Valor al mes
Inversión Fija	182.269,70	182.269,70
Inversión diferida	1.230,00	1.230,00
Capital de trabajo	538.301,48	44.858,46
Total	721.801,18	228.358,16

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.10.1.5. *Estructura de capital*

Dentro de la estructura de capital el capital propio será cerca del 72%, esto será constituido por socios, mientras que el resto 28% será financiado por BanEcuador:

Tabla 75-4: Estructura de Capital para snack de frutas deshidratadas

Capital	Valor	Porcentaje
Capital Propio	164.417,87	72%
Préstamo en BanEcuador	63.940,28	28%
Total	228.358,16	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 76-4: Amortización para snacks de frutas deshidratadas

	Año 1	Año 2	año 3	año 4	año 5	total
Amortización	12.294,14	12.536,28	12.783,19	13.034,97	13.291,70	63.940,28
Intereses	1.138,51	896,37	649,46	397,69	140,96	3.222,98
Saldo	51.646,14	39.109,86	26.326,66	13.291,70	-0,00	
Total						67.163,27

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.10.1.6. Precio de venta

Dentro de las encuestas planteadas se estableció que el snack natural de 150g, el precio del kilo del snack está a \$9,51, mientras que el precio con la utilidad del 35% el precio del kilo se encuentra alrededor de \$14,64, mientras que el precio de los 150 gramos es de \$2,20.

$$\text{Costo Total Unitario} = \frac{\text{Costo de Producción}}{\# \text{ de unidades producidas}}$$

$$CTU = \frac{46.448,25}{54.881,92}$$

$$CTU = 9,51$$

$$\text{Precio de Venta} = \frac{\text{Costo de producción por unidad}}{1 - \% \text{ Utilidad}}$$

$$PV = \frac{9,51}{1 - 0,35}$$

$$PV = \mathbf{14,64 \text{ precio del kg}}$$

$$PV \text{ de } 150g = \mathbf{2,20}$$

Para snacks bañados en chocolate el precio del kilo sin utilidad es de \$ 13,58, mientras que el kilo con utilidad de fruta deshidratada bañada en chocolate está a \$20,89, el precio de los 150 gramos, sin utilidad oscila entre los \$ 3,13.

$$\text{Costo Total Unitario} = \frac{\text{Costo de Producción}}{\# \text{ de unidades producidas}}$$

$$CTU = \frac{44.858,46}{3.304,40}$$

$$CTU = 13,58$$

$$\text{Precio de Venta} = \frac{\text{Costo de producción por unidad}}{1 - \% \text{ Utilidad}}$$

$$PV = \frac{13,58}{1 - 0,35}$$

$$PV = \mathbf{20,89 \text{ precio del kg}}$$

$$PV \text{ de } 150g = \mathbf{3,13}$$

4.10.1.7. Punto de equilibrio

En el punto de equilibrio logramos ver si los ingresos están siendo igual a los egresos, desde este punto lograremos ver si la empresa lograra obtener utilidades, si la utilidad es baja la empresa no fluiría.

Tabla 77-4: Análisis de costos totales de snacks de frutas deshidratadas

Costos totales	
Costos Fijos	53.855,58
Costos Variables	484.094,08
Total	537.949,67

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 78-4: Punto de Equilibrio de snacks de frutas deshidratadas

Punto de Equilibrio		
Q.E	7.367,56	Dinero
P.E	129.630,20	U. producidas

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

En la tabla 78-4 el punto de equilibrio es de \$129.630,20 si es superior habrá utilidades para la empresa caso contrario habrá pérdidas y la empresa tendrá que optar por otras formas de salir adelante.

4.10.1.8. *Presupuesto de egresos e ingresos*

Egresos

Los egresos es aquel dinero que nos va a permitir realizar los pagos, es decir es la salida del dinero con el que vamos a cubrir todas las obligaciones que se tiene como empresa, dentro de ello detallaremos la siguiente tabla:

Tabla 79-4: Egresos de snacks de frutas deshidratadas

Costos Operacionales					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	538.301,48	567.668,66	598.637,97	631.296,82	665.737,38
Mano de obra directa	41.171,20	44.600,76	44.600,76	44.600,76	44.600,76
CIF	76.846,24	78.702,98	80.559,73	82.416,47	84.273,22
Total	656.318,92	690.972,40	723.798,46	758.314,05	794.611,36
Gastos Operacionales					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos					
Administrativos	30.320,04	33.428,30	34.232,33	35.036,36	35.840,39
Gastos de ventas	7.842,00	12.146,00	16.450,00	20.754,00	25.058,00
Total	38.162,04	45.574,30	50.682,33	55.790,36	60.898,39
Gastos no Operacionales					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Financieros	1.138,51	896,37	649,46	397,69	140,96
Total	1.138,51	896,37	649,46	397,69	140,96
Total	695.619,46	737.443,07	775.130,25	814.502,10	855.650,71

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Ingresos

Dentro de los ingresos lograremos encontrar todo el dinero que se recaudara de la empresa para realizar los respectivos gastos a continuación se muestran las siguientes tablas:

Tabla 80-4: Ingresos de snacks de frutas deshidratadas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Snack de					
frutas	39.652,75	40.448,85	41.260,92	42.089,31	42.934,32
Precio del kg	20,89	21,59	22,32	23,08	23,86
Total	828.156,12	873.336,39	920.981,49	971.225,88	1.024.211,36

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Materia prima

De acuerdo con la cantidad de fruta fresca que se logró conseguir en la zona 3, nos proyectamos una cantidad de kilos para 5 años considerando la inflación anual que se tiene actualmente y es de 3,8%.

Tabla 81-4: Costo de la materia prima

Periodo	Adquisición		
	anual	Costo por kg	Valor Total
1	39.653	13,58	538.301,48
2	40.449	14,03	567.668,66
3	41.261	14,51	598.637,97
4	42.089	15,00	631.296,82
5	42.934	15,51	665.737,38

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 82-4: Costos indirectos de fabricación

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Insumos	49.983,51	49.983,51	49.983,51	49.983,51	49.983,51
Depreciación de Edificio	8.707,50	8.707,50	8.707,50	8.707,50	8.707,50
Depreciación de Maquinaria	465,34	930,68	1.396,03	1.861,37	2.326,71
Depreciación Equipos de laboratorio	7,88	15,75	23,63	31,50	39,38
Mantenimiento M y E	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16
Servicios básicos	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00
Suministro de limpieza	283,50	283,50	283,50	283,50	283,50
Valor Total	62.252,89	62.726,11	63.199,32	63.672,54	64.14576

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 83-4: Gastos administrativos, ventas y financieros

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	28.427,04	31.307,46	31.937,24	32.567,02	33.196,80
Nomina Administrativa	27.018,60	29.269,25	29.269,25	29.269,25	29.269,25
Depreciación de Muebles y enseres	120,15	240,30	360,45	480,60	600,75
Depreciación de Equipo de computo	502,50	1.005,00	1.507,50	2.010,00	2.512,50
Depreciación de Equipos de oficina	7,13	14,26	21,38	28,51	35,64
Mantenimiento Equipos C y O	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16
Teléfono e internet	552,00	552,00	552,00	552,00	552,00
Suministro de limpieza	121,50	121,50	121,50	121,50	121,50
Gastos de ventas	5.742,00	10.046,00	14.350,00	18.654,00	22.958,00
Publicidad	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Depreciación de Vehículo	4.304,00	8.608,00	12.912,00	17.216,00	21.520,00
Mantenimiento de Vehículo	538,00	538,00	538,00	538,00	538,00
Gastos Financieros	2.281,64	1.796,37	1.301,55	796,99	282,48
Interés del préstamo	2.281,64	1.796,37	1.301,55	796,99	282,48

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 84-4: Flujo efectivo

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ventas		828.156,12	873.336,39	920.981,49	971.225,88	1.024.211,36
Egresos						
(-) Costo operacionales		656.318,92	690.972,40	723.798,46	758.314,05	794.611,36
(-) Gastos operacionales		38.162,04	45.574,30	50.682,33	55.790,36	60.898,39
(-) Gastos no operacionales		1.138,51	896,37	649,46	397,69	140,96
Total costos y gastos		695.619,46	737.443,07	775.130,25	814.502,10	855.650,71
(=) Utilidad antes de impuestos		132.536,65	135.893,32	145.851,24	156.723,78	168.560,65
(-) 15% participación de trabajadores		19.880,50	20.384,00	21.877,69	23.508,57	25.284,10
Utilidad gravable		112.656,16	115.509,32	123.973,55	133.215,21	143.276,56
(-) % impuesto a la renta		28.164,04	28.877,33	30.993,39	33.303,80	35.819,14
(=) Utilidad neta		84.492,12	86.631,99	92.980,17	99.911,41	107.457,42
(+) Depreciaciones		13.737,27	20.702,05	27.666,82	34.631,59	41.596,37
(-) Amortización del préstamo		12.294,14	12.536,28	12.783,19	13.034,97	13.291,70
(=) Inversión inicial	228.358,16					
(-) Préstamo	63.940,28					
Flujo neto efectivo	164.417,87	85.935,25	94.797,75	107.863,79	121.508,03	135.762,08

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 85-4: Estado de resultados

Balance de pérdidas y ganancias proyectado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	828.156,12	873.33,39	920.981,49	971.225,88	1.024.211,36
(-) Costo de Producción	656.318,92	690.972,40	723.798,46	758.314,05	794.611,36
Utilidad Bruta	171.837,20	182.363,99	197.183,03	212.911,82	229.600,00
(-) Gastos Administrativos	30.320,04	33.428,30	34.232,33	35.036,36	35.840,39
(-) Gastos de Ventas	7.842,00	12.146,00	16.450,00	20.754,00	25.058,00
(-) Gastos Financieros	1.138,51	896,37	649,46	397,69	140,96
Utilidad Antes de Participación	132.536,65	135.893,32	145.851,24	156.723,78	168.560,65
(-) 15% participación de trabajadores	19.880,50	20.384,00	21.877,69	23.508,57	25.284,10
Utilidad antes de impuestos	112.656,16	115.509,32	123.973,55	133.215,21	143.276,56
(-) 25% impuesto a la renta	28.164,04	28.877,33	30.993,39	33.303,80	35.819,14
Utilidad Antes de Reserva	84.492,12	86.631,99	92.980,17	99.911,41	107.457,42
(-) 5% Reserva Legal	4.224,61	4.331,60	4.649,01	4.995,57	5.372,87
Utilidad neta	80.267,51	82.300,39	88.331,16	94.915,84	102.084,55

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 86-4: Balance General

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente						
Caja/Bancos	46.088,46	148.369,09	212.385,22	284.578,15	363.435,55	449.554,49
Activo No Corriente						
Terreno	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00
Edificio	75.250,00	75.250,00	75.250,00	75.250,00	75.250,00	75.250,00
Muebles y enseres	1.410,00	1.410,00	1.410,00	1.410,00	1.410,00	1.410,00
Maquinaria y Equipos	20.368,00	20.368,00	20.368,00	20.368,00	20.368,00	20.368,00
Equipos y materiales de laboratorio	262,50	262,50	262,50	262,50	262,50	262,50
Equipo de computo	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Equipos y útiles de oficina	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20
Vehículo	26.900,00	26.900,00	26.900,00	26.900,00	26.900,00	26.900,00
(-) Depreciación Acumulada	-	13.737,27	20.702,05	27.666,82	34.631,59	41.596,37
Total activos	228.358,16	344.376,06	415.356,96	494.514,67	580.336,84	673.420,55
Participación por pagar		19.880,50	20.384,00	21.877,69	23.508,57	25.284,10
Impuestos por pagar		28.164,04	28.877,33	30.993,39	33.303,80	35.819,14
Préstamo por pagar	63.940,28	51.646,14	39.109,86	26.326,66	13.291,70	-0,00
Total pasivos	63.940,28	99.690,68	88.371,19	79.197,74	70.104,07	61.103,24
Capital social	164.417,87	164.417,87	164.417,87	164.417,87	164.417,87	164.417,87
Utilidad del ejercicio		80.267,51	82.300,39	88.331,16	94.915,84	102.084,55
Utilidad no distribuida		-	80.267,51	162.567,90	250.899,06	345.814,90
Total patrimonio	164.417,87	80.267,51	162.567,90	250.899,06	345.814,90	447.899,44
Total pasivo + patrimonio	228.358,16	344.376,06	415.356,96	494.514,67	580.336,84	673.420,55

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

4.10.1.9. Evaluación financiera

Dentro de la evaluación financiera lograremos identificar si el proyecto es viable o no para la empresa y así ver si nuestra empresa debe seguir o no debe realizarse:

TMAR-Tasa mínima aceptable de rendimiento

La tasa mínima de rendimiento es aquel porcentaje que normalmente representa lo que debe invertir en su proyecto, aparte este indicar permite que se tome como referencia y determinar si el proyecto le va a generar ganancias o no.

Tabla 87-4: Tasa mínima aceptable de rendimiento

Variable	Tasa %
Riesgo país	10,15%
Inflación	3,38%
Premio al riesgo	5,30%
TMAR	18,83%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 88-4: Tasa mínima aceptable de rendimiento Global

Financiamiento	% Aportación	TMAR	Ponderación
Aporte de los asociados	72%	18,83%	13,56%
Institución financiera	28%	9,76%	2,73%
TMAR GLOBAL			16,29%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Valor actual neto- VAN

El valor actual neto o también conocido como VAN es aquel valor que me permite identificar si el proyecto es viable o no así mismo este valor son aquellos cobros y pagos de la empresa.

Tabla 89-4: VAN de snack natural

Periodo	FNE	Factor de Ac	FNE	
			Actualizado	FNE Acumu
0	-228.417,95	1,00	-228.417,95	-228.417,95
1	73.965,31	0,86	63.603,97	-164.813,98
2	81.938,84	0,74	60.590,16	-104.223,82
3	94.012,35	0,64	59.779,64	-44.444,18
4	106.552,05	0,55	58.262,13	13.817,95
5	119.580,53	0,47	56.226,51	70.044,46

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tabla 90-4: VAN de snack bañado en chocolate

Periodo	FNE	Factor de Ac	FNE	
			Actualizado	FNE Acumu
0	-228.358,16	1,00	-228.358,16	-228.358,16
1	85.935,25	0,86	73.897,11	-154.461,04
2	94.797,75	0,74	70.098,76	-84.362,29
3	107.863,79	0,64	68.587,36	-15.774,93
4	121.508,03	0,55	66.439,99	50.665,06
5	135.762,08	0,47	63.835,05	114.500,11

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno me permite identificar si el proyecto es viable o no:

TIR en snack natural es del 28%

TIR de snack bañado en chocolate: 35%

Relación beneficio costo

En este apartado lograremos identificar el costo que se recibirá por cada unidad producida

Para elaborar el snack natural se tendrá un beneficio costo global de 1,15.

Tabla 91-4: B/C snack natural

Periodo	Ingresos	Egresos	Factor de Ingresos		Egresos Act	B/C año
			Actualización	Actualizados		
0	0,00	0,00	1.000	0,00	0,00	
1	857.506,19	743.524,86	0,89	759.594,46	658.627,74	1,15
2	898.926,08	782.766,45	0,78	705.363,58	614.216,19	1,15
3	942.346,66	817.569,92	0,70	655.004,49	568.274,92	1,15
4	987.864,57	853.731,80	0,62	608.240,76	525.653,51	1,16
5	1.035.581,12	891.317,83	0,55	564.815,70	486.133,14	1,16
TOTAL				3.293.018,99	2.852.905,50	

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Para desarrollar el snack bañado en chocolate se tendrá un beneficio costo global de 1,19.

Tabla 92-4: B/C snack bañado en chocolate

Periodo	Ingresos	Egresos	Factor de Ingresos		Egresos Act	B/C año
			Actualización	Actualizados		
0	0,00	0,00	1.000	0,00	0,00	
1	828.156,12	695.619,46	0,89	733.595,64	616.192,28	1,19
2	873.336,39	737.443,07	0,78	685.284,03	578.652,13	1,18
3	920.981,49	775.130,25	0,70	640.154,03	538.776,03	1,19
4	971.225,88	814.502,10	0,62	597.996,10	501.499,28	1,19
5	1.024.211,36	855.650,71	0,55	558.614,52	466.679,96	1,20
Total				3.215.644,32	2.701.799,67	

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Periodo de recuperación de la inversión

Este indicador nos permitirá saber en cuanto tiempo la empresa logrará recuperarse:

Tabla 93-4: Periodo de recuperación del capital de snack natural

Año	Flujo	Acumulado	PRI
0	228.417,95		
1	73.965,31	73.965,31	
2	81.938,84	155.904,15	2.88
3	94.012,35	249.916,50	
4	106.552,05	356.468,55	
5	119.580,53	476.049,08	

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

La recuperación de la empresa es de 2 años, 8 meses y 8 días.

Tabla 94-4: PRI de snack bañado en chocolate

Año	Flujo	Acumulado	PRI
0	228.358,16		
1	85.935,25	85.935,25	
2	94.797,75	180.733,00	2,50
3	107.863,79	288.596,79	
4	121.508,03	410.104,83	
5	135.762,08	545.866,91	

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

La recuperación de la empresa de snacks bañados en chocolate es de 2 años y 5 mes y 0 días.

CONCLUSIONES

- Dentro de la zona 3 del Ecuador se identificaron la presencia de productores de durazno y naranja que han sido afectados por la presencia de intermediarios y factores ambientales teniendo, como perdida una gran cantidad de materia prima, además el mercado actualmente de fruta deshidratada es muy llamada en la actualidad, pero así mismo no se ha logrado cubrir con toda la demanda que el mercado requiere, por ello para cubrir con dicha instancia se utilizara 4,300 kg de fruta semanalmente con el fin de cumplir con toda la demanda requerida, de las cuales el 58% será destinado a snack natural y el otro 38% será destinado a snack bañado en chocolate.
- La propuesta de mercadeo, se realizó mediante la segmentación de mercado con el fin de conocer sobre las preferencias del consumidor, para ello se utilizó el instrumento de la encuesta teniendo como mayor preferencia para snack natural y seguido de ello para snack bañado en chocolate, dentro de los resultados obtenidos las personas tanto de sexo femenino y masculino se encuentran entre los 15-25 años de edad, con ingresos mensuales \$501-1000, ambas presentaciones se encuentran con un peso neto de 150 gramos, teniendo envase de fundas de papel, en un precio hasta de \$3, dentro de la preferencia para adquirir dicho producto es en la cadena de supermercados, y tiendas de mi barrio.
- La localización de la planta, se realizó mediante la ponderación considerando los factores como vías de acceso, proveedores, clientes, servicios básicos, mano de obra y espacio físico, teniendo como resultado la localización en la provincia de Cotopaxi, mientras que la micro localización se realizara en la ciudadela Calerita, ubicada en la ciudad de Latacunga, dicha micro localización se encuentra ubicada a 15 min del mercado mayorista donde se adquirirá la materia prima, además se desarrollaron diagrama de operaciones y diagrama de Flujo de procesos (PFD) donde se conoce de mejor manera el proceso de deshidratación de snacks, en cuanto a la capacidad de la planta anualmente se trabajar con 82 kg de fruta deshidratada para ambos tipos de snack cubriendo un mercado objetivo de 3,41%, logrando cubrir la demanda.
- Dentro del análisis económico financiero se determinó que la inversión inicial para la producción de snack de frutas deshidratadas es de \$63.940,28, el dinero será financiado por la institución financiera BanEcuador en un 28%, el otro 72% será dinero adjuntado por accionistas, en cuanto al Valor Actual Neto (VAN) para snack natural es de \$ 70.044,46 y para snack bañado en chocolate es de \$114.500,11, en cuanto a la Tasa Interna de Retorno (TIR) para snack natural será de un 28% y en snack bañado en chocolate es de 35%, y por último el Costo Beneficio C/B es de 1,15 para snack natural y 1,19, para snack bañado en chocolate, la empresa tendrá un periodo de recuperación de 3 años 1 meses y 8 días por lo que se indica que este proyecto es viable en la zona 3 del Ecuador.

RECOMENDACIONES

- Evaluar la variabilidad del proyecto en otras zonas del Ecuador.
- Medir la incidencia de las variaciones de los precios en las frutas, los costos de producción y la rentabilidad.
- Establecer el lugar con mayor demanda para frutas deshidratadas de naranja y durazno.

BIBLIOGRAFIA

AMÁN BARRIGA, Santiago Ismael. Proyecto de factibilidad para la instalación de una microempresa procesadora de menestras deshidratadas en la ciudad de Ambato (Trabajo de titulación).(Ingeniería) Universidad Técnica de Ambato, Facultad de ciencia e ingeniería en alimentos, Ambato-Ecuador. 2021. pp.9-10. [Consulta: 2022-05-02]. Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33729/1/AL%20807.pdf>.

ARCOSA. *Emprendedores de Cuenca Reciben Notificaciones Sanitarias en sus hogares*[blog]. [Consulta: 08 Septiembre 2022]. Disponible en <https://www.controlsanitario.gob.ec/emprendedores-de-cuenca-reciben-notificaciones-sanitarias-en-sus-hogares/>.

BEJARANO GUERRERO, María Auxiliadora. "Investigación cualitativa".INNOVA [en línea], 2016, (Ecuador)1(2), p.3 [Consulta: 08 de Mayo de 2022.] ISSN 2477-9024. Disponible en: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3645/3/document.pdf>.

BENITEZ GONZÁLEZ, Nellys. "Ampliación de la técnica de PESTEL al entorno neutrosófico para apoyar la toma de decisiones en la gestión empresarial" *Neutrosophic Computing and Machine Learning*, vol 5(2019) (México) p. 3 [Consulta: 20 marzo 2022.] Disponible en: <http://fs.unm.edu/NCML/AmpliacionDeLa%20TecnicaDePESTEL.pdf>.

BERNAL, Cesar. *Metodología de la Investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales [en línea]*. Colombia : Editorial RGTBF S. A, 2010. [consulta: 17 marzo 2022].Disponible en: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

BOLA, Juan Federico. Guía de observación [blog]. [Consultal: 09 Mayo 2022.] Disponible en: <https://aleph.org.mx/que-es-una-guia-de-observacion-pdf#:~:text=La%20gu%C3%ADa%20de%20observaci%C3%B3n%20es,de%20un%20hecho%20o%20fen%C3%B3meno.>

BÓVEDA, José Enrique, OVIEDO, Adalberto & YAKUSIK LUBA, Ana. "Guía Práctica para la elaboración de un plan de negocio"*Jica*, (2015)(Paraguay) p.13

CABASCANGO, Omar. *Manual de deshidratación*. Ibarra-Ecuador: Universidad Técnica del Norte, 2018, p.16

CAJAMARCA, Johanna & INGA, Johanna. Determinación de Macronutrientes de los snacks mas consumidos por adolescentes escolarizados de la ciudad de Cuenca.(Trabajo de titulación) Universidad de Cuenca, Cuenca-Ecuador.2012.p.17. [Consulta: 2022-03-20]. Disponible en: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2467/1/tq1110.pdf>.

CASTILLEJO MOYANO, Luis Enrique. 2015. Plan de Negocio.[en línea].Lima-Perú: Macro EIRL,2016.[Consulta: 12 abril 2022]. Disponible en: <https://books.google.com.pe/books?id=j7wtDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

GADMC. *Trámite y requisitos para obtener la Patente Municipal*. [blog]. [Consulta: 24 de Septiembre de 2022.] Disponible en: <https://www.gob.ec/index.php/gadmc-mocha/tramites/tramite-requisitos-obtener-patente-municipal>

CUENCA RÍOS, César Augusto . Estudio de factibilidad económica para el procesamiento, comercialización de snacks de frutas deshidratadas en el cantón machala. [en línea] (trabajo de titulación). Universidad Técnica de Machala, Machala-Ecuador. 2014. p. 48. [Consulta: 15 septiembre 2022]. Disponible en: http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/1041/7/CD308_TESIS.pdf

DUARTE OPORTA, Sayra Lilieth, TORRES ROSALES, Daleska Isamar & CASTILLO LÓPEZ, Madeley Margarita. Segamentación de mercado, mercado meta y posicionamiento en el mercado.[en línea](trabajo de titulación). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua-Nicaragua. 2018. p.46. [Consulta: 20 marzo 2022]. Disponible en: <https://repositorio.unan.edu.ni/8579/1/18820.pdf>

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. *Ecuador registra un crecimiento interanual de 8,4% en el segundo trimestre de 2021*. [blog].[Consulta: 20 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1447-ecuador-registra-un-crecimiento-interanual-de-8-4-en-el-segundo-trimestre-de-2021#:~:text=BCE-,Ecuador%20registra%20un%20crecimiento%20interanual%20de%208%2C4%25%20en,el%20segundo%20tr>

ESPAC. *Tabulados de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria* [blog]. [Consulta: 14 de Septiembre de 2022.] Disponible en: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2018/Tabulados%20ESPAC%202018.xlsx.

GONZÁLES LUNA, Alfredo Cipriano. *Plan Estratégico de Negocios*. [en línea]. México: Patria, 2016. [Consulta: 9 septiembre 2022]. Disponible en: <https://books.google.es/books?id=KBchDgAAQBAJ&printsec=copyright&hl=es#v=onepage&q&f=false>

GONZÁLES ARIAS, José Luis. 2021. *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. [en línea]. Perú: Enfoques consulting EIRL, 2021. [Consulta: 12 septiembre 2022]. Disponible en : https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2238/1/AriasGonzales_TecnicasEInstrumentosDeInvestigacion_libro.pdf

GUEVARA PÉREZ, Américo & CANCINO CHAVEZ, Keidy. *Metodos apropiados para inactivar o controlar el deterioro microbiologico en alimentos*. [En línea] (trabajo de titulación) Universidad Nacional Graria La Molina, Lima-Perú, 2008. p. 81. [Consulta: 2022-03-20]. Disponible en: <http://www.lamolina.edu.pe/postgrado/pmdas/cursos/dpactl/lecturas/Separata%20Metodos%20a%20propiados%20para%20evitar%20el%20deterioro%20microbiologico%20en%20alimentos.pdf>

INEC. *Reloj de población de Ecuador* [blog]. [Consulta: 09 de Septiembre de 2022]. Disponible en: <https://countrymeters.info/es/Ecuador>

INEC. *Proyecciones poblacionales cantonales*. [blog]. [Consulta: 11 de Septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantonales/#:~:text=Seg%C3%BAn%20estos%20datos%2C%20Quito%20en,El%20Oro%20con%202.379%20habitantes>

ENEMDU. "Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo" (en línea), 2022, (Ecuador) 11, p. 4. [Consulta: 08 Septiembre 2022]. Disponible en: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/POBREZA/2022/Junio_2022/202206_Boletin_pobreza.pdf

ECUADOR EN CIFRAS. *Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales* [blog]. 2022. [Consulta: 15 Septiembre 2022]. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/#:~:text=En%202021%2C%20el%20flujo%20migratorio,es%20el%20encargado%20del%20procesamiento>

SECRETARIA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN DE DESARROLLO. *Agendas Zonales- Zona 3- Centro.* [blog]. [Consulta: 10 junio 2022]. Disponible en: <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/06/Agenda-Coordinaci%C3%B3n-Zonal-Z3-2017-2021.pdf>.

INEN. *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico.* [blog]. [Consulta: 12 Julio 2022]. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>.

ITAC PROFESSIONAL. *Chocolates con frutos secos: la mezcla perfecta de sabores y texturas.* [blog]. [Consulta: 20 Mayo 2022]. Disponible en: <https://www.itac-professional.com/blog/chocolates-con-frutos-secos-la-mezcla-perfecta-de-sabores-y-texturas/>

GAD DE LATACUNGA. *Nivel socioeconómico.* [blog]. [Consulta: 16 de Septiembre de 2022]. Disponible en: <https://latacunga.gob.ec>

LLOREDA ZORITA, Enrique. *Plan de negocio.* [en línea]. Madrid : Esic Editorial, 2015. [Consulta: 13 mayo 2022]. Disponible en: <https://books.google.com.pe/books?id=L1HoBwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

LÓPEZ, Pedro & ROLDÁN, Sandra Fachelli. *Metodología de la investigación social cuantitativa.* [en línea]. Barcelona: ESIC, 2015. [Consulta: 09 Mayo 2022]. Disponible en: https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf

MARADIAGA CASTILLO, Katherine Gabriela & HERNÁNDEZ PERALTA, Elizabeth Mercedes. 2018. Planificación estratégica [En línea] (Trabajo de titulación) Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua-Nicaragua. 2018. p. 51. [Consulta: 2022-05-20]. Disponible en: <https://repositorio.unan.edu.ni/8747/1/18793.pdf>

MARTÍNEZ GARCÍA, Alicia, RUÍZ MOYA , Carmen & ESCRIVÁ MONZÓ, Joan. *Marketing en la actividad comercial.* [En línea]. Madrid : Marilia Blanco y Cristina Núñez, 2014. [Consulta: 11 agosto 2022]. Disponible en: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/844819358X.pdf>

MASTER. *La filosofía empresarial* [blog]. [Consulta: 02 Mayo 2022]. Disponible en: <https://activosm.com/la-filosofia-empresarial/#:~:text=La%20filosof%C3%ADa%20de%20una%20empresa,los%20valores%20de%20la%20compa%C3%B1%C3%ADa>

MORENO ORDOÑEZ, Jose Alejandro, CORONEL LOPEZ, Cristina Alejandra & SUAREZ CARBO, Jaime Antonio. Proyecto de creación de una planta de banano deshidratado para su producción y venta. [En línea] (Trabajo de titulación) Escuela Superior Politecnica del Litoral, Guayaquil-Ecuador, 2010. p. 26. [Consulta: 2022-09-15]. Disponible en: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14570/1/D-90072.pdf>

SOBERANÍA Y SEGURIDAD ALIMENTARIA NUTRICIONAL. *Manual de deshidratación* [blog]. [Consulta: 20 Marzo 2022]. Disponible en: http://www.canunite.org/wp-content/uploads/2015/09/3_ModuleFoodSecurity.pdf

ONCEBAY ROJAS, Wendy Edlis & SANDOVAL VALENTÍN, Noemi Ruth. Plan de negocio para la elaboración y comercialización de arreglos a base de frutas con chocolate en Lima Norte. [En línea] (Trabajo de titulación) Universidad César Vallejo, Lima-Perú, 2018. p. 39. [Consulta: 11 Octubre 2022]. Disponible en: [file:///C:/Users/INTEL%202021/Downloads/Oncebay_REW-Sandoval_VRN-SD%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/INTEL%202021/Downloads/Oncebay_REW-Sandoval_VRN-SD%20(1).pdf)

OROZCO, Mónica. 2022. *Tasas de interés suman 11 meses de reducción en Ecuador.* [blog]. [Consulta: 25 Marzo 2022]. Disponible en: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/tasas-interes-reduccion-ecuador-banca/>

PÉREZ LUCANO, Brigitte Stefany. 2018. Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de snack de frutas deshidratadas en el distrito metropolitano de Quito. [En línea] (Trabajo de titulación) Tecnológico Superior Cordillera, Quito-Ecuador, 2018. p. 61.[Consulta: 2022-10-11]. Disponible en: <http://www.dspace.cordillera.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/4472/53-ABF-17-18-1727249292.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

QUARANTA, Nicolás. *Planes de negocio* [En línea], Argentina : Editorial Universidad Adventista del Plata, 2020. [Consulta: 2022-05-12]. Disponible en: <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/130238>

QUIÑONES CRUZ, Nils Javier. Tratamiento al vacío de pulpa de durazno (*Prunus persica*) para la adición de resveratrol en su conservación mínimamente procesada. [En línea] (Trabajo de titulación) Universidad Nacional "Santiago Antúñez de Mayolo", Huaraz -Perú, 2015. p. 21. [Consulta: 2022-03-23]. Disponible en: http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/1950/T033_41671745_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

RODRÍGUEZ, Ariela & REVERTÉ, Ramón. *Cómo crear un plan de negocios*, Barcelona : Editorial Reverté, 2021. [Consulta: 2022-06-23]. Disponible en: https://revertemanagement.com/wp-content/uploads/2021/06/muestra_comocrearunplan.pdf

RICO GUTIÉRREZ, Vicente. *Cosecha, post cosecha y transformación de la naranja*. La paz-Bolivia: CEMSE, 2017. [Consulta: 2022-04-26]. Disponible: https://formaciontecnicabolivia.org/sites/default/files/publicaciones/guia_cosecha_postcosecha_y_transformacion_de_la_naranja.pdf

RUEDA DÁVILA, Santiago Miguel. El durazno: Variedades y sus nuevos aportes & desafíos en la gastronomía ecuatoria. [En línea] (Trabajo de titulación) Escuela de Hospitalidad y Turismo, Quito-Ecuador, 2016. p.38. [Consulta: 2022-09-19]. Disponible en: <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5692/1/UDLA-EC-TTAB-2016-06.pdf>

SÁNCHEZ MARTÍNEZ, Juan & JIMÉNEZ, Emilio. *Marketing*. Miami : Firms Press, 2010. [Consulta: 2022-07-27]. Disponible en: https://books.google.com.ec/books/about/Marketing.html?id=YtPnDwAAQBAJ&redir_esc=y

SÁNCHEZ, Patricio. "Boletín económico". Boletín Económico [en línea], 2018, (Ecuador) 5, p. 4-6. [Consulta: 19 Marzo 2022]. Disponible en: https://www.unach.edu.ec/wp-content/Facultades/Ciencias_Pol%C3%ADticas/Econom%C3%ADa/boletin_economico/BOLETIN%20ECONOMICO%20No.%2005_c.pdf

TELLEZ NEY, Ana Catalina. *Microeconomía*. México : Marlene Olga Ramírez Chavero, 2017. [Consulta: 2022-05-03]. Disponible en: [http](http://)

http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/20172/contaduria/2/apunte/LC_1255_29096_A_Microeconomia.pdf

VERA, Corazón. "Índice de precios al consumidor". Boletín Técnico [en línea], 2021, (Ecuador) 12, p. 150. [Consulta: 08 Septiembre 2022]. Disponible en: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Diciembre-2021/Bolet%C3%ADn_t%C3%A9cnico_12-2021-IPC.pdf

VILLAO YU, Gino Ajhon & SÁNCHEZ AULLA, Andrea Stephania. Proyecto de inversión para la producción y comercialización de frutas exóticas cubiertas de chocolate con destino a España. [En línea] (Trabajo de titulación). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil-Ecuador. 2019. pp. 22-23. [Consulta: 2022-05-02]. Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12315/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-502.pdf>

AGENDAS ZONALES. *Agenda de Coordinación Zonal* [blog]. [Consulta: 20 Marzo 2022]. Disponible en: <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/06/Agenda-Coordinaci%C3%B3n-Zonal-Z3-2017-2021.pdf>

ZULETA, Adriana. 2004. *Mitos y realidades de los alimentos* [En línea]. Bogotá : Editorial Norma, 2004. [Consulta: 28 Mayo 2022]. Disponible en: https://www.google.com.ec/books/edition/Mitos_y_realidades_de_los_alimentos/3cRp2zjdYtkC?hl=es&gbpv=1&dq=mitos+y+realidades+de+los+alimentos+adriana+zuleta&pg=PR3&prints ec=frontcover



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA APLICADA

ENCUESTA ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Reciban un cordial saludo de quien le realiza esta encuesta, el motivo de la presente es recoger información para realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de snacks de frutas deshidratadas en la zona 3 del Ecuador.

Marque con una x el casillero de la opción que se ajuste a su opinión:

Género: Femenino: Masculino: Otro:

Edad:

15-25 años

26-36 años

36-45 años

46-55 años

56-65 años

Ingresos mensuales:

Menos de \$500 \$501-1000 \$1001-1500 1501-1200

Mas de \$2000

1. ¿Consume usted snacks de frutas deshidratadas?

Si No

2. ¿Qué snack sería de su preferencia?

Snack natural Snack bañado en chocolate Non consume

3. ¿Cada que tiempo consume frutas deshidratadas?

Diario Semanalmente Mensualmente No he consumido

4. ¿Cuál es el motivo de su consumo?

Salud Como snack

5. **¿Cuáles son las variables que toma en cuenta al momento de comprar fruta deshidratada? Marque 3**

Precio Calidad Presentación Sabor

Marca reconocida

6. **¿Qué marca es la que usted prefiere al momento de realizar su compra de frutas deshidratadas?**

Salinerito Nature's Heart Wayú Compra a granel

Ninguna de las anteriores

Si su respuesta Ninguna de ellas especifique que marca consume: _____

7. **¿Qué envase prefiere al momento de comprar los snacks?**

Funda ziploc Funda de papel Envase de vidrio

8. **¿Cuál es la presentación ideal al momento de comprar el producto del snack de frutas deshidratadas?**

50 g 100 g 150 g 250 g

9. **¿Dónde le gustaría adquirir los snacks?**

Cadenas de supermercados Mini-mercados Tienda del barrio Feria libre A domicilio

10. **¿Qué cobertura es de su preferencia en un snack de fruta bañado en chocolate**

Chocolate negro Chocolate blanco Mix de chocolate blanco y negro

11. **¿Qué forma es ideal para consumir los snacks de frutas deshidratadas?**

Laminada Trozos

12. **¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por snack natural?**

50g-hasta \$1 o más de \$1 100g-hasta \$2 o más de \$2 1 50g- hasta \$3 o más de \$3 250 g- hasta \$4 o más de \$4

13. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por snack bañado en chocolate?

50g-hasta \$1 o más de \$1 100g-hasta \$2 o más de \$2 1 50g- hasta \$3 o más de \$3 250 g- hasta \$4 o más de \$4

14. ¿cuántos paquetes de snack natural de frutas deshidratadas estaría dispuesto a comprar?

1 paquete 2 paquetes 3 paquetes O mas

15. ¿cuántos paquetes de snack bañado en chocolate de frutas deshidratadas estaría dispuesto a comprar?

1 paquete 2 paquetes 3 paquetes O mas

16. ¿Por cuál de estos medios le gustaría que se promocioe el producto?

Instagram

Facebook

Tik tok

YouTube

Televisión

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO B: CAPITAL DE TRABAJO PARA SNACK NATURAL

Descripción	Valor al año	Valor al mes
Costo primo	413.543,20	34.461,93
CIF	105.704,39	8.808,70
Gastos Administrativos	30.289,44	2.524,12
Gastos de ventas	7.842,00	653,50
Total	557.379,02	46.448,25

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

ANEXO C: COSTO PRIMO PARA SNACK NATURAL

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Materia prima directa	372.372,00	31.031,00
Mano de obra directa	41.171,20	3.430,93
Total	413.543,20	34.461,93

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

ANEXO D: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN PARA SNACK NATURAL

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Insumos	89.827,33	7.485,61
Depreciación de Edificio	6.772,50	564,38
Depreciación de Maquinaria	1.689,57	140,80
Depreciación Equipos de laboratorio	29,48	2,46
Mantenimiento M y E	382,01	31,83
Servicios básicos	6.720,00	560,00
Suministro de limpieza	283,50	23,63
TOTAL	105.704,39	8.808,70

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

ANEXO E: INVERSIÓN INICIAL PARA SNACK NATURAL

Detalle	Valor al	
	año	Valor al mes
Inversión Fija	180.739,70	180.739,70
Inversión diferida	1.230,00	1.230,00
Capital de trabajo	557.379,02	46.448,25
Total	739.348,72	228.417,95

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

ANEXO F: ESTRUCTURA DE CAPITAL PARA SNACK NATURAL

Capital	Valor	Porcentaje
Capital Propio	164.460,93	72%
Préstamo BanEcuador	63.957,03	28%
Total	228.417,95	100%

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

ANEXO G: AMORTIZACIÓN PARA SNACK NATURAL

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Amortización	12.297,36	12.539,57	12.786,54	13.038,38	13.295,18	63.957,03
Intereses	1.138,81	896,60	649,63	397,79	140,99	3.223,83
Saldo	51.659,66	39.120,10	26.333,56	13.295,18	0,00	
Total						67.180,85

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

ANEXO H: ANÁLISIS DE COSTOS TOTALES DE SNACK NATURAL

Costos totales	
Costos Fijos	53.687,28
Costos Variables	503.370,53
Total	557.057,81

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

ANEXO I: PUNTO DE EQUILIBRIO DE SNACK NATURAL

Punto de Equilibrio		
Q.E	10.479,44	Dinero
P.E	129.998,71	U. producidas

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

Como podemos lograr ver en la tabla el punto de equilibrio es de \$129.998,71 una vez que la empresa llegue a ese punto si es mayor se generaran más utilidad, pero si es menor se presentaran perdidas en la empresa de frutas deshidratadas.

ANEXO J: EGRESOS DE SNACK NATURAL

Costos Operacionales					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	557379	584302	612525	642112	673128
Mano de obra directa	41171	44601	44601	44601	44601
CIF	105704	107423	109142	110862	112581
Total	704255	736326	766269	797574	830309
Gastos Operacionales					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	30289,44	33397,70	34201,73	35005,76	35809,79
Gastos de ventas	7842,00	12146,00	16450,00	20754,00	25058,00
Total	38131,44	45543,70	50651,73	55759,76	60867,79
Gastos no Operacionales					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Financieros	1138,81	896,60	649,63	397,79	140,99
Total	1138,81	896,60	649,63	397,79	140,99
Total	743524,86	782766,45	817569,92	853731,80	891317,83

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

ANEXO K: INGRESOS DE SNACK NATURAL

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Snack de					
frutas	58.583	59.405	60.238	61.083	61.940
Precio del kg	14,64	15,13	15,64	16,17	16,72
Total	857506,19	898926,08	942346,66	987864,57	1035581,12

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

ANEXO L: COSTO DE LA MATERIA PRIMA DE SNACK NATURAL

Adquisición			
Periodo	anual	Costo por kg	Valor Total
1	58.583	9,51	557379,02
2	59.405	9,84	584301,95
3	60.238	10,17	612525,33
4	61.083	10,51	642111,97
5	61.940	10,87	673127,73

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

ANEXO M: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN DE SNACK NATURAL

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Insumos	65.423,47	65.423,47	65.423,47	65.423,47	65.423,47
Depreciación de Edificio	8.707,50	8.707,50	8.707,50	8.707,50	8.707,50
Depreciación de Maquinaria	454,14	908,27	1.362,41	1.816,55	2.270,69
Depreciación Equipos de laboratorio	7,88	15,75	23,63	31,50	39,38
Mantenimiento M y E	102,67	102,67	102,67	102,67	102,67
Servicios básicos	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00
Suministro de limpieza	283,50	283,50	283,50	283,50	283,50
Valor Total	77.679,15	78.141,16	78.603,17	79.065,18	79.527,20

Realizado por: Guamán, Janneth, .2022

ANEXO N: GASTOS ADMINISTRATIVOS, VENTAS Y FINANCIEROS DE SNACK NATURAL

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	28424,5474	31304,975	31934.75278	32564,53078	33194,30878
Nomina Administrativa	27018,6	29269.2494	29269.24938	29269,24938	29269,24938
Depreciación de Muebles y enseres	120,15	240,3	360,45	480,6	600,75
Depreciación de Equipo de computo	502,5	1005	1507,5	2010	2512,5
Depreciación de Equipos de oficina	7.128	14.256	21.384	28.512	35,64
Mantenimiento Equipos C y O	102,6694	102,6694	102,6694	102,6694	102,6694
Teléfono e internet	552	552	552	552	552
Suministro de limpieza	121,5	121,5	121,5	121,5	121,5
Gastos de ventas	5742,00	10046,00	14350	18654	22958
Publicidad	900,00	900	900	900	900
Depreciación de Vehículo	4304,00	8608,00	12912	17216	21520
Mantenimiento de Vehículo	538,00	538	538	538	538
Gastos Financieros	2311,59	1819,96	1318,64	807,45	286,19
Interés del préstamo	2311,59	1819,96	1318,64	807,45	286,19

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

ANEXO O: FLUJO EFECTIVO DE SNACK NATURAL

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ventas		857.506,19	898.926,08	942.346,66	987.864,57	1.035.581,12
Egresos						
(-) Costo operacionales		704.254,61	736.326,14	766.268,56	797.574,25	830.309,06
(-) Gastos operacionales		38.131,44	45.543,70	50.651,73	55.759,76	60.867,79
(-) Gastos no operacionales		1.138,81	896,60	649,63	397,79	140,99
Total costos y gastos		743.524,86	782.766,45	817.569,92	853.731,80	891.317,83
(=) Utilidad antes de impuestos		113.981,33	116.159,63	124.776,73	134.132,77	144.263,29
(-) 15% participación de trabajadores		17.097,20	17.423,94	18.716,51	20.119,92	21.639,49
Utilidad gravable		96.884,13	98.735,68	106.060,22	114.012,85	122.623,79
(-) % impuesto a la renta		24.221,03	24.683,92	26.515,06	28.503,21	30.655,95
(=) Utilidad neta		72.663,10	74.051,76	79.545,17	85.509,64	91.967,84
(+) Depreciaciones		13.599,57	20.426,65	27.253,72	34.080,79	40.907,87
(-) Amortización del préstamo		12.297,36	12.539,57	12.786,54	13.038,38	13.295,18
(=) Inversión inicial	228.417,95					
(-) Préstamo	63.957,03					
Flujo neto efectivo	164.460,93	73.965,31	81.938,84	94.012,35	106.552,05	119.580,53

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

ANEXO P: ESTADO DE RESULTADOS DE SNACK NATURAL

Balance de pérdidas y ganancias proyectado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	857506,19	898926,08	942346,66	987864,57	1035581,12
(-) Costo de Producción	704254,61	736326,14	766268,56	797574,25	830309,06
Utilidad Bruta	153251,58	162599,93	176078,09	190290,32	205272,07
(-) Gastos Administrativos	30289,44	33397,70	34201,73	35005,76	35809,79
(-) Gastos de Ventas	7842,00	12146,00	16450,00	20754,00	25058,00
(-) Gastos Financieros	1138,81	896,60	649,63	397,79	140,99
Utilidad Antes de Participación	113981,33	116159,63	124776,73	134132,77	144263,29
(-) 15% participación de trabajadores	17097,20	17423,94	18716,51	20119,92	21639,49
Utilidad antes de impuestos	96884,13	98735,68	106060,22	114012,85	122623,79
(-) 25% impuesto a la renta	24221,03	24683,92	26515,06	28503,21	30655,95
Utilidad Antes de Reserva	72663,10	74051,76	79545,17	85509,64	91967,84
(-) 5% Reserva Legal	3633,16	3702,59	3977,26	4275,48	4598,39
UTILIDAD NETA	69.029,95	70.349,17	75.567,91	81.234,16	87.369,45

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

ANEXO Q: BALANCE GENERAL DE SNACK NATURAL

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente						
Caja/Bancos	47678,25	132129,50	183901,66	242979,66	307739,93	378659,44
Activo No Corriente						
Terreno	55000,00	55000,00	55000,00	55000,00	55000,00	55000,00
Edificio	75250,00	75250,00	75250,00	75250,00	75250,00	75250,00
Muebles y enseres	1410,00	1410,00	1410,00	1410,00	1410,00	1410,00
Maquinaria y Equipos	18773,00	18773,00	18773,00	18773,00	18773,00	18773,00
Equipos y materiales de laboratorio	327,50	327,50	327,50	327,50	327,50	327,50
Equipo de computo	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00
Equipos y utiles de oficina	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20
Vehículo	26900,00	26900,00	26900,00	26900,00	26900,00	26900,00
(-) Depreciación Acumulada	0,00	13599,57	20426,65	27253,72	34080,79	40907,87
Total activos	228417,95	326468,77	385068,01	450973,08	522560,42	600307,00
Pasivo Corriente						
Participación por pagar		17097,20	17423,94	18716,51	20119,92	21639,49
Impuestos por pagar		24221,03	24683,92	26515,06	28503,21	30655,95
Pasivo No Corriente						
Préstamo por pagar	63957,03	51659,66	39120,10	26333,56	13295,18	0,00
Total pasivos	63957,03	92977,90	81227,96	71565,12	61918,31	52295,44
Patrimonio						
Capital social	164460,93	164460,93	164460,93	164460,93	164460,93	164460,93
Utilidad del ejercicio		69029,95	70349,17	75567,91	81234,16	87369,45
Utilidad no distribuida		0,00	69029,95	139379,12	214947,03	296181,19
Total patrimonio	164460,93	69029,95	139379,12	214947,03	296181,19	383550,64
Total pasivo + patrimonio	228417,95	326468,77	385068,01	450973,08	522560,42	600307,00

Realizado por: Guamán, Janneth, 2022

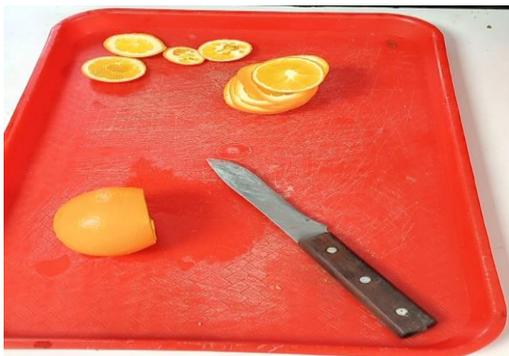
ANEXO R: RECEPCIÓN DE FRUTAS



ANEXO S: LAVADO Y DESINFECCIÓN



ANEXO T: PELADO Y TROCEADO



ANEXO U: PESO DE LA MERMA



ANEXO V: AGREGAMOS EN LAS REJILLAS



ANEXO W: DESHIDRATACIÓN



ANEXO X: PESO DE LA DESHIDRATACIÓN





epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 22 / 05 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTORA (S)
Nombres – Apellidos: Janneth Maribel Guamán Tenemaza
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Ciencias Pecuarias
Carrera: Agroindustria
Título a optar: Ingeniera Agroindustrial
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz 



25-05-2023
0790-DBRA-UTP-2023