



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS PECUARIAS
CARRERA AGROINDUSTRIA

**“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA DE TÉ DE FRUTAS
DESHIDRATADAS”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA AGROINDUSTRIAL

AUTORA:

JESSICA PAULINA NORIEGA LASINQUIZA

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS PECUARIAS
CARRERA AGROINDUSTRIA

**“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE TÉ DE FRUTAS DESHIDRATADAS”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA AGROINDUSTRIAL

AUTORA: JESSICA PAULINA NORIEGA LASINQUIZA

DIRECTORA: Ing. MARÍA BELÉN BRAVO AVALOS, MSC

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Jessica Paulina Noriega Lasinquiza

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, Jessica Paulina Noriega Lasinquiza, declaro que el presente trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo 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, 29 de noviembre del 2022



Jessica Paulina Noriega Lasinquiza

060601100-5

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 MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TÉ DE FRUTAS DESHIDRATADAS**”, realizado por la señorita: **JESSICA PAULINA NORIEGA LASINQUIZA**, 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. Diana Katherine Campoverde Santos MSc. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 _____	2022-11-23
Ing. María Belén Bravo Avalos, MSc. DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN	 _____	2022-11-23
Ing. María Fernanda Miranda Salazar MSc. ASESORA DEL TRIBUNAL	 _____	2022-11-23

DEDICATORIA

Dedico a Dios y a la Virgen de Guadalupe quienes han sido luz y guía en mi vida. A mis padres Rodrigo Noriega y María Lasinquiza los cuales han sido el pilar fundamental en mi vida, atreves de su amor y paciencia me han permitido lograr uno de mis más grandes sueños. A mi hermana Gabriela quien ha sido mi apoyo y guía en momentos buenos y malos también a mi pequeño angelito en el cielo Gregory quien me enseñó a no darme por vencida.

Jessica

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme culminar esta etapa en mi vida, con enorme gratitud a mis padres y hermana que han sido los que siempre me han apoyado en cada momento de mi vida quienes me han acompañado de manera incondicional para conseguir mis sueños. A mi familia y amigos que me brindaron su apoyo incondicional y me ayudaron a seguir, sin decaer y a ser mejor persona día a día. A la Ing. Belén Bravo, directora de tesis y a la Ing. María Fernanda Miranda quienes han sido más que docentes han sido amigas, gracias por creer en mí, por sus consejos y brindarme su apoyo incondicional, tanto en el ámbito profesional como moral. A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y de manera especial a todo el personal docente de la Facultad de Ciencias Pecuarias, Escuela de Agroindustria por la formación académica brindada.

Jessica

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xiv
INDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN	xvii
INTRODUCCIÓN	1

CAPITULO I

1.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1.	Planteamiento del problema	2
1.2.	Limitaciones y delimitaciones	2
1.2.1.	<i>Limitaciones</i>	2
1.2.2.	<i>Delimitaciones</i>	2
1.3.	Problema general de investigación	2
1.4.	Problemas específicos de investigación	3
1.5.	Objetivos	3
1.5.1.	<i>Objetivo general</i>	3
1.5.2.	<i>Objetivo específico</i>	3
1.6.	Justificación	3
1.6.1.	<i>Justificación teórica</i>	3
1.6.2.	<i>Justificación metodológica</i>	4
1.6.3.	<i>Justificación práctica</i>	4

CAPITULO II

2.	MARCO TEÓRICO	5
2.1.	Antecedentes de investigación	5
2.2.	Referencias teóricas	5
2.2.1.	<i>Estudio de mercado</i>	5
2.2.2.	<i>Perfil de mercado</i>	6
2.2.3.	<i>Estudio técnico</i>	7
2.2.4.	<i>Estudio económico- financiero</i>	7
2.2.5.	<i>Situación productiva mora, fresa y uvilla zona 3 ecuador</i>	7
2.2.6.	<i>Antecedentes del té</i>	9

2.2.7.	<i>Deshidratación de frutas</i>	10
--------	---------------------------------------	----

CAPITULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	12
3.1.	Enfoque de investigación	12
3.1.1.	<i>Enfoque cualitativo</i>	12
3.1.2.	<i>Enfoque cuantitativo</i>	12
3.2.	Nivel de investigación	12
3.3.	Diseño de investigación	12
3.3.1.	<i>Según la manipulación o no de la variable independiente</i>	12
3.3.2.	<i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i>	13
3.4.	Tipo de estudio	13
3.4.1.	<i>Estudio documental</i>	13
3.4.2.	<i>Estudio de campo</i>	13
3.5.	Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra	13
3.5.1.	<i>Población</i>	13
3.5.2.	<i>Muestra</i>	13
3.5.3.	<i>Fórmula aplicada</i>	14
3.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de evaluación	14
3.6.1.	<i>Variables</i>	14
3.6.2.	<i>Mediciones</i>	15
3.6.2.1.	Diagnóstico	15
3.6.2.2.	Perfil del Mercado	15
3.6.2.3.	Perfil técnico	15
3.6.2.4.	Perfil financiero	15
3.6.3.	<i>Técnicas estadísticas</i>	16
3.7.	Esquema del experimento	16

CAPITULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	17
4.1.	Diagnóstico del entorno	17
4.1.1.	<i>Análisis del entorno</i>	17
4.1.1.1.	Macro entorno	17
4.1.1.2.	Micro entorno	21
4.2.	Análisis SWOT	23

4.3.	Análisis e interpretación de los resultados	24
4.4.	Análisis de la demanda	38
4.4.1.	<i>Demanda histórica</i>	38
4.4.2.	<i>Demanda proyectada</i>	40
4.5.	Análisis de la oferta	41
4.5.1.	<i>Oferta histórica</i>	41
4.5.2.	<i>Oferta proyectada</i>	43
4.6.	Demanda insatisfecha	44
4.7.	Mercado objetivo	44
4.8.	Marketing mix	46
4.8.1.	<i>Producto</i>	46
4.8.2.	<i>Precio</i>	46
4.8.3.	<i>Plaza</i>	46
4.8.4.	<i>Promoción</i>	46
4.9.	Estudio técnico y organizacional	47
4.9.1.	<i>Tamaño del proyecto</i>	48
4.9.1.1.	Capacidad de producción	48
4.9.2.	<i>Disponibilidad de recursos financieros</i>	49
4.9.3.	<i>Localización de la planta</i>	49
4.9.3.1.	Ponderación	49
4.9.3.2.	Macro localización	50
4.9.3.3.	Microlocalización	¡Error! Marcador no definido.
4.10.	Ingeniería del proyecto	52
4.10.1.	<i>Descripción técnica del proceso productivo</i>	52
4.10.2.	<i>Balances</i>	54
4.10.3.	<i>Diagramas</i>	58
4.10.4.	<i>Requerimientos del proyecto</i>	60
4.10.4.1.	Distribución de la planta	60
4.11.	Propuesta administrativa	64
4.12.	Razón Social	66
4.13.	Logotipo	66
4.14.	Direccionamiento estratégico	67
4.14.1.	<i>Misión</i>	67
4.14.2.	<i>Visión</i>	67
4.14.3.	<i>Valores corporativos</i>	67
4.14.4.	<i>Estructura organizacional</i>	67
4.14.5.	<i>Rol de pagos</i>	69

4.15. Estudio financiero	70
<i>4.15.1. Inversión</i>	<i>70</i>
<i>4.15.2. Capital de trabajo</i>	<i>71</i>
<i>4.15.3. Inversión inicial</i>	<i>72</i>
<i>4.15.4. Estructura del capital</i>	<i>73</i>
<i>4.15.5. Precio de venta</i>	<i>73</i>
<i>4.15.6. Punto de equilibrio</i>	<i>74</i>
<i>4.15.7. Presupuesto de egresos e ingresos</i>	<i>75</i>
<i>4.15.8. Estados financieros</i>	<i>77</i>
<i>4.15.9. Evaluación financiera</i>	<i>82</i>
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	86
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Provincias productoras de la zona 3 en Ecuador 2016.....	7
Tabla 2-2:	Número de productores de uvilla y superficie de producción de uvilla	9
Tabla 3-2:	Preparación de las frutas previo a la deshidratación	10
Tabla 4-3:	Determinación de elementos para el cálculo de la muestra	14
Tabla 5-3:	Valoraciones del nivel de confianza.	14
Tabla 6-4:	Proveedores de mora	21
Tabla 7-4:	Proveedores de fresa	21
Tabla 8-4:	Proveedores de uvilla	21
Tabla 9-4:	Análisis Swot	23
Tabla 10-4:	Género de las personas encuestadas	24
Tabla 11-4:	Edad de las personas encuestadas	25
Tabla 12-4:	Ingresos mensuales de la población encuestada	26
Tabla 13-4:	Frecuencia en el consumo de Té o infusiones	27
Tabla 14-4:	Motivo del consumo de Té o elaboradas a base de frutas deshidratadas	28
Tabla 15-4:	Variables que se toman al momento de comprar un Té o infusión	29
Tabla 16-4:	Consumo de mora, fresa y uvilla	30
Tabla 17-4:	Preferencia en consumo de té a base de frutas deshidratadas	31
Tabla 18-4:	Preferencia de marca en compra de Te o infusiones	32
Tabla 19-4:	Preferencia de empaque en compra de Te o infusiones	33
Tabla 20-4:	Presentación para compra de Té o infusiones	34
Tabla 21-4:	Lugar donde se adquiere el té o infusión	35
Tabla 22-4:	Medios digitales para las promociones de productos	36
Tabla 23-4:	Pago por el Té o Infusiones de acuerdo a la cantidad ofrecida	37
Tabla 24-4:	Demanda histórica diaria	38
Tabla 25-4:	Demanda histórica anual	39
Tabla 26-4:	Demanda proyectada diaria	40
Tabla 27-4:	Demanda proyectada anual	40
Tabla 28-4:	Oferta histórica diaria	41
Tabla 29-4:	Oferta histórica anual	42
Tabla 30-4:	Oferta proyectada	43
Tabla 31-4:	Oferta proyectada anual	43
Tabla 32-4:	Demanda insatisfecha	44
Tabla 33-4:	Producción de fruta fresca	45
Tabla 34-4:	Mercado Objetivo	45

Tabla 35-4:	Mercado objetivo proyectado a 5 años	45
Tabla 36-4:	Ponderación para la ubicación de la empresa	49
Tabla 37-4:	Ecuaciones balance de masa	56
Tabla 38-4:	Resumen balance de masa	57
Tabla 39-4:	Terreno y edificio	61
Tabla 40-4:	Muebles y enseres	61
Tabla 41-4:	Maquinaria y equipo	62
Tabla 42-4:	Equipo de cómputo	62
Tabla 43-4:	Equipos y útiles de oficina	62
Tabla 44-4:	Vehículo	63
Tabla 45-4:	Mano de obra directa	63
Tabla 46-4:	Mano de obra indirecta	63
Tabla 47-4:	Materia prima	63
Tabla 48-4:	Servicios básicos	63
Tabla 49-4:	Suministros de limpieza	64
Tabla 50-4:	Gastos de constitución	64
Tabla 51-4:	Gastos de ventas	64
Tabla 52-4:	Propuesta administrativa para la constitución de la empresa	65
Tabla 53-4:	Rol de pagos Mano de obra directa	69
Tabla 54-4:	Rol de pago nómina administrativa	69
Tabla 55-4:	Inversión en activos fijos	70
Tabla 56-4:	Inversión diferida	71
Tabla 57-4:	Inversión en Capital de trabajo	71
Tabla 58-4:	Costo primo	71
Tabla 59-4:	Costos indirectos de fabricación	72
Tabla 60-4:	Gastos administrativos	72
Tabla 61-4:	Gastos de ventas	72
Tabla 62-4:	Gastos de ventas	73
Tabla 63-4:	Estructura del capital	73
Tabla 64-4:	Amortización	73
Tabla 65-4:	Análisis de costos Totales	74
Tabla 66-4:	Análisis precio de venta y Costo valor unitario	74
Tabla 67-4:	Egresos	75
Tabla 68-4:	Costo de materia prima proyectada a 5 años	76
Tabla 69-4:	Costos indirectos de fabricación	76
Tabla 70-4:	Gastos administrativos	76
Tabla 71-4:	Gastos de ventas	77

Tabla 72-5:	Gastos financieros	77
Tabla 73-4:	Ingresos	77
Tabla 74-5:	Flujo de efectivo	78
Tabla 75-4:	Estado de resultados	80
Tabla 76-4:	Balance General	80
Tabla 77-4:	Tasa mínima aceptable de rendimiento	82
Tabla 78-4:	TMAR Global	82
Tabla 79-4:	Valor actual neto	83
Tabla 80-4:	Relación Beneficio/Costo	84
Tabla 81-4:	Periodo de recuperación del capital	84

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-4:	Tasa de desempleo a nivel nacional	19
Ilustración 2-4:	Género de las personas encuestadas	24
Ilustración 3-4:	Edad de las personas encuestadas	25
Ilustración 4-4:	Ingresos mensuales de las personas encuestadas	26
Ilustración 5-4:	Frecuencia en el consumo de Té o infusiones	27
Ilustración 6-4:	Motivo del consumo de Té a base de fruta deshidratada	28
Ilustración 7-4:	VARIABLES al momento de comprar un Té o infusión	29
Ilustración 8-4:	Consumo de mora, fresa y uvilla	30
Ilustración 9-4:	Preferencia en consumo de té a base de frutas deshidratadas	31
Ilustración 10-4:	Preferencia de marca en compra de Te o infusiones	32
Ilustración 11-4:	Preferencia de empaque en compra de Te o infusiones	33
Ilustración 12-4:	Presentación para compra de Té o infusiones	34
Ilustración 13-4:	Presentación para compra de Te o infusiones	35
Ilustración 14-4:	Presentación para compra de Te o infusiones	36
Ilustración 15-4:	Pago por el Té o Infusiones de acuerdo a la cantidad ofrecida	37
Ilustración 16-4:	Demanda histórica diaria	39
Ilustración 17-4:	Demanda histórica anual	39
Ilustración 18-4:	Demanda proyectada	40
Ilustración 19-4:	Demanda proyectada anual	41
Ilustración 20-4:	Oferta histórica diaria	42
Ilustración 21-4:	Oferta histórica anual	42
Ilustración 22-4:	Oferta proyectada	43
Ilustración 23-4:	Oferta proyectada anual	44
Ilustración 24-4:	Infografía modelo de la empresa JEDUTÉ S.A	47
Ilustración 25-4:	Infografía modelo de la empresa JEDUTÉ S.A	47
Ilustración 26-4:	Mapa del cantón Riobamba	51
Ilustración 27-4:	Micro localización de la empresa de té de frutas deshidratadas	51
Ilustración 28-4:	Balance de Masas	55
Ilustración 29-4:	Flujo grama de procesos	58
Ilustración 30-4:	Diagrama de procesos PFD	59
Ilustración 31-4:	Diagrama de balance de masas	59
Ilustración 32-4:	Diagrama de operaciones	60
Ilustración 33-4:	Distribución de la planta	60
Ilustración 34-4:	Logotipo de la empresa de té de frutas deshidratadas	67

Ilustración 35-4: Estructura organizacional..... 68

INDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DE ANÁLISIS DE MERCADO

ANEXO B: TABLA DE AMORTIZACIÓN

ANEXO C: PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EN ESTABLECIMIENTOS
DE .ALIMENTOS, REQUISITOS

ANEXO D: FORMULARIO PARA LA SOLICITUD DE USO DE SUELO

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue diseñar una propuesta para la implementación de una planta procesadora de tes con frutas deshidratadas mora (*Rubus ulmifolius*), fresa (*Fragaria*) y uvilla (*Physalis peruviana L.*). La metodología implementada tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo, aplicando un nivel de investigación descriptivo, de campo, bibliográfico y documental, se utilizó un diseño de investigación según la manipulación de la variable no experimental, y de acuerdo a las intervenciones en el trabajo de campo fue transversal. Para el proyecto de investigación se utilizó herramientas como el PESTEL (factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, Ambientales y legales) y el FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) que brindaron información del macro entorno y micro entorno para la puesta en marcha de la empresa de té a base de fruta deshidratada determinando todas las variables para la aplicación de estrategias que permitan implementar una nueva empresa en la zona de estudio, a su vez se desarrolló una investigación de mercado en donde se determinó las características como producto, precio, plaza y promoción adecuadas al mercado objetivo que permitiera verificar la competitividad de todas las frutas utilizadas y su incidencia en el medio de todos los productores de la zona de Chimborazo para su dinamización económica en sus hogares. Mediante la metodología se logró determinar los siguientes indicadores financieros, una Tasa Mínima de rendimiento aceptable (TMAR) del 11.12%, un Valor Actual Neto (VAN) de \$132.482,29, una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 54%, una relación Beneficio/costo de \$1.31 que indica que por cada dólar invertido se adquirirá una utilidad de \$0.31 en aproximadamente 2 años, 1 mes y 9 días. En conclusión, la creación de una empresa de tes de frutas deshidratadas es factible y se recomienda como una alternativa para una economía sostenible en beneficio de la provincia de Chimborazo.

Palabras claves: <DISEÑO DE PRODUCTOS>, <INDICADORES FINANCIEROS>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <MORA (*Rubus ulmifolius*)>, <FRESA (*Fragaria*)>, <UVILLA (*Physalis peruviana L.*)>.

FACTIBILIDAD>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <MORA (*Rubus*
SA (*Fragaria*)>, <UVILLA (*Physalis peruviana L.*)>.



0709-DBRA-UPT-2023

0709-DBRA-UPT-2023

SUMMARY

The objective of the research was to design a proposal for the implementation of a tea processing plant with dehydrated blackberry (*Rubus ulmifolius*), strawberry (*Fragaria*) and uvilla (*Physalis peruviana L.*) fruits. The methodology implemented had a qualitative and quantitative approach, applying a descriptive, field, bibliographic, and documentary level of research. A research design was used according to the manipulation of the non-experimental variable, and according to the interventions in the fieldwork it was transversal. For the research project, tools such as PESTEL (political, economic, social, technological, environmental, and legal factors) and SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, and threats) were used to provide information on the macro and microenvironment for the start-up of the dehydrated fruit tea company. All the variables were determined for applying strategies to implement a new company in the study area. At the same time, market research was developed to determine the characteristics such as product, price, place, and promotion appropriate to the target market that would allow verifying the competitiveness of all the fruits used and their impact on the environment of all producers in the area of Chimborazo for their economic dynamization in their homes. Through the methodology, the following financial indicators were determined: minimum acceptable rate of return (MRR) of 11.12%, net present value (NPV) of \$132,482.29, internal rate of return (IRR) of 54%, a benefit/cost ratio of \$1.31, which indicates that for every dollar invested, a profit of \$0.31 will be acquired in approximately two years, one month and nine days. In conclusion, creating a dehydrated fruit tea company is feasible and recommended as an alternative for a sustainable economy for the benefit of the province of Chimborazo.

Keywords: <PRODUCT DESIGN>, <FINANCIAL INDICATORS>, <FACTIBILITY STUDY>, <MARKET STUDY>, <PIUMBERRY (*Rubus ulmifolius*)>, <FRUIT (*Fragaria*)>, <UVILLE (*Physalis peruviana L.*)>.

0709-DBRA-UPT-2023

Dra. Gloria Isabel Escudero Orozco. MsC.
0602698904

INTRODUCCIÓN

Según Alvaro & Nuñez un estudio de mercado se define como el estudio de factibilidad con el que se averigua la respuesta del mercado ante un producto o servicio. El té es una de las bebidas más conocidas del mundo, además se le considera la segunda bebida más consumida en el mundo, después del agua (Álvaro & Nuñez, 2012, p. 16).

La Revista el AGRO, (2012, pág. 8) manifiestan que el cultivo de fresa *Fragaria* en Ecuador está concentrado en su mayor producción en la provincia de Pichincha a pesar de no contar con datos estadísticos se cree que la zona produce entre 5 mil a 6 mil cajas diarias de frutilla. Por otro lado, el 60% se destina al mercado nacional y el resto se exporta.

La mora (*Rubus ulmifolius*) originaria de la región andina, es una fruta cultivada tradicionalmente en Ecuador principalmente en la sierra considerando a Cotopaxi y Tungurahua como las principales zonas de producción (Jácome, 2016, p. 22).

La uvilla (*Physalis peruviana L.*) es una fruta conocida desde la época de los incas y su origen se atribuye a los valles interandinos bajos de Ecuador es así que debido a las condiciones favorables del clima y suelo que ofrece el país permiten la producción agrícola de calidad principalmente en la sierra norte (Altamirano, 2010, p. 22).

CAPITULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En la zona 3 en cuanto a la producción de mora, fresa y uvilla es variable puesto que en ocasiones se presenta una elevada producción por consecuencia de ello su costo muchas veces tiende a decrecer generando esto pérdidas para el productor, sucediendo lo contrario cuando esta producción escasea, de tal forma al identificar esta problemática en la zona 3 mediante la elaboración de un estudio de mercado se busca conocer la factibilidad de la producción y comercialización de un té a base de estas materias primas.

1.2. Limitaciones y delimitaciones

1.2.1. Limitaciones

- Tamaño de muestra
- Falta de datos disponibles y/o confiables
- Acceso a información actualizada
- Limitaciones culturales y otro tipo de sesgo
- Datos auto informados

1.2.2. Delimitaciones

La presente investigación se desarrolló en diferentes ámbitos de la zona 3 que incluye las provincias de Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza con un tiempo de duración de 90 días.

1.3. Problema general de investigación

¿Es factible generar un estudio de mercado encaminado a la producción y comercialización de un té a partir de frutas deshidratadas mora (*Rubus ulmifolius*), fresa (*Fragaria*) y uvilla (*Physalis peruviana L.*) en la zona 3 del Ecuador?

1.4. Problemas específicos de investigación

¿Cómo se encuentra la situación productiva de mora (*Rubus ulmifolius*), fresa (*Fragaria*) y uvilla (*Physalis peruviana L.*) en la zona 3 del Ecuador?

¿Qué propuesta de mercadeo se adapta en la comercialización de un té con frutas deshidratadas en la zona 3 del Ecuador?

¿Cuál es el tamaño, localización e ingeniería de una planta procesadora de té de frutas deshidratadas?

¿Cómo se encuentra la situación financiera del proyecto de una planta de té de frutas deshidratadas?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

- Diseñar una propuesta de un plan de negocios para la implementación de una planta procesadora de té a partir de frutas deshidratadas mora (*Rubus ulmifolius*), fresa (*Fragaria*) y uvilla (*Physalis peruviana L.*) 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 té con frutas deshidratadas en la zona 3
- Elaborar un estudio técnico para determinar tamaño, localización e ingeniería de una planta procesadora de té de frutas deshidratadas.
- Establecer un estudio económico – financiero que permita la evaluación financiera del proyecto de una planta procesadora de té de frutas deshidratadas.

1.6. Justificación

1.6.1. Justificación teórica

El presente trabajo de investigación se lo realiza debido a que se busca conocer la factibilidad de la creación de una empresa de té a base de frutas deshidratadas por medio de un estudio teórico, administrativo, financiero que garantice el buen funcionamiento de la empresa a largo

plazo y con ello se logre rentabilidad y aporte socioeconómico dentro de las provincias que forman la zona 3 del país como son Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi, Pastaza. Este proyecto servirá de complemento para investigaciones futuras en donde se pueda mejorar muchos aspectos de la empresa como el mercadeo, innovación de nuevos productos o crecimiento de la cartera de clientes.

1.6.2. Justificación metodológica

Por medio de la investigación se podrá brindar indicios sobre las metodologías que se pueden utilizar y aplicar para una investigación correcta de mercados, además de conocer la manera adecuada con la que se realiza un diagnóstico situacional para en lo posterior analizar los resultados y elaborar planes estratégicos más complejos para el funcionamiento de la empresa. En esta misma línea, al ser una nueva empresa a constituirse tendrá las bases necesarias para realizar investigaciones de mercado, marketing, entre otros en lo posterior utilizando cuestionarios para ya planteado y validados en esta investigación.

1.6.3. Justificación práctica

El presente trabajo investigativo de titulación maneja un enfoque en la elaboración de un estudio de mercado para la creación de una empresa productora de té de frutas deshidratadas mora, fresa y uvilla en la zona 3 del Ecuador, tomando como referencia las tendencias de consumo es decir con el fin de mejorar los hábitos de consumo alimenticio de las personas es así que el té se han convertido en una de las bebidas de consumo masivo con mayores beneficios naturales más demandada por la sociedad. Además, se han seleccionado estas frutas moras (*Rubus ulmifolius*), fresa (*Fragaria*) y uvilla (*Physalis peruviana L.*) en la zona 3 del Ecuador puesto que la producción en la zona 3 es variable puesto que en ocasiones existe una elevada producción por consecuencia de ello su costo muchas veces tiende a decrecer represando pérdidas para el productor, sucede lo contrario cuando esta producción escasea, de esta forma se busca diversificar el mercado para ello se ha planteado el estudio de mercado el cual nos permitirá conocer la factibilidad de producción y comercialización del producto.

Este estudio va a contribuir también con el cambio y desarrollo de la matriz productiva al emplear materia prima de la zona 3 del Ecuador para transformarlos en productos con un valor agregado, por consiguiente, generando así nuevas plazas de empleo beneficiando así a la comunidad y economía del país.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación

Mediante una investigación bibliográfica se ha podido encontrar proyectos y artículos científicos que hacen alusión a la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de frutas deshidratadas por medio de una investigación de mercado, encontrando así que en el repositorio de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito existe un proyecto investigativo titulado estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de frutas exóticas deshidratadas tipos snacks realizado por Poso en donde menciona que el deshidratado en la industria alimenticia juega un papel importante, ya que por medio de este proceso de conservación se evita la pérdida de los alimentos además de verlos a los mismos como fuentes de minerales, vitaminas que ayudan en la salud del ser humano, destacando que Ecuador cuenta con algunas provincias con una gran variedad de frutas que pueden ser aprovechadas por medio de la deshidratación y la puesta en el mercado (Poso, 2010, p. 32).

Del mismo modo, en la Universidad San Francisco de Quito se realizó la investigación titulada formación de una empresa comercializado de fruta deshidratada elaborado por Celi en el documento investiga la posibilidad de crear una empresa de fruta deshidratada y variedad de estos como el té para ofertar al mercado como un producto con alto valor nutricional a la población de Quito y sus valles, obteniendo como indicadores financieros de VAN y TIR números factibles para el desarrollo de este negocio, además que se plantea como idea incrementar la cobertura geográfica a otras ciudad debido a la buena aceptación que este producto tendrá de manera local, preparando a la empresa para la exportación de estos productos (Celi, 2017, p. 15).

2.2. Referencias teóricas

2.2.1. *Estudio de mercado*

El estudio de mercados es considerado como una herramienta de mercadeo la cual tiene como fin estimar la cantidad de los bienes y/o servicios que provienen de una cadena productiva de los cuales los clientes están dispuestos a adquirir a cambio de valor económico esto por un periodo específico (Moya, 2015, p. 19).

Además, señala que los clientes, la demanda, la oferta, la comercialización, el consumo, el precio, entre otras conforman las variables internas, y dentro de las variables externas se encuentra la competencia, gustos, preferencias, tendencia del consumidor, las condiciones políticas y legales, la tecnología, etc.

Para entender un estudio de mercado primero se debe conocer que es un mercado al cual se define como el espacio de intercambio de bienes y servicios, con la finalidad de obtener ingresos individuales y comunes (Feijoo et al., 2018, p. 7).

2.2.2. Perfil de mercado

2.2.2.1. Segmento de mercado

Al segmento de mercado se le considera como el grupo en el cual sus participantes tienen aficiones, gustos, necesidades, deseos o preferencias similares, pero donde los grupos mismos sean diferentes entre sí (Ferrer & Heartline, 2012, p. 9).

2.2.2.2. FODA de mercado

El análisis FODA nos permite establecer los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) o dificultar (Debilidades y amenazas) el logro de los objetivos planteados inicialmente por la empresa (Tene, 2016, p. 41).

2.2.2.3. Competencia

Se le considera como un sistema comercial ya establecido e propio al mundo empresarial (Gutiérrez, 2013, p. 38).

La competencia también es ser mejor que las otras empresas las cuales realizan la misma actividad (Tene, 2016, p. 39).

2.2.2.4. Oferta

Esta busca cubrir las necesidades y los deseos de los clientes; esto quiere decir que, con una conjugación de productos, servicios, información y experiencias se busca llegar a cumplir con los deseos y necesidades que los consumidores exigen al mercado (Feijoo et al., 2018, p. 4).

2.2.2.5. *Demanda*

La demanda de producción es considerada el volumen Total que un determinado grupo de clientes estaría dispuesto a comprar en un cierto período y área geográfica, establecidos los programas de marketing y el entorno correspondiente en el período considerado (Coca, 2011, p. 3).

2.2.3. *Estudio técnico*

El estudio técnico es aquel que abarca la determinación del tamaño óptimo de la planta, fijación de la localización, conocer los equipos, la maquinaria, las materias primas, por lo tanto, los costos de inversión y de operación necesarios, así como el capital de trabajo requerido (Cotera, 2018, p. 50).

2.2.4. *Estudio económico-financiero*

Según Córdova (2006, pág. 2) define que el estudio financiero tiene como objetivo, mostrar que existe recursos necesarios para realizar el proyecto de inversión además que el costo del capital invertido será menor que el rendimiento de dicho capital obtendrá en la parte económica.

2.2.5. *Situación productiva mora, fresa y uvilla zona 3 ecuador*

2.2.5.1. *Mora (Rubus ulmifolius)*

En Ecuador, la producción de mora se encuentra establecido en la región sierra, principalmente en las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Bolívar, Chimborazo, Pichincha, Imbabura y Carchi. Considerando que la segunda provincia productora de mora es Tungurahua, aportando el 33% de la producción nacional. Además, esta provincia tiene un rendimiento de 8 t/ha que es el más alto de todas las provincias productoras (Barrera et al., 2017, p. 11).

Para ello mediante una encuesta realizada en tres provincias del ecuador consideradas dentro de la zona 3 se determinaron las familias que se dedican a este cultivo.

Tabla 1-2: Provincias productoras de la zona 3 en Ecuador 2016

Provincia	N° Hogares	Porcentaje (%)	Cantón	N° Hogares
Chimborazo	15	6,58	Pallatanga	8
			Penipe	7

Cotopaxi	66	28.94	Sigchos	66
Tungurahua	147	64,47	Ambato	68
			Baños	10
			Cevallos	12
			Mocha	9
			Patate	17
			Pillaro	5
			Tisaleo	276
Total	228	100		228

Fuente: (INIAP, 2016: pág. 5)

Realizado por: Noriega, J. 2022

2.2.5.2. Fresa (*Fragaria*)

De acuerdo con Chimborazo (2014, p. 41) la fresa es una planta que tiene la capacidad de adaptarse a una variedad de climas facilitando los procesos puesto que no será necesario aplicar cuidados rigurosos, dando paso a que exista una alta producción de fresa.

La mayor producción se efectúa en Tungurahua con 240 hectáreas. En Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura y Azuay, la producción no sobrepasa las 40 hectáreas. Se menciona además que en la semana se cosecha de 120 a 150 libras en épocas de alta producción marzo a mayo (Chimborazo, 2014, p. 21).

2.2.5.3. Uvilla (*Physalis peruviana L.*)

La uvilla forma parte de un sitio importante dentro de la exportación de frutas. Debido a que es considerada una fruta exótica, apetecida por muchas personas, alcanzando altos valores comerciales (Núñez et al., 2014, p. 11), además sus características nutricionales la hacen aún más atractiva para su mercadeo y comercialización (CORPEL-CICO, 2009, p. 14).

Sin embargo, en Ecuador la uvilla no es poco tan consumida debido a que se desconoce el aporte nutraceutico que posee; sin embargo, industrias farmacéuticas y biotecnológicas han señalado las propiedades curativas-preventivas contra enfermedades prostáticas, cardiovasculares, digestivas y cancerígenas (Reyes et al., 2015, p. 5).

En la región Sierra, durante los últimos 5 años, el cultivo de uvilla ha crecido en un 10,0% considerando a las provincias más sobresalientes Carchi, Imbabura, Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo, este crecimiento se realiza gracias al clima favorable en esta producción (MAGAP, 2017, p. 2). La ventaja de comercialización que poseen las frutas exóticas en mercados europeos,

norteamericanos y asiáticos son aspectos relevantes que han servido de motivación para el desarrollo de nuevas áreas para el cultivo de esta fruta (Hilaca, 2017, p. 48). Por otro lado, se estima que existe una producción de 4.725,0 toneladas de uvilla por año, donde el 70,2% es empleado para la transformarla y exportarla, mientras que el 29,8% es comercializado en su estado natural a nivel local y regional. Sin embargo, en el mercado mundial avanzan las tendencias de consumo por productos de cultivos no tradicionales como la uvilla, maracuyá, naranjilla, piña y tomate de árbol, lo que ha incentivado a la diversificación de productos para la exportación en el Ecuador (PROECUADOR, 2016, p. 1). A continuación, se muestra el número productores uvilla y superficie de producción en la zona central del Ecuador.

Tabla 2-2: Número de productores de uvilla y superficie de producción de uvilla en la zona centro de Ecuador MAGAP

Provincia	Nº de productores de uvilla registrados por el MAGAP	Superficie (hectáreas) de producción de uvilla registradas por el MAGAP
Cotopaxi	123	258,6
Tungurahua	177	325,2
Chimborazo	134	271,5

Fuente: (Moreno et al., 2019, pág. 4).

Realizado por: Noriega, J. 2022

2.2.6. Antecedentes del té

2.2.6.1. Apreciación del té

El té es considerado como la segunda bebida más ingerida en el mundo, después del agua. En la parte de infusiones es la primera seguida del café. Es una de las bebidas más antiguas valorada por el hombre (Venezuela., 2004, p. 5).

2.2.6.2. Industria del té en Ecuador

En Ecuador la industria del té e infusiones ha crecido constantemente en los últimos cinco años, debido a que el país tiene la ventaja de ser productor de diferentes tipos de té (té negro, té verde), además de plantas tradicionales ideales para infusiones (Gómez, 2019, p. 4).

La comercialización del té e infusiones no se queda atrás, ya que existe con una amplia diversidad de especies endémicas de plantas, de las cuales es posible realizar infusiones o también conocidas como tisanas, cuya riqueza cultural se han llevado de generación en generación, sobre todo en el ámbito de la medicina natural (Ríos & De la Cruz, 2008: p. 11).

2.2.7. *Deshidratación de frutas*

2.2.7.1. *Historia de la deshidratación*

Durante la historia se considera a la deshidratación como la técnica más empleada en la conservación de los alimentos. Con la ayuda del sol se secaban alimentos como frutas granos, vegetales, carnes y pescados esto de manera espontánea con la cual se buscaba sobrevivir a las épocas de escasez de alimentos durante la era paleolítica hace unos 400.000 años aproximadamente (Martín et al., 2006: p. 3).

2.2.7.2. *Deshidratación*

La deshidratación se considera un método la cual busca la conservación de los alimentos, reduciendo el contenido de humedad que posee el alimento, de esta manera genera una ventaja importante la cual es poder consumir el alimento en cualquier época del año (Instituto de ciencias y tecnología, 2019: p. 12).

Para realizar una deshidratación y sobre todo garantizar la calidad de la fruta a trabajar se debe tomar en cuenta:

- Arreglo de fruta
- El tamaño y forma
- Temperatura

Dependiendo de la fruta estas manejan una temperatura mayor a 50°C es por ellos que previa a la deshidratación se debe tomar las siguientes consideraciones descritas a continuación en la tabla 3-2.

Tabla 3-2: Preparación de las frutas previo a la deshidratación

Fruta	Preparación
Uvilla	Quitar capuchón, lavar
Fresa	Cortar por la mitad o rebanar a 6mm
Mora	Cortar por la mitad

Fuente: (Casbascango, et al, 2018, pág. 10).

Realizado por: Noriega, J. 2022

2.2.7.3. Deshidratación de Mora

En cuanto al deshidratado de mora del producto en fresco se efectúa a 80°C por 22 horas esto debido a que conserva de mejor manera sus propiedades nutricionales (Cabezas, 2008: p. 48).

2.2.7.4. Deshidratación de Fresa

La temperatura adecuada para la deshidratación de la fresa se recomienda trabajar de 40 – 50°C por 20 horas (Casbascango, et al, 2018, p. 5).

2.2.7.5. Deshidratación de Uvilla

En la deshidratación se aplicó el método de secado en bandejas a 70 ° C por un periodo de 135 Minutos finalizando con un contenido de vitamina C de 105,69 mg/100g y 32,15% de pérdida recomendando así el autor trabajar con esta temperatura (Pilamunga et al, 2014, p. 4).

Por otro lado, según (Casbascango et al., 2018, p. 55) la temperatura de trabajo generalmente en uvilla puede inicia de 40-50°C durante 12-14 horas.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

3.1.1. *Enfoque cualitativo*

Se define como enfoque cualitativo al cual “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Sampieri et al, 2014, p. 185).

3.1.2. *Enfoque cuantitativo*

Al enfoque cuantitativo lo conocemos como aquel que “refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación; además, el investigador plantea un problema de estudio delimitado y concreto sobre el fenómeno. Sus preguntas de investigación versan sobre cuestiones específicas” (Sampieri et al., 2014, p. 179).

3.2. Nivel de investigación

Para el presente trabajo de titulación se empleará diferentes tipos de investigación tales como:

- Investigación Descriptiva.
- Investigación Cualitativa.
- Investigación Cuantitativa.
- Investigación de Campo.
- Investigación Bibliográfica o Documental.

3.3. Diseño de 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*

- Transversal

3.4. Tipo de estudio

3.4.1. *Estudio documental*

Se define como estudio documental a la técnica cualitativa la cual nos permite recabar y clasificar información de textos presentes en documentos, revistas, libros, grabaciones, filmaciones, periódicos, artículos resultados de investigaciones entre otros. Este tipo de estudio además se encuentra por medio de una investigación bibliográfica, su objetivo primordial es colaborar con la investigación mostrando datos ya existentes (Reyes & Carmona, 2020, p. 35). Este estudio se empleará en el momento de recabar información pertinente sobre la producción en la zona 3 de las frutas deshidratadas como objeto de estudio.

3.4.2. *Estudio de campo*

Este estudio se caracteriza por obtener información en tiempo real es decir en tiempo real de las personas, objetos, situaciones o fenómenos en un espacio establecido (Jiménez & Suárez, 2014, p. 1). El estudio de campo será aplicado al tener datos relevantes extraídos por medio de la aplicación de una encuesta en la zona 3 del Ecuador.

3.5. Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

3.5.1. *Población*

Para el año 2013-2017 según el INEC la población de la zona 3 (Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza) conformada por una población estimada de 1 657.529 habitantes para el año 2017 según (Senplades, Secretaria Nacional de Planificació y Desarrollo, 2019, p. 21) correspondiendo al 9,9% de la población nacional dentro de ello se considera nuestra población objetiva a las personas económicamente activas (PEA) a partir de los 15 años hasta los 64 años de sexo femenino o masculino de clase media baja, media y media alta obteniendo 1 016.162 personas lo que equivale al 61% de los habitantes de la zona 3 (INEC, 2017, p. 8).

3.5.2. *Muestra*

Para el cálculo de la muestra para la presente investigación se ha establecido varios aspectos que

se especifican a continuación en la tabla 4-3.

Tabla 4-3: Determinación de elementos para el cálculo de la muestra

	DATOS	FORMULA APLICAR
N: es el tamaño de la población o universo	1 016.162 habitantes	$n = \frac{(k)^2(p)(q)(N)}{(e)^2(N - 1) + (e)^2(p)(q)}$
k: es una constante que depende del nivel	1,96	
e: es el error muestral deseado	0,05	
p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio	0,61	
q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir 1-n	0,59	
n: es el tamaño de la muestra	384	

Fuente: (Roldán Torres, et al., 2019)

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 5-3: Valoraciones del nivel de confianza.

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,50%	99%

Fuente: (Roldán, et al., 2019, pág. 45)

Realizado por: Noriega, J. 2022

Una vez determinados los elementos para el cálculo de la muestra, se aplica la fórmula correspondiente

3.5.3. Fórmula aplicada

$$n = \frac{(k)^2(p)(q)(N)}{(e)^2(N - 1) + (e)^2(p)(q)}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,61)(0,59)(1\ 016.162)}{(0,05)^2(1\ 016.162 - 1) + (0,05)^2(0,61)(0,59)}$$

$$n = 384$$

Tenemos 384 personas como parte de nuestra muestra representativa de estudio.

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de evaluación

3.6.1. Variables

- Independiente: Plan de negocios

- Dependiente: Factibilidad

3.6.2. Mediciones

3.6.2.1. Diagnóstico

- Análisis PESTA o PESTEL
- Análisis SWOT

3.6.2.2. Perfil del Mercado

- Segmento de mercado a estudiar
- Marketing mix
- Cubrimiento geográfico del plan de negocio
- Esquemas de comercialización
- Competidores a considerar
- Clientes primarios y secundarios
- Productos sustitutos a considerar

3.6.2.3. Perfil técnico

- Nivel de tecnología
- Tamaños potenciales de plantas a estudiar
- Proceso de producción
- Balances
- Diagramas ingenieriles
- Perfil organizacional
- Características del tipo de Empresa
- Análisis legal
- Opción para el grupo gerencial
- Formas de vinculación laboral

3.6.2.4. Perfil financiero

- Inversión
- Estado de situación inicial

- Estado de resultados
- Flujo de caja
- Posibles estructuras de financiamiento
- Expectativas mínimas de rentabilidad
- TIR/ VAN/ Beneficio costo

3.6.3. Técnicas estadísticas

- Media
- Moda
- Desviación estándar (porcentajes e histogramas de frecuencia)
- Rangos (mínimos y máximos)

3.7. Esquema del experimento

- Identificación de materia prima en la zona 3
- Planteamiento de la encuesta
- Recolección y tabulación de datos
- Análisis de potenciales mercados (mercado meta)
- Determinación de la demanda insatisfecha
- Desarrollo del marketing MIX
- Determinación del tamaño y volumen de producción
- Identificación de la macro y micro localización
- Diagrama de procesos
- Determinación de balances
- Cálculo de la inversión
- Determinación de los costos de producción
- Elaboración del estado de resultados
- Proyección del flujo de fondos
- Cálculo de indicadores

CAPITULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Diagnóstico del entorno

4.1.1. *Análisis del entorno*

4.1.1.1. *Macro entorno*

En el marco entorno se examinó aspectos que no pueden ser controlados por la empresa pero que afectan de manera directa o indirecta en el desarrollo de la misma. Dichos elementos se detallan a continuación:

4.1.1.1.1. *Político*

Como se conoce “Las variables políticas son los aspectos gubernamentales que inciden de forma directa en la empresa” (Martín, 2019, p. 5).

En el aspecto político se menciona, a que gracias que el Ecuador cuenta con funciones: ejecutiva, legislativa y judicial, adicional la función de transferencia y control social y la función electoral, que realizan funciones específicas para la administración del estado ecuatoriano” se logra el cumplimiento de leyes y normativas que se rigen en la sociedad (Yumbulema, 2021, p. 37).

Dentro de ello corresponde a entidades que logran la regulación del país para garantizar la creación de unidades económicas, es decir empresas que consigan la generación de empleo a largo plazo. A mitad de 2021, el presidente actual Guillermo Lasso ha buscado efectuar modificaciones necesarias para el país con el fin de generar un incremento y fortalecimiento de la economía. Después de inmunizar contra el COVID 19 a más del 85 por ciento de la población y volver a la normalidad, el reto es contar con el apoyo de la población y de los actores políticos con el fin de combatir las secuelas inmediatas de la crisis económica que se vivió después de la pandemia.

Ecuador necesita mejorar sus políticas públicas para resguardar a la población más vulnerable

de tal forma ofrecerles mejores oportunidades. En el aspecto político se vuelve crítico enfrentarse a desafíos pasados y agravados por la crisis sanitaria. De tal forma frente a esta situación, es esencial el planteamiento y adopción de decisiones, e impulsar la gestión de los recursos públicos y la coordinación entre los varios niveles de gobierno y sectores.

4.1.1.1.2. Económicos

En este factor se toma en consideración la inflación del país que, en economía, es el aumento generalizado y sostenido de los precios de los bienes y servicios existentes en el mercado durante un período de tiempo, generalmente un año, ésta refleja la variación porcentual en el costo para el consumidor medio en su capacidad de adquirir una canasta de bienes y servicios que puede ser fija o variable a intervalos determinados. Por lo tanto, para el Ecuador la inflación de mayo 2021 a mayo del 2022 llegó a 3.38%, siendo esta cifra una de las más altas desde el año 2017 en el país (INEC, 2022, p. 14).

A finales del 2021 para el país con la inmunización se logró mejorar en cierta parte la economía del país generando así que el Producto Interno Bruto (PIB) crezca en un 4,2% en 2021 cifra presentada por el Banco Central del Ecuador (BCE) cuyo nivel superó el período de pre pandemia. Este resultado refleja una recuperación de las actividades económicas y productivas en el país. Y esto se lo confirma ya que el organismo proyecta que el producto interno bruto del Ecuador crecerá en un 4.3% para 2022.

Otro de los indicadores importantes para destacar, es la tasa de interés brindado por el BanEcuador considerado en 9.76% dirigido a personas que requieran financiamiento para actividades relacionadas en la producción agrícola o pecuarias (BanEcuador, 2020).

Frente a la actual recuperación de la economía, Ecuador aún necesita generar aumento inclusivo que se pueda sostener en el mediano y largo plazo pudiéndose lograr mediante el fortalecimiento e incentivo a la inversión tanto nacional como extranjera además generar que el trabajo sea más flexible en los sectores emergentes de mayor productividad.

4.1.1.1.3. Sociales

El 13 de diciembre de 2021 Guillermo Lasso presidente de la Republica manifestó un aumento de \$25,00 en el salario básico unificado lo cual significa que en la actualidad el salario mínimo es de \$425,00. Se considera como salario básico a la remuneración a causa de la actividad efectuada por el trabajador, con esto se buscar mejorar la calidad de vida para sus familias. No

obstante, un salario básico elevado representa inconvenientes para el empleador puesto que este debe plantearse metas eminentes para que con ellos se pueda solventar los gastos en nómina (Gómez , 2021).

Frente a la pandemia que se atraviesa a nivel mundial el sector social se vio afectado principalmente por la necesidad de conseguir un empleo que permita el sustento de cada uno de los hogares los principales aspectos que afectan a la población es la accesibilidad, calidad de la salud y la educación; la batalla frente a la desnutrición infantil, el incremento de la inseguridad ciudadana.

Ecuador aplica un proceso de protección agrícola para salvaguardar la calidad de alimentos y garantizar el empleo para la población. Por ende, se pretende fomentar el sector agrícola para obtener alimentos de alta calidad y al mismo tiempo generar plazas de trabajo. Al sector agrícola se lo considera uno de los más importantes puesto que contribuye con el 8% al PIB Total del país. Por otro lado, el 65% de los alimentos del país provienen de este sector (El Telégrafo, 2021).

Para abril del 2022 el desempleo a nivel de país llegó a 4.7% una reducción no significativa como se puede observar en el gráfico 1-4.



Ilustración 1-4: Tasa de desempleo a nivel nacional

Fuente: (INEC , 2022)

4.1.1.1.4. Tecnológicos

En cuanto al proceso de deshidratación de alimentos existen maquinarias que facilitan este proceso, las mismas que para adquirirlas en Ecuador se lo realiza por medio de empresas de Courier las cuales se encargan de la importación con categoría C la cual maneja repuestos y maquinaria para industrias con un peso hasta 50 Kilogramos y hasta \$2000, cabe recalcar que esta categoría paga un impuesto: el valor es el porcentaje será según el producto, IVA del 12% y

Fodinfra 0,5% (Donoso, 2020).

Por efecto de la pandemia se manifiesta una baja en importaciones, siendo la más agravada la adquisición de maquinaria para el sector industrial del país. El rubro de esta actividad fue de \$473,5 millones a lo largo del primer mes de 2021 es decir manifiesta una caída del 21,2% en comparación con enero del 2020, sin embargo, el sector agrícola manifestó mayor actividad en cuanto a compras desde el extranjero en lo que se refiere a insumos y maquinarias aumentando así en un rango de 13,4% y 31,3%. Se considera China como el principal país de importaciones para Ecuador (Vásconez, 2021).

4.1.1.1.5. Ambientales

Ecuador maneja una corporación denominada cámara de agricultura de la primera zona aprobada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca la cual está conformada por productores agropecuarios de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar y Santo Domingo de los Tsáchilas. Esta corporación fue creada con el fin primordial de salvaguardar los principios e intereses del sector agropecuario ecuatoriano poniendo consideración procesos que apoyen en el desarrollo del país y en una mejor imagen frente al mercado internacional (Gómez, 2021).

En cuanto al trabajo ecológico en el país se busca un cambio conjuntamente con la mejora en la manipulación de los recursos naturales, la ejecución del proceso de adaptación y mitigación al cambio climático e incentivar la gestión integral de los recursos hídricos. Ecuador es muy vulnerable a los efectos del cambio climático y hoy en día por buscar una mejor opción de cultivo se manifiestan los llamados gases invernaderos, por lo que es fundamental adoptar medidas para erradicar las consecuencias de esta problemática global.

4.1.1.1.6. Legales

En Ecuador al tomar la decisión de generar una empresa se debe establecer el tipo a la cual pertenecerá ya que desde esto parte la base legal de la misma. Como siguiente paso se debe colocar un nombre a la empresa, una vez que realizado este proceso se procese a generar la apertura del RUC y el pago en el municipio por la patente. Otro de los requisitos es contar con la notificación sanitaria, el cual garantizara que los productos a expender sean aptos para uso y consumo humano en una industria que garantiza calidad, seguridad y/o inocuidad (Gómez, 2021).

4.1.1.2. Micro entorno

4.1.1.2.1. Posibles Proveedores

Los proveedores en este caso son los productores de mora, fresa y uvilla de la zona 3 del Ecuador la cual se conforma por las provincias de Pastaza, Chimborazo, Tungurahua y Cotopaxi. En el caso de la mora se considerará como máximo proveedor la provincia de Tungurahua aportando con el 33% de la producción anual contando con un rendimiento de 8 t/ha considerándose el mayor productor en comparación con el resto de provincias.

Para el caso de la fresa se manejarían 2 proveedores tanto de la provincia de Tungurahua siendo igual el mayor productor seguido de la provincia de Chimborazo y Cotopaxi esto dependerá de la época de alta producción la cual se considera de marzo a mayo.

Por último, para el caso de la uvilla las tres provincias Tungurahua, Chimborazo y Cotopaxi son las idóneas para considerarles potenciales proveedores puesto que en estos 3 lugares se desarrolla favorablemente este cultivo.

Tabla 6-4: Proveedores de mora

Provincia	Productores	Hectáreas
Chimborazo	320	107,50
Cotopaxi	558	625,80
Tungurahua	770	179,32
Pastaza	No registra	No registra

Fuente: (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2022)

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 7-4: Proveedores de fresa

PROVINCIA	PRODUCTORES	HECTAREAS
CHIMBORAZO	65	40
COTOPAXI	5	3
TUNGURAHUA	400	240
PASTAZA	-	-

Fuente: (Cayambe, 2018, pág. 5).

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 8-4: Proveedores de uvilla

Provincia	Productores
-----------	-------------

Chimborazo	37
Cotopaxi	36
Tungurahua	55

Fuente: (Moreno et al., 2019, pág. 4).

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.1.1.2.2. Posibles Consumidores (CLIENTES)

El consumidor de hoy en día es muy exigente en cuanto a las características que ofrece el producto y frente a la gran variedad de té que se ofrece en el mercado la elección está en aquel producto que cumpla con las cualidades satisfaciendo necesidades y preferencias que se distingan de los demás.

Para que el producto se dé a conocer se necesita manejar puntos de venta con mayor afluencia de consumidores es decir supermercados más reconocidos en el país como por ejemplo cadenas de supermaxi, mi comisariato, aquí entre otros, además, de participar en ferias libres organizadas por empresas privadas y públicas.

La negociación con nuestros consumidores pese a que la oferta supere a la demanda y exista sensibilidad al elegir una marca, el té se ha convertido en una de las bebidas más consumidas es decir los consumidores aumentan a gran escala en el país.

4.1.1.2.3. Posibles Nuevos Competidores

Al crear una empresa las barreras de entradas son altas, debido a que la inversión necesaria para el levantamiento de una cadena productiva de té a nivel nacional resulta algo complicada de financiar. Pese de no haber barreras legales o gubernamentales que restrinjan la creación de este tipo de negocios. Uno de los inconvenientes es los permisos que se deben obtener es decir cumplir con todos los requisitos obligatorios (Villa & Logroño, 2018, p. 35).

Es así que se considera esta una de las principales barreras al momento de generar una idea de emprendimiento en esta cadena, también que el té sea un producto bastante consumido existe una gran gama de presentaciones y tipos lo que lo convierte en un mercado bastante competitivo y exigente lo que representa un arduo trabajo al momento de generar una nueva idea de té que sea apreciada por el mercado.

4.1.1.2.4. Competidores en el mercado

En Ecuador las industrias de té como Nature's Heart, Hornimans, Sangay, Ile entre otras se encuentran bien posicionadas en el mercado la cuales ofertan una gran variedad en cuanto a hierbas aromáticas, té de frutas deshidratadas, té verde y/o negro etc. Es decir, se puede concluir que el nivel de competencia es alto puesto a que estas marcas mencionadas manejan ya un mercado fiel y además cuentan con infraestructura tecnológica que agiliza el procedimiento.

4.1.1.2.5. Productos Sustitutos

Existe una gran variedad de productos sustitutos que amenazan la investigación, considerando el principal sustituto al café la cual es una bebida bastante apetecida en el mercado ya sea por preferencia o por beneficios a la salud. Otro sustituto frente a nuestro producto es el té helado. Se han realizado estudios de mercado en el cual se menciona que en América se prefiere consumir café frente al té es así que se demuestra que en Ecuador el 97,4% opta por consumir café y el 2,6% té (Bravo, 2022, p. 55).

4.2. Análisis SWOT

Tabla 9-4: Análisis Swot

ANALISIS FODA (SWOT)	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1: Producción continua de materias primas en la zona 3 del Ecuador. F2: Garantía de las materias primas por los pequeños productores. F3: Conocimiento en la creación de emprendimientos agroindustriales. F4: Los tés a base de frutas deshidratadas va ganando preferencia en la canasta del consumidor. F5: Existencia de una investigación de mercado. F6: Calidad en la producción de Té o infusiones a base de fruta deshidratada. F7: Recurso humano capacitado para cumplir las funciones designadas.	D1: Al ser una empresa nueva no cuenta con cartera de clientes D2: Desconocimiento sobre técnicas de negociación en los distintos canales de comercialización D3: Falta de técnicas de negociación con proveedores de la materia prima D4: Falta de financiamiento propio D5: Escaso conocimiento sobre administración de empresas D6: Recursos económicos y financieros limitados D7: Falta de fidelización de los clientes
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1: Apoyo por parte de entidades gubernamentales para el desarrollo de emprendimientos. O2: La importancia que actualmente existe en el cuidado de la salud por medio del consumo de productos naturales. O3: Crecimiento del Producto Interno bruto O4: Aumento en el sector agroindustrial destinado a la producción de deshidratados	A1: Competencia con gran trayectoria en el mercado A2: Cambios de políticas en cuanto a impuestos que deben de pagar las empresas A3: Condiciones climáticas que afectan a las plantaciones A4: Crecimiento de la tasa de inflación en el año actual A5: Infraestructura tecnológica costosa en la agroindustria de té deshidratados con el fin de mejorar procesos. A6: Aumento de precios de la materia prima

O5: Producto innovador que logrará abarcar clientes	A7: Crisis económica post pandemia
O6: Los té a base de frutas deshidratadas son productos con larga duración, es decir no perecibles	A8: Procesos burocráticos para la obtención de permisos de funcionamiento para la planta de procesamiento.
O7: Precios de la competencia muy elevados en comparación con las frutas que contienen en los distintos té o infusiones	A9: Procesos complejos para la obtención de notificación sanitaria para que el producto sea conocido en el mercado
	A10: Existencia de productos sustitutos como el café.

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.3. Análisis e interpretación de los resultados

Género

Tabla 10-4: Género de las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Femenino	213	55,47	55,47
	Masculino	171	44,53	44,53
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022.

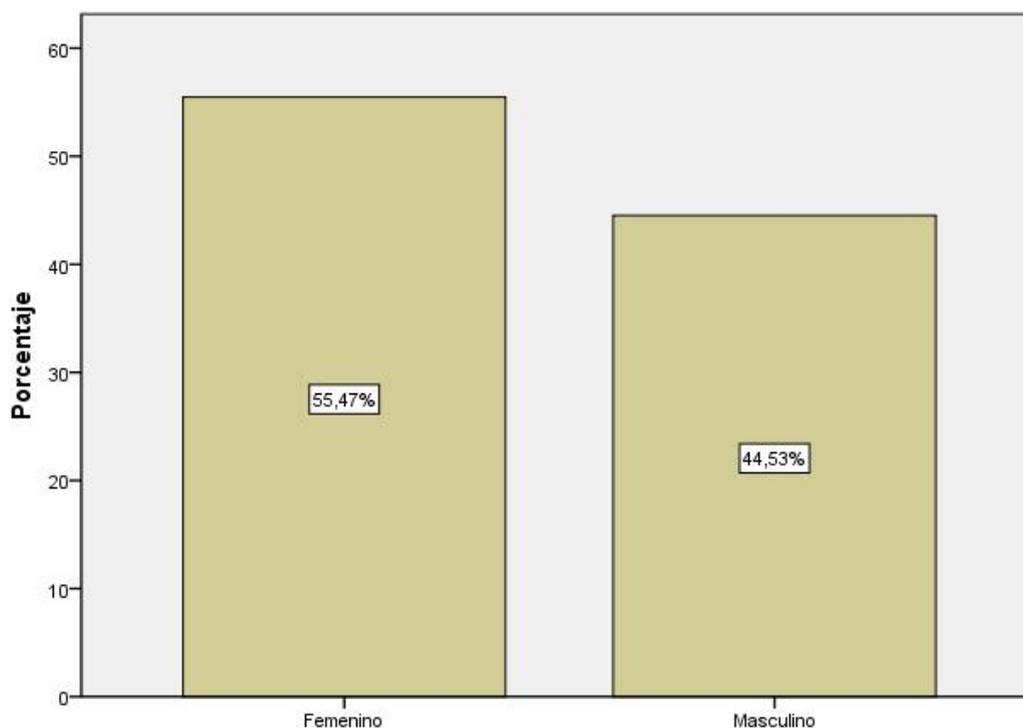


Ilustración 2-4: Género de las personas encuestadas

Realizado por: Noriega, J. 2022

Análisis:

En el gráfico se puede observar que de las 384 encuestas correspondientes al 100%, el género de las personas pertenece el 55.47% al femenino mientras que el masculino concierne al 44.53%.

Interpretación:

Con la finalidad de conocer el perfil del cliente se tomó en consideración una pregunta clave, el género al cual va a ser destinado el té de frutos deshidratados, obteniendo como respuesta mayoritaria que son del género femenino, esto debido a que son las personas que se encargan de comprar la despensa en sus hogares.

Edad

Tabla 11-4: Edad de las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	20 a 29 años	165	43,0	42,97
	30 a 39 años	115	29,9	29,95
	40 a 49 años	47	12,2	12,24
	10 a 19 años	38	9,9	9,90
	50 a 59 años	16	4,2	4,20
	60 en adelante	3	,8	0,78
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022

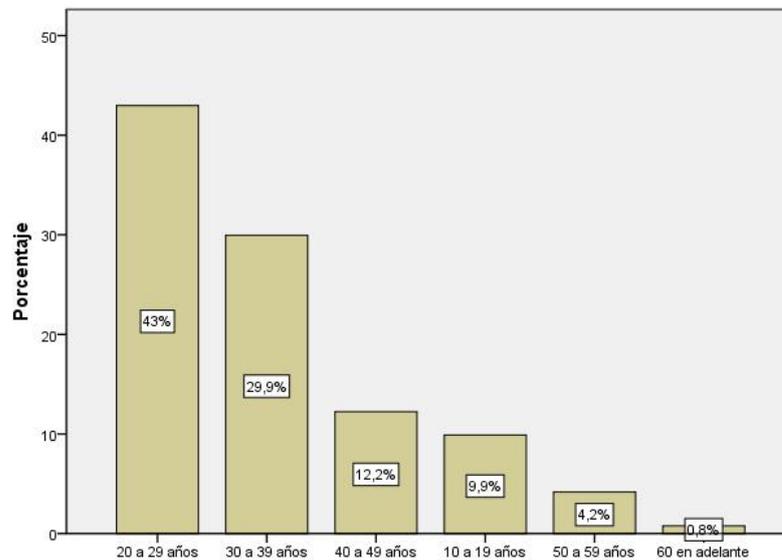


Ilustración 3-4: Edad de las personas encuestadas

Realizado por: Noriega, J. 2022

Análisis:

De las 384 personas encuestadas el 42,97% tienen de 20 a 29 años, el 29,95% de 30 a 39 años, el 12,24% de 40 a 49 años, el 9,90% de 10 a 19 años, el 4,20% de 50 a 59 años, el 0,78% de 60 en adelante.

Interpretación:

A su vez se obtiene que como respuesta mayoritaria las personas tienen de 20 a 29 años, es decir que el té de frutos deshidratados será destinado para la población con interés en consumir productos naturales con gran fuente de vitaminas y minerales según las necesidades de su alimentación.

Ingresos mensuales

Tabla 12-4: Ingresos mensuales de la población encuestada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Menos de 500	188	49,0	48,96
	500-1000 dólares	153	39,8	39,84
	1001-1500 dólares	36	9,4	9,38
	1501-2000 dólares	6	1,6	1,6
	Más de 2000 dólares	1	,3	0,26
	Total		384	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022

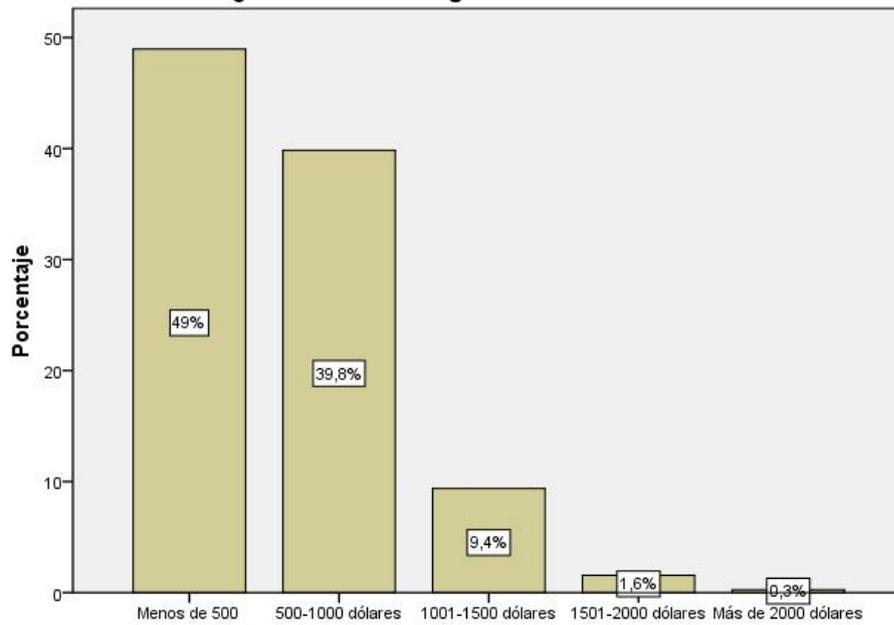


Ilustración 4-4: Ingresos mensuales de las personas encuestadas

Realizado por: Noriega, J. 2022

Análisis:

Referente a esta pregunta de las 384 encuestas el 48.96% respondieron que sus ingresos mensuales son menos de 500 dólares, el 39.84% manifestaron que sus ingresos son de 500 a 1000 dólares, seguidamente del 9.38% mencionaron que sus ingresos son de 1001 a 1500 dólares mientras que el 1.6% eligieron la opción de 1501 a 2000 dólares, finalmente el 0.26%

respondieron que sus ingresos son de más de 2000 dólares.

Interpretación:

Con la finalidad de poner un precio que pueda pagar el mercado se indagó los ingresos mensuales que tienen las personas, obteniendo como respuesta mayoritaria que sus ingresos son menores de 500 dólares por lo tanto se puede deducir que el cliente tendrá la posibilidad de comprar el té de frutos deshidratados.

Pregunta 1 ¿Con que frecuencia consume Té o Infusiones?

Tabla 13-4: Frecuencia en el consumo de Té o infusiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Semanalmente	192	50,0	50,0
	Diario	119	30,99	30,99
	Mensualmente	66	17,19	17,19
	Nunca	7	1,823	1,823
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022

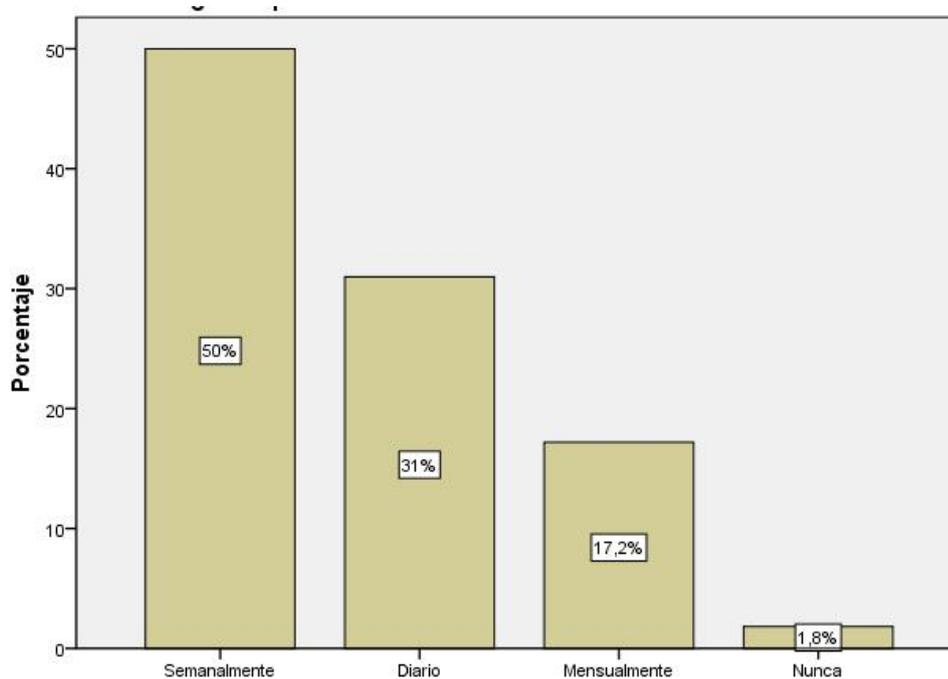


Ilustración 5-4: Frecuencia en el consumo de Té o infusiones

Realizado por: Noriega, J. 2022

Análisis:

Como se observa del 100% de encuestas el 50% de personas respondieron que consumen té o infusiones de manera semanal, el 30,99% lo consume a diario, el 17,19% realiza su consumo de

manera mensual, finalmente 7 personas nunca han consumido té o infusiones que corresponden al 1,82%.

Interpretación:

Al conocer que en su mayoría las personas consumen té o infusiones de manera semanal se logra prever que la producción del producto será continua para su distribución en varios canales de venta.

Pregunta 2 ¿Cuál es el motivo de su consumo?

Tabla 14-4: Motivo del consumo de Té o infusiones elaboradas a base de frutas deshidratadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Salud	134	34,9	34,9
	Hábito	97	25,26	25,26
	Nutrición	91	23,7	23,7
	Costumbre	62	16,15	16,15
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022

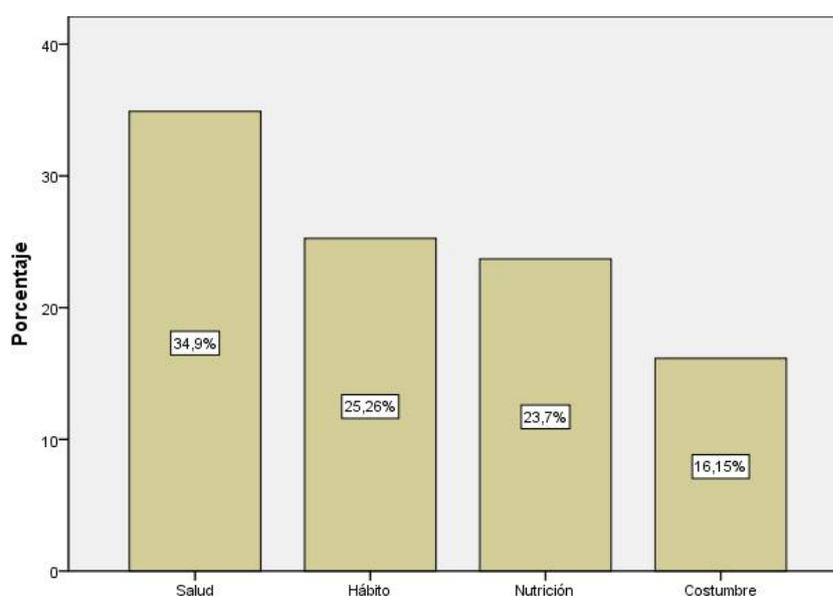


Ilustración 6-4: Motivo del consumo de Té o infusiones elaboradas a base de fruta deshidratada

Realizado por: Noriega, J. 2022

Análisis:

De acuerdo al motivo de consumo de Té o infusiones a base de frutas deshidratadas del 100% de personas encuestadas, el 34,9% les gusta consumir para cuidar su salud, el 25,26% consume estos productos por hábito, igualmente el 23,7% consume frutas deshidratadas para cuidar su

nutrición y finalmente el 16,15% consume estos productos por costumbre.

Interpretación:

Conociendo que el motivo principal que tienen las personas para consumir Té o infusiones a base de fruta deshidratada es por cuidar su salud, se logra obtener una estrategia para destacar cuando se realice publicidad sobre el producto ya que esa será una necesidad para cubrir en el mercado.

Pregunta 3 ¿Cuáles son las variables que toma en consideración al momento de comprar un Té o Infusión?

Tabla 15-4: Variables que se toman en consideración al momento de comprar un Té o infusión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Calidad	212	55,21	55,21
	Precio	72	18,75	18,75
	Sabor	53	13,8	13,8
	Presentación	36	9,375	9,375
	Marca reconocida	11	2,865	2,865
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022

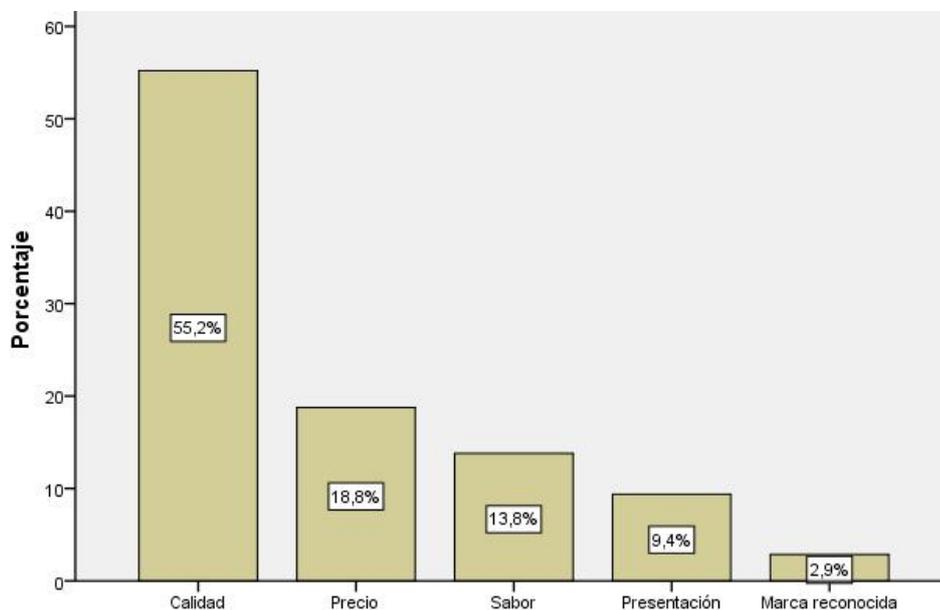


Ilustración 7-4: Variables que se toman en consideración al momento de comprar un Té o infusión

Realizado por: Noriega, J. 2022

Análisis:

En el gráfico se observa que, de las 384 personas encuestadas, el 55,2% analizan la calidad del producto, el 18,75% de personas examinan el precio, de la misma forma el 13,8% considera el sabor, el 9,38% observan la presentación y el 2,9% observa la marca a la que pertenece.

Interpretación:

Tomando en consideración que la variable más importante que las personas observan en un producto es la calidad, es indispensable controlar todos los procesos en la elaboración de los té o infusiones a base de las frutas deshidratadas para que el cliente se sienta satisfecho con el producto.

Pregunta 4 ¿Consume usted mora, fresa, uvilla?

Tabla 16-4: Consumo de mora, fresa y uvilla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Mucho	197	51,3	51,3
	Poco	173	45,1	45,1
	Nada	14	3,6	3,6
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022

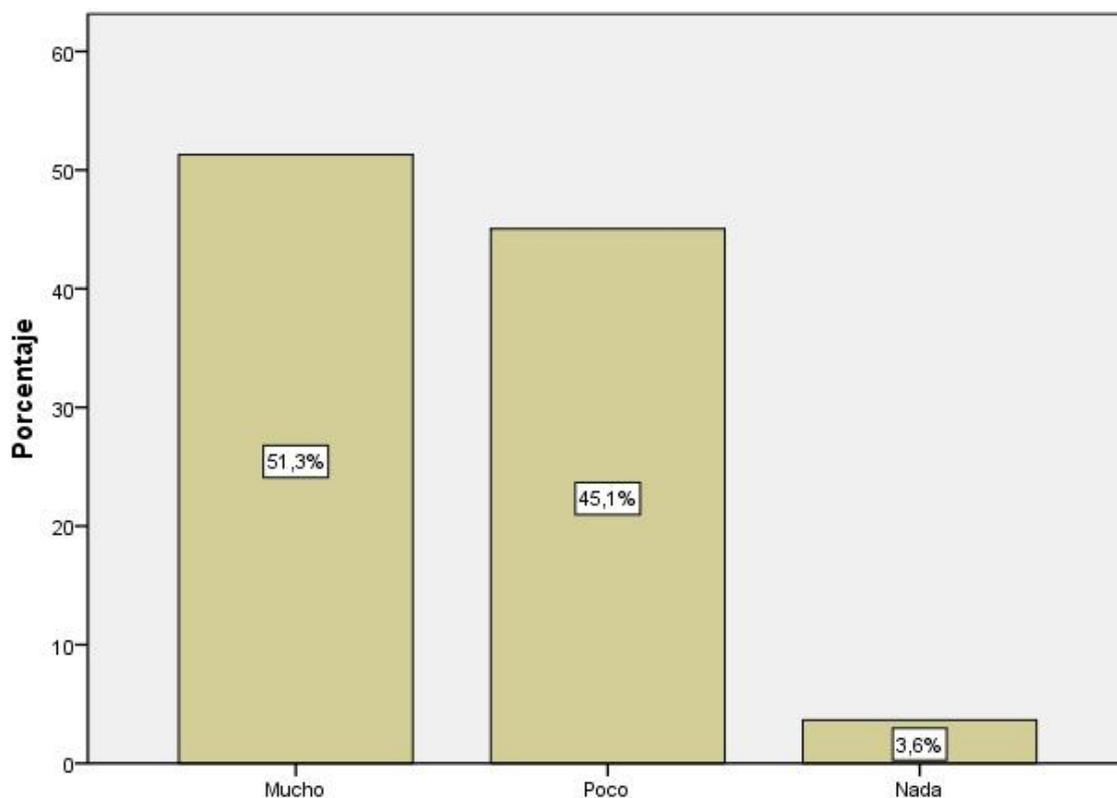


Ilustración 8-4: Consumo de mora, fresa y uvilla

Realizado por: Noriega, J. 2022

Análisis:

Como se determina en el gráfico de un Total del 100% el 51,30% de personas les gusta consumir con mucha frecuencia la mora, fresa y uvilla. De la misma forma el 45,05% de personas consumen poco estos productos y el 3,65% de personas nunca han consumido este tipo de frutas.

Interpretación:

El consumo de las frutas como la mora, fresa y uvilla es con mucha frecuencia dentro de las personas encuestadas por lo tanto es factible producir los té o infusiones que están elaborados a base de estas frutas, es decir que este producto tendrá un buen recibimiento en el mercado.

Pregunta 5 ¿Consumiría usted un té a base de frutas deshidratadas tales como mora, fresa y uvilla?

Tabla 17-4: Preferencia en consumo de té a base de frutas deshidratadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Si	317	82,55	82,55
	No	35	9,115	9,115
	Tal vez	32	8,333	8,333
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022

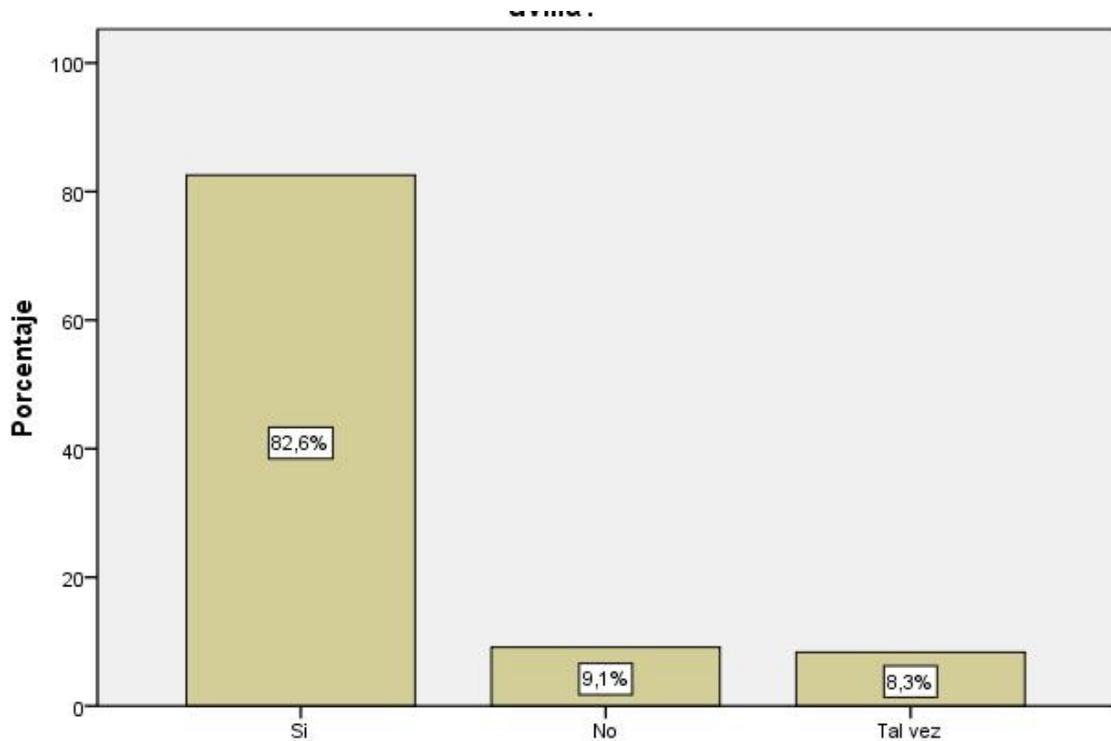


Ilustración 9-4: Preferencia en consumo de té a base de frutas deshidratadas

Realizado por: Noriega, J. 2022

Análisis:

Referente a esta pregunta de las 384 personas encuestadas un 82,55% les gustaría consumir té a base de fruta deshidratada, el 9,12% de las personas encuestadas no les gustaría consumir este tipo de productos y finalmente el 8,33% de personas encuestadas tal vez les gustaría probar té a base de frutas deshidratadas.

Interpretación:

Conociendo que las personas si accederían a consumir té a base de frutas deshidratadas como la mora, fresa, uvilla se afirma que el producto tendrá una aceptabilidad grande en el mercado.

Pregunta 6 ¿Qué marca es la que usted prefiere al momento de realizar su compra de Té o Infusiones?

Tabla 18-4: Preferencia de marca en compra de Te o infusiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Ile	132	34,38	34,38
	Nature's Heart	100	26,04	26,04
	Sangay	76	19,79	19,79
	Hornimans	69	17,97	17,97
	Ninguna de ellas	7	1,823	1,823
	Total		384	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022.

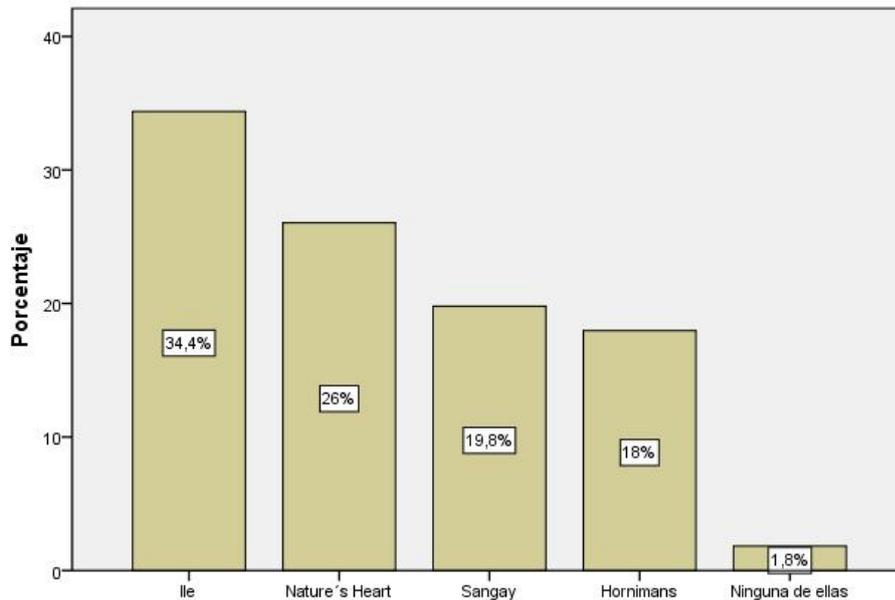


Ilustración 10-4: Preferencia de marca en compra de Te o infusiones

Realizado por: Noriega, J. 2022

Análisis:

Como se observa en el gráfico de las 384 personas encuestadas el 34,38% de personas prefiere comprar la marca Ile, el 26,04% de personas tienen su preferencia en comprar la marca Natures Heart, igualmente el 19,79% de personas prefieren la marca Sangay, a su vez al 17,97% de personas les gusta la marca Hormimans y finalmente al 1,82% de personas no les gusta ninguna de estas marcas de té o infusiones.

Interpretación:

El objetivo de esta pregunta es identificar la competencia que existe en el mercado en la producción de Tés o infusiones a base de fruta deshidratada ya que servirá de referencia para estudiar las estrategias de mercadeo que utilizan las principales empresas que tienen preferencia dentro de los consumidores estas compañías son Ile y Nature's Heart Ecuador.

Pregunta 7 ¿Qué empaque prefiere al momento de comprar Té o Infusiones?

Tabla 19-4: Preferencia de empaque en compra de Te o infusiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Papel Filtro de Nylon	285	74,22	74,22
	Bolsa Stand Up	99	25,78	25,78
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022.

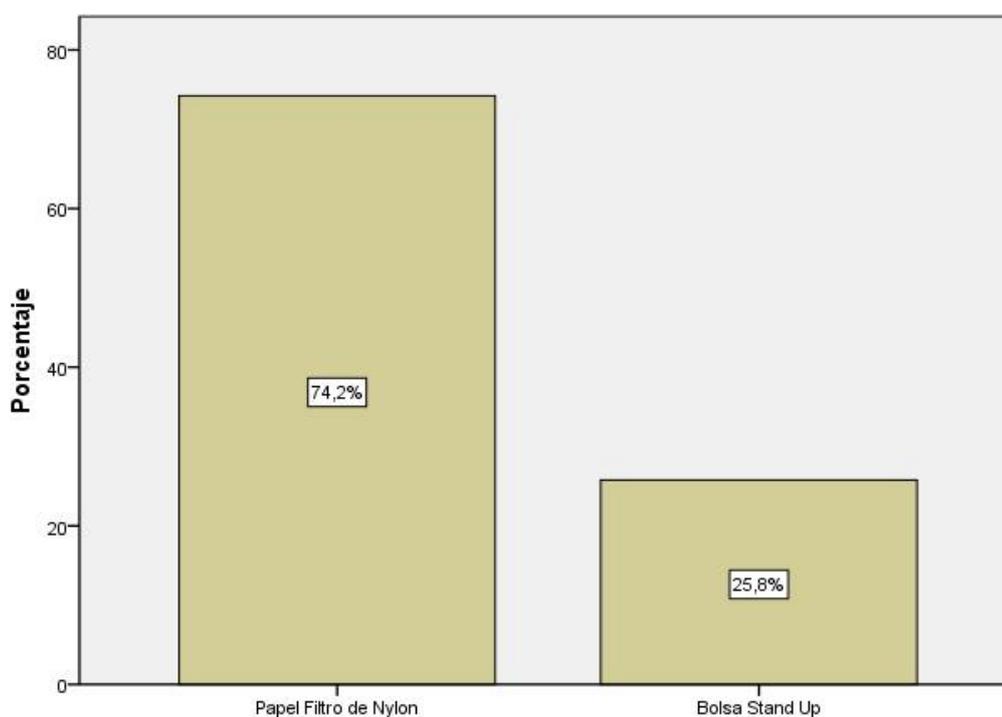


Ilustración 11-4: Preferencia de empaque en compra de Te o infusiones

Realizado por: Noriega, J. 2022

Análisis:

Como se puede apreciar en el gráfico de las 384 personas encuestadas, el 74,22% de clientes le gusta adquirir té o infusiones en empaque de Papel Filtro de Nylon y al 25,78% de personas les gustaría que su producto este empackado en una Bolsa Stand Up.

Interpretación:

Las personas prefieren adquirir el té con frutos deshidratados en empaques cómodos es decir en papel filtro de Nylon ya que brinda la facilidad para elaborar el té dentro de una misma taza, por lo tanto, es importante que el producto que se va a producir tenga este tipo de empaque que logre la satisfacción de los clientes al momento de consumirlo.

Pregunta 8 ¿Cuál es la presentación ideal al momento de comprar el producto?

Tabla 20-4: Presentación para compra de Té o infusiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Caja de 20 sobres	174	45,31	45,31
	Caja de 10 sobres	112	29,17	29,17
	Caja de 25 sobres	98	25,52	25,52
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022.

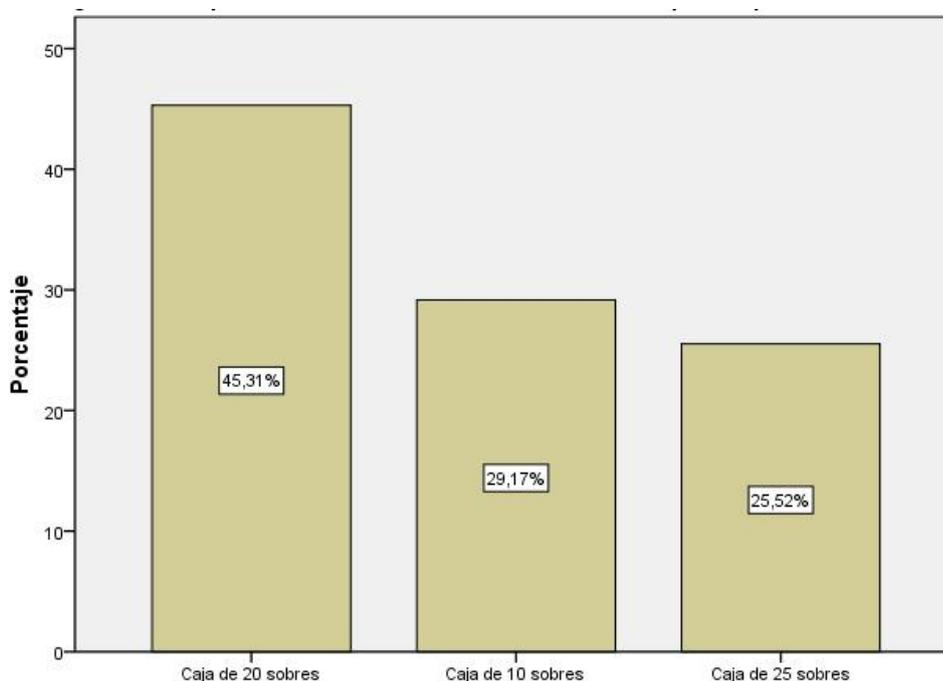


Ilustración 12-4: Presentación para compra de Té o infusiones

Realizado por: Noriega, J. 2022

Análisis:

De las 384 personas encuestadas el 45,31% de clientes le gusta presentaciones de 20 sobres por caja, al 29,17% de personas encuestadas les gusta que la presentación tenga 10 sobres y por último al 25,52% de personas prefieren que la presentación tenga 25 sobres.

Interpretación:

Conociendo la respuesta del mercado se considera que el té a base de frutos deshidratados como la mora, fresa y uvilla tendrá una presentación ideal de una caja de 20 sobres así se logrará que el cliente prefiera comprar el producto.

Pregunta 9 ¿Dónde adquiere el Té o Infusiones?

Tabla 21-4: Lugar donde se adquiere el té o infusión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Cadenas de supermercados	157	40,89	40,89
	Mini mercados	127	33,07	33,07
	Tienda del barrio	92	23,96	23,96
	Feria libre	8	2,083	2,083
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022.

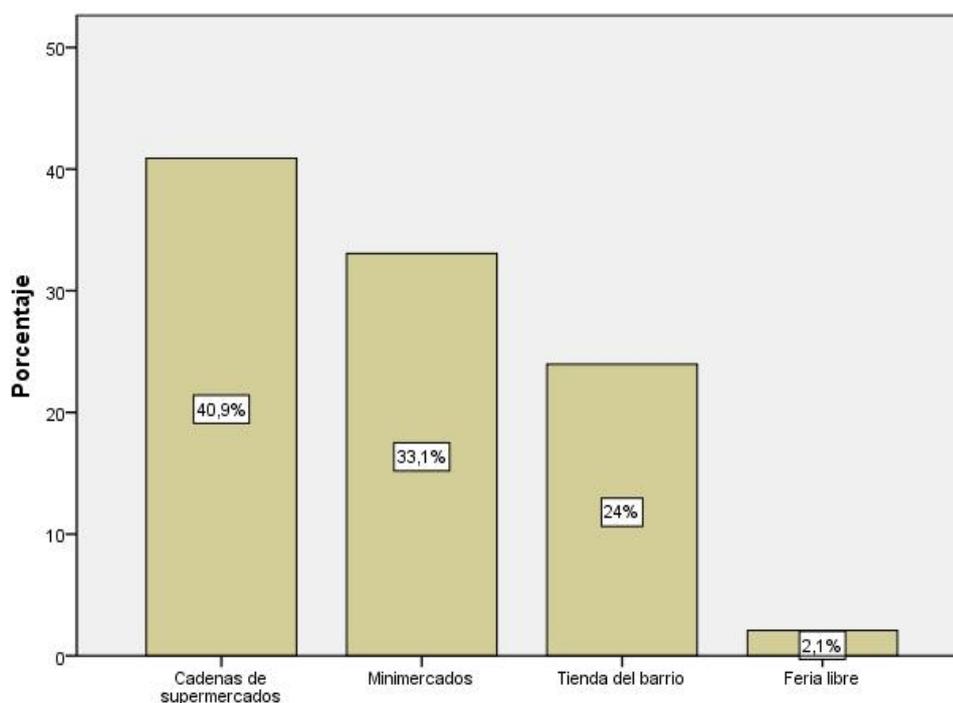


Ilustración 13-4: Presentación para compra de Te o infusiones

Realizado por: Noriega, J. 2022

Análisis:

En los que respecta a la pregunta 9 de las 384 personas encuestadas el 40,89% de estas adquieren té o infusiones en cadenas de supermercados, de la misma forma el 33,07% de personas adquiere el producto en mini mercados mientras que el 23,96% de clientes adquiere los productos en tiendas de barrio y finalmente el 2,08% adquieren por medio de ferias libres.

Interpretación:

Es importante conocer la preferencia de los consumidores para adquirir estos productos, por lo tanto, lo más adecuado es colocar nuestro producto dentro de una cadena de supermercados reconocida en el país, de esta manera se logrará los canales de distribución y venta adecuados para la factibilidad del manejo de la empresa.

Pregunta 10 ¿Por cuál medio le gustaría que se promocione el producto?

Tabla 22-4: Medios digitales para las promociones de productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Facebook	175	45,57	45,57
	Instagram	86	22,4	22,4
	Televisión	59	15,36	15,36
	Tik tok	55	14,32	14,32
	Radio	9	2,344	2,344
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022.

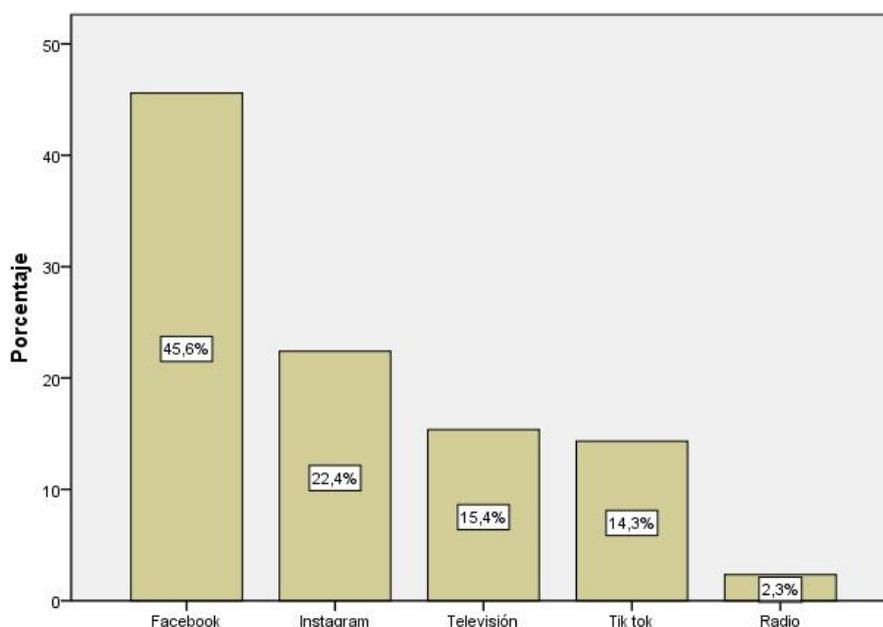


Ilustración 14-4: Presentación para compra de Te o infusiones

Realizado por: Noriega, J. 2022

Análisis:

De acuerdo al gráfico de un Total de 384 personas encuestadas el 45,57% prefiere las promociones en el Facebook, el 22,40% prefiere la red social de Instagram, el 15,36% de personas prefieren la Tv como medio tradicional, el 14,32% de personas les gustaría seguir las promociones por Tik tok y por último el 2,34% de personas prefiere las promociones por la Radio.

Interpretación:

Los medios digitales adecuados para la promoción del té a base de frutas deshidratadas como la mora, uvilla y fresa es el Facebook e Instagram ya que las personas usualmente tienden a la utilización de estas redes sociales con más frecuencia por lo que se logrará que la publicidad tenga un gran alcance.

Pregunta 12 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el Té o Infusiones de acuerdo a la cantidad?

Tabla 23-4: Pago por el Té o Infusiones de acuerdo a la cantidad ofrecida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Caja de 20 sobres (\$ 2,50)	174	45,3	45,3
	Caja de 10 sobres (\$ 1,99)	132	34,4	34,4
	Caja de 25 sobres (\$ 3,50)	78	20,3	20,3
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Noriega, J. 2022.

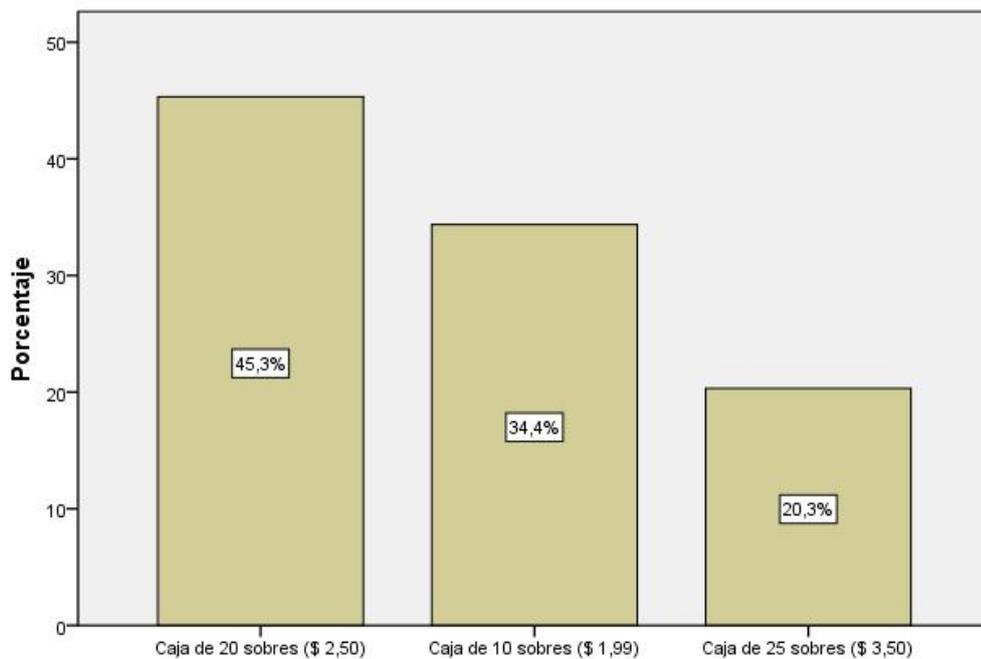


Ilustración 15-4: Pago por el Té o Infusiones de acuerdo a la cantidad ofrecida

Análisis:

Como se observa de las 384 personas encuestadas al 45,31% les gustaría pagar un precio de \$2,50 por una caja de 20 sobres, al 34,38% de personas les gustaría pagar \$1,99 por una caja de 10 sobres y finalmente al 20,31% de personas les gustaría adquirir una caja de 25 sobres por \$3,50.

Interpretación:

Tomando en consideración la elección de los encuestados la caja de té a base de frutas deshidratadas de 20 sobres tendrá un valor de \$2.50 y la caja de 10 sobres tendrá un precio de \$1.99 con dichos precios y cantidades se conseguirá la satisfacción del cliente.

4.4. Análisis de la demanda

4.4.1. Demanda histórica

El comportamiento de la demanda histórica se obtuvo a través de datos históricos del consumo de té a través del tiempo en el país, es decir desde el año 2017 a través de páginas oficiales como el Ministerio de Agricultura, datos estadísticos brindados por el Banco Central del Ecuador, artículos científicos y periódicos electrónicos. Dentro de los cuales se encontraron que existía un crecimiento del 4% en el consumo de tés a nivel nacional para cada año. La siguiente tabla muestra la reseña historia donde la adquisición de cajas de té tiene un crecimiento evidente.

Tabla 24-4: Demanda histórica diaria

Año	Cajas de Té
2017	6.410
2018	6.667
2019	6.933
2020	7.211
2021	7.499

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022.

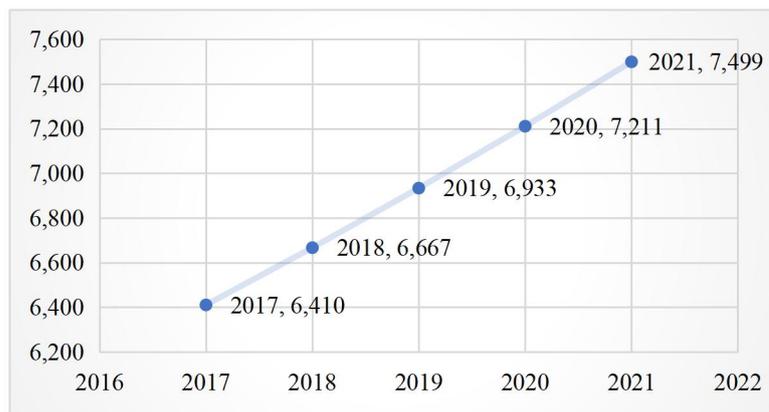


Ilustración 16-4: Demanda histórica diaria

Realizado por: Noriega, J. 2022

La demanda histórica anual se determinó al multiplicar la cantidad de cajas de té diarios por los 365 días del año, las cantidades resultantes se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 25-4: Demanda histórica anual

Año	Cajas de Té
2017	2.339.717
2018	2.433.306
2019	2.530.638
2020	2.631.864
2021	2.737.138

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022.

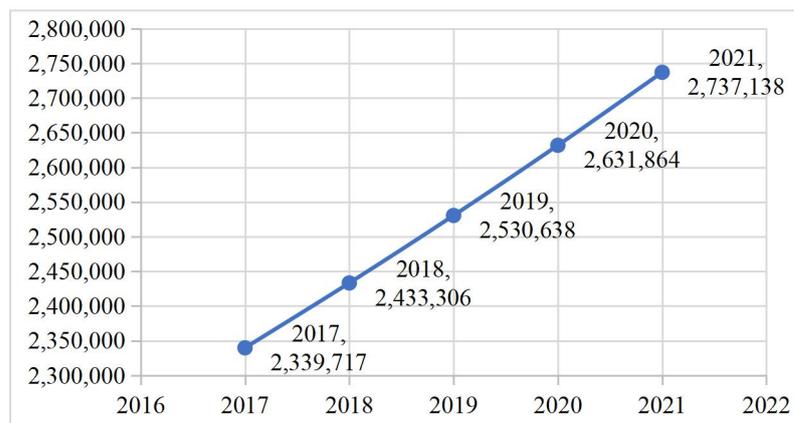


Ilustración 17-4: Demanda histórica anual

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.4.2. Demanda proyectada

Una vez conocidas las cifras de la demanda pasada, fue posible establecer una proyección de las cajas de té para proveer el escenario que se podría presentar en los próximos períodos, procurando obtener un pronóstico lo más acertado posible a la realidad, para lo cual se aplicó el método de extrapolación con tendencia lineal, esto permitirá un adecuado análisis de resultados y la toma de decisiones acertadas además se tomó en consideración que existe un 4% en el aumento del consumo por cada año.

Tabla 26-4: Demanda proyectada diaria

Año	Cajas De Té
2022	7.799
2023	8.111
2024	8.435
2025	8.773
2026	9.124

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022.

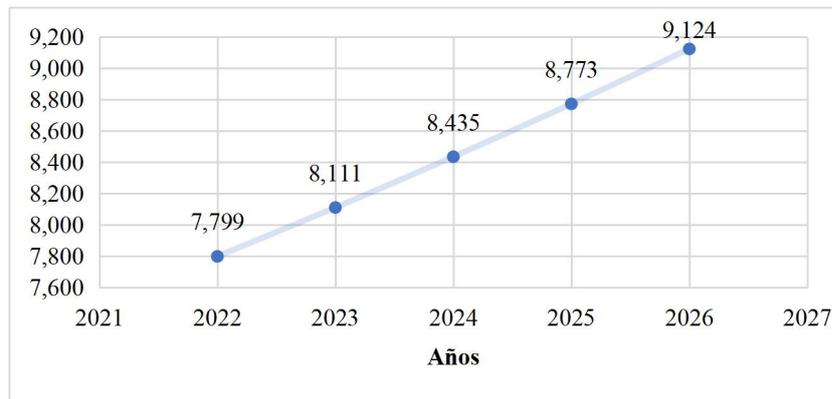


Ilustración 18-4: Demanda proyectada

Realizado por: Noriega, J. 2022

Mediante el gráfico de dispersión se observa la proyección de la demanda, siendo notable el aumento de la adquisición de tés a base de fruta deshidratada en cada año por parte de la población a nivel nacional. El pronóstico se efectuó para 5 años posteriores, mostrando así, para el primer año una demanda 7799 cajas de té y para el año 2026 una demanda de 9124 cajas de té de fruta deshidratada.

Tabla 27-4: Demanda proyectada anual

Año	Cajas de té
2022	2.832.552
2023	2.934.598
2024	3.035.940

2025	3.136.102
2026	3.235.661

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022.

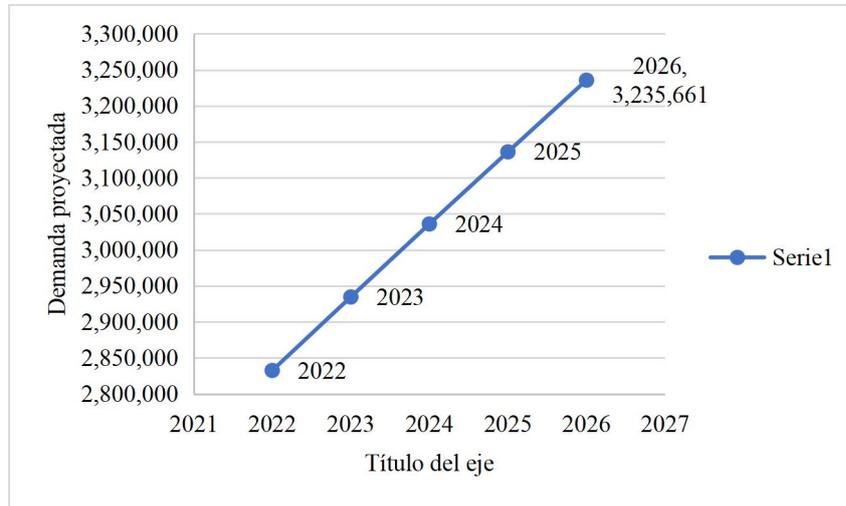


Ilustración 19-4: Demanda proyectada anual

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.5. Análisis de la oferta

4.5.1. Oferta histórica

El comportamiento histórico de la oferta se obtuvo a través de la producción que ha existido de té a base de frutas deshidratadas en empresas reconocidas del país. Tomando como dato importante que de 2.000.000 toneladas de este producto el 10% es ofertado para el consumo nacional, dato brindado por el Expreso en su artículo de periódico titulado “La industria de té calienta el terreno y se toma la oferta”. En la siguiente tabla se detalla la oferta histórica desde el año 2017 al año 2021.

Tabla 28-4: Oferta histórica diaria

Año	Caja de té de fruta deshidratada
2017	643,49
2018	669,87
2019	697,34
2020	725,93
2021	755,69

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022.



Ilustración 20-4: Oferta histórica diaria

Realizado por: Noriega, J. 2022

La oferta histórica anual se determinó a partir de la multiplicación de las cajas de té a base de fruta deshidratada que producen diariamente por los 365 días del año las cantidades resultantes se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 29-4: Oferta histórica anual

Año	Cajas de té de fruta deshidratada
2017	234.873
2018	244.503
2019	254.527
2020	264.963
2021	275.826

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022.

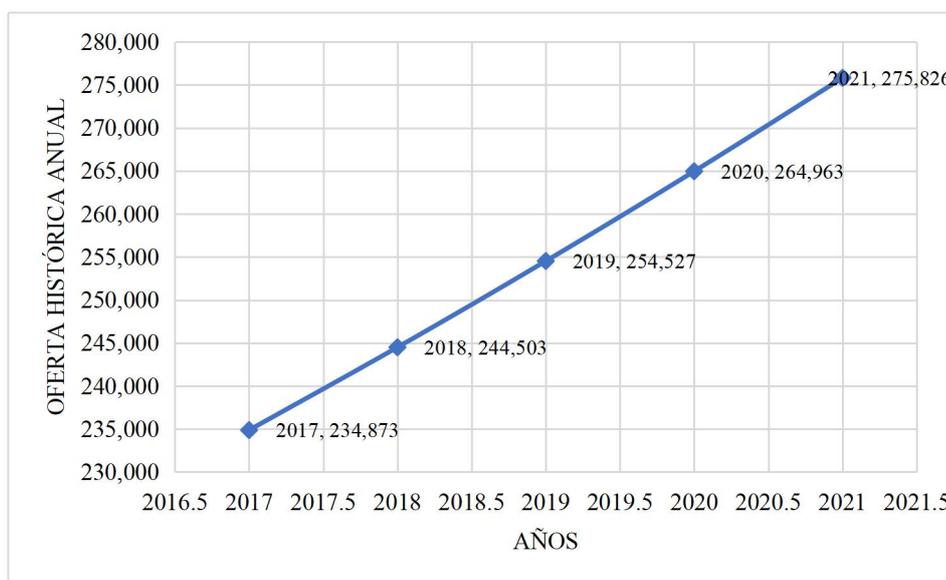


Ilustración 21-4: Oferta histórica anual

4.5.2. *Oferta proyectada*

La proyección de la oferta permitió estimar la oferta futura y con ello las cajas de té de fruta deshidratada que puede ofrecer la empresa en los próximos 5 años. Para realizar el cálculo se aplicó el método de extrapolación de tendencia histórica. El pronóstico creciente de la oferta diaria y anual se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 30-4: Oferta proyectada

Año	Caja de tés de fruta deshidratada
2022	786,67
2023	818,93
2024	852,50
2025	887,45
2026	923,84

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022.

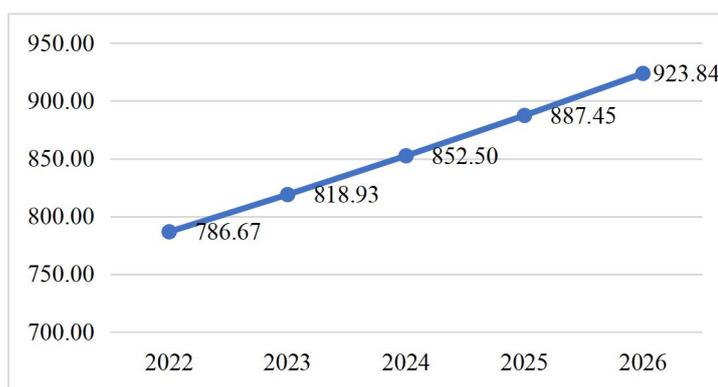


Ilustración 22-4: Oferta proyectada

Realizado por: Noriega, J. 2022.

Por medio del gráfico de dispersión se observa la proyección de la oferta, siendo notable el aumento de producción té de frutas deshidratadas en cada año. El pronóstico se efectuó para 5 años siguientes, mostrando así, para el primer año una oferta de 786.87 cajas de té de frutas deshidratadas y para el quinto año 923.84 cajas de té de fruta deshidratada.

Tabla 31-4: Oferta proyectada anual

Año	Cajas de tés de fruta deshidratada
2022	285.649
2023	296.171
2024	306.619
2025	316.943

2026	327.202
------	---------

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022.

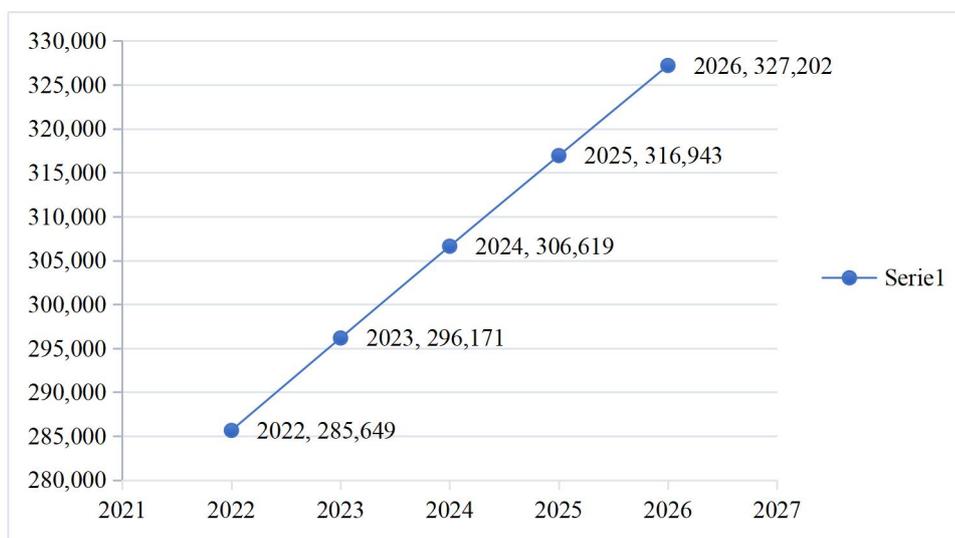


Ilustración 23-4: Oferta proyectada anual

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.6. Demanda insatisfecha

La demanda potencial del producto se calculó mediante la diferencia entre las proyecciones de la demanda y oferta de cajas de té de fruta deshidratada producida al año. Esto permite conocer la cantidad probable del producto que el mercado desee adquirir en años futuros. Siendo la demanda mayor que la oferta crea un escenario favorable para la empresa de té a base de fruta deshidratada, permitiendo cubrir al menos una parte del Total de la demanda insatisfecha existente en las empresas de deshidratados.

Tabla 32-4: Demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2022	2.832.552	285.649	2.546.904
2023	2.934.598	296.171	2.638.427
2024	3.035.940	306.619	2.729.321
2025	3.136.102	316.943	2.819.160
2026	3.235.661	327.202	2.908.459

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022.

4.7. Mercado objetivo

Este dato se obtuvo conforme a la producción de fruta fresca como la uvilla, fresa y mora en las

distintas provincias que forman la zona 3 del país Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua y Pastaza, para aquello se tomó los datos obtenidos del Ministerio de agricultura, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos además del rendimiento que se obtiene de la fruta fresca a su vez tomando en cuenta para el cálculo de la demanda insatisfecha para el año 2022, para conocer porcentualmente el mercado meta al cual se podrá abastecer.

Tabla 33-4: Producción de fruta fresca

Limite Infer	Limite Super	M.C	Productores	Valor Total de fruta fresca producida	Rendimiento	Sub. T kilos
2	8	5	10,00	50,00	19,46% (uvilla)	10
6	10	8	9,00	72,00	11,33% (Fresa)	8
6	9	7,5	11,00	82,50	12,83%(Mora)	11
Total Kilos al día						28
Total kilos al año						10.392
Total gramos al año						10392407,75
Total cajas al año						103924,0775

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022.

A continuación, se detalla la manera que se realizó el cálculo del porcentaje del mercado objetivo al cual abastecerá la empresa de té de fruta deshidratada. Para esto se realizó una regla de tres con las cajas de té de la demanda insatisfecha del 2022 y la producción de fruta fresca del mismo año.

Tabla 34-4: Mercado Objetivo

Regla de tres			
Demanda Insatisfecha 2022	2.546.904	100	%
Producción de té a base a la maquinaria 2022	103.924	4,08	%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022.

La siguiente tabla demuestra cómo la empresa de té a base de fruta deshidratada busca cubrir un 4.08% aproximadamente de la demanda insatisfecha de los siguientes 5 años proyectados.

Tabla 35-4: Mercado objetivo proyectado a 5 años

Años	D. Insatisfecha	M. Objetivo
2022	2.546.904	103.924
2023	2.638.427	108.165
2024	2.729.321	112.578
2025	2.819.160	117.172
2026	2.908.459	121.953

Fuente: Investigación de campo

4.8. Marketing mix

4.8.1. Producto

El producto que será ofertado por la empresa tendrá las siguientes características:

- Caja de té de fruta deshidratada uvilla, fresa, mora
- Cada caja tendrá un contenido de 20 sobres o bolsas selladas de papel filtro de nylon en los cuales se tendrá el contenido de fruta deshidratada uvilla, fresa y mora.
- La caja tendrá los colores corporativos es decir el amarillo y rojo que distinga las frutas que va a contener.
- Cada una de las cajas de 20 sobres tendrá un precio de venta al público de \$2.48.

4.8.2. Precio

Según la investigación de mercado se determina que las personas están dispuestas a pagar por una caja de 20 sobres la cantidad de \$2,50, al mismo tiempo por medio del análisis de factibilidad se determina que con una utilidad del 44% el precio de venta al público será de \$2.48 centavos, notando que no existe una diferencia significativa entre los dos precios establecidos, es decir que si es factible que el producto que consta de un té de frutas deshidratadas tenga un P.V.P de \$2.48.

4.8.3. Plaza

De acuerdo a la investigación de mercados los medios por los cuales el comprador tendrá acceso al producto por medio de las perchas ubicadas en las cadenas de supermercados y tiendas del barrio logrando abarcar la mayor parte del mercado a nivel nacional.

- Corporación Favorita C.A
- Corporación El Rosado S.A
- Tiendas industriales asociadas S.A (Tía S.A)
- Mega Santa María S.A

4.8.4. Promoción

Las redes sociales forman parte de una gran oportunidad para publicitar el producto de manera orgánica o pagada para lo cual se ha identificado que mediante la encuesta las personas

usualmente utilizan la red social Facebook e Instagram por lo tanto se puede diseñar infografías, posters informativos que promocionen el té realizado a base de frutas deshidratadas. Dentro de las estrategias que se pueden utilizar para ambas redes sociales está el uso de audios en tendencias en donde se logre evidenciar la elaboración del producto hasta su entrega al consumidor, además de contenido de valor mediante fechas claves y horarios en los cuales el algoritmo de las redes sociales funciona de mejor manera.



Ilustración 24-4: Infografía modelo de la empresa JEDUTÉ S.A

Realizado por: Noriega, J. 2022



Ilustración 25-4: Infografía modelo de la empresa JEDUTÉ S.A

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.9. Estudio técnico y organizacional

En este apartado se detalla en donde va a estar localizado el proyecto, las personas que van a ser necesarias para puesta en su marcha, es decir todo lo que se requiere para poner en función la empresa, por lo tanto, se enlistará los recursos tanto materiales y humanos además de la determinación en cuanto a la ubicación y el tamaño adecuado que la planta debe de tener para empezar las actividades económicas como una empresa legalmente constituida dentro del país.

4.9.1. Tamaño del proyecto

Es indispensable conocer el tamaño idóneo de la planta en donde se almacenará toda la materia prima que se pueda receptor en el día por lo que este aspecto estará calculado mediante la capacidad de producción que tiene la empresa en un día. Para esto la planta hará adquisición de toda la maquinaria necesaria para el procesamiento de la fruta deshidratadas es decir desde su producción hasta el almacenamiento dentro de las instalaciones. El Total de acopio por día sería de 28 kilos diarios.

4.9.1.1. Capacidad de producción

4.9.1.1.1. Capacidad diseñada

La capacidad diseñada se refiere el volumen de producción que puede llegar a tener la máquina deshidratadora al momento de ser fabricada, es decir que 80 a 100 kilos correspondientes a una maquina industrial.

4.9.1.1.2. Capacidad instalada

La capacidad diseñada para la planta procesadora de té o infusiones a base de frutas deshidratadas fresa, mora y uvilla contará con cuartos de almacenamiento controlados a una temperatura y humedad relativa para cada tipo de fruta, evitando la pérdida de las materias primas y la curva de maduración excesiva. Exactamente estas tres cámaras tienen la capacidad de 300 kilos por cada fruta resultando un Total de 900 kilos además de la capacidad que se tiene para la producción del té por medio de la maquinaria para el deshidratado, molido y almacenamiento hasta ser distribuido en el mercado.

4.9.1.1.3. Capacidad utilizada

La capacidad utilizada varía de acuerdo al mercado según la demanda y la oferta de té a base de frutas deshidratadas por lo que será en base a la cantidad de materia prima (fruta fresca) que los

productores de la Zona 3 puedan entregar de manera diaria y el mercado objetivo a cubrir mediante el cálculo del estudio de mercado, siendo de 103.924 unidades para el primero año (2022) y con un precio unitario de \$2.48 obteniendo un Total de \$257.731,71.

4.9.2. Disponibilidad de recursos financieros

Para establecer los recursos se consideró que es importante el apoyo de entidades financieras como el BanEcuador que brinda préstamos al sector productivo, ofreciendo un interés del 9.76%, luego del análisis del cálculo en el capítulo del estudio financieros se determinó que el proyecto necesita una inversión de \$91.973,03 el cual el 85% va a ser financiado por la entidad bancaria (\$78177.08) y de acuerdo a la disponibilidad de recursos de una sociedad se desea cubrir el 15% (\$13.795,95).

4.9.3. Localización de la planta

La localización de la planta para té a base de frutas deshidratadas se la elegirá por medio de una ponderación correspondiente a cada una de las provincias tentativas, tomando en consideración que la frutas son producidas en la zona 3 del país conformada por las provincias de Cotopaxi, Chimborazo, Pastaza, Tungurahua siendo estas ciudades elegidas para la ponderación: Riobamba, Ambato, Latacunga, lugares aptos para el funcionamiento de la planta.

4.9.3.1. Ponderación

En base a la ponderación de factores relevantes como vías de acceso, proveedores, clientes, servicios básicos, mano de obra y espacio físico se elaboró un cuadro en donde se puede observar que el lugar adecuado para la puesta en marcha de la planta de té a base de fruta deshidratada es la ciudad de Riobamba por contar con vías de acceso en buen estado, gracias a la existencia de un mercado mayorista se puede encontrar a los proveedores de la materia prima con facilidad al mismo tiempo que al ser una ciudad grande se tiene la capacidad para llegar a los clientes y por estar en el centro del país se puede distribuir el producto a nivel nacional, obteniendo una calificación Total de 4,52.

Tabla 36-4: Ponderación para la ubicación de la empresa

		RIOBAMBA		AMBATO		LATACUNGA	
Factor relevante	Peso asignado	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Califica.	Califica. Pondera.
Vías de	0,18	5	0,9	4	0,72	3	0,54

acceso							
Proveedores	0,23	5	1,15	5	1,15	3	0,69
Clientes	0,2	4	0,8	3	0,6	2	0,4
Servicios básicos	0,18	4	0,72	3	0,54	2	0,36
Mano de obra	0,11	5	0,55	4	0,44	3	0,33
Espacio físico	0,1	4	0,4	3	0,3	4	0,4
Total	1		4,52		3,75		2,72

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Para indicar la importancia relativa de los factores se ha establecido una escala de 1 a 5 donde 1 es insuficiente, 2 malo, 3 bueno, 4 muy bueno y 5 excelente para calificar cada uno de los factores dados para la ubicación de la planta de procesamiento para té a base de fruta deshidratada.

4.9.3.2. Macro localización

Este apartado consiste en ubicar de manera general el lugar geográfico donde se ubicará la planta de procesamiento siendo así la ciudad de Riobamba el cantón adecuado para realizar las actividades productivas.

Riobamba se encuentra en la provincia de Chimborazo, limitada por:

- Norte: Cantones de Guano y Penipe
- Sur: Cantones de Colta y Guamote
- Este: Cantón Chambo
- Oeste: Provincia de Bolívar



Ilustración 26-4: Mapa del cantón Riobamba

Fuente: (Plan estratégico de desarrollo cantonal, 2020, p. 19)

4.9.3.3. Micro localización

La empresa estará localizada en la salida a San Luis, un sector estratégico para las actividades comerciales, debido a que se cuenta con los servicios básicos necesarios para la producción de la fruta deshidratada, además que cuenta con vías de acceso adecuadas para la llegada de productos de las distintas provincias.



Ilustración 27-4: Micro localización de la empresa de té de frutas deshidratadas

Fuente: Google maps

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.10. Ingeniería del proyecto

4.10.1. Descripción técnica del proceso productivo

4.10.1.1. Recepción de la materia prima

Como primer paso se realiza la recepción de la materia prima en donde llegan los vehículos con las frutas en este caso; uvilla, fresa, y mora por caja, en esta etapa se verifica que la fruta no está maltratada y que sea uniforme aproximadamente este proceso dura un lapso de 1 hora.

4.10.1.2. Control de calidad

En esta etapa se verifica que las frutas no tengan daños físicos, químicos o microbiológicos observando si no se encuentran aporreadas o con algún daño mecánico que puede ocasionar la proliferación de microorganismos patógenos y la descomposición de la materia prima, este proceso dura 15 minutos, si la fruta se encuentra en mal estado se rechaza al no cumplir con todos los parámetros establecidos para su procesamiento.

4.10.1.3. Lavado

En esta etapa se procede a sumergir a las frutas en una solución de cloro o hipoclorito de sodio al 60ppm por 15 minutos aproximadamente para quitar o eliminar algún tipo de microorganismos para su posterior procesado.

4.10.1.4. Troceado

En esta etapa se debe de controlar el grosor al que se van a cortar las frutas ya que este factor afecta directamente al proceso de deshidratado, este debe de ser el primer punto de crítico, para tener una referencia que por lo general el corte en futas como uvilla, fresa y mora es de 5mm.

4.10.1.5. Alimentación

Se esparce las materias primas ya picadas en todas las bandejas de acero inoxidable procurando que no se sobrepongan para evitar que estas se peguen y no se puedan secar uniformemente, estas tienen una longitud de 45cm*60cm y una capacidad máxima de 100kg por parada, este proceso tiene un tiempo de duración de 30 minutos.

4.10.1.6. *Deshidratación*

Para este proceso se establecen los parámetros para el secado de la uvilla, fresa y mora, donde se determina que para la uvilla se necesita una temperatura de 55°C por 11h, de la misma forma la fresa necesita 50°C por 8-9h y por último la mora que debe secar a una temperatura de 60°C por 16-20h. Estos valores son muy importantes ya que permiten extraer la mayor cantidad de agua de las frutas sin dañar su estructura y todos sus componentes nutricionales.

4.10.1.7. *Pulverizado*

Se aplica un molido a las frutas con un molino de torsión, a 1000rpm para que produzca una textura uniforme, evitando la salida de partículas grandes.

4.10.1.8. *Pesado*

Se procede a pesar todas las materias primas resultantes del anterior proceso para empezar armar las bolsas para el té e infusiones que se pueden ofrecer en las presentaciones por caja con un tiempo estado de 10 segundos por bolsa.

4.10.1.9. *Empacado*

Se utiliza una máquina empacadora la cual tiene a capacidad de empaque de 120 bolsas por minutos de trabajo, por medio de esta acción se logra evitar la pérdida del proceso y se establece uniformidad en el empaque para que brinde una mejor presentación.

4.10.1.10. *Sellado*

Se realiza el sellado donde se emban las cajas de los té de frutas deshidratadas con bolsas de polifan que se acoplan al envase por acción de vapor caliente.

4.10.1.11. *Etiquetado*

Se procede a etiquetar los empaques con datos determinados como la fecha de producción o elaboración, lote, códigos de barras, fecha de vencimiento y datos explícitos de las empresas para verificación por el ente rector en alimentos procesados.

4.10.1.12. Almacenado

Se procede a almacenar los productos en la zona de almacenamiento a una temperatura ambiente donde se controla la humedad relativa para asegurar los productos.

4.10.1.13. Comercializado

En esta etapa se analizan todos los parámetros para llevar a la comercialización de los productos en todas las líneas de mercado con un precio de venta establecido para obtener una retribución económica que permita que la empresa pueda tener ganancias y le admita llevar la nómina mensual para ser económicamente eficiente.

4.10.2.

4.10.3. Balances

A continuación, se muestra el balance de masa con operaciones comunes, tal como se procede en planta, al elaborar un balance de masa podemos evidenciar mediante los flujos los residuos y productos que se obtienen en la cadena productiva del té de frutas deshidratadas mora fresa y uvilla comprobando así la igualdad entre las entradas y salidas.

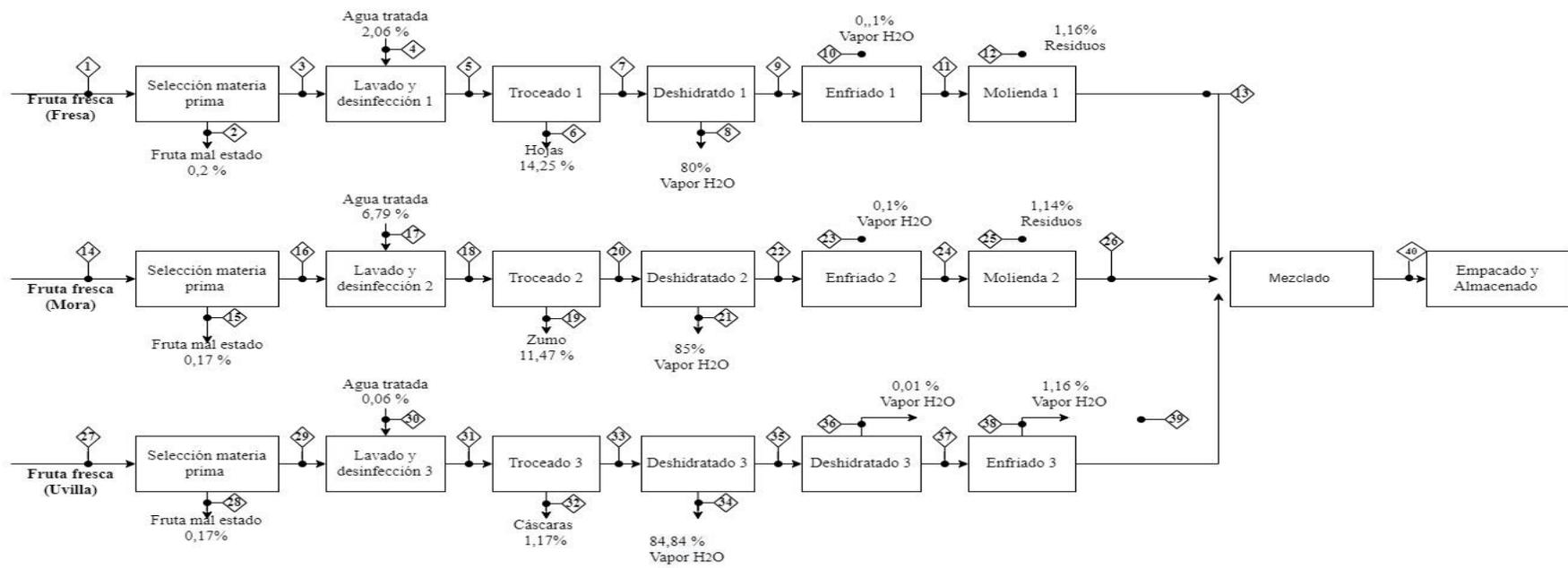


Ilustración 28-4: Balance de Masas

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.10.3.1. Ecuaciones del balance de masa

Tabla 37-4: Ecuaciones balance de masa

Recepción Materia Prima	Selección de la materia prima	Lavado y desinfección	Troceado	Deshidratado	Enfriado	Molienda
FRESA 1632,49 g	$F1=f3+f2$ $F3=1632,49 -$ $(1632,49*0,21$ $\%)$ $f3= 1629,10$	$F3=f4+f5$ $F5= 1629,10-$ $(1629,10*2,06$ $\%)$ $F5= 1662,66$	$F5=f6+f7$ $F7= 1662,66-$ $(1662,66*14,2$ $5\%)$ $F7= 1425,73$	$F7= f9+f8$ $F9=1425,73-$ $(1425,73*80\%)$ $F9= 285,15$	$F9=f10+f11$ $F11=285,15-$ $(285,15*0,01$ $\%)$ $F11=285,13$	$F11=f12+f13$ $F13= 285,13-$ $(285,13*1,16$ $\%)$ $F13=281,81$
MORA 1741,32 g	$F14=f15+f16$ $F16=1741,32-$ $(1741,32*0,17$ $\%)$ $F16=1738,32$	$F16=f17+f18$ $F18=1738,32-$ $(1738,32*6,79$ $\%)$ $F18= 1620,29$	$F18=f20+f19$ $F20= 1620,29-$ $(1620,29*11,4$ $7\%)$ $F20= 1434,44$	$F20=f21+f22$ $F22=1434,44-$ $(1434,44*85\%)$ $F22=215,17$	$F22=f23+f24$ $F24= 215,17-$ $(215,17*0,01$ $\%)$ $F24= 215,14$	$F24=f25+f26$ $F26=215,14-$ $(215,14*1,14$ $\%)$ $F26=212,67$
UVILL A 1209,25 g	$F27=f28+f29$ $F29= 209,25-$ $(1209,25*0,17$ $\%)$ $F29= 1207,15$	$F29=f30+f31$ $F31=1207,15-$ $(1207,15*0,06$ $\%)$ $F31= 1206,47$	$F31=f32+f33$ $F33= 1206,47-$ $(1206,47*1,17$ $\%)$ $F33=1192,38$	$F33=f34+f35$ $F35=1192,38-$ $+(1192,38*84,8$ $4\%)$ $F35= 180,82$	$F35=f36+f37$ $F37= 180,82-$ $(180,82*0,01$ $\%)$ $F37= 180,80$	$F37=f38+f39$ $F39= 180,80-$ $(180,80*1,16$ $\%)$ $F39= 178,70$

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

MEZCLA $F40=F13+F26+F39$

$F40=281,81+212,67+178,70$

TOTAL TÉ $F40= 673,19$ Kg

Tabla 38-4: Resumen balance de masa

	Unidades físicas		Fresa		Mora		Uvilla		Producción Té	
	Presión	Temperatura	Entradas	Salidas	Entradas	Salidas	Entradas	Salidas	Total entrada	Total salidas
1	1 atm	19 °C	1632,49						1632,49	
2	1 atm	19 °C		3,38						3,38
3	1 atm	19 °C								
4	1 atm	19 °C		-33,56						-33,56
5	1 atm	19 °C								
6	1 atm	19 °C		236,93						236,93
7	1 atm	19 °C								
8	6 atm	65°C		1140,59						1140,59
9	1 atm	19 °C								
10	1 atm	19 °C		0,02						0,02
11	1 atm	19 °C								
12	1 atm	19 °C		3,31						3,31
13	1 atm	19 °C		281,81						
14	1 atm	19 °C			1741,32				1741,32	
15	1 atm	19 °C				3				3
16	1 atm	19 °C								
17	1 atm	19 °C				118,03				118,03
18	1 atm	19 °C								
19	1 atm	19 °C				185,85				185,85
20	1 atm	19 °C								
21	6 atm	65°C				1219,27				1219,27
22	1 atm	19 °C								
23	1 atm	19 °C				0,03				0,03
24	1 atm	19 °C								
25	1 atm	19 °C				2,46				2,46
26	1 atm	19 °C				212,67				
27	1 atm	19 °C					1209,25		1209,25	
28	1 atm	19 °C						2,1		2,1
29	1 atm	19 °C								
30	1 atm	19 °C						0,68		0,68
31	1 atm	19 °C								
32	1 atm	19 °C						14,08		14,08
33	1 atm	19 °C								
34	6 atm	65°C						1011,56		1011,56
35	1 atm	19 °C								
36	1 atm	19 °C						0,02		0,02
37	1 atm	19 °C								
38	1 atm	19 °C						2,1		2,1
39	1 atm	19 °C						178,7		
40	1 atm	19 °C								673,19
			1.632,49	1.632,49	1.741,32	1.741,32	1.209,25	1.209,25	4.583,06	4.583,06

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.10.4. Diagramas

4.10.4.1. Flujograma de procesos

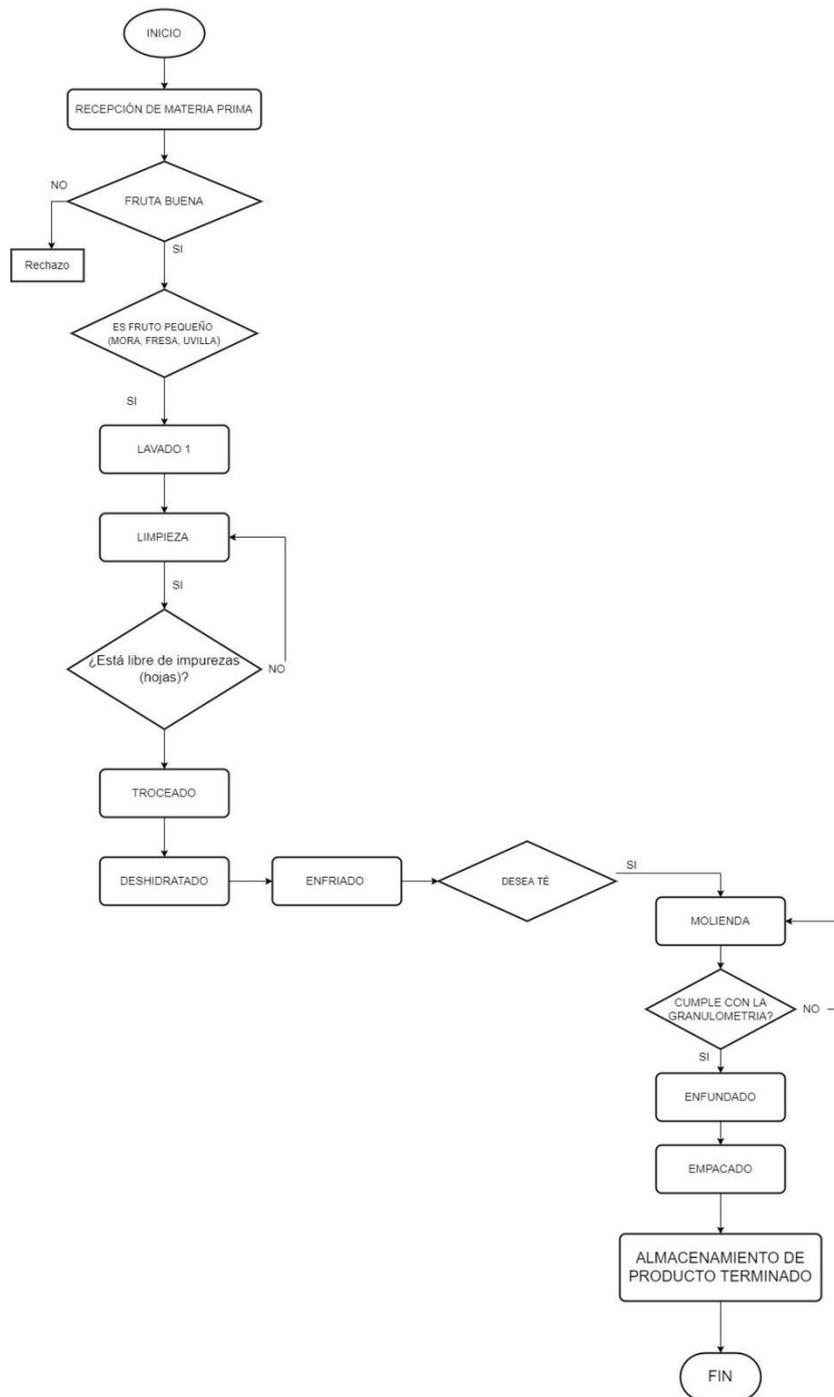


Ilustración 29-4: Flujo grama de procesos

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.10.4.2. Diagrama de procesos PFD

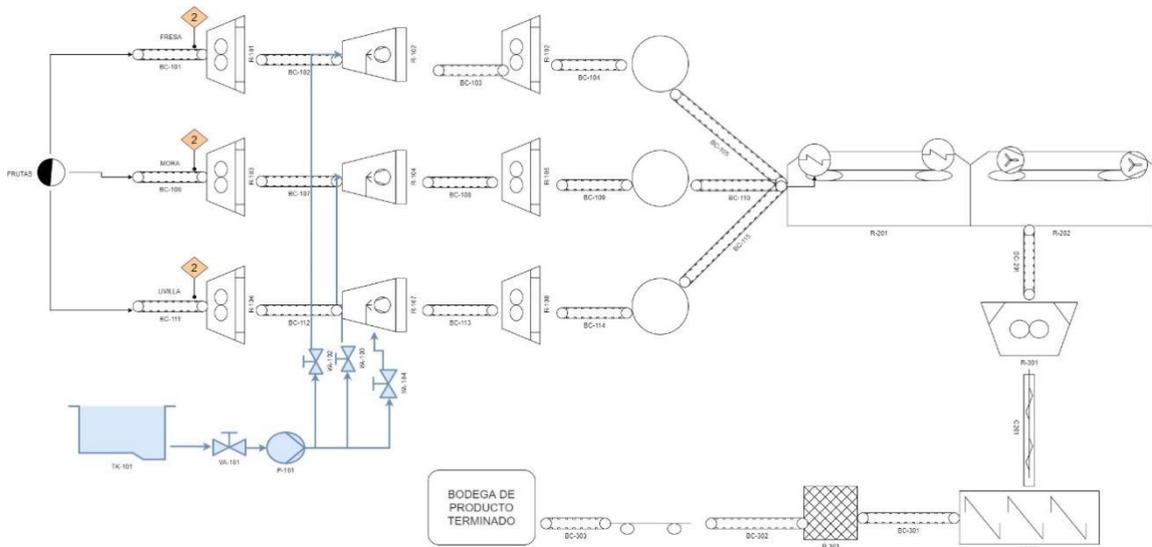


Ilustración 30-4: Diagrama de procesos PFD

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.10.4.3. Diagrama de balance de masas

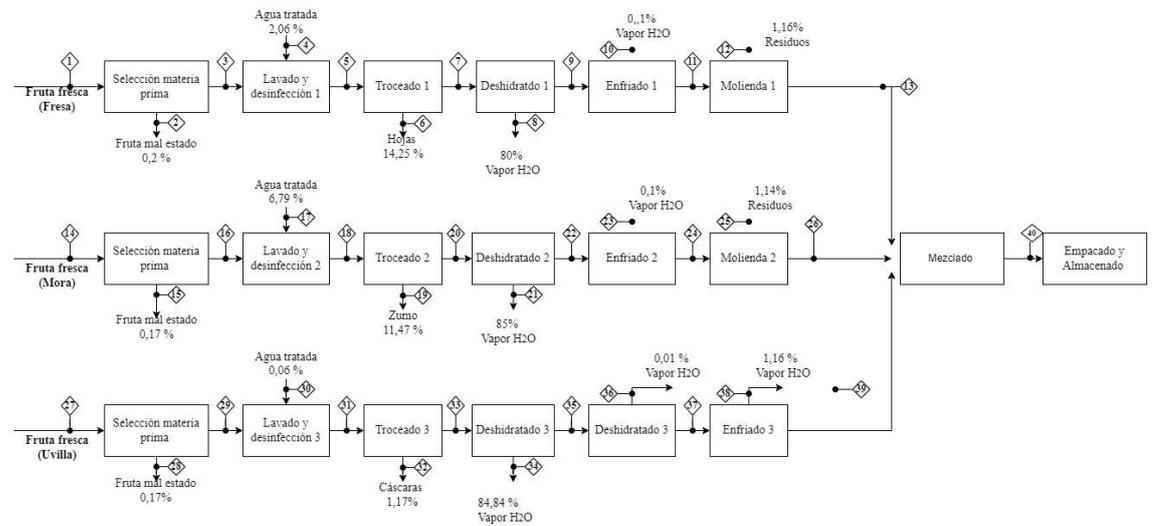


Ilustración 31-4: Diagrama de balance de masas

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.10.4.4. Diagrama de operaciones

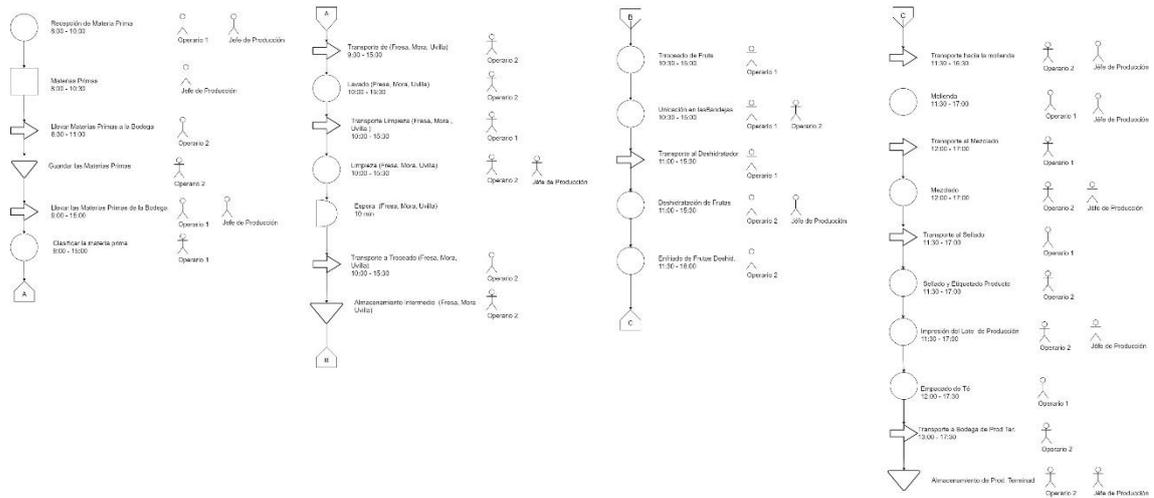


Ilustración 32-4: Diagrama de operaciones

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.10.5. Requerimientos del proyecto

4.10.5.1. Distribución de la planta



Ilustración 33-4: Distribución de la planta

Realizado por: Noriega, J. 2022

La empresa consta de una área total de 130m², donde se establecen el área de producción, en primera estancia consta de un área de recepción de materia prima para después pasar al control de calidad donde se analiza a cada una de las frutas para verificar su estado físico, posteriormente se encuentra la zona de lavado y desinfección para librar de impurezas a las materias primas, también se cuenta una zona de troceado, picado, una zona de pulverizado, a continuación se encuentra la zona de pesado, empacado, sellado, etiquetado donde se establecen todas las operaciones antes del almacenado y finalmente la zona de salida del producto en donde se prepara el despacho para la comercialización. También la empresa constituye un área administrativa, área de restauración para los trabajadores, espacios de áreas verdes y el estacionamiento que rodea el total de la planta.

A continuación, se detalla el presupuesto para cada una de los insumos, recursos necesarios para la puesta en marcha de la empresa:

Tabla 39-4: Terreno y edificio

Descripción	Área m ²	Valor Total
Terreno	130	20000
Área de recepción de materia prima	5	3000
Área de producción	30	7000
Área de almacenamiento y enfriamiento	5	2900
Área administrativa	20	3000
Bodega	6	4000
Servicios higiénicos	4	1800
Parqueadero	60	14000
Edificio y construcción	130	35700
TOTAL		55700

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 40-4: Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesa de reuniones	1	130	130
Sillas fijas	4	30	120
Estantes con cajones	2	170	340
Sillas giratorias	2	75	150
TOTAL			\$ 740,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 41-4: Maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Deshidratador de frutas	1	2700	2700
molino de disco	1	600	600
maquina empacadora y envasadora automática	1	1500	1500
Balanza industrial	1	100	100
TOTAL			\$4.900

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 42-4: Equipo de cómputo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador portátil	2	\$ 638,97	\$ 1.277,94
Dispositivos adicionales	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Impresora EPSON Multifuncional	2	\$ 265,00	\$ 530,00
TOTAL			\$ 1.947,94

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 43-4: Equipos y útiles de oficina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Impresora	1	200	200
Teléfono	1	25	25
Total de equipo			250
Resmas de papel	1	3,5	3,5
Lápiz	5	3	15
Bolígrafos	10	0,35	3,5
Borradores	5	0,25	1,25
Folder	5	2	10
Cuadernos	2	1,3	2,6
Carpetas	5	0,25	1,25
Calculadoras	1	12	12
Total			49,1
TOTAL			299,1

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 44-4: Vehículo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Vehículo	1	16000	16000
TOTAL			16000

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 45-4: Mano de obra directa

Descripción	Cantidad	Sueldo Mensual	Valor Anual
Jefe de producción	1	600	7200
Operario I	2	425	10200
TOTAL			17400

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 46-4: Mano de obra indirecta

Descripción	Cantidad	Sueldo Mensual	Valor Anual
Gerente general	1	800	9600
Jefe administrativo	1	425	5100
Auxiliar contable y finanzas	1	200	2400
TOTAL			17.100

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 47-4: Materia prima

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor anual
Mora	1 kilo	2750	33000
Fresa	1 kilo	1584	19008
Uvilla	1 kilo	2722,50	32670
TOTAL			84678

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 48-4: Servicios básicos

Descripción	Unidad	Valor mensual	Valor anual
Luz	KW	150	1800
Agua	M ³	10	120
Teléfono	Min.	15	180
Internet	Plan	22	264
TOTAL			2.364

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 49-4: Suministros de limpieza

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Escoba	1	1,5	1,5	18
Trapeador	1	2,5	2,5	30
Recogedor de basura	2	1,5	3	36
Basurero	4	7	28	336
Fundas de basura	10	0,5	5	60
Cepillo	2	1	2	24
Desinfectante	1	5,5	5,5	66
Desengrasante	1	7	7	84
Total				654

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 50-4: Gastos de constitución

Descripción	Valor
Estudio de Factibilidad	250
Permisos de funcionamiento	300
Escrituras	250
Apertura cuenta	100
Gastos varios	150
Total	1050

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 51-4: Gastos de ventas

Descripción	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	1	25	300
TOTAL			300

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.11. Propuesta administrativa

Para el funcionamiento de la empresa es necesario conocer los requerimientos legales y administrativos, esto implica desarrollar una serie de procesos desde la inscripción como empresa hasta la constitución jurídica dentro del marco legal del gobierno ecuatoriano.

A continuación, se detalla las dependencias públicas, los trámites y requisitos a seguir para que

la empresa inicie sus actividades de manera legal.

Tabla 52-4: Propuesta administrativa para la constitución de la empresa

Dependencias públicas	Trámite	Requisitos
Servicio de rentas Internas	Registro de establecimiento RUC/RISE	Cédula de identidad y/o ciudadanía o pasaporte (original). Certificado de votación o certificado de presentación (original). Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente (planilla de servicios básicos).
Municipio de Riobamba	Uso de suelo	Llenar el formulario que se encuentra en la plataforma del Municipio y entregar en esta dependencia.
Cuerpo de bomberos	Permiso de funcionamiento	Lo ideal es tramitar estos permisos los primeros meses del año ya que según el artículo 349 del reglamento de prevención, mitigación y protección contra incendios, manifiesta que el permiso de funcionamiento tiene una duración de un año calendario es decir desde el 01 de enero al 31 de diciembre. Para los permisos de eventos ocasionales el usuario debe: Presentar el plan de autoprotección para el evento. Permiso de uso de suelo que otorga el municipio.
ARCSA	Permiso de funcionamiento	Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera, para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá adjuntar Escaneados en formato PDF en el Sistema Informático los siguientes requisitos: 1. Comprobante de pago cuando corresponda después de haber completado la solicitud y adjuntar los requisitos solicitados. Los siguientes requisitos NO son necesarios adjuntarlos porque serán verificados en línea con las instituciones pertinentes: Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento. Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren. Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE) Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad.
Municipio de Riobamba	Patente Municipal	El valor a pagar cada año se determina en función del patrimonio con que opere la empresa en base a una tabla. La fecha máxima para el pago es hasta 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la renta. Para obtener la patente municipal es necesario completar un formulario, adjuntar los requisitos solicitados y cancelar la liquidación correspondiente.
Ministerio de Salud Pública	Permiso de manipulación de alimentos	Reunir los siguientes documentos: Cédula de ciudadanía. Inscribirse al curso en los puntos de atención los responsables de deberán inscribirse en las Coordinaciones Zonales o en las instituciones autorizadas por la Agencia para recibir el curso sobre

		<p>el Manual de Prácticas Correctas de Higiene y Manipulación de Alimentos-</p> <p>Después de haber recibido el curso los que deseen obtener la calificación. Deberán solicitar en las Coordinaciones Zonales de ARCSA mediante solicitud escrita la evaluación respectiva.</p> <p>Según la planificación interna de la zona se realizará la inspección del establecimiento.</p> <p>Al momento de la inspección los analistas de la Agencia se identificarán mediante la credencial oficial, adicionalmente se podrá verificarla identidad de los mismo a través de la página web de ARCSA www.controlsanitario.gob.ec.</p> <p>La Certificación de manipulación de alimentos se obtiene en 6 horas.</p>
--	--	--

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.12. Razón Social

La empresa será constituida como una Sociedad anónima cuyo capital es dividido por acciones para dos socios que van a conformar la organización los mismos que pueden colaborar con aportes al crecimiento y avance de la empresa JEDUTÉ S.A que hace referencia a la fruta y al té que se va a elaborar.

4.13. Logotipo

A continuación, se presenta el logo que ayudará a la identificación de la marca, para lo cual se utilizó el color amarillo como parte de la gama de colores a manejar en la publicidad que tendrá la marca, debido a que este color representa originalidad, fresca y en la psicología forma parte de la escala de colores que provoca en el ser humano necesidades de digerir algún alimento. La imagen da relación con el capuchón de la uvilla y las hojas que tiene las frutillas y moras.



Ilustración 34-4: Logotipo de la empresa de té de frutas deshidratadas

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.14. Direccinamiento estratégico

4.14.1. Misión

Empresa dedicada a la producción de té a base de frutas deshidratadas como la uvilla, mora, fresa elaborada con materias primas de calidad y de la zona agrícola de las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Pastaza. Chimborazo, asegurando procesos de calidad e inocuidad para la satisfacción de nuestros consumidores.

4.14.2. Visión

Para el año 2027 llegar a ser una empresa líder en productos de té a base de frutas deshidratadas enfocándonos en la producción y comercialización, destacando siempre los valores nutricionales que aporta cada una de las frutas deshidratadas en el cuerpo humano, cumpliendo con las normas de calidad alimentaria cuya imagen irradie en el prestigio de la empresa seria y sólida en el mercado nacional.

4.14.3. Valores corporativos

- **Calidad:** Prestamos atención a los requerimientos de las normativas para la preparación de té a base de frutas deshidratadas con todos los parámetros de calidad.
- **Responsabilidad:** Las acciones están encaminadas en brindar un producto de calidad que salvaguarde la salud y contribuya al bienestar de nuestros clientes.
- **Honestidad:** Actuamos con coherencia y seriedad, respetando la verdad, siendo sinceros y cuidadosos con los demás.
- **Respeto:** El respeto mutuo a las demás personas basados en la ética y el cuidado interpersonal.
- **Trabajo en Equipo:** Integración de cada uno de los miembros de la empresa, para obtener mejores resultados y lograr objetivos comunes.

4.14.4. Estructura organizacional

En la empresa Jeduté S.A se contará con un organigrama jerárquico el cual establece niveles, cargos y funciones a desempeñar por cada miembro de la organización.

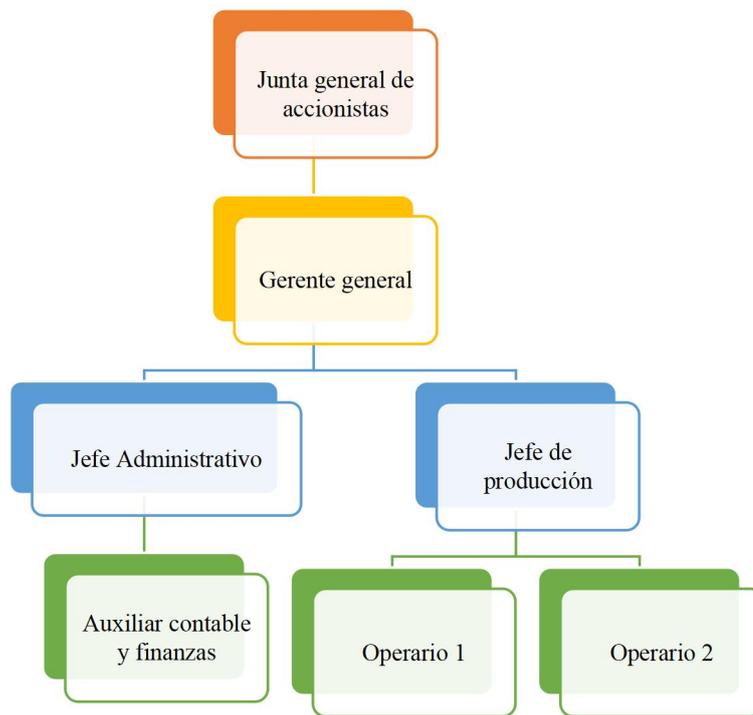


Ilustración 35-4: Estructura organizacional

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.14.4.1. Descripción de funciones

Junta general de accionista

- Designar a un gerente general y sus colaboradores
- Brindar propuestas para su estudio
- Toma de decisiones en cuanto a los objetivos de la empresa
- Aprobación de las cuentas en los recursos de maneras anual

Gerente general

- Planificación de las actividades a realizarse de manera anual de la empresa
- Organizar los recursos de la empresa
- Realizar informes estadísticos del cumplimiento de objetivos y metas en la empresa
- Estudiar los distintos análisis financieros, administrativos, de marketing.
- Nombrar líderes de equipos para cada área

Jefe administrativo

- Administra los recursos brindados por el gerente de manera semanal, mensual y anual
- Asignar responsabilidad y espacios en cada lugar de la empresa
- Ofrecer asesoramiento y orientación en aspectos administrativos
- Controla a las personas encargadas de la contabilidad y finanzas de la empresa

Jefe de producción

- Diseña el plan de producción a nivel anual
- Controla la viabilidad de los planes en los procesos de producción
- Supervisa a los operarios
- Lleva control de la maquinaria y mano de obra
- Inspecciona la calidad que tienen los productos

Auxiliar contable y finanzas

- Contabilizar y procesar asientos de diario para garantizar que se registren todas las transacciones empresariales.
- Actualizar las cuentas por cobrar y emitir facturas a nombre de la empresa.
- Actualizar las cuentas por pagar y realizar conciliaciones
- Elaborar reportes para el Jefe administrativo sobre el estado actual de la empresa

Operarios

- Operario 1: AREA 1 recepción de la materia prima, pesado, selección y clasificación, lavado
- Operario 2: AREA 1: cortado, deshidratación, molienda
- Operario 1 y 2: envasado, sellado

4.14.5. Rol de pagos

Tabla 53-4: Rol de pagos Mano de obra directa

Cargo	Sueldo	Décimo 3ro	Décimo 4to	Aporte al IESS	Total al mes	Total al año
Jefe de producción	600	50,00	50,00	56,70	643,30	7719,6
Operario 1	425	35,42	35,42	40,16	455,67	5468,05
Operario2	425	35,42	35,42	40,16	455,67	5468,05
TOTAL	1450	120,83	120,83	137,03	1554,64	18655,7

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 54-4: Rol de pago nómina administrativa

Cargo	Sueldo	Décimo 3ro	Décimo 4to	Aporte al IESS	Total al mes	Total al año
Gerente General	800	66,67	66,67	75,60	857,73	10292,8
Jefe administrativo	425	35,42	35,42	40,16	455,67	5468,05
Auxiliar contable y finanzas	200	16,67	16,67	18,90	214,43	2573,2
TOTAL	1425	16,67	16,67	18,90	214,43	18334,05

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.15. Estudio financiero

Este apartado es considerado uno de los más importantes debido a que se permite conocer los recursos necesarios para la puesta en marcha de la empresa de té deshidratados, dentro de ello los costos fijos, variables, la inversión necesaria a necesitar, flujos de efectivo mediante el cálculo de los ingresos y egresos en los próximos años para que con esta información se pueda generar indicadores financieros que mida la factibilidad del proyecto a largo plazo, es decir datos financieros como el VAN, TIR, relación beneficio/costo.

4.15.1. Inversión

Para la puesta en marcha de la empresa de té deshidratados Jeduté S.A fue necesario realizar a detalle un cuadro de la inversión en cuanto a los activos fijos y variables importantes para la elaboración de estos productos además de los gastos diferidos como la constitución de la empresa y la inversión en capital de trabajo, todos estos aspectos son necesarios para que la empresa opere de manera óptima.

4.15.1.1. Inversión fija

En este apartado se toma en consideración los bienes inmuebles como el terreno, obra civil, maquinaria, vehículo, muebles y enseres para la operación de la empresa, dichos activos fijos tienen varios años de vida útil es decir están sujetos a depreciación.

Tabla 55-4: Inversión en activos fijos

Descripción	Valor Total
Terreno	20000,00
Edificio	35700,00
Muebles y enseres	740,00
Maquinaria y Equipos	4900,00
Equipo de computo	1277,94
Equipos y útiles de oficina	299,10
Vehículo	16000,00
TOTAL	78917,04

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.15.1.2. Inversión diferida

La inversión diferida son los gastos pre operativos para la constitución de la empresa de té de futas deshidratadas Jeduté. El valor Total es de \$ 1050 esto incluye la inscripción de la empresa en la superintendencia de compañías, permisos de funcionamiento, escrituras, aperturas de cuentas bancarias y gastos varios que se puedan efectuar dentro de la puesta en marcha de la empresa.

Tabla 56-4: Inversión diferida

Descripción	Valor Total
Gastos de constitución	1050,00
Total	1050,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.15.2. Capital de trabajo

En este apartado se detalla la capacidad que tiene la empresa Jeduté para llevar a cabo sus actividades de producción con normalidad. El valor requerido es de 12005,99 centavos al mes para lo cual se tomó en cuenta los costos y gastos a cubrir de un mes de trabajo, esto hasta que se generen las ventas. El capital de trabajo incluye el costo primo, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos y gastos de ventas, se encuentran detallados en la siguiente tabla:

Tabla 57-4: Inversión en Capital de trabajo

Descripción	Valor al año	Valor al mes
Costo primo	103333,7	8611,14
Costos indirectos de fabricación	18174,49	1514,54
Gastos Administrativos	19383,73	1615,31
Gastos de ventas	3180,00	265,00
TOTAL	144071,92	12005,99

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 58-4: Costo primo

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Materia prima directa	84678,00	7056,50
Mano de obra directa	18655,7	1554,64
TOTAL	103333,7	8611,14

Fuente: Investigación de campo

Tabla 59-4: Costos indirectos de fabricación

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Insumos	8474,69	706,22
Depreciación de Edificio	6783,00	565,25
Depreciación de Maquinaria	441,00	36,75
Mantenimiento M y E	98,00	8,17
Servicios básicos	1920,00	160,00
Suministro de limpieza	457,80	38,15
TOTAL	18174,49	1514,54

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 60-4: Gastos administrativos

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Nomina Administrativa	18334,05	1527,84
Depreciación de Muebles y enseres	66,60	5,55
Depreciación de Equipo de computo	285,41	23,78
Depreciación de Equipos de oficina	26,92	2,24
Mantenimiento Equipos C y O	30,56	2,55
Teléfono e internet	444,00	37,00
Suministro de limpieza	196,20	16,35
TOTAL	19383,73	1615,31

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 61-4: Gastos de ventas

Descripción	Valor al año	Valor al mes
Publicidad	300,00	25,00
Depreciación de Vehículo	2560,00	213,33
Mantenimiento de Vehículo	320,00	26,67
TOTAL	3180,00	265,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.15.3. Inversión inicial

La inversión inicial requerida para la implementación de la empresa Jeduté es de:

Tabla 62-4: Gastos de ventas

Detalle	Valor al año	Valor al mes
Inversión Fija	78917,04	78917,04
Inversión diferida	1050,00	1050,00
Capital de trabajo	144071,92	12005,99
TOTAL	224038,96	91973,03

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.15.4. Estructura del capital

De una inversión inicial de \$91973.03 el 15% corresponde al capital social que incluye activos fijos y variables. Mientras que el 85% equivalente a 78177.08 será financiado por un crédito bancario a la entidad BanEcuador.

Tabla 63-4: Estructura del capital

Capital	Valor	Porcentaje
Capital Socios	13795,95	15%
Préstamo en BanEcuador	78177,08	85%
TOTAL	91973,03	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

El préstamo de \$78177,08 se lo hará a la entidad financiera BanEcuador en una tasa de 9,76% con un plazo de 5 años. En la siguiente tabla se detalla los valores de la amortización del préstamo.

Tabla 64-4: Amortización

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Amortización	15031,53	15327,58	15629,47	15937,30	16251,20	78177,08
Intereses	1392,01	1095,95	794,07	486,24	172,34	3940,61
Saldo	63145,55	47817,97	32188,50	16251,20	0,00	
TOTAL						82117,68

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.15.5. Precio de venta

Para determinar el precio de venta se realizó un cálculo de cuánto cuesta producir una unidad de producto, esto se dividió para el costo Total de producción para el número de unidades

producidas, dando como resultado un costo unitario de \$1.39 centavos con un margen de ganancia del 44% se obtiene un precio de venta al público de \$ 2.48 centavos.

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

$$CTU = \frac{12005.99}{8660.34}$$

$$CTU = 1.39$$

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

$$PV = \frac{1.39}{1 - 0.44}$$

$$PV = 2,48$$

4.15.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se refiere al nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos es decir egresos. Además, se puede decir que es el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a obtener utilidades.

Tabla 65-4: Análisis de costos Totales

Costos Totales	
Costos Fijos	32263,53
Costos Variables	111808,39
Total	144071,92

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 66-4: Análisis precio de venta y Costo valor unitario

PV	2,48
CVU	1,39

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Fórmula

$$P.E = \frac{CF}{P - CVU}$$

Donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

P: Precio unitario

CVU: Costo Variable Unitario

Cálculo:

$$P.E = \frac{32263.53}{2.48 - 1.39}$$

$$P.E = \$29619.94$$

Una vez aplicada la fórmula se determina que para que la empresa logre el punto de equilibrio es decir no se gane ni se pierda es de \$29.619,94 cantidades por encima de este punto generarán utilidades y cantidades por debajo representarán pérdidas para la empresa de té a base de fruta deshidratada.

4.15.7. Presupuesto de egresos e ingresos

4.15.7.1. Egresos

Los egresos es la salida de recursos financieros con el objetivo de cubrir pagos y obligaciones que tiene una empresa, es decir que se puede considerar que los egresos es toda salida de dinero por diferentes motivos en una organización que se dedica a la actividad comercial, en este caso los egresos están distribuidos por costos directos y costos indirectos de fabricación, a su vez gastos administrativos, ventas y financieros que se encuentran detallados en la siguiente tabla.

Tabla 67-4: Egresos

Costos Operacionales					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	114316,49	123002,62	132348,77	142405,06	153225,46
Mano de obra directa	18655,70	20209,72	20209,72	20209,72	20209,72
CIF	18174,49	18615,49	19056,49	19497,49	19938,49
TOTAL	151146,67	161827,83	171614,97	182112,26	193373,66
Gastos Operacionales					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	19383,73	21289,89	21668,81	22047,74	22426,66
Gastos de ventas	3180,00	5740,00	8300,00	10860,00	13420,00
TOTAL	22563,73	27029,89	29968,81	32907,74	35846,66
Gastos no Operacionales					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Financieros	1392,00808	1095,95326	794,067468	486,235857	172,341321
TOTAL	1392,00808	1095,95326	794,067468	486,235857	172,341321
TOTAL	175102,41	189953,67	202377,85	215506,23	229392,67

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.15.7.1.1. Materia prima

La materia prima se calculó en base a la cantidad por kilos que serían capaz de proveernos las personas productoras de la zona 3 del país en base a una proyección de 5 años tomando como indicador la inflación anual de 3.38% para cada año.

Tabla 68-4: Costo de materia prima proyectada a 5 años

Periodo	Adquisición anual	Costo por cajas	Valor Total
1	103.924	1,10	114316,49
2	108.165	1,14	123002,62
3	112.578	1,18	132348,77
4	117.172	1,22	142405,06
5	121.953	1,26	153225,46

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 69-4: Costos indirectos de fabricación

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Insumos	8474,69	8474,69	8474,69	8474,69	8474,69
Depreciación de Edificio	6783,00	6783,00	6783,00	6783,00	6783,00
Depreciación de Maquinaria	441,00	882,00	1323,00	1764,00	2205,00
Depreciación Equipos de laboratorio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento M y E	98,00	98,00	98,00	98,00	98,00
Servicios básicos	1920,00	1920,00	1920,00	1920,00	1920,00
Suministro de limpieza	457,80	457,80	457,80	457,80	457,80
Valor Total	18174,49	18615,49	19056,49	19497,49	19938,49

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 70-4: Gastos administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nomina Administrativa	18334,05	19861,28	19861,28	19861,28	19861,28
Depreciación de Muebles y enseres	66,60	133,20	199,80	266,40	333,00
Depreciación de Equipo de computo	285,41	570,81	856,22	1141,63	1427,03
Depreciación de Equipos de oficina	26,92	53,84	80,76	107,68	134,60
Mantenimiento Equipos C y O	30,56	30,56	30,56	30,56	30,56
Teléfono e internet	444,00	444,00	444,00	444,00	444,00
Suministro de limpieza	196,20	196,20	196,20	196,20	196,20

Total	19383,73	21289,89	21668,81	22047,74	22426,66
-------	----------	----------	----------	----------	----------

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 71-4: Gastos de ventas

Gastos de ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	300,00	300	300	300	300
Depreciación de Vehículo	2560,00	5120,00	7680,00	10240,00	12800,00
Mantenimiento de Vehículo	320,00	320	320	320	320
Total	3180,00	5740,00	8300,00	10860,00	13420,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 72-5: Gastos financieros

Gastos Financieros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés del préstamo	1392,01	1095,95	794,07	486,24	172,34
Total	1392,01	1095,95	794,07	486,24	172,34

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.15.7.2. Ingresos

Los ingresos abarcan la cantidad de tés de fruta deshidratada que logrará cubrir el mercado objetivo en los 5 años proyectados, estos multiplicados por el precio de cada año que anualmente se incrementará debido a la inflación.

Tabla 73-4: Ingresos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cajas de té	103.924	108.165	112.578	117.172	121.953
Precio unitario	2,48	2,56	2,65	2,74	2,83
TOTAL	257271,29	276819,60	297853,25	320485,11	344836,62

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.15.8. Estados financieros

Los estados financieros se refieren al producto terminado del proceso contable y son los documentos oficiales por los cuales se presenta la información financiera (Ponce et al., 2019, p. 15).

4.15.8.1. Flujo de efectivo

Se refiere al flujo de caja o de fondos que permite visibilizar la entrada y salidas de dinero en un período determinado y a su vez brinda información de la salud financiera de la empresa (Callejón, et al., 2017, p. 9).

4.15.8.2. Estado de resultados

El estado de resultados se refiere a las cuentas de pérdidas y ganancias en ellos se presenta los ingresos y egresos que la empresa ha tenido en un determinado tiempo (Román, 2018, p. 7).

4.15.8.3. Balance General

El balance general forma parte de los estados financiero básicos que una empresa debe de tener, cuyo propósito general es suministrar información sobre la situación financiera real, en esta detalla el balance contable o estado de situación patrimonial (activo, pasivo, patrimonio neto) de la empresa (Gusmán & Cifuentes, 2005, p. 5).

Tabla 74-5: Flujo de efectivo

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		257271,29	276819,60	297853,25	320485,11	344836,62
EGRESOS						
(-) Costo operacionales		151146,67	161827,83	171614,97	182112,26	193373,66
(-) Gastos operacionales		22563,73	27029,89	29968,81	32907,74	35846,66
(-) Gastos no operacionales		1392,01	1095,95	794,07	486,24	172,34
Total costos y gastos		175102,41	189953,67	202377,85	215506,23	229392,67
(=) Utilidad antes de impuestos		82168,87	86865,93	95475,40	104978,88	115443,95
(-) 15% participación de trabajadores		12325,33	13029,89	14321,31	15746,83	17316,59
Utilidad gravable		69843,54	73836,04	81154,09	89232,05	98127,36
(-) % impuesto a la renta		17460,89	18459,01	20288,52	22308,01	24531,84
(=) Utilidad neta		52382,66	55377,03	60865,57	66924,04	73595,52
(+) Depreciaciones		10162,93	13542,85	16922,78	19161,08	22255,60
(-) Amortización del préstamo		15031,53	15327,58	15629,47	15937,30	16251,20
(=) Inversión inicial	91973,03					

(-) Préstamo	78177,08					
FLUJO NETO EFECTIVO	13795,95	47514,05	53592,30	62158,88	70147,81	79599,92

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 75-4: Estado de resultados

Balance de pérdidas y ganancias proyectado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	257271,29	276819,60	297853,25	320485,11	344836,62
(-) Costo de Producción	151146,67	161827,83	171614,97	182112,26	193373,66
Utilidad Bruta	106124,61	114991,77	126238,28	138372,85	151462,96
(-) Gastos Administrativos	19383,73	21289,89	21668,81	22047,74	22426,66
(-) Gastos de Ventas	3180,00	5740,00	8300,00	10860,00	13420,00
(-) Gastos Financieros	1392,00808	1095,95326	794,067468	486,235857	172,341321
Utilidad Antes de Participación	82168,87	86865,93	95475,40	104978,88	115443,95
(-) 15% participación de trabajadores	12325,33	13029,89	14321,31	15746,83	17316,59
Utilidad antes de impuestos	69843,54	73836,04	81154,09	89232,05	98127,36
(-) 25% impuesto a la renta	17460,89	18459,01	20288,52	22308,01	24531,84
Utilidad Antes de Reserva	52382,66	55377,03	60865,57	66924,04	73595,52
(-) 5% Reserva Legal	2619,13	2768,85	3043,28	3346,20	3679,78
UTILIDAD NETA	49763,52	52608,18	57822,29	63577,83	69915,74

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Tabla 76-4: Balance General

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente						
Caja/Bancos	13055,99	257271,29	276819,60	297853,25	320485,11	344836,62
Activo No Corriente						
Terreno	20000,00	20000,00	20000,00	20000,00	20000,00	20000,00
Edificio	35700,00	35700,00	35700,00	35700,00	35700,00	35700,00

Muebles y enseres	740,00	740,00	740,00	740,00	740,00	740,00
Maquinaria y Equipos	4900,00	4900,00	4900,00	4900,00	4900,00	4900,00
Equipo de computo	1277,94	1277,94	1277,94	1277,94	1277,94	1277,94
Equipos y útiles de oficina	299,10	299,10	299,10	299,10	299,10	299,10
Vehículo	16000,00	16000,00	16000,00	16000,00	16000,00	16000,00
(-) Depreciación Acumulada	0,00	10162,93	13542,85	16922,78	19161,08	22255,60
TOTAL ACTIVOS	91973,03	326025,40	342193,79	359847,52	380241,08	401498,06
Pasivo Corriente						
Participación por pagar		12325,33	13029,89	14321,31	15746,83	17316,59
Impuestos por pagar		17460,89	18459,01	20288,52	22308,01	24531,84
Pasivo No Corriente						
Préstamo por pagar	78177,08	63145,55	47817,97	32188,50	16251,20	0,00
TOTAL PASIVOS	78177,08	92931,77	79306,86	66798,33	54306,04	41848,43
PATRIMONIO						
Capital social	13795,95	183330,11	160515,22	132855,19	102163,21	65962,06
Utilidad del ejercicio		49763,52	52608,18	57822,29	63577,83	69915,74
Utilidad no distribuida		0,00	49763,52	102371,70	160193,99	223771,83
TOTAL PATRIMONIO	13795,95	233093,63	262886,92	293049,19	325935,04	359649,63
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	91973,03	326025,40	342193,79	359847,52	380241,08	401498,06

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.15.9. Evaluación financiera

La evaluación financiera del proyecto es el proceso por medio del cual se define la inversión inicial los beneficios futuros y los costos durante toda la etapa de puesta en marcha de la empresa, por medio de los indicadores financieros nos permite determinar la rentabilidad del proyecto.

4.15.9.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

Es también llamada costo de capital o tasa de descuento y se refiere a la rentabilidad mínima que un inversionista espera obtener de una inversión, teniendo en cuenta los riesgos de la inversión y el costo de oportunidad de ejecutar en lugar de tomar otras inversiones, en este caso para la empresa Jeduté fue indispensable tomar indicadores como el riesgo país, la inflación y premio al riesgo para calcular el TMAR.

Tabla 77-4: 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: Noriega, J. 2022

Tabla 78-4: TMAR Global

Financiamiento	% Aportación	TMAR	Ponderación
Aporte de los asociados	15%	18,83%	2,82%
Institución financiera	85%	9,76%	8,30%
TMARA GLOBAL			11,12%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

4.15.9.2. Valor actual neto

La evaluación del proyecto mediante el criterio del VAN o valor actual neto determina que el presente proyecto es financieramente rentable, debido a que la suma de sus flujos netos menos la inversión inicial nos da un resultado de \$132482,29 como ganancia en la puesta en marcha del proyecto.

Análisis del VAN y criterio de decisión:

VAN > 0: es recomendable realizar la inversión, la misma generará ganancias

VAN = 0: es indiferente realizar el proyecto, la inversión no generará ganancias ni pérdidas

VAN < 0: el proyecto no resultará, la inversión generará pérdidas

Tabla 79-4: Valor actual neto

Periodo	FNE	Factor de Ac	FNE Actualizado	FNE Acumulado
0	-91973,03	1,000	-91973,03	-91973,03
1	47514,05	0,900	42759,03	-49214,00
2	53592,30	0,810	43402,42	-5811,57
3	62158,88	0,729	45302,34	39490,76
4	70147,81	0,656	46008,43	85499,19
5	79599,92	0,590	46983,10	132482,29

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

Utilizando una tasa de descuento del 11.12% el valor actual neto que se obtuvo es de \$132.482,29 el cual es un valor positivo, lo que significa que el proyecto es viable.

4.15.9.3. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno se refiere a la rentabilidad que ofrece una inversión, es decir el beneficio o pérdida en porcentaje que proveerá la inversión.

Para su Análisis se debe tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

TIR > TMAR: el proyecto es rentable

TIR = TMAR: el proyecto es indistinto

TIR < TMAR: el proyecto no es rentable

TIR = 54%

Se obtuvo una tasa interna de retorno (TIR) de 54% el cual es mayor a la tasa de descuento (TMAR) por lo que el proyecto es viable.

4.15.9.4. Relación Beneficio/Costo

La relación Beneficio/costo es un indicador el cual permite comparar los beneficios (ventas) versus los costos (gastos) de una empresa o un proyecto, para lo cual se toma el siguiente criterio de análisis:

B/C > 1: fluctuaciones de los ingresos mayores al de los egresos, el proyecto es rentable

B/C = 1: fluctuaciones de los ingresos son iguales al de los egresos, el proyecto es indiferente

B/C < 1: fluctuaciones de los ingresos menores al de los egresos, el proyecto no es rentable

Tabla 80-4: Relación Beneficio/Costo

Periodo	Ingresos	Egresos	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Act	B/C Año
0			1,000			
1	257271,29	175102,41	0,900	231524,59	157578,86	1,47
2	276819,60	189953,67	0,810	224185,98	153836,47	1,46
3	297853,25	202377,85	0,729	217079,99	147496,06	1,47
4	320485,11	215506,23	0,656	210199,23	141345,86	1,49
5	344836,62	229392,67	0,590	203536,57	135396,86	1,50
			TOTAL	1086526,36	735654,109	

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

En este caso la relación beneficio/costo es mayor que 1 debido a que las fluctuaciones de los ingresos son mayores a la de los costos, es decir que por cada dólar que se invierte en el primer año se obtendrá \$0.47 centavos de utilidad, para el segundo año por cada dólar invertido se obtendrá \$0.46 centavos, en el tercer año \$0.47 centavos, para el cuarto año será de 0.49 centavos y por último para el quinto año será de \$0.50 centavos.

4.15.9.5. *Periodo de recuperación de la inversión*

Este indicador permite conocer en cuanto tiempo se recuperará la inversión que se realice para la puesta en marcha de la empresa, el cálculo se determina por medio de los flujos proyectados a nivel anual para que los fondos generados igualen a la inversión realizada.

Tabla 81-4: Periodo de recuperación del capital

Año	Flujo	Acumulado
0	91973,03	-91973,03
1	47514,05	-49214,00
2	53592,30	-5811,57
3	62158,88	39490,76
4	70147,81	85499,19
5	79599,92	132482,29

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Noriega, J. 2022

PRI=2.108

PRI= 2 años, 1 mes, 9 días

El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años 1 mes y 9 días.

CONCLUSIONES

- De manera factible se encontró que en la zona 3 del país correspondiente a las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Pastaza y Chimborazo existen 1648 productores de mora fresca, fresa 283 productores de fresa y de uvilla 128 productores. Además, que mediante un análisis se determinó el estado en el que se encuentra el mercado actual de fruta deshidratada a nivel nacional, determinando que existen varias empresas dedicadas al deshidratado de frutas, pero pocas elaboran té a base de las distintas frutas que producen.
- Mediante el estudio de mercado se determinó el perfil del cliente que consumiría el té de fruta deshidratada, es así que se tiene que es una persona de género femenino con la edad de 20 a 29 años con ingresos mensuales aproximados de 500 dólares que consume de manera semanal té a base de frutas deshidratadas con la finalidad de cuidar su salud pero para ello selecciona un producto en base a la calidad que este ofrece, además si estaría dispuesta a consumir un té elaborado con frutas deshidratadas de mora, fresa y uvilla para lo cual está dispuesta a pagar por un caja de 20 sobres \$2.50, este producto prefiere adquirirlo por supermercado y en canal de comunicación para conocer sobre promociones es la red social Facebook.
- Al realizar el estudio técnico se determinó por medio de una ponderación que la óptima localización para la implementación de la empresa Jeduté será la ciudad de Riobamba, exactamente a la salida a San Luis debido a la facilidad para que los productores de las diferentes frutas como la uvilla, fresa y mora puedan acercarse a dejar la materia prima, además que la ciudad cuenta con servicios básicos, accesibilidad, infraestructura para el eficiente funcionamiento de la empresa, además que la planta estará diseñada por áreas en donde se realizará las diferentes actividades por el personal operativo y administrativo.
- El estudio financiero presento un escenario viable debido a que se obtuvo una Tasa Mínima de rendimiento aceptable (TMAR) del 11.12%, un VAN de \$132482,29 un TIR de 54%, una relación Beneficio/costo que interpretándolo se obtendrá que por cada dólar invertido se adquirirá una utilidad de \$1.31 y un periodo de recuperación de la inversión de 2 años, 1 mes y 9 días, todos estos indicadores financieros brindan la posibilidad de que el proyecto sea factible.

RECOMENDACIONES

- Para lograr el aumento de productividad y de utilidad es importante contar con poder de negociación con los proveedores para que de esta manera a mayor cantidad que se adquiera de materia prima los precios sean más convenientes para generar ganancias a la empresa.
- Es indispensable realizar estrategias de mercadeo que permitan la comercialización de las cajas de té a base de frutas deshidratadas debido a que es un producto relativamente nuevo para lo cual es necesario que el mercado objetivo pueda conocerlo para su consumo.
- Debido a que es una empresa nueva es necesario buscar apoyo de instituciones gubernamentales que puedan aportar con lugares de distribución del producto.
- En cuanto al financiamiento es importante indagar sobre las mejores opciones para buscar préstamos o capital semilla, logrando aprovechar los beneficios que estas entidades ofrecen a los emprendedores.

BIBLIOGRAFÍA

ALTAMIRANO, M. Estudio de la cadena productiva de uvilla (*Physalis peruviana* L.) en la Sierra Norte del Ecuador. *Universidad San Francisco de Quito*. [En línea] Junio de 2010. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/950/1/95220.pdf>.

ALVARO, L y NUÑEZ, M. Proyecto de factibilidad para la elaboración y comercialización del té de chaya para la ciudad de Guayaquil. *Universidad Politecnica Salesiana Sede de Guayaquil*. [En línea] 2012. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] <file:///C:/Users/DELL/Downloads/UPS-GT000342.pdf>.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. LA ECONOMÍA ECUATORIANA SE RECUPERARÁ 3,1% EN 2021. [En línea] 30 de Noviembre de 2020. [Citado el: 02 de Junio de 2022.] <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1394-la-economia-ecuatoriana-se-recuperara-3-1-en-2021>.

BANECUADOR. 2020. BanEcuador. [En línea] 2020. <https://www.banecuador.fin.ec/creditopersonas/>.

BARRERA, V; et al. Tipificación de los productores de mora de Ecuador para optimizar sus estrategias de medios de vida. *INIAP - Estación Experimental Santa Catalina*. [En línea] 2017. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] <https://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/4660/1/iniapscCD199.pdf>.

BRAVO, F. Elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de té de hojas de guanábana (*Annona muricata*) y su comercialización en la ciudad de Santo Domingo. *Universidad Tecnica de Ambato* . [En línea] Marzo de 2022. [Citado el: 03 de Junio de 2022.] <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34952/1/CAL%20002.pdf>.

CABEZAS, M. Evaluación nutritiva y nutracéutica de la mora de castilla (*Rubus glaucus*) deshidratada a tres empaques por el método de secado en bandejas . *Escuela Superior Politecnica de Chimborazo* . [En línea] 2008 . [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] <http://dspace.espech.edu.ec/bitstream/123456789/200/1/56T00172.pdf>.

CALLEJÓN, Angela; et al. *Estado de flujos de efectivo*. Mexico : s.n., 2017.

CASBASCANGO, O & DE LA VEGA, J. Manual de deshidratación . *Universidad Tecnica del Norte (UTN,ECOPAR/ PPD)* . [En línea] 2018 . [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] <https://www.ppd-ecuador.org/wp-content/uploads/2019/FondoBecas/SierraNorte/UTN-Omar->

Uso-Deshidratador-solar-vf.pdf.

CAYAMBE, Nancy. [En línea] 2018.
<http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/10403/1/27T0404.pdf>.

CELL, Paúl. Universidad San Francisco de Quito. [En línea] 24 de 07 de 2017.
<https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/6752/1/133135.pdf>.

CHIMBORAZO, L. Analisis de la produccion de fresas y su relacion con el nivel de ingresos de los productores de la parroquia de Ambatillo del canton Ambato en el primer trimestre del año 2013. *Universidad Tecnica de Ambato*. [En línea] 2014. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.]
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20867/1/T2794i.pdf>.

CORDOVA, M. Formulación y evaluación de proyectos. [En línea] 2006. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.]

CORPEI-CICO. Corporacion de Promocion de Exportaciones e Inversiones . *Centro de Información e Inteligencia Comercial*. [En línea] 2009. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.]
<https://www.pucesi.edu.ec/pdf/uvilla.pdf>.

COTERA, E. Estudio tecnico . *Universidad Autonoma del Estado de Mexico* . [En línea] Septiembre de 2018. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.]
https://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/103125/secme-31_1.pdf?sequence=1.

COCA, A. *La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones*. p 28, Cochabamba : Perspectivas, 2011. ISSN.

DONOSO, S. Exportaciones no petroleras, pilar de la economía ecuatoriana durante la emergencia sanitaria. *Secretaría General de Comunicación de la Presidencia*. [En línea] 16 de Septiembre de 2020. [Citado el: 02 de Junio de 2022.]
<https://www.comunicacion.gob.ec/exportaciones-no-petroleras-pilar-de-la-economia-ecuatoriana-durante-la-emergencia-sanitaria/>.

VALENZUELA, A. Santiago de Chile : Revista chilena de nutrición, 2004 , Vol. 31. ISSN.

EL AGRO. *Agricultores le apuestan al cultivo de fresa. Ecuador*. 2012, Revista El Agro

EL TELÉGRAFO. Impulso al sector agricola. *eltelegrafo.com.ec*. [En línea] 27 de Marzo de 2021. [Citado el: 02 de Junio de 2022.]
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/pib-sector-agropecuario-ecuador>.

ESTRELLA, S. *Medidas de Tendencia Central en la enseñanza básica Chile*. p 1, s.l. : Revista Chilena de Educación Matemática (RECHIEM), 2008, Vol. 4.

FEIJOO, I; et al. *Marketing aplicado al sector empresarial*. p 1, Machala : UTMACH, 2018, Vol. I.

FERRER, O & HEARTLINE, M. Estrategia de marketing. [En línea] 2012. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.]
https://www.academia.edu/8061073/Estrategia_Marketing_Ferrel_Hartline_2012_.

GOMEZ, L. CETCA la hora del téngles tiene sello ecuatoriano. *Revista Lideres* . [En línea] 2013. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.]

GÓMEZ, S. Plan de negocios para la creación de una empresa productora y exportadora de vegetales deshidratados en Quito- Ecuador . *Universidad Internacional SEK* . [En línea] Agosto de 2021 . [Citado el: 02 de Junio de 2022.]
<https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/4506/1/G%C3%93MEZ%20SEBASTIAN.pdf>.

GUSMÁN, David & CIFUENTES, Tatiana. *Contabilidad financiera*. Bogotá : s.n., 2005.

GUTIÉRREZ, G. La competencia empresarial y su aplicabilidad . *Universidad Politecnica Salesiana Sede Quito* . [En línea] 2013 . [Citado el: 18 de Marzo de 2022.]
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11038/1/La%20competencia%20empresarial%20y%20su%20aplicabilidad.pdf>.

HILACA, D. Diseño de un plan estratégico para exportar uvilla ecuatoriana a la Unión Europea. *Universidad de Guayaquil*. [En línea] 2017. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.]
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/21680>.

INEC . Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo anual 2021 . *Boletín Técnico N° 5- 2022 ENEMDU* . [En línea] 25 de Febrero de 2022. [Citado el: 25 de Junio de 2022.]
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Anual-2021/Bolet%C3%ADn%20t%C3%A9cnico%20anual%20enero-diciembre%202021.pdf>.

INEC. Agendas Zonales . *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo* . [En línea] 2017.
<https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/06/Agenda-Coordinaci%C3%B3n-Zonal-Z3-2017-2021.pdf>.

INEC Instituto Nacional de Estadística y Censos. [En línea] 06 de 05 de 2022. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-publica-las-cifras-de-inflacion-de-abril-2022/>.

INSTITUTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGIA AGRICOLA. Experiencias iniciales en secamiento de manzana por energía . [En línea] 2019. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_2244.pdf.

JACOME, R; et al. El cultivo de mora en el Ecuador. Capítulo 2. Caracterización del sistema de producción, zonas de producción y tipificación de productores del Ecuador. *INIAP. Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias*. [En línea] 2016. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] <https://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/4052/1/iniapscCD104p27.pdf>.

JIMENÉZ, C & SUÁREZ, M. Investigación de campo como estrategia metodológica para la resolución de problemas pag. 1. *Universidad Dr. José Gregorio Hernández*. [En línea] 26 de Julio de 2014. [Citado el: 17 de Mayo de 2022.] <http://ujgh.edu.ve/wp-content/uploads/2021/03/IJIP-27.pdf>. ISBN 978-980-7437-06-6.

MAGAP. Zonificación Agroecológica Económica del Cultivo de Uvilla En el Ecuador Continental. *MAGAP* . [En línea] 2017 . [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] <https://www.fliphtml5.com/ijia/qnhl/basic>.

MARÍN, E; et al. *La rehidratación de alimentos deshidratados p 3*. Santiago de Chile : Revista Chilena de Nutrición , 2006, Vol. 33.

MARTÍN, J. Estudia tu entorno con PEST-EL. *Martín, Productor, & CEREM - International Business School*. [En línea] 01 de Junio de 2019. [Citado el: 06 de Junio de 2022.] <https://www.cerem.es/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA. Ministerio de Agricultura y Ganadería. [En línea] 2022. <https://www.agricultura.gob.ec/en-la-sierra-centro-mejoran-produccion-de-mora/>.

MORENO, C; et al. *El sector hortofrutícola de Ecuador: Principales características socio-productivas de la red agroalimentaria de la uvilla (Physalis peruviana)*. p 1, Ambato : Ciencia y Agricultura, 2019, Vol. 16.

MOYA, P. Estudio de mercados . *Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia*. [En línea] 2015 . [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/4031/1/2867.pdf>.

NUÑEZ, V. Estado del arte de la investigación en uchuva *Physalis peruviana* . *Coporation*

Colombiana de Investigacion Agropecuaria . [En línea] 2014 . [Citado el: 18 de Marzo de 2022.]
<https://repository.agrosavia.co/handle/20.500.12324/13137>.

OVIEDO, H & CAMPO, A. *Aproximación al uso del coeficiente alfa*. p 4, Bucaramanga.Colombia: Aproximación al uso del coeficiente alfa, 2005, Vol. 34.

PILAMUNGA, C; et al. Evaluacion nutricional de la uvilla (*Physalis peruviana L.*) deshidratada a tres temperaturas mediante un deshidratador de bandejas . *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. [En línea] 2014 . [Citado el: 18 de Marzo de 2022.]
<http://ceaa.espoch.edu.ec:8080/revista.perfiles/Articuloshtml/Perfiles08Art8/Perfiles08Art8.xhtml>.

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO CANTONAL. Alcaldía de Riobamba. [En línea] 2020.
http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento_institucional/savia/PDF/Cant%C3%B3n%20de%20Riobamba.pdf.

PONCE, Oswaldo; et al. INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS. [En línea] 08 de 2019.
<https://books.google.com.ec/books?id=E46sDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+son+los+estados+financieros+pdf&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjs3-jQiNT4AhW2ZTABHT23ALcQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q&f=false>.

POZO, Angel. [En línea] 11 de 2010. [Citado el: 17 de 06 de 2022.]
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4708/1/UPS-QT02317.pdf>.

PROECUADOR. Boletín de Inteligencia de Mercados Agosto- Septiembre. [En línea] 2016 . [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] https://issuu.com/pro-ecuador/docs/boletindic_eneh.

REYES, M; et al. *Efecto del consumo de Physalis peruviana L. (aguaymanto) sobre el perfil lipídico de pacientes con hipercolesterolemia*. Trujillo: Acta Médica Peruana, 2015. ISSN 1728-5917.

REYES, L & Carmona, F. *El consumo té y la salud: Características y propiedades benéficas de esta bebida milenaria*. La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio. pag 1 . *Universidad Simón Bolívar* . [En línea] 2020. [Citado el: 17 de Mayo de 2022.]
<https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6630/La%20investigaci%C3%B3n%20documental%20para%20la%20comprensi%C3%B3n%20ontol%C3%B3gica%20del%20objeto%20de%20estudio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

RIOS, M y DE LA CRUZ, R. Conocimiento Tradicional Y Plantas Utiles Del Ecuador:. [En línea] 2008. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.]

ROLDÁN Torres; et al. Plan de Negocio para la producción y comercialización de snacks elaborado de papas nativas de la asociación de productores agrícolas CONPAPA tungurahua "AGROPAPA" en el cantón Ambato. <https://1library.co/>. [En línea] 2019. <https://1library.co/document/qmj8m88q-produccion-comercializacion-elaborado-asociacion-productores-agricolas-tungurahua-agropapa.html>.

ROMÁN, Juan. *Estados financiero básicos*. Mexico : CANIEM, 2018.

RUIZ, L. Medidas de tendencia central . *Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo* . [En línea] 25 de Junio de 2020. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] l sector hortofrutícola de Ecuador: Principales características socio-productivas de la red agroalimentaria de la uvilla (*Physalis peruviana*).

SAMPIERI, R & BAPTISTA, L. Metodología de la investigación. . *Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias*. Mexico : McGraw Hill Education Sexta edición pag 7, 2014.

SECRETARIA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO. AGENDAS ZONALES-ZONA 3-CENTRO. [En línea] Abril de 2019. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/06/Agenda-Coordinaci%C3%B3n-Zonal-Z3-2017-2021.pdf>.

TENE, M. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa industrializador de balanceados en la parroquia de cebadas . *Escuela Superior Politecnica de Chimborazo* . [En línea] 2016 . [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/5789/1/27T0302.pdf>.

VÁSCONEZ, L. Las importaciones de Ecuador cayeron 10% en enero del 2021; la industria compró menos maquinaria e insumos. *elcomercio.com*. [En línea] 16 de Marzo de 2021. [Citado el: 02 de Junio de 2022.] <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/importaciones-ecuador-reduccion-industria-exportaciones.html#:~:text=2021%2022%3A01-,%20Las%20importaciones%20de%20Ecuador%20cayeron%2010%25%20en%20enero%20del%202021,compr%C3%B3%20menos%20maquinaria%20e%20insum>.

VILLA, L y LOGROÑO, L. Viabilidad de un modelo de negocio de una comercializadora de té chai latte en el Valle de Aburra. *Universidad EIA*. [En línea] 2018. [Citado el: 03 de Junio de

2022.] <https://repository.eia.edu.co/handle/11190/2205>.

YUMBULEMA, K. Plan de negocio para la creación de una empresa productora y exportadora de frutas (piña y frutilla) deshidratadas artesanalmente des Ambato . *Universidad Internacional SEK* . [En línea] Febrero de 2021 . [Citado el: 02 de Junio de 2022.] <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/4226/1/YUMBULEMA%20YUMBULEMA%20KLEVER%20DANILO.pdf>.



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DE ANÁLISIS DE MERCADO

ENCUESTA ANÁLISIS DE MERCADO

Reciba un cordial saludo de quien le realiza esta encuesta, el motivo de la presente es recabar información para realizar una investigación de mercado con el fin de introducir al mercado un Té a base de frutas deshidratadas mora, fresa y uvilla producidas en la zona 3 del Ecuador.

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

Sexo: Femenino _____ Masculino _____

Edad:

10 a 19 años

20 a 29 años

30 a 39 años

40 a 49 años

50 a 59 años

60 en adelante

Ingresos mensuales:

Menos de 500

500 – 1000 dólares

1001 – 1500 dólares

1501 – 2000 dólares

Más de 2000 dólares

1. ¿Cuántas veces a la semana consume Té o Infusiones?

Diario Semanalmente Mensualmente Nunca

2. ¿Cuál es el motivo de su consumo?

Nutrición Salud Hábito Costumbre

3. ¿Cuáles son las variables que toma en consideración al momento de comprar un Té o Infusión? (Marque tres)

Precio Calidad Presentación Sabor Marca Reconocida

4. ¿Consume usted mora, fresa, uvilla?

Mucho Poco Nada

5. ¿Consumiría usted un té a base de frutas deshidratadas tales como mora, fresa y uvilla?

SI NO TAL VEZ

6. ¿Qué marca es la que usted prefiere al momento de realizar su compra de Té o Infusiones?

Nature`s Heart



Ile



Sangay



HORNIMANS



Ninguna de ellas

7. ¿Qué empaque prefiere al momento de comprar Té o Infusiones?

Bolsa Stand Up



Papel Filtro de Nylon



8. ¿Cuál es la presentación ideal al momento de comprar el producto?

Caja de 10 sobres Caja de 20 sobres Caja de 25 sobres

9. ¿Dónde adquiere el Té o Infusiones?

Cadenas de supermercados Minimercados Tienda del barrio

10. ¿Por cuál medio le gustaría que se promocione el producto?

Instagram Facebook Tik Tok YouTube Televisión

Radio

11. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el Té o Infusiones de acuerdo a la cantidad?

Caja de 10 sobres (\$ 1,99)

Caja de 20 sobres (\$ 2,50)

Caja de 25 sobres (\$ 3,50)

ANEXO B: TABLA DE AMORTIZACIÓN

Monto	78177,08				
Interés	9,76%	0,16%	BanEcuador		
Plazo	60	meses	5	años	
Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota	Amortización
0	78177,08				
1	76935,62	78177,08	127,17	1368,63	1241,46
2	75692,14	76935,62	125,15	1368,63	1243,48
3	74446,64	75692,14	123,13	1368,63	1245,50
4	73199,11	74446,64	121,10	1368,63	1247,53
5	71949,55	73199,11	119,07	1368,63	1249,56
6	70697,96	71949,55	117,04	1368,63	1251,59
7	69444,33	70697,96	115,00	1368,63	1253,63
8	68188,67	69444,33	112,96	1368,63	1255,67
9	66930,96	68188,67	110,92	1368,63	1257,71
10	65671,21	66930,96	108,87	1368,63	1259,75
11	64409,40	65671,21	106,83	1368,63	1261,80
12	63145,55	64409,40	104,77	1368,63	1263,86
13	61879,64	63145,55	102,72	1368,63	1265,91
14	60611,67	61879,64	100,66	1368,63	1267,97
15	59341,63	60611,67	98,59	1368,63	1270,03
16	58069,54	59341,63	96,53	1368,63	1272,10
17	56795,37	58069,54	94,46	1368,63	1274,17
18	55519,13	56795,37	92,39	1368,63	1276,24
19	54240,81	55519,13	90,31	1368,63	1278,32
20	52960,41	54240,81	88,23	1368,63	1280,40
21	51677,93	52960,41	86,15	1368,63	1282,48
22	50393,37	51677,93	84,06	1368,63	1284,57
23	49106,71	50393,37	81,97	1368,63	1286,65
24	47817,97	49106,71	79,88	1368,63	1288,75
25	46527,12	47817,97	77,78	1368,63	1290,84
26	45234,18	46527,12	75,68	1368,63	1292,94
27	43939,13	45234,18	73,58	1368,63	1295,05
28	42641,98	43939,13	71,47	1368,63	1297,15
29	41342,71	42641,98	69,36	1368,63	1299,26
30	40041,34	41342,71	67,25	1368,63	1301,38
31	38737,84	40041,34	65,13	1368,63	1303,49
32	37432,23	38737,84	63,01	1368,63	1305,61
33	36124,49	37432,23	60,89	1368,63	1307,74
34	34814,62	36124,49	58,76	1368,63	1309,87
35	33502,63	34814,62	56,63	1368,63	1312,00
36	32188,50	33502,63	54,50	1368,63	1314,13

37	30872,23	32188,50	52,36	1368,63	1316,27
38	29553,82	30872,23	50,22	1368,63	1318,41
39	28233,27	29553,82	48,07	1368,63	1320,55
40	26910,56	28233,27	45,93	1368,63	1322,70
41	25585,71	26910,56	43,77	1368,63	1324,85
42	24258,70	25585,71	41,62	1368,63	1327,01
43	22929,53	24258,70	39,46	1368,63	1329,17
44	21598,20	22929,53	37,30	1368,63	1331,33
45	20264,71	21598,20	35,13	1368,63	1333,49
46	18929,05	20264,71	32,96	1368,63	1335,66
47	17591,21	18929,05	30,79	1368,63	1337,84
48	16251,20	17591,21	28,62	1368,63	1340,01
49	14909,00	16251,20	26,44	1368,63	1342,19
50	13564,63	14909,00	24,25	1368,63	1344,38
51	12218,06	13564,63	22,07	1368,63	1346,56
52	10869,31	12218,06	19,87	1368,63	1348,75
53	9518,36	10869,31	17,68	1368,63	1350,95
54	8165,22	9518,36	15,48	1368,63	1353,14
55	6809,87	8165,22	13,28	1368,63	1355,35
56	5452,32	6809,87	11,08	1368,63	1357,55
57	4092,56	5452,32	8,87	1368,63	1359,76
58	2730,59	4092,56	6,66	1368,63	1361,97
59	1366,41	2730,59	4,44	1368,63	1364,19
60	0,00	1366,41	2,22	1368,63	1366,41

ANEXO C: PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS, REQUISITOS

REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS										
C Ó D I G O	REQUISITOS	Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura actualizado (1 y 2)	Título del Técnico responsable del establecimiento (3)	Categorización otorgada por el MIPRO (1)	Métodos y procesos que se van a emplear para: materias primas, método de fabricación, envasado y material de envase, sistema de almacenamiento de producto Terminado (3)	Indicar el número de empleados por sexo y ubicación: administración, técnico, operarios (3)	Planos de la empresa con ubicación de equipos siguiendo el flujo del proceso (3)	Planos de la empresa a escala 1:50 con la distribución de áreas (3)	información referente al edificio (3)	Detalle de los productos a fabricarse (3)
	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Requisito verificado en línea	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito verificado en línea	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema
14.0	ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS									
14.1.11	ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN DE CACAO, CHOCOLATE Y PRODUCTOS DE CONFITERÍA		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.12	ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN DE MACARRONES, FIDEOS, PRODUCTOS FARMACÉUTICOS SINIÁBIOS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.13	ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN DE COMIDAS LISTAS Y EMPACADAS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.14	ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN DE ADITIVOS ALIMENTARIOS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.15	ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN DE OVOPRODUCTOS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.16	ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN DE OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS NO CONTEMPLADOS ANTERIORMENTE		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

1. Reglamento sustitutivo para otorgar Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario; Acuerdo ministerial N° 4712, Suplemento del Registro Oficial 202, 13-III-2014 y sus reformas Acuerdo 4907, Registro Oficial 294, 22-VII-2014 y Acuerdo 5004, Registro Oficial 317, 22-VIII-2014; 2. Emitir política de plazos de cumplimiento de Buenas Prácticas de Manufactura para plantas procesadoras de alimentos. Registro Oficial 839, 27 de noviembre de 2012. 3. Reglamento de Alimentos, Decreto 4114, Registro Oficial 984, 22-VII-1988)

ANEXO D: FORMULARIO PARA LA DE USO DE SUELO



Municipio de
Riobamba

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN RIOBAMBA
FORMULARIO DE INFORME DE COMPATIBILIDAD DE USOS DE SUELO - ICUS

Señor: _____
DIRECTOR DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL/ GESTIÓN DE PATRIMONIO

FORMULARIO N° _____ FRM-ICUS-020

Ciudad: _____ Fecha de Ingreso: / /

Reingreso: SI No
Renovación: SI No
Nro de Informe: _____

1. UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
Calle Principal	Intersección	Parroquia	Clave Catastral N°
Barrio o Parcelación	Manzana N°	Lote N°	Tenencia
			Propietario <input type="checkbox"/> Arrendatario <input type="checkbox"/>
DIBUJOS DE LA UBICACIÓN		FOTOGRAFÍAS DEL ESTABLECIMIENTO	
Referencia			
2.- DATOS DE LA ACTIVIDAD			
NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO		ACTIVIDAD ECONÓMICA SOLICITADA	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD			
3. DATOS DEL PROPIETARIO / REPRESENTANTE LEGAL DEL ESTABLECIMIENTO			
FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL		DATOS COMPLEMENTARIOS	
		Dirección actual	
		Teléfono (x)	
		Celular	
		E-mail	
Nombres completos			
Nro. Cédula/RUC			
4. REQUISITOS			
REQUISITOS GENERALES		REQUISITOS COMPLEMENTARIOS	
Copia de documento de identidad del propietario o representante legal del establecimiento		Copia del pago del Impuesto predial	
Copia del RUC o RISE		Informe favorable, acto administrativo o documento habilitante emitido por el ente competente, en caso de actividades condicionadas	
Pago de la Tasa Administrativa			
		Otras:	



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: 20 / 04 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres - Apellidos: Jessica Paulina Noriega Lasinquiza
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Ciencias Pecuarias
Carrera: Agroindustria
Título a optar: Ingeniera Agroindustrial
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz

0709-DBRA-UTP-2022