



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS PECUARIAS**  
**CARRERA AGROINDUSTRIA**

**“PLAN DE NEGOCIOS 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: MARYURI PATRICIA MOROCHO SOTO**

**Riobamba – Ecuador**

2022



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS PECUARIAS**  
**CARRERA AGROINDUSTRIA**

**“PLAN DE NEGOCIOS 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: MARYURI PATRICIA MOROCHO SOTO**

**DIRECTOR: Ing. LUIS FERNANDO ARBOLEDA ÁLVAREZ. PhD.**

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Maryuri Patricia Morocho Soto

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, Maryuri Patricia Morocho Soto, 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, 22 de julio del 2022



**Maryuri Patricia Morocho Soto**

**190081514-1**

**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, **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TÉ DE FRUTAS DESHIDRATADAS**, realizado por la señorita: **MARYURI PATRICIA MOROCHO SOTO**, 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.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Byron Fernando Castillo Parra Msc.  <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>		2022-11-29
Ing. Luis Fernando Arboleda Álvarez PhD  <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		2022-11-29
Ing. María Fernanda Miranda Salazar Msc.  <b>ASESORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		2022-11-29

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación va dedicado primeramente a Dios en quien siempre he creído y confié plenamente por ser mi guía y proveer de sabiduría y entendimiento. A mis padres que son mi motor y pilar fundamental por lo que nunca me di por vencida por su amor, comprensión, consejos que supieron darme y así poder cumplir mis sueños, y por su apoyo tanto económico como moral. A mis hermanos y hermanas que siempre han estado para mí por su amor al igual que sus consejos y aliento para lograr lo que algún día tuve dudas de que pasaría a mis sobrinos y abuelitos que hoy en día no los tengo, pero sé que desde arriba están felices por mí de que logre una meta de las muchas que debo cumplir, todo esto es por y para ustedes que son mi vida y que soy muy orgullosa de tenerlos en mi vida.

Maryuri

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primeramente a Dios, por darme fuerzas y siempre ser mi sostén en cada etapa de mi formación académica y así mismo por haberme permitido cumplir un objetivo más en mi vida profesional. A mis padres, Eduardo Morocho y Victoria Soto, por ser el pilar fundamental en mi vida, por su apoyo incondicional, por sus consejos, confianza que me brindaron siempre en cada decisión que tomé y siempre alentarme a que no decaiga y pueda cumplir mis sueños. A mis hermanos y hermanas que siempre supieron aconsejarme y alentarme a lo largo de mi vida universitaria y ser una mejor persona día a día y a mis abuelitos que forman parte de mi vida pero que actualmente no los tengo conmigo. Al Ing. Luis Fernando Arboleda, director de tesis quien me dio su apoyo y me guio desde el primer día en que empecé a realizar mi trabajo por 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.

Maryuri

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN .....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT .....	xix
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

1.	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
1.1.	Planteamiento del problema.....	2
1.2.	Limitaciones y delimitaciones .....	3
1.2.1.	<i>Limitaciones</i> .....	3
1.2.2.	<i>Delimitaciones</i> .....	3
1.3.	Problema general de la investigación .....	3
1.4.	Problemas específicos de investigación .....	3
1.5.	Objetivos .....	4
1.5.1.	<i>Objetivo General</i> .....	4
1.5.2.	<i>Objetivos Específicos</i> .....	4
1.6.	Justificación .....	4
1.6.1.	<i>Justificación teórica</i> .....	4
1.6.2.	<i>Justificación Metodológica</i> .....	4
1.6.3.	<i>Justificación práctica</i> .....	5

### CAPÍTULO II

2.	MARCO TEÓRICO .....	6
2.1.	Antecedentes investigativos .....	6
2.2.	Marco teórico referencial .....	7
2.2.1.	<i>Naranja</i> .....	7
2.2.1.1.	<i>Descripción del fruto de la naranja</i> .....	7
2.2.1.2.	<i>Composición nutricional de la naranja</i> .....	7
2.2.2.	<i>Kiwi</i> .....	8
2.2.2.1.	<i>Descripción del fruto del kiwi</i> .....	8
2.2.3.1.	<i>Composición nutricional del kiwi</i> .....	8
2.2.3.	<i>Deshidratación de la fruta</i> .....	8



2.2.3.1.	<i>Deshidratación de la naranjilla</i> .....	9
2.2.3.2.	<i>Deshidratación del kiwi</i> .....	9
2.2.3.3.	<i>Proceso de deshidratación</i> .....	9
2.2.4.	<b><i>Té - Infusiones</i></b> .....	11
2.2.4.1.	<i>Definición</i> .....	11
2.2.4.2.	<i>Proceso de obtención del Té – Infusión</i> .....	11
2.2.4.3.	<i>Beneficios del Té-Infusiones</i> .....	12
2.2.5.	<b><i>¿Qué es un plan de negocios?</i></b> .....	13
2.2.5.1.	<i>Para que sirve un plan de negocio</i> .....	13
2.2.5.2.	<i>Características de un plan de negocio</i> .....	13
2.2.6.	<b><i>Diagnóstico</i></b> .....	14
2.2.6.1.	<i>Análisis externo</i> .....	14
2.2.6.2.	<i>Análisis interno</i> .....	15
2.2.7.	<b><i>Análisis estratégico</i></b> .....	15
2.2.7.1.	<i>Análisis SWOT o FODA</i> .....	15
2.2.7.2.	<i>Matriz de factores internos (EFI)</i> .....	15
2.2.7.3.	<i>Matriz de factores externos (EFE)</i> .....	15
2.2.7.4.	<i>Filosofía corporativa</i> .....	15
2.2.7.5.	<i>Misión</i> .....	16
2.2.7.6.	<i>Visión</i> .....	16
2.2.7.7.	<i>Perfil de Mercado</i> .....	16
2.2.3.1.1.	<i>Segmento de mercado</i> .....	16
2.2.7.8.	<i>Marketing Mix</i> .....	16
2.2.7.9.	<i>Perfil Técnico</i> .....	17
2.2.7.10.	<i>Perfil Económico-Financiero</i> .....	18
2.2.8.	<b><i>Situación productiva de la zona 3</i></b> .....	19
2.2.8.1.	<i>Situación productiva de la naranjilla y kiwi</i> .....	19

### **CAPÍTULO III**

3.	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	21
3.1.	<b>Enfoque de la investigación</b> .....	21
3.1.1.	<i>Enfoque cualitativo</i> .....	21
3.1.2.	<i>Enfoque cuantitativo</i> .....	21
3.2.	<b>Nivel de análisis</b> .....	21
3.2.1.	<i>Método cualitativo</i> .....	21
3.2.2.	<i>Método cuantitativo</i> .....	22
3.2.3.	<i>Método descriptivo</i> .....	22

3.3.	<b>Diseño de la investigación</b> .....	22
3.4.	<b>Tipo de estudio</b> .....	22
3.4.1.	<i>Método de investigación de campo</i> .....	22
3.4.2.	<i>Método bibliográfico-documental</i> .....	22
3.5.	<b>Técnicas e instrumentos de investigación.</b> .....	23
3.5.1.	<i>Encuestas</i> .....	23
3.5.2.	<i>Población y muestra</i> .....	23
3.5.2.1.	<i>Población</i> .....	23
3.5.2.2.	<i>Muestra</i> .....	23
3.6.	<b>Mediciones experimentales</b> .....	24
3.6.1.	<i>Diagnóstico</i> .....	24
3.6.2.	<i>Perfil del Mercado</i> .....	24
3.6.3.	<i>Perfil Técnico</i> .....	24
3.6.4.	<i>Perfil Económico Financiero</i> .....	25
3.6.5.	<i>Técnicas estadísticas</i> .....	25
3.6.6.	<i>Esquema de la investigación</i> .....	25

#### CAPITULO IV

4.	<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	26
4.1.	<b>Diagnóstico</b> .....	26
4.1.1.	<i>Análisis del entorno</i> .....	26
4.1.1.1.	<i>Macro entorno</i> .....	26
4.1.1.2.	<i>Micro entorno</i> .....	29
4.2.	<b>Análisis estratégico</b> .....	31
4.2.1.	<i>Análisis SWOT</i> .....	31
4.3.	<b>Perfil del mercado</b> .....	32
4.3.1.	<i>Marco de análisis e interpretación de resultados</i> .....	32
4.4.	<b>Análisis de la demanda</b> .....	47
4.4.1.	<i>Demanda histórica</i> .....	47
4.4.2.	<i>Demanda proyectada diaria</i> .....	47
4.5.	<b>Análisis de la oferta</b> .....	49
4.5.1.	<i>Oferta histórica</i> .....	49
4.5.2.	<i>Oferta proyectada</i> .....	49
4.6.	<b>Demanda insatisfecha</b> .....	50
4.7.	<b>Mercado objetivo</b> .....	51
4.8.	<b>Marketing mix</b> .....	52

4.8.1.	<i>Producto</i> .....	52
4.8.2.	<i>Precio</i> .....	52
4.8.3.	<i>Plaza</i> .....	52
4.8.4.	<i>Promoción</i> .....	53
4.9.	<b>Cobertura geográfica del plan de negocio</b> .....	53
4.9.1.	<i>Tamaño del proyecto</i> .....	53
4.9.2.	<i>Ponderación</i> .....	53
4.9.3.	<i>Macro localización</i> .....	54
4.9.4.	<i>Micro localización</i> .....	55
4.10.	<b>Ingeniería del proyecto</b> .....	56
4.10.1.	<i>Descripción técnica del proceso productivo</i> .....	56
4.10.1.1.	<i>Recepción de la materia prima:</i> .....	56
4.10.1.2.	<i>Control de calidad</i> .....	56
4.10.1.3.	<i>Lavado</i> .....	56
4.10.1.4.	<i>Troceado</i> .....	56
4.10.1.5.	<i>Alimentación</i> .....	56
4.10.1.6.	<i>Deshidratación</i> .....	57
4.10.1.7.	<i>Molido</i> .....	57
4.10.1.8.	<i>Pesado</i> .....	57
4.10.1.9.	<i>Empacado</i> .....	57
4.10.1.10.	<i>Sellado</i> .....	57
4.10.1.11.	<i>Etiquetado</i> .....	57
4.10.1.12.	<i>Almacenado</i> .....	57
4.10.2.	<b>Balances</b> .....	58
4.10.2.1.	<i>Ecuaciones del balance de masa</i> .....	58
4.10.3.	<b>Diagramas</b> .....	60
4.10.3.1.	<i>Flujograma de procesos</i> .....	60
4.10.3.2.	<i>Diagrama de procesos</i> .....	61
4.10.3.3.	<i>Diagrama de balance de masas</i> .....	61
4.10.3.4.	<i>Diagrama de operaciones</i> .....	61
4.10.3.	<b>Requerimientos del proyecto</b> .....	62
4.10.3.1.	<i>Distribución de la planta</i> .....	62
4.11.	<b>Propuesta administrativa</b> .....	66
4.11.1.	<i>Servicio de rentas internas</i> .....	67
4.11.1.1.	<i>Requisitos para el trámite presencial</i> .....	67
4.11.1.2.	<i>Requisitos para el trámite en línea:</i> .....	67
4.11.1.3.	<i>Requisitos Especiales:</i> .....	68

4.11.2.	<i>Superintendencias de compañías, valores y seguros</i> .....	68
4.11.2.1.	<i>Requisitos obligatorios</i> .....	69
4.11.2.2.	<i>Trámite</i> .....	69
4.11.3.	<i>Permiso de uso de suelo en el Municipio de Riobamba</i> .....	70
4.11.4.	<i>Permiso de funcionamiento por parte del cuerpo de bomberos</i> .....	70
4.11.5.	<i>Permiso de funcionamiento por el ARCSA</i> .....	70
4.11.5.1.	<i>Requisitos</i> .....	70
4.11.5.2.	<i>Trámite</i> .....	70
4.11.6.	<i>Patente municipal otorgado por el Municipio de Riobamba</i> .....	71
4.11.7.	<i>Permiso de manipulación de alimentos otorgado por el Ministerio de Salud</i> .....	71
4.12.	<b>Razón Social</b> .....	72
4.13.	<b>Logotipo</b> .....	72
4.14.	<b>Direccionamiento estratégico</b> .....	73
4.14.1.	<i>Misión</i> .....	73
4.14.2.	<i>Visión</i> .....	73
4.14.3.	<i>Valores corporativos</i> .....	73
4.14.4.	<i>Estructura organizacional</i> .....	73
4.14.4.1.	<i>Descripción de funciones</i> .....	74
4.14.5.	<i>Rol de pagos</i> .....	75
4.15.	<b>Estudio financiero</b> .....	75
4.15.1.	<i>Inversión</i> .....	76
4.15.1.1.	<i>Inversión fija</i> .....	76
4.15.1.2.	<i>Inversión diferida</i> .....	76
4.15.2.	<i>Capital de trabajo</i> .....	77
4.15.3.	<i>Inversión inicial</i> .....	78
4.15.3.1.	<i>Estructura del capital</i> .....	78
4.15.3.2.	<i>Precio de venta</i> .....	80
4.15.3.3.	<i>Punto de equilibrio</i> .....	80
4.15.4.	<i>Presupuesto de egresos e ingresos</i> .....	81
4.15.4.1.	<i>Egresos</i> .....	81
4.15.4.2.	<i>Ingresos</i> .....	83
4.15.5.	<i>Estados financieros</i> .....	84
4.15.5.1.	<i>Flujo de efectivo</i> .....	84
4.15.5.2.	<i>Estado de resultados</i> .....	84
4.15.5.3.	<i>Balance General</i> .....	84
4.15.6.	<i>Evaluación financiera</i> .....	87
4.15.6.1.	<i>Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)</i> .....	87

<b>4.15.6.2.</b>	<i>Valor actual neto</i> .....	87
<b>4.15.6.3.</b>	<i>Tasa Interna de Retorno</i> .....	88
<b>4.15.6.4.</b>	<i>Relación Beneficio/Costo</i> .....	88
<b>4.15.6.5.</b>	<i>Periodo de recuperación de la inversión</i> .....	89
<b>CONCLUSIONES</b> .....		90
<b>RECOMENDACIONES</b> .....		91
<b>GLOSARIO</b>		
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>		
<b>ANEXOS</b>		

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2:</b>	Composición nutricional de la naranjilla.....	7
<b>Tabla 2-2:</b>	Composición nutricional del kiwi.....	8
<b>Tabla 3-2:</b>	Temperatura recomendada para deshidratar diferentes tipos de productos.....	9
<b>Tabla 1-4:</b>	Competidores en el mercado .....	30
<b>Tabla 2-4:</b>	Análisis Swot.....	31
<b>Tabla 3-4:</b>	Género de las personas encuestadas .....	32
<b>Tabla 4-4:</b>	Edad de las personas encuestadas.....	33
<b>Tabla 5-4:</b>	Ingresos mensuales de la población encuestada .....	34
<b>Tabla 6-4:</b>	Frecuencia en el consumo de Té o infusiones .....	35
<b>Tabla 7-4:</b>	Motivo del consumo de Té o infusiones a base de frutas deshidratadas .....	36
<b>Tabla 8-4:</b>	Variables de consideración al momento de comprar un Té o infusión.....	37
<b>Tabla 9-4:</b>	Consumo de Kiwi y Naranjilla.....	38
<b>Tabla 10-4:</b>	Preferencia en consumo de té a base de frutas deshidratadas.....	39
<b>Tabla 11-4:</b>	Preferencia de marca en compra de Té o infusiones .....	40
<b>Tabla 12-4:</b>	Preferencia de empaque en compra de Te o infusiones.....	41
<b>Tabla 13-4:</b>	Presentación para compra de Te o infusiones .....	42
<b>Tabla 14-4:</b>	Cantidad de cajas que estarían dispuestas a comprar las personas .....	43
<b>Tabla 15-4:</b>	Lugar donde se adquiere el té o infusión.....	44
<b>Tabla 16-4:</b>	Medios de comunicación para la promoción de productos .....	45
<b>Tabla 17-4:</b>	Pago por el Té o Infusiones de acuerdo a la cantidad ofrecida .....	46
<b>Tabla 18-4:</b>	Demanda histórica diaria .....	47
<b>Tabla 19-4:</b>	Demanda histórica anual .....	47
<b>Tabla 20-4:</b>	Demanda proyectada diaria .....	48
<b>Tabla 21-4:</b>	Demanda proyectada anual.....	48
<b>Tabla 22-4:</b>	Oferta histórica diaria .....	49
<b>Tabla 23-4:</b>	Oferta histórica anual .....	49
<b>Tabla 24-4:</b>	Oferta proyectada diaria .....	49
<b>Tabla 25-4:</b>	Oferta proyectada anual.....	50
<b>Tabla 26-4:</b>	Demanda insatisfecha .....	51
<b>Tabla 27-4:</b>	Producción de fruta fresca .....	51
<b>Tabla 28-4:</b>	Mercado Objetivo.....	51
<b>Tabla 29-4:</b>	Mercado objetivo proyectado a 5 años .....	52
<b>Tabla 30-4:</b>	Ponderación .....	54
<b>Tabla 31-4:</b>	Límites de la ciudad de Riobamba .....	54

<b>Tabla 32-4:</b>	Resumen balance de masa .....	59
<b>Tabla 33-4:</b>	Terreno y edificio .....	64
<b>Tabla 34-4:</b>	Muebles y enseres.....	64
<b>Tabla 35-4:</b>	Maquinaria y equipo.....	64
<b>Tabla 36-4:</b>	Equipo de cómputo.....	64
<b>Tabla 37-4:</b>	Equipos y útiles de oficina .....	64
<b>Tabla 38-4:</b>	Vehículo .....	65
<b>Tabla 39-4:</b>	Mano de obra directa.....	65
<b>Tabla 40-4:</b>	Mano de obra indirecta.....	65
<b>Tabla 41-4:</b>	Materia prima .....	65
<b>Tabla 42-4:</b>	Servicios básicos .....	65
<b>Tabla 43-4:</b>	Suministros de limpieza .....	66
<b>Tabla 44-4:</b>	Gastos de constitución.....	66
<b>Tabla 45-4:</b>	Gastos de ventas .....	66
<b>Tabla 46-4:</b>	Rol de pago de mano de obra directa .....	75
<b>Tabla 47-4:</b>	Rol de pago nómina Administrativa.....	75
<b>Tabla 48-4:</b>	Inversión fija.....	76
<b>Tabla 49-4:</b>	Inversión diferida.....	76
<b>Tabla 50-4:</b>	Inversión en capital de trabajo.....	77
<b>Tabla 51-4:</b>	Costos de producción .....	77
<b>Tabla 52-4:</b>	Costos indirectos de fabricación.....	77
<b>Tabla 53-4:</b>	Gastos de administración.....	78
<b>Tabla 54-4:</b>	Gastos de ventas .....	78
<b>Tabla 55-4:</b>	Inversión inicial .....	78
<b>Tabla 56-4:</b>	Estructura de capital .....	78
<b>Tabla 57-4:</b>	Amortización para los 5 años (en dólares) .....	79
<b>Tabla 58-4:</b>	Resumen de la Amortización.....	80
<b>Tabla 59-4:</b>	Análisis de costos Totales .....	81
<b>Tabla 60-4:</b>	Análisis precio de venta y costo unitario.....	81
<b>Tabla 61-4:</b>	Costos Operacionales .....	82
<b>Tabla 62-4:</b>	Gastos Administrativos .....	82
<b>Tabla 63-4:</b>	Gastos no operacionales .....	82
<b>Tabla 64-4:</b>	Costo de materia prima proyectada a 5 años .....	82
<b>Tabla 65-4:</b>	Costos indirectos de fabricación.....	83
<b>Tabla 66-4:</b>	Gastos administrativos.....	83
<b>Tabla 67-4:</b>	Gastos de ventas .....	83
<b>Tabla 68-4:</b>	Gastos financieros .....	83

<b>Tabla 69-4:</b>	Ingresos .....	84
<b>Tabla 70-4:</b>	Flujo de efectivo .....	84
<b>Tabla 71-4:</b>	Estado de resultados .....	85
<b>Tabla 72-4:</b>	Balance General.....	86
<b>Tabla 73-4:</b>	Tasa mínima aceptable de rendimiento .....	87
<b>Tabla 74-4:</b>	TMAR Global.....	87
<b>Tabla 75-4:</b>	Valor actual neto.....	88
<b>Tabla 76-4:</b>	Relación Beneficio/Costo .....	89
<b>Tabla 77-4:</b>	Periodo de recuperación del capital.....	89



## ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

<b>Ilustración 1-2:</b>	Diagrama de flujo de Deshidratación de frutas.....	11
<b>Ilustración 2-2:</b>	Diagrama de flujo de Elaboración de Té .....	12
<b>Ilustración 1-4:</b>	Inflación al 2022 .....	27
<b>Ilustración 2-4:</b>	PIB del Ecuador .....	27
<b>Ilustración 3-4:</b>	Género de las personas encuestadas .....	32
<b>Ilustración 4-4:</b>	Edad de las personas encuestadas .....	33
<b>Ilustración 5-4:</b>	Ingresos mensuales de las personas encuestadas .....	34
<b>Ilustración 6-4:</b>	Frecuencia en el consumo de Té o infusiones.....	35
<b>Ilustración 7-4:</b>	Motivo del consumo de Té o infusiones a base de frutas deshidratadas....	36
<b>Ilustración 8-4:</b>	Variables de consideración al momento de comprar un Té o infusión .....	37
<b>Ilustración 9-4:</b>	Consumo de Kiwi y naranjilla .....	38
<b>Ilustración 10-4:</b>	Preferencia en consumo de té a base de frutas deshidratadas .....	39
<b>Ilustración 11-4:</b>	Preferencia de marca en compra de Té o infusiones.....	40
<b>Ilustración 12-4:</b>	Preferencia de empaque en compra de Té o infusiones .....	41
<b>Ilustración 13-4:</b>	Presentación para compra de Te o infusiones .....	42
<b>Ilustración 14-4:</b>	Cantidad de cajas que estarían dispuestas a comprar las personas .....	43
<b>Ilustración 15-4:</b>	Lugar donde se adquiere el té o infusión .....	44
<b>Ilustración 16-4:</b>	Medios de comunicación para la promoción de productos.....	45
<b>Ilustración 17-4:</b>	Pago por el Té o Infusiones de acuerdo al peso.....	46
<b>Ilustración 18-4:</b>	Demanda proyectada.....	48
<b>Ilustración 19-4:</b>	Oferta proyectada.....	50
<b>Ilustración 20-4:</b>	Macrolocalización.....	55
<b>Ilustración 21-4:</b>	Micro localización .....	55
<b>Ilustración 22-4:</b>	Balance de Masas.....	58
<b>Ilustración 23-4:</b>	Flujograma de proceso.....	60
<b>Ilustración 24-4:</b>	Diagrama de proceso.....	61
<b>Ilustración 25-4:</b>	Diagrama de balance de masas .....	61
<b>Ilustración 26-4:</b>	Diagrama de operaciones.....	61
<b>Ilustración 27-4:</b>	Planta procesadora .....	62
<b>Ilustración 28-4:</b>	Requisitos para el permiso de establecimiento de alimentos.....	71
<b>Ilustración 29-4:</b>	Logotipo de la empresa.....	72
<b>Ilustración 30-4:</b>	Estructura organizacional.....	73

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A: ENCUESTA ANÁLISIS DE MERCADO**

## RESUMEN

El objetivo de la investigación fue elaborar un plan de negocios para una planta procesadora de té con frutas deshidratadas de naranjilla (*Solanum Quitoense*) y kiwi (*Actinidina Deliciosa*). La metodología implementada tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo, además de un nivel de investigación descriptivo, de campo, bibliográfico y documental. 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 un empresa de té a base de fruta deshidratada como lo fue la naranjilla y kiwi que son frutos de fácil acceso en la provincia, a su vez se desarrolló una investigación de mercado que permitió desarrollar todas las características que un alimento debe de cumplir en la etapa comercial, como lo es el producto, precio, plaza y promoción adecuado para el mercado objetivo, gracias a estos se elaboró el estudio financiero en donde se obtuvo indicadores financieros que verificaron la capacidad económica del proyecto y su factibilidad frente al mercado laboral destinado ayudar a todas las familias inmiscuidas en la producción sustentable de estas frutas. Mediante la metodología se determinó una tasa mínima de rendimiento aceptable de 12.48 % con un Valor Actual Neto de \$873.200.06, una Tasa Interna de Retorno del 40% y una relación Beneficio/costo de \$1.10 que indica por cada dólar invertido se obtiene \$0.10 de utilidad durante un periodo de 2 años, 11 meses y 11 días de proyecto. Se concluye que una empresa dedicada a la producción de tes de kiwi y naranjilla es factible, recomendando que se investigue otros frutos característicos de la zona de Chimborazo.

**Palabras claves:** <INNOVACIÓN>, <INDICADORES FINANCIEROS>, <PLAN DE NEGOCIOS >, <ESTUDIO DE MERCADO>, <NARANJILLA (*Solanum Quitoense*)>, <KIWI (*Actinidina Deliciosa*)>




0740-DBRA-UTP-2023

## ABSTRACT

The objective of the research was to develop a business plan for a tea processing plant with dehydrated fruits of naranjilla (*Solanum quitoense*) and kiwi (*Actinidina deliciosa*). The methodology implemented had a qualitative and quantitative approach, in addition to a level of descriptive, field, bibliographic and documentary research. For the research project tools such as PESTEL (political, economic, social, technological, environmental and legal factors) were used. They provided information about the macro environment and micro environment for the start-up of a tea company based on dehydrated fruit such as naranjilla and kiwi fruit that are easily accessible fruits in the province. At the same time, a market research was developed that allowed to develop all the characteristics that a food must meet in the commercial stage, such as the product, price, place and promotion suitable for the target market. Thanks to these, the financial study was elaborated where financial indicators were obtained that verified the economic capacity of the project and its feasibility in the labor market aimed at helping all families involved in the sustainable production of these fruits. Through the methodology, a minimum acceptable rate of return of 12.48% was determined with a Net Present Value of \$873,200.08 an Internal Rate of Return of 40% and a Benefit / cost ratio of \$ 1.10 that indicates for each dollar invested \$0.10 of profit is obtained during a period of 2 years, 11 months and 11 days of project. It is concluded that a company dedicated to the production of kiwi and naranjilla tea is feasible, recommending that other characteristic fruits of Chimborazo area be investigated.

**Keywords:** <INNOVATION>, <FINANCIAL INDICATORS>, <BUSINESS PLAN>, < MARKET STUDY>, < NARANJILLA (*Solanum Quitoense*) >, < KIWI (*Actinidina Deliciosa*)>

0740-DBRA-UTP-2023

  
Mgs. Deysi Lucia Damián Tixi  
C.I. 0602960221

## INTRODUCCIÓN

Actualmente Ecuador es un país reconocido por poseer beneficios por su ubicación geográfica y su clima, ya que estas facilitan la producción de frutas y hortalizas no tradicionales, se presenta de que si la producción se hace adoptando los principios sustentables se facilitarían su comercialización en el mercado, no tan solo en mercados nacionales, si no que se podría introducir en los mercados internacionales (Chiquito et al, 2018: p. 1).

La conservación de los alimentos es muy importante ya que nos va a permitir alargar la vida útil de las frutas y así mismo con ello poder tener acceso a mercados más distantes o alejados, es por ello por lo que se ha considerado las frutas como es el caso de la naranjilla y kiwi ya que tienden a dañarse fácilmente por diversos factores, para poder deshidratarlos ya que como se conoce la deshidratación es una técnica que se utiliza comúnmente para su conservación (López, 2019, p.1). Se puede decir que los deshidratados de frutas son trozos de frutas frescas que se les extrae su contenido de agua, preservando los beneficios nutricionales de la fruta natural (Gudiño, 2017, p. 1).

La administración de los negocios poco a poco va evolucionando, es por ello por lo que muchas empresas buscan generar ideas innovadoras no solo buscar utilidades económicas, sino también en la generación de valor agregado, de tal modo que sean sostenibles en el tiempo. Por lo tanto, toda empresa u organización deben determinar estrategias que permitan diferencias su competencia en el mercado (Plan de Negocios para Emprendimiento de los Actores y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria , 2020, p. 15).

Como menciona (López, 2019, p. 1) en la mayoría de las empresas el uso de un plan de negocios es una herramienta clave la cuál sirve para establecer el éxito de la inversión que se va a llevar a cabo para implementar un negocio o así mismo para la expansión una empresa ya existente; la inversión a realizarse se debe garantizar el conocimiento de los resultados a obtener; es decir si va a existir beneficio o pérdida al momento de aplicar un plan de negocios.

Hoy por hoy se ha ido notando progresivamente interés por el consumo de té e infusiones, ya que este ligado relativamente a la parte de salud y una mejor calidad de vida, lo que ha dado lugar a la diversificación de estos mismos en el mercado tanto nacional como internacional. Además, en los últimos años la demanda de té e infusiones ha crecido y se ha diversificado a tal punto de que el producto se adapte y poder abrir lugar en varios mercados, siempre y cuando innovando con nuevos sabores y presentaciones fáciles de comercialización (Espinel, 2016, pp. 4-5).

# CAPÍTULO I

## 1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad el 30% de todas las frutas y verduras cultivadas en el mundo se venden como productos procesados, mercado que también presenta una creciente de un 8% entre el año 2015 y 2019, con un valor de mercado estimado de 63.667 millones de dólares. Productos que involucran una mayor tecnología y van a mercados especializados, como son los snacks, barras de frutas etc. Al final el mercado de frutas se ve afectado ya que pueden llegar a tener un mal manejo de estos productos, es decir la parte de la trazabilidad en la cadena de suministro, aumento de la vida útil y empaques sostenibles (Orrego et al., 2020, p. 8).

En el Ecuador se cultivan y comercializan diferentes variedades de naranjilla por lo tanto constituye la base de la economía de un importante sector productivo del país. En la región amazónica se encuentra el 93% de la producción de naranjilla principalmente en las provincias de Napo, Pastaza, Morocho Santiago, el restante se cultiva en la parte oriental y occidental de la sierra. Se observa que el rendimiento promedio de 3,56 t/ha es bajo, debido a la incidencia de plagas y a un manejo inadecuado. El cultivo de esta fruta tiene alta importancia tanto a nivel nacional como internacional, debido a las propiedades nutritivas tanto de olor como de color que la convierten en una fruta perfecta para la agroindustria, pues permite la elaboración de conservas, snacks, etc (Castro et al, 2019, p. 3). El kiwi como fruta fresca, destaca por el aroma; sabor dulce ligeramente ácido; aporta vitamina A y C, además es considerado como un producto no tradicional, ya que son frutas que en los últimos años se han venido incorporando en los mercados internacionales, como menciona (Verdugo & Díaz, 2017, p. 85) para el período 2001 - 2017, los productos no tradicionales crecieron en promedio 9,2% en exportaciones. Además, se puede decir que en el país no existe un producto como té de fruta deshidratadas a base de kiwi así mismo no se aprovechan estas frutas dándoles un valor agregado ya que solo se encargan de exportar a otros países como fruta madura.

Mientras que en la industria de las frutas deshidratadas día a día han ganado comensales ya que su valor nutritivo y su sabor son dos características que sobre salen de estas frutas deshidratadas y secas, aunque aún la producción se reduce a productores pequeños y medianos a escala nacional, se conoce que se registran 15 empresas que se dedican a la producción de frutas deshidratadas puesto que se encargan de abastecer en el mercado nacional, en autoservicios, supermercados y tiendas (Heredia, 2016, p. 5), sin embargo estas empresas se encargan de deshidratar frutas como:

manzana, pitahaya, ciruelas, piña etc. aun no se ve que produzcan deshidratados de frutas tanto de naranjilla y kiwi, puesto que se les puede dar un valor agregado o aprovechar estas frutas.

La industria de té o fusiones a partir de frutas tropicales es parte de la oferta innovadora, puesto que va teniendo un crecimiento superior de toda la categoría de alimentos, ya que personas que consumen estos productos tienen una inclinación por lo saludable, una tendencia que hoy en día la lleva sobre todo un público más joven que tienden a comparar y se han dado cuenta que hay bebidas que no aportan nada (Zumba, 2020, p. 12).

## **1.2. Limitaciones y delimitaciones**

### **1.2.1. Limitaciones**

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

### **1.2.2. Delimitaciones**

## **1.3. Problema general de la investigación**

¿Es factible generar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de un té a partir de frutas deshidratadas naranjilla y kiwi en la zona 3 del Ecuador?

## **1.4. Problemas específicos de investigación**

¿Cómo se encuentra la situación productiva de kiwi (*Actinidia deliciosa*) y naranjilla (*Solanum quitoense*) 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 a base de kiwi (*Actinidia deliciosa*) y naranjilla (*Solanum quitoense*)?

¿Cómo se encuentra la situación financiera del proyecto de una planta de té de frutas deshidratadas a base de kiwi (*Actinidia deliciosa*) y naranjilla (*Solanum quitoense*)?

## **1.5. Objetivos**

### ***1.5.1. Objetivo General***

- Diseñar una propuesta de plan de negocio para la implementación de una planta procesadora de té a partir de frutas deshidratadas naranjilla (*Solanum Quitoense*) y kiwi (*Actinidina Deliciosa*) en la zona 3 del Ecuador.

### ***1.5.2. Objetivos Específicos***

- 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 naranjilla (*Solanum Quitoense*) y kiwi (*Actinidina Deliciosa*) 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***

Esta investigación se la realiza con la finalidad de aportar con conocimiento valioso para crear un plan de negocios que logre prever de posibles problemas que puedan existir en una organización nueva, ya que el plan de negocios según (Arenas, 2016, p. 3), es una guía en donde incluyen aspectos claves y lo que se pretende es buscar formas y métodos para la construcción de una empresa, juntamente con estrategias introducir un nuevo producto al mercado, tomando en cuenta las necesidades y deseos de un grupo de personas ya establecidas por el segmento de mercado, mediante esta previa investigación de mercado existirá la posibilidad de proponer un producto innovador para cubrir las necesidades de la demanda actual , por medio de la elaboración de un té con frutas que usualmente no se consumen.

### ***1.6.2. Justificación Metodológica***

En cuanto a la justificación metodológica, el proyecto pretende implementar un plan de negocios que aporte metodología para realizar un estudio de mercado en donde se permita conocer las preferencias de los clientes con respecto al producto en este caso los tés, a partir de frutas deshidratadas kiwi (*Actinidia deliciosa*) y naranjilla (*Solanum quitoense*) juntamente con métodos y técnicas que sirvan para efectuar un diagnóstico por medio de análisis PESTLE y



FODA para poder identificar los posibles factores que pueden llegar a influir con el plan de negocio, asimismo con un estudio técnico en el cual se va a identificar la parte del proceso de producción para obtener el producto, así como la capacidad instalada, la identificación de la zona adecuada para la puesta en marcha de la empresa. Finalmente, al realizar una evaluación financiera se pretende conocer la viabilidad del proyecto ya que se determina los costos de producción, la inversión que se necesita, las fuentes de financiamiento, indicadores como el TIR/VAN es decir nos ayudan a conocer la factibilidad que el plan de negocios.

### ***1.6.3 Justificación práctica***

Es necesario resaltar que el consumo de frutas deshidratadas en infusiones o té aporta minerales vitaminas resaltando la importancia de este tipo de producto en la salud de las personas además del aprovechamiento y apoyo a los productores de la zona 3 del Ecuador ya que en esta industria frutas como el kiwi y la naranjilla aún no se encuentran explotadas además la inclinación por el consumo de alimentos beneficiosos para la salud, impulsa a que las empresas realicen estudios con la finalidad de elaborar alimentos más saludables (Palacios & Guerrero, 2022, pp.8-9).

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes investigativos

En este apartado se dará a conocer las investigaciones que anteceden al trabajo de investigación que se va a desarrollar, en primer lugar se toma como recurso bibliográfico el repositorio de la Universidad Internacional del Ecuador en donde las autoras (Burbano, et al., 2011, p. 2) en su tesis titulada Exportación de naranjilla deshidratada a Colombia analizan la factibilidad de aprovechar este producto con alto contenido de nutrientes y con múltiples usos dentro de la agroindustria, es por eso que esta fruta, pasando por un proceso adecuado de deshidratado sería un producto a cumplir con las expectativas en el mercado mundial.

Además, se encontró que en el repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias aplicadas en donde los autores (Inga, et al., 2018, p. 35) en su proyecto de investigación titulado Plan de negocios Kiwifrutix destacan la importancia del consumo de snacks saludables libres de colorantes, preservantes y gluten aprovechando que estas características son cumplidos por el kiwi buscan crear una empresa rentable que provea de kiwi deshidratado para lograr cubrir una necesidad en la nutrición de niños y niñas del país.

De la misma manera, el proyecto titulado Plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de fruta deshidratada realizado por los autores (Sierra et al., 2011, p. 5) efectúa estudios técnicos, administrativos, económicos para medir la factibilidad del proyecto además de un diagnóstico a nivel de macroentorno y microentorno para crear un sistema de negocio que tenga proyección para 10 años, destacando que este modelo de negocio es rentable si existe una buena organización de recursos y un plan de mercadeo adecuado al entorno que se conoce como anterioridad.

Finalmente, en el repositorio de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil se encontró el proyecto titulado Plan de negocio para la creación de una empresa productora de té a base de fruta deshidratada elaborado por (Ávila et al., 2019, p. 45), en dicho documento se enfoca en detallar la producción, distribución y comercialización de un té listo para el consumo, a la vez que utiliza estrategias de marketing para lograr el posicionamiento de la marca en la ciudad de Guayaquil, logrando una proyección factible en el ámbito financiero por medio de la proyección de ingresos, costos, gastos, beneficios económicos, etc.

## 2.2. Marco teórico referencial

### 2.2.1. Naranjilla

#### 2.2.1.1. Descripción del fruto de la naranjilla

La naranjilla (*Solanum quitoense*) es una planta arbustiva la cual produce frutos de pulpa color verde, ricos en minerales y vitamina C. El jugo tiene sabor dulce agrio, la fruta se consume fresca al igual que también se la usa para elaboración de helados, mermeladas, conservas entre otros (Andrade et al., 2015, p. 216).

#### 2.2.1.2. Composición nutricional de la naranjilla

**Tabla 1-2:** Composición nutricional de la naranjilla

Componentes	Valor de 100 g de porción comestible
Calorías	23 kcal
Humedad	85.8 – 92.5 g
Proteína	0,107 – 0.6g
Carbohidratos	5.7 g
Grasa	0.1 – 0.24 g
Fibra	0.3- 4.6 g
Ceniza	0.61- 0.8 g
Calcio	5.9- 12.4 mg
Fósforo	12.0- 43.7 mg
Hierro	0.34- 0.64 mg
Caroteno	0.071- 0.232 mg
Tiamina	0.04- 0.094 mg
Riboflavina	0.03- 0.047 mg
Niacina	1.19- 1.76 mg
Ácido ascórbico	31.2- 83.7 mg

Fuente: (Torres, 2020).

Realizado por: Morocho, M. 2022.

Además, la naranjilla presenta un alto contenido de vitamina C (ácido ascórbico) incluso mayor que la de los cítricos; en donde va a permitir la fijación del hierro en el cuerpo lo que evita la anemia, además fortalece el sistema inmunológico. La vitamina C es un gran antioxidante que ayuda a prevenir el envejecimiento prematuro de las células (Torres, 2020, p. 9).

## 2.2.2. Kiwi

### 2.2.2.1. Descripción del fruto del kiwi

El kiwi verde es un fruto oval, con una piel peluda de color marrón brillante, y con carne translúcida y de color verde con semilla en filas negras que son comestibles. El sabor dulce y algo picante (López et al., 2016, p.22).

### 2.2.3.1. Composición nutricional del kiwi

**Tabla 2-2:** Composición nutricional del kiwi

Nutriente/100 g PC	Valor
Agua (g)	83
Energía (Kcal)	61
Proteína (g)	1,14
Lípidos (g)	0,52
Hidratos de Carbono (g)	14,7
Azúcares Totales (g)	9
Fibra(g)	3
Vitamina C (mg)	92,7
Vitamina B (mg)	0,027
Vitamina k (µg)	40,3
Vitamina E (mg)	1,46
Calcio (mg)	34
Hierro (mg)	0,31
Fósforo (mg)	34

Fuente: (López et al., 2016).

Realizado por: Morocho, M. 2022

Se puede decir que el kiwi supera en cuanto a contenido en vitamina C con respecto a otras frutas habituales en nuestra dieta, y que son conocidas como fuente de vitamina C. es decir que el kiwi tiene dos veces más vitamina C que las frutas como son la naranja o fresa (López et al., 2016, p.22).

### 2.2.3. Deshidratación de la fruta

La fruta deshidratada es un método de procesamiento que se aplica al alimento, la cual es útil para reducir las pérdidas en épocas de abundancia, así mismo para evitar daños con el excedente de frutas. Esta técnica consiste es disminuir considerablemente el agua de un 15% a 3%, lo que le hace que sea perecible y le da más eso a las frutas, al deshidratar se conserva su sabor, y poseen

una alta concentración de nutrientes como vitaminas, minerales, fibra, al igual que son libres de grasa y no contiene colesterol (López, 2019, p. 9).

La temperatura ideal para deshidratar lo que son alimentos es a una temperatura de 50° a 60°C. En la cual si se hace a una temperatura mayor a la mencionada puede llegar a cocinar al alimento, y si es aún mayor, cocina su exterior impidiendo que la humedad interna se escape (Cabascango, 2018, p. 15).

**Tabla 3-2:** Temperatura recomendada para deshidratar diferentes tipos de productos

<b>Hierbas</b>	<b>&gt; que 35 °C</b>
<b>Vegetales</b>	<b>&gt; que 52°C</b>
<b>Frutas</b>	<b>&gt; que 57°C</b>
<b>Piel de frutas</b>	<b>&gt; que 60°C</b>

**Fuente:** (Cabascango, 2018).

**Realizado por:** Morocho, M. 2022.

#### 2.2.3.1. Deshidratación de la naranjilla

Como menciona (Neira, 2020, p. 25) la temperatura adecuada es de 60 °C y el tiempo de 6 horas de deshidratación de naranjilla (*Solanum quitoense Lam.*), ya que a esta temperatura y por el tiempo estimado tuvo una humedad de 9.4% en la deshidratación de naranjilla.

#### 2.2.3.2. Deshidratación del kiwi

La temperatura para deshidratar alimentos es de 50° a 60°C. Mayor calor cocina el alimento, y si es aún mayor, cocina su exterior impidiendo que la humedad interna escape, en el caso del kiwi sería a una temperatura de 53°C por 6 horas (Supliguicha, 2017, p. 14).

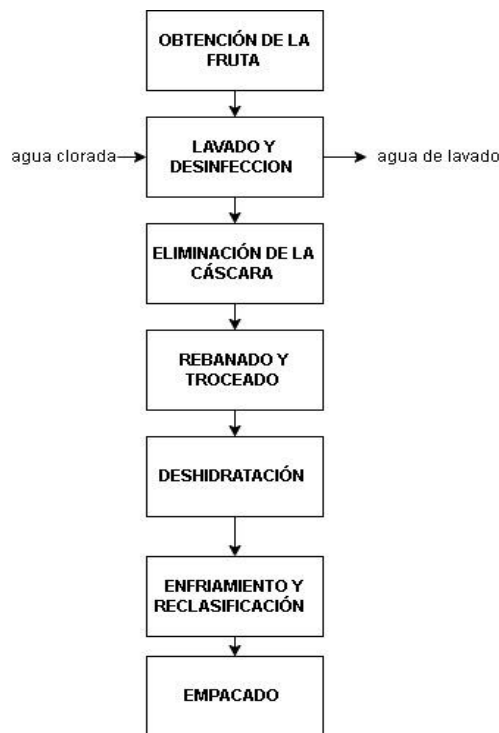
#### 2.2.3.3. Proceso de deshidratación

El proceso para la deshidratación de frutas se detalla a continuación (Quiceno et al., 2019, pp. 41-44).

- **Obtención de la fruta:** En este paso se deberá contar con una materia prima de excelente calidad y según las características del producto que se va a obtener en cuanto a su tamaño, forma o presentación del producto. Hay que tener en cuenta que es importante es reportar los pesos iniciales para efecto del cálculo de rendimiento, mermas y costos.
- **Lavado y Desinfección:** Según el producto que se vaya a deshidratar se podrá utilizar agentes desinfectantes a base de hipoclorito de sodio, peróxido de hidrogeno entre otros, lo importantes es que se debe seguir las instrucciones de las fichas técnicas en cuanto a

dosificación y tiempos de acción para así lograr reducir la carga microbiana.

- Eliminación de la cáscara: En este paso dependerá de las frutas que se vaya a utilizar, es por ello por lo que se debe contar con equipos como: peladores, cuchillos etc. que permitan eliminar solo la cáscara. De ser necesario, podrá aplicar tratamiento térmico como es el escaldado, con el objetivo que facilitar lo que es el pelado y la reducción de la actividad microbiana y enzimática.
- Rebanado y troceado: En este punto es muy importante ya que dependerá, en la selección de las variables físicas como es la temperatura, el tiempo de secado, así como también la apariencia final del producto.
- Deshidratación: Aquí se puede utilizar diferentes estrategias metodológicas como instrumentos, sin embargo, se debe garantizar lo que es la calidad del aire en cuanto a inocuidad y humedad, la temperatura y los tiempos de secado. Hay que tener en cuenta que cada producto tiene sus propias variables y deben ser estandarizados. Finalmente, ya cuando el producto se encuentre deshidratado se verifica lo que es la humedad final, a través de pruebas cualitativas como apariencia, textura, grado de quiebre, o pruebas cuantitativas como % humedad y actividad de agua.
- Enfriamiento y reclasificación: Aquí el objetivo es dejar enfriar el producto una vez deshidratado en un ambiente seco y de baja humedad, de manera que se logre la reducción térmica, la ganancia de humedad o rehidratación y se evite la condensación de aire durante el empaque. Se debe separar el producto mal secado o que no cumpla las características de calidad como tamaño, forma o color.
- Empacado: Los materiales utilizados para el envasado de productos deshidratados deberán cumplir con las condiciones higiénicas de elaboración y su previa esterilización antes de su utilización, así mismo no deberán transmitir al producto aromas o sabores anormales o materiales extraños que puedan afectar la inocuidad del alimento.



**Ilustración 1-2:** Diagrama de flujo de Deshidratación de frutas

**Fuente:** (Quinceno et al., 2019, pp. 41-44).

**Realizado por:** Morocho, M. 2022

## 2.2.4. Té - Infusiones

### 2.2.4.1. Definición

Se la puede definir como infusión a una bebida que se la obtiene a base de hojas secas, de los frutos, de hierbas aromáticas, al igual que de flores, posteriormente se le agrega agua que está a punto de hervir. Las infusiones más comunes se pueden decir que son: el té, el café, tila, horchata, mate, entre otras. De este modo las infusiones es una clasificación de las tisanas, es decir es una bebida caliente reparada a base de raíces, flores, frutos (Fiestas et al., 2021, p. 16).

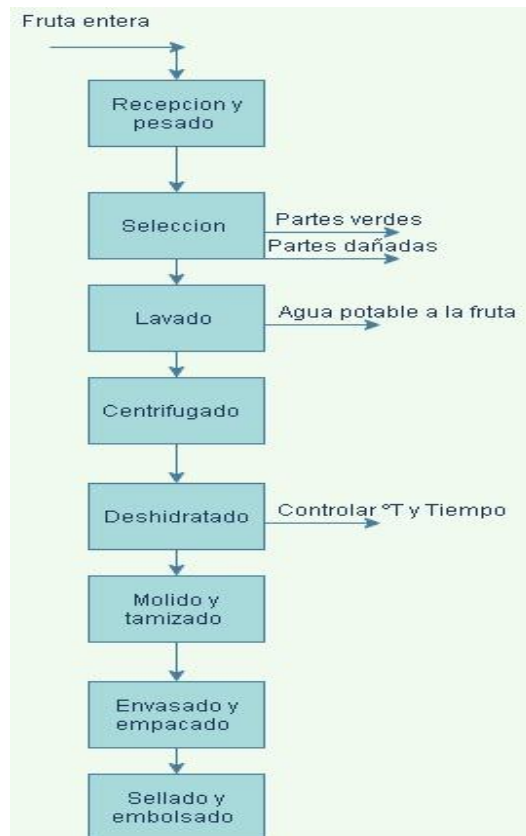
Según la norma (INEN, 2017, p. 2) se puede definir como infusión a una bebida que se obtiene de la introducción de diversos frutos o hierbas aromáticas, como té, manzanilla, etc. En agua hirviendo.

### 2.2.4.2. Proceso de obtención del Té – Infusión

El proceso de producción de té inicia primeramente con la recepción y pesado de la materia prima, se debe ver que el producto este en buenas condiciones y las frutas que estén dañadas o malogradas se las desecha u otros elementos extraños, después se pasa por un lavado de los que son las frutas con agua potable y un desinfectante de grado alimenticio, después se las coloca en un deshidratador controlando lo que es la temperatura y tiempo de secado. Luego de ese paso se

procede a la molienda y el tamizado hasta una granulometría determinada. De ahí se procede a cargar en una tolva de la envasadora automática de bolsas filtrantes. Por último, se colocan manualmente los sobres sobre cajas y embolsadas listas para ser comercializada (Aliaga et al., 2018, p. 219).

A continuación, mediante un diagrama de flujo se va a explicar el proceso descrito.



**Ilustración 2-2:** Diagrama de flujo de Elaboración de Té

**Fuente:** Aliaga et al., 2018

**Realizado por:** Morocho, M. 2022

#### 2.2.4.3. Beneficios del Té-Infusiones

El té es una bebida que puede llegar a ofrecer múltiples beneficios tanto físicos y mentales, la cual poco a poco las personas lo utilizan como remedio natural ya que son ricos en antioxidantes, y además atribuyen propiedades como diurético, energizante, anti estrés, tónicos cerebrales, digestivos, dependiendo de las especies tanto vegetales o de alguna otra parte que se pueda obtener para realizar la infusión ( Zúñiga, 2015, p. 2).



### **2.2.5. ¿Qué es un plan de negocios?**

Se entiende por un plan de negocio a un documento en la cual se describe actividades con el fin de generar ganancia, que a través de la satisfacción de necesidades por medio de una oferta de bienes o servicios (Moyano, 2015, p. 2).

Desde el punto de vista de (Romero, 2020, p. 60) un plan de negocios es una herramienta que analiza los posibles riesgos y además la viabilidad o la factibilidad de un proyecto, por medio del desarrollo de estrategias y asimismo otorgando al emprendedor una lectura más objetiva, con el objetivo de dar a conocer al emprendedor si es conveniente poner en marcha esa idea en un proyecto real.

#### **2.2.5.1. Para que sirve un plan de negocio**

Un plan de negocios nos sirve para establecer las bases de una organización, así mismo tener la certeza de qué se busca y al igual que planear las debidas acciones de la empresa con fin de lograr la meta deseada. Es un excelente instrumento que proporciona una proyección y, por lo tanto, un correcto control de los escenarios, variables y factores que se relacionan para que una empresa o un proyecto tenga éxito (Moreno, 2022, p. 21).

Además, se puede decir que tienen varias utilidades al desempeñar un plan de negocios:

- Personal o interna: mediante este punto se puede organizar y planificar mejor las ideas. Se identifica los puntos débiles y fortalezas y esto nos sirve para encaminar o adecuarse mejor las ideas principales y poder hacer cambios para mejorar (Bernabéu, 2019, p. 2).
- El exterior: al implementar un plan de negocios, mediante un documento se plasma las ideas y que pasos se seguirán para poder lograrlas. Es decir, es como una carta de presentación, al momento de buscar financiamiento, buenos proveedores, para la administración o al momento de la búsqueda de socios (Bernabéu, 2019, p. 21).

#### **2.2.5.2. Características de un plan de negocio**

Un plan de negocio nos va a ayudar analizar desde la viabilidad de la empresa, sus inicios y como lograr la financiación por lo que debe contar con las siguientes características:

- Eficaz: debe contar con la información que sirva para realizar un análisis profundo que me permita identificar los alcances para poner en marcha el proyecto.
- Estructurado: debe tener una estructura simple y clara que me permita guiarme con facilidad.
- Comprensible: debe estar redactado con facilidad y claridad, debe contar con una terminología claro y conceptos muy técnicos, fácil de comprender (Lloreda, 2015, p.19).

## **2.2.6. Diagnóstico**

### *2.2.6.1. Análisis externo*

Al analizar el ambiente externo de una empresa ya que nos permite analizar los posibles problemas o amenazas que existen en el entorno, que pueden llegar afectar la empresa. Este punto es muy importante al momento de desarrollar una planificación estratégica, de un plan de marketing entre otros aspectos (Taípe et al., 2015, p. 166).

#### *2.2.6.1.1. Macro ambiente*

El macro ambiente se puede definir como la identificación de oportunidades y amenazas que se pueden originar en una empresa u organización que se proyecta a generar servicios o productos para sus clientes. Además, está conformado por fuerzas o factores externas que actúan o influyen sobre el microambiente (Taípe et al., 2015, p. 167).

Se pueden identificar seis fuerzas o factores importantes al momento de analizar como:

- Factores económicos
- Factores tecnológicos
- Factores políticos-legal
- Factores socioculturales
- Factores ambientales

#### *2.2.6.1.2. Microambiente*

En el análisis del microambiente está constituido por fuerzas o factores de influencias próximas o cercanas a la empresa, es decir son fuerzas o factores que tienen intereses externos por lo que va a influir en el desarrollo de las actividades de la empresa (Taípe et al., 2015, p. 174).

Entre los componentes que integran el microambiente están:

- La competencia
- Los proveedores
- Los sustitutos
- Los clientes g
- Los intermediarios y
- Los públicos

### *2.2.6.2. Análisis interno*

El análisis interno analiza los puntos fuertes y débiles que puede llegar a tener una empresa u organización para poder evaluar su potencial y definir las diferentes estrategias a elegir, de igual manera para poder desarrollar su actuación frente a la competencia y poder cumplir con los objetivos establecidos (Arrellano, 2019, p. 8).

### *2.2.7. Análisis estratégico*

#### *2.2.7.1. Análisis SWOT o FODA*

El análisis FODA consiste en realizar un estudio de los factores tanto fuertes como débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una empresa u organización, al igual que su evaluación externa, aquí en cambio se identifica las oportunidades y amenazas. Se considera que es una herramienta sencilla y por ende nos permite obtener una perspectiva amplia de la situación estratégica de una organización determinada (Sarli et al., 2015, p. 18).

#### *2.2.7.2. Matriz de factores internos (EFI)*

Al implementar esta herramienta en una auditoría interna de administración se resume y al mismo tiempo evalúa las fortalezas y debilidades que son importantes en las diferentes áreas que tiene una empresa, así mismo constituye una base para identificar y evaluar las diferentes relaciones que puedan existir (Mena, 2015, 2018, p. 21).

#### *2.2.7.3. Matriz de factores externos (EFE)*

Esta matriz de factores externos (EFE), nos permite resumir y evaluar dicha información acerca de las oportunidades y amenazas de una empresa u organización (Mena, 2015, p. 39).

#### *2.2.7.4. Filosofía corporativa*

Se puede definir a la filosofía corporativa como un conjunto de elementos en donde están asociadas con la misión, visión y valores de una organización, ya que tiene un impacto en todos y cada uno de los procesos productivos de dicha organización, así como en todos los recursos involucrados en ella, como los son los recursos humanos, los recursos materiales y los recursos económicos (Loza & Hernández, 2021, pp. 23-24).

#### *2.2.7.5. Misión*

La misión es básicamente la búsqueda de una meta que es única para la ventaja competitiva en una organización, sus fortalezas y ofertas específicas en relación con los competidores, al mismo tiempo que enfatiza sus valores. Las mejores declaraciones de misión son lo suficientemente generales para impulsar la búsqueda estratégica de numerosas metas y objetivos organizacionales, así mismo se debe ser suficientemente específicos en las actividades y recursos organizacionales (Bowen, 2018, p. 3).

#### *2.2.7.6. Visión*

La visión está orientada hacia el futuro y así mismo describe dónde le gustaría estar posicionada dicha organización en el mercado ya sea en un tiempo a largo plazo, en relación con sus competidores. La visión organizacional normalmente se expresa a través de una simple declaración de visión de una línea. Es decir, las declaraciones de visión son impulsores clave de la innovación organizacional, el compromiso y la motivación de los empleados, la eficacia y el éxito en el ámbito competitivo (Bowen, 2018, p. 1).

#### *2.2.7.7. Perfil de Mercado*

##### *2.2.3.1.1. Segmento de mercado*

Se puede definir como segmentación de mercado al proceso de dividir el mercado Total para un producto en particular o una categoría de productos en segmentos o grupos respectivamente homogéneos. Es decir, se debe crear grupos donde sus miembros tengan aficiones, gustos, necesidades, deseos o preferencias similares, pero donde los grupos mismos sean diferentes entre sí (Feijoo et al., 2017, p. 33).

#### *2.2.7.8. Marketing Mix*

El marketing mix consiste en la planificación de un producto o servicio de utilidad para el mercado de referencia con la finalidad de satisfacer las necesidades siendo para ello establecer un precio y una forma de distribución, así como un plan de promoción para su difusión y adquisición. Para implementar un plan de marketing completo se requiere de un conjunto de referentes de contexto que forman parte del denominado marketing estratégico (Fernández, 2015, p. 65).

### *2.2.7.9. Perfil Técnico*

#### *2.2.7.9.1. Micro y macro localización*

La micro localización tiene el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial siendo en este sitio en la cual nos va a permitir lograr la más alta rentabilidad o así mismo producir el minio costo unitario (Cardona, 2016, p. 57).

Al realizar un estudio de macro localización se puede llegar a identificar la ubicación más ventajosa para el proyecto a implementarse debidamente con sus características físicas (Cardona, 2016, p. 55).

Al igual que se debe considerar sus factores como son:

- Disponibilidad y costos de la materia prima
- Disponibilidad y costo de la mano de obra
- Facilidad y costos del transporte
- Energía eléctrica
- Combustibles
- Agua
- Localización del mercado
- Disponibilidad y costo de los terrenos
- Facilidad de distribución
- Condiciones de vida.

#### *2.2.7.9.2. Diagrama de procesos*

Un diagrama de procesos es la representación lógica y ordenada que pueden ser de tareas o actividades que se van a realizar dentro de una organización, necesariamente deben ir relacionadas entre sí y orientadas a un fin común haciendo más eficiente el flujo de las relaciones de trabajo. Al implementar un diagrama en un proceso posee una ventaja que es la de indicar una secuencia de cualquier proceso y los que están a cargo de realizarlo (Gonzalez, 2019, p. 6).

#### *2.2.7.9.3. Perfil organizacional*

Se define como la suma de las formas en la cuales una organización divide sus labores en distintas actividades y luego las coordina. Además, establece en un sistema de papeles que se han de desarrollar los miembros de una empresa para trabajar en una forma adecuada y así poder alcanzar las metas propuestas (Chacha & Chacha, 2015, p. 1).

El organigrama es la gráfica que representa la organización formal de una empresa, ósea su estructura organizacional (Chacha & Chacha, 2015, p. 2).

#### *2.2.7.10. Perfil Económico-Financiero*

##### *2.2.7.10.1. Inversión*

Nos referimos a inversión a una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo.

##### *2.2.7.10.2. Estado de situación inicial*

Hablamos de un estado de situación inicial financiera cuando nos representa la situación de una empresa en un tiempo determinado, que pueden estar en los Activos, Pasivos y Patrimonio (Gamboa & Chávez, 2017, p. 60).

##### *2.2.7.10.3. Estado de resultados*

Un estado de resultados se refiere a un reporte financiero que en base a un periodo muestra de una manera detallada tanto los ingresos que se obtienen, los gastos en el momento que se realiza y además las consecuencias, el beneficio o pérdida que genera la empresa en dicho periodo de tiempo con el objetivo de analizar la información obtenida y poder tomar una decisión (Ancho, 2006, p. 39).

##### *2.2.7.10.4. Flujo de caja*

El flujo de caja es la evaluación de los ingresos y egresos de efectivo de una organización o empresa ya sea en un determinado tiempo. Es decir que se describe como la cantidad de efectivo que genera mediante las operaciones, ayudando a determinar la capacidad de una empresa u organización para hacer frente a sus obligaciones (Ancho, 2018, p. 19).

##### *2.2.7.10.5. Posibles estructuras de financiamiento*

Las posibles fuentes de financiamiento son recursos monetarios financieros que se necesitan para llevar a cabo una actividad económica, es decir se las puede adquirir mediante préstamos a instituciones financieras, créditos de proveedores que complementen con los recursos propios de los socios (Ancho, 2019, p. 39).

#### *2.2.7.10.6. TIR/VAN/Beneficio Costo*

De acuerdo con (Ajila , 2019, p.13), el VAN es un indicador que permite detectar, analizar y evaluar la factibilidad de proyectos.

El TIR nos indica que trata de hallar una sola tasa de rendimiento para el proyecto, de esta manera se deduce que una inversión es admisible (Ajila, 2019, p. 14).

Beneficio costo también llega a ser un indicador para medir la viabilidad de un proyecto, tomando en consideración todos los ingresos que son proyectados a valor presente dividido para los egresos presentes (Ajila, 2019, p. 15).

#### *2.2.8. Situación productiva de la zona 3*

La Zona 3 cuenta con un área de 45.137 km<sup>2</sup>, la cual corresponde al 17,61% del territorio ecuatoriano. En donde esta conforma por las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo y Pastaza.

Según el Banco Central del Ecuador, para el año 2016, las provincias que conforman la zona 3 presentaron una producción Total de USD 11'878.565,03, el cual representa el 7% de la producción nacional. Para la provincia de Cotopaxi, el 25% del Valor Agregado Bruto corresponde al rubro agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; para Chimborazo, corresponde el 22% a construcción; en Pastaza, el 39% a explotación de minas y canteras; y en Tungurahua, el 15% a Manufactura y el 13% a Comercio (SENPLADES, 2019, p. 19).

##### *2.2.8.1. Situación productiva de la naranjilla y kiwi*

En lo que respecta a la naranjilla en el Ecuador se cultiva y se comercializan diferentes variedades de naranjilla. En donde la región amazónica se encuentra el 93% de la producción nacional de naranjilla, principalmente en las provincias de Napo, Pastaza, Morona Santiago y Sucumbíos, el 7% restante se cultiva en la parte occidental de la sierra. Se dice que el rendimiento promedio de 3,56 t/ha es bajo, ya que debido a la incidencia de plagas y a un manejo inadecuado, en el país se tiene una superficie de cultivo de 9450 hectáreas aproximadas. Del Total de la superficie de naranjilla sembrada en el país, los cultivares que más se cultivan son el de variedad híbrido Puyo con un porcentaje de 61%, seguido del híbrido INIAP-Palora 38% y la variedad común 1% (Castro, 2019, p. 3).

El kiwi como fruta fresca, destaca por el aroma; sabor dulce ligeramente ácido; aporta vitamina A y C, además es considerado como un producto no tradicional, ya que son frutas que en los últimos años se han venido incorporando en los mercados internacionales, como menciona (Verdugo & Díaz, 2018, p. 87) para el período 2001 - 2017, los productos no tradicionales crecieron en promedio 9,2% en exportaciones. Además, se puede decir que en el país no existe un producto como té de fruta deshidratadas a base de kiwi así mismo no se aprovechan estas frutas dándoles un valor agregado ya que solo se encargan de exportar a otros países como fruta madura.



## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Enfoque de la investigación

En esta investigación dentro del enfoque de investigación se procede a seguir un proceso metódico, controlado y sistematizado en donde se va a tener dos enfoques tanto un enfoque cualitativo y cuantitativo.

##### *3.1.1. Enfoque cualitativo*

El enfoque cualitativo se entiende que es un procedimiento metodológico que utiliza palabras, textos, gráficos e imágenes, encuestas, además estudia diferentes objetos para comprender la vida social de un sujeto (Sánchez , 2019, p. 104). Por ello el enfoque cualitativo que se pretende emplear es que mediante una encuesta que nos ayudará a saber y desarrollar de mejor manera las preguntas para poder realizar la investigación.

##### *3.1.2. Enfoque cuantitativo*

Al aplicar un enfoque cuantitativo va a permitir poder elaborar un plan donde se puede probar una hipótesis en este proceso se trata de la recolección de datos que se realiza por medio de un diseño de instrumento para con ello poder medir los datos de una muestra por medio de un análisis estadístico (Ortega, 2018, p. 7).

#### 3.2. Nivel de análisis

En el presente trabajo de investigación se valorará y se realizará una propuesta para el diseño de un plan de negocios en donde se pueda implementar una planta de té a partir de frutas deshidratadas, no se aplicara ningún diseño experimental, ya que será un estudio analítico y descriptivo, debido a lo cual se realizara un diagnóstico de la zona 3 y a la vez realizar un estudio de mercado conjuntamente con un estudio técnico y un estudio económico-financiero, en evaluar los siguientes puntos tratados según la naturaleza de los datos.

##### *3.2.1. Método cualitativo*

Al aplicar un método cualitativo en la investigación se va a producir datos descriptivos no numéricos con observaciones del comportamiento de una persona, por lo tanto, se realizará

entrevistas a profundidad, los grupos focales, observaciones, los estudios de caso y un análisis de contenido.

### **3.2.2. Método cuantitativo**

Aquí en este método se enfoca en medir variables usando un método numérico, analizando medidas, modelos estadísticos y reportando relaciones y asociaciones entre las variables (modelo de negocios y factibilidad).

### **3.2.3. Método descriptivo**

Este método se encarga de describir la población, situación o fenómeno del objeto de estudio, procura brindar información del por qué, relativo al problema de investigación del proyecto.

## **3.3. Diseño de la investigación**

En el diseño de investigación es de manera no experimental ya que aquí se realiza un estudio de mercado, estudio técnico y el estudio económico-financiero, que posterior a ello será analizado mediante la implementación de instrumentos de investigación.

## **3.4. Tipo de estudio**

### **3.4.1. Método de investigación de campo**

En este método nos permite recolectar datos directamente desde la realidad, es decir que mediante la interacción con las personas va a proporcionar información al investigador con el fin de tener una investigación más confiable.

### **3.4.2. Método bibliográfico-documental**

Este método nos permite analizar los diferentes enfoques sobre el estudio, la interpretación, las conclusiones y recomendaciones de cada autor, que han realizado estudios e investigaciones similares o que se relacionen en si con el tema a investigar.

### **3.5. Técnicas e instrumentos de investigación.**

#### **3.5.1. Encuestas**

Mediante encuestas que se pretende realizar a un cierto número de personas que nos va a ayudar a saber sobre los gustos o preferencias por parte del consumidor con respecto al producto que se pretende elaborar es por ello que el modelo de la encuesta se lo puede observar en el anexo 1.

#### **3.5.2. Población y muestra**

##### **3.5.2.1. Población**

La población del estudio donde se aplicará las encuestas del presente trabajo de investigación son las personas de la zona 3 que comprenden las provincias de Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua y Puyo que alcanza una población universal de 1'657.529 habitantes según datos del (INEN, 2017). Para la determinación de la muestra en la zona de estudio es la población económicamente activa (PEA) que se considera como el mercado objetivo que va desde los 15 años hasta los 65 años de sexo femenino o masculino de clase baja, media y alta que contempla alrededor de 1016.065 es decir corresponde el 61.3% de personas.

##### **3.5.2.2. Muestra**

Para determinar la muestra de la población de la zona 3 se aplicará la fórmula para poblaciones finitas lo que nos permitirá de igual manera conocer el número de encuestas a realizar en la presente investigación.

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

*En donde:*

n= el tamaño de la muestra

N= tamaño de la población (1'016.065)

Z= es una constante que depende del nivel de confianza

d<sup>2</sup>= precisión (error máximo admisible)

p= probabilidad de éxito o proporción esperada

q= tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{1'016.065 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 \times (1'016.065 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 384$$

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

### **3.6. Mediciones experimentales**

#### **3.6.1 Diagnóstico**

- Análisis PEST o PESTLE
- Análisis SWOT

#### **3.6.2 Perfil del Mercado**

- Segmento de mercado a estudiar
- Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción)
- Cobertura geográfica del plan de negocio
- Esquemas de comercialización
- Competidores a considerar
- Clientes primarios y secundarios (mercado meta)
- Productos sustitutos y complementarios a considerar

#### **3.6.3 Perfil Técnico**

- Nivel de tecnología
- Tamaños potenciales
- Micro y macro localización
- Proceso de producción (deshidratación)
- Balances
- Diagramas
- Perfil organizacional (organigrama, tercer nivel)

#### **3.6.4 Perfil Económico Financiero**

- Inversión
- Estado de situación Inicial
- Estado de Resultados
- Flujo de caja
- Posibles estructuras de financiamiento.
- Expectativas mínimas de rentabilidad
- TIR/VAN /Beneficio Costo

#### **3.6.5 Técnicas estadísticas**

- Media
- Moda
- Rangos (mínimos y máximos)

#### **3.6.6 Esquema de la investigación**

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

## CAPITULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Diagnóstico

##### 4.1.1. *Análisis del entorno*

###### 4.1.1.1. *Macro entorno*

La puesta en marcha de una empresa o de una nueva unidad de negocio requiere de un conocimiento detallado del contexto en el que se va a desenvolver. Existen numerosos factores externos que condicionan su funcionamiento, de ahí que el análisis del entorno sea la clave para conocer las tendencias futuras y definir con antelación la estrategia empresarial a seguir. Un instrumento de gran utilidad para cumplir con este objetivo es el análisis PESTEL, que permitirá realizar una investigación pormenorizada de los asuntos que más influyen en la creación de una empresa productora de Té de frutas deshidratadas.

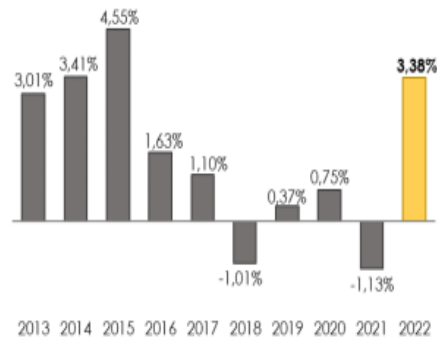
###### 4.1.1.1.1. *Político-legal*

Son los factores de tipo gubernamental que pueden beneficiar o perjudicar el desempeño de las entidades. Los más destacados son la política fiscal, las restricciones al comercio y la industria, los aranceles (Martínez et al., 2012, p. 31).

En esta línea el gobierno del Ecuador ha logrado establecer leyes que contribuyan al emprendimiento e innovación a través de la ley orgánica con este nombre que tiene como objetivo principal establecer un marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias de financiamiento para fortalecer el ecosistema del emprendedor. Además que el gobierno ha anunciado sobre ayudas económicas para emprendimientos destinados a la industria agropecuaria mediante semilleros y bonos de desarrollo humano, mediante el Ministerio de producción Comercio exterior, inversiones y pesca se presentó una Guía Nacional de emprendimiento en el cual menciona normativas como el código orgánico de la economía social de los conocimientos, creatividad, innovación, Reglamento de incentivos financieros, tributarios y administrativos de innovación social, Reglamento general a ley orgánica de emprendimiento, reglamento de registro acreditación y fortalecimiento de espacios de innovación y agentes de innovación entre otros que incentivan a la reactivación económica tras la pandemia provocado por el Covid-19.

#### 4.1.1.1.2. Económico

Para el Ecuador es indispensable lograr una reactivación económica rápida que logre solventar algunas necesidades en el ámbito económico dentro de ellas la tasa de inflación que para mayo del 2022 se ubicó en 108.63 con esto la inflación mensual es de 0.56% comparado con el mes de abril que fue de 0.59% mientras que en mayo de 2021 se ubicó en 0.08%, por su parte la inflación anual en mayo de 2022 fue de 3.38% como se puede observar en el gráfico a continuación:

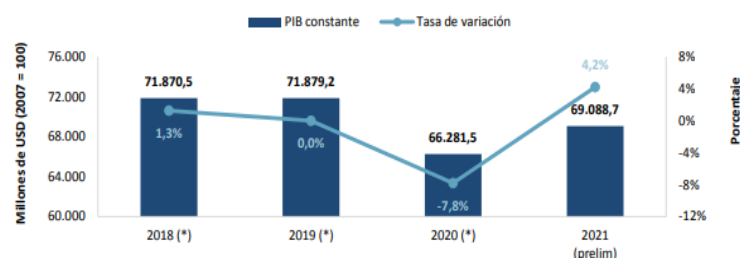


**Ilustración 1-4:** Inflación al 2022

Fuente: (INEC, 2022)

La actividad económica de Ecuador en 2021, medida a través del Producto Interno Bruto (PIB), mostró una recuperación frente a la contracción experimentada en 2020. Los efectos de la pandemia del COVID-19 en la oferta (como el cierre de empresas y reducción de precios del petróleo) y en la demanda (reducción del consumo e incremento del desempleo) son evidente. Para el año 2021, los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales muestran un dinamismo de la actividad económica del 4.2%. Lo anterior se da como respuesta a la paulatina recuperación mundial y la consecuente mejora de la demanda de bienes de exportación. A esto se suma el efectivo proceso de vacunación y la expansión de la demanda agregada por el mejoramiento en los indicadores de empleo. A pesar de este resultado favorable, el PIB no alcanza los niveles obtenidos en los años pre pandemia (Banco central del Ecuador, 2022).

En USD millones (2007 = 100) y porcentaje



**Ilustración 2-4:** PIB del Ecuador

Fuente: Banco central del Ecuador, 2022

#### *4.1.1.1.3. Socioculturales*

Los factores sociales son todos aquellos fenómenos de la población que pueden generar un impacto en los negocios, en el cual mediante un análisis del comportamiento de las personas podemos aplicar ciertas estrategias para aumentar las ventas. Este factor básicamente está relacionado con la conducta de la población con factores sociales como: desempleo, salario mínimo vital, salud y nutrición (Ventura, 2008, p. 2).

#### *4.1.1.1.4. Tecnológico*

En la actualidad gracias a los problemas de salud que atraviesa el mundo, la tecnología se ha convertido en una herramienta muy útil ya que gracias a ella se ha podido seguir con estudios y negocios, es decir que actualmente el factor tecnológico representa una prioridad para la gestión de la información, comunicación y automatización de los procesos que se manejan en cada una de las empresas más aun en las agroindustriales en donde la innovación para el procesamiento de productos es continua (Sanchez et al., 2019, p. 3).

En el país, el principal centro gubernamental encargado de la investigación y desarrollo de tecnologías en el sector agropecuario es el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), ya logrado realizar exploraciones en cuanto a material genético, alternativas de manejo para incrementar y agregar valor a la producción, alternativas para el manejo del suelo, agua y la conservación de los recursos genéticos todo este trabajo se lo ha realizado con el objetivo de estimar la adopción e impacto de las tecnologías agropecuarias que se generan en el país.

En consecuencia, el ámbito tecnológico ha impactado en la agroindustria de diferentes maneras y es importante su análisis para que sirva como herramienta en la toma de decisiones en cuanto al direccionamiento estratégico de la investigación para la creación de una planta de Té o infusiones que contribuya al desarrollo agropecuario del país.

#### *4.1.1.1.5. Ambiental*

Es importante analizar el factor ambiental para la creación de una empresa de elaboración de té a base de fruta deshidratada, teniendo en cuenta los compromisos ambientales que se deben cumplir como compañía para la reducción de contaminación los cuales son:

El cumplimiento de la (Ley orgánica para la racionalización y reducción de plásticos de un solo uso, 2020) la cual nos habla sobre la racionalización, reutilización y reciclaje de plásticos, prohibición en un solo uso en el comercio en el país, dicha ley es progresiva y a partir de su vigencia se prohíbe el



uso de bolsa y artículos de plástico de un solo uso que no contenga el porcentaje mínimo de material reciclado post consumo. Con el fin de promover el desarrollo económico con alternativas a la empresa plástica y alcanzar los objetivos de una economía circular con el fin de mitigar el cambio climático.

A su vez se tiene como parte de los compromisos el acatamiento de la (Ley de gestión ambiental, codificación, 2004) que entró en vigencia en septiembre del 2004 la cual brinda directrices de aspectos ambientales como las obligaciones, responsabilidades que tiene los sectores privados en la gestión ambiental, contando con principios de corresponsabilidad, cooperación, reciclaje y utilización de desechos mediante la utilización de tecnologías alternativas ambientales y sustentables.

#### *4.1.1.2 Micro entorno*

El análisis del microambiente consistirá en identificar los factores que afectan al cumplimiento de objetivos, toma de decisiones y el rendimiento empresarial. Es indispensable para el éxito de una empresa ya que llevará a cabo el análisis del entorno en el que se desenvuelve la misma. Estos factores consisten en: posibles proveedores, consumidores, nuevos competidores, competidores en el mercado, productos sustitutos.

##### *4.1.1.2.1 Posibles proveedores*

Con respeto a los proveedores se tomará en consideración las personas productoras de la zona 3 conformada por las provincias de Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi, Pastaza. Por lo que se detalla a continuación sus ubicaciones para mejor visualización:

- Sector Rio verde - cantón baños – Tungurahua- 23 productores de naranjilla.
- Sector El corazón- Pallatanga-Chimborazo- 15 productores de naranjilla.
- Cantón la Maná- Cotopaxi- 14 productores de naranjilla.
- Pastaza-2019- 428 productores de naranjilla.
- Sector Huachi Grande-Ambato-Tungurahua-119 productores de Kiwi.

##### *4.1.1.2.2 Posibles consumidores*

Una vez realizada la encuesta se determina el perfil del cliente el cual es una persona del género femenino que tiene una edad entre 15 a 25 años con ingresos mensuales de menos de 500 dólares, que consume de manera semanal té o infusiones a base de frutas deshidratadas este consumo lo realizan por hábito tomando con variables para la compra de estos té el precio, la presentación y

el sabor, a pesar de que el consumo de las frutas como el kiwi y naranjilla es muy poca el posible consumidor si accedería a consumir un té a base de frutas deshidratadas a base de frutas como la naranjilla y kiwi.

#### 4.1.1.2.3 Posibles nuevos competidores

Las tendencias actuales apuntan a un incremento evidente en la demanda de productos naturales que empleen fuentes no calóricas como insumos de constitución. Este factor es promovido a causa del aumento en el número de enfermedades que se han manifestado en el mundo, por lo tanto se entiende que la entrada de nuevos competidores tiene un cierto porcentaje de aceptabilidad en otras palabras las barreras de entradas son altas, debido a que las personas buscan consumir con mayor frecuencia alimentos que les aporte valor nutricional, además que la inversión puede ser adquirida a través de préstamos bancarios gubernamentales accesibles a nivel nacional.

##### 4.1.1.2.3.1 Competidores en el mercado

En cuanto a la competencia se logró identificar que dentro del mercado existen marcas que tienen preferencia dentro de los consumidores entre ellas están:

**Tabla 1-4:** Competidores en el mercado

Ile	Una industria lojana de especería que ha desarrollado procesos productivos que los posicionan como empresa innovadora y adaptada.
Nature's Heart	Empresa internacional que se dedica a la producción de variedad de alimentos como leches, deshidratados, té, etc.
Hornimans	Hornimans es una marca de té actualmente propiedad de Douwe Egberts. La empresa original de comercio y distribución de té mezclado Horniman's Tea Company fue fundada en 1826 en Newport, isla de Wight, por el comerciante John Horniman.
Sangay	Empresa dedicada a la producción de infusiones a base de hierbas andinas

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Morocho, M. 2022.

#### 4.1.1.2.4 Productos sustitutos

En relación a los procesos sustitutos existen en el mercado bebidas como: agua de filtro, agua mineral envasada, agua de mesa, agua hervida, bebidas energizantes, jugos envasados, gaseosas y yogures; productos que si bien no son iguales a las infusiones a base de frutas deshidratadas pero podrían servir como sustitutos para calmar la sed, pero ingiriendo mayor cantidad de azúcar y calorías (excepto en el agua) (Román, 2003, p. 2).

Además del café que de acuerdo a u/n estudio realizado por el diario In-fobae el consumo de café en un ecuatoriano es de 32 tazas de café al año, si se toma este dato en comparación a otros países a nivel mundial es baja (Vargas et al., 2021, p. 35).

## 4.2 Análisis estratégico

### 4.2.1 Análisis SWOT

**Tabla 2-4:** Análisis Swot

Análisis Swot	
Fortalezas	Debilidades
Personal con experiencia para la producción de tés a base de frutas deshidratadas. Investigación de mercados previo a la puesta en marcha de la empresa Se conoce el perfil del cliente Cuenta con un croquis a detalle de la ubicación de la planta y sus áreas. Plan de negocios que contribuya en todos los aspectos para que el proyecto sea factible Capacidad para innovar dentro del mercado	Poco consumo de las frutas como kiwi y naranjilla por parte de la población. Poder de negociación con los proveedores al desconocer técnicas Poder de negociación con los canales de comercialización Falta de posicionamiento en el mercado Al ser una empresa nueva no existirá ventas representativas en los primeros meses Debido a que es una empresa nueva en el mercado no cuenta con cartera de clientes.
Oportunidades	Amenazas
Leyes creadas para el impulso del emprendimiento e innovación. Tecnología en la agroindustria para la innovación de productos Fácil acceso a financiamiento por medio de entidades gubernamentales Preferencia por parte de las personas para consumir productos naturales Concurso de emprendimientos para la obtención de capital semilla	Existencia en el mercado marcas reconocidas a nivel nacional e internacional Cadenas de supermercados que cuenta con marcas propias de tés a base de fruta deshidratada Preferencia sobre los productos sustitutos conocidos Productos similares elaborados por empresas con alta disponibilidad financiera Cambios en las leyes de tributación anual de cada empresa es decir en el pago de impuestos que varían según el gobierno de turno. Variabilidad en los climas de la sierra andina Incremento de los indicadores económicos del país Incremento de la inflación

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Morocho, M. 2022.

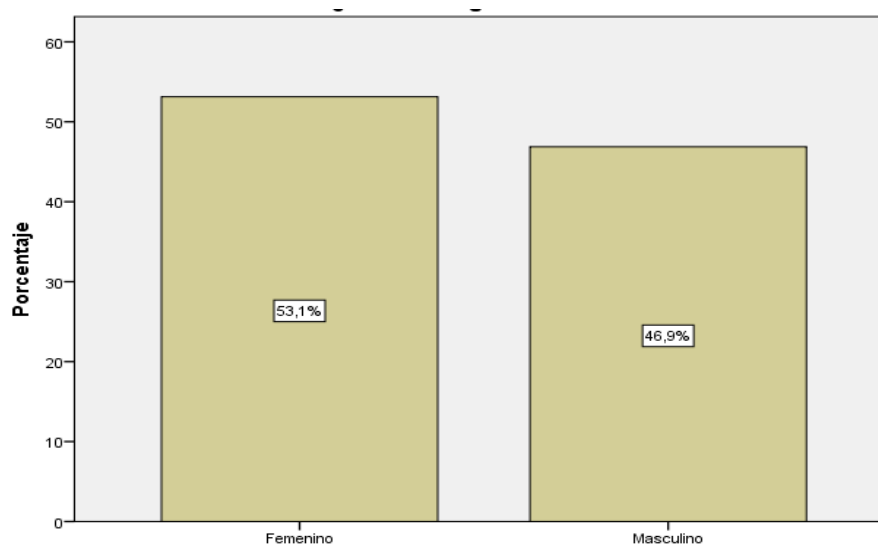
### 4.3 Perfil del mercado

#### 4.3.1 Marco de análisis e interpretación de resultados

**Tabla 3-4:** Género de las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Femenino	204	53,1	53,1
	Masculino	180	46,9	46,9
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 3-4:** Género de las personas encuestadas

Realizado por: Morocho, M. 2022.

#### **Interpretación:**

De las 384 encuestas realizadas representadas por el 100%, el 53.10% fueron respondidas por el género femenino y 46.90% por el género masculino.

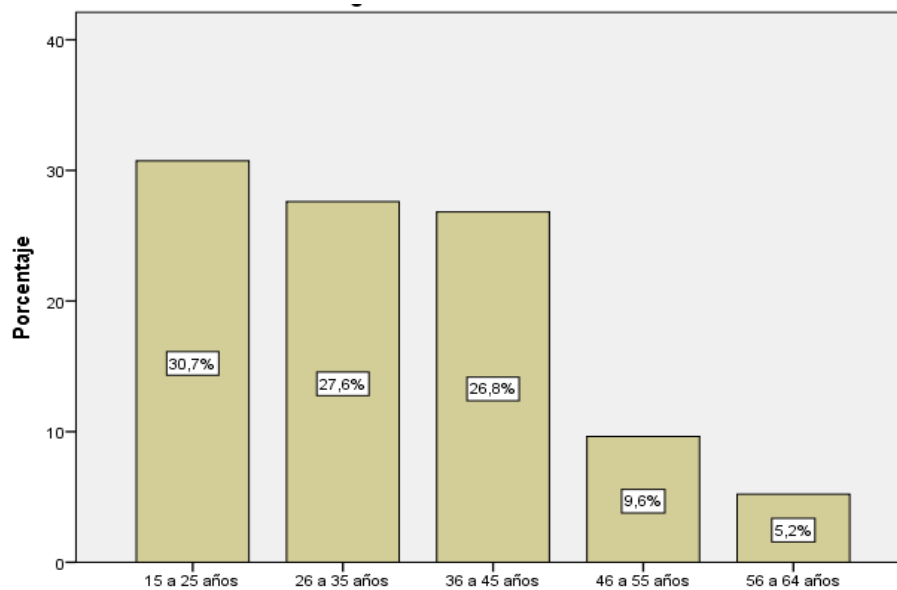
#### **Análisis:**

Para conocer el público objetivo y el perfil de los posibles clientes es importante indagar sobre el género de las personas que están interesadas en el consumo de los deshidratados en este caso de los Té o infusiones a base de las frutas kiwi y naranjilla, la respuesta más frecuente fue la del género femenino y esto se debe a que las mujeres son las personas más perceptivas al adquirir productos alimenticios.

**Tabla 4-4:** Edad de las personas encuestadas

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
<b>Válidos</b>	<b>15 a 25 años</b>	118	30,7	30,7
	<b>26 a 35 años</b>	106	27,6	27,6
	<b>36 a 45 años</b>	103	26,8	26,8
	<b>46 a 55 años</b>	37	9,6	9,6
	<b>56 a 64 años</b>	20	5,2	5,2
	<b>Total</b>		384	100,0

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 4-4:** Edad de las personas encuestadas

Realizado por: Morocho, M. 2022.

**Interpretación:**

Del 100% de las personas encuestadas el 30.7% respondieron que su edad es de 15 a 25 años, el 27.6% de 26 a 35 años, el 26.8% de 36 a 45 años, el 9.6% de 46 a 55 años y finalmente el 5.20% corresponden a la edad de 56 a 64 años.

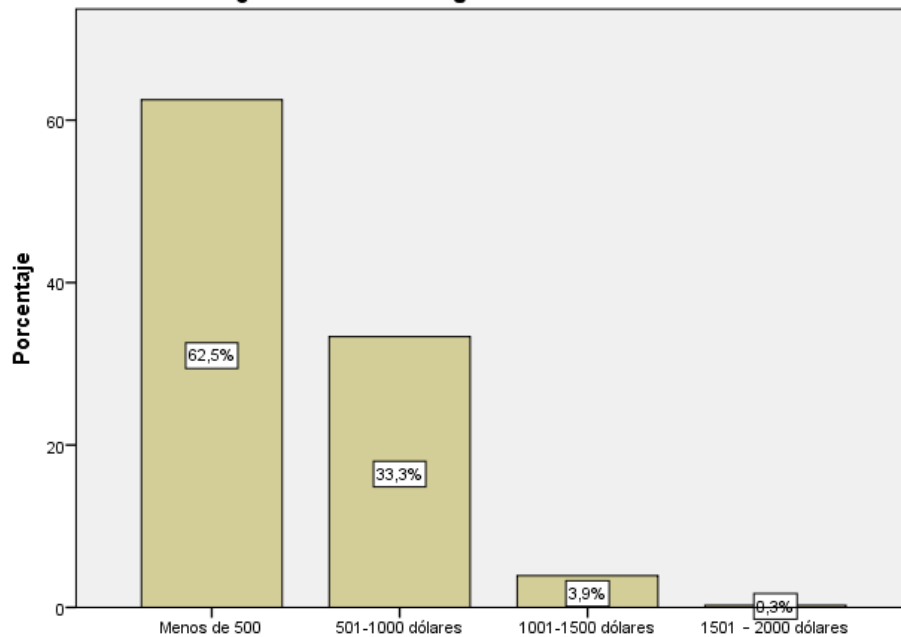
**Análisis:**

Para tener datos demográficos certeros sobre el perfil del cliente fue importante esta pregunta en donde se puede destacar que las personas que tuvieron interés en responder el cuestionario tenían una edad entre los 15 a 25 años de edad, individuos que forman parte de población económicamente activa y que se considera que son el mercado al cual se va a dirigir el producto.

**Tabla 5-4:** Ingresos mensuales de la población encuestada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Menos de 500	240	62,5	62,5
	501-1000 dólares	128	33,3	33,3
	1001-1500 dólares	15	3,9	3,9
	1501 – 2000 dólares	1	,3	,3
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 5-4:** Ingresos mensuales de las personas encuestadas

Realizado por: Morocho, M. 2022.

**Interpretación:**

Referente a esta pregunta se obtuvo que el 62.5% de personas encuestadas tienen un ingreso mensual de menos de 500 dólares, a su vez el 33.3% tiene un ingreso de 501-1000 dólares mensuales mientras que el 3.9% tiene un ingreso de 1001-1500 dólares y el 0.3% tiene un ingreso de 1501-2000 dólares.

**Análisis:**

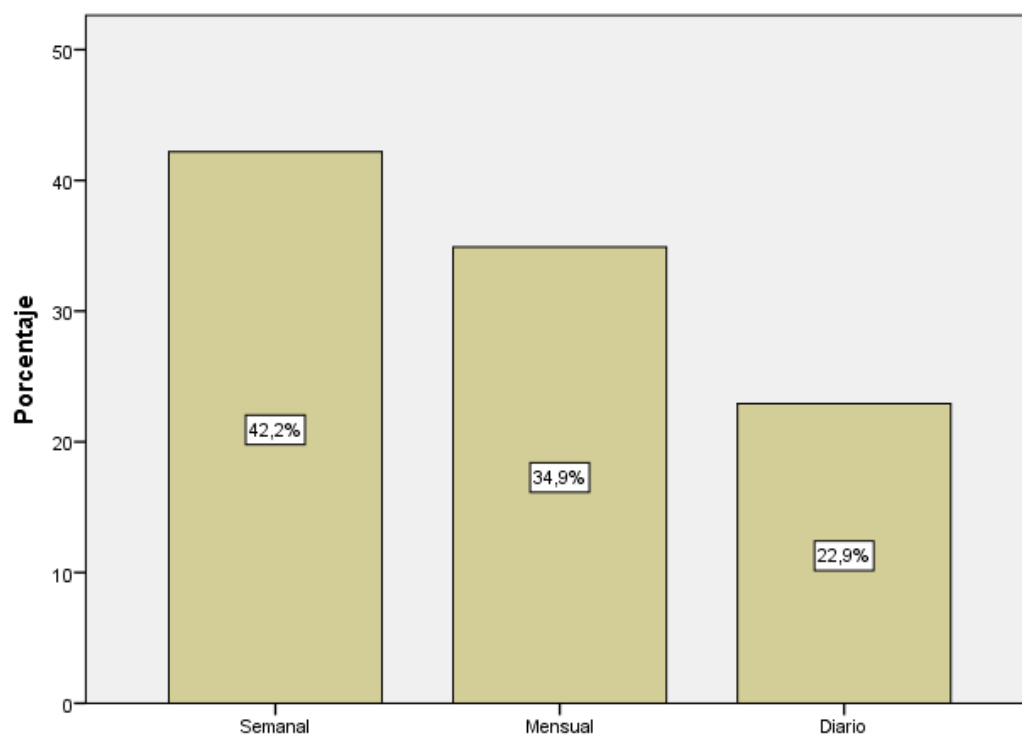
El conocer que el 62.5% de personas tienen un ingreso de menos de 500 dólares es una ventaja para el proyecto ya que ayudará a definir un precio accesible para que los individuos puedan adquirir el té de frutas deshidratadas sin poner en riesgo su economía familiar o personal. Considerando que las personas adquieren un sueldo básico y con ello realizan la despensa del hogar.

Pregunta 1 ¿Con que frecuencia consume Té o Infusiones?

**Tabla 6-4:** Frecuencia en el consumo de Té o infusiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Semanal	162	42,2	42,2
	Mensual	134	34,9	34,9
	Diario	88	22,9	22,9
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 6-4:** Frecuencia en el consumo de Té o infusiones

Realizado por: Morocho, M. 2022.

### Interpretaciones:

Como se observa del 100% de encuestados el 42.2% de personas respondieron que consumen té o infusiones de manera semanal, el 34,9% lo consume de manera mensual y el 22.9% realizan un consumo de té o infusiones a diario.

### Análisis:

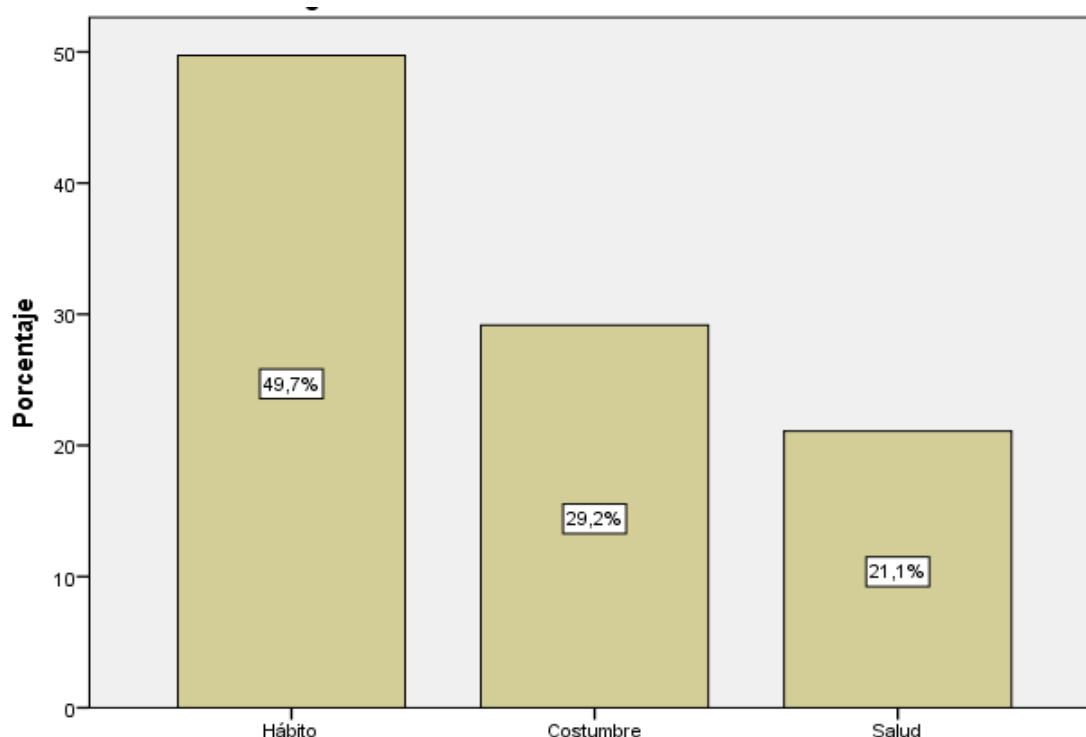
Estos datos estadísticos permitieron conocer la demanda que puede tener el té o infusiones a base de la fruta deshidratada como el kiwi y naranjilla, logrando en lo posterior conocer el tipo de ofertas que se podrían lanzar dependiendo las temporadas y aprovechando la frecuencia semanal de consumo que tienen las personas en cuanto al té o infusiones.

Pregunta 2 ¿Cuál es el motivo de su consumo?

**Tabla 7-4** Motivo del consumo de Té o infusiones a base de frutas deshidratadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Hábito	191	49,7	49,7
	Costumbre	112	29,2	29,2
	Salud	81	21,1	21,1
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 7-4:** Motivo del consumo de Té o infusiones a base de frutas deshidratadas

Realizado por: Morocho, M. 2022.

### Interpretación:

Como se puede observar en el gráfico el 49.7% de encuestados tiene como motivo principal el consumo de té o infusiones a base de frutas deshidratadas como un hábito, mientras que el 29.2% respondió costumbre y finalmente el 21.10% respondió que consume por salud.

### Análisis:

Los resultados nos dan a conocer que un gran porcentaje de personas accederían al consumo de Té o infusiones a base de fruta deshidratada debido a que lo consideran un hábito y como se conoce es una acción que se repite de manera frecuente y automática. Conociendo el motivo del consumo se logrará cubrir una necesidad que tiene el mercado.

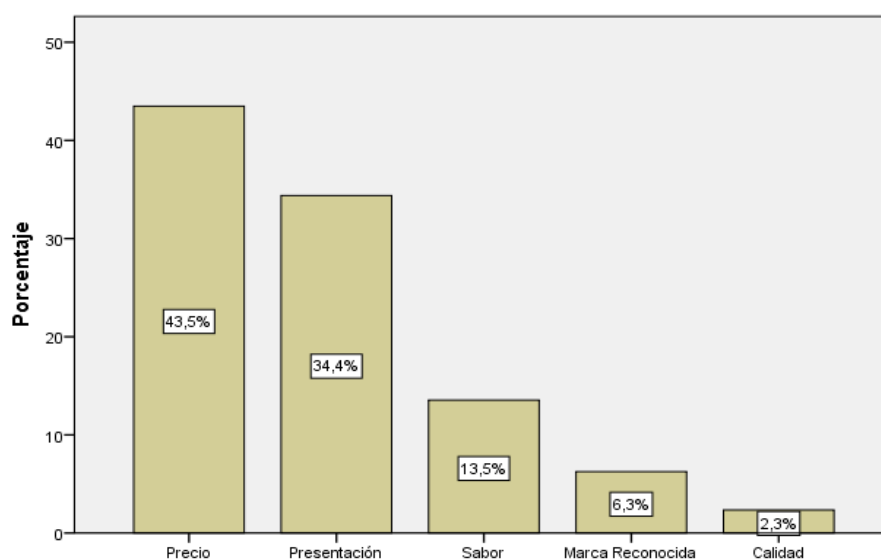


Pregunta 3 ¿Cuáles son las variables que toma en consideración al momento de comprar un Té o Infusión?

**Tabla 8-4:** Variables que se toman en consideración al momento de comprar un Té o infusión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Precio	167	43,5	43,5
	Presentación	132	34,4	34,4
	Sabor	52	13,5	13,5
	Marca Reconocida	24	6,3	6,3
	Calidad	9	2,3	2,3
	<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 8-4:** Variables que se toman en consideración al momento de comprar un Té o infusión

Realizado por: Morocho, M. 2022.

#### Interpretación:

Se observa que de las 384 personas encuestadas, el 43,5% analizan el precio del producto, el 34,4% la presentación, el 13,5% el sabor, el 6,3% que sea de una marca reconocida y el 2,3% la calidad.

#### Análisis:

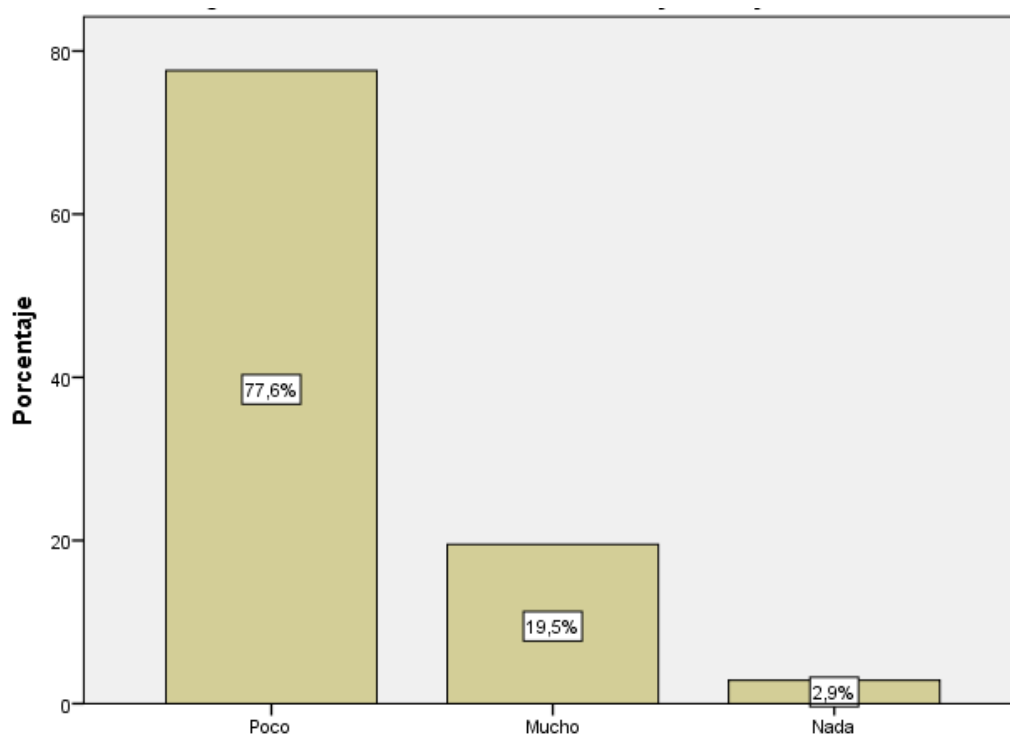
Mediante los datos obtenidos determinamos que las personas toman en consideración el precio para adquirir un Té o infusión lo cual nos da un indicador para poder establecer un precio accesible para los consumidores y que el producto tenga mayor rotación en el mercado. Al mismo tiempo que nos brinda la oportunidad de obtener esta información y utilizarla como una estrategia de entrada del producto en el mercado utilizando este factor.

Pregunta 4 ¿Consume usted estas frutas como Kiwi y Naranja?

**Tabla 9-4:** Consumo de Kiwi y Naranja

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
<b>Válidos</b>	<b>Poco</b>	298	77,6	77,6
	<b>Mucho</b>	75	19,5	19,5
	<b>Nada</b>	11	2,9	2,9
	<b>Total</b>	384	100,0	100,0

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 9-4:** Consumo de Kiwi y naranja

Realizado por: Morocho, M. 2022.

**Interpretación:**

Al aplicar la encuesta a 384 personas se obtiene que el 77.6% tiene poco consumo de frutas como el kiwi y naranja, el 19.5% consume mucho y el 2.9% no consume estos productos.

**Análisis:**

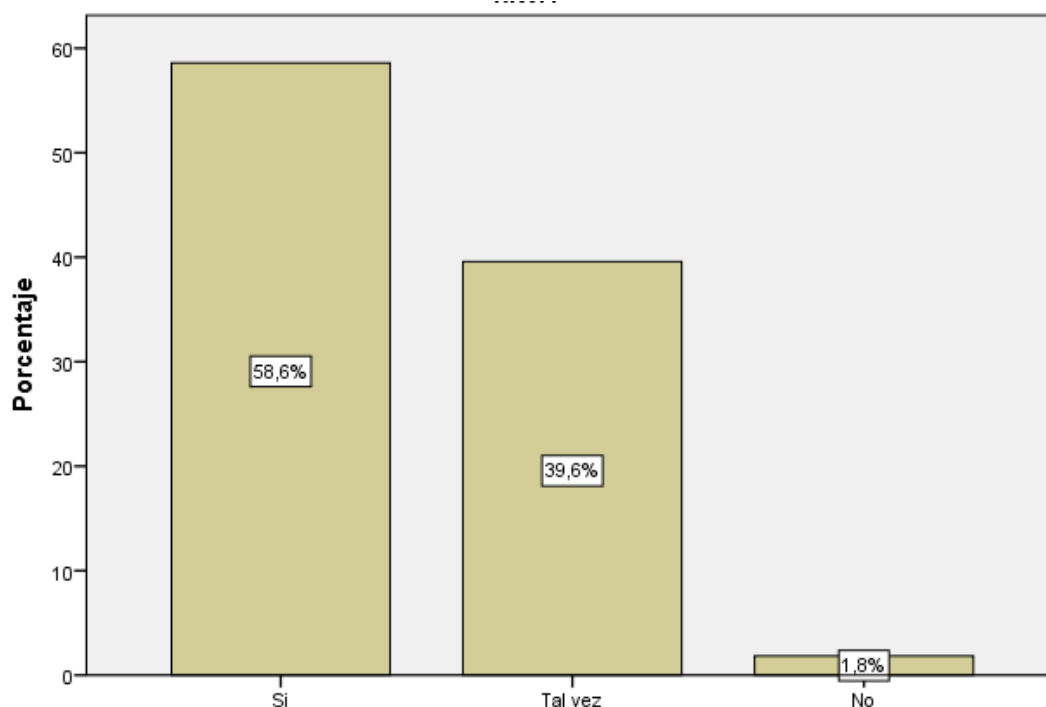
Con los resultados obtenidos se llega a la conclusión que las frutas como el kiwi y naranja son muy poco consumidas por lo que es importante potencializar sus beneficios para su consumo en forma de Té o infusiones deshidratadas. Su poco consumo se debe a la escasa información sobre el valor nutricional que tienen estas frutas y esto se suma a que tienen un sabor fuerte que causa picor en la lengua en largos periodos de tiempo, incómodo para quien la consume.

Pregunta 5 ¿Consumiría usted un té a base de frutas deshidratadas tales como naranjilla y kiwi?

**Tabla 10-4:** Preferencia en consumo de té a base de frutas deshidratadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Si	225	58,6	58,6
	Tal vez	152	39,6	39,6
	No	7	1,8	1,8
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 10-4:** Preferencia en consumo de té a base de frutas deshidratadas

Realizado por: Morocho, M. 2022.

### Interpretación:

Del 100% de encuestados el 58.6% respondió que si preferiría consumir un té a base de frutas deshidratadas, el 39.6% contestó que tal vez accedería a su consumo y finalmente el 1.8% manifestó que no consumiría un té a base de frutas deshidratadas.

### Análisis:

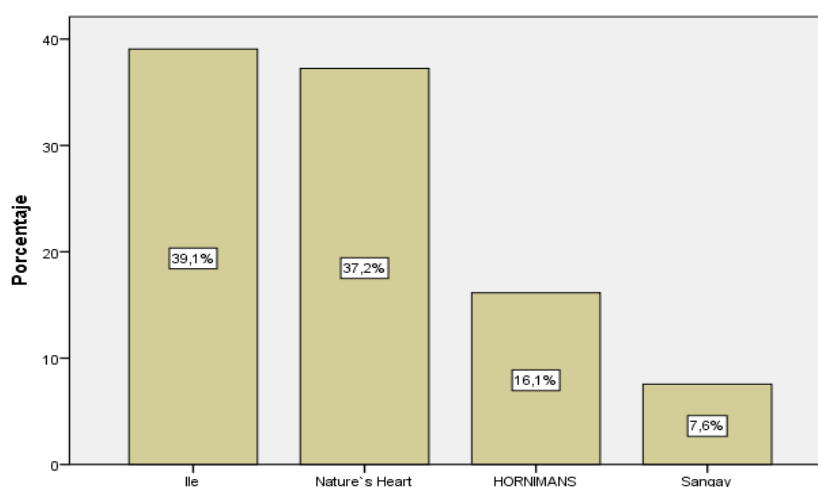
A través de los resultados obtenidos se conoce que en su gran mayoría las personas si tendrían preferencia en consumir un té a base de frutas deshidratados, por lo tanto será un producto que tendrá aceptación en el mercado, esto se debe a que considera que estos tipo de té genera muchos beneficios en la salud del cuerpo humano además que son una fuente rica en vitaminas y minerales como el calcio, hierro, potasio y magnesio.

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

**Tabla 11-4:** Preferencia de marca en compra de Té o infusiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Ile	150	39,1	39,1
	Nature`s Heart	143	37,2	37,2
	HORNIMANS	62	16,1	16,1
	Sangay	29	7,6	7,6
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 11-4:** Preferencia de marca en compra de Té o infusiones

Realizado por: Morocho, M. 2022.

### Interpretación:

Referente a esta pregunta de las 384 encuestas correspondientes al 100%, el 39.10% mencionó que tienen preferencia en la marca de Té o infusiones hacia la empresa Ile, el 37.2% respondió su particularidad por comprar té de la marca Nature`s Heart mientras que el 16.1% indicó que compra la marca Horminans y por último el 7.6% la marca Sangay.

### Análisis:

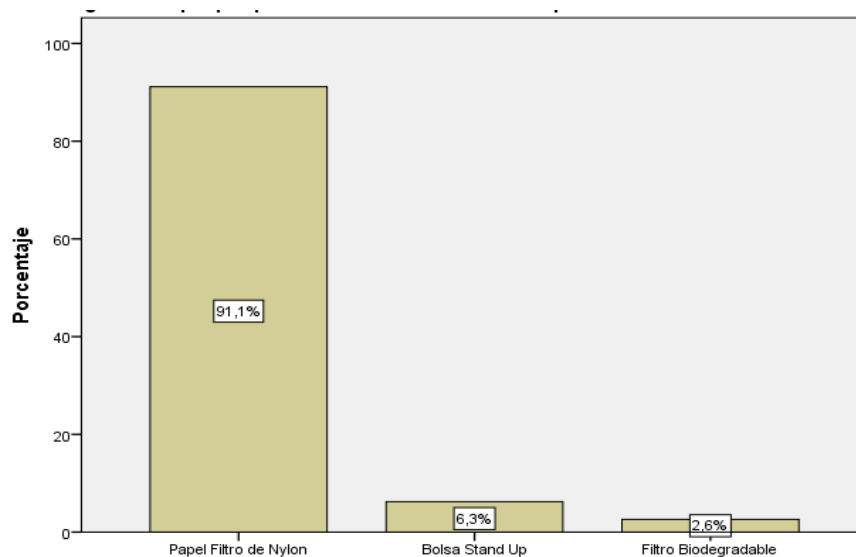
Gracias a los datos proporcionados se logró identificar a la competencia, es decir la marca Ile dicho dato ayudará a conocer mejor a nuestro cliente en cuanto a las preferencias en escoger un producto, conjuntamente con los métodos o técnicas que esta organización lleva a cabo para crecer en el mercado. Dentro de sus estrategias para posicionarse en el mercado es la asociatividad de tomar té con la familia y el apoyo que brinda a los agricultores de la localidad ya que por cada té que sea comprado por una persona estará brindado apoyo a la economía de los agricultores y personas que laboran en la organización.

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

**Tabla 12-4:** Preferencia de empaque en compra de Te o infusiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Papel Filtro de Nylon	350	91,1	91,1
	Bolsa Stand Up	24	6,3	6,3
	Filtro Biodegradable	10	2,6	2,6
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 12-4:** Preferencia de empaque en compra de Té o infusiones

Realizado por: Morocho, M. 2022.

### Interpretación:

En el gráfico se observa que el 91.1% respondieron que el empaque de su preferencia es de papel filtro de Nylon mientras que el 6.3% mencionaron que la Bolsa Stand Up es de su preferencia y finalmente el 2.6% prefieren el filtro biodegradable.

### Análisis:

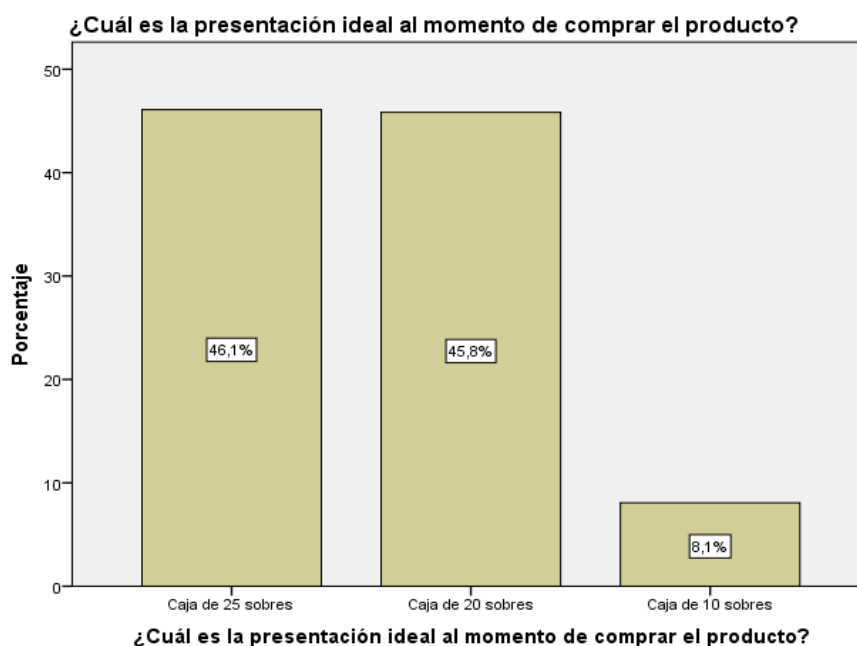
De acuerdo a los datos estadísticos se logra precisar que las personas prefieren que el té o infusión a base de fruta deshidratada se encuentre en una bolsa Papel filtro de Nylon para facilitar su consumo, por lo tanto, es un aspecto a tomar en consideración para la producción del producto planteado en la investigación. Además, que beneficiará para la transportación a los distintos canales de distribución y que en un futuro como meta cercana se pueda vender en el mercado internacional en donde es usual encontrar té en este tipo de empaques para la comodidad del consumidor.

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

**Tabla 13-4:** Presentación para compra de Te o infusiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Caja de 25 sobres	177	46,1	46,1
	Caja de 20 sobres	176	45,8	45,8
	Caja de 10 sobres	31	8,1	8,1
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Morocho, M. 2022.



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

Realizado por: Morocho, M. 2022.

### Interpretación:

Como se puede divisar en la gráfica del 100% de encuestados el 46.1% indicaron que la presentación ideal de una caja de Té o infusiones es de 25 sobres, a su vez el 45.8% mencionó que la caja adecuada es de 20 sobres y el 8.1% consideró que es una caja de 10 sobres la ideal para su compra.

### Análisis:

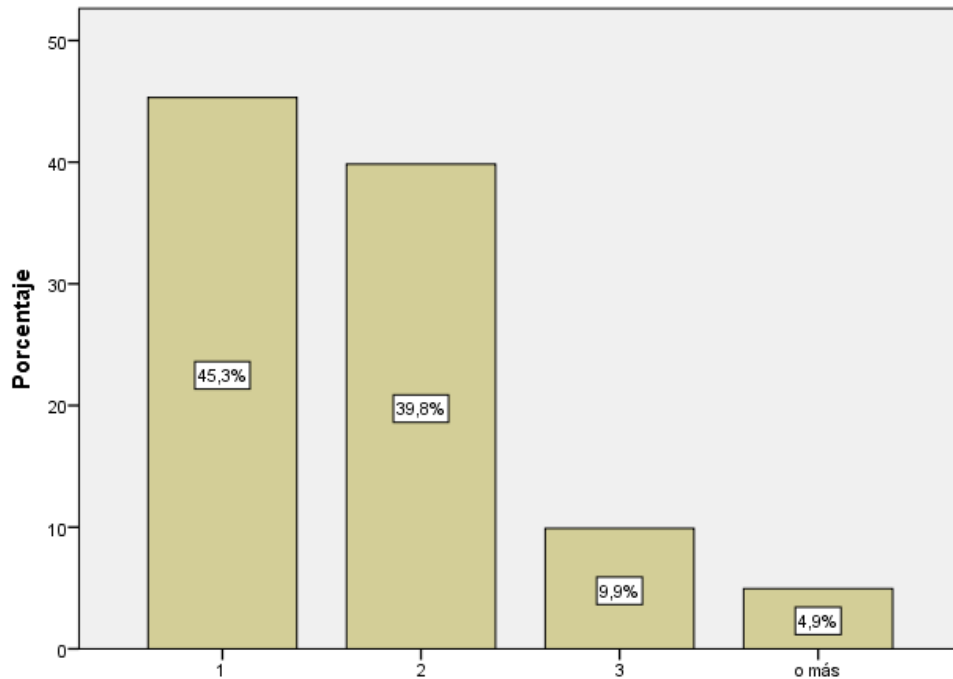
Estos datos nos demuestran que en su mayoría las personas prefieren adquirir una caja de 25 sobres de té o infusiones a base de frutas deshidratadas. Es así que se conoce con anticipación la cantidad adecuada de sobres a colocar en cada caja de nuestro producto, esta respuesta también se debe a que las personas consideran que a menor producto menor será el precio perspectiva que no siempre se cumple ya que existen productos a base de frutos deshidratados económicos y en variedad.

Pregunta 9 ¿Cuántas cajas de Té estaría dispuesto a comprar?

**Tabla 14-4:** Cantidad de cajas que estarían dispuestas a comprar las personas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	1	174	45,3	45,3
	2	153	39,8	39,8
	3	38	9,9	9,9
	o más	19	4,9	4,9
	<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 14-4:** Cantidad de cajas que estarían dispuestas a comprar las personas

Realizado por: Morocho, M. 2022.

**Interpretación:**

Una vez realizada la encuesta a 384 personas equivalentes al 100% se obtiene que el 45.3% estarían dispuestos a comprar 1 caja, seguidamente del 39.8% que mencionó que su disposición es para adquirir dos cajas, el 9.9% indicó que compraría 3 cajas y por último el 4.9% que respondieron que compraría más de las tres.

**Análisis:**

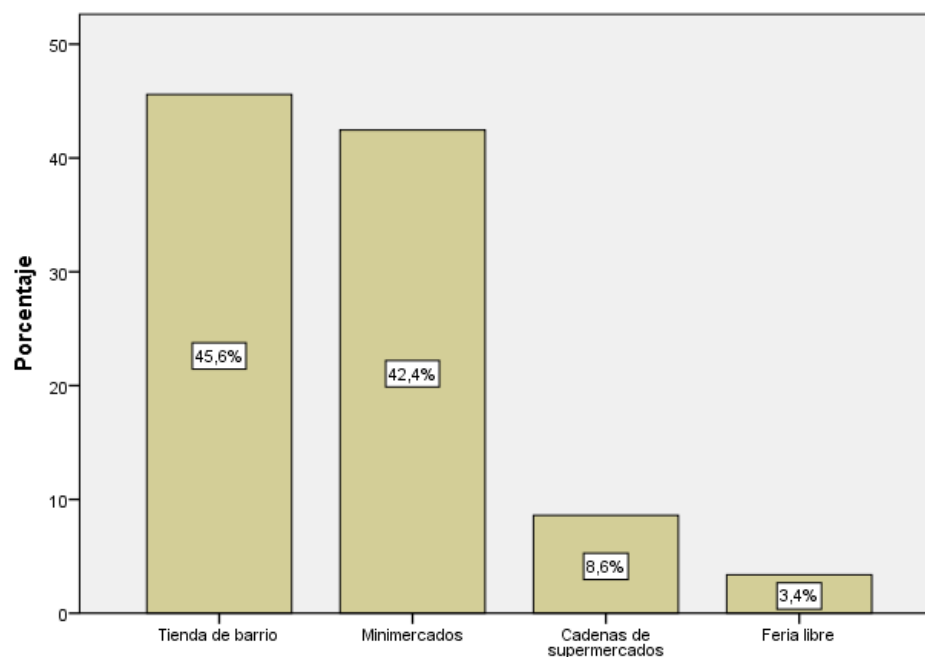
Haciendo el respectivo análisis se entiende que al menos una persona adquiriría una caja de té o infusiones a base de frutas deshidratadas por lo tanto si existirá salida en el mercado de nuestro producto a ofertar, se considera que no se eligieron las demás opciones debido a que las personas no tienen costumbre de adquirir productos al por mayor, lo cual les beneficiaría en la economía de sus hogares.

Pregunta 10 ¿Dónde adquiere el Té o Infusiones?

**Tabla 15-4:** Lugar donde se adquiere el té o infusión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Tienda de barrio	175	45,6	45,6
	Mini mercados	163	42,4	42,4
	Cadenas de supermercados	33	8,6	8,6
	Feria libre	13	3,4	3,4
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 15-4:** Lugar donde se adquiere el té o infusión

Realizado por: Morocho, M. 2022.

### Interpretación:

Del 100% de encuestados el 45.6% adquieren el té o infusión en tiendas del barrio, el 42.4% en mini mercados, el 8.6% en cadenas de supermercados y el 3.4% en feria libre

### Análisis:

Tomando en consideración los datos arrojados se conoce con mayor claridad los canales de distribución que pueden ser utilizados para dar a conocer y poner de venta el Té o infusión a base de frutas deshidratadas como las tiendas de barrio y los mini mercados a nivel local ya que son productos de fácil acceso en cuanto al precio, por lo tanto las tiendas de barrio ponen a disposición del público venta por cajas o solamente sobres debido a que si se necesitara comprar y no existiera en las tiendas o micro mercados sería un producto no tan consumido por el costo adicional del medio de transporte que se debería utilizar para llegar a la cadena de supermercados más cercana.

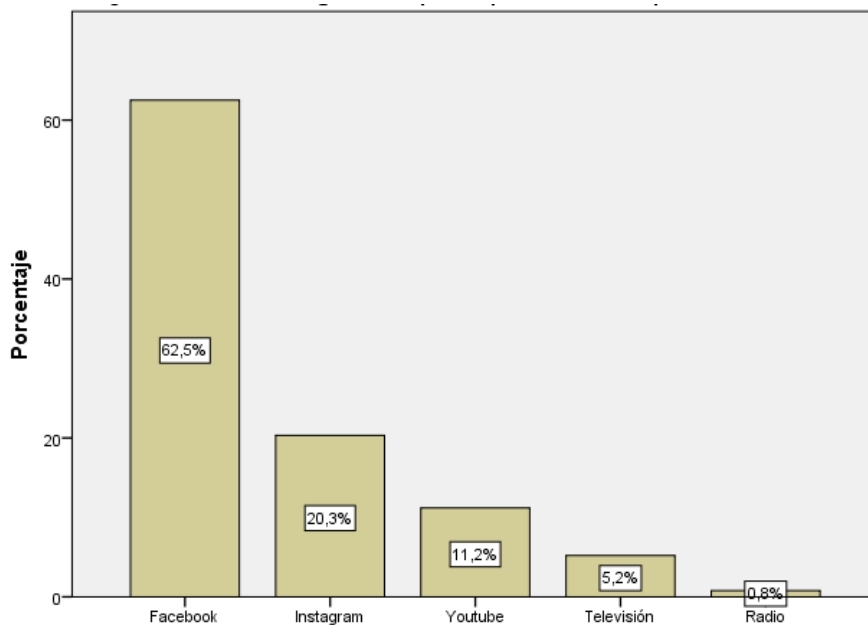


Pregunta 10 ¿Por cuál medio le gustaría que se promocione el producto?

**Tabla 16-4:** Medios de comunicación para la promoción de productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Facebook	240	62,5	62,5
	Instagram	78	20,3	20,3
	YouTube	43	11,2	11,2
	Televisión	20	5,2	5,2
	Radio	3	,8	,8
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 16-4:** Medios de comunicación para la promoción de productos

Realizado por: Morocho, M. 2022.

**Interpretación:**

Referente a esta pregunta del 100% de encuestados el 62.5% respondieron que el medio por el cual le gustaría que se promocione el producto es la red social Facebook, el 20.3% seleccionó Instagram, el 11.2% YouTube, el 5.2% la televisión y el 0.8% la Radio.

**Análisis:**

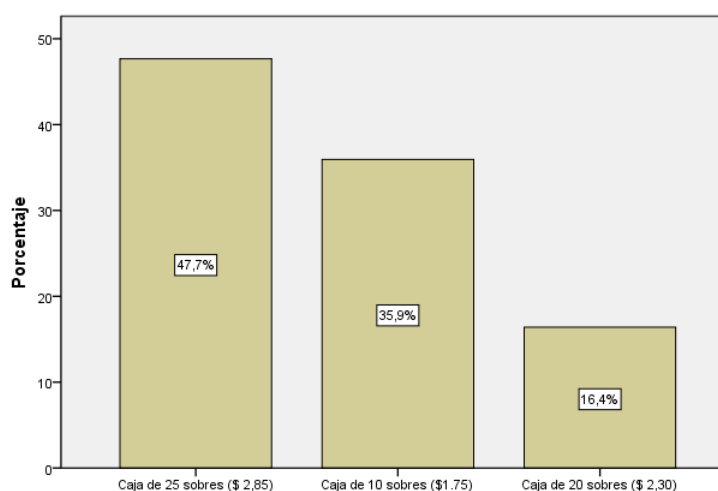
De acuerdo al análisis, los canales adecuados para la promoción del té o infusión a base de fruta deshidratada como el kiwi y naranjilla son Facebook e Instagram ya que son los más utilizados actualmente por las personas de 15 a 25 años como se nos dio a conocer en los datos estadísticos anteriores, además las redes sociales mencionadas lograrán bajos costos en cuanto a marketing, con el uso de hashtag, etiquetas e imágenes adecuadas se puede llegar a una alcance de público de manera orgánica consiguiendo que el Té de frutas deshidratadas sea conocido en el mercado.

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

**Tabla 17-4:** Pago por el Té o Infusiones de acuerdo a la cantidad ofrecida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
<b>Válidos</b>	<b>Caja de 25 sobres (\$ 2,85)</b>	183	47,7	47,7
	<b>Caja de 10 sobres (\$1.75)</b>	138	35,9	35,9
	<b>Caja de 20 sobres (\$ 2,30)</b>	63	16,4	16,4
	<b>Total</b>	384	100,0	100,0

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 17-4:** Pago por el Té o Infusiones de acuerdo al peso

Realizado por: Morocho, M. 2022.

### Interpretación:

En el gráfico se puede divisar que del 100% el 47.7% está dispuesto a pagar por una caja de 25 sobres el valor de \$2.85 mientras que el 35.9% está dispuesto a pagar por una caja de 10 sobre el precio de \$1.75 y el 16.4% pagaría por una caja de 20 sobres \$2.10.

### Análisis:

Los datos estadísticos arrojados en esta interrogante logran dar a conocer el valor adecuado y la cantidad precisa que conseguirá que los clientes se sientas satisfechos con el té o infusiones a base de fruta deshidratada de kiwi y naranjilla, tomando en consideración a la caja de 25 sobres a \$2.85. Mediante un análisis minucioso se identifica que el precio unitario de un té en una caja de 25 sobres es de 0.11 centavos mientras que el valor unitario de cada sobre por caja de 10 es de 0.17 centavos y el valor unitario de cada sobre por caja de 20 es de 0.12 centavos, por lo tanto, se puede destacar que las personas eligieron el valor de \$2.85 por una caja de 25 sobres considerando que es más económico y con mayor cantidad de producto.

#### 4.4. Análisis de la demanda

##### 4.4.1 Demanda histórica

El comportamiento de la demanda histórica se obtuvo a través de datos brindados por entidades gubernamentales desde el año 2017 que a través de sus páginas oficiales han brindado información verídica, dentro de las entidades se menciona al Ministerio de Agricultura, Banco central del Ecuador que aportó con datos estadísticos brindados y finalmente el uso de artículos científicos y periódicos electrónicos. La siguiente tabla muestra la reseña historia donde es evidente que la adquisición de cajas de té tiene un crecimiento evidente.

**Tabla 18-4:** 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: Morocho, M. 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 19-4:** 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: Morocho, M. 2022.

##### 4.4.2 Demanda proyectada diaria

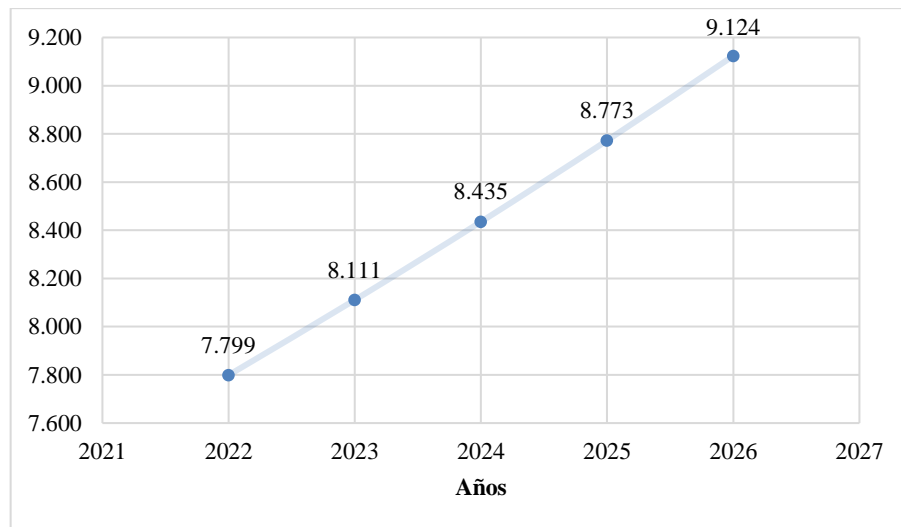
Una vez conocidas las cifras de la demanda pasada, fue posible establecer una proyección de la para proveer el escenario que se podría presentar en los próximos períodos, procurando obtener un pronóstico lo más acertado posible a la realidad, para lo cual se aplicó el método de extrapolación con tendencia lineal, esto permitirá un adecuado análisis de resultados y la toma de decisiones acertadas.

**Tabla 20-4:** 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: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 18-4:** Demanda proyectada

Realizado por: Morocho, M. 2022

Mediante el gráfico de dispersión se observa la proyección de la demanda, siendo notable el aumento de la adquisición de té 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 21-4:** 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: Morocho, M. 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. En la siguiente tabla se detalla la oferta histórica desde el año 2017 al año 2021.

**Tabla 22-4:** 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: Morocho, M. 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 23-4:** 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: Morocho, M. 2022.

### 4.5.2. Oferta proyectada

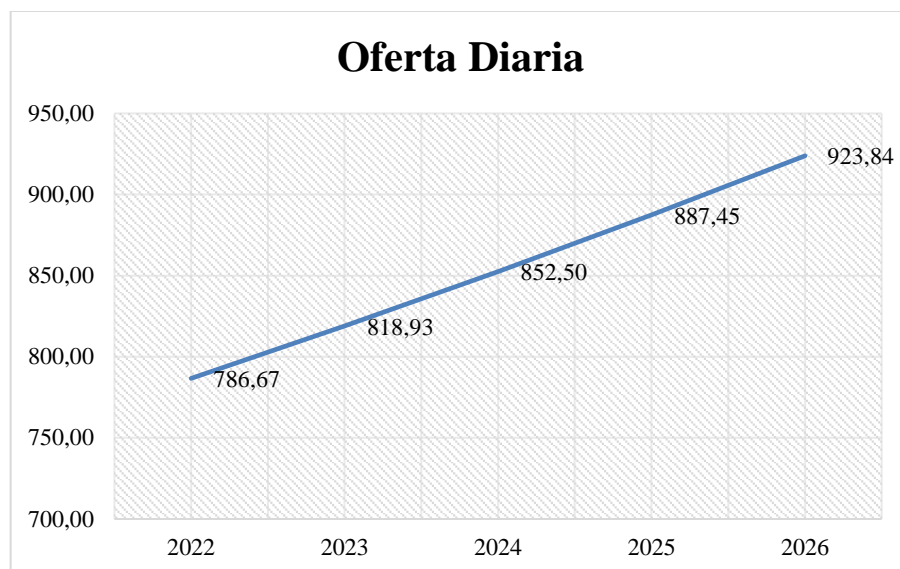
La proyección de la oferta permitió estimar la oferta futura y con ello las cajas de té de fruta deshidratada que puede ofrecer la empresa en los próximos 5 años. Para realizar el cálculo se aplicó el método de extrapolación de tendencia histórica. El pronóstico creciente de la oferta diaria y anual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

**Tabla 24-4:** Oferta proyectada diaria

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

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022.



**Ilustración 19-4:** Oferta proyectada

**Realizado por:** Morocho, M. 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 786.67 cajas de té de frutas deshidratadas y para el quinto año 923.84 cajas de té de fruta deshidratada.

**Tabla 25-4:** Oferta proyectada anual

Año	Cajas de té de fruta deshidratada
2022	285.649
2023	296.171
2024	306.619
2025	316.943
2026	327.202

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Morocho, M. 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 deshidratadas, permitiendo cubrir al menos una parte del Total de la demanda insatisfecha existente en las empresas de deshidratados.

**Tabla 26-4:** 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: Morocho, M. 2022.

#### 4.7. Mercado objetivo

Este dato se obtuvo conforme a la producción de fruta fresca como el kiwi y naranjilla 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 27-4:** Producción de fruta fresca

L. Infer	L. Super	M.C	Productores	Valor Total de fruta fresca producida	Rendimiento	Sub. T kilos
3	5	4	48	192	8,00% Kiwi	15
3	8	5,5	45	247,5	17% Naranjilla	42
				Total Kilos al día		57
				Total kilos al año		20.963,8
				Total gramos al año		20963775
				Total cajas al año		167710,2

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 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 28-4:** Mercado Objetivo

	Regla de tres		
Demanda Insatisfecha 2022	2.546.904	100	%
Producción de té a base a la maquinaria 2022	167.710	6,58	%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022.

La siguiente tabla demuestra cómo la empresa de té a base de fruta deshidratada busca cubrir un 6.58% aproximadamente de la demanda insatisfecha de los siguientes 5 años proyectados.

**Tabla 29-4:** Mercado objetivo proyectado a 5 años

<b>Años</b>	<b>D. Insatisfecha</b>	<b>M. Objetivo</b>
2022	2.546.904	167.710
2023	2.638.427	178.754
2024	2.729.321	190.524
2025	2.819.160	203.070
2026	2.908.459	216.442

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Morocho, M. 2022.

## **4.8. Marketing mix**

### **4.8.1 Producto**

El producto que será expuesto al mercado contará con las siguientes características:

- Caja de 25 sobres de té deshidratado a base de frutas (kiwi y naranjilla.)
- Cada caja tendrá el logo de la empresa, las instrucciones de consumo, código de barras y el lugar-fecha en el que fue producido.
- El material con el que esté realizado cada uno de los sobres será de Papel filtro de Nylon

Todos estos parámetros fueron tomados de la investigación de mercado en donde se conoció las preferencias del cliente y el producto con el cual se sentirá satisfecho.

### **4.8.2. Precio**

Mediante la investigación de mercado se identificó que los posibles clientes se sentirán cómodos al pagar por una caja de 25 sobres de té a base de frutas deshidratadas de kiwi y naranjilla un valor de \$2.85 ctvs. Por lo tanto, con una utilidad del 30% el precio de venta al público será de \$2.64 centavos por cada caja de 25 té de fruta deshidratada como se detalla en el análisis financiero.

### **4.8.3. Plaza**

Los canales para la distribución y comercialización de los productos serán tiendas de barrio y micro mercados debido a la facilidad que tiene cada uno de los consumidores para adquirir el producto cerca de sus viviendas y no debiendo de transportarse por algún otro medio para llegar a supermercados más grandes y lejos de sus hogares.



#### **4.8.4. Promoción**

El uso de las redes sociales juega un papel importante, debido a que son utilizadas día a día por las personas para adquirir productos, por lo que se conoce que las redes sociales más utilizadas son el Facebook e Instagram se procederá a aplicar estrategias de marketing que logren el alcance deseado y las ventas continuas del té a base de fruta deshidratada kiwi y naranjilla.

Dentro de las estrategias se puede utilizar son posteo en horas con mayor audiencia, uso de hashtag etiquetas preferiblemente en la red social Instagram, además de audios con tendencias para lograr el alcance visual además el uso de videos cortos, pero con imágenes representativas de los procesos de elaboración del té, logrará interacciones continuas en la publicación consiguiendo que el algoritmo coloque como prioritaria la publicación y finalmente generando una publicidad orgánica.

#### **4.9. Cobertura geográfica del plan de negocio**

La localización de la empresa de té a base de frutas deshidratadas se elegirá por medio de una ponderación que corresponde a lugares tentativos de acuerdo a las condiciones con las que cuentan para la puesta en marcha de la empresa. Por lo tanto se ha considerado las ciudades de Riobamba, Ambato, Latacunga y Puyo para realizar la calificación e identificar el lugar idóneo en donde la planta procesadora de los té entre en funcionamiento.

##### **4.9.1. Tamaño del proyecto**

Para la puesta en marcha de la empresa se tiene como punto inicial la capacidad de la planta, donde se determinó una maquinara con una capacidad de 440 kg de fruta fresca, la materia prima se procesara en el día por lo que este aspecto estará calculado mediante la capacidad de producción que tiene la empresa en un día. Todas las instalaciones se adecuaron para la producción promedio de 57kg diarios de frutas que servirán como insumos para la producción de las cajas de té.

##### **4.9.2. Ponderación**

Una vez realizada la calificación de acuerdo a factores como las vías de acceso, clientes, servicios básicos, manos de obra y espacio físico, la ciudad de Riobamba obtuvo una calificación Total de 4.52, el cantón Ambato de 3.11, Latacunga de 2.72 y el Puyo de 2.51, es así que se tomó la decisión de establecer la empresa en la ciudad de Riobamba ubicada en la Provincia de Chimborazo por su accesibilidad y facilidad tanto para proveedores, clientes, manos de obra y espacio físico.

**Tabla 30-4: Ponderación**

Factor relevante	Peso asignado	RIOBAMBA		AMBATO		LATACUNGA		PUYO	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Califica.	Califica. Pondera.	Califica.	Califica. Pondera.
Vías de acceso	0,18	5	0,9	3	0,54	3	0,54	2	0,36
Proveedores	0,23	5	1,15	3	0,69	3	0,69	2	0,46
Clientes	0,2	4	0,8	3	0,6	2	0,4	3	0,6
Servicios básicos	0,18	4	0,72	3	0,54	2	0,36	2	0,36
Mano de obra	0,11	5	0,55	4	0,44	3	0,33	3	0,33
Espacio físico	0,1	4	0,4	3	0,3	4	0,4	4	0,4
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>4,52</b>		<b>3,11</b>		<b>2,72</b>		<b>2,51</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Morocho, M. 2022.

Para indicar la importancia relativa de los factores se ha establecido una escalada del 1 al 5 donde 1 equivale a insuficiente, 2 malo, 3 bueno, 4 muy bueno y 5 excelente, para calificar cada uno de los factores brindados para la ubicación de la planta de procesamiento para el té a base de frutas deshidratadas kiwi y naranjilla.

#### 4.9.3. Macro localización

La empresa se ubicará en la ciudad de Riobamba, ciudad que está situada a 2754 metros sobre el nivel del mar en la Provincia de Chimborazo para lo cual se detalla los límites del cantón:

**Tabla 31-4: Límites de la ciudad de Riobamba**

<b>Norte</b>	Cantones de Guano y Penipe
<b>Sur</b>	Cantones de Colta y Guamote
<b>Este</b>	Cantón de Chambo
<b>Oeste</b>	Provincia de Bolívar

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Morocho, M. 2022.



**Ilustración 20-4:** Macrolocalización

Realizado por: Morocho, M, 2022

#### 4.9.4. *Micro localización*

La empresa estará localizada en la salida a Chambo, un sector estratégico para la adquisición de la materia prima por la cercanía de los proveedores a la planta de procesamiento además que cuenta con servicios básicos necesarios para la producción de la fruta.



**Ilustración 21-4:** Micro localización

Realizado por: Morocho, M, 2022

## **4.10. Ingeniería del proyecto**

### ***4.10.1. Descripción técnica del proceso productivo***

#### *4.10.1.1 Recepción de la materia prima:*

En esta etapa se recibe la materia prima en donde llegan los camiones con las frutas en este caso; naranjilla y kiwi por caja además se analiza que la fruta no este dañada y que se encuentre en óptimas condiciones es decir que sea uniforme, aproximadamente este proceso se realiza en un lapso de 45 minutos.

#### *4.10.1.2 Control de calidad*

En esta etapa se determina si las materias primas poseen algún daño físico observando si no se encuentran dañadas por mecánico lo cual puede producir la propagación de microorganismos en la fruta y por consiguiente la descomposición de la materia prima, este proceso dura 25 minutos y si 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 hipoclorito de sodio al 60ppm por 10 minutos aproximadamente para eliminar algún tipo de microorganismos que se encuentra adherido a su estructura.

#### *4.10.1.4 Troceado*

Para el picado se debe establecer el grosor al que se van a cortar las frutas ya que este parámetro afecta directamente al proceso de deshidratado, ya que con este parámetro se analiza la rapidez del secado por la presencia de mayor materia, al ser un punto de crítico se tiene que mantener este dato obligadamente, por lo general espesor del corte para el kiwi y la naranjilla es de 4mm.

#### *4.10.1.5 Alimentación*

Se coloca la fruta picada en las bandejas de acero quirúrgico inoxidable evitando que la materia prima se sobreponga y se peguen lo que puede ocasionar un secado no uniforme, las latas del deshidratador tiene una longitud de 67cm\*67cm y una capacidad máxima de 60-80kg por parada, este proceso tiene un tiempo de duración de 25 minutos.

#### *4.10.1.6 Deshidratación*

Para el proceso de deshidratado se plantean los datos específicos para secar la naranjilla y el kiwi donde se establece que para la naranjilla se necesita una temperatura de 50°C por 8-12h, de la misma forma para el kiwi es una temperatura de 65°C por 10h, gracias a la aplicación de estos valores se extraer la mayor cantidad de humedad de las frutas sin desnaturalizar los componentes y nutrientes.

#### *4.10.1.7 Molido*

En el molido se aplica una torsión de 1250rpm para las frutas produciendo un polvo que se extrae de forma uniforme mejorando la textura y teniendo mejores resultados al momento de degustar un té.

#### *4.10.1.8 Pesado*

Para este proceso se pesa aproximadamente 5 gramos de fruta molida en las bolsas de té, el tiempo de empaado es de 8 segundos por bolsa.

#### *4.10.1.9 Empacado*

En este proceso se realiza el empaado de 25 sobres por caja en cada empaque, la cual permite agilizar la línea de producción y establece uniformidad en el empaque para que tenga una mejor presentación.

#### *4.10.1.10 Sellado*

En el sellado se embalan 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*

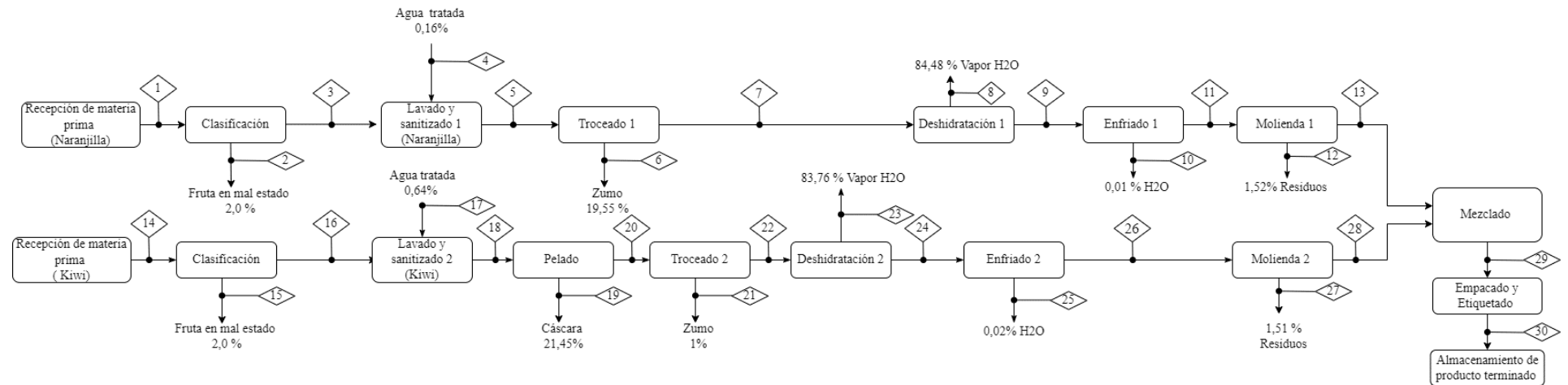
Se procede a etiquetar los empaques con datos determinados como la fecha de producción o elaboración, lote, códigos de barras, fecha de vencimiento y datos explícitos de las empresas para verificación por el ente rector en alimentos procesados.

#### *4.10.1.12 Almacenado*

Se procede a almacenar los productos en la zona de almacenamientos a temperatura ambiente

#### 4.10.2. 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 de naranjilla y kiwi comprobando así la igualdad entre las entradas y salidas.



**Ilustración 22-4: Balance de Masas**

Realizado por: Morocho, M, 202

##### 4.10.2.1. Ecuaciones del balance de masa

$$F1 = F3 + F2$$

$$F3 = 1024 - (1024 \times 2,0 \%)$$

$$F3 = 1004,01$$

$$F3 = F4 + F5$$

$$F5 = 1004,01 - (1004,01 \times 0,16 \%)$$

$$F5 = 1002,44$$

$$F5 = F6 + F7$$

$$F7 = 1002,44 - (1002,44 \times 19,55 \%)$$

$$F7 = 806,46$$

$$F7 = F8 + F9$$

$$F9 = 806,46 - (806,46 \times 84,48 \%)$$

$$F9 = 125,14$$

$$F9 = F10 + F11$$

$$F11 = 125,14 - (125,14 \times 0,01 \%)$$

$$F11 = 125,13$$

$$F11 = F12 + F13$$

$$F13 = 125,13 - (125,13 \times 1,52 \%)$$

$$F13 = 123,23$$

$$\begin{aligned}
 \mathbf{F14} &= \mathbf{F15+F16} & \mathbf{F16} &= \mathbf{F17+F18} & \mathbf{F18} &= \mathbf{F19+F20} \\
 \mathbf{F16} &= 1014,49 - (1014,49 \times 2,0\% \times 21,45\%) & \mathbf{F18} &= 994,20 - (994,20 \times 0,64\%) & \mathbf{F20} &= 1000,61 - (100,61 \times 21,45\%) \\
 \mathbf{F16} &= \mathbf{994,20} & \mathbf{F18} &= \mathbf{1000,61} & \mathbf{F20} &= \mathbf{785,97} \\
 \\
 \mathbf{F20} &= \mathbf{F21+F22} & \mathbf{F22} &= \mathbf{F23+F24} & \mathbf{F24} &= \mathbf{F25+F26} \\
 \mathbf{F22} &= 785,97 - (785,97 \times 1\% \times 0,02\%) & \mathbf{F24} &= 778,08 - (778,08 \times 83,76\%) & \mathbf{F26} &= 126,32 - (126,32 \times 0,02\%) \\
 \mathbf{F22} &= \mathbf{778,08} & \mathbf{F24} &= \mathbf{126,32} & \mathbf{F26} &= \mathbf{126,30} \\
 \\
 \mathbf{F26} &= \mathbf{F27+F28} & \mathbf{F29} &= \mathbf{F13+F28} & \mathbf{F29} &= \mathbf{F30} \\
 \mathbf{F28} &= 126,30 - (126,30 \times 1,51\%) & \mathbf{F29} &= 123,23 + 124,40 & & 247,63=247,63 \\
 \mathbf{F28} &= \mathbf{124,40} & \mathbf{F29} &= \mathbf{247,63} & & 
 \end{aligned}$$

**Tabla 32-4:** Resumen balance de masa

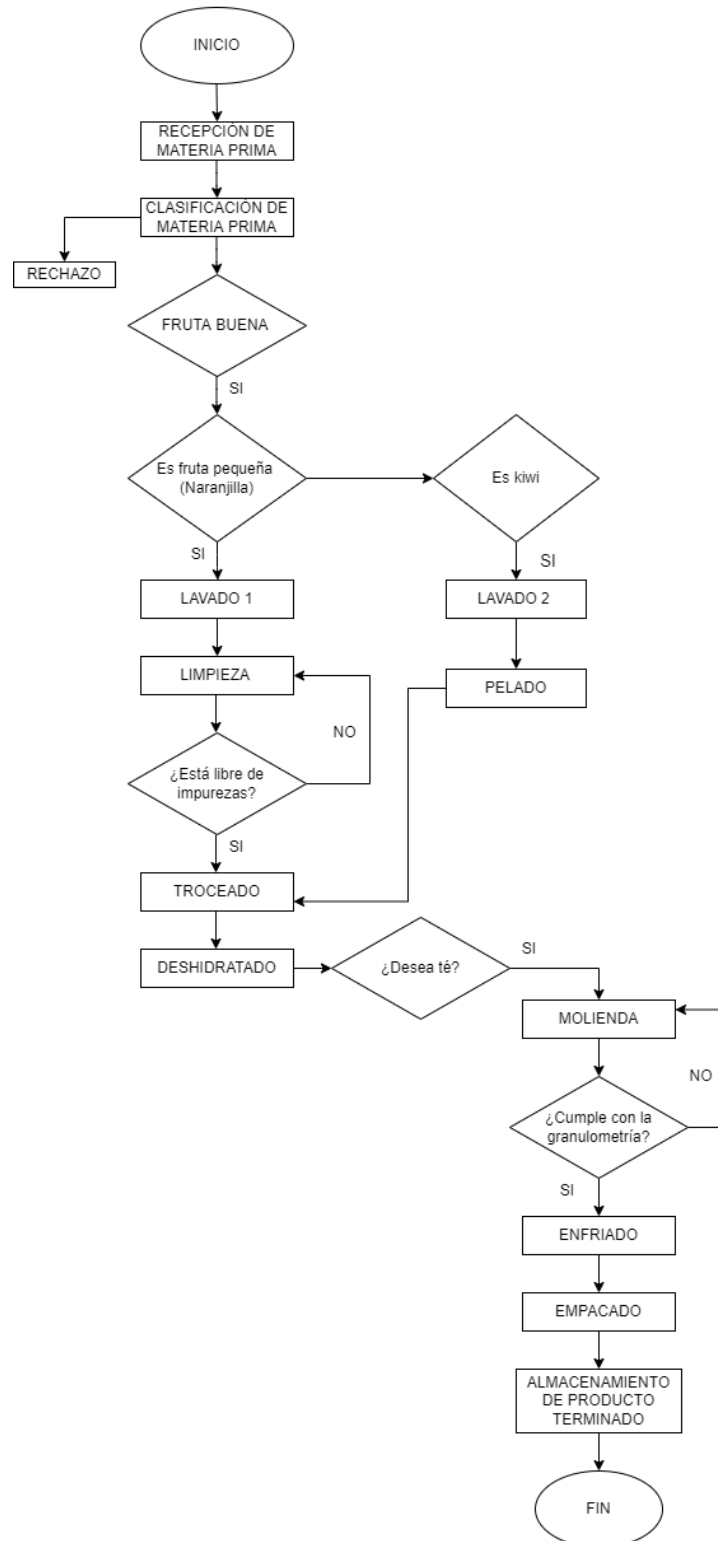
	Unidades físicas	Naranjilla		Kiwi		Producción de Té	
		Temperatura	Entradas	Salidas	Entradas	Entradas	Salidas
1	19°C	1024,50			1024,50		
2	19°C		20,49			20,49	
3	19°C						
4	19°C		1,57			1,57	
5	19°C						
6	19°C		195,98			195,98	
7	19°C						
8	65°C		681,33			681,33	
9	19°C						
10	19°C		0,01			0,01	
11	19°C						
12	19°C		1,90			1,90	
13	19°C		123,23			123,23	
14	19°C			1014,49			1014,49
15	19°C				20,29		20,29
16	19°C						
17	19°C				-6,41		-6,41
18	19°C						
19	19°C				214,64		214,64
20	19°C						
21	19°C				7,89		7,89
22	19°C						
23	65°C				651,76		651,76
24	19°C						
25	19°C				0,02		0,02
26	19°C						
27	19°C				1,90		1,90
28	19°C				124,40		
29	19°C						247,63
30	19°C					247,63	247,63
<b>Total</b>		<b>1024,50</b>	<b>1024,50</b>	<b>1024,50</b>	<b>1014,49</b>	<b>1014,49</b>	<b>2286,62</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M, 2022

### 4.10.3. Diagramas

#### 4.10.3.1. Flujograma de procesos

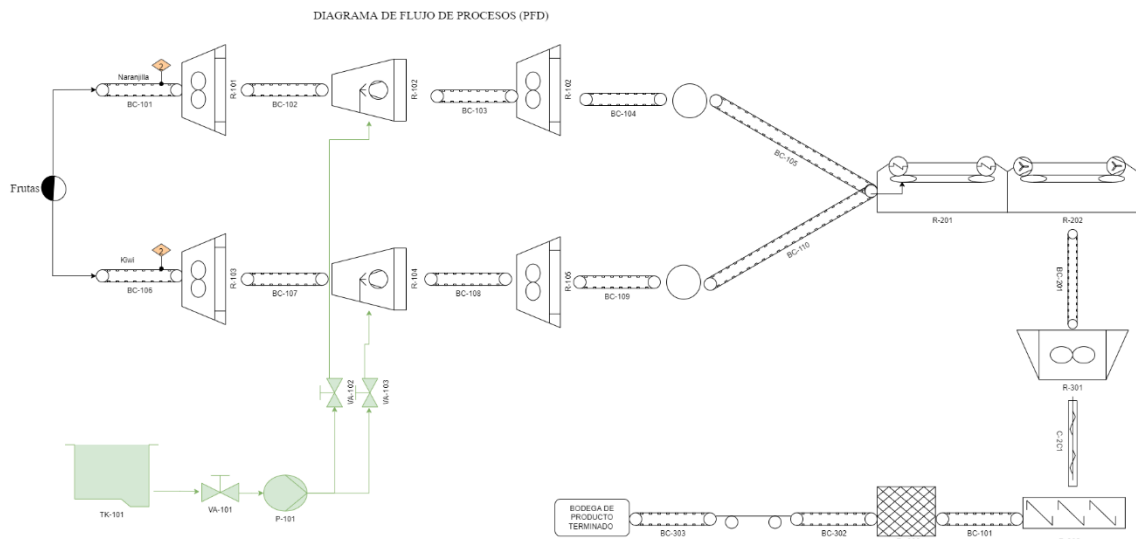


**Ilustración 23-4:** Flujograma de proceso

Realizado por: Morocho, M, 2022



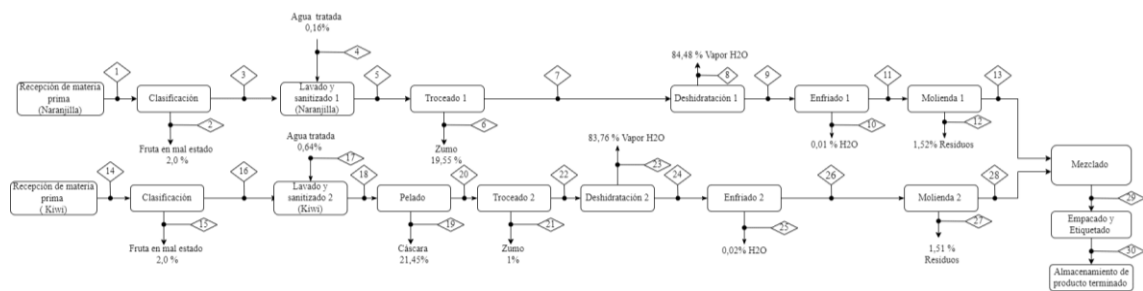
#### 4.10.3.2. Diagrama de procesos



**Ilustración 24-4:** Diagrama de proceso

Realizado por: Morocho, M, 2022

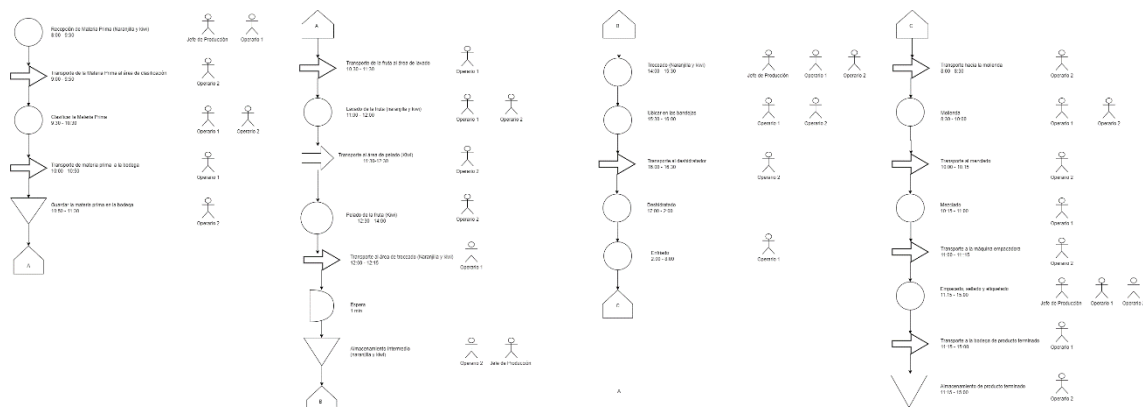
#### 4.10.3.3. Diagrama de balance de masas



**Ilustración 25-4:** Diagrama de balance de masas

Realizado por: Morocho, M, 2022

#### 4.10.3.4. Diagrama de operaciones

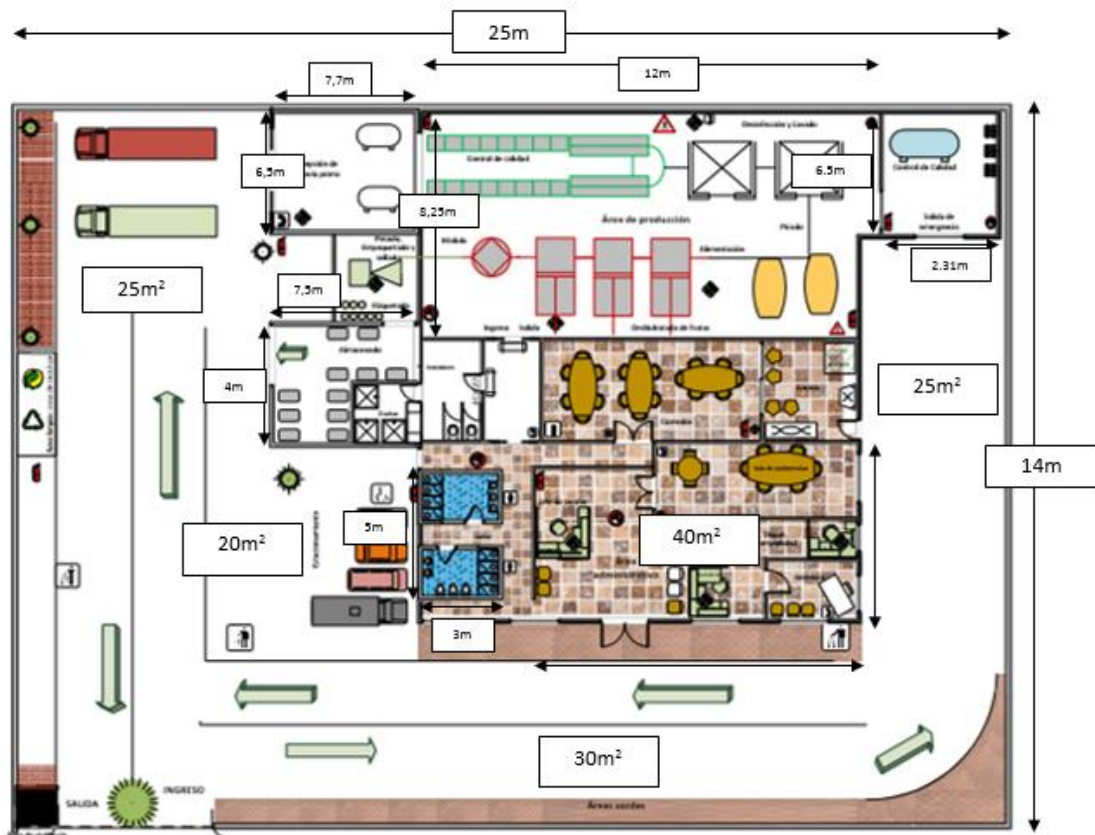


**Ilustración 26-4:** Diagrama de operaciones

Realizado por: Morocho, M, 2022

### 4.10.3. Requerimientos del proyecto

#### 4.10.3.1. Distribución de la planta



**Ilustración 27-4:** Planta procesadora

Realizado por: Morocho, M, 2022

La planta consta de un área total de 350 metros cuadrados, acogiéndose al Reglamento de buenas prácticas para alimentos procesados, capítulo I de las instalaciones, artículo N°3 en donde menciona que los establecimientos que producen y manipulan alimentos serán diseñados y construidos en armonía con la naturaleza de las operaciones, para lo cual debe de cumplir con los siguientes requisitos de acuerdo a literal b: que el diseño y distribución de las áreas permita un mantenimiento, limpieza y desinfección apropiado que minimice las contaminaciones. Además, en concordancia con el artículo N°5: que la construcción ofrezca protección contra polvo, materias extrañas, insectos, roedores; que la construcción sea sólida y disponga de espacio suficiente para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos así como para el movimiento del personal y el traslado de materiales o alimentos, en efecto, acatando a la normativa la planta constará de 50 metros destinados al área de recepción de la materia prima en donde se realizará la clasificación de las frutas con la finalidad de verificar su estado físico, además se encontrará la zona de lavado y desinfección para librar de impurezas. De la misma forma se halla el área de producción que consta de una superficie de 100 metros cuadrados en

donde se localiza la maquinaria y equipo necesario para el deshidratado de fruta, pesado, empacado, sellado y etiquetado, de manera continua se puede identificar el área de almacenamiento y enfriamiento que consta de un área de 30 metros cuadrados, zona en la cual se organiza el producto para su despacho y comercialización. Cabe recalcar que en esta área de manera continua se encuentra la bodega con un área de 15 metros cuadrados que de acuerdo al reglamento capítulo V: Almacenamiento, distribución, transporte y comercialización artículo N°54 para la colocación de los alimentos debe de utilizarse estantes o tarimas ubicadas a una altura que evite el contacto directo con el piso, por lo tanto este espacio será utilizado con varios anaqueles en donde se colocará los paquetes de té de fruta deshidratada listas para su distribución. De la misma manera de acuerdo al artículo N°5 sobre el diseño y construcción, literal C, la edificación deberá brindar facilidades para la higiene del personal, por lo tanto, la planta consta de 15 metros cuadrados destinados a servicios higiénicos en cantidad suficiente e independiente para hombres y mujeres de acuerdo a los reglamentos de seguridad e higiene laboral vigentes, cumpliendo también con el artículo N°6: condiciones específicas de las áreas, estructuras internas y accesorios, literal a, sección IV: instalaciones sanitarias.

En cuanto al área administrativa destinada a la planificación, organización, dirección y control de las actividades y procesos que se llevan a cabo en la empresa, de acuerdo al Manual para la regulación de procesos constructivos es necesario que esta área cuente con un mínimo de 40 metros debido a la necesidad de la distribución del personal que pueda encargarse de actividades contables, financieras, comerciales y logística de los productos que ofrezca la empresa.

En disposición de la norma INEN 2248 accesibilidad de las personas al medio físico y estacionamientos: determina que: del 100% de espacio correspondiente a 100 metros cuadrados el 60% concierne a espacios de estacionamiento y el 40% en donde puedan circular los vehículos, cumpliendo de esta manera la normativa vigente.

Cabe destacar que las normativas no exigen medidas específicas para el diseño y construcción de una planta procesadora de alimentos debido a que esto depende de la capacidad de producción y el tipo de alimento que se vaya a ofertar. Sin embargo, fue indispensable cumplir cada una de las normativas en las cuales se indican los espacios reglamentarios que deben de existir en esta industria.

**Tabla 33-4:** Terreno y edificio

Descripción	unidad	cantidad	costos	subtotal
<b>Terreno</b>	m <sup>2</sup>	350	\$ 14,29	\$ 5.002,00
Área de recepción	m <sup>2</sup>	50	\$ 178,12	\$ 8.906,09
Área de producción	m <sup>2</sup>	100	\$ 175,20	\$ 17.519,72
Área de almacenamiento y enfriamiento	m <sup>2</sup>	30	\$ 187,79	\$ 5.633,64
Área administrativa	m <sup>2</sup>	40	\$ 219,22	\$ 8.768,99
bodega	m <sup>2</sup>	15	\$ 225,12	\$ 3.376,75
Servicios higiénicos	m <sup>2</sup>	15	\$ 275,79	\$ 4.136,89
Parqueadero	m <sup>2</sup>	100	\$ 9,90	\$ 990,21
<b>Total área de construcción</b>				<b>\$ 49.332,28</b>
<b>Total (Área de construcción + Terreno)</b>				<b>\$ 54.334,28</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022.

**Tabla 34-4:** Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorios	2	130	\$260
Sillas fijas	4	30	\$120
Estantes con cajones	2	170	\$340
Sillas giratorias	2	70	\$140
<b>Total</b>			<b>\$ 860,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022.

**Tabla 35-4:** Maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Deshidratador de frutas	1	\$800	\$800
Molino de disco	1	\$550	\$550
Maquina empacadora y envasadora automática	1	\$1350	\$1350
Balanza industrial	1	\$120	\$120
Embaladora	1	\$100	\$100
<b>Total</b>			<b>\$ 2.920,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022.

**Tabla 36-4:** Equipo de cómputo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador de escritorio	2	\$400,00	\$ 800,00
USB	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Impresora EPSON Multifuncional	2	\$ 265,00	\$ 530,00
<b>Total</b>			<b>\$ 1.345,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022.

**Tabla 37-4:** Equipos y útiles de oficina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
-------------	----------	----------------	-------------

Impresora	1	\$250	\$250
Teléfono	1	\$35	\$35
<b>Total equipo</b>			<b>\$285</b>
Resmas de papel	2	\$3,5	\$7
Lápiz	5	\$0,25	\$1,25
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	\$10	10
<b>Total insumos</b>			<b>\$36,85</b>
<b>Total</b>			<b>\$321,85</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022.

**Tabla 38-4: Vehículo**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Buseta	1	\$12000	\$12000
<b>Total</b>			<b>\$12000</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022.

**Tabla 39-4: Mano de obra directa**

Descripción	Cantidad	Sueldo Mensual	Valor Anual
Jefe de producción	1	\$650	\$7800
Operario 1	2	\$400	\$9600
<b>Total</b>			<b>\$17400</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022.

**Tabla 40-4: Mano de obra indirecta**

Descripción	Cantidad	Sueldo Mensual	Valor Anual
Gerente general	1	\$750	\$9000
Jefe administrativo	1	\$500	\$6000
Jefe de ventas	1	\$500	\$6000
Agente administrativos	1	\$425	\$5100
Contadora	1	\$200	\$2400
<b>Total</b>			<b>\$28.500</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M, 2022

**Tabla 41-4: Materia prima**

Descripción	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Kiwi	1 kilo	\$8870,4	\$106444,8
Naranjilla	1kilo	\$10890	\$130680
<b>Total</b>			<b>\$237124,8</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M, 2022

**Tabla 42-4: Servicios básicos**

Descripción	Unidad	Valor mensual	Valor anual
Luz	KW	150	\$1800
Agua	M <sup>3</sup>	10	\$120
Teléfono	Min.	15	\$180
Internet	Plan	22	\$264
<b>Total</b>			<b>\$2.364</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M, 2022

**Tabla 43-4:** 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	\$
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
<b>Total</b>				<b>\$654</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M, 2022

**Tabla 44-4:** Gastos de constitución

Descripción	Valor
Estudio de Factibilidad	\$300
Permisos de funcionamiento	\$250
Escrituras	\$350
Apertura cuenta	\$100
Gastos varios	\$150
<b>Total</b>	<b>\$1150</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M, 2022

**Tabla 45-4:** Gastos de ventas

Descripción	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	1	\$20	\$240
<b>Total</b>			<b>\$240</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M, 2022

#### 4.11. Propuesta administrativa

Para el funcionamiento de la empresa es importante conocer los requerimientos legales y administrativos, esto implica los permisos, registros mercantiles, patentes a cancelar y adquirir para evitar en un futuro posibles inconvenientes con el gobierno ecuatoriano.

A continuación, se detalla las entidades gubernamentales, requisitos y trámite a seguir para poder ejercer actividades comerciales.

#### ***4.11.1. Servicio de rentas internas***

El Servicio de Rentas Internas (SRI) cataloga como beneficiarios de la inscripción del Registro Único del Contribuyente (RUC), a las personas jurídicas (privadas) que se encuentren bajo control de la Superintendencia de Compañías.

##### *4.11.1.1. Requisitos para el trámite presencial*

###### 4.11.1.1.1. Requisitos obligatorios básicos:

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

###### 4.11.1.1.1.1. Requisitos obligatorios alternativos (suplen a un requisito básico):

- Pasaporte del representante legal.
- Certificado de presentación del representante legal.
- Licencia de conducir (Presentación).

##### *4.11.1.2. Requisitos para el trámite en línea:*

- El contribuyente puede realizar la inscripción del RUC, en las oficinas de la Superintendencia de Compañías, presentando los requisitos antes descritos.

###### 4.11.1.2.1. Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:

- Número de identificación del contribuyente.
- Clave de acceso a servicios en línea.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.
- Escritura pública de constitución.
- Nombramiento del representante legal.
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público.

#### *4.11.1.3. Requisitos Especiales:*

##### *4.11.1.3.1. Segmentos específicos o terceros autorizados:*

- Carta de autorización en línea.
- Poder general o especial.

##### *4.11.1.1.2. Trámite*

##### *4.11.1.1.2.1. Procedimiento para realizar el trámite a través del canal presencial:*

Acudir al centro de atención del SRI, Solicitar el turno, Esperar el turno, Acudir a la ventanilla de atención, Presentar los requisitos y documentación de respaldo y Recibir contestación.

##### *4.11.1.1.2.2. Procedimiento para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:*

Ingresar a la opción SRI en línea del portal: web [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec), Escoger en el panel de control, "SRI en línea", Seleccionar "Iniciar sesión", Ingresar el número de RUC y clave, Seleccionar en el menú "Trámites y notificaciones", Escoger la opción "Ingreso de trámites y anexos", Seleccionar el servicio del trámite que desea ingresar, Escoger y cargar los requisitos y anexos solicitados, Completar la información del detalle del trámite que requiere ingresar, Ingresar los datos para la notificación, Terminar la carga del trámite en la opción "Finalizar", Seleccionar la opción "Aceptar"

#### ***4.11.2. Superintendencias de compañías, valores y seguros***

La constitución electrónica es un proceso simplificado de constitución que lo realiza un ciudadano interesado a través del portal de la constitución electrónica y participan el usuario, el notario, el registrador mercantil, el servicio de rentas internas y las superintendencias de compañías valores y seguros (Superintendencias de compañías, valores y seguros, 2022).



#### 4.11.2.1. *Requisitos obligatorios*

- Reserva de denominación vigente.

##### 4.11.2.1.1. Documentos habilitantes:

- Persona natural representante legal: Nombramiento de representación legal o constancia de otro tipo de representación legal.
- Persona natural apoderado: Poder.
- Persona jurídica nacional: Registro único de contribuyente.
- Persona jurídica extranjera: Certificado de existencia legal otorgado por el país de origen, Lista completa de los socios de la compañía del extranjero certificada ante notario público y apostillado. En caso de que en la nómina de socios o accionistas constaren personas jurídicas deberá proporcionarse igualmente la nómina de sus integrantes, y así sucesivamente hasta determinar o identificar a la correspondiente persona natural. Si el accionista es una sociedad extranjera no domiciliada en Ecuador que se encuentre domiciliada en un paraíso fiscal o regímenes fiscales preferentes, deberá adjuntar el documento RUC de dicha sociedad.

#### 4.11.2.2. *Trámite*

1. Ingresar al portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)
2. Seleccionar la opción PORTAL DE CONSTITUCIÓN ELECTRÓNICA DE COMPAÑÍAS.
3. Presionar la opción CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA.
4. Ingresar su usuario y contraseña.
5. Seleccionar la reserva de denominación que desea utilizar en el proceso de constitución.
6. Ingresar la información en el formulario SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS. La información se divide en: Datos de la compañía, Socios o accionistas, Cuadro de suscripciones y pago de capital y Representantes Legales.
7. Por cada registro, adjuntar los documentos habilitantes requeridos por el sistema.
8. Seleccionar la notaría de preferencia y verificar costos del trámite.
9. Aceptar condiciones del proceso electrónico e iniciar trámite.

El sistema mostrará un mensaje confirmando la generación correcta del trámite con el número de identificación correspondiente. Usted recibirá un correo electrónico con la información del trámite y los valores que deberá cancelar en el Banco del Pacífico.

Una vez realizado el pago, el notario revisará su solicitud de constitución y le otorgará una cita para que acuda a firmar la escritura y los nombramientos.

Luego, el notario desmaterializará los documentos y los enviará al Registro Mercantil para su inscripción.

Una vez inscritos, usted recibirá una notificación electrónica confirmando la constitución electrónica exitosa de su compañía.

#### ***4.11.3. Permiso de uso de suelo en el Municipio de Riobamba***

Para adquirir el permiso de uso de suelo se debe de llenar un formulario que se encuentra en la plataforma del Municipio y entregarlo de manera presencial.

#### ***4.11.4. Permiso de funcionamiento por parte del cuerpo de bomberos***

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.

#### ***4.11.5. Permiso de funcionamiento por el ARCSA***

##### ***4.11.5.1. Requisitos***

- 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.

##### ***4.11.5.2. Trámite***

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.

REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS										
C O D I G O	REQUISITOS  TIPO DE ESTABLECIMIENTO	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 empaque, 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)
		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 FARMACOS EN CAPSULAS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
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)

**Ilustración 28-4:** Requisitos para el permiso de funcionamiento de establecimiento de alimentos

Realizado por: Morocho, M, 2022

**4.11.6. Patente municipal otorgado por el Municipio de Riobamba**

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.

**4.11.7. Permiso de manipulación de alimentos otorgado por el Ministerio de Salud pública**

- Cédula de ciudadanía.
- Inscribirse al curso en los puntos de atención los responsables deberán inscribirse en las Coordinaciones Zonales o en las instituciones autorizadas por la Agencia para recibir el curso sobre el Manual de Prácticas Correctas de Higiene y Manipulación de Alimentos.
- Después de haber recibido el curso los responsables que deseen obtener la calificación deberán solicitar en las Coordinaciones Zonales de ARCSA mediante solicitud escrita la evaluación respectiva.
- Según la planificación interna de la zona se realizará la inspección del establecimiento.
- 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](http://www.controlsanitario.gob.ec)
- La Certificación de manipulación de alimentos se obtiene en 6 horas.

#### 4.12. Razón Social

La empresa será constituida por medio de una compañía limitada que según la ley de compañías del Ecuador en su Art.92 establece que:

Art. 92.- “La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura (Ley de compañías, 2017).

A su vez, la empresa se denominará Wasité que hace referencia a la para Quichua Wasi que significa casa y al té que es el producto que va a ofertar la empresa.

#### 4.13. Logotipo

El logotipo es un punto de identificación para la empresa y es el símbolo que utilizarán los clientes para reconocerla y distinguirla de las demás existentes por consiguiente se optó por elegir colores que hacen relaciones a lo natural como por ejemplo la paleta de colores en verdes, además que las hojas representan a las del kiwi que forman parte de las frutas que se van a deshidratar para ser ofrecidas como parte de los tés.



**Ilustración 29-4:** Logotipo de la empresa

Realizado por: Morocho, M, 2022

#### 4.14. Direccionamiento estratégico

##### 4.14.1. Misión

Producir y comercializar té a base de fruta deshidratada como el kiwi y naranjilla, conservando los estándares de calidad establecidos en el producto y de esta manera lograr la satisfacción de nuestros clientes.

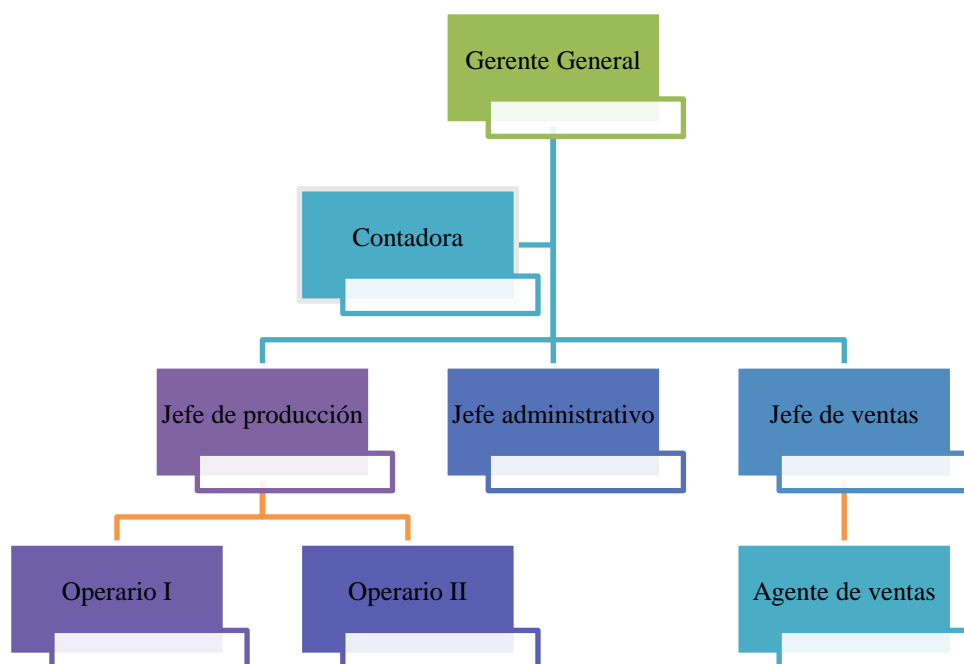
##### 4.14.2. Visión

En 5 años ser una empresa líder en la producción y venta de té deshidratados con frutas exóticas como el kiwi y naranjilla reconocida a nivel nacional e internacional por la calidad de nuestros productos.

##### 4.14.3. Valores corporativos

- Respeto entre compañeros.
- Puntualidad en las tareas designadas.
- Solidaridad y compañerismo dentro de la empresa.
- Transparencia en todos los niveles de la organización.
- Diligencia en la puesta en marcha de las tareas a cargo.

##### 4.14.4. Estructura organizacional



**Ilustración 30-4:** Estructura organizacional

Realizado por: Morocho, M, 2022

#### 4.14.4.1. Descripción de funciones

##### **Gerente General**

- Buscar oportunidades de negocio.
- Planificar y organizar las actividades a realizar por la empresa.
- Establecer lineamientos, políticas y procedimientos a llevarse a cabo en la organización.
- Supervisar que se cumpla los procedimientos operativos y administrativos de la empresa.

##### **Contadora**

- Cumplir con las obligaciones fiscales de la empresa.
- Establecer procedimientos de recolección de información financiera.
- Mantener los libros contables de la empresa actualizados.
- Calcular los impuestos.
- Cooperar con otros departamentos para la designación de recursos económicos.

##### **Jefe de producción**

- Realiza la planificación de la producción de manera mensual y anual.
- Supervisa la labor de cada uno de los operarios.
- Controla el mantenimiento del área productiva, asegurando el correcto funcionamiento e integridad de los equipos y maquinaria.
- Calcular costos de la materia prima.
- Identificar los proveedores de la materia prima.

##### **Jefe administrativo**

- Controlar el cumplimiento de los procedimientos administrativos de la empresa.
- Contratar y formar al personal que llega a la empresa.
- Distribuir los recursos humanos y económicos de manera ordenada.
- Controlar el inventario de los suministros.
- Entregar mensualmente informe sobre los procesos de la empresa.

##### **Jefe de ventas**

- Planea los presupuestos de venta.
- Establece metas y objetivos de venta.
- Proyecta las ventas.
- Distingue a los mejores vendedores.
- Define los objetivos de cada vendedor.
- Motiva a su equipo de trabajo.
- Controla al equipo de trabajo.

##### **Agente de ventas**

- Visita a los posibles clientes.
- Brinda información sobre productos o servicios.
- Realiza propuestas comerciales.
- Realiza informes sobre las ventas mensuales y anuales.

#### **Operarios**

- Recepción de la materia prima.
- Pesado del producto.
- Clasificación del producto.
- Lavado de la fruta.
- Cortado de la fruta.
- Deshidratación.
- Molienda.
- Envasado.
- Sellado.

#### **4.14.5. Rol de pagos**

**Tabla 46-4:** Rol de pago de mano de obra directa

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Décimo 3ro</b>	<b>Décimo 4to</b>	<b>Aporte al IESS</b>	<b>Total al mes</b>	<b>Total al año</b>
Jefe de producción	\$650	\$54,17	\$54,17	\$61,43	\$696,91	\$8362,9
Operario 1	\$400	\$33,33	\$33,33	\$37,80	\$428,87	\$5146,4
Operario 2	\$400	\$33,33	\$33,33	\$37,80	\$428,87	\$5146,4
<b>Total</b>	\$1450	\$120,83	\$120,83	\$137,03	\$1554,64	\$18655,7

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 47-4:** Rol de pago nómina Administrativa

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Décimo 3ro</b>	<b>Décimo 4to</b>	<b>Aporte al IESS</b>	<b>Total al mes</b>	<b>Total al año</b>
Gerente general	\$750	\$62,50	\$62,50	\$70,88	\$804,13	\$9649,5
Jefe administrativo	\$500	\$41,67	\$41,67	\$47,25	\$536,08	\$6433
Jefe de ventas	\$500	\$41,67	\$41,67	\$47,25	\$536,08	\$6433
Agente administrativos	\$400	\$33,33	\$33,33	\$37,80	\$428,87	\$5146,4
Contadora	\$200	\$16,67	\$16,67	\$18,90	\$214,43	\$2573,2
<b>TOTAL</b>	\$2350	\$62,50	\$62,50	\$70,88	\$804,13	\$30235,10

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

#### **4.15. Estudio financiero**

Este apartado es uno de los más importantes debido a que permite identificar los aspectos económicos y financieros necesarios para que la empresa pueda operar con un nivel de liquidez, solvencia y capacidad de endeudamiento sin que afecte para la toma de futuras decisiones

gerenciales, económicas y financieras a lo largo de 5 años para lo cual va a estar proyectado cada uno de los indicadores, para finalmente determinar el TMAR, VAN, TIR, PRI, Beneficio/Costo.

#### 4.15.1. *Inversión*

En primera estancia se realizó un listado de los insumos considerados como inversión para la puesta en marcha de la empresa Wasité en los cuales consta la inversión fija y variable que influyen en la elaboración del té a base de fruta deshidratada, así también gastos de constitución de la empresa que forma parte de los requerimientos para que la empresa funcione de manera legal.

##### 4.15.1.1. *Inversión fija*

La inversión fija se refiere a las compras de activos fijos, como por ejemplo terreno, edificio, muebles y enseres, maquinaria y equipos, equipamientos de informática, equipos y útiles de oficina, vehículo, etc.

**Tabla 48-4:** Inversión fija

<b>Descripción</b>	<b>Valor total</b>
Terreno	\$5000,00
Edificio	\$49334,28
Muebles y enseres	\$860,00
Maquinaria y Equipos	\$2920,00
Equipo de computo	\$800,00
Equipos y útiles de oficina	\$321,85
Vehículo	\$12000,00
<b>Total</b>	<b>\$71236,13</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

##### 4.15.1.2. *Inversión diferida*

Esta inversión de refiere a los gastos de constitución de la empresa dentro de ella permisos de funcionamiento, trámites de escrituras, apertura de cuenta, etc. El valor Total es de \$1150.

**Tabla 49-4:** Inversión diferida

<b>Descripción</b>	<b>Valor total</b>
Gastos de constitución	\$1150,00
<b>Total</b>	<b>\$1150,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022



#### 4.15.2. Capital de trabajo

Este apartado se refiere a la cantidad requerida y necesaria de recursos que tiene la empresa Wasité para realizar sus operaciones en la producción de té a base de fruta deshidratada de forma continua con el objetivo de cumplir con sus compromisos de pago en el corto plazo y relacionados con la actividad comercial que desempeña. El valor necesario es de \$309890,53 al año y \$25824,21 al mes.

**Tabla 50-4:** Inversión en capital de trabajo

Descripción	Valor al año	Valor al mes
Costos de producción	\$255780,5	\$21315,04
Costos indirectos de producción	\$20527,99	\$1710,67
Gastos Administrativos	\$31182,03	\$2598,50
Gastos de ventas	\$2400,00	\$200,00
<b>Total</b>	<b>\$309890,53</b>	<b>\$25824,21</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

A continuación, se detalla los valores correspondientes a cada una de las descripciones del costo de producción, costos indirectos de producción, gastos administrativos y gastos de ventas.

**Tabla 51-4:** Costos de producción

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Materia prima directa	\$237124,80	\$19760,40
Mano de obra directa	\$18655,7	\$1554,64
<b>Total</b>	<b>\$255780,5</b>	<b>\$21315,04</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 52-4:** Costos indirectos de fabricación

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Insumos	\$8455,48	\$704,62
Depreciación de Edificio	\$9373,51	\$781,13
Depreciación de Maquinaria	\$262,80	\$21,90
Mantenimiento M y E	\$58,40	\$4,87
Servicios básicos	\$1920,00	\$160,00
Suministro de limpieza	\$457,80	\$38,15
<b>Total</b>	<b>\$20527,99</b>	<b>\$1710,67</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 53-4:** Gastos de administración

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Nomina Administrativa	\$30235,10	\$2519,59
Depreciación de Muebles y enseres	\$77,40	\$6,45
Depreciación de Equipo de computo	1\$78,67	\$14,89
Depreciación de Equipos de oficina	\$28,97	\$2,41
Mantenimiento Equipos C y O	\$21,70	\$1,81
Teléfono e internet	\$444,00	\$37,00
Suministro de limpieza	\$196,20	\$16,35
<b>Total</b>	<b>\$31182,03</b>	<b>\$2598,50</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 54-4:** Gastos de ventas

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Publicidad	\$240,00	\$20,00
Depreciación de Vehículo	\$1920,00	\$160,00
Mantenimiento de Vehículo	\$240,00	\$20,00
<b>Total</b>	<b>\$2400,00</b>	<b>\$200,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

### 4.15.3. Inversión inicial

La inversión inicial requerida para puesta en marcha de la empresa Wasité será de \$98210,34

**Tabla 55-4:** Inversión inicial

Detalle	Valor al año	Valor al mes
Inversión fija	\$71236,13	\$71236,13
Inversión diferida	\$1150,00	\$1150,00
Capital de trabajo	\$309890,53	\$25824,21
<b>Total</b>	<b>\$382276,66</b>	<b>\$98210,34</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

#### 4.15.3.1. Estructura del capital

De una inversión inicial de \$98210,34 el 30% (\$29463,10) corresponde al capital Social mientras que el 70% (\$68747,24) será financiado por medio de un préstamo en la entidad Bancaria de BanEcuador.

**Tabla 56-4:** Estructura de capital

Capital	Valor	Porcentaje
Capital Sociedad	\$29463,10	30%
Préstamo en CFN	\$68747,24	70%
<b>Total</b>	<b>\$98210,34</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

El préstamo de \$68747,24 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 57-4:** Amortización para los 5 años (en dólares)

<b>Monto</b>	68747,24				
<b>Interés</b>	9,76%	0,16%			
<b>Plazo</b>	60	Años	5,00		
<b>Periodo</b>	<b>Saldo</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota</b>	<b>Amortización</b>
0	68747,24				
1	67655,53	68747,24	111,83	1203,54	1091,71
2	66562,04	67655,53	110,05	1203,54	1093,49
3	65466,77	66562,04	108,27	1203,54	1095,27
4	64369,72	65466,77	106,49	1203,54	1097,05
5	63270,88	64369,72	104,71	1203,54	1098,83
6	62170,26	63270,88	102,92	1203,54	1100,62
7	61067,85	62170,26	101,13	1203,54	1102,41
8	59963,65	61067,85	99,34	1203,54	1104,21
9	58857,65	59963,65	97,54	1203,54	1106,00
10	57749,85	58857,65	95,74	1203,54	1107,80
11	56640,24	57749,85	93,94	1203,54	1109,60
12	55528,84	56640,24	92,13	1203,54	1111,41
13	54415,62	55528,84	90,33	1203,54	1113,22
14	53300,59	54415,62	88,52	1203,54	1115,03
15	52183,75	53300,59	86,70	1203,54	1116,84
16	51065,10	52183,75	84,89	1203,54	1118,66
17	49944,62	51065,10	83,07	1203,54	1120,48
18	48822,32	49944,62	81,24	1203,54	1122,30
19	47698,20	48822,32	79,42	1203,54	1124,12
20	46572,25	47698,20	77,59	1203,54	1125,95
21	45444,46	46572,25	75,76	1203,54	1127,78
22	44314,84	45444,46	73,92	1203,54	1129,62
23	43183,39	44314,84	72,09	1203,54	1131,46
24	42050,09	43183,39	70,24	1203,54	1133,30
25	40914,95	42050,09	68,40	1203,54	1135,14
26	39777,96	40914,95	66,55	1203,54	1136,99
27	38639,12	39777,96	64,71	1203,54	1138,84
28	37498,44	38639,12	62,85	1203,54	1140,69
29	36355,89	37498,44	61,00	1203,54	1142,54
30	35211,49	36355,89	59,14	1203,54	1144,40
31	34065,22	35211,49	57,28	1203,54	1146,26
32	32917,09	34065,22	55,41	1203,54	1148,13
33	31767,10	32917,09	53,55	1203,54	1150,00
34	30615,23	31767,10	51,67	1203,54	1151,87
35	29461,49	30615,23	49,80	1203,54	1153,74
36	28305,87	29461,49	47,92	1203,54	1155,62
37	27148,37	28305,87	46,04	1203,54	1157,50
38	25988,99	27148,37	44,16	1203,54	1159,38
39	24827,73	25988,99	42,28	1203,54	1161,27
40	23664,57	24827,73	40,39	1203,54	1163,16
41	22499,52	23664,57	38,49	1203,54	1165,05
42	21332,58	22499,52	36,60	1203,54	1166,94
43	20163,74	21332,58	34,70	1203,54	1168,84
44	18993,00	20163,74	32,80	1203,54	1170,74
45	17820,35	18993,00	30,90	1203,54	1172,65
46	16645,79	17820,35	28,99	1203,54	1174,55
47	15469,33	16645,79	27,08	1203,54	1176,46
48	14290,95	15469,33	25,16	1203,54	1178,38
49	13110,66	14290,95	23,25	1203,54	1180,30
50	11928,44	13110,66	21,33	1203,54	1182,22
51	10744,30	11928,44	19,40	1203,54	1184,14
52	9558,24	10744,30	17,48	1203,54	1186,06
53	8370,24	9558,24	15,55	1203,54	1187,99
54	7180,32	8370,24	13,62	1203,54	1189,93
55	5988,45	7180,32	11,68	1203,54	1191,86

56	4794,65	5988,45	9,74	1203,54	1193,80
57	3598,91	4794,65	7,80	1203,54	1195,74
58	2401,22	3598,91	5,85	1203,54	1197,69
59	1201,59	2401,22	3,91	1203,54	1199,64
60	0,00	1201,59	1,95	1203,54	1201,59

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

A continuación, se detalla la tabla resumen correspondiente a la amortización e intereses por 5 años.

**Tabla 58-4:** Resumen de la Amortización

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Amortización</b>	\$13218,40	\$13478,75	\$13744,22	\$14014,92	\$14290,95	\$68747,24
<b>Intereses</b>	\$1224,10	\$963,76	\$698,29	\$427,59	\$151,55	\$3465,28
<b>Saldo</b>	\$55528,84	\$42050,09	\$28305,87	\$14290,95	\$0,00	
<b>Total</b>						\$72212,52

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

#### 4.15.3.2. Precio de venta

Con el objetivo de implementar un precio de venta al público que sea apto, se realizó el siguiente análisis, se efectuó un cálculo de cuánto cuesta producir una sola unidad de té a base de fruta deshidratada, esto se dividió para el costo Total de producción, brindando como resultado un precio unitario de \$2,64 con un margen de utilidad del 30%. Este resultado favorece a lo respondido en la investigación de mercados, debido a que las personas están dispuestas a pagar un valor de \$2.85 por una caja de 25 sobres, observando que el precio de venta al público obtenido mediante el cálculo es beneficioso para el mercado.

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

$$CTU = \frac{25824}{13976}$$

$$CTU = 1.85$$

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

$$PV = \frac{1.85}{1 - 0.30}$$

$$PV = 2,64$$

#### 4.15.3.3. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio corresponde al punto muerto o umbral de rentabilidad, es decir aquel nivel de ventas mínimo que logra igualar los costes Totales a los ingresos Totales.

**Tabla 59-4:** Análisis de costos Totales

<b>Costos totales</b>	
Costos Fijos	\$45654,55
Costos Variables	\$264235,98
<b>Total</b>	<b>\$309890,53</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 60-4:** Análisis precio de venta y costo unitario

<b>Precio de Venta al público</b>	\$2,64
<b>Costo valor unitario</b>	1,85

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

### Fórmula del punto de equilibrio

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

Donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

P: Precio unitario

CVU: Costo Variable Unitario

Cálculo:

$$P.E = \frac{45654,55}{2,64 - 1,85}$$

$$P.E = \$57652$$

Realizado el cálculo se determina que para que la empresa logre su punto de equilibrio se requiere una venta de un Total de \$57652 de manera mensual, cantidades por encima de este número generarán utilidades en la empresa por el contrario cantidades menores a esta generara pérdidas en la organización, cabe recalcar que en unidades se requiere 21840 unidades a nivel mensual para lograr el punto de equilibrio que es la equivalente al número en dólares ya mencionado.

#### 4.15.4. Presupuesto de egresos e ingresos

##### 4.15.4.1. Egresos

Este hace referencia a los desembolsos de dinero que tendrá que realizar la empresa a lo largo de su vida comercial, tomando en consideración el presente proyecto los egresos corresponden a los gastos por compra de materia prima, mano de obra directa e indirecta, gastos administrativos,

gastos de ventas y gastos financieros. A continuación, se detallan la tabla de la composición de los egresos de la empresa Wasité.

**Tabla 61-4:** Costos Operacionales

Costos Operacionales					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	\$309891	\$341460	\$376246	\$414576	\$456811
Mano de obra directa	\$18656	\$20210	\$20210	\$20210	\$20210
Costos Indirectos de Fabricación	\$20528	\$20791	\$21054	\$21316	\$21579
<b>Total</b>	\$349074	\$382461	\$417510	\$456102	\$498600

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 62-4:** Gastos Administrativos

Gastos Operacionales					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	\$31182	\$33986	\$34271	\$34556	\$34841
Gastos de ventas	\$2400	\$4320	\$6240	\$8160	\$10080
<b>TOTAL</b>	\$33582	\$ 38306	\$40511	\$42716	\$ 44921

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 63-4:** Gastos no operacionales

Gastos no Operacionales					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Financieros	\$1224	\$964	\$698	\$428	\$152
<b>TOTAL</b>	\$1224	\$964	\$698	\$428	\$152
<b>TOTAL</b>	\$383880	\$421730	\$458719	\$499246	\$543672

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

A continuación, se realiza un desglose de los tipos de gastos existentes en la empresa, es decir costos operacionales, gastos operacionales y gastos no operacionales con cada una de las descripciones y valores de las cuales consta.

#### 4.15.4.1.1. Materia prima

Este apartado se obtuvo mediante un cálculo correspondiente a la cantidad de kilos de fruta fresca de kiwi y naranjilla que podrán proveernos los productores 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 64-4:** Costo de materia prima proyectada a 5 años

Periodo	Adquisición anual	Costo por caja	Valor Total
1	\$167.710	\$1,85	\$309891
2	\$178.754	\$1,91	\$341460
3	\$190.524	\$1,97	\$376246
4	\$203.070	\$2,04	\$414576
5	\$216.442	\$2,11	\$456811

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 65-4:** Costos indirectos de fabricación

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Insumos	\$8455,48	\$8455,48	\$8455,48	\$8455,48	\$8455,48
Depreciación de Edificio	\$9373,51	\$9373,51	\$9373,51	\$9373,51	\$9373,51
Depreciación de Maquinaria	\$262,80	\$525,60	\$788,40	\$1051,20	\$1314,00
Mantenimiento M y E	\$58,40	\$58,40	\$58,40	\$58,40	\$58,40
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
<b>Valor Total</b>	<b>\$20527,99</b>	<b>\$20790,79</b>	<b>\$21053,59</b>	<b>\$21316,39</b>	<b>\$21579,19</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 66-4:** Gastos administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos					
Nomina Administrativa	\$30235,10	\$32753,68	\$32753,68	\$32753,68	\$32753,68
Depreciación de Muebles y enseres	\$77,40	\$154,80	\$232,20	\$309,60	\$387,00
Depreciación de Equipo de computo	\$178,67	\$357,33	\$536,00	\$714,67	\$893,33
Depreciación de Equipos de oficina	\$28,97	\$57,93	\$86,90	\$115,87	\$144,83
Mantenimiento Equipos C y O	\$21,70	\$21,70	\$21,70	\$21,70	\$21,70
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
<b>Valor total</b>	<b>31182,03</b>	<b>\$33985,65</b>	<b>\$34270,68</b>	<b>\$34555,72</b>	<b>\$34840,75</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 67-4:** Gastos de ventas

<b>Publicidad</b>	\$240,00	\$240	\$240	\$240	\$240
<b>Depreciación de Vehículo</b>	\$1920,00	\$3840,00	\$5760,00	\$7680,00	\$9600,00
<b>Mantenimiento de Vehículo</b>	\$240,00	\$240	\$240	\$240	\$240

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 68-4:** Gastos financieros

<b>Gastos Financieros</b>	\$1224,101914	\$963,76	\$698,29	\$427,59	\$151,55
<b>Interés del préstamo</b>	\$1224,10	\$963,76	\$698,29	\$427,59	\$151,55

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

#### 4.15.4.2. Ingresos

Los ingresos corresponden a la entrada de dinero que tiene la empresa, en esta misma línea los ingresos abarcan la cantidad de tés de fruta deshidratada que lograr cubrir el mercado objetivo proyectado para los 5 años multiplicados por el precio de cada año que anualmente se incrementará debido a la inflación de 3.38%.

**Tabla 69-4:** Ingresos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cajas de té	\$167.710	\$178.754	\$190.524	\$203.070	\$216.442
Precio unitario	\$2,64	\$2,73	\$2,82	\$2,92	\$3,02
<b>Total</b>	\$442700,75	\$487800,60	\$537494,97	\$592251,91	\$652587,19

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

#### 4.15.5. Estados financieros

Los estados contables o financieros se los puede definir como un registro formal de las actividades comerciales y financieras de una empresa, estos se elaboran con el objetivo de informar acerca de la situación económica y financiera de la organización. Dentro de los estados más importantes se encuentran el estado de flujo de efectivo, estado de resultados y el balance general (Asturias, 2020 pág.8).

##### 4.15.5.1. Flujo de efectivo

De acuerdo a la (Normativa Internacional de Contabilidad, 2004, pág.4) el flujo de efectivo se considera a las entradas y salidas de efectivo o aquellos equivalentes a este. Los equivalentes se refieren al dinero con propósitos de inversión o similares para cumplir con ciertos compromisos de pago a corto o largo plazo.

##### 4.15.5.2. Estado de resultados

Se define como al estado de resultados un estado financiero básico en el cual se detalla información relevante sobre los logros alcanzados por la administración de una empresa durante los siguientes años, el objetivo principal del estado de resultados es medir los logros (ingresos) y los esfuerzos (costos y gastos) que se han puesto en marcha en la empresa para lograr estos logros, por medio de este estado de resultados se podrá evaluar la rentabilidad de la empresa, estimar su potencial de crédito, estimar la cantidad, el tiempo y la certidumbre de un flujo de efectivo, evaluar el desempeño de la empresa, medir riesgos, etc. (Bustamante, 2011 pág.4).

##### 4.15.5.3. Balance General

Es un estado financiero que muestra los recursos reales de los cuales dispone la entidad para la realización de sus fines (activo) y las fuentes externas e internas de estos recursos es decir el pasivo más el capital contable, todo a una fecha determinada. El objetivo de este balance es el análisis e interpretación del estado de situación financiera, económica, liquidez y la rentabilidad de una entidad (Altieri, et al., 2018).



**Tabla 70-4:** Flujo de efectivo

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		\$442700,75	\$487800,60	\$537494,97	\$592251,91	\$652587,19
<b>EGRESOS</b>						
(-) Costo operacionales		\$349074,22	\$382460,93	\$417509,79	\$456102,45	\$498599,94
(-) Gastos operacionales		\$33582,03	\$38305,65	\$40510,68	\$42715,72	\$44920,75
(-) Gastos no operacionales		\$1224,10	\$963,76	\$698,29	\$427,59	\$151,55
<b>Total costos y gastos</b>		<b>\$383880,36</b>	<b>\$421730,34</b>	<b>\$458718,76</b>	<b>\$499245,75</b>	<b>\$543672,25</b>
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>\$58820,40</b>	<b>\$66070,26</b>	<b>\$78776,21</b>	<b>\$93006,16</b>	<b>\$108914,94</b>
(-) 15% participación de trabajadores		\$8823,06	\$9910,54	\$11816,43	\$13950,92	\$16337,24
<b>Utilidad gravable</b>		<b>\$49997,34</b>	<b>\$56159,72</b>	<b>\$66959,78</b>	<b>\$79055,23</b>	<b>\$92577,70</b>
(-) % impuesto a la renta		\$12499,33	\$14039,93	\$16739,94	\$19763,81	\$23144,42
<b>(=) Utilidad neta</b>		<b>\$37498,00</b>	<b>\$42119,79</b>	<b>\$50219,83</b>	<b>\$59291,43</b>	<b>\$69433,27</b>
(+) Depreciaciones		\$11841,35	\$14309,18	\$16777,01	\$18530,18	\$20819,35
(-) Amortización del préstamo		\$13218,40	\$13478,75	\$13744,22	\$14014,92	\$14290,95
(=) Inversión inicial	\$98210,34					
(-) Préstamo	\$68747,24					
<b>FLUJO NETO EFECTIVO</b>	<b>\$29463,10</b>	<b>\$36120,95</b>	<b>\$42950,22</b>	<b>\$53252,63</b>	<b>\$63806,69</b>	<b>\$75961,67</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 71-4:** Estado de resultados

<b>Balance de pérdidas y ganancias proyectado</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ventas</b>	\$442700,75	\$487800,60	\$537494,97	\$592251,91	\$652587,19
(-) Costo de Producción	\$349074,22	\$382460,93	\$417509,79	\$456102,45	\$498599,94
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$93626,53</b>	<b>\$105339,67</b>	<b>\$119985,18</b>	<b>\$136149,46</b>	<b>\$153987,24</b>
(-) Gastos Administrativos	\$31182,03	\$33985,65	\$34270,68	\$34555,72	\$34840,75
(-) Gastos de Ventas	\$2400,00	\$4320,00	\$6240,00	\$8160,00	\$10080,00
(-) Gastos Financieros	\$1224,10191	\$963,757685	\$698,285823	\$427,585337	\$151,553245
<b>Utilidad Antes de Participación</b>	<b>\$58820,40</b>	<b>\$66070,26</b>	<b>\$78776,21</b>	<b>\$93006,16</b>	<b>\$108914,94</b>
(-) 15% participación de trabajadores	\$8823,06	\$9910,54	\$11816,43	\$13950,92	\$16337,24
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$49997,34</b>	<b>\$56159,72</b>	<b>\$66959,78</b>	<b>\$79055,23</b>	<b>\$92577,70</b>
(-) 25% impuesto a la renta	\$12499,33	\$14039,93	\$16739,94	\$19763,81	\$23144,42
<b>Utilidad Antes de Reserva</b>	<b>\$37498,00</b>	<b>\$42119,79</b>	<b>\$50219,83</b>	<b>\$59291,43</b>	<b>\$69433,27</b>
(-) 5% Reserva Legal	\$1874,90	\$2105,99	\$2510,99	\$2964,57	\$3471,66
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$35623,10</b>	<b>\$40013,80</b>	<b>\$47708,84</b>	<b>\$56326,85</b>	<b>\$65961,61</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 72-4:** Balance General

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activo Corriente</b>						
Caja	\$26974,21	442700,75	\$487800,60	\$537494,97	\$592251,91	\$652587,19
<b>Activo No Corriente</b>						
Terreno	\$5000,00	\$5000,00	\$5000,00	\$5000,00	\$5000,00	\$5000,00
Edificio	\$49334,28	\$49334,28	\$49334,28	\$49334,28	\$49334,28	\$49334,28
Muebles y enseres	\$860,00	\$860,00	\$860,00	\$860,00	\$860,00	\$860,00
Maquinaria y Equipos	\$2920,00	\$2920,00	\$2920,00	\$2920,00	\$2920,00	\$2920,00
Equipo de computo	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00
Equipos y útiles de oficina	\$321,85	\$321,85	\$321,85	\$321,85	\$321,85	\$321,85
Vehículo	\$12000,00	\$12000,00	\$12000,00	\$12000,00	\$12000,00	\$12000,00
(-) Depreciación Acumulada	0,00	\$11841,35	\$14309,18	\$16777,01	\$18530,18	\$20819,35
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$98210,34</b>	<b>\$502095,54</b>	<b>\$544727,55</b>	<b>\$591954,08</b>	<b>\$644957,86</b>	<b>\$703003,97</b>
<b>Pasivo Corriente</b>						
Participación por pagar		\$8823,06	\$9910,54	\$11816,43	\$13950,92	\$16337,24
Impuestos por pagar		\$12499,33	\$14039,93	\$16739,94	\$19763,81	\$23144,42
<b>Pasivo No Corriente</b>						
Préstamo por pagar	\$68747,24	\$55528,84	\$42050,09	\$28305,87	\$14290,95	\$0,00
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$68747,24</b>	<b>\$76851,23</b>	<b>\$66000,56</b>	<b>\$56862,25</b>	<b>\$48005,68</b>	<b>\$39481,67</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital social	\$29463,10	\$389621,20	\$403090,09	\$411746,09	\$417279,58	\$417888,10
Utilidad del ejercicio		\$35623,10	\$40013,80	\$47708,84	\$56326,85	\$65961,61
Utilidad no distribuida		\$0,00	\$35623,10	\$75636,90	\$123345,74	\$179672,60
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$29463,10</b>	<b>\$425244,30</b>	<b>\$478726,99</b>	<b>\$535091,83</b>	<b>\$596952,18</b>	<b>\$663522,31</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$98210,34</b>	<b>\$502095,53</b>	<b>\$544727,55</b>	<b>\$591954,08</b>	<b>\$644957,86</b>	<b>\$703003,98</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

#### 4.15.6. Evaluación financiera

La evaluación financiera corresponde a un análisis de la inversión inicial, los beneficios a futuro y los costos durante toda la actividad comercial de la empresa, mediante los indicadores financieros que permitan medir la rentabilidad del proyecto. Dentro de estos indicadores se describen el TMAR, VAN, TIR, PRI, Relación Beneficio/Costo.

##### 4.15.6.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

La tasa mínima aceptable de rendimiento es una herramienta que se debe tomar en consideración dentro de un proyecto de inversión ya que por medio de esta se realiza una evaluación del riesgo país, inflación, premio al riesgo que son factores macroeconómicos en el país, obteniendo un Total de 18.83% y un TMAR Global de 12.48%.

**Tabla 73-4:** Tasa mínima aceptable de rendimiento

VARIABLE		TASA %
Riesgo país		10,15%
Inflación		3,38%
Premio al riesgo		5,30%
<b>TMAR</b>		<b>18,83%</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

**Tabla 74-4:** TMAR Global

Financiamiento	% Aportación	TMAR	Ponderación
Aporte de los asociados	30%	18,83%	5,65%
Institución financiera	70%	9,76%	6,83%
<b>Tmar Global</b>			<b>12,48%</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

##### 4.15.6.2. Valor actual neto

El valor actual neto es un indicador financiero que tiene como finalidad determina la viabilidad de un proyecto, si después de medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial se obtiene como resultado alguna ganancia. 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 75-4:** Valor actual neto

Periodo	FNE	Factor de Ac	FNE Actualizado	FNE Acumulado
0	-98210,34	1,000	-98210,34	-98210,34
1	36120,95	0,889	32112,93	-66097,41
2	42950,22	0,790	33947,44	-32149,96
3	53252,63	0,703	37419,98	5270,01
4	63806,69	0,625	39861,12	45131,14
5	75961,67	0,555	42188,94	\$87320,08

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 2022

Utilizando una tasa de descuento de 12.48% el valor actual neto que se obtuvo es de 87320.08 el cual es un valor positivo, lo que significa que el proyecto es rentable.

#### 4.15.6.3. 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 = 40%

Se obtuvo una tasa interna de retorno (TIR) de 40% el cual es mayor a la tasa de descuento (TMAR) por lo que el proyecto es viable.

#### 4.15.6.4. Relación Beneficio/Costo

La relación beneficio/Costo también es llamado índice neto de rentabilidad y su cálculo se basa en dividir el valor actual de los ingresos netos o beneficios netos entre el valor actual de los costos que se encuentran en la inversión o costos Totales. Y estos datos proyectados para 5 años.

Criterio para su 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 76-4:** Relación Beneficio/Costo

Periodo	Ingresos	Egresos	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizada	B/C Año
0	0,00	0,00	1,000	0,00	0,00	
1	\$442700,75	\$383880,36	0,886	392152,32	340048,15	\$1,15
2	\$487800,60	\$421730,34	0,785	382764,26	330920,68	\$1,16
3	\$537494,97	\$458718,76	0,695	373600,96	318845,35	\$1,17
4	\$592251,91	\$499245,75	0,616	364657,02	307391,95	\$1,19
5	\$652587,19	\$543672,25	0,545	355927,20	296523,97	\$1,20
			Total	1869101,76	1593730,08	

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Morocho, M. 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 para el primer año se obtiene un beneficio de 0.15 ctvs.; para el segundo año por cada dólar que se invierte se obtiene 0.16 centavos; para el tercer año por cada dólar que se invierte se obtiene 0.17 ctvs.; para el cuarto año por cada dólar que se invierte se obtiene 0.19 ctvs. Y finalmente para el quinto año por cada dólar invertido se obtiene 0.20 ctvs.

#### 4.15.6.5. *Periodo de recuperación de la inversión*

El periodo de recuperación de la inversión es un indicador que permite determinar el tiempo que se demorará el proyecto en recuperar la inversión inicial, el cálculo se determinó por medio de los flujos proyectados de manera anual para que los fondos generados logren igualar la inversión anual. A continuación, se detalla el cálculo del periodo de recuperación de la inversión:

**Tabla 77-4:** 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: Morocho, M. 2022

PRI=2.947

PRI= 2 años, 11 meses, 11 días

El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años 11 meses y 11 días.

## CONCLUSIONES

- Por medio del estudio de la situación actual del mercado productivo se identificó varios productores de fruta como el kiwi y naranjilla obteniendo que en la provincia de Tungurahua existen 23 productores de naranjilla, en Chimborazo 15 productores, Cotopaxi 25 productores, Pastaza 428 productores y finalmente en Tungurahua 119 productores de Kiwi, los mismos que están dispuestos para proveer de la materia prima a la empresa dedicada a la elaboración del té de fruta deshidratada, estos pequeños productores ofrecen precios justos y productos de calidad por lo que la empresa va a tener un funcionamiento constante gracias al trabajo conjunto con este sector de la agroindustria.
- La investigación de mercado permitió identificar el perfil del consumidor, que se trata de una persona del género femenino con una edad de 15 a 25 años, la cual realiza consumo de tés o infusiones con una frecuencia semanal, el principal motivo para este es el hábito, el precio es una de las variables que toma como principal aspecto para adquirir el producto, esta persona a su vez menciona que tiene poco consumo de kiwi y naranjilla sin embargo si consumiría un té elaborado a base de estas frutas, tomando en consideración que tiene preferencia por la marca Ile se puede estudiar la misma para realizar varias estrategias de mercado, en cuanto al empaque el consumidor prefiere una caja de 25 sobres cada una que se encuentre en un empaque de papel filtro de nylon por el cual está dispuesto a pagar el valor de \$2.64.
- Mediante el estudio técnico, se elaboró un cuadro de ponderación para determinar el lugar óptimo para la implementación de la planta procesadora de té a base de fruta deshidratada Wasité, determinando que será en la ciudad de Riobamba, en la vía a Chambo debido a que se encuentra dentro de sectores estratégicos es decir tiene vías accesibles para que puedan llegar proveedores y vehículos de distribución, además este lugar se encuentra dentro del mercado Mayorista en donde se localizan con más facilidad los productores. En este apartado se encuentra el estudio en cuanto a la infraestructura a utilizar y las áreas en las cuales va a estar dividida la empresa.
- El estudio financiero brindó indicadores viables debido a que la Tasa Mínima de Rendimiento aceptable es de 12.48%, un Valor actual Neto (VAN) de \$87320.08, una Tasa interna de Retorno (TIR) de 40%, una relación Beneficio/Costo de \$1.17 y finalmente un periodo de recuperación de la inversión (PRI) de 2 años, 11 meses y 11 días. Todos estos indicadores demuestran que el proyecto es viable, es decir que es factible crear una empresa dedicada a la elaboración de té a base de fruta deshidratada kiwi y naranjilla.

## RECOMENDACIONES

- Al ser una empresa nueva es importante que se efectúe cada mes un canal de comunicación con cada uno de los proveedores de la fruta fresca que son parte de la zona 3 del Ecuador con la finalidad de planificar de manera correcta las entregas sin que exista acumulación de fruta que a largo plazo no pueda ser procesada con rapidez debido a la capacidad de maquinaria de la empresa.
- Es indispensable que la empresa al conocer el perfil del cliente logre satisfacer su necesidad con el objetivo fidelizarlos y crear una amplia cartera de clientes.
- Se recomienda que todas las personas que realicen sus funciones tanto en las áreas operativas y administrativas cuenten con los conocimientos necesarios para el desempeño de sus funciones en cada departamento.
- Los análisis financieros y económicos deben ser actualizados una vez que se desee aplicar y poner en marcha a la empresa con la finalidad de evitar errores o problemas futuros que puedan afectar a las actividades económicas de la organización.



## **GLOSARIO**

**BECHMARKING:** Es considera un proceso mediante el cual se realiza una comparación de productos, servicios y procesos de trabajo que pertenezcan a otras y que evidencien buenas prácticas sobre el área de interés con la finalidad de transferir el conocimiento de las buenas prácticas para su aplicación.

**INFLACIÓN:** Es un aumento generalizado de los precios de los bienes y servicios de una economía durante un periodo de tiempo.

**BRANDING:** Es un proceso mediante el cual se construye una marcha, dentro de ella se incluye aspectos creativos que permiten que se comuniquen los diferenciadores, beneficios y la promesa de venta que logrará atraer a los clientes.

**ALCANCE EN LA WEB:** Se refiere a la audiencia a la cual le llega su mensaje de marketing, esta puede utilizar como herramientas las redes sociales o la televisión, cabe recalcar que es indiferente la plataforma lo importante es lograr medir cuanta gente ha tenido contacto con esta publicidad.

**FIDELIZACIÓN DE CLIENTES:** Son consideradas estrategias que permiten construir relaciones duraderas con clientes más allá de su primera compra.

**SEGMENTACIÓN DE MERCADO:** Es una parte de marketing en la cual se permite una clasificación del mercado en base a características específicas dentro de ella, estas pueden ser datos demográficos, socioeconómicos, tendencias, modas, etc.

**VIRAL:** En un contexto de marketing esto se define como aquel contenido que tiene facilidad de distribución es decir que sin necesidad de pagar por anuncios o campañas tiene un alcance grande dentro de los usuarios de las redes sociales

## BIBLIOGRAFÍA

**BOWEN, Shannon.** Misión y visión. *ResearchGate*. [En línea] Noviembre de 2018. [Citado el: 20 de Abril de 2022.] [https://www.researchgate.net/publication/328733737\\_Mission\\_and\\_Vision](https://www.researchgate.net/publication/328733737_Mission_and_Vision).

**ZÚÑIGA, Alberto.** ELABORACIÓN DE TÉ DE GUAYUSA (*Ilex guayusa* Loes) CON LA ADICIÓN DE ÁCIDO CÍTRICO Y EDULCORANTE BAJO EN CALORÍAS. *pdf*. [En línea] 2015. [Citado el: 24 de Abril de 2022.] <https://redi.uta.edu.ec/bitstream/123456789/15873/1/AL%20584.pdf>.

**AJILA, Jessenia.** Criterios de evaluación financiera para evaluar la factibilidad de proyectos de inversión del sector cacaotero en la ciudad de Machala. *Repositorio*. [En línea] 2019. [Citado el: 22 de Abril de 2022.]

**ALTIERI, Daniela; et al.** Universidad de San Martín. [En línea] 17 de 12 de 2018. <https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/814/1/TFPP%20EEYN%202018%20ADL-MMEN-PMN.pdf>.

**ANCHO, Roxana.** El Flujo de caja . *Repositorio*. [En línea] Abril de 2019. [Citado el: 23 de Abril de 2022.] <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/646/TRABAJO%20INVESTIGACION%20DE%20ROXANA%20ANCHO%20GOMEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

**ANDRADE, María José; et al.** CARACTERIZACIÓN DE LA NARANJILLA (*Solanum quitoense*) COMUN EN TRES. *Articulo*. [En línea] 2015. [Citado el: 26 de Abril de 2022.] <https://www.redalyc.org/pdf/813/81343176010.pdf>. ISSN: 1665-0204.

**ARRELLANO, Josshep.** Análisis interno y externo para el diseño de estrategias comerciales con el fin de incrementar las ventas a corto plazo en un restaurante en la ciudad de Piura. *pdf*. [En línea] Mayo de 2019. [Citado el: 20 de Abril de 2022.] [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4249/TSP\\_AE\\_1908.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4249/TSP_AE_1908.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

**ASTURIAS.** Los estados financieros. [En línea] 2020. [https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/contabilidad\\_financiera/unidad3\\_pdf4.pdf](https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/contabilidad_financiera/unidad3_pdf4.pdf).

**ÁVILA, Gaby; et al.** Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. [En línea] 22 de 07 de 2019. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/07/empresa-productora-te.html>.

**BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.** [En línea] 2022. [https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu\\_2021pers2022.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu_2021pers2022.pdf).

**BAQUE, Lisenia; et al.** *Plan de Negocios para Emprendimiento de los Actores y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria* . 4, Quevedo : Revista Universidad y Sociedad, 2020, Vol. XII. ISSN: 2218-3620.

**BURBANO, María & GORDÓN, Estefanía.** Universidad Internacional del Ecuador. [En línea] 2011. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/113/4/T-UIDE-0874.pdf>.

**BUSTAMANTE.** Estado de resultados. [En línea] 06 de 2011. [https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Contabilidad\\_Financiera1\\_Unidad\\_3.pdf](https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Contabilidad_Financiera1_Unidad_3.pdf).

**CABASCANGO, Omar.** Manual de Deshidratacion. [En línea] 2018. [Citado el: 10 de Abril de 2022.] <https://www.ppd-ecuador.org/wp-content/uploads/2019/FondoBecas/SierraNorte/UTN-Omar-Uso-Deshidratador-solar-vf.pdf>.

**CARDONA, Natalia.** Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de bolsos y accesorios para mujer en la ciudad de Pereira. *Repositorio*. [En línea] 2016. [Citado el: 22 de Abril de 2022.] <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/16221/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD.pdf?sequence=1>.

**CASTRO, William & HERRERA, Lidcay.** La naranjilla (*Solanum quitoense* Lam.) en Ecuador. *dspace*. [En línea] 2019. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] <https://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/12219/Naranjilla.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. ISBN: 978-959-250-337-2.

**CHACHA, Graciela & CHACHA, Andrea.** Elaboración de un organigrama . *pdf*. [En línea] 2015. [Citado el: 22 de Abril de 2022.] <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/8952/1/UPS-CT005221.pdf>.

**ESPINEL, Stephanie.** Analisis de viabilidad para la implementación de un té-bar especializado en la elaboración de productos y bebidas a base de té e infusiones tradicionales nacionales y extranjeras, en el sector del batán del cantón Quito provincia de Pichincha . *Repositorio*. [En línea] 2016. [Citado el: 17 de Marzo de 2022.] [http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11057/TESIS%20SAEC.pdf;sequence=1#:~:text=En%20Ecuador%20la%20industria%20del,para%20infusiones%20\(G%C3%B3mez%202013\)..](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11057/TESIS%20SAEC.pdf;sequence=1#:~:text=En%20Ecuador%20la%20industria%20del,para%20infusiones%20(G%C3%B3mez%202013)..)

**FEIJOO, Irene; et al.** Marketing aplicado en el sector empresarial . *Repositorio*. [En línea] 2017. [Citado el: 22 de Abril de 2022.] <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14270/1/Cap.2-Segmentaci%C3%B3n%20del%20mercado.pdf>.

**FERNÁNDEZ, Viviana.** Marketing mix de servicios de información:. *Artículo científico*. [En línea] 2015. [Citado el: 22 de Abril de 2022.] <file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-MarketingMixDeServiciosDeInformacion-5704542.pdf>.

**GAMBOA, Jenny; et al.** Introducción a la contabilidad general. *Revista*. [En línea] 2017. [Citado el: 25 de Abril de 2022.] <https://revistas.uta.edu.ec/Books/libros%202017/LIBRO%20SEIS%20CONTA%20OK.pdf>. ISBN: 978-9978-978-12-2.

**GONZALEZ, Jenniffer.** Diagrama de Flujo y su relación con la vida cotidiana. *Repositorio*. [En línea] 2019. [Citado el: 22 de Abril de 2022.] [http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14847/1/E-4389\\_GONZALEZ%20ESPINOSA%20JENNIFFER%20XIOMARA.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14847/1/E-4389_GONZALEZ%20ESPINOSA%20JENNIFFER%20XIOMARA.pdf).

**GUDIÑO, Ingrid & OSORIO, Dennisse.** PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS DE LA EMPRESA FRUANDOR S.A. EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. *Repositorio*. [En línea] 2017. [Citado el: 17 de Marzo de 2022.] <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20520/1/PLAN%20DE%20NEGOCIO%20PARA%20LA%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DE%20FRUTAS%20DESHIDRATADAS%20DE%20LA%20EMPRESA%20FRUANDOR%20S.A.%20EN%20L.pdf>.

**HEREDIA, Valeria.** La fruta deshidratada gana espacio. *Revista Lideres* . [En línea] 3 de Octubre de 2016. [Citado el: 17 de Marzo de 2022.] <https://www.revistalideres.ec/lideres/fruta-deshidratada-negocios-ecuador-agronegocios.html>.

**INEN.** AGENDAS ZONALES - Zona 3 - Centro. *pdf*. [En línea] 2017. [Citado el: 20 de Marzo de 2022.] <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/06/Agenda-Coordinaci%C3%B3n-Zonal-Z3-2017-2021.pdf>.

**INGA, Mónica; et al.** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. [En línea] 11 de 08 de 2018. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624856/Leonardo\\_RC.pdf?sequence=7&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624856/Leonardo_RC.pdf?sequence=7&isAllowed=y).

**LEY DE COMPAÑÍAS.** Estatutos de ley de compañías del Ecuador. [En línea] 2017. [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf).

**LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL, CODIFICACIÓN.** Ley de gestión ambiental, codificación. [En línea] 2004. <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>.

**LEY ORGÁNICA PARA LA RACIONALIZACIÓN Y REDUCCIÓN DE PLÁSTICOS DE UN SOLO USO.** [En línea] 2020. <https://www.pbplaw.com/es/la-ley-organica-para-la-racionalizacion-reutilizacion-y-reduccion-de-plasticos-de-un-solo-uso-esta-vigente/#:~:text=La%20Ley%20busca%20regular%20la,reciclado%20o%20biodegradables%20con%20una>.

**LLOREDA, Enrique.** *Plan de Negocio*. Madrid : ESIC EDITORIAL, 2015. ISBN.

**LÓPEZ, Ana; et al.** Beneficios nutricionales y sanitarios asociados al consumo de kiwi. *Revista*. [En línea] 2016. [Citado el: 25 de Abril de 2022.] [https://scielo.isciii.es/pdf/nh/v33s4/05\\_original.pdf](https://scielo.isciii.es/pdf/nh/v33s4/05_original.pdf). ISSN 0212-1611.

**Lopez, María José.** DISEÑO DE UN PLAN DE MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN PARA LAS FRUTAS DESHIDRATADAS Fragaria vesca (FRESA) y Malus domestica (MANZANA) EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA. *dspace*. [En línea] 2019. [Citado el: 9 de Abril de 2022.] <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13494/1/27T0420.pdf>.

**LOZA, Irvin & HERNÁNDEZ, Octavio.** Filosofía empresarial resultado del liderazgo basado en calidad Total en la mipymes de aguas caliente México. *Revista FACCEA*. [En línea] 20 de Junio de 2021. [Citado el: 20 de Abril de 2022.] <http://portal.amelica.org/ameli/journal/452/4522473002/4522473002.pdf>. ISSN: 1657-9658.

**MENA, Gabriela.** Diseño de un modelo organizacional y propuesta de implementación . *Repositorio*. [En línea] Febrero de 2015. [Citado el: 20 de Abril de 2022.] <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8983/TRABAJO%20DE%20TITULACION%20-%20GABRIELA%20MENA.pdf;sequence=1>.

**NORMATIVA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD.** Estado de flujo de efectivo. [En línea] 31 de 03 de 2004. [https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta\\_publ/con\\_nor\\_co/NIC07\\_04.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/NIC07_04.pdf).

**ORREGO, Carlos; et al.** Estudio de mercado interno y externo de la fruta fresca y sus derivados. *fontagro*. [En línea] 2020. [Citado el: 18 de Marzo de 2022.] [https://www.fontagro.org/new/uploads/productos/16111\\_-\\_Producto\\_9.pdf](https://www.fontagro.org/new/uploads/productos/16111_-_Producto_9.pdf).

**QUICENO, Juan; et al.** APUNTES SOBRE DESHIDRATACIÓN APLICABLE A FRUTAS Y HORTALIZAS. *pdf*. [En línea] Octubre de 2019. [Citado el: 27 de Abril de 2022.] [file:///C:/Users/DELL/Downloads/deshidratacion\\_frutas\\_hortalizas%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/DELL/Downloads/deshidratacion_frutas_hortalizas%20(1).pdf).

**ROMÁN, Armando.** Infusiones heladas como bebidas alternativas en el mercado nacional. [En línea] 08 de 05 de 2003. [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1215/ING\\_401.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1215/ING_401.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

**SÁNCHEZ , Fabio.** Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Scielo*. [En línea] 15 de Junio de 2019. [Citado el: 15 de Mayo de 2022.] <http://www.scielo.org/pe/pdf/ridu/v13n1/a08v13n1.pdf>. ISSN 2223-2516.

**SANCHEZ, Víctor & ZAMBRANO, Luis.** Adopción e impacto de las tecnologías agropecuarias generadas en el Ecuador. [En línea] 02 de 2019. [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1390-85962019000200028](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-85962019000200028).

**SARLI, Rosana; et al.** Análisis FODA. *pdf*. [En línea] 2015. [Citado el: 20 de Abril de 2022.] [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf).

**SENPLADES. SECRETARIA NACIONAL DE DESARROLLO Y PLANIFICACION. pdf.** [En línea] Abril de 2019. [Citado el: 24 de Abril de 2022.] <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/06/Agenda-Coordinaci%C3%B3n-Zonal-Z3-2017-2021.pdf>.

**SIERRA, Juan & JIMENEZ, Sandra.** Pontificia Universidad Javeriana. [En línea] 2011. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9534/tesis625.pdf;sequence=1>.

**SUPERINTENDENCIAS DE COMPAÑIAS, VALORES Y SEGUROS.** Superintendencias de compañías, valores y seguros. [En línea] 16 de 06 de 2022. <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-electronica-companias>.

**TAIPE, José y PAZMIÑO, Jhony.** Consideración de los factores o fuerzas externas e internas a tomar en cuenta para el análisis situacional de una empresa. *Revista.* [En línea] 2015. [Citado el: 18 de Abril de 2022.] [file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-ConsideracionDeLosFactoresOFuerzasExternasEInterna-5833494%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-ConsideracionDeLosFactoresOFuerzasExternasEInterna-5833494%20(1).pdf). ISSN 1390-9304.

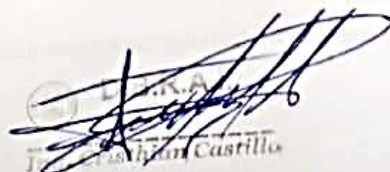
**TORRES, Paola.** Evaluación del comportamiento poscosecha de dos híbridos de naranjilla (*Solanum quitoense* L.) conservados a diferentes condiciones de almacenamiento. *dspace.* [En línea] 2020. [Citado el: 20 de Marzo de 2022.] <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/21570/1/T-UCE-0004-CAG-277.pdf>.

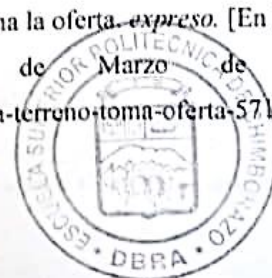
**VARGAS, Manuel; et al.** Análisis de mercado. [En línea] 2021.

**VENTURA, Juan.** Análisis estratégico de las empresas. [En línea] 2008. [https://books.google.com.ec/books?id=gcR\\_9VTPOM4C&pg=PA126&dq=analisis+pesta&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewj4tr\\_H9K74AhUgs4QIHd\\_IBwYQ6AF6BAgHEA1#v=onepage&q=analisis%20pesta&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=gcR_9VTPOM4C&pg=PA126&dq=analisis+pesta&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewj4tr_H9K74AhUgs4QIHd_IBwYQ6AF6BAgHEA1#v=onepage&q=analisis%20pesta&f=false).

**VERDUGO, Nathaly & ANDRADE, Victor.** Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador: Posicionamiento y eficiencia en el mercado internacional para el período 2013 – 2017. *pdf.* [En línea] Agosto de 2018. [Citado el: 24 de Abril de 2022.] <file:///C:/Users/DELL/Downloads/Paper+5.pdf>.

**ZUMBA, Lisbeth.** La industria del té caliente terreno y se toma la oferta. *expreso.* [En línea] 24 de Febrero de 2020. [Citado el: 20 de Marzo de 2022.] <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/industria-caliente-terreno-toma-oferta-5718.html>.

  
Jhonatan Castillo



## ANEXOS

### ANEXO A: ENCUESTA ANÁLISIS DE MERCADO

Reciban un cordial saludo de quien le realiza esta encuesta, el motivo de la presente es recoger información para realizar una investigación de mercado con el fin de introducir al mercado un Té a base de frutas deshidratadas de kiwi y naranjilla en la zona 3 del Ecuador.

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

#### Genero

Femenino

Masculino

#### Edad

15 a 25 años

26 a 35 años

36 a 45 años

46 a 55 años

56 a 64 años

#### Ingresos mensuales:

Menos de 500

501 – 1000 dólares

1001 – 1500 dólares

1501 – 2000 dólares

Más de 2000 dólares

#### 1. ¿Co que frecuencia consume Té o Infusiones?

Diario  Semanalmente  Mensualmente

#### 2. ¿Cuál es el motivo de su consumo?

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 estas frutas: ¿Kiwi y Naranjilla?

Mucho  Poco  Nada

#### 5. ¿Consumiría usted un Té a base de frutas deshidratadas tales como naranjilla y kiwi?



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



Filtro Biodegradable



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. ¿Cuántas cajas de Té estaría dispuesto a comprar?

1 caja

2 cajas

3 cajas

O más cajas

10. ¿Dónde adquiere el Té o Infusiones?

Cadenas de supermercados

Mini mercados

Tienda del barrio

Feria libre

11. ¿Por cuál medio le gustaría que se promocioe el producto?

Instagram

Facebook

YouTube

Televisión

Radio

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

Caja de 10 sobres (\$ 1,45)

Caja de 20 sobres (\$ 1,70)

Caja de 25 sobres (\$ 2,50)



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: 11 / 05 / 2023

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
Nombres – Apellidos: Maryuri Patricia Morocho Soto
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
Facultad: Ciencias Pecuarias
Carrera: Agroindustria
Título a optar: Ingeniera Agroindustrial
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz

  
Cristhian Fernando Castillo Ruiz



0740-DBRA-UTP-2023