



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA: “PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN SNACK DE FRUTAS DESHIDRATADAS EN LA CIUDAD DE CAYAMBE”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA COMERCIAL

Autora:

ADRIANA PAULINA CATUCUAMBA TARABATA

Tutora:

ING. LIGIA BELTRAN

IBARRA, MARZO 2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	175021563-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Catucuamba Tarabata Adriana Paulina		
DIRECCIÓN:	Ibarra, Av. 17 de julio-Ciudadela universitaria		
EMAIL:	apcatucuambat@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	0939458982	TELÉFONO MÓVIL:	0939458982
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	CREACIÓN DE UNA MIRCOEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE UN SNACK DE FRUTAS DESHIDRATADAS EN LA CIUDAD DE CAYAMBE.		
AUTOR (ES):	Catucuamba Tarabata Adriana Paulina		
FECHA: DD/MM/AA	14 de julio del 2021		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería Comercial		
ASESOR / DIRECTOR:	Ing. Ligia Beltrán, MSC.		

CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a 26 de julio de 2021

El Autor

Adriana Paulina Catucuamba Tarabata

CERTIFICACIÓN ASESOR

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado asignado por las autoridades pertinentes, presentado por la egresada **ADRIANA PAULINA CATUCUAMBA TARABATA**, para optar por el título de **INGENIERA COMERCIAL** cuyo tema es: **“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA MIRCOEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE UN SNACK DE FRUTAS DESHIDRATADAS EN LA CIUDAD DE CAYAMBE”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometida a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se le designe.

Efectuado, en la ciudad de Ibarra a los 14 días del mes de julio del 2021.

Atentamente



MSc. Ligia Beltrán

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

El siguiente trabajo quiero dedicar principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerzas para seguir con mi proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres José y Delia por ser el pilar fundamental que con su amor, trabajo y sacrificio de todos estos años me han dado su apoyo y me han enseñado a no darme por vencida y seguir adelante gracias a ustedes que logre llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy estoy muy orgullosa de ser su hija y tener a los mejores padres.

A mis hermanos Viviana, Mariela, Santiago y José por su cariño, y apoyo incondicional durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias por formar parte de este sueño y por último le dedico a una persona tan especial para mí, a ti Jhonny que me has llenado de amor y me has dado tu apoyo incondicional que ha sido de gran importancia para mí, y para poder finalizar con este proceso, tu siempre me decías que lo iba a lograr y lo logre.

Gracias de todo corazón a todos los que han creído en mí.

Adriana

AGRADECIMIENTO

Primeramente, quisiera agradecer a Dios por guiarme a lo largo de mi vida ya que ha sido el apoyo y fortaleza en momentos de dificultad y debilidad.

A mí querida Universidad Técnica del Norte por las oportunidades que brinda para formar profesionales.

Agradezco infinitamente a mi familia y en especial a ti Mariela por darme todo tu apoyo en este proceso para poder cumplir un objetivo más, gracias por ser parte fundamental de este gran logro ya que hicimos una unión para el proceso que fue la elaboración de mi tesis de estudio.

Adriana

Índice General

Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte	ii
Certificación Asesor	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice General	vi
Índice de Figuras	vi
Índice de Tablas	xiii
Resumen Ejecutivo.....	16
Abstract.....	17
Objetivos.....	18
Objetivo General	18
Objetivos Específicos.....	18
1. Antecedentes	18
1.1. Diagnóstico (Determinación y Justificación del Problema).....	18
1.2. Propuesta de la Idea de Negocio.....	20
1.3. Sustentar la Innovación y Pertinencia de la Idea de Negocio.....	21
1.4. Factores que Intervienen en la Puesta en Marcha de la Idea de Negocio	22
1.4. Análisis de la Industria.....	22
1.4.1.1. Situación del Macro Ambiente	23
1.4.1.1.1. Político Legal.....	23
1.4.1.1.2. Socio Cultural	23
1.4.1.1.3. Económico.....	25
1.4.1.1.4. Tecnológico	26
1.4.1.1.5. Medioambiente	27
1.4.1.2. Situación Competitiva	28
1.4.1.2.1. Infraestructura.....	28
1.4.1.2.2. Inversión de la Industria	29
1.4.1.2.3. Maquinaria y Tecnología	29
1.4.1.2.4. Materia Prima e Insumos	30
1.4.1.2.5. Número de Competidores	30

1.4.1.3. Situación del Producto	31
1.4.1.3.1. Condiciones de los Productos y Servicios de la Industria	31
1.4.1.3.2. Certificaciones de la Calidad y Otros.....	32
1.4.1.3.3. Buenas Prácticas de Manufactura	33
1.4.1.4. Situación del Mercado.....	34
1.4.1.4.1. Características de los Consumidores.....	34
1.4.1.4.2. Aspectos Demográficos de los Consumidores	35
1.5. Riesgos y Oportunidades de la Idea de Negocio.....	35
1.6. Fundamentos Teóricos.....	37
1.6.1. Deshidratación.....	37
1.6.2. Snack.....	37
1.6.3. Frutas.....	37
1.6.4. Microempresa.....	38
1.6.4.1. Características de la Microempresa	39
1.6.5. Estudio de Mercado	39
1.6.6. Segmentación del Mercado	40
1.6.7. Comercialización	40
1.6.8. Mercado Meta.....	40
1.6.8.1. Producto	41
1.6.8.2. Plaza.....	41
1.6.8.3. Promoción	41
1.6.8.4. Precio	41
1.6.8.5. Competencia	42
1.6.9. Investigación de Mercados.....	42
1.6.10. Demanda Insatisfecha.....	42
1.6.11. Estudio Técnico.....	42
1.6.12. Tamaño del Proyecto.....	43
1.6.13. Macrolocalización	43
1.6.14. Microlocalización.....	43
1.6.15. Proceso Productivo.....	43
1.6.16. Activos	44
1.6.17. Activos Fijos.....	44

1.6.18.	Activos Corrientes	44
1.6.19.	Ingeniería del Proyecto	44
1.6.20.	Inversión.....	44
1.6.21.	Capital de Trabajo	45
1.6.22.	Estructura Organizacional.....	45
1.6.23.	Estudio Financiero	45
1.6.24.	Estado de Situación Inicial	45
1.6.25.	Flujo de Efectivo	46
1.6.26.	Calculo de la Tasa Interna de Retorno	46
1.6.27.	Cálculo del Valor Actual Neto.....	46
1.6.28.	Punto de Equilibrio.....	46
CAPITULO II: PROPUESTA DEL EMPRENDIMIENTO		47
2.	Estudio de Mercado.....	47
2.1.	Clientes.....	47
2.2.	Segmentación de Mercados	48
2.2.1.	Mercado Meta.....	49
2.3.	Diseño de la Investigación de Mercados.....	49
2.3.1.	Tipo de Investigación	49
2.3.2.	Tipo de Muestreo y Cálculo de la Muestra.....	49
2.3.3.	Instrumentos y Técnicas de Recolección de Investigación	51
2.3.4.	Resultados y Discusión	52
2.4.	Análisis de la Oferta	62
2.5.	Análisis de la Demanda	64
2.6.	Demanda Insatisfecha.....	65
2.7.	Tipo de Actividad Económica, Descripción de Productos y Servicios	65
3.	Estudio Técnico Administrativo	67
3.1.	Análisis y Determinación del Tamaño Óptimo de la Empresa.....	67
3.1.1.	Identificación de la Demanda.....	67
3.1.2.	Número de Clientes Proyectados	67
3.1.3.	Tamaño del proyecto	68
3.2.	Análisis y Determinación de la Localización Óptima del Proyecto	69
3.2.1.	Macrolocalización	69

3.2.2. Microlocalización	69
3.3. Identificación y Descripción de los Procesos.....	71
3.3.1. Caracterización y Diseño del Producto/Servicio	71
3.3.2. Descripción del Proceso Productivo	71
3.4. Ingeniería del Proyecto.....	74
3.4.1. Distribución de la Planta	74
3.4.2. Diseño planimétrico de la Planta	75
3.4.3. Requerimientos por Áreas	75
3.5. Inversiones y Capital de Trabajo	75
3.5.1. Obra Civil Necesaria	75
3.5.2. Maquinaria y Equipos	76
3.5.2.1. Muebles de Oficina	76
3.5.2.2. Equipo de Computación	77
3.5.2.3. Gasto de Constitución	77
3.5.2.4. Resumen de Inversión Fija	77
3.5.3. Capital de Trabajo	78
3.5.3.1. Costos de Producción	78
3.5.3.2. Materia Prima Directa	78
3.5.3.3. Materia Prima Indirecta.....	78
3.5.3.4. Mano de Obra Directa	79
3.5.3.5. Costos Indirectos de Fabricación.....	79
3.5.3.6. Gastos Administrativos	79
3.5.3.6.2. Suministros y Materiales de Oficina.....	80
3.5.3.6.3. Suministros de Aseo.....	80
3.5.3.6.4. Suministro de Materiales de Operarios.....	81
3.5.3.6.5. Servicios Básicos.....	81
3.5.3.6.6. Resumen de los Gastos Administrativos.....	81
3.5.3.7. Gasto en Ventas.....	81
3.5.3.8. Resumen del Capital de Trabajo.....	82
3.5.4. Total de Inversión.....	82
3.5.5. Plan de Financiación	82
3.6. Estructura Organizativa y Administrativa.....	84

3.6.1. Misión...	84
3.6.2. Visión...	84
3.6.3. Políticas.....	84
3.6.4. Valores Corporativos.....	85
3.6.5. Marca e Imagen Corporativa	86
3.6.6. Organigrama Estructural	86
3.6.7. Manual de Funciones	86
3.6.8. Diagrama de flujo.....	89
3.6.9. Descripción del diagrama de flujo.....	90
3.7. Constitución Legal de la Empresa y Propiedad Intelectual	91
4. Plan de Comercialización y Marketing.....	95
4.1. Nombre Comercial de la Empresa, los Productos o Servicios.	95
4.1.1. Marca... ..	95
4.1.2. Presentación	96
4.1.3. Empaque	96
4.2. Canales de Distribución.....	97
4.3. Publicidad.....	97
4.4. Ampliación Posible de la Gama de Productos en el Futuro.	98
4.5. Investigación y Análisis de las Estrategias y Métodos de Mercadeo más Apropriadadas a Utilizar.... ..	99
5. Estudio Económico Financiero.....	101
5.1. Estado de Situación Inicial	101
5.1.1. Presupuesto de Ingresos	102
5.1.2. Presupuesto de Egresos	102
5.1.2.1. Costos de Producción	102
5.1.2.1.1. Materia Prima Directa	102
5.1.2.1.2. Mano de Obra Directa	103
5.1.2.1.3. Costos Indirectos de Fabricación.....	103
5.1.3. Resumen de Costos de Producción.....	103
5.1.4. Gastos Administrativos	104
5.1.4.1. Gasto de Ventas.....	104
5.1.5. Gastos Financieros	105

5.1.6. Depreciación	106
5.1.6.1. Depreciación Mensual	106
5.1.7. Estados Financieros	106
5.1.7.1. Estado de Resultados.....	106
5.2. Flujo de Efectivo.....	107
5.3. Evaluación Financiera	107
5.3.1.1. Determinación del Costo de Oportunidad.....	107
5.4. Determinación de la Tasa de Rendimiento	108
5.5. Cálculo del Valor Actual Neto	108
5.5.1. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.....	109
5.5.1.1. Determinación del Costo-Beneficio.....	109
5.5.1.2. Determinación del Periodo de Recuperación de la Inversión	110
5.6. Punto de Equilibrio.....	110
5.6.1.1. Punto de Equilibrio Monetario	110
5.6.1.2. Punto de Equilibrio en Cantidades	111
5.6.1.3. Grafico del Punto de Equilibrio.....	111
6. Conclusiones	113
7. Recomendaciones.....	115
8. Bibliografía	116
9. Anexos	122

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Valor Nutricional de las frutas.....	38
Figura 2: Análisis Porcentual de la Población	52
Figura 3: Análisis Porcentual del Consumo de frutas.....	53
Figura 4: Preferencia de consumo.....	54
Figura 5: Aceptación del producto.....	54
Figura 6: Frecuencia de Consumo.....	55
Figura 7: Tipo de Presentación.....	56
Figura 8: Precio de Compra	57
Figura 9: Lugares de Adquisición	57
Figura 10: Canales de publicidad.....	58
Figura 11: Análisis de la competencia	59
Figura 12: Frutas de su preferencia.....	60
Figura 13: Características del producto.....	61
Figura 14: Marcas de la competencia.....	62
Figura 15: Macro localización.....	69
Figura 16: Localización de la microempresa	70
Figura 17: Selección de las frutas	71
Figura 18: Lavado de frutas	72
Figura 19: Pelado de frutas.....	72
Figura 20: Deshidratación de frutas	73
Figura 21: Empaque del producto	73
Figura 22: Almacenamiento del producto.....	74
Figura 23: Distribución de la planta.....	74
Figura 24: Diseño Planimétrico de la planta	75
Figura 25: Marca Comercial	86
Figura 26: Organigrama de la Microempresa	86
Figura 27: Diagrama de flujo del proceso de deshidratación de frutas.....	89
Figura 28: Diagrama de recorrido del proceso de deshidratación de frutas.....	90
Figura 29: Punto de Equilibrio	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Infraestructura de las empresas	28
Tabla 2: Proceso productivo de deshidratación.....	31
Tabla 3: Normas de Calidad	33
Tabla 4: Matriz de riesgos y oportunidades	36
Tabla 5: Segmentación de la población.....	48
Tabla 6: Población Proyectada	48
Tabla 7: Proyección Poblacional por edades.....	48
Tabla 8: Mercado Meta	49
Tabla 9: Consumo de frutas.....	53
Tabla 10: Preferencia de consumo	53
Tabla 11: Aceptacion del producto.....	54
Tabla 12: Frecuencia de Consumo	55
Tabla 13: Tipo de Presentación	55
Tabla 14: Precio de Compra	56
Tabla 15: Lugares de Adquisición.....	57
Tabla 16: Canales de publicidad.....	58
Tabla 17: Análisis de la competencia	59
Tabla 18: Frutas de su preferencia.....	59
Tabla 19: Características del producto	60
Tabla 20: Marcas de competencia	61
Tabla 21: Oferta de productos Similares-Bodega Edison	63
Tabla 22: Oferta de productos Similares-Comercial Cadena.....	63
Tabla 23: Oferta de productos similares-Supermercados Aki.....	63
Tabla 24: Análisis Total de la Oferta	64
Tabla 25: Análisis Total de la Demanda	64
Tabla 26: Análisis de la demanda insatisfecha.....	65
Tabla 27: Capacidad de trabajo de la máquina.....	68
Tabla 28: Capacidad Instalada.....	69
Tabla 29: Microlocalización.....	70

Tabla 30: Matriz de localización	70
Tabla 31: Infraestructura de la microempresa	76
Tabla 32: Maquinaria y equipos	76
Tabla 33: Muebles de Oficina	76
Tabla 34: Equipo de Computación	77
Tabla 35: Gasto de Constitución.....	77
Tabla 36: Resumen de las inversiones fijas.....	77
Tabla 37: Costo Unitario en materia prima	78
Tabla 38: Materia Prima Directa	78
Tabla 39: Materia Prima Indirecta.....	79
Tabla 40: Mano de Obra Directa	79
Tabla 41: Costos Indirectos de Fabricación	79
Tabla 42: Sueldo del Gerente General.....	80
Tabla 43: Suministros y Materiales de oficina	80
Tabla 44: Suministro de Aseo	80
Tabla 45: Suministro de materiales de operarios	81
Tabla 46: Servicios Básicos.....	81
Tabla 47: Resumen de los Gastos Administrativos.....	81
Tabla 48: Gasto en ventas.....	82
Tabla 49: Resumen del Capital de Trabajo.....	82
Tabla 50: Inversión Total	82
Tabla 51: Plan de Financiamiento	83
Tabla 52: Manual de funciones del Gerencia	86
Tabla 53: Manual de funciones del Operador	87
Tabla 54: Manual de funciones del Vendedor.....	88
Tabla 55: Estado de Situación Inicial.....	101
Tabla 56: Presupuesto de Ingresos	102
Tabla 57: Presupuesto de Materia Prima Directa	102
Tabla 58: Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	103
Tabla 59: Presupuesto Costos Indirectos de Fabricación.....	103

Tabla 60: Resumen de los Costos de Producción.....	103
Tabla 61: Resumen de los Gastos de Administración.....	104
Tabla 62: Gasto de Ventas.....	104
Tabla 63: Gastos Financieros	105
Tabla 64: Cuadro de Amortización	105
Tabla 65: Resumen del Gasto Financiero	105
Tabla 66: Depreciación de Activos	106
Tabla 67: Depreciación Mensual.....	106
Tabla 68: Resumen del Estado de Resultados.....	106
Tabla 69: Flujo de caja	107
Tabla 70: Costo de Oportunidad.....	107
Tabla 71: Flujo de Caja Actualizado.....	107
Tabla 72: Tasa Interna de Retorno	109
Tabla 73: Costo-Beneficio.....	109
Tabla 74: Período de Recuperación.....	110
Tabla 75: Punto de Equilibrio Monetario.....	110
Tabla 76: Punto de Equilibrio en cantidades.....	111
Tabla 77: Punto de Equilibrio.....	111

Resumen Ejecutivo

La presente investigación se realizó en la Ciudad de Cayambe, de la provincia de Pichincha, y tuvo como finalidad ejecutar un estudio para la creación del emprendimiento denominado “Creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de un snack de frutas deshidratadas en la ciudad de Cayambe”.

Las tendencias de consumo giran en torno a productos y servicios que otorguen estándares de vida más saludable, el auge por alimentos nutritivos de fácil acceso, consumo y de precios asequibles están tomando el mercado. Las tecnologías de procesamiento y de conservación de los alimentos han ayudado a generar variedad de productos que hacen más fácil y práctico el consumo de alimentos saludables como es el caso de las frutas deshidratadas y vegetales.

Esta investigación demostró que existe un nicho de mercado para el consumo de snacks de fruta deshidratada, los consumidores potenciales estarían centrados en la zona urbana de Cayambe.

El estudio técnico administrativo estableció la ubicación del emprendimiento en la zona centro de la ciudad de Cayambe entre las calles Rocafuerte y 10 de Agosto, ya que existe facilidades para alquilar la infraestructura necesaria para la adecuación de la planta procesadora de productos agroindustrial.

La capacidad de producción se determinó en base a la demanda insatisfecha que se obtuvo como resultado de las encuestas aplicada a la población de Cayambe, esta capacidad de producción es de 200 kg/día de fruta deshidratada, el producto consiste en una combinación de frutas como: manzana, piña, frutilla, uvilla y mango envasado en fundas de cierre hermético o bandejas personalizadas con el sello y marca de la microempresa, su contenido es de 100 gramos de producto por cada funda o bandeja.

Los resultados de la evaluación económica y financiera indican que la inversión es factible; es decir que el proyecto puede ser puesto en marcha.

Palabras claves: emprendimiento, viabilidad, fruta Deshidratada, snack, producción, comercialización, proceso de deshidratación.

Abstract

This research was carried out in the city of Cayambe, in the province of Pichincha, and aimed to execute a study for the creation of the enterprise called “creation of a microenterprise dedicated to the production and marketing of a snack of dehydrated fruits in the city of Cayambe”.

Consumer trends revolve around products and services that provide healthier living standards, the boom for easily accessible, affordable and affordable nutritious foods are taking over the market. Food processing and preservation technologies have helped to generate a variety of products that make it easier and more practical to consume healthy foods such as dehydrated fruits and vegetables.

This research showed that there is a niche market for the consumption of dehydrated fruit snacks, potential consumers would be focused on the urban area of Cayambe.

The administrative technical study established the location of the enterprise in the downtown area of the city of Cayambe between rocafuerte and 10 de Agosto streets, since there are facilities to rent the infrastructure necessary for the adaptation of the agro-industrial processing plant.

The production capacity is determined on the basis of the unmet demand is obtained as a result of the surveys applied to the population of Cayambe, this production capacity is 200 kg/day of dried fruit, the product consists of a combination of fruits like apple, pineapple, strawberry, sea and mango packed in bags, airtight or custom trays with the seal and mark of the micro-enterprise, its content is of 100 grams of product in each case or tray.

The results of the economic and financial evaluation indicate that the investment is feasible; that is, the project can be put on the mark.

Keywords: entrepreneurship, viability, dehydrated fruit, snack, production, marketing, dehydration process.

Nombre del Proyecto

PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE UN SNACK DE FRUTAS DESHIDRATADAS EN LA CIUDAD DE CAYAMBE.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de un snack de frutas deshidratadas en la ciudad de Cayambe.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de la industria alimentaria para determinar los riesgos y oportunidades de la idea negocio.
- Desarrollar el estudio de mercado que permita identificar los clientes potenciales que estarían dispuestos a consumir el snack de frutas deshidratadas.
- Efectuar un estudio técnico administrativo para así establecer la localización y los diferentes recursos que necesita la propuesta de creación de la microempresa.
- Elaborar estrategias de comercialización del producto y posicionarse en el mercado objetivo.
- Realizar un estudio económico financiero que permita conocer la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

1. Antecedentes

1.1. Diagnóstico (Determinación y Justificación del Problema)

En América Latina existe alrededor de un 28% de frutas que se desperdician, por ser alimentos altamente perecederos que se ven afectados por factores climáticos y tecnológicos; con el abundante desperdicio que existe se considera un factor muy importante y atractivo la oportunidad de crear una empresa dedicada a la deshidratación de frutas y convertirlas en un snack, esto ayudara a disminuir el desperdicio generado en la postcosecha y comercialización de frutas, mediante el proceso de deshidratación se puede extender la vida útil de las frutas conservando en gran porcentaje las propiedades, sabor, aroma y otras características que

brinda el procedimiento de deshidratación o secado, de esta forma se genera valor agregado e innovación en cuanto al aprovechamiento y optimización de las frutas. (Santiváñez, 2016)

Ecuador es un país inmensamente rico, en recursos naturales, especialmente en especies vegetales, como las frutas; sin embargo, la pérdida de post cosecha por su alta producción implica un mal aprovechamiento de los recursos, insumos y esfuerzos durante la producción. Las actividades económicas son muy importantes para el desarrollo de la sociedad es así como la creación de una empresa es muy importante para la optimización de producción y comercialización tanto de tiempo como recursos, a su vez se puede generar plazas de empleo para las personas y aportar en el cambio de la matriz productiva del país.

Por esta razón Ecuador es uno de los países más emprendedores y una de las estrategias del Gobierno es impulsar a las personas para que tengan su propio negocio otorgándoles créditos y capacitación, esta oportunidad es aprovechada por las diferentes personas que tienen la necesidad de generar ingresos extras para la economía familiar y los ecuatorianos apuestan a emprender negocios propios. (Ventura, 2015)

Según datos proporcionados por el (INEC, 2017), en Ecuador existen cerca del 90,5% de microempresas con ventas anuales menores de 100 mil dólares y entre 1 y 9 empleados, pero hoy en día se registran unas 15 empresas que se dedican a la producción de frutas deshidratadas y casi todas exportan el producto, según información proporcionada en Agronegocios, hay agrupaciones de 4 000 productores en el país.

Desde el punto de vista de (Heredia, 2016), estas empresas también abastecen el mercado nacional en autoservicios, supermercados y tiendas. La primera fruta que se deshidrató fue la piña, luego le siguieron la manzana, la mora y la pitahaya; el valor agregado que ofrece los emprendedores es mantener el color y el tamaño de las frutas para que las personas degusten el producto con agrado.

Los procesos de deshidratación han cambiado mucho desde sus inicios ahora cuentan con avanzadas tecnologías para que cada producto sea entregado en el momento adecuado garantizando la satisfacción de los clientes, para mejorar las ventas y los ingresos

económicos, al mismo tiempo que se proporciona al consumidor un producto de buena calidad que le aporte los requerimientos nutricionales adecuados.

La razón más importante de esta propuesta es aprovechar de una manera efectiva los recursos existentes en nuestro país que permita convertirlos en un valor agregado, ya que es cuestión de unificar los factores para que el producto final se vea reflejado con el mejor aprovechamiento de las cosechas de las diferentes variedades de frutas que permita generar un impacto positivo en el agro ecuatoriano.

1.2. Propuesta de la Idea de Negocio

La técnica de deshidratación en los alimentos se ha manejado desde tiempos muy remotos para la conservación en períodos de escases, en el caso de Ecuador la deshidratación de frutas empezó a partir del 2007, convirtiéndola en una práctica nueva para el mercado local. Desafortunadamente se pierde gran cantidad de frutas, por no contar con un proceso industrial que permita la deshidratación de las frutas.

En la ciudad de Cayambe no existen empresas deshidratadoras de fruta, solo pequeños productores que producen frutas de la zona para que otra empresa se encargue del proceso de deshidratación y venta del producto final.

Actualmente en todo el mundo existe la necesidad de cuidar la salud, las personas tienen la preferencia de vivir mejor y existe una inclinación a cambiar los hábitos alimenticios y estilos de vida. Por otra parte, existe una gran tendencia hacia el consumo de alimentos nutritivos, altos en fibra, proteínas, vitaminas y minerales, mismos que pueden ser consumidos en cualquier época del año debido a la facilidad de conservación y almacenamiento.

La necesidad muestra la oportunidad de ingresar en el mercado de frutas deshidratadas, dado que la ciudad ofrece las condiciones necesarias para la creación de una microempresa deshidratadoras de frutas a fin de abastecer un mercado insatisfecho.

Este proyecto está enfocado en la realización de una propuesta de creación de una microempresa de producción y comercialización de un snack de frutas deshidratadas con un concepto innovador y saludable en el sector alimenticio; por ende, la oportunidad de negocio,

no solo beneficiara al emprendedor sino también ayudara a generar fuentes de empleo brindando apoyo y desarrollo al agro y a las demás personas que se relacionan con el entorno.

Hoy en día con responsabilidades o actividades como el trabajo, estudios, familia y deporte, alimentarse no solo pasa por el hecho de que los alimentos sean saludables y contribuyan a su alimentación habitual, sino que también estén al alcance y sean fáciles de consumir en cualquier momento y lugar. Por esta y muchas razones el factor tiempo es el limitante para que las personas no tengan una alimentación balanceada y adecuada a su nivel de vida; ya que las nuevas tendencias de los consumidores prefieren alimentos saludables y en esa línea la fruta seca se adapta perfectamente el snack de frutas que se ofrece.

Las frutas no solo aportan vitaminas y minerales necesarios para una vida saludable, el Ecuador es uno de los principales países productores de frutas tropicales, tales como: piña, banano, mango, mora, frutilla, papaya, entre otros. Según su situación geográfica, el país cuenta con suelos y climas aptos para la producción de dichas frutas de excelente sabor, textura, tamaño y peso durante todo el año.

Pese a la diversidad de empresas productoras en el mercado, existen problemas de calidad y abastecimiento de productos elaborados a base de frutas, por esta razón y con el fin de atender el mercado insatisfecho es adecuado la creación de una empresa que produzca y comercialice un snack a base de frutas deshidratadas.

Este proyecto aspira aprovechar la idea de negocio con la finalidad de proporcionar al mercado un producto diferente basándose en el proceso de deshidratación eficiente para reducir costos y desperdicios de frutas, facilitando al cliente un producto de calidad a un precio referido.

1.3. Sustentar la Innovación y Pertinencia de la Idea de Negocio

Con la finalidad de generar nuevas alternativas de consumo de frutas; así como ofrecer ideas innovadoras de conservación y evitar su desperdicio se propone la creación de una empresa de producción y comercialización de frutas deshidratadas, ya que esta técnica permite aumentar el tiempo de consumo de las frutas, reducir la proliferación de microorganismos y se podrá consumir en cualquier temporada del año.

Las frutas deshidratadas son muy poco conocidas a nivel nacional ya que existe desconocimiento de sus beneficios y aporte nutricional para la salud de las personas. Por tal motivo es acertado crear un snack de frutas deshidratadas, mismas que serán elaboradas de fruta 100% natural, que pasarán por un proceso de secado mediante hornos que permita optimizar el proceso de secado de las frutas conservando sus características nutricionales que favorece la salud del consumidor, ayudando a tener una buena nutrición balanceada y reduciendo el riesgo de enfermedades de las personas.

1.4. Factores que Intervienen en la Puesta en Marcha de la Idea de Negocio

1.4.1. Análisis de la Industria

El crecimiento del mercado mundial de frutos secos o deshidratados, se observa una gran oportunidad para generar una línea distinta de consumo de fruta de manera práctica y saludable, aprovechando la falta existente en el mercado local en cuanto a la oferta del mismo y que sea accesible para todas las familias y comunidades.

Los alimentos deshidratados mantienen gran proporción de su valor nutritivo original, si el proceso de deshidratación se realiza en forma adecuada conservaran el sabor característico de la fruta y adquieren una textura suave y crujiente. Estas frutas deshidratadas se consumen directamente como snack o bocaditos ya que son muy apetecidos por todas las personas especialmente extranjeros, además se puede emplear como insumos en la preparación de diversos platos, como adornos en banquetes y otros. Los consumidores de la fruta deshidratada son niños, jóvenes y adultos, quienes consumirán directamente como snack. (Gómez A. , 2019)

Las industrias tanto nacionales e internacionales están buscando automatizar sus procesos es por eso que dentro de las industrias es muy importante la tecnología ya sea para automatizar sus maquinarias, su mano de obra o sus procesos, también usan tecnología para realizar la publicidad y el posicionamiento de sus marcas en todos los mercados.

1.4.1.1. Situación del Macro Ambiente

1.4.1.1.1. Político Legal

Ley Orgánica de Salud, en el Artículo 6, Numeral 18, señala como responsabilidad del Ministerio de Salud Pública regular y realizar el control sanitario de la producción, importación, distribución, almacenamiento, transporte, comercialización, dispensación y expendio de alimentos procesados y otros productos para uso y consumo humano; así como los sistemas y procedimientos que garanticen su inocuidad, seguridad y calidad (Ministerio de Salud, 2016)

Adicionalmente, el país promueve el crecimiento de la industria de alimentos procesados porque esta representa aportes importantes a la economía y la dinamiza. El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) apoya, incentiva y fomenta la producción de alimentos que beneficien la nutrición adecuada de la población (Copci, 2018).

1.4.1.1.2. Socio Cultural

El semáforo nutricional una medida acertada, Ecuador sorprendió a todo el mundo al convertirse en el primer país de América Latina en adoptar el etiquetado tipo semáforo para alertar a los consumidores sobre la cantidad de grasas, azúcar y sal de diversos productos alimenticios. Según la Directora María José Troya en su artículo de Nutrición, actualiza un tema que apasiona e interesa a toda la población de América Latina y el Caribe y menciona que el Semáforo Nutricional ha obtenido un buen nivel de aceptación en el Ecuador, ya que su implementación tiene varios meses y cada vez más las personas declaran que toman en cuenta los colores para decidir la compra de alimentos procesados. (Consumers International, 2015)

El Programa Aliméntate Ecuador, atravesó desde el 2007 una profunda reformulación institucional, dejando de lado su concepción plenamente asistencial para transformarse en un programa de seguridad y soberanía alimentaria y reconociendo el derecho de la población de acceder a alimentos seguros, nutritivos, culturalmente apropiados y a los recursos necesarios para producirlos. En este aspecto, el Programa emprendió acciones de carácter edu-

comunicacional, rescatando principios alimentarios como la lactancia materna y el consumo de “alimentos de verdad”. (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2018)

Las enfermedades relacionadas con hábitos alimentarios inadecuados continúan creciendo en todo el mundo, esto hace que estemos cada vez más preocupados por nuestra propia salud a través de los alimentos que consumimos. Cuando hablamos de comer sano, más que de una tendencia, estamos refiriéndonos a una evolución. El deseo de mantener una alimentación saludable se ha mantenido en la mente del consumidor con mayor o menor fuerza: Sin embargo, lo que éste entiende por alimentación saludable se ha modificado a medida que ha ido aprendiendo y más aún hoy en día con la aparición de consumidor super informado. Un dato, según Food Navigator sólo el 34% de las personas considera que tiene una dieta saludable, aunque el porcentaje ha aumentado en un 5% en el último año.

Ecuador durante los últimos años ha sido participe de fomentar el desarrollo de la industria nacional, especialmente del sector de la manufactura ecuatoriana, la industria de alimentos y bebidas es la que mayor peso tiene, representado por el 38%, mismo que tiene incidencia en la matriz productiva y es de gran importancia su análisis debido a que forma parte de los sectores exportadores ecuatorianos y es uno de los sectores productivos que se busca impulsar; cabe recalcar que la evolución del sector depende la demanda interna y de las medidas de comercio exterior. (Cevallos, 2018)

Según (León, 2017) , Ministro Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad actual declaró que este cambio de matriz se centra en cuatro ejes: el primero es la diversificación de la producción ecuatoriana, esto quiere decir que el país busca desarrollar nuevas industrias, generar nuevos tipos de negocios, el segundo eje se enfoca en el valor agregado en el cual el país busca aprovechar el máximo la materia prima de calidad que posee y exportarla ya como un bien procesado, el tercer eje tiene que ver con la sustitución de importaciones con el fin de evitar la importación de ciertos productos y el cuarto eje en cambio de la matriz productiva en base mejorar la oferta exportable actual y obtener mayor productividad a través de la implementación de tecnología, eficiencia y rapidez.

1.4.1.1.3. Económico

Ecuador intensifica sus esfuerzos por diversificar su canasta exportable. Para lograrlo, seis pequeñas y medianas empresas se unieron para crear el consorcio de exportación de frutas y alimentos deshidratados Ecu-DEHYD. Fruvesol, Agroapoyo, Cevera Fruits, Sumak Mikuy, Biolcom y Álvaro Miño conforman este consorcio.

De esta forma se aspira a aumentar sus ventas, que actualmente son en delicatessen, tiendas gourmet y supermercados. Otra causa es el aumento del consumo de estos productos, tanto en el mercado interno como el exterior. (Productor, 2013)

El mercado de superfrutas es prometedor para el país. Existe en el mundo gran apetito por este tipo de productos de sabores exóticos y con gran calidad nutricional. Hablamos de productos como la pitahaya, uvilla, aguacate, tamarindo, piña, papaya, tomate de árbol, entre otras.

Según la embajadora de la Unión Europea, Marianne van Steel, aconseja al país tomar más en cuenta el potencial de estas superfrutas a nivel mundial y especialmente en Europa. Asegura que su mercado es exigente, pero también paga muy bien los alimentos de este tipo, pues cada vez más crece el interés por el bienestar nutricional. Asegura que las exportaciones de diversos productos desde Ecuador han crecido, aunque no son volúmenes grandes. (Universo, 2019)

La exportación de frutas deshidratadas y secas se está posicionando con más fuerza en el mercado centroamericano, que busca consolidar su oferta a los Estados Unidos y los países de Europa y Asia. Su valor nutritivo y sabor hacen que sobresalgan por encima de los alimentos tradicionales y actualmente marcan una tendencia en los consumidores que buscan reemplazar a los snacks.

Sumado a lo anterior, los cambios en los hábitos de consumo y estilos de vida de las personas han llevado a los productores y empresas a apostar a formas de presentación de sus productos innovadoras, que les permitan atraer y fidelizar a los consumidores. Bajo esta perspectiva, uno de los productos que ha tenido cambios son las frutas, ya que el objetivo es

penetrar los mercados más competitivos y exigentes del mundo globalizado. (Agroecuatoriano, 2017)

1.4.1.1.4. Tecnológico

La tecnología ha dejado de ser un lujo o privilegio en todo el mundo, su uso se ha convertido en un elemento fundamental en el ámbito personal y empresarial. En un mundo tan activo y globalizado, las empresas deben ser rápidas y eficientes con todos sus recursos, la tecnología ha llegado para resolver los problemas y eliminar las barreras de las organizaciones a través de sistemas innovadores y que son adaptables a las necesidades de cada una. Lo que antes tomaba semanas e incluso meses, hoy en día es posible terminar en unos pocos minutos y sin mayor esfuerzo ni complicación.

Cuando una empresa toma resistencia a implantar nuevas tecnologías en cada uno de sus procesos aumenta sus probabilidades de estancarse y quedarse atrás, sobre todo aquellas en etapa de crecimiento que aún no se encuentran totalmente estabilizadas o posicionadas en el mercado.

Es por ello que las medianas empresas en vías de crecimiento deben luchar cada día por ir de la mano con los avances tecnológicos y adaptarse a ellos, con el fin de acelerar sus procesos y por supuesto mantener competitividad en el mercado.

La industria alimenticia experimenta un fácil acceso a la maquinaria necesaria para procesos, ya que existe varios ofertantes nacionales y extranjeros. Ecuador se encuentra en el puesto 89 de 148 países que tiene disponibilidad de última tecnología. La tecnología es un recurso fundamental para aquellas Pymes que se encuentran en el proceso de crecimiento, es una herramienta con la que puede lograrse la optimización y mejora de los procesos de producción, organización, despacho, ventas y cobranza, capacitación, etc., que les permitirá establecer ventajas competitivas con las cuales podrán posicionarse en el mercado, conseguir mayores clientes y por supuesto, alcanzar mayores niveles de productividad e incluso de expansión. (Castro, 2016)

Las empresas deshidratadoras de frutas utilizan la tecnología a su favor para las diferentes actividades, para el proceso productivo, monitorear sus productos mediante la

automatización de maquinarias y utensilios, implementación de bandas transportadoras, para el empaquetado y almacenado utilizan envases de cierre hermético o ecológicos, utilizan también para publicidad de sus productos, además están pensando en implementar la tecnología blockchain, esta tecnología es cadena de bloques que sirve como una base de datos pública, compartida y descentralizada y funciona como un libro donde se registran operaciones de compra-venta o cualquier otro tipo de transacción; otra tecnología que quieren implementar es la creación de códigos QR donde puedan monitorear la trazabilidad de su producto con su celular. (Aviles, 2018)

1.4.1.1.5. Medioambiente

En la actualidad las pymes deben desarrollar sus actividades sin causar impactos que dañen el entorno natural, por lo que es necesario desarrollar una gestión ambiental en forma preventiva, lo que contribuirá a que estas empresas sigan mejorando sus procesos y productos aumentando la productividad y una disminución de la contaminación.

Es importante resaltar que la gestión ambiental está conformada por el conjunto de políticas y actividades que las empresas desarrollan con la finalidad de proteger y conservar un ecosistema más sano y limpio mediante un manejo integral de los mismos que conduzcan a la prevención y mitigación de los problemas de carácter ambiental. (Mi Pymes, 2017)

Por otra parte, muchas industrias alimentarias están optando por implementar las tecnologías limpias en sus empresas; estas tecnologías son aquellas que al ser aplicadas no producen ningún efecto secundario ni consecuencias catastróficas en el planeta, el medio ambiente y el desarrollo tecnológico, se están combinando a efectos de lograr generar una industria de tecnología compatible con el desarrollo sustentable y el medio ambiente. Las ventajas de la aplicación de tecnologías limpias se hacen evidentes ya que reducen el consumo de agua y energía, existe un buen manejo de los desechos sólidos e implementar políticas que favorezcan al medio ambiente. (Valencia, 2017)

1.4.1.2. Situación Competitiva

1.4.1.2.1. Infraestructura

Cuando se desarrolla la idea de instalar una planta de procesamiento de frutas y hortalizas, sea ésta de carácter artesanal o de pequeña escala industrial, lo primero que se considera es la infraestructura que se requerirá para albergar adecuadamente todos los implementos necesarios para el proceso, ya que existen dos aspectos que son vitales en el desarrollo de un proyecto de esta naturaleza el costo y la calidad de la infraestructura necesaria para los fines propuestos, por tratarse de alimentos para el hombre la infraestructura debe cumplir una serie de requisitos ya que la infraestructura comprenden diversos aspectos de la implementación de un proyecto, de manera que se deben tener en cuenta los temas relativos a la planta física, los servicios básicos o instalaciones básicas y el equipamiento. (Rojas, 2017)

Tabla 1: *Infraestructura de las empresas*

Planta Física.	Se da las características de ser un sistema sencillo de producción, con volúmenes pequeños y con productos de gran simplicidad tecnológica, en el caso de un sistema artesanal son los principios básicos que gobierna la sanidad e higiene industrial que se deben rodear a un sistema de producción de alimentos.
Recintos.	Son los lugares donde se realizan las labores de producción ya que incluye diversos procesos desde la recepción y conservación de materias primas, hasta el almacenamiento de productos terminados.
Instalaciones o servicios básicos.	Son los servicios básicos que deben tenerse en cuenta a un sistema como son la energía eléctrica, agua potable y evacuación de aguas servidas, en las plantas industriales de escala pequeña o plantas artesanales existe un sistema de producción a vapor.

Fuente: (Rojas, 2017)

1.4.1.2.2. Inversión de la Industria

En Ecuador existen varias vías de acceso a un crédito, ya sean públicas o privadas. Los préstamos oscilan de mínimos de \$500 a \$2.000 a máximos desde \$50.000 hasta \$25 millones, enfocados para emprendedores, microempresarios y empresarios. (BanEcuador, 2019)

Las empresas dentro de la industria de Alimentos y Bebidas del Ecuador se financiaron a un plazo promedio de 3 años, con una tasa promedio anual del 7,54%. Corporación Favorita anunció que hasta el 2022, la firma y sus filiales ejecutarán proyectos en tecnología e innovación, industria, nuevos locales, equipamiento, logística, generación energética, gestión ambiental. Proyectan invertir \$ 750 millones para los próximos cinco años. Estos planes, indica en un comunicado, crearían hasta 6.000 plazas de trabajo. Incluirá más proveedores, sobre todo para empresas pequeñas, medianas y emprendimientos innovadores. En el primer trimestre del 2019 se completará la compra de una parte minoritaria de Hanaska, dedicada a servicios de alimentación o catering, mantenimiento de instalaciones y limpieza, exporta productos procesados de frutas, abastece a hoteles y restaurantes. (Campana, 2018)

La industria alimenticia por tener gran representatividad en el sector industrial ecuatoriano y contribuir a la economía nacional

1.4.1.2.3. Maquinaria y Tecnología

Los equipos más importantes en la elaboración de fruta deshidratada son los deshidratadores y la cortadora. Los primeros funcionan con gas, energía eléctrica, alimentados con energía solar o híbridos; también hay hornos eléctricos o de gas que se emplean en el proceso de deshidratación; las cortadoras, además de mesas de trabajo de acero inoxidable, maquinaria para empaque y básculas. Asimismo, es conveniente que las plantas de deshidratado estén equipadas para realizar pruebas de laboratorio durante el proceso, como las balanzas de humedad y el refractómetro, a causa de que los parámetros de humedad y grados son importantes en este tipo de productos (CEPAL, 2016).

La maquinaria y la tecnología avanzado mucho ya que antes la deshidratación de frutas y alimentos lo realizaban al sol en la actualidad se cuenta con hornos deshidratadores que están bien equipados para realizar la deshidratación de frutas y alimentos.

1.4.1.2.4. Materia Prima e Insumos

La industria alimentaria posee varias etapas para obtener su producto final y en su elaboración se utilizan distintas materias primas y aditivos que son esenciales para la obtención de un producto de calidad y que satisfaga la creciente demanda y estándares que buscan los consumidores. Mientras las materias primas naturales, que pueden ser de origen animal, vegetal y mineral son seleccionadas, transportadas, almacenadas, procesadas y tratadas hasta obtener los alimentos procesados listos para su transporte y distribución en cadenas de supermercados y tiendas. Los aditivos son desarrollados y producidos por industrias del sector químico, especializadas en entregar funcionalidad a través de estos productos a los alimentos procesados, de modo que realcen sus propiedades fisicoquímicas y organolépticas y prolonguen su conservación. Existen muchas empresas a nivel mundial que suministran aditivos químicos utilizados en el área de alimentos, que siempre están actualizadas con la última tecnología para ofrecer un buen producto y de la mejor calidad bajo los estándares de higiene y seguridad. (Olcese, 2016)

Todas las industrias de alimentos para que el proceso productivo sea eficientes y de calidad deben diseñar sus maquinarias e insumos bajo las fichas técnicas de procesamiento de alimentos.

1.4.1.2.5. Número de Competidores

Ecuador intensifica sus esfuerzos por diversificar su canasta exportable de frutas y alimentos deshidratados.

Existen 3 empresas de la competencia que están más cerca de Cayambe:

- Terrafertil (Tabacundo)
- Cevera Fruits (Ibarra- Sagrario)
- Sumak Mikuy (Cotacachi)

El principal competidor local será la empresa Terrafertil

Las industrias mencionadas anteriormente son marcas que están exportando su producto al extranjero ya que es el mercado que más demanda este producto, por esta razón es ideal crear una marca que se posicione en el mercado nacional y local y los ecuatorianos consuman este producto, para luego ofrecer a otros países.

1.4.1.3. Situación del Producto

1.4.1.3.1. Condiciones de los Productos y Servicios de la Industria

Los procesos de producción pueden clasificarse en seis diferentes partes: cultivo, cosecha, transporte, recepción, almacenamiento, procesamiento, conservación y servicio de alimentos. En este proceso se incluyen todos los procedimientos que buscan proteger la inocuidad de los alimentos durante su traslado desde el lugar de producción al de almacenamiento o procesamiento. En este campo se aplican conceptos de ingeniería para mantener las temperaturas adecuadas y evitar la contaminación ambiental en la siguiente tabla describiremos las siguientes condiciones de los productos y servicios de la industria de alimentos. (López, 2017).

Tabla 2: *Proceso productivo de deshidratación*

Procesos	Descripción
Recepción de Alimentos	Es sólo una parte del eslabón en la cadena alimentaria la recepción de mercancías. Es punto crítico de control en los sistemas el aseguramiento de la calidad, visto que si se reciben materias primas descompuestas muy difícilmente se puede recuperar la salubridad. Se aplican en esta fase criterios de aceptación y rechazo de mercancías muy frecuentemente decididas por el juicio profesional de los inspectores de calidad.
Almacenamientos de los Alimentos	El almacenamiento de alimentos está orientado a mantener en el tiempo las características propias de los alimentos a fin de que sean mantenidos los inventarios

	para la producción. Se estudia la estacionalidad de ciertos productos alimenticios para controlar la rotación.
Procesamiento de Alimentos	El procesamiento de alimentos es tan variado como la cantidad de alimentos que existen. Cada alimento tiene su procesamiento y la cantidad o complejidad de los procedimientos varía según el tipo de alimento. Normalmente el procesamiento de alimentos se diagrama en flujogramas de proceso y su control depende de los sistemas de aseguramiento de la calidad.
Conservación de Alimentos	Los procesos habituales de la conservación de alimentos, tienen como objeto la transformación inicial del alimento para la obtención de otro producto distinto y transformado que presente un mayor tiempo de vida útil. Algunos de los procesos de conservación son: Salado, Deshidratación, Refrigeración, Congelación, Pasteurización, Esterilización, Acidificación.
Servicio de Alimentos	Dentro de la industria alimentaria se incluyen los establecimientos que se encargan de preparar alimentos para su servicio y consumo. En estos establecimientos se aplican técnicas gastronómicas que se deben controlar según las normas de la higiene de alimentos.

1.4.1.3.2. Certificaciones de la Calidad y Otros

La seguridad de los alimentos se consigue mediante el mantenimiento de unas prácticas sanitarias correctas, para lograr este fin es fundamental que los operarios de las industrias alimenticias tomen conciencia y apliquen las medidas necesarias.

En la actualidad muchas empresas tienen la tendencia de tener una certificación internacional que respalde su proceso productivo y sobre todo garantice la calidad de sus productos; por tanto a continuación se describe una tabla de las normas más utilizadas.

Tabla 3: Normas de Calidad

Normas de Calidad	Descripción
ISO 9001	<ul style="list-style-type: none"> • Se puede aplicar a cualquier organización sin importar cuál sea su actividad, tamaño, sector o ubicación geográfica. • Esta norma es esencial para transmitir buena reputación de las empresas.
ISO 22000	<ul style="list-style-type: none"> • Son certificados de seguridad alimentaria más interesantes e importantes del momento. • Ayuda a cumplir los siguientes reglamentos: Trazabilidad y Seguridad Alimentaria. Higiene de los Productos Alimenticios.
CODEX ALIMENTARIO	<ul style="list-style-type: none"> • Es una normativa que protege la salud de los consumidores.
NORMATIVA INEN 1334-1; 1334-2	<ul style="list-style-type: none"> • Son requisitos para rotulado alimenticio para consumo humano.

La mayoría de las empresas alimenticias si aplican este tipo de normas de calidad desde el establecimiento de su planta procesadora hasta la obtención del producto final.

1.4.1.3.3. Buenas Prácticas de Manufactura

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) son políticas que al ser implementadas en una industria aseguran un estricto control de la calidad de los alimentos, a lo largo de la cadena de producción, distribución y comercialización.

Buenas Prácticas de Manufactura para plantas procesadoras de alimentos; así como los requisitos que deben cumplir los procesos de fabricación, producción, elaboración, preparación, envasado, empaçado, maquila, transporte, almacenamiento, distribución y comercialización de alimentos procesados para consumo humano. Además de los requisitos para la obtención de la notificación sanitaria de alimentos procesados nacionales y

extranjeros, el registro de certificados de Buenas Prácticas de Manufactura, la homologación de certificados de Buenas Prácticas de manufactura, requisitos para la inscripción de alimentos procesados por línea certificada en Buenas Prácticas de Manufactura, la obtención del certificado de libre venta, obtención de certificado sanitario de exportación, obtención del permiso de funcionamiento, condiciones higiénicas en establecimientos de alimentación colectiva; así como la donación de alimentos procesados, para proteger la salud de la población y garantizar el suministro de productos inocuos. (Rodríguez, 2017)

1.4.1.4. Situación del Mercado

1.4.1.4.1. Características de los Consumidores

La industria de alimentos se lleva el mayor peso dentro de la manufactura (38%) ya que Ecuador genera variedad de alimentos y ha desarrollado una industria en esta rama. En parte se importan insumos y bienes de capital, lo que hace que su evolución dependa de la demanda interna y las medidas de comercio exterior que se hayan adoptado. A pesar de que este sector ha tenido todos los años tasas de crecimiento positivas dentro del periodo analizado, los años con variaciones más bajas fueron 2009, 2015 y 2016 con variaciones de 0,4%, 0,4% y 0,2%, respectivamente. De igual forma, el nivel de consumo incide en estos resultados, al igual que el acceso a mercados externos.

Para 2017 y 2018, las proyecciones oficiales mantienen su posición de crecimiento en la economía, las tasas proyectadas son: 4,4% y 5%. En este escenario, este sector ha incrementado su participación en el PIB, pasó de 4,7% en 2008 a 6,1% en 2016 (además de una estimación de 6,7% para 2018). En lo que a su composición se refiere, la producción más grande de alimentos es la de procesamiento y conservación de pescado, camarones y otras especies acuáticas (peso del 27%, con una importante orientación exportadora).

El consumo mundial de frutas deshidratadas sería de 4 millones de toneladas en 2020 esto, debido a la tendencia mundial de consumir alimentos naturales y sanos que combatan la obesidad y por la mayor conciencia de cuidar la salud; de esta manera las frutas deshidratadas se convierten en un nuevo producto potencial de exportación, el consumo

creciente de frutas deshidratadas se debe a la tendencia mundial del consumo de alimentos nutritivos y saludables, así como también evitar el desperdicio de frutas. (Rodríguez, 2017)

1.4.1.4.2. Aspectos Demográficos de los Consumidores

En el sector de bienes de consumo y, particularmente, en la industria de los alimentos se están observando cambios significativos a una velocidad nunca antes vista, la transformación de las características y las preferencias de los consumidores han generado que las empresas reaccionen y se adapten de diversas maneras. Para poder destacarse en una industria fuertemente competitiva, estas tendrán que definir una estrategia que les ayude a anticipar los cambios en el mercado de manera ágil, incorporando su conocimiento sobre el consumidor a los procesos de toma de decisiones y siendo flexibles para adaptarse a distintos escenarios como son el reto de los consumidores con nuevas necesidades. Las características demográficas están cambiando de manera significativa y acelerada. El 72% de las empresas de alimentos identifica los cambios en los consumidores como un reto para el negocio algunos de los principales motores y tendencias clave que se puede observar son los siguientes. (Olivares, 2019)

- Hogares más pequeños.
- Reurbanización de espacios céntricos en ciudades.
- Aumento en obesidad y enfermedades crónicas.
- Cambio en el perfil del comprador.

1.5. Riesgos y Oportunidades de la Idea de Negocio

El emprendedor se ha caracterizado como un verdadero estratega, capaz de abrirse camino para beneficio propio y de los demás, por ende, es capaz de identificar riesgos y oportunidades, en medio de la incertidumbre de una idea de negocio, puesto que posee una variedad de aptitudes y actitudes que le permiten enfrentarse a nuevos retos y asumir riesgos.

Con los antecedentes que se investigó para el análisis de la industria se pudo identificar los riesgos y oportunidades, para ello se estableció una matriz como se observa en la tabla 4.

Tabla 4: *Matriz de riesgos y oportunidades*

IDENTIFICACIÓN RIESGO	RIESGO: AMENAZA / OPORTUNIDAD	ACCIONES A TOMAR	ESTADO DEL RIESGO: AMENAZA / OPORTUNIDAD
Nuevas tendencia de consumo nutritivo	Riesgo Positivo: Oportunidad	1°- Satisfacer la demanda insatisfecha con la creación de nuevos productos 2°- Captación y fidelización de los clientes brindando productos de calidad acorde a la necesidad del cliente	En gestión
Mercado en constante crecimiento	Riesgo Positivo: Oportunidad	1°- Realizar estudio de factibilidad 2°- Generar más plazas de trabajo	En gestión
Exportación (Alto potencial de demanda de frutas deshidratadas en extranjero)	Riesgo Positivo: Oportunidad	1°- Buscar aliados estratégicos en el mercado extranjero 2°- Producir productos orgánicos, amigables con el medio ambiente y que no perjudiquen la salud humana.	En gestión
Transformación Digital	Riesgo Positivo: Oportunidad	1°- Integración de tecnología en todas las áreas de la microempresa 2°- Diseñar estrategias digitales (Marketing digital, redes sociales, ventas online)	En gestión
Alta competencia de productos similares.	Riesgo Negativo: Amenaza	1°- Investigar el mercado y la introducción de nuevos productos 2°- Innovar los productos según la necesidad del cliente	Mitigación activada
Incremento de emprendimientos con el mismo giro de negocio	Riesgo Negativo: Amenaza	1°- Estudiar los precios del mercado en función de la competencia 2°- Buscar estrategias de fidelización con el cliente	Mitigación activada
Inflación	Riesgo Negativo: Amenaza	1°- Hacer inversiones de alto rendimiento	Mitigación activada

1.6. Fundamentos Teóricos

En este capítulo se trata de llevar a cabo una descripción de la información bibliográfica para detallar conceptos, técnicas, procedimientos y métodos que ayudaran a la fundamentación teórica y soporte del tema propuesto.

1.6.1. Deshidratación

La deshidratación, es uno de los métodos más antiguos de conservación de alimentos conocido por el hombre, el proceso involucra la remoción de la mayor parte del agua del alimento para evitar la actividad enzimática y el desarrollo de microorganismos. La deshidratación genera estabilidad microbiológica y química, disminuye el peso y volumen, reduce el empaque, costos de almacenamiento y transporte, además permite el almacenamiento del producto a temperatura ambiente por largos períodos de tiempo. (Penelo, Manzana: Tipos, propiedades y su valor nutricional, 2019)

1.6.2. Snack

Un snack es una cantidad de alimento que viene en fundas pequeñas como bocaditos para comer en cualquier hora del día, suelen consumir bocaditos para calmar el hambre ya que algunas personas consumen los snacks a la hora de realizar actividades, como reuniones, fiestas o una jornada de trabajo para tener una alimentación saludable. (Roales, 2017)

1.6.3. Frutas

La fruta es el fruto comestible obtenido de ciertas plantas cultivadas o silvestres. Suele ser ingerida como postre (es decir, al final de la comida), ya sea fresca o cocinada. Por lo general la fruta se come cuando está madura, también se elaboran jugos, jaleas y mermeladas de fruta. (Merino, 2016)

Licata Vela (2018) indica los Beneficio y Propiedades de las Frutas

- Aportan una variedad y cantidad de vitaminas y minerales; principalmente vitamina C.
- Hidratan el organismo rápidamente.
- Ayudan al correcto funcionamiento del aparato digestivo.

- Facilita el drenaje de líquidos, al ser diuréticas y depuradoras del organismo.
- Aportan fibras vegetales solubles.
- No aportan grasas
- Aportan vitaminas antioxidantes naturales.

Valor Nutricional de la frutilla

Componentes	Contenido de 100g. de la parte comestible
Agua	90.95g
Proteínas	0.67g
Lípidos	0.3g
Ceniza	0.4g
Hidratos de Carbono	7.68g
Fibra	2g
Azúcares	4.89g
Calorías	32 kcal.
Calcio	16mg
Hierro	0.41mg
Magnesio	13mg
Fósforo	24mg
Potasio	153mg
Sodio	1mg

Valor Nutricional de la uvilla

Componentes	Contenido de 100g. de la parte comestible	Valores diarios recomendados (basados en una dieta de 2000 calorías)
Humedad	78.90 %	
Carbohidratos	16 g.	300 g.
Fibra	4.90 g.	25 g.
Grasa total	0.16 g	66 g.
Proteína	0.05 g.	
Ácido ascórbico	43 mg.	60 mg.
Calcio	8 mg.	162 mg
Caroteno	1.61 mg.	5000 IU
Fósforo	55.30 mg.	125 mg.
Hierro	1.23 mg.	18 mg.
Niacina	1.73 mg.	20 mg.
Riboflavina	0.03 mg.	1.7 mg.

Figura 1: Valor Nutricional de las frutas

Fuente: (Martinez, 2017).

1.6.4. Microempresa

La microempresa puede ser operado por una persona natural, una familia, o un grupo de personas de ingresos relativamente bajos, el propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios además constituye una importante fuente de ingresos para la familia, en general comprenden a organizaciones económicas populares, tales como, los emprendimientos unipersonales, familiares, barriales, comunales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, que integran la economía popular y serán promovidas con criterio de solidaridad creando y fomentando programas de inclusión conforme consta en la Ley de Economía Popular y Solidaria. (Loeps, 2018)

Cuando hablamos de la microempresa estamos hablando de una forma de producción en menor escala y con características personales o familiares en el área de comercio, producción, o servicios que tiene como de 1 a 15 empleados máximo (Flores, 2018).

Raffino Ortiz (2020) señala que una microempresa es una empresa de tamaño pequeño que, al conjugar los recursos disponibles, operan de manera organizada para elaborar productos y servicios.

1.6.4.1. Características de la Microempresa

Una pequeña empresa tiene ciertas características que la hacen estar dentro de esta categoría:

- Tiene un máximo de 6 empleados, sólo en algunos casos esta cifra se supera hasta un total de 10.
- El dueño se cuenta entre los trabajadores (aunque hay excepciones).
- Cuenta con una facturación limitada, es decir que no permite fácilmente un crecimiento.
- No inciden significativamente en la economía, ya sea de su ciudad o nacional.
- Se crean con relativa facilidad, dependiendo del país, ya que pueden comenzar desde las ventas de comida en el propio domicilio.

1.6.5. Estudio de Mercado

Un Estudio de Mercado es un conjunto de acciones sistematizadas para aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda de los consumidores, mediante ello tendremos el conocimiento de respuesta del mercado, proveedores y competencia ante un producto o servicio, analizando la oferta y demanda, así como los precios y canales de distribución. (Huerta, 2016)

El estudio de mercado es considerado una pieza fundamental a la hora de crear una empresa, uno de los primeros pasos a seguir para determinar si un negocio es viable o no, que impacto crea en los clientes, si el producto tiene cabida en el mercado o varios parámetros a

considerarse, todos estos requisitos son indispensables a la hora de presentar un proyecto, ya que sin este estudio es muy difícil saber las posibilidades de éxito que posee el proyecto.

1.6.6. Segmentación del Mercado

Espinoza Monteros (2014) en su plan de negocios afirma que la segmentación de mercado divide el mercado en grupos y subgrupos con características, situaciones, rasgos y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos planteados, esto permite optimizar recursos y utilizar efectivamente las estrategias de marketing.

Al segmentar el mercado definimos un público objetivo, mismo que es importante o pieza fundamental para lograr el éxito de la empresa mediante estrategias y métodos efectivos de marketing con la finalidad de posicionar el producto o servicio en este grupo de mercado, que permita la fidelidad del cliente identificado.

1.6.7. Comercialización

La comercialización es la transferencia del bien de los centros de producción, a los centros de consumo; en esta transferencia se deberá colocar el bien en tiempo y lugar adecuado, para que los consumidores realicen compras y satisfaga sus necesidades. (Ortiz, 2017)

1.6.8. Mercado Meta

Todas las personas disponibles que tienen necesidades comunes por satisfacer, dinero que gastar, voluntad para gastarlo y decisión de compra, de bienes y servicios, hacia los que la empresa orienta todos sus esfuerzos para desarrollar sus programas de marketing y alcanzar el logro de sus objetivos. (Mesa Holguín, 2012)

El mercado meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, es decir el un determinado grupo de consumidores a los cuales desea llegar mediante un producto o servicio con la finalidad de posicionar la marca en el mercado.

1.6.8.1. Producto

Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que una empresa produce con el propósito de comercializar y satisfacer las necesidades de los consumidores. (Quiroa, 2015)

Producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su adquisición, uso o consumo en aras de satisfacer un deseo, una necesidad o expectativas del cliente. Además, se puede decir que un producto es la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta cumpliendo y satisfaciendo las necesidades del cliente.

1.6.8.2. Plaza

Se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen. Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener posesión del producto. (Velásquez Vargas, 2020)

1.6.8.3. Promoción

La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan. (Thompson, Definición de Promoción, 2015)

1.6.8.4. Precio

El precio se determina del resultado de los ingresos y los costos, buscando crear un excedente que le permita obtener una ganancia a la empresa; la estrategia de precios es dinámica y puede cambiar en periodos de tiempo, capacidad de compras y de clientes. (Jiménez, 2017)

Es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar por obtener el producto, a menudo es el más flexible de los cuatro elementos del marketing.

1.6.8.5. Competencia

Las competencias a más de ser una práctica empresarial identifican las oportunidades de innovación, mejora y facilidad de realizar cambios efectivos dentro de una empresa, así mismo ayuda a describir las fases desde el inicio hasta el momento de la comercialización del producto donde se observa las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que tiene la empresa y por ende su producto. (Barnett, 2017)

1.6.9. Investigación de Mercados

La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing. La investigación de mercados involucra un proceso desde iniciando con la identificación de las necesidades de información y su contribución para resolver un problema de marketing. (Rodriguez J. , 2016)

1.6.10. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se presenta cuando el mercado no cubre las necesidades o requerimientos de la demanda con los productos existentes en el mercado, en estas situaciones se deberá calcular la magnitud de dicha demanda, para determinar cuál es la cantidad de producción necesaria para lograr satisfacer el mercado. (Mondragón, 2017)

1.6.11. Estudio Técnico

El estudio técnico define la factibilidad técnica de varias opciones tecnológicas que pueden existir para el proyecto, pero, además, determina lo que será la inversión, los costos, los ingresos, los egresos que sustentan la rentabilidad. (Ramirez, 2019)

El estudio técnico tiene por objetivo proveer de información necesaria para cuantificar el monto de la inversión, costos de operación y demás montos que interviene en la ejecución de un proyecto. Además, permite proponer y analizar diferentes opciones tecnológicas para

producir bienes o servicios que el cliente requiera, además permite verificar la factibilidad técnica.

1.6.12. Tamaño del Proyecto

El estudio del tamaño de un proyecto es una parte fundamental para determinar el monto de las inversiones y nivel de operaciones que a su vez permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física y real de producción de bienes o servicios, durante la operación normal. En si el tamaño óptimo es aquel que genera la mayor rentabilidad, ya que para ello se toman en cuenta varios factores como; las inversiones, materias primas, demanda y tecnologías que garantizan un optima tamaño de producción.

1.6.13. Macrolocalización

Es el proceso de investigación y selección, a nivel nacional o internacional de un país o región, buscando siempre un lugar o espacio más adecuado para la localización de una instalación específica. (Puerres, 2018)

1.6.14. Microlocalización

Es el proceso de investigación y selección de una zona oportuna para la localización, dentro del país o región más conveniente. (Orquera, 2019)

1.6.15. Proceso Productivo

El proceso productivo es el conjunto de tareas y procedimientos requeridos que realiza una empresa para efectuar la elaboración de bienes y servicios. También puede entenderse como una serie de operaciones y procesos necesarios que se realizan de forma planificada y sucesiva para lograr la elaboración de productos. El proceso productivo es realizado por las empresas, las cuáles se valen de información y tecnología que es utilizada por las personas para la fabricación de los productos, además, las empresas desarrollan sus procesos productivos con la finalidad de poder satisfacer la demanda del mercado, que requiere los satisfactores para cubrir necesidades de consumo. (Quiroa, Economipedia, 2020)

1.6.16. Activos

Un activo es considerado como los recursos que posee la empresa como resultado de sucesos pasados para obtener beneficios económicos en el futuro, estos pueden ser muebles, construcciones, equipos informáticos o derechos de cobro por servicios prestados o venta de bienes a clientes. (Kiyosaki, 2017)

1.6.17. Activos Fijos

Es un bien de las empresas ya sean tangibles o intangibles que no pueden ser fácilmente liquidados (es decir convertido en dinero) y esto son necesarios para las operaciones de una empresa y que no se puede destinar a la venta. (Rivera, 2016)

1.6.18. Activos Corrientes

También llamado activo circulante es un activo de una empresa que puede hacerse líquido (se puede convertirse en dinero), se conoce como corriente porque es un activo que se encuentra en constante movimiento ya sea por actividades productivas o prestación de servicios. (Altuve, 2016)

1.6.19. Ingeniería del Proyecto

Ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva. Se deben determinar los procesos, equipos, recurso humano, mobiliario y equipo de oficina, terrenos, construcciones, distribución de equipo, obras civiles, organización y eliminación o aprovechamiento del desperdicio. (Talledos, 2012)

1.6.20. Inversión

El término inversión se refiere al acto de postergar el beneficio inmediato del bien invertido por la promesa de un beneficio futuro más o menos probable. Una inversión es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un

conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial. (Bilbao, 2018)

1.6.21. Capital de Trabajo

Se considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar las actividades. (Gómez G. , 2017)

1.6.22. Estructura Organizacional

Se define a la estructura organizacional a las características de la organización de la empresa y tiene la misión de establecer autoridad, jerarquía, organigramas y departamentalizaciones, entre otras cosas, todas las organizaciones deben tener una estructura organizacional según las tareas o actividades que pretenda hacer, a través de una adecuada estructura que le permita fijar sus funciones, y áreas con la intención de producir productos o servicios mediante un correcto orden que facilite la consecución de los objetivos empresariales. (García, 2018)

1.6.23. Estudio Financiero

El estudio financiero se puede referir como un proceso para comprender el riesgo y la rentabilidad de una empresa mediante el análisis de la información financiera reportada. Especialmente, en los informes anuales y trimestrales. Dicho de otra manera, el estudio financiero de un proyecto es un estudio acerca de las relaciones contables entre varios elementos incluidos en el balance general. (Ileana, 2020)

El estudio financiero es fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión, se refiere al análisis de la capacidad de una empresa para así poder ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

1.6.24. Estado de Situación Inicial

También llamado balance general o balance de situación es el informe de estados contables donde se refleja la situación de patrimonio de la empresa en un momento determinado. (Vela, 2018)

1.6.25. Flujo de Efectivo

Vázquez Burdillo (2015) define la variación como las entradas y salidas de dinero en un período determinado, y su información mide la situación financiera de una empresa.

También conocido como el flujo de caja o cash flow en inglés son las variaciones de entrada y salida de efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación.

1.6.26. Calculo de la Tasa Interna de Retorno

Torres Salas (2020) señala que la Tasa Interna de Retorno o TIR permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión.

1.6.27. Cálculo del Valor Actual Neto

De acuerdo con Granel Isua (2020) el Valor Presente Neto (VPN), también conocido como Valor Actual neto (VAN) o Valor Neto Actual (VNA), es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con la misma. El VPN es, por tanto, una medida del beneficio que rinde un proyecto de inversión a través de toda su vida útil.

1.6.28. Punto de Equilibrio

Montero López (2017) expresa que el punto de equilibrio o punto muerto es una herramienta clave en la estrategia de una empresa, que es fundamental para ponderar el grado de solvencia de una empresa y su potencial de rentabilidad. En concreto, el punto de equilibrio determina cuál es el nivel de ventas preciso para poder cubrir el total de los costes de la empresa, puesto que predice el punto de ventas anuales que se debe conseguir para no tener pérdidas y comenzar a disfrutar de beneficios.

CAPÍTULO II: PROPUESTA DEL EMPRENDIMIENTO

2. Estudio de Mercado

El presente estudio de investigación se realizará para conocer mejor el mercado como la oferta, demanda, precio, estrategias de comercialización, posibles clientes, competidores, situación legal, entre otros aspectos importantes para el cumplimiento de este proyecto.

2.1. Clientes

- Tendencias en el consumo.

Los clientes que van a consumir el producto serán personas que corresponden a la población económicamente activa, porque poseen los recursos económicos para acceder a este tipo de producto y son individuos que viven principalmente en el centro de la ciudad de Cayambe, las mismas que son encargadas de degustar el producto y verificar la calidad y el aporte nutritivo que tienen las frutas deshidratadas.

- Hábitos socioculturales (Ocio, aficiones, cultura...)

Los hombres y mujeres que consumen las frutas secas o deshidratada son aquellas que tienen una alimentación saludable, que buscan consumir otro tipo de producto, que no solamente consumen frutas en estado natural, sino que también les gusta probar otro tipo de productos que contengan fibra, vitaminas y fuente de energía para mantener una vida más sana.

Además, las frutas deshidratadas pueden ser consumidas en desayunos, postres, botanas o como un snack perfecto y saludable para comer en el momento que uno desee, ya que contribuyen al buen funcionamiento del organismo.

- Nivel económico Edad y sexo

- **Edad:** El snack de frutas deshidratadas lo podrán adquirir todas las personas de 15 a 60 años.
- **Sexo:** El producto lo pueden adquirir tanto hombres y mujeres
- **Clase social:** El snack que se ofrece tiene un precio asequible por tal motivo lo pueden adquirir las personas de la población económicamente activa.

2.2. Segmentación de Mercados

Para la segmentación de mercado, se ha tomado en cuenta a la Población Económicamente Activa PEA, debido a que este grupo de la población es muy utilizado para realizar estudios analíticos y además porque permite medir la situación corriente de la economía en materia de empleo y desempleo, así como también conocer las características que actualmente presentan los empleos de la población.

Se va a utilizar las proyecciones establecidas por el INEC para la ciudad de Cayambe. Estas proyecciones indican la población total entre hombres y mujeres que están comprendidas en las edades de 15 a 60 años, debido a que estas edades son parte de la PEA.

Tabla 5: *Segmentación de la población*

Población	Rural	Urbano	TOTAL
Hombre	22.747	19.220	41.967
Mujer	24.020	19.808	43.828
TOTAL	46.767	39.028	85.795

Fuente: INEC 2010, Datos del Censo Poblacional Cayambe

Tabla 6: *Población Proyectada*

AÑO	POBLACION URBANA PROYECTADA
2015	45.366
2016	46.455
2017	47.544
2018	48.633
2019	49.722
2020	50.811

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial GADIP Cayambe 2015-2025

Mediante una proyección realizada para el año 2020 se obtiene 50.811 habitantes en la zona urbana de Cayambe, tomando en cuenta una tasa de crecimiento poblacional de 2.79%.

Tabla 7: *Proyección Poblacional por edades*

GRUPO URBANO DE CAYAMBE - PROYECCION DE EDADES	
GRUPO HOMBRES Y MUJERES DE 15 A 60 AÑOS	TOTAL
	23.114

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial GADIP Cayambe 2015-2025

Para poder realizar el proyecto se considera las edades representado por 23.114 habitantes en la zona urbana de la ciudad de Cayambe.

2.2.1. Mercado Meta

Tabla 8: *Mercado Meta*

Población	50.811
Edad	De 15 a 60 Años
Población Rango de Edad	23.114
Estrato Socio Económico	A, B, C+ (35,9%)

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial GADIP Cayambe 2015-2025

El mercado meta determinado es de 8.298 habitantes de la ciudad de Cayambe del sector urbano, que desean degustar de un snack nutritivo a base de frutas.

2.3. Diseño de la Investigación de Mercados

2.3.1. Tipo de Investigación

Tómala González (2016) indica que “la investigación descriptiva, se desarrolla cuando se desea describir todos sus componentes principales, además menciona que trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental, es decir presentar una interpretación correcta basada en hechos reales” (p.27).

- **Aplicación de Encuesta**

La encuesta es una técnica de investigación que permite la recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar. (Thompson, 2015)

2.3.2. Tipo de Muestreo y Cálculo de la Muestra

- **Muestreo Aleatorio o Probabilístico**

Este tipo de muestreo es uno de los más utilizados en las investigaciones. Se comprende que aquí todos los sujetos o elementos de la población pueden pasar a formar parte de la muestra, pues tienen la misma probabilidad de ser escogidos. (Bravo, 2018)

Mediante la información obtenida por el INEC, se realiza el cálculo de la muestra tomando en cuenta a las personas que consumirán el producto; además se pensó en considerar a las edades de 15 a 60 años de la zona urbana la ciudad de Cayambe.

Cálculo de la Muestra

La muestra hace referencia a un conjunto de sujetos o elementos que son escogidos para un estudio y son tomados de un grupo de mayor tamaño conocido como población.

El muestreo es el proceso de seleccionar un conjunto de individuos de una población con el fin de estudiarlos y poder caracterizar el total de la población.

La muestra que será tomada de la población deberá expresar los rasgos más importantes para así lograr recopilar datos y que la investigación sea significativa. (Parra, 2018)

Para el cálculo de la muestra se utiliza la fórmula del muestreo probabilístico.

$$n = \frac{z^2 * \sigma^2 * N}{e^2(N - 1) + z^2 \sigma^2}$$

DONDE:

n: Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

σ = Varianza de la población en estudio (que es el cuadrado de la desviación estándar y puede obtenerse de estudios similares o pruebas piloto)

N= Tamaño de la población a encuestar

e = Margen de error. Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 5% (0,05), valor que queda a criterio del encuestador.

- Fórmula matemática para identificar el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{z^2 * \sigma^2 * N}{e^2(N - 1) + z^2 \sigma^2}$$

DATOS:

N= 8298

Z = 1.96 del 95% de confianza

σ = 0.5

e = 0.05

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5^2 * 8.298}{0,05^2 * (8.298 - 1) * 1,96^2 * 0,5^2}$$

$$n = \frac{7969.3992}{21,7029}$$

$$n = 367,02$$

$$n = 367$$

El tamaño de la población para realizar la encuesta es de 367 personas.

2.3.3. Instrumentos y Técnicas de Recolección de Investigación

Para la elaboración del presente proyecto se utilizó los siguientes instrumentos de recolección:

Cuestionario

Un cuestionario es el instrumento estandarizado que empleamos para la recolección de datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que se llevan a cabo con metodologías de encuestas.

En resumen, se considera una herramienta que permite al científico plantear un conjunto de preguntas para recoger información estructurada sobre una muestra de personas, empleando el tratamiento cuantitativo y agregado de las respuestas para describir a la población a la que

pertenecen o contrastar estadísticamente algunas relaciones entre medidas de su interés. (Meneses, 2018)

Para recolectar información necesaria del proyecto, se realizó un cuestionario de 12 preguntas que permita conocer la aceptación del snack de frutas.

Encuesta

Es una técnica de recolección de datos con la finalidad de conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos. Este instrumento se aplica a un determinado grupo de personas, siguiendo una serie de reglas que permitan obtener una muestra representativa de la población en general. (Pobea, 2018)

Se realizó la encuesta a 367 personas de la población de Cayambe del sector urbano entre hombres y mujeres de edades comprendidas de 15 a 65 años.

2.3.4. Resultados y Discusión

Finalizada la aplicación de la encuesta se procedió a realizar las tabulaciones de cada pregunta con sus respectivos gráficos estadísticos (pastel), mismos que servirán para el análisis de la presente investigación. Las encuestas se aplicaron a 367 personas entre hombres y mujeres de edades comprendidas entre 15 y 60 años del sector urbano en la ciudad de Cayambe.

Los datos arrojados, permiten identificar que las mujeres consumen más frutas deshidratadas o secas y un porcentaje mínimo de hombres no consumen muchas frutas.

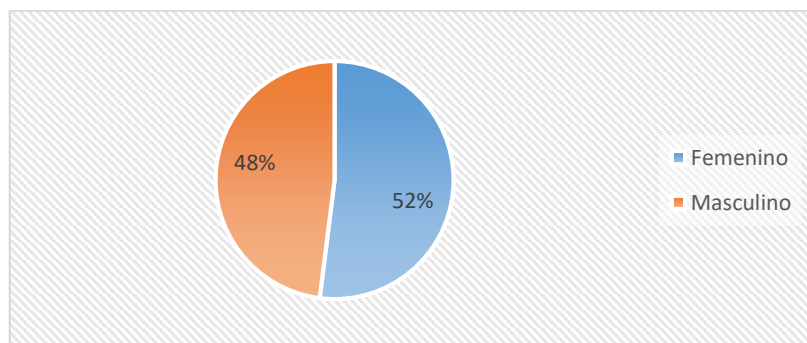


Figura 2: Análisis Porcentual de la Población
Fuente: Encuesta realizada a la población de Cayambe

1. ¿En su alimentación diaria consume frutas?

Tabla 9: *Consumo de frutas*

Alternativa	Porcentaje
SI	93%
NO	7%
Total	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Cayambe

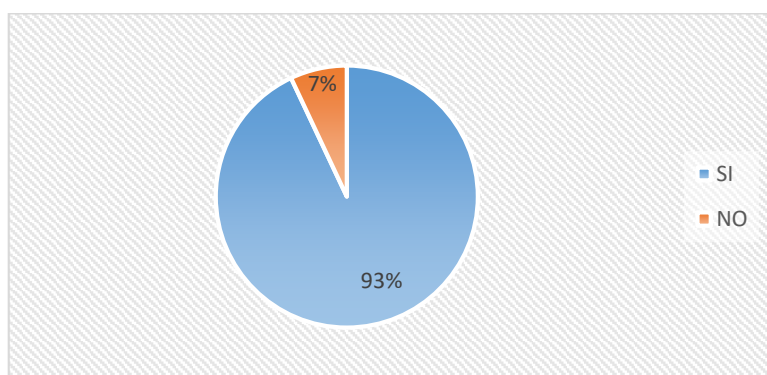


Figura 3: *Análisis Porcentual del Consumo de frutas*

Análisis:

Según la encuesta realizada en la ciudad de Cayambe podemos ver que la mayoría de personas si consumen frutas, lo que indica que crear un producto a base de frutas es aceptable.

2. ¿Consumen usted algún tipo de frutas deshidratadas o secas?

Tabla 10: *Preferencia de consumo*

Alternativa	Porcentaje
SI	57%
NO	43%
Total	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Cayambe

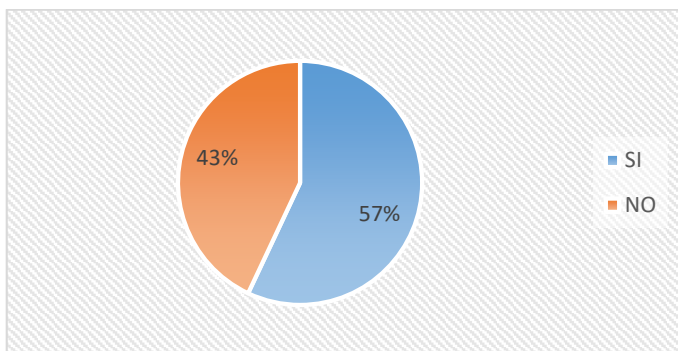


Figura 4: *Preferencia de consumo*

Análisis:

Los datos obtenidos en la encuesta realizada nos indican que la mayoría de la población si consume frutas deshidratadas o secas, ya que opinan que es un producto nutritivo lo que demuestra que las personas desean llevar una vida saludable.

3. ¿Le gustaría adquirir un snack de frutas deshidratadas?

Tabla 11: *Aceptación del producto*

Alternativa	Porcentaje
SI	94%
NO	6%
Total	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Cayambe

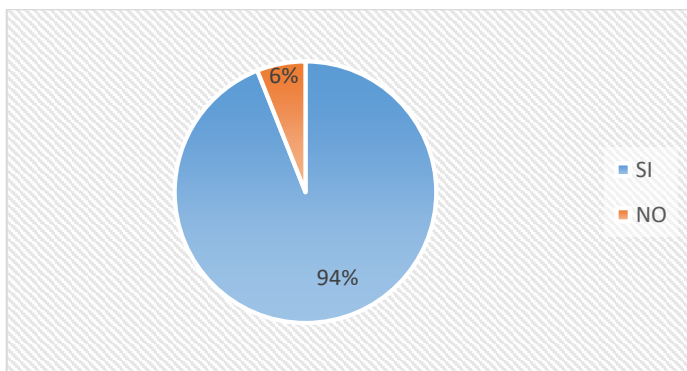


Figura 5: *Aceptación del producto*

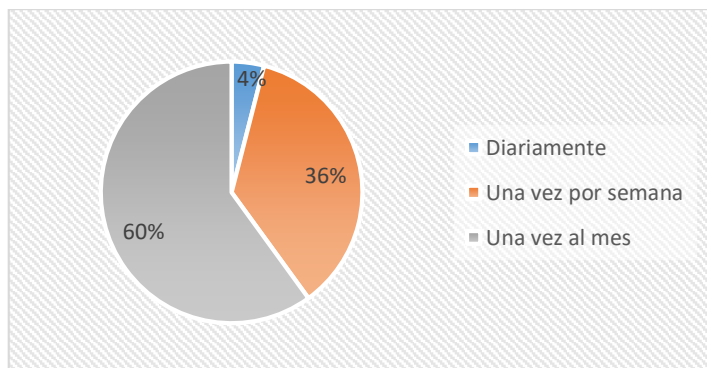
Análisis:

Del total de encuestados el 94% de las personas afirman que, si les agradaría degustar un snack de frutas deshidratadas, ya que el consumo de fruta ayuda a llevar una vida saludable y sobre todo para personas que tienen poco tiempo libre.

4. ¿Con que frecuencia consume las frutas deshidratadas?**Tabla 12: Frecuencia de Consumo**

Alternativa	Porcentaje
Diariamente	4%
Una vez por semana	36%
Una vez al mes	60%
Total	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Cayambe

**Figura 6: Frecuencia de Consumo****Análisis:**

Según la población encuestada se observa que la frecuencia de consumo de las frutas deshidratadas, es una vez por semana y una vez al mes, lo que indica que el producto va tener un alto consumo.

5. ¿En qué presentación le gustaría adquirir las frutas deshidratadas?**Tabla 13: Tipo de Presentación**

Alternativa	Porcentaje
Sachet	8%
Fracos de vidrio	9%

Bandejas pequeñas	8%
Fundas personalizadas	8%
Bolsas de cierre hermético	37%
Empaque ecológico	30%
Total	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Cayambe

Tipo de Presentación

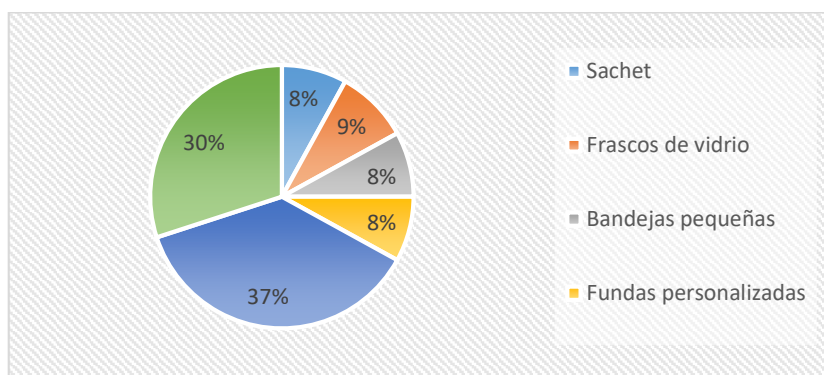


Figura 7: Tipo de Presentación

Análisis:

Se pudo determinar que gran parte de la población encuestada al momento de adquirir el snack prefiere consumir en envases biodegradables como las bolsas de cierre hermético y bandejas pequeñas, ya que es fácil y práctico de abrir.

6. ¿Cuál es el precio que usted pagaría por adquirir las frutas deshidratadas?

Tabla 14: Precio de Compra

Alternativa	Porcentaje
50 gramos \$1,25	27%
100 gramos \$2,75	45%
150 gramos \$3,25	12%
200 gramos \$4,00	16%
Total	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Cayambe

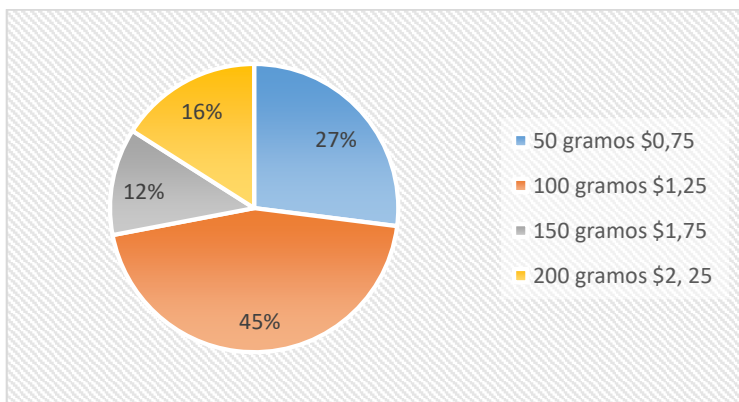


Figura 8: Precio de Compra

Análisis:

Según la información recolectada de la población encuestada se da a conocer que el valor asignado por el snack de frutas deshidratada es alto ya que la mayoría de las personas pagarían dos a tres dólares por la funda de 100 gramos y en una minoría de personas pagarían un dólar cincuenta centavos por la funda de 50 gramos.

7. ¿En qué lugares desearía adquirir las frutas deshidratadas?

Tabla 15: Lugares de Adquisición

Alternativa	Porcentaje
Tiendas de barrio	50%
Despensas	9%
Supermercados	29%
Compra virtual	10%
Otros	2%
Total	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Cayambe

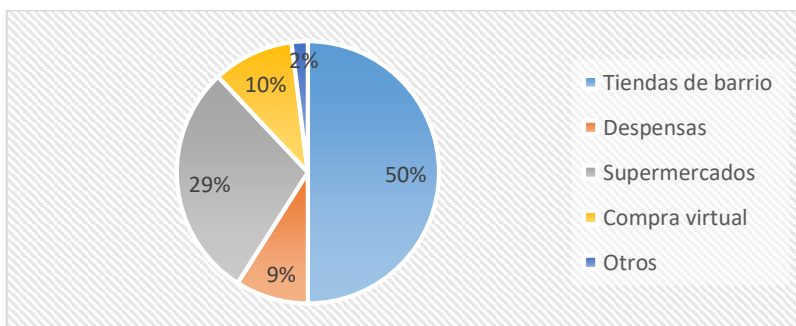


Figura 9: Lugares de Adquisición

Análisis:

Los datos obtenidos se evidencian que la población desea adquirir el snack de frutas deshidratadas en tiendas de barrio, mostrando así el primer lugar de preferencia de compra. Ya que en estos lugares los productos tienen una gran acogida y una rápida salida al consumo, mientras que una pequeña parte de la población desea adquirir en supermercados.

8. ¿En qué medio de comunicación le gustaría que diéramos a conocer nuestro producto?

Tabla 16: Canales de publicidad

Alternativa	Porcentaje
Radio	4%
Prensa	4%
Internet	16%
Redes Sociales	76%
Total	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Cayambe

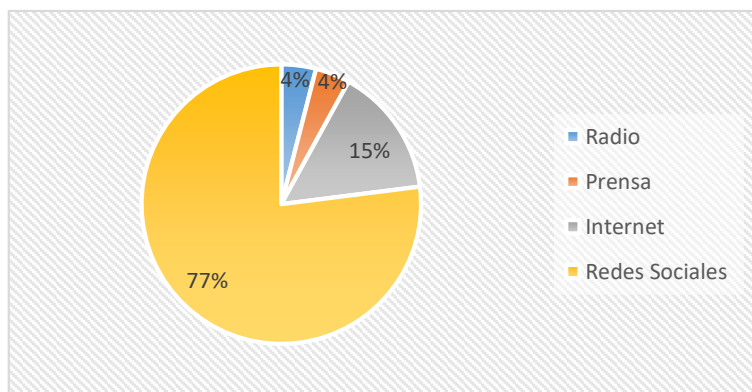


Figura 10: Canales de publicidad

Análisis:

Según la encuesta realizada a la población de Cayambe la mayoría prefieren conocer sobre nuestro producto por las redes sociales e internet y solo una parte de la población quieren conocer sobre el producto en radio y prensa.

9. ¿Se siente satisfecho con las frutas deshidratadas que actualmente ofrece el mercado?

Tabla 17: *Análisis de la competencia*

Alternativa	Porcentaje
SI	58%
NO	42%
Total	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Cayambe

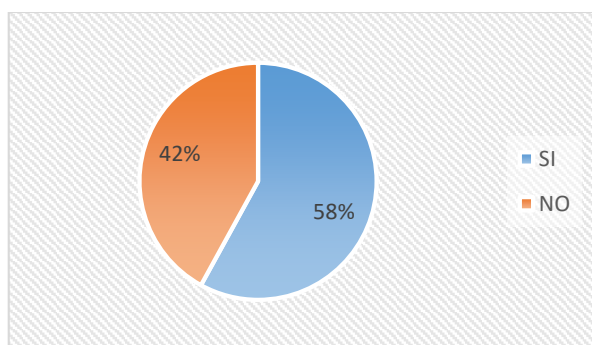


Figura 11: *Análisis de la competencia*

Análisis:

Mediante la encuesta realizada a la población de Cayambe se observó que la mayoría de la población se siente satisfecho de las frutas deshidratadas que existe en el mercado, mientras que otra parte de la población no está satisfecha con los productos que ofrece el mercado, por ende, es necesario ofrecer nuevos productos y seguir innovando de acuerdo a las exigencias de los clientes.

10. De las siguientes frutas cuales son de su agrado

Tabla 18: *Frutas de su preferencia*

Alternativa	Porcentaje
Piña	25%
Uvilla	15%
Frutilla	13%
Mango	25%
Manzana	22%

Total	100%
-------	------

Fuente: Encuesta realizada a la población de Cayambe

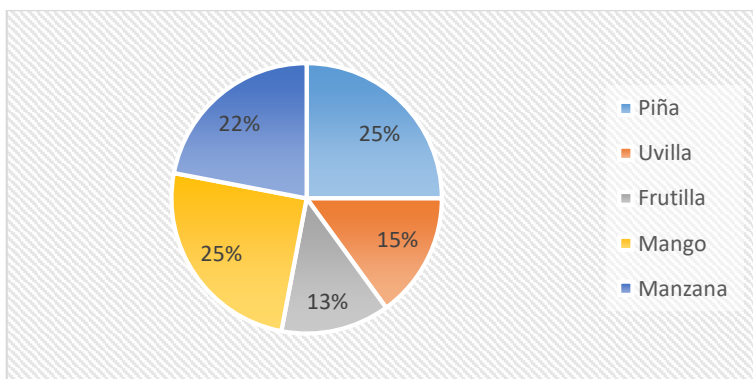


Figura 12: Frutas de su preferencia

Análisis:

Se puede determinar que gran parte de la población encuestada al momento de adquirir un snack de frutas prefieren consumir frutas como piña y mango, mientras que otra parte de la población prefieren consumir frutas como: la uvilla, frutilla y manzana, esto nos indica la combinación de frutas que prefieren nuestros posibles clientes y la variedad de los sabores que se puede ofrecer.

11. ¿Qué espera usted que contengan el snack de frutas deshidratadas?

Tabla 19: Características del producto

Alternativa	Porcentaje
Buena calidad	26%
Delicioso sabor	15%
Enriquecido con vitaminas	13%
Propiedades nutricionales	24%
Un empaque práctico	22%
Total	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Cayambe

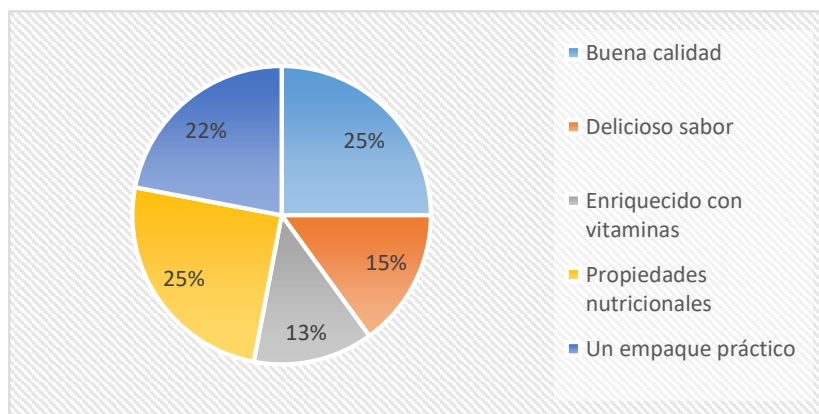


Figura 13: *Características del producto*

Análisis:

La encuesta nos refleja que la población de la ciudad de Cayambe al momento de adquirir frutas deshidratadas o secas busca que el producto contenga propiedades nutricionales, buena calidad, esta información permite analizar las características que deberán tener el producto al momento de su elaboración.

12. ¿De los siguientes tipos de marcas de frutas deshidratadas cual es la que usted consume?

Tabla 20: *Marcas de competencia*

Alternativa	Porcentaje
Delsur	50%
Natural's	20%
Cevera Fruits	10%
Fruvesol	10%
Solram	5%
Sin Marca	5%
Total	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Cayambe

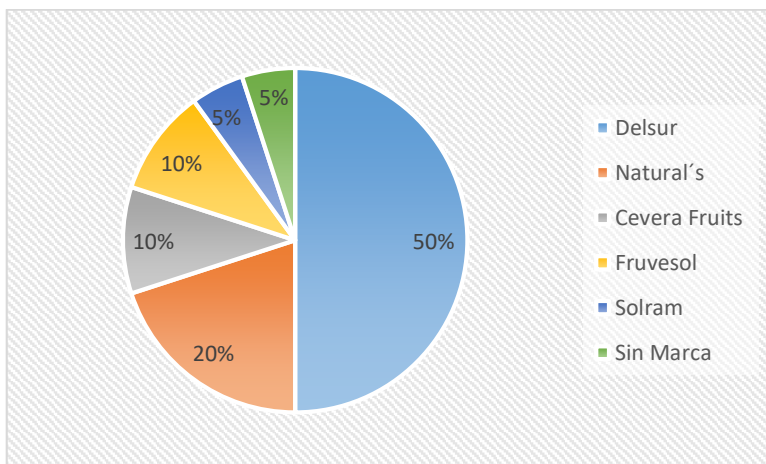


Figura 14: *Marcas de la competencia*

Análisis:

Las poblaciones encuestadas prefieren comprar la marca Delsur y Natural's, cabe recalcar que estas marcas se escogieron en el supermercado, tiendas del barrio y despensas convirtiéndose así en la principal competencia en el mercado.

Las marcas cevera fruits, fruvesol y sin marca tienen poca aceptación o reconocimiento en los compradores de frutas deshidratadas; esto indica que la población si podría consumir el nuevo producto que se lanzara al mercado.

2.4. Análisis de la Oferta

La producción de frutas deshidratadas ecuatorianas en el país empezó hace más de diez años con el objetivo de alcanzar los mercados externos y desde hace tres años, estos productos están ganando mercado en el ámbito local, pese a que el mercado extranjero se lleva entre el 80% y 90% de la producción local; una de las principales fortalezas del Ecuador es su producción orgánica, por ende, la fruta ecuatoriana ofrece mayor calidad y tiene mayor acogida en los países europeos.

Para determinar la oferta se consideró llevar a cabo una investigación de campo dirigiéndose a los diferentes lugares de distribución que ofrecen productos similares, considerando las cantidades de venta que realizan cada día para así proyectarlas mensualmente y de manera anual.

En esta investigación de campo obtuvimos información de los productos, precios, marcas y calidad, que se muestra en las tablas 21, 22, y 23.

Tabla 21: *Oferta de productos Similares-Bodega Edison*

Bodega Edison	Producto	Peso	Precio	Consumo		
Marca				Diaria	Mensual	Anual
Nature´s Heart	Fruta Mix	100gr	2,75	5	150	1800
BaseSur	Pasas	100gr	2,25	7	210	2520
CorFruit	Pasas	100gr	1,55	2	60	720
Condimensa	Fruta Mix	100g	2,80	6	180	2160
TOTAL				20	600	5040

Fuente: Encuesta realizada a los dueños del local

Tabla 22: *Oferta de productos Similares-Comercial Cadena*

Comercial Cadena	Producto	Peso	Precio	Consumo		
Marca				Diaria	Mensual	Anual
Nature´s Heart	Fruta Mix	100gr	2,80	6	180	2160
BaseSur	Pasas	100g	2,30	5	150	1800
CorFruit	Pasas	100gr	1,45	3	90	1080
Condimensa	Fruta Mix	100g	2,80	7	210	2520
TOTAL				21	630	7560

Fuente: Encuesta realizada a los dueños del local

Tabla 23: *Oferta de productos similares-Supermercados Aki*

Supermercados Aki (Sede en Cayambe)	Producto	Peso	Precio	Consumo		
Marca				Diaria	Mensual	Anual
Nature´s Heart	Fruta Mix	100gr	3,00	6	180	2160
BaseSur	Pasas	100gr	2,35	8	240	2880

CorFruit	Pasas	100gr	1,75	3	90	1080
Condimensa	Fruta Mix	100g	3,00	5	150	1800
TOTAL				22	660	7920

Fuente: Encuesta realizada a los dueños del local

En la siguiente tabla se muestra un resumen general de la oferta de productos similares.

Tabla 24: Análisis Total de la Oferta

Categoría	Local	Cantidad Mensual	Venta Mensual
Bodega Edison	1	600	1.482
Comercial Cadena	1	630	1.568
Supermercados Aki (Sede en Cayambe)	1	660	1712
TOTAL	3	1890	4761

Fuente: Encuesta realizada a los dueños del local

La venta de los productos similares es un total de 4.761 mensuales, un aproximado de 1890 unidades entre todos los ofertantes.

2.5. Análisis de la Demanda

Para establecer la demanda existente, se consideró como base las encuestas que se aplicaron a los posibles consumidores de la ciudad de Cayambe, correspondiente a las edades de 15 a 60 años entre hombres y mujeres. Con la información recolectada se procede a realizar el cálculo de la demanda actual, tomando en cuenta los resultados de las preguntas 4 y 6, ya que indican la frecuencia de consumo y la cantidad de personas que si estarían dispuestos a consumir el producto.

Tabla 25: Análisis Total de la Demanda

Población Segmentada	Muestra	% de consumo	Total de consumo	Frecuencia de consumos			Total
				Diaria	Una vez por semana	Una vez al Mes	
8.298	367	94%	7.800	4%			312

	7.800	36%	2.808
	7.800		60%
	TOTAL DEMANDA		7.800

Fuente: Resultados de la encuesta

Luego de realizar el respectivo análisis, existe una demanda de 7800, tanto en la aceptación del producto como en la frecuencia de su consumo.

2.6. Demanda Insatisfecha

Para la determinación de la demanda insatisfecha en la ciudad de Cayambe, se consideran los resultados obtenidos de la demanda y la oferta proyectada así podemos observar que existe una demanda insatisfecha considerable del snack de frutas deshidratadas que la microempresa podría percibir.

Tabla 26: *Análisis de la demanda insatisfecha*

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2020	7.800	4.761	36.468

2.7. Tipo de Actividad Económica, Descripción de Productos y Servicios

El emprendimiento es un tipo de actividad económica secundaria, dedicada a producir y comercializar un snack de frutas deshidratadas en la ciudad de Cayambe, Provincia de Pichincha, con productos elaborados 100 % naturales y de calidad

Las frutas forman parte de una dieta saludable y contribuyen a combatir el sobrepeso y la obesidad. Por ser una fuente importante de vitaminas y minerales, las frutas fortalecen el sistema inmunológico, mejoran la digestión y ayudan a reducir el riesgo de desarrollar enfermedades. (Garcia, 2017)

En vista de la necesidad de las personas por consumir alimentos saludables, muchas veces cuando buscan un snack se termina siempre por consumir galletas, papas fritas, etc., estos productos no siempre aportan los nutrientes que el cuerpo necesita.

Frusadesh se presenta como una propuesta de snack de frutas deshidratadas sana y saludable que aportan los nutrientes de la fruta, ya que este producto al pasar por el proceso de deshidratación conserva en su mayoría todas las propiedades nutricionales, ya que las frutas al ser deshidratadas obtienen un mayor tiempo de conservación y refuerza el sabor y aroma de las frutas, debido a que pierden aproximadamente un 85% de agua, de esta manera se concentra más el sabor natural de la fruta.

Frusadesh S.A.S, pretende lanzar al mercado ecuatoriano un portafolio variado de producto en presentación de 100 gramos, envasados en empaques biodegradables de bolsas con cierre hermético o bandejas personalizadas con un diseño atractivo y variedad de colores que hagan referencia a las frutas, así también, el centro del empaque será transparente para que el cliente pueda apreciar las frutas que están dentro del empaque, en la parte posterior del empaque se detalla los valores nutricionales del producto, código de barras, la razón social de la empresa y la fecha de vencimiento del producto.

Una de las presentaciones principales será un mix de frutas como manzana, piña, frutilla, uvilla y mango, destacando sus valores nutricionales y el resto de presentaciones de una sola fruta, dando así la facilidad a los futuros clientes de disfrutar varias frutas en un solo producto o solo el producto de su preferencia.

3. Estudio Técnico Administrativo

Este capítulo está relacionado con el funcionamiento y operatividad de una empresa, basándose en el entorno, la maquinaria, ingeniería del proyecto y otros.

3.1. Análisis y Determinación del Tamaño Óptimo de la Empresa

3.1.1. Identificación de la Demanda

Para la identificación de la demanda se procedió a segmentar el mercado, donde se considera al grupo de la población económicamente activa de edades comprendidas entre 15 a 60 años; este grupo de consumidores potenciales lo comprenden la población de hombres y mujeres del sector urbano del cantón Cayambe que son aproximadamente 23.114 habitantes.

Según indica la figura 5, existe un 94% de aceptación del producto, además en la figura 6 se identifica la frecuencia de consumo, mismo que ayudan a calcular la demanda dando un resultado de 7.800 habitantes. Los datos anteriores permitieron identificar la demanda insatisfecha de 3.039 personas.

3.1.2. Número de Clientes Proyectados

En los últimos años, la promoción del emprendimiento es un tema común a nivel mundial por sus implicaciones en el incremento del empleo y en el crecimiento económico de los países.

Existen opiniones de emprendedores que, al iniciar las actividades de un negocio, recomiendan producir en porcentajes moderados los productos que pretenden cubrir la demanda del mercado, debido a que necesitan tiempo para ser una marca reconocida y lograr posicionarse en el mercado, ya que las estrategias de marketing que utilizan no siempre da resultados rápidos. Por esta razón recomiendan producir aproximadamente de 0 a 35% de la producción total de su capacidad instalada. (Zamora Boza, 2017)

El número de clientes proyectados será el 35% del total de la demanda insatisfecha que corresponde a 1064 personas entre hombres y mujeres, se pretende cubrir dicho porcentaje debido a que la microempresa recién va a iniciar sus actividades.

3.1.3. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño de la empresa productora de un snack de fruta deshidratada, es necesario que su ubicación cuente con todos los servicios básicos, así como rutas de comercialización para la ciudad de Cayambe.

La tecnología es sumamente necesaria ya que de esto también depende el tamaño del proyecto invertido en maquinaria que garantice la calidad y cantidad del producto.

Para determinar el volumen de producción se basará en la capacidad de trabajo de la maquina deshidratadora, la cual es de 5 kg por bandeja, misma que cuenta con 20 fuentes, entonces se obtendrá un total de 100 kg de fruta para deshidratar, como la fruta se deshidrata en un aproximado de 4 horas, en una jornada de trabajo de 8 horas se podrá deshidratar 200 kg de fruta por día considerando el crecimiento de la demanda y bajo el principio de no operar al límite de capacidad.

Tabla 27: *Capacidad de trabajo de la máquina*

Descripción	Total
Semanas de trabajo	52 semanas
Jornada Laboral	8 horas
Horario de trabajo	Lunes a viernes
Volumen de producción	200 kg
Total de producción en unidades	20 unidades al día
Contenido de la presentación	100 gr

Fuente: Investigación de campo

En relación a ese criterio, la capacidad estándar de producción se considera las 52 semanas de trabajo al año, en jornadas laborales de 8 horas de lunes a viernes, a una producción de 200 kg/día, sería de 48.000 kg/año o 4.8 Ton/año; esto quiere decir que si se trabaja doble jornada, o sea dos turnos de 8 horas/día cada uno, la capacidad de producción se duplica, mismo que sería muy ventajoso, por cuanto en caso de ser necesaria mayor producción se puede incrementar turnos sin necesidad de ampliar el área de producción .

Tabla 28: Capacidad Instalada

Capacidad Instalada	
Tiempo	Unidades kg
Diarias (8 horas)	200
Mensual (20 días)	4000
Anual (12 meses)	48000

Fuente: Investigación de campo

Según el dato obtenido en la pregunta número 6 de la encuesta el 45% de las personas consumen fruta deshidratada en una presentación de 100 gramos, por esta razón la microempresa producirá empaques de 100 gramos debido a que las frutas a deshidratar son porciones grandes y además las cinco frutas estará en un solo empaque.

3.2. Análisis y Determinación de la Localización Óptima del Proyecto

3.2.1. Macrolocalización

La macro localización de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de frutas deshidratadas será en la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha por facilidad de obtención de materia prima, mano de obra, maquinaria y demás insumos requeridos para su creación y operatividad.



Figura 15: Macro localización

3.2.2. Microlocalización

Para establecer la ubicación de la microempresa se analizaron lo siguiente:

Se tomaron tres lugares de la ciudad de Cayambe dentro de la zona urbana.

Tabla 29: *Microlocalización*

Ubicación	Ponderación
Vivar y Vargas (Hospital Básico)	A
Rocafuerte y 10 de Agosto (Centro de Cayambe)	B
Quiroga y Sergio Mejía (Estadio)	C

Elaborada la matriz de localización óptima podemos observar cual es el lugar exacto para establecer nuestro emprendimiento, siendo el lugar más adecuado la opción B que es en el centro de la ciudad de Cayambe entre las calles Rocafuerte y 10 de agosto ya que es la zona que posee buenos rasgos para llevar a cabo el emprendimiento.

Tabla 30: *Matriz de localización*

Variables	Lugares		
	A	B	C
Acceso a servicios básicos	3	5	3
Multitud de personas	2	4	3
Transporte	5	5	5
Recolector de basura	2	5	2
Seguridad	2	4	1
Bomberos	2	5	3
Ubicación estratégica	3	4	4
TOTAL	19	32	21

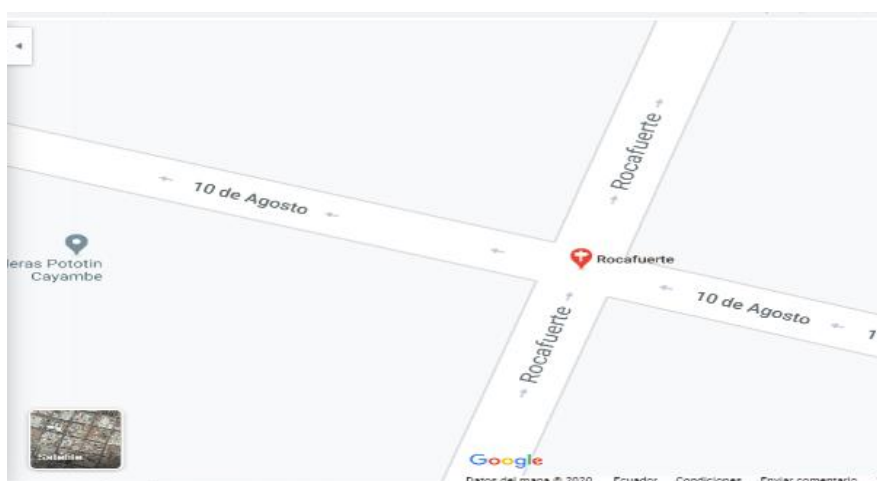


Figura 16: *Localización de la microempresa*

Fuente: Ecured, 2017

3.3. Identificación y Descripción de los Procesos

3.3.1. Caracterización y Diseño del Producto/Servicio

La microempresa proyecta lanzar al mercado un snack de frutas deshidratadas (uvilla, manzana, frutilla, piña, mango), en presentación de 100g con empaques de cierre hermético y bandejas personalizadas.

Tipo de Producto

Es un producto que se enfoca a los consumidores que buscan cuidar su salud llevando una buena alimentación, la marca se definirá como “Frusadesh”.

Se realizará diferentes presentaciones de snack, ya sea un mix de frutas o solo snack de frutilla, uvilla, manzanas, plátano y mango, de acuerdo al gusto de los consumidores.

3.3.2. Descripción del Proceso Productivo

Los procesos de deshidratación son considerados todos aquellos pasos que se deben seguir para la realización del producto final como es el caso de las frutas deshidratadas. A continuación, se detalla paso a paso el proceso productivo:

Selección de la fruta

La materia prima (las frutas), se reciben en cajas y se realiza la inspección visual, donde se aseguran de verificar que la cantidad de cajas cuenten con las características del pedido, y se procede a realizar un control de calidad de la fruta

Es aconsejable realizar la selección separando las frutas maduras de las verdes o eliminando la fruta que presenten daños físicos.



Figura 17: Selección de las frutas

Lavado de las frutas

Una vez realizado el proceso de selección se procede con el lavado de la fruta, como es de costumbre realizarlo antes del consumo. Se sumerge las frutas en un baño de agua, donde se suministrará el cloro (10ml por cada 100 litros de agua), que permita desinfectar y lavar las frutas donde se eliminará microorganismos dañinos, para luego descargarlas en gavetas.



Figura 18: Lavado de frutas

Pelado y Cortado

Después del lavado de la fruta se pasa al siguiente paso que es el pelado, la cual se realiza utilizando utensilios adecuados y se procede a retirar la cascara de las frutas que son necesarias (mango y piña), para el caso de la frutilla, uvilla y manzana se retiraran los tallos que se encuentran en la parte superior

Luego de retirar la cáscara se procede a rebanar la fruta donde se cortan de 3 a 5 milímetros de grosor, excepto las uvillas ya que esta una vez terminado el proceso de lavado van directamente a las bandejas y luego al horno deshidratador



Figura 19: *Pelado de frutas*

Secado

En este proceso las frutas ya cortadas son colocadas en las bandejas para entrar a las máquinas de deshidratación colocadas por tipo de frutas empiezan a deshidratarse a una temperatura de 60 °C hasta 90 °C, durante 4 a 5 horas en la máquina deshidratadora.



Figura 20: Deshidratación de frutas

Empaque

Este proceso ya es casi uno de los finales porque después de haber pasado por todo el proceso para la deshidratación, después del secado se deja enfriar la fruta y llega la inspección final donde la fruta pasa a ser envasada en sus respectivos envases los cuales van a permitir llegar a manos de los consumidores. Posteriormente el operador llenara las cajas de acuerdo a la presentación del producto.



Figura 21: Empaque del producto

Almacenamiento:

Una vez llenado las cajas con la respectiva presentación del snack, estas cajas son trasladadas al almacén de producto terminado, donde serán almacenadas hasta su distribución; el almacenamiento debe hacerse en lugares secos, con buena ventilación, sin exposición a la luz directa y sobre anaqueles o pallets.



Figura 22: Almacenamiento del producto

3.4. Ingeniería del Proyecto

3.4.1. Distribución de la Planta

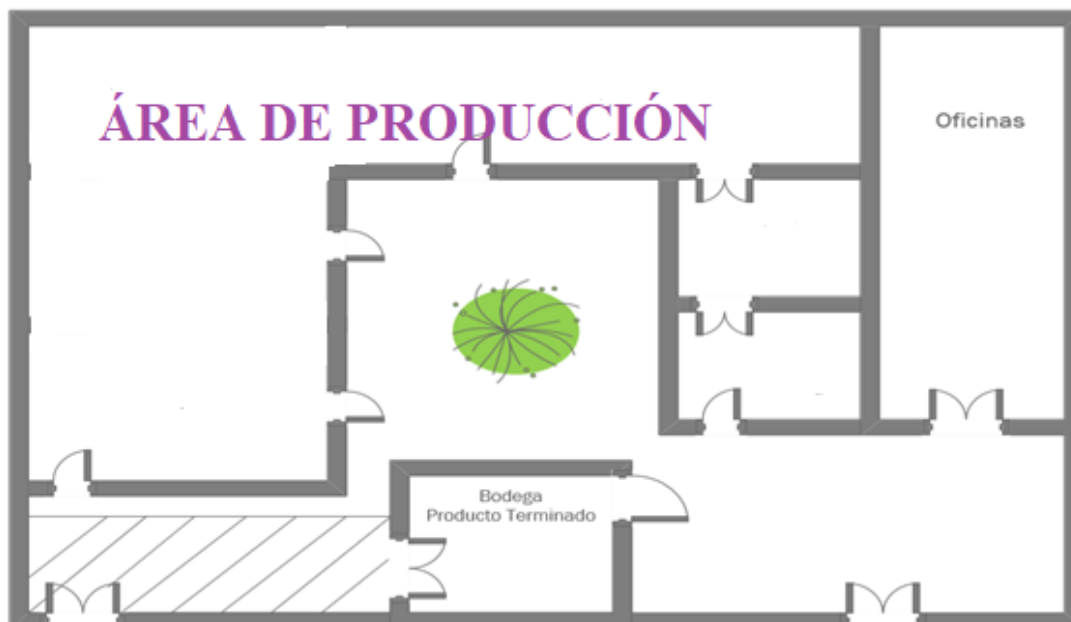


Figura 23: Distribución de la planta

Fuente: Elaboración propia

3.4.2. Diseño planimétrico de la Planta

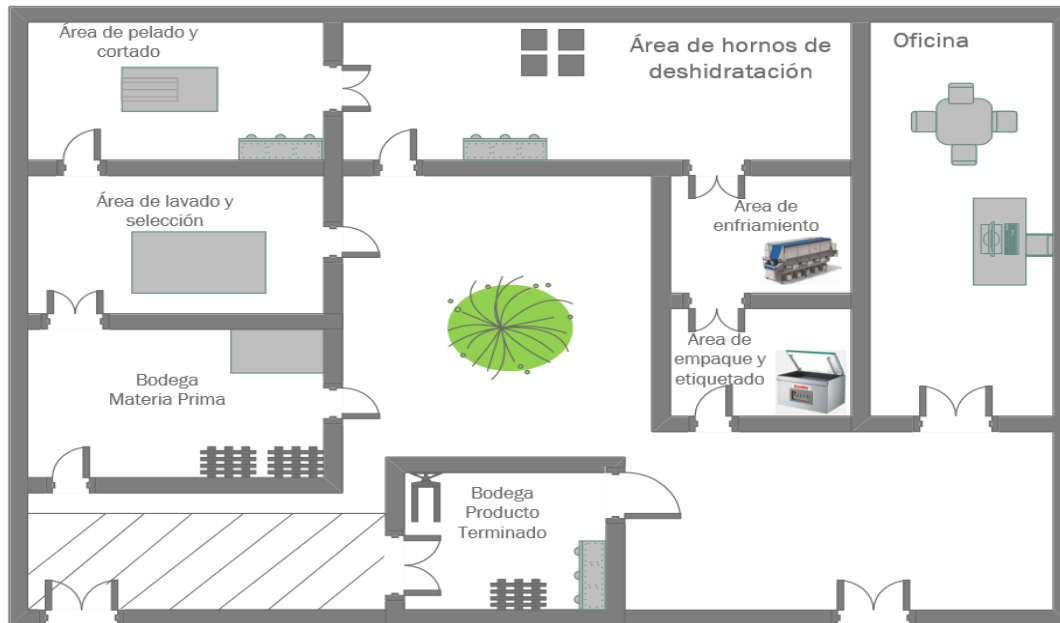


Figura 24: Diseño Planimétrico de la planta

Fuente: Elaboración propia

3.4.3. Requerimientos por Áreas

Para la planta de deshidratación es necesario 200 metros cuadrados, los cuales va a estar distribuidos de la siguiente manera:

- Área de oficina: 50 metros
- Área de producción: 100 metros
- Área de bodega: 50 metros

3.5. Inversiones y Capital de Trabajo

3.5.1. Obra Civil Necesaria

Se proyecta alquilar un local donde se realizará varias adecuaciones para que existan suficientes conexiones de energía eléctrica, agua; también se va a realizar las diferentes adecuaciones para las áreas de lavado, área de enfriamiento, área de calentamiento, área de oficinas y área de bodega.

Tabla 31: *Infraestructura de la microempresa*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Adecuación de la planta de producción	1,00	\$ 820,00	\$ 820,00
Total			\$ 820,00

Fuente: Elaboración propia

3.5.2. Maquinaria y Equipos

La maquinaria y equipo que se utilizará para la producción del snack de frutas deshidratadas se detalla en la tabla 31.

Tabla 32: *Maquinaria y equipos*

Descripción	Cantidad	U/M	Valor Unitario	Total
Horno deshidratador	1	unitario	946	946
Carro portabandejas	1	unitario	270	270
Maquina lavadora de frutas	1	unitario	850	850
Mesas	1	unitario	95	95
Utensilios de corte	2	unitario	30	60
Balanza digital	1	unitario	45	45
Bandejas de acero inoxidable	5	unitario	12	60
TOTAL				\$2.326

Fuente: Elaboración propia

3.5.2.1. Muebles de Oficina

Tabla 33: *Muebles de Oficina*

Descripción	Cantidad	U/M	Valor Unitario	Total
Escritorio	2,00	unitario	\$60,00	\$120,00
Sillas Giratorias	2,00	unitario	\$45,00	\$90,00
Archivador	1,00	unitario	\$110,00	\$110,00
Mesa de recepción	1,00	unitario	\$120,00	\$120,00
Sillas	5,00	unitario	\$5,00	\$25,00
Teléfono	1,00	unitario	\$50,00	\$50,00
TOTAL				\$515,00

Fuente: *Elaboración propia*

3.5.2.2. Equipo de Computación

Tabla 34: *Equipo de Computación*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Computadoras	1,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Tablet	1,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Computadora de mesa	1,00	\$ 750,00	\$ 750,00
Impresora	1,00	\$ 220,00	\$ 220,00
Copiadora	1,00	\$ 190,00	\$ 190,00
TOTAL			\$ 2.080,00

Fuente: Elaboración propia

3.5.2.3. Gasto de Constitución

Tabla 35: *Gasto de Constitución*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Registro Notarial	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Patente Municipal	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Permiso Bomberos	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Registro Mercantil	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Registro Sanitario	1	\$ 300,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 830,00

Fuente: *Elaboración propia*

3.5.2.4. Resumen de Inversión Fija

Detallada la inversión fija en cada una de sus categorías, se puede presentar un resumen de la inversión que se encuentra reflejada en la tabla 35.

Tabla 36: *Resumen de las inversiones fijas*

Descripción	Total
Equipo computacional	\$ 2.080,00
Muebles de Oficina	\$ 515,00
Maquinaria y Equipo	\$ 2.326,00
Arriendo de infraestructura	\$ 820,00
TOTAL Inversión Fija	\$ 5.741,00

Fuente: *Elaboración propia*

3.5.3. Capital de Trabajo

3.5.3.1. Costos de Producción

Los costos de producción son aquellos costos que la microempresa incurre para realizar la producción del producto propuesto.

Para la producción de 1 funda de 100 gramos de snack de fruta deshidratada se invertirá la cantidad de 1,30 dólares; es decir que se invertirá al mes la cantidad de 520 dólares, ya que la capacidad instalada de producción mensual es de 400 unidades.

Tabla 37: *Costo Unitario en materia prima*

Descripción	Nº de fundas	Inversión x funda	Inversión mensual	Inversión anual
Snack de frutas de 100g	400	1,30	520,00	62400

Fuente: Elaboración propia

3.5.3.2. Materia Prima Directa

La materia prima es de vital importancia, por tal razón es necesario contar con proveedores adecuados y que brinden materia prima de calidad en todo momento, a continuación, se detalla la cantidad necesaria para la producción de frutas deshidratadas.

Tabla 38: *Materia Prima Directa*

Descripción	Kg por caja	cajas al mes	kg por caja al mes	Costo por kg	Costo Kg Total
Frutilla	7	10,00	70,00	\$ 1,43	\$ 100,00
Uvilla	4	10,00	40,00	\$ 2,61	\$ 104,50
Manzana	25	10,00	250,00	\$ 0,60	\$ 150,00
Piña	12	8,00	96,00	\$ 1,17	\$ 112,00
Mango	4	8,00	32,00	\$ 1,66	\$ 53,20
TOTAL					519,70

Fuente: Elaboración propia

3.5.3.3. Materia Prima Indirecta

Para el proceso de deshidratación de frutas se utilizará los insumos adecuados y esenciales que permitan iniciar el trabajo de forma rápida.

Tabla 39: Materia Prima Indirecta

Descripción	Cantidad	UM	Valor unitario	Valor Total
Empaques	33,00	docena	\$ 3,00	\$ 99,00
Bandejas transparentes	17,00	docena	\$ 1,20	\$ 20,40
Fundas de cierre hermético	5,00	docena	\$ 2,40	\$ 12,00
Fundas de papel	11,00	docena	\$ 1,45	\$ 16,00
TOTAL				\$ 147,40

Fuente: Elaboración propia

3.5.3.4. Mano de Obra Directa

Se detalla a continuación la mano de obra necesaria para la producción del snack de frutas deshidratadas.

Tabla 40: Mano de Obra Directa

Nomina	sueldo	total de ingresos	Total deducción	líquido a pagar	F. reserva	décimo tercero	Décimo o Cuarto	Aporte Patronal	Total provisiones	Total a pagar
Obrero	400	400	37.8	362.2	33.22	33.22	33.22	44.6	111.24	473.44
Total										\$473.44

Fuente: Elaboración propia

3.5.3.5. Costos Indirectos de Fabricación

La inversión que se necesite en los CIF corresponde a materiales indirectos que se necesitan para la creación de la microempresa.

Tabla 41: Costos Indirectos de Fabricación

Detalle	litro por galón	galones al mes	litro por galón al mes	V. por Litro	costo por litro	valor mensual
Cloro	3,79	1	3,79	1,19	4,50	4,50
Vinagre	3,79	1	3,79	1,72	6,50	6,50
TOTAL						\$11,00

Fuente: Elaboración propia

3.5.3.6. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos comprenden el sueldo del administrador, el suministro de oficina, aseo, materiales de operarios y suministros básicos.

3.5.3.6.1. Sueldo administrativo

Tabla 42: *Sueldo del Gerente General*

Nomina	sueldo	total de ingresos	Total deducción	líquido a pagar	F. reserva	décimo tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Total provisiones	Total a pagar
G.G	400	37,8	37,8	362,2	33,32	33,32	33,32	44,6	111,24	473,45
Total									\$ 473,45	

Fuente: Elaboración propia

3.5.3.6.2. Suministros y Materiales de Oficina

Tabla 43: *Suministros y Materiales de oficina*

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Carpetas	Unidad	3,00	0,60	1,80
Factureros	Block	1,00	15,00	15,00
Esferos	Cajas	1,00	3,00	3,00
Papel impresora	Resma	1,00	3,50	3,50
Perforadora	Unidad	1,00	3,00	3,00
Grapadora	Unidad	1,00	3,00	3,00
Clips	Cajas	1,00	0,90	0,90
Sticky notes	paquete	1,00	0,80	0,80
TOTAL				\$ 31,00

Fuente: Elaboración propia

3.5.3.6.3. Suministros de Aseo

Tabla 44: *Suministro de Aseo*

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escobas	Unidad	1,00	1,50	1,50
Trapeador	Unidad	1,00	2,00	2,00
Desinfectantes	Galón	1,00	3,00	3,00
Basurero	Unidad	2,00	9,00	18,00
Jabón	Galón	1,00	8,00	8,00
Papel higiénico	packa	1,00	5,00	5,00
Recogedor	Unidad	1,00	1,00	1,00
Fundas de basura	Paquete	1,00	0,50	0,50
TOTAL				\$ 39,00

Fuente: Elaboración propia

3.5.3.6.4. Suministro de Materiales de Operarios

Tabla 45: *Suministro de materiales de operarios*

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mascarilla	Caja	1,00	10,00	10,00
Mandil	unitario	1,00	10,00	10,00
Guantes	Caja	1,00	6,00	6,00
Cofia	Caja	1,00	8,00	8,00
TOTAL				\$34,00

Fuente: Elaboración propia

3.5.3.6.5. Servicios Básicos

Los servicios básicos son de gran importancia para el proyecto, principalmente para realizar las actividades de producción, a continuación, se explica en la tabla 46.

Tabla 46: *Servicios Básicos*

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Agua potable	m3	1	30,00	30,00
Luz eléctrica	kW/h	1	25,00	25,00
Teléfono	Planilla	1	10,00	10,00
Internet	limitado	1	20,00	20,00
TOTAL				\$ 85,00

Fuente: Elaboración propia

3.5.3.6.6. Resumen de los Gastos Administrativos

Tabla 47: *Resumen de los Gastos Administrativos*

Gastos de Administración	V. Mensual	V. Anual
Suministros y materiales	31,00	372,00
Suministro de Aseo	39,00	468,00
Suministro de materiales de operarios	34,00	408,00
Gerente General	473,45	5.681,40
Servicios Básicos	85,00	1.020,00
TOTAL	\$ 662,45	\$ 7.949,40

Fuente: Elaboración propia

3.5.3.7. Gasto en Ventas

A continuación, se especifica el gasto en ventas, mismo que nos permite visualizar la inversión que se realizara en este apartado.

Tabla 48: *Gasto en ventas*

Detalle	V. Unitario	V. Mensual	V. Anual
Cuña radial	\$25,00	\$25,00	\$300,00
Total	\$25,00	\$25,00	\$300,00

Fuente: Elaboración propia

3.5.3.8. Resumen del Capital de Trabajo

Una vez concluido los cálculos de los costos y gastos se puede determinar el capital de trabajo que se detalla en la tabla 41.

Tabla 49: *Resumen del Capital de Trabajo*

Detalle	V. Mensual
Costo de producción	\$ 519,70
Gastos de Administración	
Suministros y materiales	\$ 31,00
Suministro de Aseo	\$ 39,00
Suministro de materiales de operarios	\$ 34,00
Gerente General	\$ 473,45
Servicios Básicos	\$ 85,00
Costo Indirecto de Fabricación C.I.F	\$ 11,00
Gasto en ventas	\$ 25,00
TOTAL	\$ 1.218,15

Fuente: Elaboración propia

3.5.4. Total de Inversión

Realizado los cálculos necesarios podemos observar que la inversión necesaria para la microempresa es de 7.789,15 dólares.

Tabla 50: *Inversión Total*

Detalle	Cantidad
Activo Fijo	\$ 5.741,00
Activo Diferido	\$ 830,00
Capital de Trabajo	\$ 1.218,15
TOTAL	\$ 7.789,15

Fuente: Elaboración propia

3.5.5. Plan de Financiación

Para el financiamiento del emprendimiento será el 60% inversión propia y el 40% será inversión financiada, mismos que se solicitara un crédito en el Banco Ban Ecuador, esta institución tienen planes de gobierno que ayuda a obtener microcréditos para

emprendimientos y microempresas con tasas de interés muy accesible para realizar los pagos correspondientes.

Tabla 51: *Plan de Financiamiento*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Capital Propio	\$ 4.789,15	60%
Financiamiento	\$ 3.000,00	40%
TOTAL	\$ 7.789,15	100%

Fuente: Elaboración propia

3.6. Estructura Organizativa y Administrativa

Frusadesh, es una empresa cayambeña, joven dedicada a la producción y comercialización de frutas deshidratadas. Está siendo liderada con una visión de crecimiento, innovación, desarrollo, impacto y responsabilidad social.

Se posiciona como una marca que refleja alta calidad en sus productos y proceso de producción limpia en armonía con el medio ambiente.

Frusadesh, concentra los azúcares y sabores exóticos naturales de la fruta, nuestros productos responden a las necesidades específicas de un mercado en crecimiento claramente identificado que busca productos y “snacks” naturales y saludables

3.6.1. Misión

“Frusadesh, es una microempresa ecuatoriana, focalizada en la producción y comercialización de snack de frutas deshidratadas, orientada a satisfacer las necesidades del mercado local, garantizando productos frescos, de calidad y saludable.

3.6.2. Visión

“Convertirnos en 2025, en el producto líder del mercado nacional de frutas deshidratadas, posicionándonos en Cayambe para posteriormente abarcar nuevos mercados nacionales y transformarnos en la primera opción en la mente de nuestros clientes.

3.6.3. Políticas

- Producir un producto de calidad que satisfagan con las necesidades de todos los consumidores.
- Capacitación anual a los empleados para que realicen sus actividades correctamente.
- Dar incentivos a los mejores trabajadores reconociendo su esfuerzo y desempeño del mismo.
- Dar equipos de protección personal y adecuada a los trabajadores.
- Verificar la calidad del producto continuamente antes de ser empacado y distribuido.
- Mantener una conducta intachable en el trabajo.

3.6.4. Valores Corporativos

Son normas de conducta que asume la microempresa para su habitual funcionamiento como, por ejemplo: costumbres, pensamientos, comportamientos, actitudes de acuerdo al entorno que los rodea, estos valores se pueden convertir en una ventaja competitiva para el desarrollo de la microempresa.

Frusadesh se plantean los siguientes valores:

- **Honestidad:** Somos sinceros y dignos de confianza, siempre hablamos con la verdad.
- **Puntualidad:** Cumplir con los horarios establecidos para todos los miembros de la organización ya sea en el ingreso y en el desarrollo del trabajo.
- **Responsabilidad:** Cumplimos con nuestras funciones y horarios de trabajo, aceptamos las consecuencias de nuestras acciones.
- **Respeto:** A los clientes internos y externos de la microempresa, valoramos a cada uno de nuestro personal, aceptándoles tal y como son para mantener un ambiente saludable.
- **Fidelidad:** A la microempresa por parte de los empleados a no divulgar los procesos internos o detalles propios de la misma.
- **Orden:** Le asignamos un lugar a cada cosa, programamos nuestras actividades para aprovechar nuestro tiempo al máximo, además hacemos bien lo que sabemos, en el momento adecuado, cumpliendo reglas y políticas de nuestra organización.
- **Calidad en el producto:** La calidad de nuestros productos es nuestra mejor presentación, por eso nos preocupamos por satisfacer las necesidades de nuestros clientes, cumpliendo a tiempo sus pedidos y superar sus expectativas
- **Trabajo en equipo:** La unión conlleva al éxito, es así que nuestros trabajadores colaboran entre los departamentos que necesitan ayuda para el cumplimiento de los objetivos y metas.
- **Comunicación:** Mantener una comunicación de puertas abiertas en todos las áreas de la empresa y así evitar rumores y malos entendidos entre los empleados.

3.6.5. Marca e Imagen Corporativa

La marca que representa a la microempresa es una marca mixta, ya que consta de la combinación de palabras, imagen y frases que representa el sentir del producto.



Figura 25: Marca Comercial
Fuente: Elaboración propia

3.6.6. Organigrama Estructural

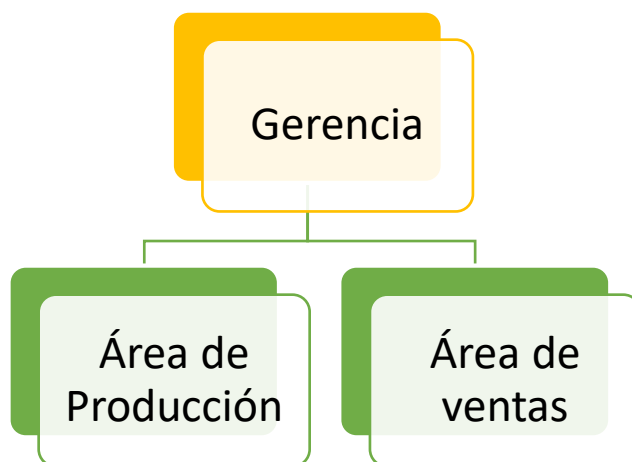


Figura 26: Organigrama de la Microempresa
Fuente: Elaboración propia

3.6.7. Manual de Funciones

Seguidamente se detalla el perfil y actividades que desempeñara el personal

Tabla 52: *Manual de funciones del Gerencia*

MANUAL DE FUNCIONES “FRUSADESH”	
Cargo:	Gerencia
Perfil Profesional	

Título Profesional	Ingeniero en Administración de empresas o afines
Experiencia	De 1 o 2 años
Destrezas	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Liderazgo • Ética profesional y laboral • Habilidades para la comunicación
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar, planear y ejecutar las políticas de las empresas • Cumplir las políticas y normas dentro de la empresa • Toma de decisiones y el trabajo en equipo. • Facilidad para comunicarse con un lenguaje claro, correcto, oportuno, adecuado y universal. • Actualizado en las tecnologías de punta en informática y comunicaciones.
Competencias	<p>Canalizar los recursos de la empresa de forma óptima y maximizar la rentabilidad de la empresa.</p> <p>Dirigir l programa de finanzas y administración de la empresa.</p> <p>Impulsar el plan de marketing de la empresa</p> <p>Dirigir el proceso de producción de snacks de frutas deshidratadas</p>
Remuneración	400 dólares
Beneficios Sociales	Gratificaciones, Asignación familiar
Área	Administrativa

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53: Manual de funciones del Operador

MANUAL DE FUNCIONES “FRUSADESH”	
Cargo:	Operador
Perfil Profesional	
Título Profesional	Estudios Secundarios
Experiencia	De 1 o 2 años
Destrezas	No Indispensable
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del producto • Seleccionar, limpiar, cortar, y pelar las frutas

	<ul style="list-style-type: none"> • Deshidratar las frutas en los hornos • Ver la textura correcta para su empaçado • Revisión del producto que esté terminado adecuadamente • Empacar las frutas • Almacenar las fundas de 100g en bodega
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Manejar la maquinaria de la planta
Remuneración	400 dólares
Beneficios Sociales	Gratificaciones, Asignación familiar
Área	Producción

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54: *Manual de funciones del Vendedor*

MANUAL DE FUNCIONES “FRUSADESH”	
Cargo:	Vendedor
Perfil Profesional	
Título Profesional	Estudios Universitarios
Experiencia	De 1 o 2 años
Destrezas	No Indispensable
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del producto • Seleccionar, limpiar, cortar, y pelar las frutas • Deshidratar las frutas en los hornos • Ver la textura correcta para su empaçado • Revisión del producto que esté terminado adecuadamente • Empacar las frutas • Almacenar las fundas de 100g en bodega
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Construir una cartera de clientes y atender sus necesidades con eficiencia. • Generar relaciones favorables con los clientes. • Tomar pedidos y entregar productos a los clientes
Remuneración	400 dólares

Beneficios Sociales	Gratificaciones, Asignación familiar
Área	Producción

Fuente: Elaboración propia

3.6.8. Diagrama de flujo

El siguiente diagrama de flujo define cada uno de los procesos para la deshidratación de frutas, este proceso es el mismo para las frutas, solo cambia la uvilla ya que esta no se realiza el proceso de corte, a continuación, se define el siguiente proceso:

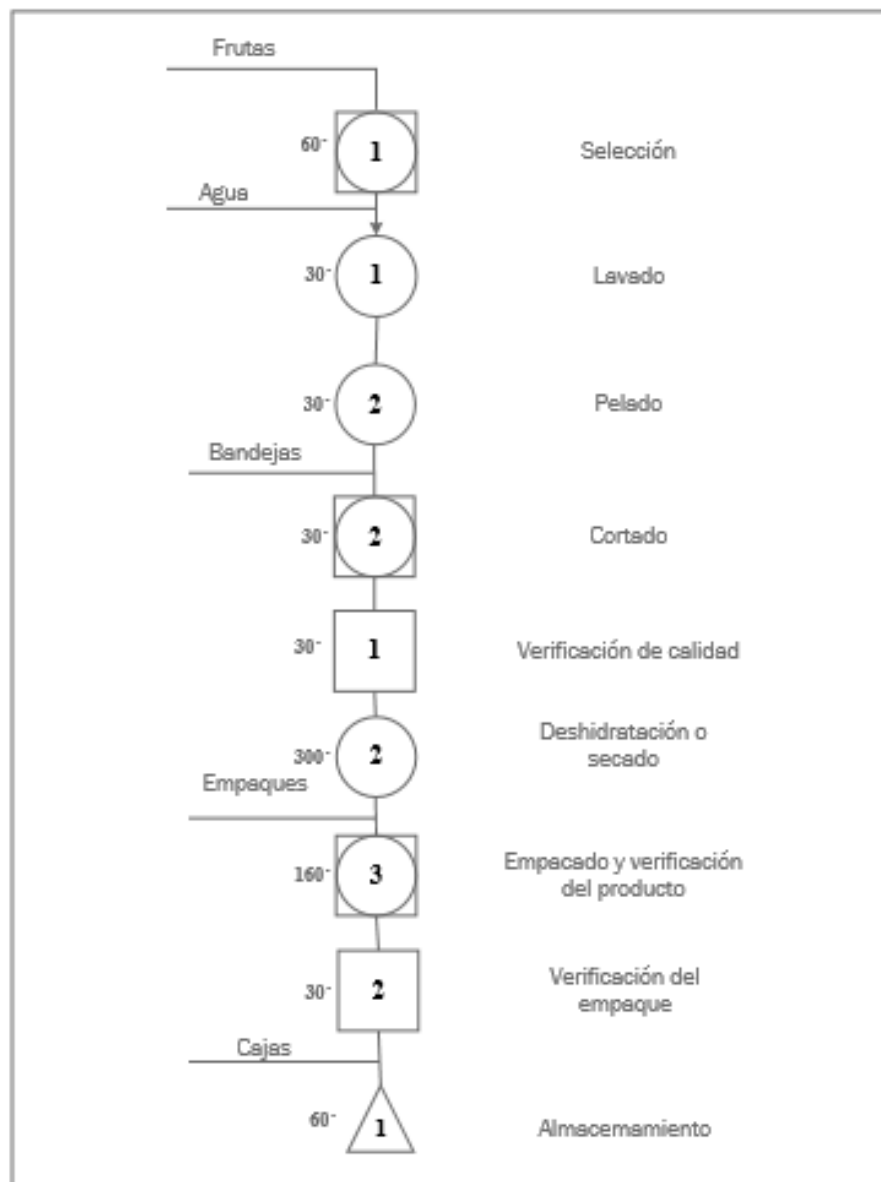


Figura 27: Diagrama de flujo del proceso de deshidratación de frutas

3.6.9. Descripción del diagrama de flujo


DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE DESHIDRATACIÓN DE FRUTAS				Descripción de Actividades	OP.	TRP.	CTR.	ESP.	ALM.	Tiempo (m)	
Frusadesh S.A.S				1	Recepción de Materia Prima	○	→	□	D	△	30
Elaborado por:	Adriana Catucumba			2	Lavado de la fruta fresca	○	→	□	D	△	20
Fecha	30/12/2020			3	Pesado de la fruta fresca	○	→	□	D	△	10
				4	Pelado de la fruta fresca	○	→	□	D	△	30
				5	Descorazonado	○	→	□	D	△	10
				6	Corte de la fruta	○	→	□	D	△	20
Resumen		#	Tiempo	7	Pre tratamiento	○	→	□	D	△	10
○	Operaciones	13	620	8	Cargue de bandejas	○	→	□	D	△	20
→	Transporte	0	0	9	Deshidratado	○	→	□	D	△	300
□	Controles	4	100	10	Enfriamiento	○	→	□	D	△	20
D	Demoras	1	20	11	Descargue de las bandejas	○	→	□	D	△	20
△	Almacenamiento	1	20	12	Pesado de la fruta deshidratada	○	→	□	D	△	30
Total		19	760	13	Empacado	○	→	□	D	△	100
				14	Almacenamiento	○	→	□	D	△	20

Figura 28: Diagrama de recorrido del proceso de deshidratación de frutas

3.7. Constitución Legal de la Empresa y Propiedad Intelectual

La microempresa será denominada como “Deshidratadora Frusadesh.”, bajo el nombre comercial de “Frusadesh”, de nacionalidad ecuatoriana, que se registrará por leyes ecuatorianas, sujeta a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías y de Ley de Economía Popular y Solidaria.

La microempresa tendrá su domicilio en la ciudad de Cayambe, provincia Pichincha.

Fundamentos Legales

La constitución de una empresa conlleva la toma de importantes decisiones, así como una serie de trámites legales y administrativos. Lo cierto es que hay un techo legal muy amplio que abarca varias posibilidades para crear un negocio.

Ecuador está promoviendo los negocios en el país mediante la introducción de una nueva entidad legal; por ende, el 28 de febrero de 2020 entró en vigor la nueva Ley de Emprendimiento e Innovación, cuyo objetivo indica impulsar el empleo en todas sus formas para mantener una estabilidad económica sostenible en el tiempo. (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación , 2020)

Con los antecedentes mencionados Frusadesh será constituida como una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S

El proceso para formar una Sociedad por Acciones Simplificadas es:

1. Reserva de denominación a través del portal de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
2. Elaboración de un estatuto; este debe contener la siguiente información:
 - ✓ Lugar y fecha de celebración del acto
 - ✓ Nombre, nacionalidad, número de identidad, correo electrónico y domicilio de los accionistas. Los accionistas pueden ser personas naturales o jurídicas.
 - ✓ Razón social
 - ✓ Domicilio
 - ✓ Plazo de duración
 - ✓ Lista de las actividades que va a desarrollar

- ✓ Importe de capital (en caso de existir)
 - ✓ Indicación de acuerdos (en caso de existir)
 - ✓ Forma de administración
 - ✓ Forma de tomar decisiones de junta
 - ✓ Normas de reparto de utilidades
3. En caso que la constitución se realice con el aporte de bienes inmuebles o bienes que requieran de escritura pública; la sociedad se deberá constituir mediante escritura pública, ante notario.
 4. Inscripción en Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
 5. Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
 6. Si la constitución se realizó con aporte de dinero se deberá abrir la cuenta de la compañía y depositar el importe hasta un plazo de 24 meses.

Los aspectos legales más importantes que se debe destacar, es que existe término más amplio para retirar la causa de disolución por pérdidas que disminuye el patrimonio neto por debajo de 50% del capital suscrito y es necesario la facturación de los productos.

➤ **Número de socios**

La empresa al ser una S.A.S, empezara como un negocio familiar, y no requiere de capital mínimo.

➤ **Permiso Sanitario**

Arcsa brinda los servicios de emisión de permisos de funcionamiento, registro sanitario, autorización para importación por excepción, notificación sanitaria obligatoria, notificación de publicidad. También otorga certificados de libre venta, consulta técnica, verificación de vigencia del registro sanitario, certificados asistencia técnica, verificación de farmacias de turno, inspecciones de condiciones higiénico-sanitarias a todo tipo de establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria, entre otros servicios. (Arcsa, 2018)

Los pasos para sacar el permiso sanitario son los que se detalla a continuación:

1. La Planta de Alimentos deberá tener Permiso de Funcionamiento Arcsa vigente.

2. Ingresar a VUE para realizar la solicitud.
 - Registro de Representante Legal o Titular del Producto
 - Registro del Representante Técnico
3. En el sistema se consignará datos y documentos:
 - Descripción e interpretación del código de lote.
 - Diseño de etiqueta o rótulo del o los productos.
 - Especificaciones físicas y químicas del material de envase, bajo cualquier formato emitido por el fabricante o distribuidor.
 - Descripción general del proceso de elaboración del producto.
 - Para productos orgánicos se presentará la Certificación otorgada por la Autoridad competente correspondiente.
4. El sistema emitirá una orden de pago de acuerdo a la categoría que consta en el Permiso de Funcionamiento otorgado por la Agencia, el cual debe ser acorde al tipo de alimento a notificar.
5. Después de la emisión de la orden de pago el usuario dispondrá de 5 días laborables para realizar la cancelación, caso contrario será cancelada dicha solicitud de forma definitiva del sistema de notificación sanitaria. El comprobante debe ser enviado a la siguiente dirección: **arcsa.facturacion@controlsanitario.gob.ec** para la confirmación del pago.
6. El Arcsa revisará los requisitos en función del Perfil de Riesgo del Alimento, en 5 días laborales.
 - **Riesgo alto:** se realizará la revisión documental y técnica (verificación del cumplimiento de acuerdo a la normativa vigente);
 - **Riesgo medio y bajo:** se realizará revisión del proceso de elaboración del producto y en caso que no corresponda al producto declarado se cancelará la solicitud; y se realizará una revisión de los ingredientes y aditivos utilizados, verificando que sean permitidos y que no sobrepasen los límites establecidos; el usuario, posterior a la notificación, podrá solicitar la revisión de los documentos ingresados.

7. Una vez realizado el pago, la Agencia podrá emitir observaciones si fuera el caso. Las rectificaciones se deberán hacer en máximo 15 días laborables y únicamente se podrán realizar 2 rectificaciones a la solicitud original, caso contrario se dará de baja dicho proceso.

➤ **Patente Municipal**

En cumplimiento a la “Ordenanza unificada que reglamenta la determinación, administración, control y recaudación de los impuestos anuales de patente municipal y del 1.5 por mil sobre los activos totales en el cantón Cayambe” se informa que: (Gadip, 2019)

Son Obligados a Obtener la Patente Municipal

- Quienes ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, mobiliarios y profesionales en el Cantón Cayambe.
- Los artesanos calificados y personas de la tercera edad deben actualizar sus datos en la Jefatura de Rentas, presentando la respectiva documentación para acceder a la exoneración correspondiente.
- Quienes tengan RUC o RISE deben acercarse a obtener información en la oficina de Rentas Municipales para regularizar el impuesto a la Patente Municipal
- El plazo de pago sin multas del Impuesto a la Patente Municipal es hasta el 31 de julio de cada año.

➤ **Permiso Funcionamiento Bomberos**

Según el cuerpo de Bomberos de Cayambe para obtener el permiso de funcionamiento por Primera vez se necesita:

- Adquirir solicitud de la Inspección del Cuerpo de Bomberos (Secretaria).
- Copia de Factura de la compra de extintores o de recarga, a nombre de la propietaria /o presentar el extintor.
- El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.
- Copia de RUC
- Copia de la cédula de Identidad

4. Plan de Comercialización y Marketing

4.1. Nombre Comercial de la Empresa, los Productos o Servicios.

La microempresa estará bajo el nombre comercial de “Frusadesh”, los productos que ofrece la microempresa será un snack a base de frutas deshidratadas de frutilla, uvilla, piña, manzana y mango en presentaciones de 100gramos, este producto viene en empaque de cierre hermético, fundas ecológicas y bandejas que son envases muy prácticos de abrir, el centro del empaque será transparente para que se vea en el interior las frutas deshidratadas.

En los empaques de Frusadesh se puede apreciar los datos de la microempresa, el valor nutricional, código de barras, semáforo nutricional y demás recomendaciones para el consumo y almacenamiento.

4.1.1. Marca

Se realizó un nombre con un conjunto de símbolos o palabras que se identificaran nuestro producto y ayude a diferenciar de los competidores

La marca que se escogió para nuestro snack de frutas deshidratadas es el siguiente:



Frusadesh: se unió tres palabras que identifica al producto

Fru: esta palabra representa las iniciales de las frutas

Sa: esta inicial se refiere a lo saludable de alimentarnos

Desh: esta palabra representa a las iniciales de deshidratación

El siguiente slogan que acompañara a la marca en la campaña de promoción y publicidad es:

“El mejor sabor de las frutas en todo momento”

Refleja la importancia de consumir frutas saludables para tener una vida sana.

Los Ingredientes que se necesitara para la elaboración del snack de frutas deshidratadas Frusadesh son:

- Frutilla
- Uvilla
- Manzana
- Piña
- Mango

4.1.2. Presentación

El snack de frutas deshidratadas Frusadesh, se elaborará una presentación:

- Producto 1. Será un envase individual con una cantidad de 100 gramos

4.1.3. Empaque

El empaque del producto es muy importante determinarlo ya que es ahí donde se conservará la fruta deshidratada por un tiempo determinado y además es la imagen que se proyecta al consumidor.

El empaque que se va a utilizar será de material biodegradables como bolsas de cierre hermético, bandejas personalizadas, el cual ayudará a mantener el producto a una temperatura ambiente, ideal para su consumo.

El empaque será de una forma rectangular de 12.5 cm de ancho x 15 cm de lago, en el centro se puede observar un rectángulo transparente de 5x7, el mismo que permite al cliente apreciar el producto.

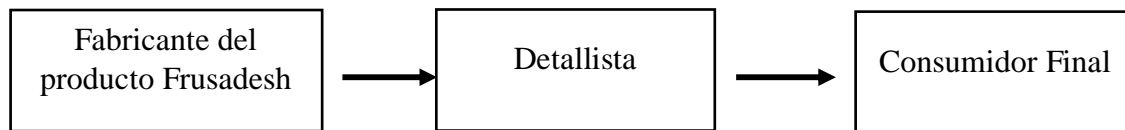
Los colores utilizados para el empaque será el blanco, rojo, verde oscuro, amarillo y palo de rosa; todos estos utilizados de una manera muy suave en el empaque con degradación.

Se va a utilizar diferentes estilos tipográficos, las mismas que son en caja alta y caja baja, otros estilos en letra cursiva para su fácil comprensión.

El empaque contiene un cierre hermético, está elaborado de un material flexible y ligero para guardar, conservar y prolongar la vida del producto debido a que no permite entrada ni salida de aires que pueda dañar el producto. El empaque demuestra fácil trasportación y manejo.

4.2. Canales de Distribución.

La elaboración y comercialización de un snack de frutas deshidratadas tendrá los siguientes canales de distribución.



Fuente: Elaboración propia

El canal de distribución indica que el producto procesado sale de la empresa al detallista mismo que son: Supermercados Aki, Bodega Edison, Comercial Cadena y finalmente llega al consumidor final.

4.3. Publicidad

Hoy en día existen varias formas de realizar publicidad y son viables para la presentación de un producto, para dar a conocer el producto se realizará las siguientes publicidades:

- **Publicidad en Radio y Periódicos de la Localidad**

Se realizará la contratación de las cuñas publicitarias en la radio, tv y prensa escrita de la localidad, con la finalidad que dar a conocer el producto.

- **Publicidad en Degustación**

Las degustaciones serán en los diferentes puntos de venta ya sea en despensas y tiendas de barrio en donde se entregará una muestra de los productos, también se pretende asistir y participar en ferias que realiza el municipio de Cayambe, estos espacios permiten potencializar y fortalecer los emprendimientos en el cantón y atraer el turismo.

- **Publicidad en Internet**

Se va a crear una página web y un correo electrónico, ya que es una cobertura de comunicación mundial., con el fin de vender a media plazo los productos por la internet.

- **Otras Promociones**

Se pretende ofrecer otras promociones como:

- Realizar ofertas de mensuales, o por la compra de un snack de 100 gramos se le puede entregar uno gratuito.
- Descuentos por compras mayores a 100 gramos de fruta deshidratada en un 10%
- Stand de publicidad en los puntos de venta, dando información del producto y garantizándolo como 100% ecuatoriano.

4.4. Ampliación Posible de la Gama de Productos en el Futuro.

Para un futuro se aspira mejorar nuestra infraestructura, tener nuevas maquinarias y tecnología de punta para poder equilibrar la demanda, se considerará la creación de nuevas gamas de frutas a deshidratadas.

También se pretende ampliar el producto en presentaciones de 200 gramos hasta 500 gramos de fruta deshidratada, además se busca hacer una mezcla con otros productos, una de ellas son las granolas o cereales que sería una buena fuente de alimentación en fibra y para la buena salud de todas las personas.

Se busca ingresar en el programa de alimentación educativa, para ofrecer el producto como una alternativa de alimentación sana en el desayuno de los niños y niñas del cantón.

Para el futuro se podría extender el mercado con el snack de frutas deshidratadas para poder realizar exportaciones a otros países, se busca obtener las certificaciones internacionales de la calidad, para así brindar confianza a los clientes al momento de comprar el snack de frutas deshidratadas.

4.5. Investigación y Análisis de las Estrategias y Métodos de Mercadeo más Apropriadas a Utilizar.

Las estrategias de mercado están asociados a la información recolectada dentro de la investigación del proyecto.

- **Estrategias de producto**

Se plantean las siguientes estrategias con la finalidad de producir un producto de buena calidad y ser productores reconocidos de frutos deshidratados de la localidad.

- ✓ Producto de fruta, empacado y de excelente calidad que pueda ser consumido con facilidad como un snack.
- ✓ Empaque de fácil percepción por los consumidores, llamativo y con información del producto.
- ✓ Implementación de una marca, con el fin de darle un nombre que identifique propiamente el producto.
- ✓ Evaluación periódica de los productos en el mercado.

- **Estrategias de precios**

El precio es lo más importante por lo que se detallas las siguientes estrategias, para así vender el producto a un precio justo al público.

- ✓ Posicionamiento del producto por el precio en tiendas de barrio, bodegas, y tiendas naturistas.
- ✓ A mediano plazo incursionar en los supermercados, posicionando el producto por medio del precio.
- ✓ Evaluación trimestral del precio del producto frente al de la competencia
- ✓ Posicionamiento del producto en bares de instituciones educativas.

- **Estrategias de plaza**

La estrategia de plaza consiste en la selección de lugares o puntos de ventas estratégicos para ofertar el producto con mayor facilidad.

- ✓ Distribución de bajo costo, por medio de moto con servicio de mensajería o entregas express a domicilio
- ✓ Venta directa al consumidor en la bodega.
- ✓ Elaboración de la página Web, con el fin de vender los productos por la internet.

- **Estrategias de Promoción**

- ✓ Crear productos innovadores con nuevos sabores
- ✓ Publicidad por internet, diarios o revistas especializadas en alimentos
- ✓ Posicionamiento en las tiendas con publicidad, esto quiere decir que el producto estará en un estante único y llamativo.
- ✓ Ofrecer descuentos por volumen de compra.
- ✓ Poner puntos de degustación.
- ✓ Crear trípticos para dar a conocer el beneficio con los que cuenta nuestro producto.

5. Estudio Económico Financiero

En este capítulo se va a calcular los costos de producción y operación para la elaboración de snack de frutas, además de conocer la rentabilidad y viabilidad del proyecto mediante el cálculo de los indicadores financieros.

5.1. Estado de Situación Inicial

Tabla 55: *Estado de Situación Inicial*

Estado de Situación Inicial			
Activo Corriente	Valor	Pasivo	Valor
Caja-Bancos	\$ 1.218,15	Préstamo por pagar	\$ 3.000,00
Activo Fijo		Patrimonio	
Equipo computacional	\$ 2.080,00	Capital	\$ 4.789,15
Muebles de Oficina	\$ 515,00		
Maquinaria y Equipo	\$ 2.326,00		
Arriendo de infraestructura	\$ 820,00		
Activo Diferido			
Gasto de Constitución	\$ 830,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 7.789,15	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 7.789,15

Fuente: Elaboración propia

5.1.1. Presupuesto de Ingresos

Para el siguiente presupuesto de ingresos se consideró un porcentaje de crecimiento anual del 2 %.

Tabla 56: *Presupuesto de Ingresos*

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Cantidad	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Valor Unitario	2,75	2,75	2,75	2,75	2,75	2,75	2,75	2,75	2,75	2,75	2,75	2,75	
Valor Total	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	\$ 3.200

Fuente: Elaboración propia

5.1.2. Presupuesto de Egresos

5.1.2.1. Costos de Producción

Se incluyen los costos que incurren en el proyecto que son: MPD, MOD y CIF.

5.1.2.1.1. Materia Prima Directa

Tabla 57: *Presupuesto de Materia Prima Directa*

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Cantidad	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Valor Unitario	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	
Valor Total	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	\$ 6.240

Fuente: Elaboración propia

5.1.2.1.2. Mano de Obra Directa

Tabla 58: *Presupuesto de Mano de Obra Directa*

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Mano de Obra Directa	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	
Total	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	\$ 2.840,64

Fuente: Elaboración propia

5.1.2.1.3. Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 59: *Presupuesto Costos Indirectos de Fabricación*

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Materiales Indirectos	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	
Total	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	\$ 132,00

Fuente: Elaboración propia

5.1.3. Resumen de Costos de Producción

Tabla 60: *Resumen de los Costos de Producción*

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
MPD	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00	
MOD	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	236,72	
CIF	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	
Total	767,72	767,72	767,72	767,72	767,72	767,72	767,72	767,72	767,72	767,72	767,72	767,72	\$ 9.212,64

Fuente: Elaboración propia

5.1.4. Gastos Administrativos

Tabla 61: *Resumen de los Gastos de Administración*

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Suministros y materiales	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	\$ 372,00
Suministro de Aseo	39,00	39,00	39,00	39,00	39,00	39,00	39,00	39,00	39,00	39,00	39,00	39,00	\$ 468,00
Suministro de materiales de operarios	34,00	34,00	34,00	34,00	34,00	34,00	34,00	34,00	34,00	34,00	34,00	34,00	\$ 408,00
Administrador	473,45	473,45	473,45	473,45	473,45	473,45	473,45	473,45	473,45	473,45	473,45	473,45	\$ 5.681,40
TOTAL	577,45	577,45	577,45	577,45	577,45	577,45	577,45	577,45	577,45	577,45	577,45	577,45	\$ 6.929,40

Fuente: Elaboración propia

5.1.4.1. Gasto de Ventas

Tabla 62: *Gasto de Ventas*

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Cuña radial	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
TOTAL	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300

Fuente: Elaboración propia

5.1.5. Gastos Financieros

Los gastos financieros serán la suma de los intereses del préstamo que vamos a realizar en el Banco BanEcuador por el valor 3000 dólares que se van a cancelar en 12 meses.

Tabla 63: *Gastos Financieros*

Capital	\$ 3.000,00
Tasa Efectiva	11,26%
Tasa Periódica	0,89%
N° de periodo de cuotas	12
Cuota fija mensual	\$264,75

Fuente: Elaboración propia

Tabla 64: *Cuadro de Amortización*

Mes	Saldo Inicial	Cuota Fija	Interés	Abono a Capital	Saldo Final
0		0	0	0	\$ 3.000,00
1	\$ 3.000,00	\$264,75	26,79	\$ 237,96	\$ 2.762,04
2	\$ 2.762,04	\$264,75	24,67	\$ 240,08	\$ 2.521,96
3	\$ 2.521,96	\$264,75	22,52	\$ 242,23	\$ 2.279,74
4	\$ 2.279,74	\$264,75	20,36	\$ 244,39	\$ 2.035,35
5	\$ 2.035,35	\$264,75	18,18	\$ 246,57	\$ 1.788,78
6	\$ 1.788,78	\$264,75	15,98	\$ 248,77	\$ 1.540,00
7	\$ 1.540,00	\$264,75	13,75	\$ 251,00	\$ 1.289,01
8	\$ 1.289,01	\$264,75	11,51	\$ 253,24	\$ 1.035,77
9	\$ 1.035,77	\$264,75	9,25	\$ 255,50	\$ 780,27
10	\$ 780,27	\$264,75	6,97	\$ 257,78	\$ 522,49
11	\$ 522,49	\$264,75	4,67	\$ 260,08	\$ 262,41
12	\$ 262,41	\$264,75	2,34	\$ 262,41	\$ 0,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 65: *Resumen del Gasto Financiero*

Año	Valor
1	\$ 177,00
TOTAL	\$ 177,00

5.1.6. Depreciación

La depreciación se realizó por medio del reglamento del SRI se presenta la siguiente tabla

Tabla 66: *Depreciación de Activos*

Activo	Valor Activo	Años	% Depreciación	Valor residual	V.AC - V.RES	Anual
Equipo computacional	\$2.080,00	3	33%	686,40	1.393,60	459,89
Maquinaria y Equipo	\$1.796,00	10	10%	179,60	1.616,40	161,64
Muebles de Oficina	\$515,00	5	10%	51,50	463,50	46,35
TOTAL	\$4.391,00			\$917,50	\$3.473,50	\$667,88

Fuente: Elaboración propia

5.1.6.1. Depreciación Mensual

Tabla 67: *Depreciación Mensual*

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Equipo computacional	38,32	38,32	38,32	38,32	38,32	38,32	38,32	38,32	38,32	38,32	38,32	38,32	
Maquinaria y Equipo	13,47	13,47	13,47	13,47	13,47	13,47	13,47	13,47	13,47	13,47	13,47	13,47	
Muebles de Oficina	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	
TOTAL	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	667,88

Fuente: Elaboración propia

5.1.7. Estados Financieros

5.1.7.1. Estado de Resultados

Tabla 68: *Resumen del Estado de Resultados*

Detalle	Año 1
Ventas	\$14.520,00
(-) Costo de Producción	\$9.836,64
(=) Utilidad Bruta	\$4.683,36
(-) Gastos Administrativos	\$ 577,45
(-) Gastos de ventas	\$ 300,00

(-) Depreciaciones	\$ 667,88
(=) Utilidad Operacional	\$3.138,03
(-) Gastos Financieros	\$ 177,00
Utilidad antes de participación a trabajadores	\$2.961,03
(-) 15% Participación de trabajadores	\$ 196,09
(=) UTILIDAD NETA	\$ 2.764,94

Fuente: Elaboración propia

5.2. Flujo de Efectivo

Tabla 69: Flujo de caja

Cuentas	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Saldo Inicial	-6.571,00												
Utilidad Neta		\$230,41	\$235,02	\$239,72	\$244,52	\$249,41	\$254,39	\$259,48	\$264,67	\$269,96	\$275,36	\$280,87	\$286,49
Total Ingresos		\$230,41	\$235,02	\$239,72	\$244,52	\$249,41	\$254,39	\$259,48	\$264,67	\$269,96	\$275,36	\$280,87	\$286,49
Total Egresos		55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66	55,66
Flujo de Efectivo	-6.571,00	\$174,76	\$179,36	\$184,06	\$188,86	\$193,75	\$198,74	\$203,82	\$209,01	\$214,31	\$219,71	\$225,21	\$230,83

Fuente: Elaboración propia

5.3. Evaluación Financiera

5.3.1.1. Determinación del Costo de Oportunidad

Para el correspondiente cálculo se tomó en cuenta una tasa pasiva del 6% la cual corresponde a la tasa de plazo fijo según el banco central del Ecuador, y el 11,26% correspondiente a la tasa de financiamiento por parte del BanEcuador.

Tabla 70: Costo de Oportunidad

Recursos	Valor	%	Tasa ponderada	Valor ponderado
Propio	\$ 4.789,15	60%	6,00%	3,57%

Ajeno	\$ 3.000,00	40%	11,26%	4,56%
Costo de capital	\$ 7.789,15	100%		8,13%

Fuente: Elaboración propia

5.4. Determinación de la Tasa de Rendimiento

$$TRM = (1 + CK) \times (1 + \text{inflación}) - 1 \text{ Datos:}$$

CK= Costo del capital

Tasa de inflación: 2%

$$TRM = (1 + 0.0813) \times (1 + 0.02) - 1$$

$$TRM = 10,29\%$$

Esta tasa es un indicador del rendimiento mínimo y corresponde al 10.29%

5.5. Cálculo del Valor Actual Neto

$$VAN = -I.I + \sum \frac{FNE}{(1 + i)^n}$$

i: Tasa de descuento

FNC: Flujos Netos de Efectivo

n: Tiempo del proyecto

I.I: Inversión Inicial

$$VAN = -7789,15 + \left(\frac{2736,82}{(1 + 0.1029)^1} + \frac{2791,56}{(1 + 0.1029)^2} + \frac{2847,39}{(1 + 0.1029)^3} + \frac{2904,34}{(1 + 0.1029)^4} + \frac{2992,86}{(1 + 0.1029)^5} \right)$$

$$VAN = 3273,37$$

El valor neto del proyecto dio como resultado 3273,37 valor superior a cero por lo tanto el proyecto es factible realizarlo económica y financieramente.

Para obtener el flujo de caja actualizado se procedió a calcular el factor de actualización con la siguiente fórmula:

$$\text{Factor de actualización} = \frac{1}{(1 + \text{tasa})^n}$$

Donde:

Tasa (TREMA)= 10%

n = años del proyecto

Debido a que el factor de actualización es el coeficiente utilizado para averiguar el valor actual (presente) de cualquier flujo de caja proyectado, además es utilizado para la evaluación financiera ya que se determina la viabilidad del proyecto. Se puede apreciar que el resultado del factor ira decreciendo conforme pasan los periodos o años, con esto proyectaremos y evaluaremos de una manera más cercana a la realidad de lo que el dinero valdrá en el futuro.

Con el resultado del factor de actualización y el valor de flujo de caja se obtiene el flujo de caja actualizado.

5.5.1. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

$$TIR = -I.I + \sum FEF(1 + i)^n$$

Tabla 71: Tasa Interna de Retorno

Inversión Inicial	-7.789,15
1	\$ 3.432,82
2	\$ 3.501,48
3	\$ 3.571,51
4	\$ 3.642,94
5	\$ 3.715,80
TIR	35%

Fuente: Elaboración propia

La TIR resultante es de 28%, misma que es mayor a la tasa de rendimiento mínimo lo que indica que el proyecto es factible realizarlo

5.5.1.1. Determinación del Costo-Beneficio

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{\Sigma \text{Flujo Neto Actualizado}}{\text{Inversion Inicial}}$$

Tabla 72: Costo-Beneficio

Valor presente	\$ 11.186,03
Inversión Inicial	\$ 7.841,45
Costo- Beneficio	1,43

Fuente: Elaboración propia

Una vez realizado el cálculo del costo beneficio nos indica que nuestro proyecto será viable ya que nuestra utilidad será del 43%.

5.5.1.2. Determinación del Periodo de Recuperación de la Inversión

Tabla 73: *Periodo de Recuperación*

Año	Flujo	Flujo Acumulado
0	\$-7.841,45	\$-7.841,45
1	\$3.432,82	\$-4.408,63
2	\$3.501,48	\$-907,15
3	\$ 3.571,51	\$2.664,36
4	\$3.642,94	\$ 6.307,29
	PRI	2,9 Años

Fuente: Elaboración propia

Una vez realizado el cálculo correspondiente se determinó que la inversión inicial se recupera en 2 años 9 meses.

5.6. Punto de Equilibrio

5.6.1.1. Punto de Equilibrio Monetario

Para encontrar el punto de equilibrio monetario se utilizará la siguiente formula:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

Tabla 74: *Punto de Equilibrio Monetario*

Detalle	Valor
Ingreso por venta	\$ 46.650
Costos Variables	\$ 13.840
Costos Fijos	\$ 9.150
PE\$	\$ 12.887

Fuente: Elaboración propia

5.6.1.2. Punto de Equilibrio en Cantidades

Para encontrar el punto de equilibrio en cantidad se utilizará la siguiente fórmula:

$$PEQ = \frac{PE}{Precio}$$

Tabla 75: *Punto de Equilibrio en cantidades*

PE	\$ 12.887
Precio por funda	\$ 2,75
PEQ	6.210

Fuente: Elaboración propia

5.6.1.3. Grafico del Punto de Equilibrio

Tabla 76: *Punto de Equilibrio*

Unidades Vendidas	Costos	Ingresos
0	9.150,00	\$ -
621	9.528,81	\$ 1.707,75
1242	9.907,62	\$ 3.415,50
1863	10.286,43	\$ 5.123,25
2484	10.665,24	\$ 6.831,00
3105	11.044,05	\$ 8.538,75
3726	11.422,86	\$ 10.246,50
4347	11.801,67	\$ 11.954,25
4968	12.180,48	\$ 13.662,00
5589	12.559,29	\$ 15.369,75
6210	12.887,00	\$ 17.077,50
6831	13.316,91	\$ 18.785,25
7452	13.695,72	\$ 20.493,00
8073	14.074,53	\$ 22.200,75
8694	14.453,34	\$ 23.908,50
9315	14.832,15	\$ 25.616,25
9936	15.210,96	\$ 27.324,00

Fuente: Elaboración propia

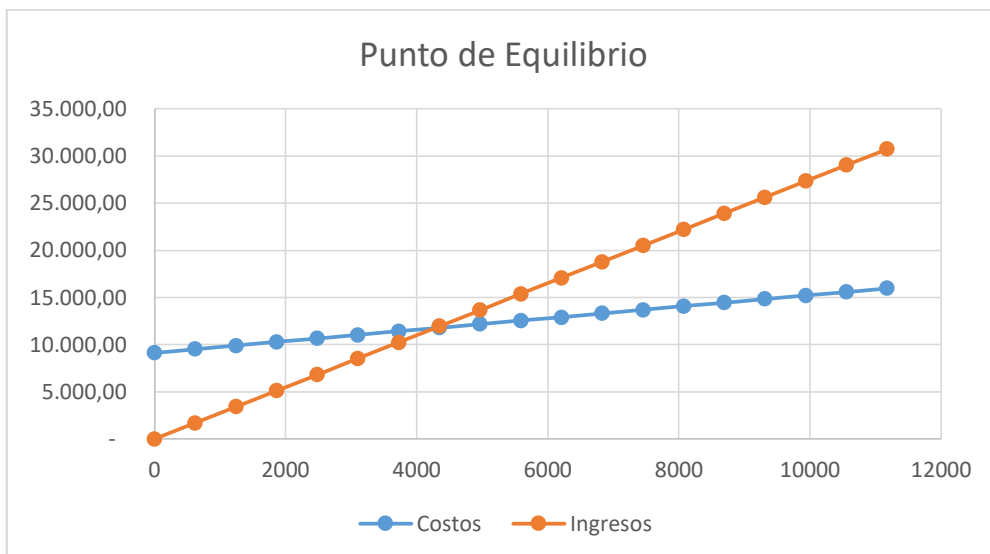


Figura 29: *Punto de Equilibrio*

Fuente: Elaboración propia

6. Conclusiones

Una vez realizado el estudio para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de un snack de frutas deshidratadas se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Mediante un análisis de la industria se determinó que en la ciudad de Cayambe existe la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de frutas deshidratadas debido a que existe un 42% de población insatisfecha con los productos que ofrece el mercado, además de que no existe una microempresa que ofrezca un producto innovador que contengan propiedades nutritivas y saludables, lo que nos permite una gran ventaja competitiva frente al mercado actual.
- El estudio de mercado arrojó que en la población de Cayambe existe un 94% de aceptación del producto y el mercado al cual está dirigido el producto será a hombres y mujeres que se encuentren entre las edades de 15 a 60 años, el mismo que se tomó en consideración por su alto consumo de frutas deshidratadas.
- El estudio técnico administrativo permitió analizar factores importantes para la localización de la microempresa productora y comercializadora de frutas deshidratadas, logrando determinar que se encontrará ubicada en la avenida Rocafuerte y 10 de Agosto del Cantón Cayambe.
- Se definió estrategias de marketing para la venta y distribución del producto mismo que servirá para el posicionamiento en el mercado. El mix de frutas deshidratadas que ofreceremos al mercado será en una presentación de 100 gramos que contiene cinco frutas tales como: manzana, frutilla, mango, uvilla y piña, las mismas que fueron escogidas por los grandes beneficios que aportan a la salud.

- Con el estudio económica financiero se logró establecer la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto, esta inversión está clasificada en activos fijos y diferidos con un valor de \$ 6.571 y en capital de trabajo un valor de \$ 1218,15 representando en total el 60% de la inversión, y el 40% del total de la inversión será financiada por la banca privada. También se identificó un VAN positivo lo cual nos indica que hay una expectativa de beneficio que está bien, lo que ofrece y que el proyecto sería rentable.

7. Recomendaciones

- Es importante que el proyecto de emprendimiento realizado sea puesto en marcha ya que la microempresa generara impactos positivos a la ciudad de Cayambe, abriendo la posibilidad de crear empleos y seguir innovando la producción de frutas deshidratadas.
- Realizar alianzas estratégicas con productores de la zona para la adquisición de materia prima y la comercialización del producto con la finalidad de poder disminuir costos.
- Poner en práctica las estrategias de marketing para dar a conocer sobre el nuevo producto, ya que existe desconocimiento del mismo en la población de Cayambe. Además se recomienda crear un catálogo de los productos.
- Realizar un seguimiento al estudio económico financiero a fin de verificar la viabilidad del proyecto y generar ingresos para así cumplir con el objetivo de la microempresa.
- Se recomienda que se realice investigaciones sobre las propiedades y usos del producto a fin de obtener una ventaja competitiva solida de las fortalezas y oportunidades que la misma tiene.

8. Bibliografía

- Agroecuatoriano. (2017). *Economico* . Obtenido de Mundo Globalizado
- Altuve, R. (09 de 07 de 2016). *Que es un activo corriente* . Obtenido de Blog : <https://blog.nubox.com/que-es-un-activo-corriente>
- Arcsa. (2018). *Permiso Sanitario*. Obtenido de Agencia Nacional de Regulación y Vigilancia Sanitaria : <https://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-socializa-sus-servicios-en-cayambe/>
- Aviles, L. (2018). *Tecnológico*. Obtenido de Implementar la tecnología
- Barnett, C. (6 de 6 de 2017). *Competencia* . Obtenido de Haciendo Fácil la Economía: <https://economipedia.com/definiciones/competencia.html>
- Bellver, E. (28 de 06 de 2016). Obtenido de <https://okdiario.com/recetas/beneficios-pina-2519920>
- Bilbao, V. (14 de 03 de 2018). *Educación Financiera* . Obtenido de <https://www.bbva.com/es/bbva-frances-toma-impulso-transformacion/>
- Bravo, A. (2018). Tipo de Muestreo . *Gestiopolis*, <https://www.gestiopolis.com/tipos-de-muestreo-estadistica/>.
- Campana, P. (23 de 12 de 2018). *EL UNIVERSO*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/12/23/nota/7109640/mas-9000-millones-contratos-inversion>
- Castro, J. (2016). Importancia de la Tecnología en las Empresas en Crecimiento. *Blog Corponet*, <https://blog.corponet.com.mx/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-crecimiento>.
- CEPAL. (2016). *Repositorio CEPAL*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40251/1/S1600668_es.pdf
- Cevallos, M. (2018). *Socio Cultural*. Obtenido de Fomentar el desarrollo de la industria nacional
- Consumers International, b. d. (03 de 11 de 2015). *Blog de Consumers International*. Obtenido de <http://consumersinternational-es.blogspot.com/2015/03/el-semaforo-nutricional-en-ecuador-una.html>
- Copci. (21 de 08 de 2018). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES*. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

- Davalos, L. (03 de 03 de 2016). *Planificacion Estratégica*. Obtenido de <https://labcalidad.files.wordpress.com/2016/03/3-planificacic3b3n1.pdf>
- ElUniverso. (31 de 12 de 2019). La producción cierra 2019 entre crecimiento y metas incumplidas. *Economía*, págs. <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/12/31/nota/7671075/sector-productivo-economia-balance-emprendedores-banano-camaron>.
- Espinoza, R. (13 de septiembre de 2014). *Plan de Negocios*. Obtenido de Segmentación de Mercado: <http://robertoespinoza.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>
- Fernández, D. (2017). Obtenido de <https://www.franciscorubio.es/aspectos-legales-crear-una-empresa/>
- Flores, J. (2018). Microempresa. *DrechoEcuador.com*, 1-5 <https://www.derechoecuador.com/microempresa>.
- Gadip. (22 de 04 de 2019). págs. <https://municipiocayambe.gob.ec/comunicado-patentes-municipales/>.
- García, E. (03 de Febrero de 2017). *Gestión-Economía*. Obtenido de ¿Cuáles son las nuevas tendencias del consumidor de alimentos?: <https://gestion.pe/economia/mef-elevara-proyeccion-pbi-ano-4-241727>
- García, I. (11 de 01 de 2018). *Emprende pyme. net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/la-estructura-organizativa-de-la-empresa.html>
- Gómez, A. (6 de Abril de 2019). *Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de frutas deshidratadas empacadas tipo snack*. Obtenido de Tesis de Grado: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/20151/1/T-UCE-0003-CAD-191.pdf>
- Granel, M. (13 de 05 de 2020). *Rakia*. Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3892041-como-calcular-valor-presente-neto-ejemplos>
- Heredia, V. (2016). Emprendedores. La fruta gana espacio. *Revista Líderes- El Comercio*, <http://www.revistalideres.ec/lideres/fruta-deshidratada-negocios-ecuador-agronegocios.html>.
- Huerta, I. (2016). EL ESTUDIO DE MERCADO EN LAS EMPRESAS. *VILLANET*, 1-2 <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/#:~:text=Para%20Kotler%2C%20Bloom%20y%20Hayes,espec%C3%ADfica%20que%20afronta%20una%20organizaci%C3%B3n%E2%80%9C>.
- Ileana, J. (24 de 06 de 2020). *WEB y Empresas* . Obtenido de <https://www.webyempresas.com/estudio-financiero/>

- INEC. (31 de 10 de 2017). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-registro-843-745-empresas-en-2016/>
- Jiménez, E. G. (2017). Importancia de la Elaboración del Plan de Marketing. *Observatorio Economía Latinoamericana*, 3-5.
- Larrazabal, M. (18 de 05 de 2019). *Frutas Tropicales* . Obtenido de <https://www.bialarblog.com/nombres-de-frutas-tropicales-raras-exoticas/>
- León. (2017). Ministro Coordinador de la Produccion .
- Leon, F. (2015). Sabes que es un estudio de Mercado. *Merca2.0*, 1-4.
- Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación , Registro Oficial N° 151 (Asamblea Nacional del Ecuador 28 de Febrero de 2020).
- Licata Vela, M. (2018). *Zonadiet.com*. Obtenido de <https://www.zonadiet.com/comida/nutricion-frutas.htm>
- Loeps. (10 de 05 de 2018). Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>
- Martín García, C. (06 de 03 de 2016). Obtenido de <https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/nutricion/2016/03/06/ocho-propiedades-beneficios-papaya-109989.html>
- Martinez, H. (06 de 11 de 2017). *ecoagricultor*. Obtenido de <https://www.ecoagricultor.com/fruta-deshidrata-propiedades-beneficios/>
- Meneses, J. (2018). *El Cuestionario*. Obtenido de <http://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>
- Merino, M. (2016). Obtenido de <https://definicion.de/fruta/>
- Mesa Holguín, M. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Mi Pymes, p. (2017). Medioambiente. Leyes Ambientales . Obtenido de leyes ambientales
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador, P. I. (08 de 2018). *BUENA NUTRICION TODA UNA VIDA*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/PIANE-2018-2025-final-compressed-.pdf>
- Ministerio de Salud, P. (29 de 09 de 2016). *Ministeri de Salud Pública*. Obtenido de Normativa Técnica Sanitaria Para Alimentos Procesados Resolución 67: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2018/12/Resoluci%C3%B3n-ARCSA-DE-067-2015-GGG-Normativa-unificada-de-Alimentos.pdf

Mondragón, V. (2017). Marketing y Gestión Comercial . *Diario el Exportador* , <https://www.diariodelexportador.com/2017/02/la-demanda-definicion-y-tipos.html>.

Monreal, Á. (17 de 07 de 2019). Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20180618/45117331662/mango-propiedades-fruta.html>

Montero, M. (16 de 11 de 2017). *emprende pyme. net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-punto-de-equilibrio.html>

Olcese, J. (21 de 11 de 2016). *Quimatic*. Obtenido de <https://www.quimatic.cl/materias-primas-y-aditivos-para-alimentos/>

Olivares, F. (09 de 10 de 2019). *Industria Alimentaria* . Obtenido de https://www.ey.com/es_ec/consumer-products-retail/tendencias-de-la-industria-de-alimentos

Orquera, R. (11 de 7 de 2019). *Que es una Microlocalización* . Obtenido de Arqhys Decoración: <https://www.arqhys.com/decoracion/que-es-una-microlocalizacion.html>

Ortiz, P. (5 de 2 de 2017). *Comercialización*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>

Palao, J., & Gómez, V. (2009). Domine el Marketing para Alcanzar el Éxito.

Parra, L. (11 de 06 de 2018). *Gestiopolis* . Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/tipos-de-muestreo-estadistica/>

Penelo, L. (07 de 08 de 2019). Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20180619/45217913971/kiwi-fruta-beneficios-propiedades.html>

Penelo, L. (2019). Manzana: Tipos, propiedades y su valor nutricional. *LA VANGUARDIA* , 1-5.

Perdomo, O. (18 de 03 de 2019). Obtenido de <https://agrotendencia.tv/agropedia/el-cultivo-de-la-fresa-o-frutilla/>

Pobea, M. (2018). *La Encuesta* . Obtenido de <https://files.sld.cu/bmn/files/2015/01/la-encuesta.pdf>

Productor, E. (2013). Seis empresas exportarán frutas deshidratadas. *El Periódico del Campo*, <https://elproductor.com/seis-empresas-exportaran-frutas-deshidratadas/>.

Puerres, A. (2018).

Quiroa, M. (2015). *Marketing Economipedia*, <https://economipedia.com/author/m-quiroya>.

- Quiroa, M. (04 de 01 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html>
- Raffino Ortiz, M. E. (2020). Conceptos de Microempresa. 1-3 <https://concepto.de/microempresa/>.
- Ramirez, I. (2019). Estudio Técnico en Proyectos . *Efecto Digital*, <https://www.efectodigital.online/post/2019/02/25/el-estudio-t%C3%A9cnico-en-los-proyectos>.
- Rivera, J. (2016). *Activos Fijos*. Obtenido de Business School: <https://retos-directivos.eae.es/el-activo-fijo-tipos-y-caracteristicas/>
- Roales, M. (9 de 5 de 2017). *Qué es un snack*. Obtenido de Actualidad Tareca, Productos : <https://www.tarecavending.com/que-es-un-snack/>
- Rodriguez. (2017). Obtenido de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/03/Proyecto_Borrador_NTS_Sustitutiva_alimentos.pdf
- Rodríguez, A. (14 de 11 de 2017). Obtenido de FedeFruta : <https://fedefruta.cl/consumo-mundial-de-frutas-deshidratadas-seria-de-4-millones-de-toneladas-en-2020/>
- Rodriguez, J. (2016). Desarrollo Estratégico en Marketing y Ventas . *MARKETINGINTEL*, <https://www.marketinginteli.com/>.
- Rojas, C. (2017). Obtenido de <http://www.fao.org/3/x5062s/x5062s03.htm>
- Romero, V. (2016). Obtenido de <https://vamos.com.ec/propiedades-la-uvilla/>
- Santiváñez, T. (2016). Muchas frutas y verduras se pierden por criterios estéticos del consumidor. *El Telegrafo*, <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo-dia/1/muchas-frutas-y-verduras-se-pierden-por-criterios-esteticos-del-consumidor>.
- Talledos, R. (22 de 02 de 2012). *Ingeniería del Proyecto* . Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/doc/82462250/Ingenieria-del-proyecto>
- Thompson, I. (2015). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Thompson, I. (2015). Definicion de Promocion . *Promonegocios* , <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html>.
- Tomala, O. (2016). Tipos de Invetigación. *Mi sitio web*, <https://sites.google.com/site/misitioweboswaldotomala2016/tipos-de-investigacion>.

- Torres, M. (13 de 05 de 2020). *Rankia* . Obtenido de [https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos#:~:text=Tasa%20Interna%20de%20Retorno%20\(TIR\)%3A%20C%C3%A1lculo%20de%20la%20TIR,obtenido%2C%20menos%20la%20inversi%C3%B3n%20inicial](https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos#:~:text=Tasa%20Interna%20de%20Retorno%20(TIR)%3A%20C%C3%A1lculo%20de%20la%20TIR,obtenido%2C%20menos%20la%20inversi%C3%B3n%20inicial).
- Universo, E. (2019). *Economía* . Obtenido de Augura que las exportaciones de diversos productos desde Ecuador
- Valencia, C. (2017). Tecnológico . las ventajas .
- Vázquez Burguillo, r. (13 de 11 de 2015). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-efectivo.html>
- Vela, C. (2018). *Estado de Situación Inicial*. Obtenido de Debitoor : <https://debitoor.es/guia-pequenas-empresas/contabilidad/el-balance-de-situacion-y-su-importancia>
- Velásquez Vargas, G. (2020). Diversas Perspectivas del Marketing . *Marketing Puro*, <https://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com/>.
- Ventura, L. (20 de Septiembre de 2015). Ecuador es perfecto para nuevos negocios . (R. Líderes, Entrevistador)
- Zamora Boza, C. (2017). Importance of Entrepreneurship to the Economy: The Case of Ecuador. *Espacios*, 1-12.

9. Anexos

Anexo 1: Matriz de identificación de riesgos y oportunidades

IDENTIFICACIÓN RIESGO	RIESGO: AMENAZA / OPORTUNIDAD	ACCIONES A TOMAR	ESTADO DEL RIESGO: AMENAZA / OPORTUNIDAD
Nuevas tendencia de consumo nutritivo	Riesgo Positivo: Oportunidad	1°- Satisfacer la demanda insatisfecha con la creación de nuevos productos 2°- Captación y fidelización de los clientes brindando productos de calidad acorde a la necesidad del cliente	En gestión
Mercado en constante crecimiento	Riesgo Positivo: Oportunidad	1°- Realizar estudio de factibilidad 2°- Generar más plazas de trabajo	En gestión
Exportación (Alto potencial de demanda de frutas deshidratadas en extranjero)	Riesgo Positivo: Oportunidad	1°- Buscar aliados estratégicos en el mercado extranjero 2°- Producir productos orgánicos, amigables con el medio ambiente y que no perjudiquen la salud humana.	En gestión
Transformación Digital	Riesgo Positivo: Oportunidad	1°- Integración de tecnología en todas las áreas de la microempresa 2°- Diseñar estrategias digitales (Marketing digital, redes sociales, ventas online)	En gestión
Alta competencia de productos similares.	Riesgo Negativo: Amenaza	1°- Investigar el mercado y la introducción de nuevos productos 2°- Innovar los productos según la necesidad del cliente	Mitigación activada
Incremento de emprendimientos con el mismo giro de negocio	Riesgo Negativo: Amenaza	1°- Estudiar los precios del mercado en función de la competencia 2°- Buscar estrategias de fidelización con el cliente	Mitigación activada
Inflación	Riesgo Negativo: Amenaza	1°- Hacer inversiones de alto rendimiento	Mitigación activada

Anexo 2: Formulario de encuesta aplicado mediante Google Form

Propuesta para la Creación de una Microempresa Dedicada a la Producción y Comercialización de un Snack de Frutas Deshidratadas.

Objetivo: El presente cuestionario se realiza para conocer cuál es la aceptación de frutas deshidratadas en la población de Pichincha.

***Obligatorio**

1. Dirección de correo electrónico *

2. Señale su tipo de genero

Marca solo un óvalo.

Femenino

Masculino

3. 1. ¿En su alimentación diaria consume frutas? *

Marca solo un óvalo.

Si

No

4. 2. ¿Consumo usted algún tipo de frutas deshidratadas o secas? *

Marca solo un óvalo.

Si

NO

Anexo 3: Formato de encuesta para aplicación de campo



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

Objetivo: El presente cuestionario se realiza para conocer cuál es la aceptación de frutas deshidratadas en la población de Cayambe.

Instrucciones: Tómese el tiempo para contestar con sinceridad las siguientes preguntas y si tiene la necesidad de recomendar alguna situación a esta investigación será de mucha ayuda.

1. ¿En su alimentación diaria consume frutas?

SI

NO

2. ¿Consume usted algún tipo de frutas deshidratadas o secas?

SI

NO

3. Le gustaría adquirir un snack de frutas deshidratadas

Si

No

4. ¿Con que frecuencia consume las frutas deshidratadas?

Diariamente

Una vez por semana

Una vez al Mes

5. ¿En qué presentación le gustaría adquirir las frutas deshidratadas?

	1	2	3	4	5
Sachet					
Frascos de vidrio					
Bandejas pequeñas					
Fundas personalizadas					
Bolsas cierre hermetico					
Bolsas ecologicas					

6. ¿Cuál es el precio que usted pagaría por adquirir las frutas deshidratadas?

50 gramos \$ 1,25

100 gramos \$2,75

150 gramos \$3,25

200 gramos \$4,00

7. ¿En qué lugares desearía adquirir las frutas deshidratadas?

Tiendas de Barrio

Despensas

Supermercados

Compra Virtuales

Otros

8. ¿En qué medio de comunicación le gustaría que diéramos a conocer nuestro producto?

Radio

Prensa

Internet

Redes Sociales

9. ¿Se siente satisfecho con las frutas deshidratadas que actualmente ofrece el mercado?

SI

NO

10. De las siguientes frutas cuales son de su agrado

	1	2	3	4	5
Pina					
Kiwi					
Frujilla					
Mango					
Manzana					

11. ¿Qué espera usted que contengan el snack de frutas deshidratadas?

Buena Calidad

Delicioso Sabor

Enriquecidas con Vitaminas

Propiedades Nutricionales

Un Empaque Práctico

12. De los siguientes tipos de marcas de frutas deshidratadas cual es la que usted consume

Del Sur

Natural's

Otros

¡¡¡Gracias.....!!!

Anexo 4: Ficha técnica de Mix de frutas presentación 1

Nombre del producto	MIX DE FRUTAS x100 gr.
Composición del producto	Manzana (20 gr) Mango (20 gr) Frutilla (20 gr) Uvilla (20 gr) Piña (20 gr)
Presentación comercial	Mix de frutas por 100 gr, empacado en fundas de cierre hermético
Tipo de envase	Funda de cierre hermético
Condiciones de conservación	Consérvese en un lugar fresco
Tipo de Tratamiento	Fruta deshidratada por calor
Vida Útil Estimada	60 días después de su elaboración
Porción recomendada	45 gr diarios

Anexo 5: Ficha técnica de Mix de frutas presentación 2

Nombre del producto	MIX DE FRUTAS x100 gr.
Composición del producto	Manzana (20 gr) Mango (20 gr) Frutilla (20 gr) Uvilla (20 gr) Piña (20 gr)
Presentación comercial	Mix de frutas por 100 gr, empacado en bandejas personalizadas
Tipo de envase	Bandejas de Plástico
Condiciones de conservación	Consérvese en un lugar fresco
Tipo de Tratamiento	Fruta deshidratada por calor
Vida Útil Estimada	60 días después de su elaboración
Porción recomendada	45 gr diarios

Anexo 6: Ficha técnica de Manzana Deshidratada

Nombre del producto	Manzana Deshidratada
Composición del producto	Manzana (100 gr)
Presentación comercial	Paquete de Manzana de primera calidad deshidratada, sin químicos ni conservantes en presentación de 100 gr
Tipo de envase	Funda de cierre hermético
Condiciones de conservación	Consérvese en un lugar fresco
Tipo de Tratamiento	Fruta deshidratada por calor
Vida Útil Estimada	60 días después de su elaboración
Porción recomendada	45 gr diarios