



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS**  
**CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**TIPO:** Proyectos de Investigación

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA  
QUIJOS FRUT DE LA PARROQUIA SAN FRANCISCO DE BORJA,  
CANTÓN QUIJOS, PROVINCIA DE NAPO, PARA EL PERÍODO  
2017- 2019.**

**AUTORA:**

**MARTHA ADALIGIA FLOR CEVALLOS**

**RIOBAMBA- ECUADOR**  
**2019**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por la señorita Martha Adalgia Flor Cevallos, quien ha cumplido con las normas de investigación y certificación y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

---

Ing. Juan Carlos Castillo Moya  
**DIRECTOR/A**

---

Ing. Franqui Fernando Esparza Paz  
**MIEMBRO**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Martha Adalgia Flor Cevallos, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 17 de enero del 2019

---

Martha Adalgia Flor Cevallos

C.C. 15006884-1

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de investigación quiero dedicar a Dios, por darme sabiduría para cumplir una meta más de mi vida. También a mis padres, a mi esposo y a mi hijo por brindarme el apoyo incondicional a lo largo de la carrera.

Martha Adaligia Flor Cevallos

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Escuela de Administración de Empresas especialmente a la Carrera Ingeniería de Empresas, por abrirme las puertas para formarme profesionalmente, para responder satisfactoriamente en el desempeño académico.

De igual manera, a mi director y miembro quienes me apoyaron en la realización del proyecto de investigación.

Martha Adalgia Flor Cevallos

## ÍNDICE GENERAL

2018 .....	i
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE GENERAL .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xiii
RESUMEN .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
INTRODUCCIÓN .....	16
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA .....	17
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	17
1.1.1 Formulación del problema .....	18
1.1.2 Delimitación del problema .....	18
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	19
1.3 OBJETIVOS .....	20
1.3.1 Objetivo General .....	20
1.3.2 Objetivos Específicos .....	20
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO .....	21
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	21
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	22
2.2.1 Definición de plan de negocios .....	22
2.2.2 Esquema de un plan de negocios .....	23
2.2.3 Plan de marketing .....	24
2.2.4 Plan operativo o técnico .....	27
2.2.5 Plan administrativo .....	29
2.2.6 Plan de gestión financiera .....	32

2.3 Hipótesis o idea a defender .....	36
2.4 Variables .....	36
2.4.1 Variable Independiente .....	36
2.4.2 Variable Dependiente .....	36
<b>CAPITULO II: MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>37</b>
3.1 Enfoque DE LA INVESTIGACIÓN .....	37
3.3.1 Investigación cuantitativa .....	37
3.3.2 Investigación cualitativa .....	37
3.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	37
3.2.1 Investigación de campo .....	37
3.2.2 Investigación Bibliográfica.....	38
3.2 TIPOS DE ESTUDIOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	38
3.2.1 Descriptivo.....	38
3.2.3 Exploratorio .....	38
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
3.3.1 Muestra .....	39
3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	40
3.4.1 Métodos .....	40
3.4.2 Técnicas .....	41
3.4.3 Instrumentos.....	41
3.5 RESULTADOS .....	42
3.5.1 Análisis de resultados de las encuesta .....	42
3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER .....	66
<b>CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....</b>	<b>68</b>
4.1 TÍTULO .....	68
4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	68
4.3 PLAN DE MARKETING.....	69
4.3.1 Segmentación de mercado .....	69

4.3.2 Demanda y oferta.....	70
4.3.3 Las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter .....	74
4.3.4 Análisis F.O.D.A .....	76
4.3.5 Estrategias de diferenciación por el Marketing MIX o 4P .....	80
4.4 Plan técnico.....	86
4.1.1 Localización.....	86
4.4.2 Materias primas.....	87
4.4.3 Mapa de procesos.....	87
4.4.4 Flujoigramas de procesos.....	90
4.5 Plan Administrativo .....	92
4.5.1 Misión y visión .....	92
4.5.2 Estructura organizacional .....	93
Simbología.....	93
4.5.3 Perfil de puestos y funciones .....	94
4.6 Plan financiero .....	99
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	116
Conclusiones.....	116
Recomendaciones .....	117
Bibliografía .....	118
Anexos .....	120

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Necesidades, deseos y demandas .....	25
Tabla N° 2: Población o universo .....	40
Tabla N° 3: Marca.....	42
Tabla N° 4: Conocimiento de la misión, visión y estructura organizacional .....	43
Tabla N° 5: Importancia de un producto innovador .....	44
Tabla N° 6: Estrategias para expandirse en el mercado y clases sociales .....	45
Tabla N° 7: Influencia en el consumo de los productos .....	46
Tabla N° 8: Estándares de los productos y cumplimiento de normas de producción.....	47
Tabla N° 9: Manejo de desechos, cumplimiento de normas ambientales .....	48
Tabla N° 10: Medios que realizan la publicidad.....	49
Tabla N° 11: Quejas o reclamos de los trabajadores .....	50
Tabla N° 12: Canales de distribución de la empresa .....	51
Tabla N° 13: Edad.....	52
Tabla N° 14: Marca.....	53
Tabla N° 15: Aspectos para elegir pulpa de frutas congeladas.....	54
Tabla N° 16: Factores para no consumir un producto .....	55
Tabla N° 17: Frecuencia que compra pulpa de frutas.....	56
Tabla N° 18: Lugar para adquirir pulpa de frutas .....	57
Tabla N° 19: Identificación de la marca .....	58
Tabla N° 20: Gusto que tiene el cliente al comprar pulpa de frutas .....	59
Tabla N° 21: Precios de las pulpas .....	60
Tabla N° 22: Volver a comprar los productos de la empresa .....	61
Tabla N° 23: Edad.....	62
Tabla N° 24: Sexo.....	63
Tabla N° 25. Dimensión Geográfica.....	69
Tabla N° 26. Dimensión Conductual y demográfica.....	70
Tabla N° 27. Demanda de la pulpa de frutas .....	70
Tabla N° 28. Proyección de la demanda.....	71
Tabla N° 29. Oferta.....	72
Tabla N° 30. Proyección de la oferta.....	72

Tabla N° 31. Demanda potencial insatisfecha .....	73
Tabla N° 32. Fortalezas .....	76
Tabla N° 33. Debilidades.....	76
Tabla N° 34. Ponderación.....	77
Tabla N° 35. Oportunidad.....	78
Tabla N° 36. Amenazas .....	78
Tabla N° 37. Ponderación.....	78
Tabla N° 38. Descripción del producto .....	80
Tabla N° 39. Precio de los productos de pulpa de frutas Quijos Frut. ....	82
Tabla N° 40. Símbolos del Institucional Nacional de Estandarización Americano .....	90
Tabla N° 41. Perfil de puesto gerente .....	94
Tabla N° 42. Perfil de puesto secretaria .....	95
Tabla N° 43. Perfil de puesto de producción .....	96
Tabla N° 44. Perfil de puesto Jefe de ventas .....	97
Tabla N° 45. Perfil de puesto contador (a) .....	98
Tabla N° 46. Plan de inversión .....	99

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Esquema de un plan de negocios .....	23
Gráfico N° 2: Fases en la elaboración del plan de marketing.....	25
Gráfico N° 3: Estructura de un estudio técnico .....	28
Gráfico N° 4: Marca .....	42
Gráfico N° 5: Conocimiento de la misión, visión y estructura organizacional .....	43
Gráfico N° 6: Importancia de un producto innovador .....	44
Gráfico N° 7: Estrategias para expandirse en el mercado y clases sociales .....	45
Gráfico N° 8: Influencia en el consumo de los productos .....	46
Gráfico N° 9: Estándares de los productos y cumplimiento de normas de producción .	47
Gráfico N° 10: Manejo de desechos, cumplimiento de normas ambientales .....	48
Gráfico N° 11: Medios que realizan la publicidad .....	49
Gráfico N° 12: Quejas o reclamos de los trabajadores .....	50
Gráfico N° 13: Canales de distribución de la empresa .....	51
Gráfico N° 14: Edad .....	52
Gráfico N° 15: Marca .....	53
Gráfico N° 16: Aspectos para elegir pulpa de frutas congeladas .....	54
Gráfico N° 17: Factores para no consumir un producto .....	55
Gráfico N° 18: Frecuencia que compra pulpa de frutas.....	56
Gráfico N° 19: Lugar para adquirir pulpa de frutas.....	57
Gráfico N° 20: Identificación de la marca.....	58
Gráfico N° 21: Gusto que tiene el cliente al comprar pulpa de frutas .....	59
Gráfico N° 22: Precios de las pulpas .....	60
Gráfico N° 23: Volver a comprar los productos de la empresa.....	61
Gráfico N° 24: Edad .....	62
Gráfico N° 25: Sexo.....	63
Gráfico N° 26: Fases del Plan de Negocios.....	68
Gráfico N° 27: Demanda .....	71
Gráfico N° 28: Oferta .....	73
Gráfico N° 29. Cinco fuerzas de Michael Porter .....	74
Gráfico N° 30. Estrategias de comercialización por el Marketing MIX o 4P .....	80

Gráfico N° 31. Canal de distribución empresa Quijos Frut.....	81
Gráfico N° 32. Imagen corporativa en la camioneta .....	83
Gráfico N° 33. Imagen corporativa en el camión .....	83
Gráfico N° 34. Twitter .....	84
Gráfico N° 35. Facebook .....	84
Gráfico N° 36. Valla publicitaria.....	85
Gráfico N° 37. Correo electrónico .....	85
Gráfico N° 38. Ubicación de la empresa Quijos Frut.....	86
Gráfico N° 39. Mapa de procesos Quijos Frut.....	89
Gráfico N° 40. Quijos Frut .....	92

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1:</b> Encuesta dirigida a administrativos y operarios de la empresa Quijos Frut.	120
<b>Anexo 2:</b> Encuesta dirigida a clientes de la empresa Quijos Frut .....	123
<b>Anexo 3:</b> Entrevista .....	126
<b>Anexo 4:</b> Fotos.....	128

## RESUMEN

El proyecto de investigación se enfoca en elaborar un Plan de Negocios para la empresa Quijos Frut de la Parroquia San Francisco de Borja, cantón Quijos, provincia de Napo que permita mejorar la gestión administrativa y operativa. La investigación se sustenta mediante un análisis y diagnóstico de la situación actual de la empresa Quijos Frut, a través de una encuesta aplicada al personal administrativo y operativo de la organización, así como a los clientes potenciales que adquieren la pulpa de fruta. Asimismo, se realizó una entrevista a la propietaria de la empresa. La problemática de la investigación es la inexistencia de un plan de negocios, además que se necesita capacitación en atención al cliente para incentivar a cada uno de los miembros para que se identifiquen con la misión, visión y objetivos de la organización. Es trascendental elaborar un producto de calidad con la utilización adecuada de parámetros de eficiencia y eficacia. El estudio financiero y varios indicadores financieros determinaron la viabilidad del proyecto por ejemplo se cuenta con un VAN de \$ 86.837,96, TIR de 75,50%, PRI de 1 año y 16 días y una rentabilidad de \$ 5,96. La empresa Quijos deberá cumplir con los requisitos establecidos, en cuanto a registros sanitarios y etiquetas en donde se verifica las características y beneficios del producto. Por lo tanto se evidencia que el presente plan de negocios es viable y consecuentemente se recomienda su aplicación para aumentar la productividad, competitividad y rentabilidad de la empresa.

**Palabras Claves:** <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS> <PLAN DE NEGOCIOS> <PRODUCCIÓN> <VALOR ACTUAL NETO (VAN)> < TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)> < QUIJOS (CANTÓN)>.

---

Ing. Juan Carlos Castillo Moya  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

## ABSTRACT

The research project focuses on preparing a Business Plan for the company Quijos Frut of the San Francisco de Borja Parish, Quijos canton, Napo province, which will improve administrative and operational management. The research is supported by an analysis and diagnosis of the current situation of the company Quijos Frut, through a survey applied to the administrative and operational staff of the organization, as well as potential customers who acquire the fruit pulp. Likewise, an interview was conducted to the owner of the company. The problem of the research is the lack of a business plan, and the need of training in customer service to encourage each member to identify with the mission, vision and objectives of the organization. It is transcendental to develop a quality product with the appropriate use of parameters of efficiency and effectiveness. The financial study and several financial indicators determined the viability of the project, for example, it has a NPV of \$ 86.837,96, IRR of 75, 50%, PRI of 1 year and 16 days and a profit of \$ 5, 96. The company Quijos must comply with the established requirements, in terms of health records and labels where the characteristics and benefits of the product are verified. Therefore, it is evident that the present business plan is feasible and consequently its application is recommended to increase productivity, competitiveness and profitability of the company.

**Key Words:** <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES> <BUSINESS PLAN> <PRODUCTION> <NET PRESENT VALUE (NPV)> <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)> <QUIJOS (CANTON)>.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación está enfocado en el desarrollo de un plan de negocios para la empresa Quijos Frut de la Parroquia San Francisco de Borja de la ciudad del Tena, para lo cual inicia con un diagnóstico situacional, mediante un estudio administrativo, técnico, marketing y financiero.

A continuación, se detallan el contenido de cada uno de los capítulos:

En el capítulo I, contiene el problema, que consiste en el planteamiento del problema, la formulación y la delimitación del problema, la justificación en la cual se menciona porque es importante realizar la investigación y finalmente se plantean el objetivo general y los específicos del plan de negocios.

En el capítulo II se determina el marco teórico, inicia con los antecedentes y la fundamentación teórica, lo cual consta de conceptos y definiciones de cómo realizar un el plan de negocios e importancia, los distintos elementos. Por otro lado, se presenta conceptos de un plan administrativo, operativo, técnico y financiero, con la finalidad de conocer y obtener información de las variables.

En el capítulo III se define la metodología de la investigación, en la cual se aplica técnicas e instrumentos para recolectar información y conocer la situación actual de la empresa, en donde, se desarrolló la modalidad de la investigación, tipos de investigación, población muestra, y la interpretación y análisis de los datos, en lo cual se realizó las tablas, gráficos estadísticamente.

En el capítulo IV se define el marco propositivo, el cual está compuesto por el desarrollo del plan de negocios para la empresa Quijos Frut, cuyo propósito es mejorar la situación actual de la empresa a través de aplicar estrategias y parámetros del estudio administrativo, técnico, marketing y financiero, con el objetivo posesionar en el mercado.

Finalmente se presentó las conclusiones y recomendaciones, la bibliografía y los anexos.

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La humanidad se desenvuelve en un mundo con cambios y adelantos tecnológicos, por lo tanto, surge la necesidad de elaborar un plan de negocios para la empresa Quijos Frut de la Parroquia San Francisco de Borja, cantón Quijos, provincia de Napo, que permita direccionar cada una de las acciones que se llevan a cabo en la organización.

La empresa Quijos Frut inició sus actividades hace 5 años, la dueña y gerente general es la señora Patricia Rodríguez. Esta organización se dedica a la producción y comercialización de pulpa de frutas congeladas, la misma que ha sido aprobada por las PYMES cumpliendo como pequeña empresa con todo el reglamento establecido. Actualmente cuenta con 20 trabajadores, ocho administrativos y doce operarios,

Cabe mencionar que su objetivo es tener posesión en todo el mercado de la provincia de Napo, pero la empresa Quijos Frut a lo largo de los cinco años de su existencia no ha podido contar con una correcta y oportuna aplicación de las herramientas de gestión administrativa y estrategias adecuadas, por lo tanto, con el proyecto de investigación se propone elaborar un plan de negocios, con el fin de dar solución a los problemas que actualmente está atravesando la organización.

Entre los problemas principales de la empresa se diferencian los siguientes:

- La empresa últimamente ha tenido problemas en la administración de los ingresos anuales, revisión de inventarios, materias primas e insumos.
- Inexistencia de un plan de negocios enfocado al análisis y estudio administrativo, técnico, marketing y financiero, pues últimamente existe carencia en estas áreas.
- Dentro de los inconvenientes socio económicos la empresa Quijos Frut, tiene poca capacidad de negociación frente a proveedores y clientes, desconocimiento de la imagen corporativa en el mercado y la competencia.

- En lo que se refiere a lo tecnológico tiene una ausencia de modernización en sus esquemas empresariales, dando como resultado problemas en los acabados de los productos, una mala distribución de la planta y un inadecuado control del personal.
- Inexistencia de definiciones de obligaciones y responsabilidades administrativas, contables y comerciales, dando como consecuencia el desconocimiento en los costos reales de producción, no poder ser competitiva la organización en el mercado y el fallo en la dirección de las personas que laboran.
- Debilidad en la estructura organizacional y reglamentación interna, lo que resulta que el talento humano no este enfocado en la misión, visión, valores y principios de la empresa, por tanto, resta las posibilidades de crecimiento empresarial a corto, mediano y largo plazo.
- Falencia en la aplicación de método estratégico de comercialización, lo que da como efecto no tener un mayor posicionamiento de la marca y reputación empresarial, que permita resolver progresivamente las dificultades actuales que está atravesando la empresa Quijos Frut e identificar posibles riesgos para la correcta toma de decisiones.

### **1.1.1 Formulación del problema**

¿La inexistencia de un Plan de Negocios en la empresa Quijos Frut de la Parroquia San Francisco de Borja (Quijos), ocasiona insolvencias administrativa, técnica, marketing y financiera?

### **1.1.2 Delimitación del problema**

El problema antes mencionado tiene como **objeto:** Elaboración de un Plan de Negocios

**Campo:** Gestión, innovación y desarrollo empresarial

**Área:** Dirección Administrativa

**Espacio:** Empresa Quijos Frut de la Parroquia San Francisco de Borja, provincia de Napo

**Tiempo:** Período 2017- 2019.

## 1.2 JUSTIFICACIÓN

### **Teórico**

Desde el punto de vista teórico, el trabajo está sustentado mediante documentos, sitios web, artículos científicos y normas internacionales de calidad de autores que sustentan la información utilizada para el proyecto de investigación, cuya finalidad es elaborar un plan de negocios como ventaja competitiva para los productos y servicios de la Empresa Quijos Frut y de alguna manera dar solución a los problemas presentados actualmente en el área administrativa, operativa, financiera, comercial y establecer las líneas estratégicas necesarias.

### **Práctico**

Desde la perspectiva de factibilidad un plan de negocios es una herramienta que permite a la empresa organizarse en los ámbitos económicos, sociales y ambientales, a través de la adecuada aplicación de procesos de producción, la delegación de personal idóneo que cumpla funciones y responsabilidades jerárquicas. También servirá para establecer una técnica de comercialización basadas en estrategias de marketing, para un mejor posicionamiento del producto y la satisfacción de necesidades a los clientes.

Además con el plan de negocios se desarrolla nuevos procedimientos de mejora para generar oportunidades de empleo y puestos de trabajo para la ciudadanía del cantón Quijos.

### **Académico**

El presente proyecto de investigación motiva al desarrollo y a la vez a poner en práctica los conocimientos académicos adquiridos a lo largo de la formación y estudio en el campo empresarial, cuyo objetivo se enfoca a tener como resultado un plan de negocios como herramienta de gestión para la empresa Quijos Frut.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo General**

Elaborar un Plan de Negocios en la empresa Quijos Frut de la Parroquia San Francisco de Borja, cantón Quijos, provincia de Napo que permite mejora la gestión administrativa y operativa durante el periodo económico 2017- 2019.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual de la empresa Quijos Frut de la Parroquia San Francisco de Borja, cantón Quijos.
- Identificar estrategias adecuadas para mejorar la administración, producción y comercialización en la empresa Quijos Frut.
- Implementar un plan de negocios a través de procesos definidos, en base a funciones y resultados

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Con el propósito de fundamentar el proyecto de investigación se ha estimado los distintos enfoques que le dan autores con relación a un plan de negocios, a continuación se presenta algunas conclusiones de investigaciones realizadas.

Según Montenegro (2015) en su tesis concluye que:

Mediante el plan de negocios se determinó la situación actual de la empresa, además se realizó un mapa de procesos claves para que la empresa presente un producto y servicio de calidad, iniciar un procedimiento de inspección hasta la entrega de los certificados orgánicos.

Se desarrolló la misión, visión, funciones y responsabilidades de la organización, con el fin de contar con una administración sinérgica y enfocada a cumplir objetivos.

El plan de negocios es importante para desarrollar e incrementar aspectos, administrativos, para la correcta aplicación de estrategias de marketing, proceso de operación y evaluación financiera. Además, que permite determinar la viabilidad de una empresa, y se proponga identificar los aspectos clave para presentar su iniciativa ante potenciales socios estratégicos, inversionistas u otras fuentes de financiación. Esta guía es especialmente importante para todo aquel que esté interesado en montar una empresa y en identificar todas las variables necesarias para su puesta en marcha.

Un plan de negocios permite determinar los aspectos más importantes para la creación y a estructuración de la empresa. Por tanto, dicha herramienta que permite identificar a la organización las fortalezas y debilidades.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.2.1 Definición de plan de negocios.**

Andía y Paucara (2013) manifiesta que:

Es un documento, el cual es el resultado de una planificación. Donde muestra los objetivos que se quieren obtener y las actividades que se desarrollarán para lograr dichos objetivos, es un instrumento de gestión de la empresa que sirve de guía para el emprendedor o empresario, también permite comunicar una idea de negocio para gestionar su financiamiento, marketing, técnico u operativo. Un plan de negocios es útil para ayudar a conocer el negocio sus antecedentes, las estrategias, factores de éxito o fracaso y las metas (p. 1).

Un plan de negocios es una forma de planificación, gestión y de poner por escrito los aspectos, actividades y parámetros de una empresa. Es una herramienta con una serie de actividades relacionadas entre sí, que ayuda a describir de forma detallada un negocio, debe ser estructurada de forma sencilla.

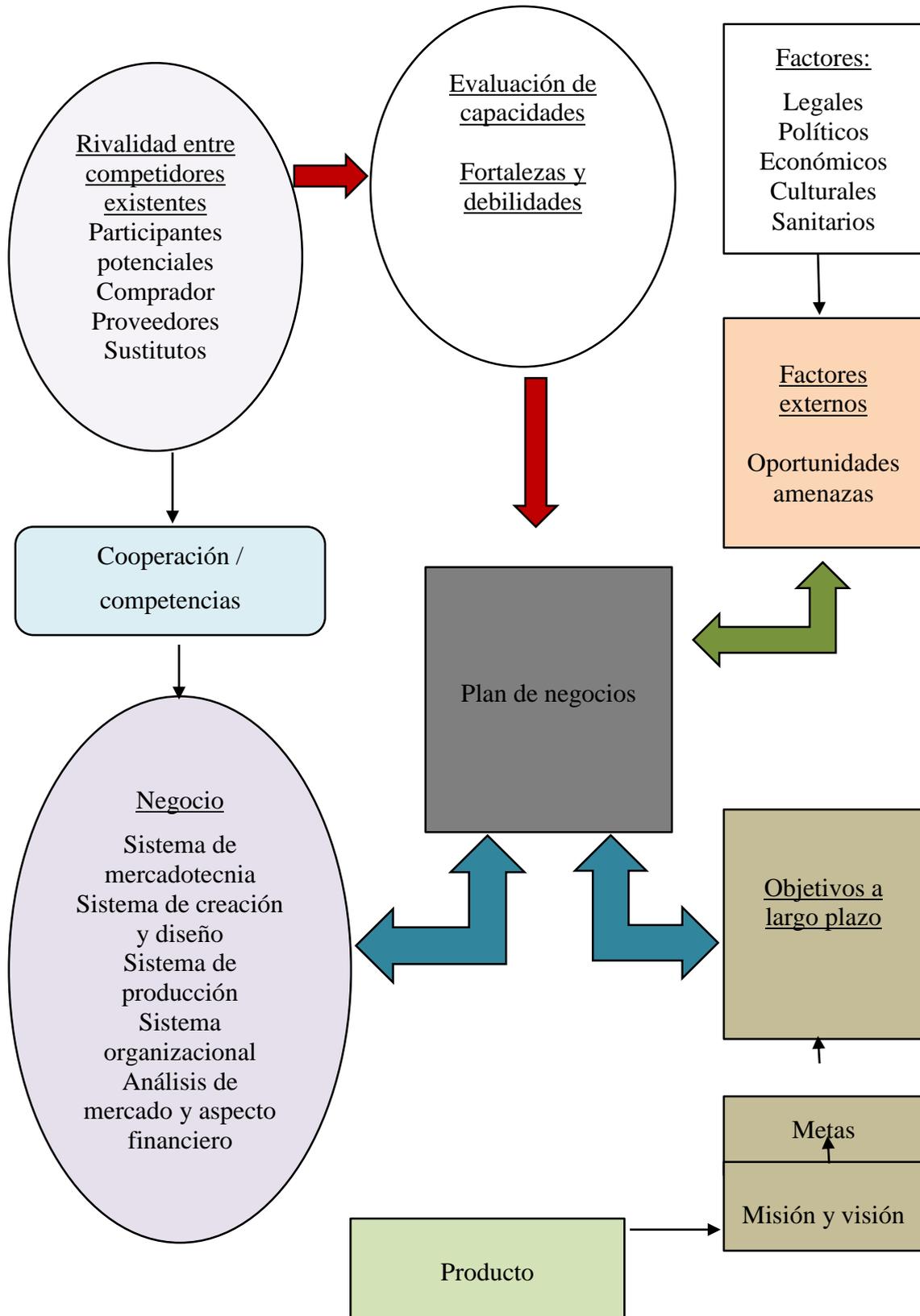
Buendía (2012) “Un plan de negocios es un documento detallado y ordenado que se puede relacionar como un mapa, donde se describe la trayectoria operacional y financiera de una empresa” (p. 2)

#### **2.2.1.1 Características de un plan de negocio**

- Investigar la industria donde planea desempeñarse
- Desarrollar un plan con factores que incentiven a que el negocio tenga éxito
- Define cuidadosamente cada fase del negocio
- Recabar la información necesaria para determinar su viabilidad.
- Examinar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del negocio
- Debe ser claro, no dejar las ideas y debe utilizar términos precisos, sin dar vueltas muchas vueltas (Buendía, 2012, pág. 3).

## 2.2.2 Esquema de un plan de negocios

Gráfico N° 1: Esquema de un plan de negocios



Fuente: Buendía (2012)

## **Beneficio de un plan de negocios**

Buendía (2012) menciona que:

- Para aclarar y tener nuevas ideas de negocios
- Aprovechar oportunidades
- Anticiparse a riesgos y problemas empresariales
- Estudiar la factibilidad real de la idea antes de realizar un compromiso financiero y personal (tiempo y dinero) significativo.
- Obtener financiamiento, a través de préstamos e inversiones
- Buscar empleados por competencias
- Revisar periódicamente los avances y fijar nuevas rutas de acción.

### **2.2.3 Plan de marketing**

Escudero (2012)

El marketing es un proceso de planear y ejecutar el proyecto de la empresa sobre: producto, precio, promoción y distribución; para crear intercambios y servicios que satisfagan tanto las metas individuales como las corporativas, es decir, marketing engloba todo lo que debe hacer la empresa cuando saca un nuevo producto o servicio, haciendo que los clientes potenciales lo conozcan, lo quieran y lo compren. (p. 15)

Sainz de Vicuña (2016) dice “El plan de marketing es una cara de navegación clara y concisa en la que resulta fácil situarse, descubrir todos los elementos que nos rodean, intuir todas las amenazas y oportunidades y en líneas generales, te enseña que la innovación es el norte de toda acción de marketing” (p. 16)

#### **2.2.3.1 Necesidades, deseos y demandas**

Monferrer (2013) dice que “El marketing reside en las necesidades de las personas, entendidas como una carencia genérica, ya sea física (la alimentación, el vestido o la

seguridad), social (la aceptación o la pertenencia a un grupo) o individual (como la autorrealización personal)” (p. 19)

**Tabla N° 1:** Necesidades, deseos y demandas

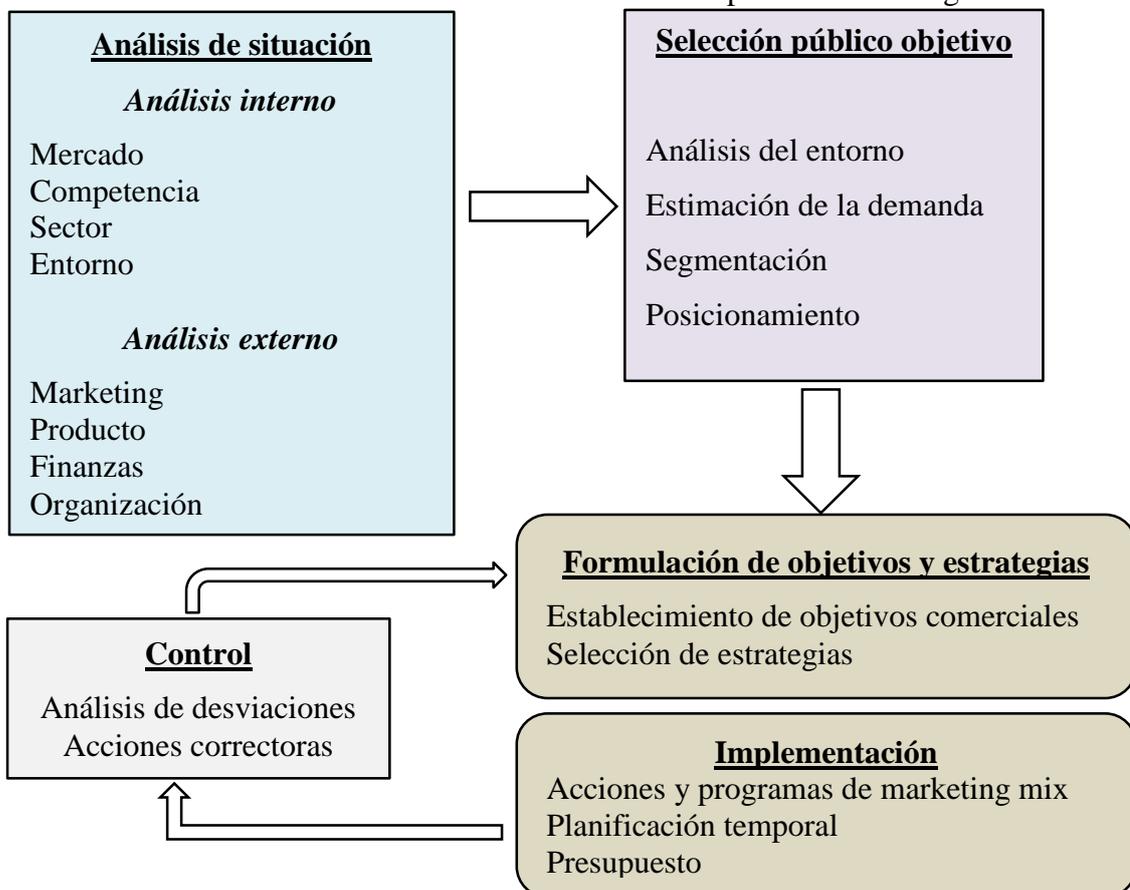
Necesidad	Deseo	Demanda
Alimentación	Solomillo	Pechuga de pollo
Vestido	Traje de Pierre Cardín	Traje de Zara
Transporte	Vehículo propio	Autobús público
Autoestima	Mercedes	Collar de conchas

**Fuente:** Monferrer (2013)

El consumidor constantemente está desarrollando constantemente necesidades y deseos, la diferencia es que un deseo no siempre debe cumplir el consumidor, mientras que una necesidad es parte del diario vivir de las personas, mientras que la demanda es algo específico y satisface la necesidad.

### 2.2.3.2 Fases en la elaboración del plan de marketing

**Gráfico N° 2:** Fases en la elaboración del plan de marketing



**Fuente:** Monferrer (2013)

### **2.2.3.2 Producto**

Monferrer (2013) menciona que:

El término producto sugiere un bien físico, es decir, como una propuesta de valor, mediante, un conjunto de ventajas que contribuyen a satisfacer las necesidades y se materializa en una oferta que supone una combinación de productos físicos, servicios, información, experiencias, entre otros (p. 20).

El producto no es necesariamente físico, pues puede ser también acontecimientos de espectáculos artísticos, las experiencias, las personas, lugares y empresas que se enfocan a los ámbitos de negocios y a satisfacer necesidades de clientes.

### **2.2.3.3 Estudio del mercado**

Salazar (2013) el estudio de mercado “abarca variables sociales y económicas, cuya finalidad es demostrar que existe un número significativo de individuos, empresas y otras identidades económicas que presentan una demanda de bienes o servicios que justifican un programa de producción en cierto periodo” (p. 25)

Gemelamente un mercado es un espacio en donde existe una relación entre compradores y vendedores de un bien o un servicio, mediante procesos de planificar y ejecutar acciones de producto, precio, distribución y comunicación.

### **2.2.3.4 Distribución**

Asensio (2012): “La distribución es entendida como el alcance que tiene nuestro producto, o sea, cómo llega a los posibles demandantes o usuarios. Una regulación municipal de aparcamientos por áreas o zonas geográficas, en función de la población residente”. (p. 40)

La distribución son los medios que realizan las empresas o negocios para transferir un producto o servicio hasta el consumidor, plaza o mercado para la venta. Su principal finalidad es hacer llegar hasta el consumidor bien o servicio, pues es el responsable de

agregar valor en tiempo y en lugar.

#### **2.2.3.5 Cliente**

Ferrer & Medina (2014) dicen que “Se puede considerar la existencia de clientes privados, que se pueden identificar de modo personal, y de clientes corporativos o públicos, clientes nacionales o internacionales.” (p. 58)

Los clientes son las personas que adquieren un producto o utilizan un servicio para satisfacer expectativas, a cambio entrega un pago, los mismos que pueden ser comprados en un sector público o privado.

#### **2.2.4 Plan operativo o técnico**

Fernández (2011) determina que “Es un procedimiento que ayuda a la alineación de estrategias que se pondrán en marcha en la empresa o negocio, asegura que todos los recursos se utilizaran adecuadamente. Es el conjunto de actividades de dirección y administración de una empresa”. (p. 76)

La gestión implica el establecimiento de metas y objetivos, así como la evaluación de su desempeño y el cumplimiento, además del desarrollo de una estrategia operativa que garantiza la supervivencia de un producto y servicio de calidad.

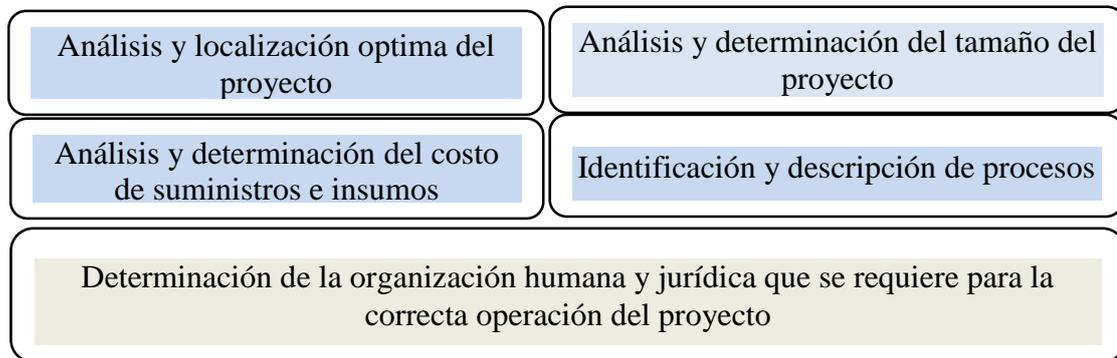
Baca (2012) “El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal” (p. 2)

El estudio técnico se encarga de analizar las mejores opciones tecnológicas, procesos y mano de obra para producir un bien o un servicio y a la vez verificar la factibilidad técnica de un negocio.

Salazar (2013) “El Plan técnico tiene como objetivo llegar a diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles, para el producto deseado sea este un bien o servicio”. (p. 23)

### 2.2.4.1 Estructura de un estudio técnico

**Gráfico N° 3:** Estructura de un estudio técnico



**Fuente:** Baca (2012)

### 2.2.4.2 Localización de un plan de negocios

López (2015) menciona que:

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo, se trata de determinar el sitio donde se instalará la planta, ubicación del mercado de consumo, las fuentes de materia prima y la mano de obra disponible, la infraestructura y servicios básicos (párr. 2).

Consiste en estudiar los distintos lugares para ubicar el proyecto, con el propósito de conocer los máximos beneficios, los mejores costos de producción, los consumidores, proveedores, condiciones de climas y vías de comunicación y transporte.

### 2.2.4.2 Tamaño óptimo de la planta

Terrazas (2013 ) afirma “El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica” (Párr. 1).

Es la capacidad instalada, es decir el volumen de producción de bienes y la generación de servicios en un periodo determinado. Con la adecuada utilización de materias primas, insumos, monto de inversión, mano de obra, entre otros.

### **2.2.4.3 Distribución de la planta**

Gutiérrez (2012 ) dice que “La distribución de planta consiste en la integración total, mínima distancia de recorrido, utilización del espacio cúbico, seguridad y bienestar para el trabajador, es decir ergonométrica y flexibilidad de operaciones” (p. 11).

Es una forma de distribuir adecuadamente los equipos, talento humano, maquinarias, materias primas e insumos, cuyo objetivo es minimizar el tiempo de producción, la reducción de riesgos laborales, motivación, adecuada utilización del espacio.

### **2.2.4.4 Gestión de procesos**

Bravo (2011) dice que: “ La gestión de procesos es una disciplina de gestión que ayuda a la dirección de la empresa a identificar, representar, diseñar, formalizar, controlar, mejorar y hacer más productivos los procesos de la organización para lograr la confianza del cliente”, (p. 9)

La gestión de procesos se enfoca en una serie de actividades para transformar un producto final, mediante la utilización de tecnología, materias primas, insumos y mano de obra excelente.

### **2.2.5 Plan administrativo**

Poter (2014) mediante un plan administrativo “las empresas han alcanzado el éxito, tomando en cuenta la planificación, organización, dirección y control de las actividades de una organización para alcanzar las metas establecidas”. (p. 56)

Con la elaboración de una plan administrativo la empresa puede definir, la misión, visión, valores, principios y la estructura organizacional, en donde se pueda seleccionar a los colaboradores más idóneos para el puesto de trabajo, evitando el desperdicio de tiempo, dinero. Además es el conjunto de actividades orientadas al logro de objetivos propuestos por la empresa a través de la utilización adecuada de recursos disponibles. Busca mejorar la capacidad administrativa y el desempeño laboral.

### **2.2.5.1 Misión**

Ocaña (2012) afirma que “La misión es la tarea que se encomienda a una empresa, para que sus negocios sean exitosos”. (p. 114)

La misión es la razón de ser de una empresa, es decir, son las actividades diarias que realiza una empresa, se caracteriza principalmente por presentar una identidad, actividades y una finalidad. Es el valor que genera una empresa mediante la producción de calidad o la generación de un servicio.

### **2.2.5.2 Visión**

Martínez y Milla (2012) afirma que “La visión de una compañía, que podríamos definir como la declaración que determina donde queremos llegar en el futuro. Una visión puede o no tener éxito, depende de si el resto sucede según la estrategia de la empresa” (p. 45).

La visión es proveer para el futuro, es la descripción de lo que la empresa desea y piensa alcanzar posteriormente. Por tanto, son expectativas que la organización espera que ocurra, mediante la búsqueda de trabajo eficiente para el cumplimiento de objetivos.

### **2.2.5.3 Estructura organizacional**

Ocaña (2012): “La estructura organizacional, se relaciona con el paradigma organizacional se depende de la autoridad emergente de la estructura, niveles de jerarquía, distribución de la autoridad y responsabilidades, entre otros factores” (p. 124)

La estructura organizacional es medios para manejar la empresa mediante funciones y responsabilidades jerárquicas, para lograr el cumplimiento de objetivos, establece líneas de autoridades.

Ferrer y Medina (2014) dicen que “La estructura organizacional puede depender de las funciones existentes en una empresa, como por ejemplo el marketing, los recursos humanos, la producción, las finanzas, la logística, la dirección, entre otras”(p. 58).

Bajo esa perspectiva, la estructura organizacional es un conjunto de acciones que maneja la empresa para el cumplimiento de objetivos a través de la división de funciones y lograr la eficiencia y eficacia de la agrupación.

#### **2.2.5.4 Planeación estratégica**

Ghemawat (2013) dice, la planeación estratégica es “la determinación de metas básicas a mediano y largo plazo; así como los objetivos de una empresa, la adopción de cursos de acción y la ubicación de recursos necesarios para cumplir con los objetivos” (p. 55).

La planeación estratégica se enfoca en guiar la misión, visión, los objetivos a corto, mediano y largo plazo, con la finalidad de orientar a la organización a aprovechar oportunidades económicas, crecimiento y rentabilidad. Además facilita a una correcta dirección, control y liderazgo, con la puesta en marcha de aspectos administrativos, operativos y financieros.

#### **2.2.5.5 Objetivos**

Jiménez (2016) señala que:

Los objetivos son resultados que una empresa pretende alcanzar, o situaciones hacia donde ésta pretende llegar. Son esenciales para el éxito de una empresa. Los objetivos permiten enfocar hacia una misma dirección, sirven de guía para la formulación de estrategias, sirven de guía para la asignación de recursos, sirven de base para la realización de tareas o actividades, permiten evaluar resultados, al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos (p. 1).

Los objetivos son importantes para el éxito de la organización, pues son una fuente de motivación, pues es una guía para el desarrollo de actividades, la asignación de recursos, materiales y la evaluación de resultados a corto, mediano y largo plazo. Los objetivos de una empresa deben ser medibles, es decir deben estar ligados a un periodo de tiempo y ser cuantitativos. Además es importante que sean claros, alcanzables y desafiantes y motivadores para cada uno de las personas que forman parte de la empresa.

## **Ventajas de establecer objetivos**

- Se enfoca a una misma dirección
- Ayuda a la formulación de estrategias
- Es una guía para la correcta asignación de recursos
- Es una base para la realización de acciones, actividades y la aplicación de funciones
- Permite evaluar resultados.

### **2.2.5.6 Innovación**

Villafañe (2014) afirma:

La innovación abarca varias líneas de gestión con la creación de nuevos productos, el desarrollo tecnológico, la búsqueda de nuevos modelos organizativos y nuevas formas de relaciones con el cliente, la innovación, nace de la cultura corporativa y depende de la capacidad del líder para establecer una cultura abierta en la organización. Las compañías innovadoras han sido capaces de formular y ejecutar una estrategia de innovación a través de la alineación entre los distintos departamentos funcionales internos y a través de alianzas con socios externos. (p. 22)

La innovación consiste generalmente en realizar un producto, servicio o proceso nuevo, mediante la aplicación adecuada de políticas y normas de mejora continua. También a través de prácticas y bajo los parámetros de la empresa.

### **2.2.6 Plan de gestión financiera**

Pérez (2014): “Es un conjunto de técnicas encaminada a dotar a la empresa de la estructura financiera idónea en función de sus necesidades mediante una adecuada planificación, elección y control de los Recursos Financieros” (p. 24).

El plan financiero contribuye a una serie de técnicas destinadas al manejo eficiente de los recursos económicos, a través de las cuales se permite dar cumplimiento a los objetivos y metas de la empresa. Es indispensable a la hora de analizar la viabilidad económica y financiera de la empresa.

### **2.2.6.1 Análisis financiero**

Baena (2012) determina que:

El análisis financiero es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos de hechos históricos y actuales de una empresa. Su propósito es el de obtener un diagnóstico sobre el estado real de la compañía, permitiéndole con ello una adecuada toma de decisión. (p. 23).

Consiste en la aplicación de herramientas y técnicas analíticas a los estados financieros de la empresa que permite ordenar, clasificar la información financiera con el propósito de obtener medidas, índices, razones de la situación económica de la empresa.

### **2.2.6.2 Control interno**

Escobar & Carvajal (2013) dicen que el control interno “es el plan de organización y el conjunto de métodos y medidas adoptadas dentro de una entidad para salvaguardar sus recursos, verificar la exactitud y la veracidad de la información financiera y administrativa, promover eficiencia en las operaciones”.

Es un conjunto de áreas funcionales enfocadas al área específicamente financiera, cuyo objetivo la fiabilidad de la información contable, los estados financieros y contables.

### **2.2.6.3 Ingresos**

Fernández (2011) afirma que “se denomina ingreso a toda entrada de dinero por ventas o por cualquier otro concepto” (p. 43)

Los ingresos son cantidades monetarias que recibe una organización por la venta de un producto o la prestación de un servicio. Por tanto es un factor que incrementa la economía y el patrimonio neto de la empresa. La entrada de ingresos en la empresa es muy importante, ya que gracias a ello, la organización puede seguir funcionando y adquirir materiales, insumos y puede pagar la mano de obra.

#### **2.2.6.4 Egresos**

Fernández (2011) afirma que “los egresos son los desembolsos o salidas de dinero que están representados en las inversiones, los costos y los gastos necesarios para desarrollar las actividades comerciales de la empresa” (p. 45).

Los egresos son los gastos e inversiones y el pago por un servicio a la empresa. Es decir, son todas las salidas de dinero de una organización pública o privada.

#### **2.2.6.5 Costo**

Fernández (2011) menciona que “Es el dinero que el empresario dispone para pagar lo que se requiere directamente con la fabricación del producto, el cual se recupera cuando el producto se vende” (p. 47)

#### **2.2.6.6 Patrimonio**

Rodríguez (2011) menciona que:

El patrimonio es el conjunto de bienes, derechos, obligaciones y deudas, recursos propiedad de la empresa que constituyen los medios económicos y financieros a través de los cuales ésta puede cumplir sus fines y es controlados económicamente por la empresa, resultantes de sucesos pasados de los que es probable que la empresa obtenga beneficios económicos en el futuro (p. 334)

El patrimonio es un conjunto de derechos, bienes y obligaciones que tiene una organización. Es decir, dinero en efectivo y productos para la venta. A la hora de llevar a cabo una actividad empresarial, la organización tiene de adquirir mobiliario, vehículo, mercancías, maquinarias y equipos de cómputo. Por tanto, se puede definir como el conjunto de bienes, obligaciones y derechos que contrae la empresa a lo largo de la actividad y en un periodo de tiempo.

$$\text{Bienes} + \text{derechos} - \text{obligaciones} = \text{Patrimonio neto.}$$

### **2.2.6.7 Rentabilidad**

Fernández (2008) dice que:

La rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recurso o dinero invertido. La rentabilidad se considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido en la empresa, la empresa puede ser representada en forma relativa en porcentaje (p. 45)

Jurado (2011) señala que:

La rentabilidad se utilizan para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y los gastos, y de esta manera convertirlas ventas en utilidades. Desde el punto de vista del inversionista, lo más importante de analizar con la aplicación de estos indicadores es la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa (p. 56)

La rentabilidad se refiere a las ganancias que genera una empresa en un periodo de tiempo por una inversión. Se compone por determinar el rendimiento y la revolución monetaria, ya que una empresa es rentable cuando sus ingresos son mayores que sus egresos.

### **2.2.6.8 Punto de equilibrio**

Salazar (2011), señala que

El punto de equilibrio entrega una importante información sobre la estructura de costos e ingresos de un negocio. El análisis de equilibrio es una herramienta de la administración moderna que sirve para programar el nivel de utilización de la capacidad, toma decisión sobre la capacidad instalada, busca el máximo de eficiencia en la etapa operativa y define criterios para la fijación de precios o tarifas y examinar márgenes de subsidios.

El punto de equilibrio es el volumen de ventas de un bien o servicio que se deben hacer para empezar a tener utilidad. Consiste en un nivel de operaciones donde los egresos son

iguales en valor y relación a sus gastos y costos.

Punto de equilibrio en valor

$$\text{P.E. \$} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Punto de equilibrio en porcentaje

$$\text{P.E. \%} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} \times 100$$

Punto de equilibrio se refiere a las unidades

$$\text{P.E. U} = \frac{\text{Costos Fijos X Unidades Producidas}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}}$$

## 2.3 HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

La aplicación de un plan de negocios en la empresa Quijos Frut, permitirá un mayor crecimiento, un alto nivel de productividad e ingresos.

## 2.4 VARIABLES

### 2.4.1 Variable Independiente

Plan de negocios

### 2.4.2 Variable Dependiente

Incrementar la productividad y la utilidad

## **CAPITULO II: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.3.1 Investigación cuantitativa**

Nicolalde (2013 ) indica que es enfoque cuantitativo” Es numérico, se utilizan datos para la verificación de hipótesis, la información es procesada para que exista claridad sobre las preguntas e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de datos” (p. 31).

El proyecto de investigación tiene un enfoque cuantitativo porque es numérico, ya que se realizó tablas y gráficos en la hoja de cálculo Excel y posteriormente el análisis e interpretación de la información recopilada mediante la técnica de la encuesta aplicada en la empresa Quijos Frut, para determinar la situación actual de la organización.

#### **3.3.2 Investigación cualitativa**

Nicolalde (2013 ) el enfoque cualitativo “es un proceso y guía por áreas o temas significativos de investigación, pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante y después de la recolección y análisis de los datos” (p. 31).

La investigación cualitativa consiste en determinar la perspectiva que tiene el gerente o propietario de la empresa, a través de una entrevista de las áreas administrativas, operativas, marketing y financiera de la empresa Quijos Frut.

### **3.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.2.1 Investigación de campo**

Para Supo (2012) la investigación de campo “Es el recurso principal de la observación descriptiva; se realiza en los lugares donde ocurren los hechos investigados. No representan mediciones estables” (p. 23).

El proyecto tiene modalidad de campo, porque para recolectar información se acudió a la

empresa Quijos Frut para conocer la situación actual de la misma, en el momento que se acude al lugar de los hechos da lugar a poder constatar la realidad de una problemática.

### **3.2.2 Investigación Bibliográfica**

Gálvez (2012 ) dice que “La revisión bibliográfica es un procedimiento estructurado cuyo objetivo es la localización y recuperación de información relevante para un usuario que quiere dar respuesta a cualquier duda relacionada con su práctica, ya sea ésta clínica, docente, investigadora o de gestión” (p. 2)

Con el objetivo de ampliar los conocimientos de la literatura infantil y la relación con las habilidades sociales básicas se investigó referencias bibliográficas de autores que hablan del tema, estudios de tesis de las universidades, de sitios web entre otros documentos.

## **3.2 TIPOS DE ESTUDIOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1 Descriptivo**

Supo (2012) menciona que “Describe fenómenos sociales en una circunstancia temporal y geográfica determinada. Su finalidad es describir y/o estimar parámetros, frecuencias y/o promedios; y se estiman parámetros con intervalos de confianza” (p. 5).

Reseña rasgos, cualidades o atributos de la población objeto de estudio, así como las experiencias obtenidas de la aplicación de este modelo en las diferentes universidades nacionales o internacionales, permitiendo poseer una perspectiva global y clara sobre su funcionamiento.

### **3.2.3 Exploratorio**

Se busca con el proyecto de investigación proponer un plan de negocios con nuevas estrategias e ideas de administración, operación, marketing y análisis financiero. Además ayuda investigar las características de la empresa Quijos Frut, ya que permite sondear para conocer el problema exacto de la organización.

### **3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

Caballero (2008) dice “La población finita es cuando se conoce el número de personas o cuando es delimitada”.

Para la investigación se aplicó la población finita, porque ya se conoce al número total de individuos, cuyo objetivo es conocer el comportamiento de una o dos variables. En la empresa Quijos Frut se sabe el número de personal que labora en la organización y se conoce el número de clientes potenciales que adquieren los productos semanalmente y mensualmente.

Para realizar un plan de negocios se va a realizar dos tipos de encuestas, por el hecho que surge la necesidad de conocer la perspectiva de los miembros internos de la empresa Quijos Frut, es decir, de los administradores, operativos y personal de ventas. Por otro lado, también es importante tener información de las necesidades y expectativas del sector externo, de los clientes quienes adquieren, bajo ese criterio se aplicó una encuesta a los clientes potenciales quienes conocer y consumen el producto.

#### **3.3.1 Muestra**

Caballero (2008) afirma “La población finita es delimitada cuando se tiene una población menos de cien persona”.

Para tomar información del sector interno se tomó como referencia la población de los colaboradores que forman parte de la empresa, quienes llenaron una encuesta con preguntas previamente elaboradas. También se aplicó una entrevista a la propietaria de la empresa Quijos Frut, cuyo objetivo es saber si existe la necesidad de realizar un plan de negocios y conocer la situación actual en las áreas administrativas, financieras, marketing y operativa.

Para tener información del sector externo se aplicó una encuesta a los clientes potenciales, en tanto, que el número de los mismos fluctuante, a 50 clientes potenciales en el mes, que adquieren aproximadamente de 10 a 20 unidades.

A continuación se detalla la composición de la población de estudio para el proyecto:

**Tabla N° 2: Población o universo**

<b>Empleados</b>		
Entrevista	Directivo (propietaria)	1
Encuesta	Gerente	1
	Administrativos	6
	Operativos	12
<b>Clientes</b>		
Encuesta	<b>Clientes</b>	50
<b>Total</b>		70 personas

**Fuente:** Empresa Quijos Frut (2017)

**Elaborador por:** Martha Flor

### **3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

Abril (2016). “Los métodos son globales y generales, las técnicas son específicas y tienen un carácter práctico y operativo que a su vez se apoyan en instrumentos que permitan registrar, sistematizar, cuantificar y conservar los resultados de las técnicas”

#### **3.4.1 Métodos**

##### **Deductivo**

Es un método científico que descubre casos particulares a partir de un enlace de juicio ya que considera que la conclusión se halla implícita dentro de las premisas. Primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos.

##### **Inductivo**

Es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales, permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones.

### **3.4.2 Técnicas**

#### **La encuesta**

Es un conjunto de datos obtenidos mediante consulta o interrogatorio a un número determinado de personas de la empresa sobre uno o varios asuntos, por medio de un cuestionario prediseñado. Por tanto, en la investigación una encuesta se aplicó al gerente, administrativos y operarios de la empresa Quijos Frut y otra se aplicó a los clientes potenciales que compran el producto mensualmente.

#### **Observación**

Es una de las técnicas más utilizadas, por la riqueza de su información y la influencia, contempla sistemática y detenidamente cómo se desarrolla la vida social, sin manipularla ni modificarla, tal cual ella discurre por sí misma. La investigadora acudió al lugar de los hechos para constatar de la situación actual de la empresa Quijos Frut.

#### **Entrevista**

Se utiliza para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista. Quienes responden son gerentes o empleados, los cuales son usuarios actuales. Para el estudio se aplicó la encuesta a la propietaria de la empresa Quijos Frut.

### **3.4.3 Instrumentos**

- La ficha de observación.
- Guía de entrevista.
- El cuestionario: Es un conjunto de preguntas abiertas y cerradas, permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos.

### 3.5 RESULTADOS

#### 3.5.1 Análisis de resultados de las encuesta

##### 3.5.1.1 Análisis e interpretación de la encuesta dirigida a administrativos y operarios de la empresa Quijos Frut

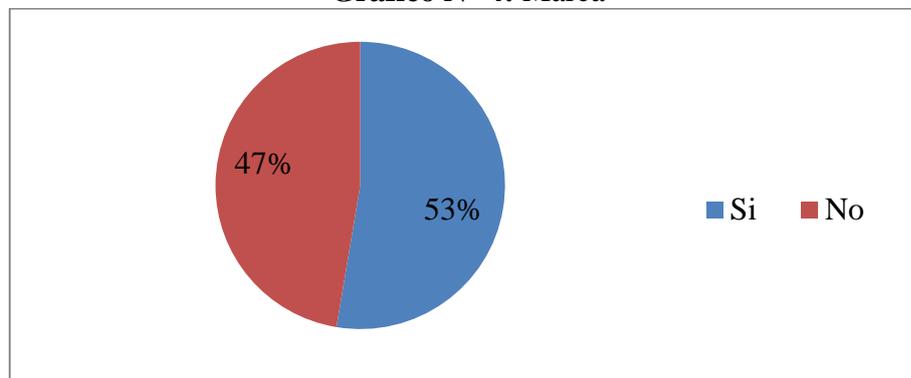
1.- ¿Considera que la marca “Quijos Frut” refleja lo que se quiere proyectar al consumidor?

Tabla N° 3: Marca

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Si	10	53%
No	9	47%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas  
Elaborador por: Martha Flor

Gráfico N° 4: Marca



Fuente: Encuestas aplicadas  
Elaborador por: Martha Flor

#### Análisis e interpretación:

En el proceso del sondeo realizado, se observó que los empleados en un 53% si consideran que la marca de la empresa “Quijos Frut” refleja lo que se quiere proyectar al consumidor y un 47% dicen que no. Bajo esa perspectiva es importante plasmar de mejor manera el imagotipo de la organización, pues es necesario combinar muy bien la imagen, el texto que identificara a la marca, para buscar una relación entre el cliente y la empresa.

2.- ¿Conoce los aspectos relacionados con la empresa “Quijos Frut” como: historia de la empresa, misión, visión, planes empresariales y la estructura organizacional?

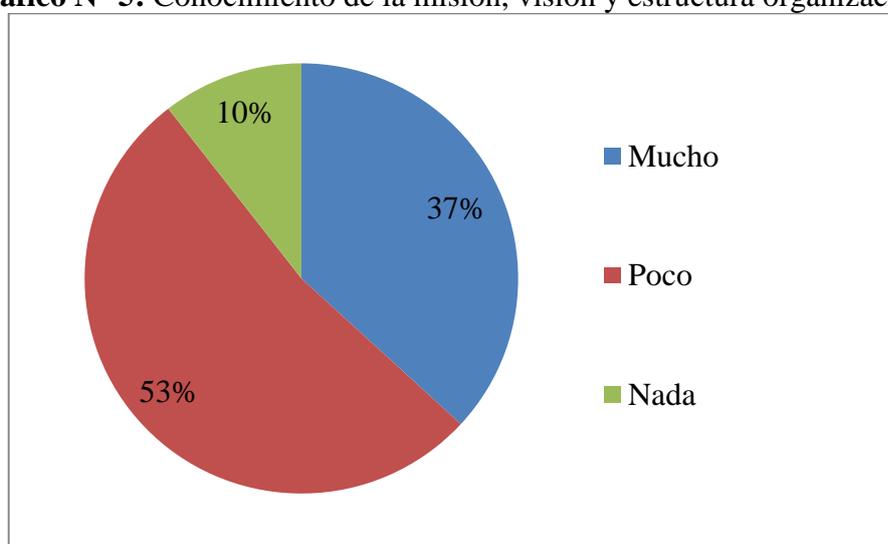
**Tabla N° 4:** Conocimiento de la misión, visión y estructura organizacional

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Mucho	7	37%
Poco	10	53%
Nada	2	10%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 5:** Conocimiento de la misión, visión y estructura organizacional



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

En el proceso de sondeo realizado a los empleados de la empresa “Quijos Frut”, para conocer si tiene claro la historia de la empresa, misión, visión, planes empresariales y la estructura organizacional, se determinó que un 37% mucho, un 53% poco y un 10% nada. Por tanto, existe la necesidad de incentivar a cada uno de los miembros de la organización a tener claro, lo que realiza la empresa a diario, lo que quiere alcanzar. Mediante dar a conocer, cuál es la razón de ser de la empresa, enfocarles a cumplir metas y objetivos a mediano y largo plazo, con la adecuada administración de los recursos.

3.- Desde el punto de vista de la empresa “Quijos Frut” ¿qué importancia le da la organización en realizar un producto innovador en varias presentaciones y en modernizar los medios de producción?

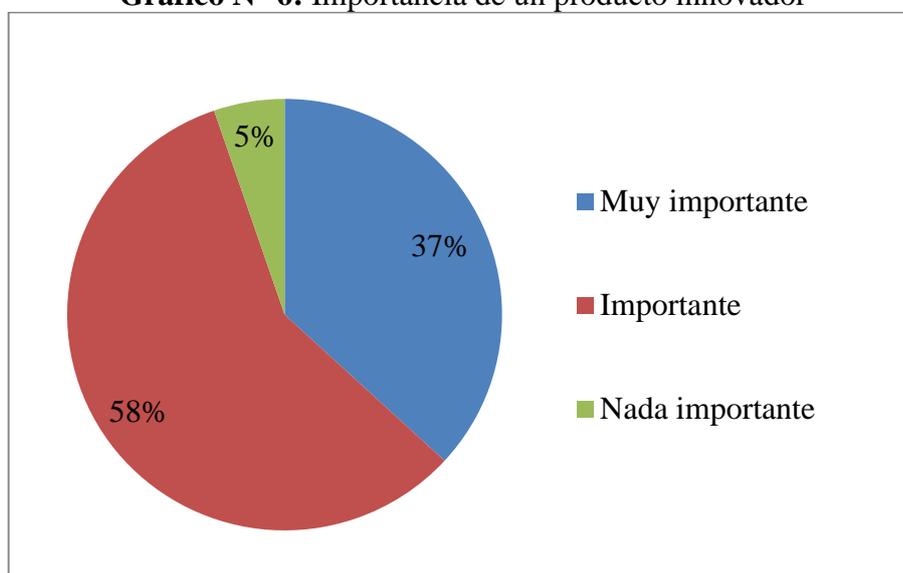
**Tabla N° 5:** Importancia de un producto innovador

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Muy importante	7	37%
Importante	11	58%
Nada importante	1	5%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 6:** Importancia de un producto innovador



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

#### **Análisis e interpretación:**

En el proceso de sondeo se observó que la empresa “Quijos Frut” en un 37% cree que es muy importante en la organización realizar un producto innovador en varias presentaciones y en modernizar los medios de producción, un 58% cree importante y un 5% nada importante. Por tanto, es trascendental mencionar que la innovación de un bien o un servicio dentro de la empresa es necesario para mantenerse en el mercado y depende también de los medios utilizados para producir un producto de calidad, con la utilización adecuada de parámetros de eficiencia y eficacia.

4.- Desde el punto de vista de la empresa “Quijos Frut” ¿qué importancia le da la organización en aplicar estrategias para expandirse en el mercado, ofrecer un producto para todas las clases sociales y crear promociones?

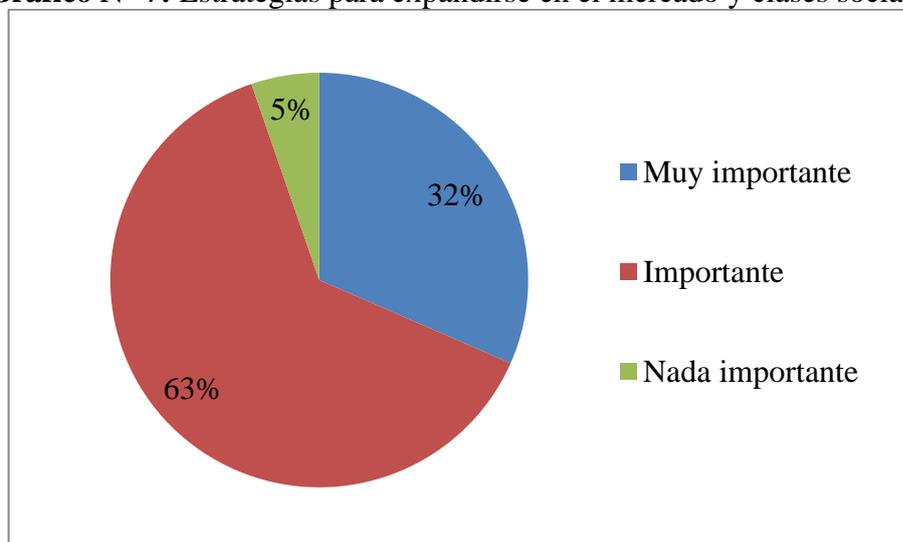
**Tabla N° 6:** Estrategias para expandirse en el mercado y clases sociales

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Muy importante	6	32%
Importante	12	63%
Nada importante	1	5%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 7:** Estrategias para expandirse en el mercado y clases sociales



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

#### **Análisis e interpretación:**

Según las encuestas aplicadas para determinar qué importancia le da la empresa “Quijos Frut” en aplicar estrategias para expandirse en el mercado, ofrecer un producto para todas las clases sociales y crear promociones, un 32% muy importante, un 63% es importante y un 5% nada importante. Bajo esa perspectiva, cada una de las actividades de la empresa se debe encaminar al logro de estrategias de adecuados parámetros de administración, estudio de mercado, nuevas formas de producción y controlar y auditar la situación financiera de la empresa.

5.- Desde su perspectiva ¿En qué medida influyen los siguientes factores en el consumo de los productos de “Quijos Frut”?

**Tabla N° 7:** Influencia en el consumo de los productos

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Ofrecer nuevos productos	3	16%
Prestigio de la marca	2	11%
Publicidad	6	32%
Ofertas y promociones	8	42%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 8:** Influencia en el consumo de los productos



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

En las encuestas realizadas se conocer que en un 16% influye ofrecer nuevos productos en el consumo de los productos de “Quijos Frut”, en un 20% el prestigio de la marca, en un 32% la publicidad y en un 42% las ofertas y promociones. Se puede observar, que la publicidad ayuda a posicionarse en el mercado y la adecuada aplicación de estrategias de oferta y demanda influye en la adquisición de productos en los clientes y consumidores, ya que se requiere de ella para alcanzar objetivo y vender un bien o un servicio.

6.- ¿En qué medida la empresa “Quijos Frut” implementa acciones para alcanzar altos estándares de calidad de los productos y cumplimiento de normas de producción?

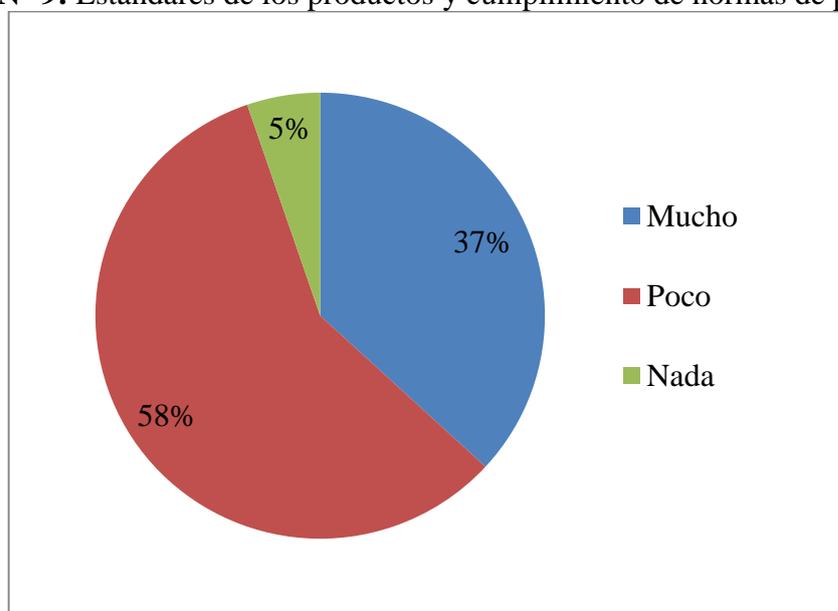
**Tabla N° 8:** Estándares de los productos y cumplimiento de normas de producción

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Mucho	7	37%
Poco	11	58%
Nada	1	5%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 9:** Estándares de los productos y cumplimiento de normas de producción



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

En el sondeo realizado se observa que un 37% mucho la empresa “Quijos Frut” implementa acciones para alcanzar altos estándares de calidad de los productos y cumplimiento de normas de producción, un 58% poco y un 5% nada. Por tanto, se puede mencionar que existe la necesidad de aplicar en la empresa normas de producción al cien por ciento, cuyo objetivo es realizar un bien de calidad, con la optimización de recursos y tiempo.

7.- ¿Qué grado de importancia le da la empresa “Quijos Frut” a los siguientes aspectos: manejo responsable de desechos, cumplimiento de normas ambientales municipales y uso de energías no contaminantes?

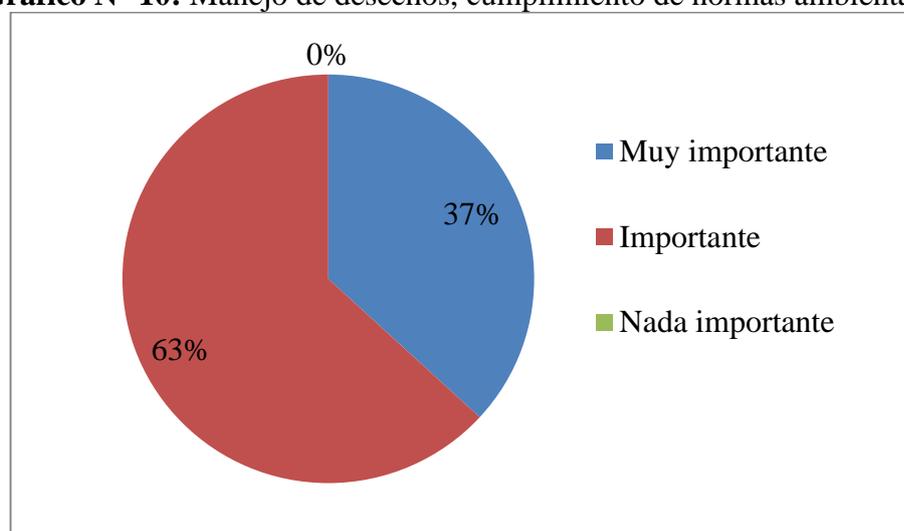
**Tabla N° 9:** Manejo de desechos, cumplimiento de normas ambientales

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Muy importante	7	37%
Importante	12	63%
Nada importante	0	0%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 10:** Manejo de desechos, cumplimiento de normas ambientales



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

En el proceso de sondeo realizado a los encuestados, se observa que un 37% muy importante que le da la empresa “Quijos Frut” a los siguientes aspectos: manejo responsable de desechos, cumplimiento de normas ambientales municipales y uso de energías no contaminantes, un 63% importante y un 0% nada importante. Por tanto, es importante en la organización aplique acciones para el cuidado del medio ambiente, enfocados a la prevención a la contaminación.

8.- ¿La empresa “Quijos Frut” a través de qué medios ha realizado publicidad?

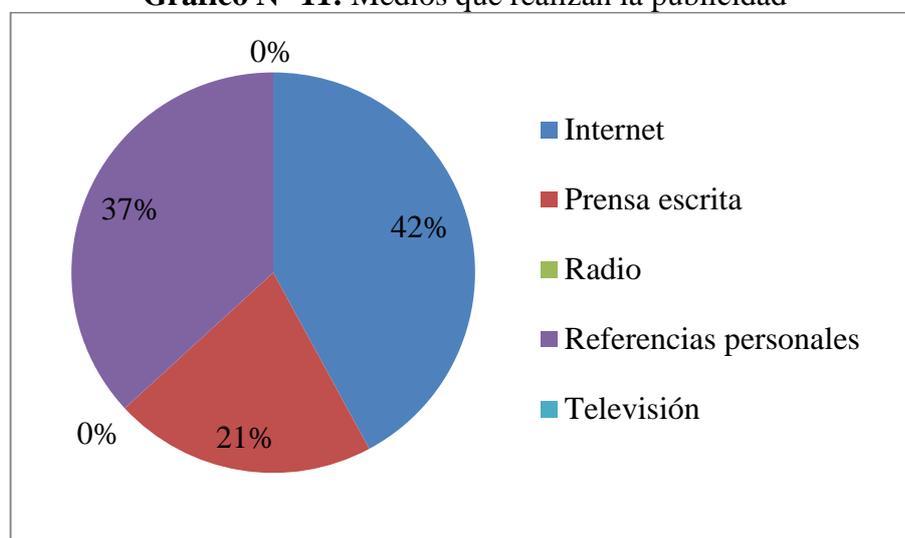
**Tabla N° 10:** Medios que realizan la publicidad

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Internet	8	42%
Prensa escrita	4	21%
Radio	0	0%
Referencias personales	7	37%
Televisión	0	0%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 11:** Medios que realizan la publicidad



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

En la investigación realizada a través de las encuestas aplicadas se puede decir que, la empresa “Quijos Frut”, hace publicidad en un 42% por internet, un 21% por prensa escrita, un 0% por radio, un 37% mediante las referencias personales y un 0% por televisión. Bajo ese criterio, se puede decir que se con la sociedad orientada al consumo, la manera más efectiva para llegar a un gran número de clientes es a través de la publicidad por internet.

9.- ¿Por cuál de las siguientes causas la empresa “Quijos Frut” ha recibido quejas o reclamos de por parte de sus trabajadores?

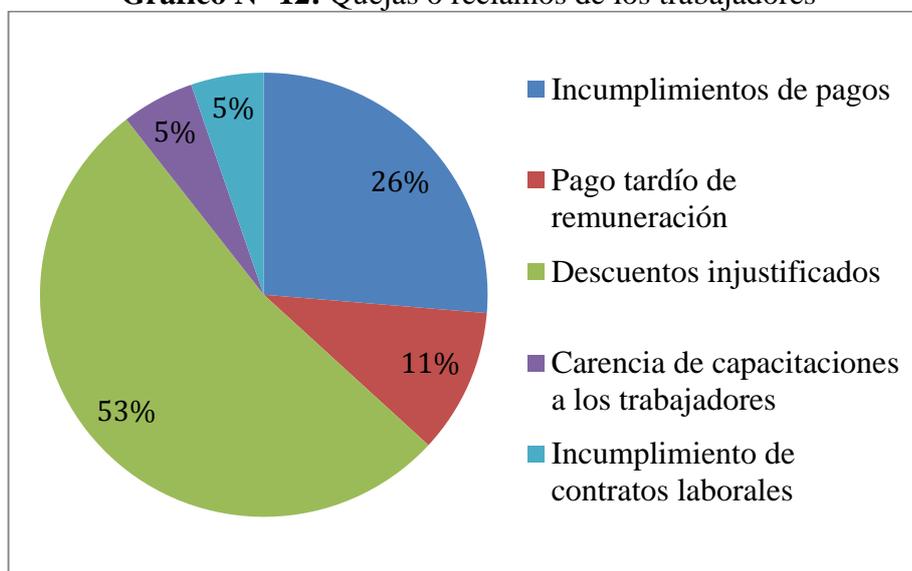
**Tabla N° 11:** Quejas o reclamos de los trabajadores

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Incumplimientos de pagos	5	26%
Pago tardío de remuneración	2	11%
Descuentos injustificados	10	53%
Carencia de capacitaciones a los trabajadores	1	5%
Incumplimiento de contratos laborales	1	5%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 12:** Quejas o reclamos de los trabajadores



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

En el proceso del sondeo la empresa “Quijos Frut” ha recibido quejas o reclamos de por parte de sus trabajadores en un 26% incumplimientos de pagos, un 11% por pago tardío de remuneración, un 53% por descuentos injustificados, un 5% por carencia de capacitaciones a los trabajadores y un 5% incumplimiento de contactos laborales. Para tener un mejor desempeño laboral en la empresa surge la necesidad de establecer adecuada estructura y función organizacional y lograr que cada uno cumpla con las actividades a cabalidad y disminuir los descuentos.

10.- Desde su perspectiva, ¿en cuál de los siguientes canales de distribución la marca “Quijos Frut” tiene más participación?

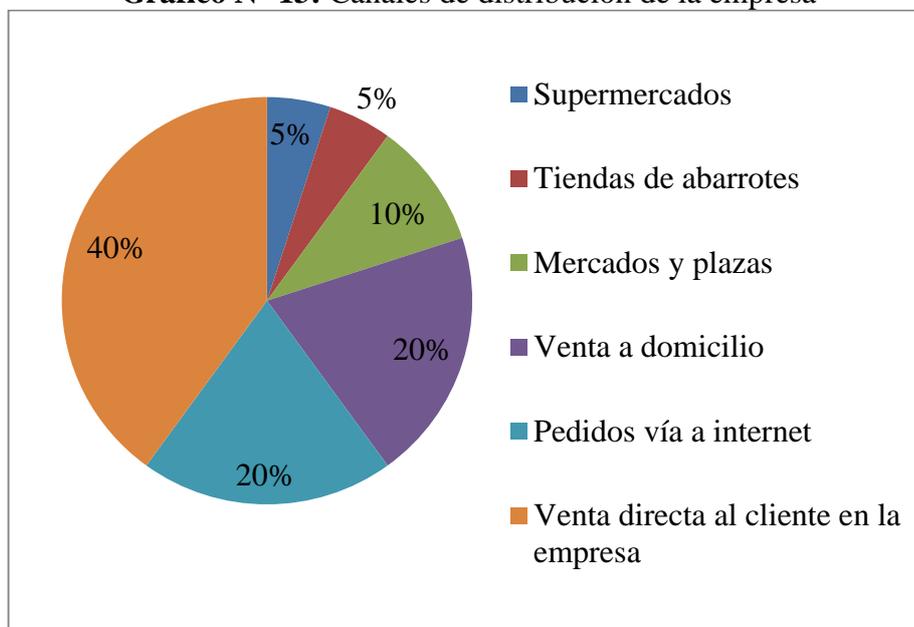
**Tabla N° 12:** Canales de distribución de la empresa

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Supermercados	1	5%
Tiendas de abarrotes	1	5%
Mercados y plazas	2	10%
Venta a domicilio	4	20%
Pedidos vía a internet	4	20%
Venta directa al cliente en la empresa	8	40%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 13:** Canales de distribución de la empresa



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

Según los resultados de las encuestas, los canales de distribución que la marca “Quijos Frut” tiene más participación son un 5% supermercados, un 5% tiendas de abarrotes, un 10% mercados y plazas, un 20% ventas a domicilio, un 20% pedidos vía a internet y un 40% venta directa al cliente en la empresa. Bajo ese criterio, se puede mencionar que es importante mejorar el producto y la atención al cliente dentro de la empresa, para seguir posesionándose en el mercado.

## Datos informativos

### 11.- Edad

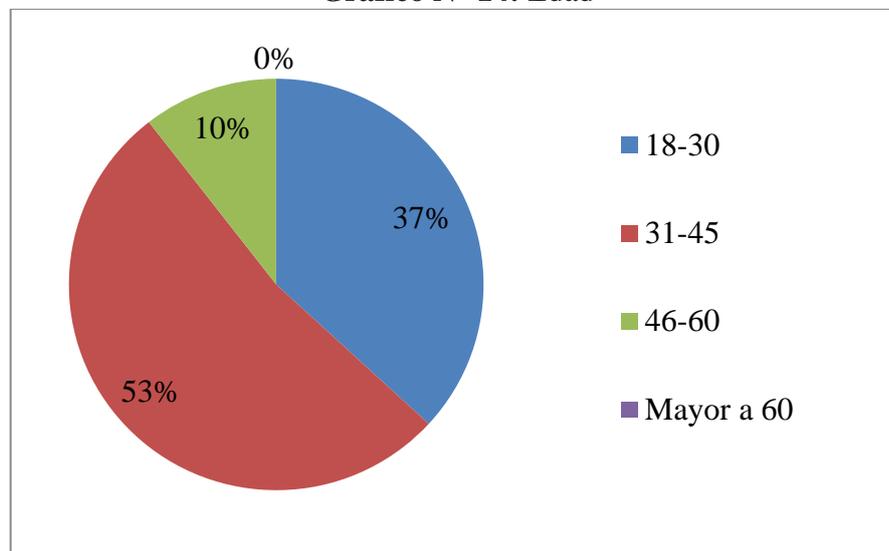
**Tabla N° 13: Edad**

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
18-30	7	37%
31-45	10	53%
46-60	2	11%
Mayor a 60	0	0%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 14: Edad**



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

La empresa Quijos Frut, cuenta con empleados de las siguientes edades un 37% talento humano de edad entre 18 a 30 años, un 53% son de edad entre 31 a 45 años, un 10% personal de labores de 46 a 60 año y 0% más de 60 años.

## 12.- Sexo

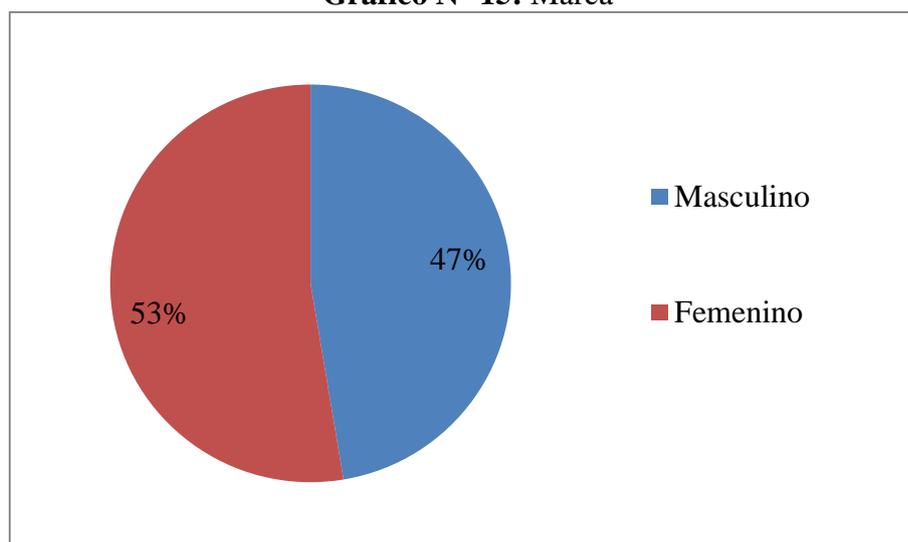
**Tabla N° 14:** Marca

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	9	47%
Femenino	10	53%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 15:** Marca



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el Talento Humano que tiene la empresa Quijos Frut, un 47% es de género masculino y un 53% son de género femenino. Por tanto, esto ayuda a una equidad de género y a contar con conocimientos y habilidad de los dos sexos.

### 3.5.1.2 Análisis e interpretación encuesta dirigida a clientes de la empresa Quijos Frut

1.- ¿Qué aspectos influyen y considera usted a la hora de elegir y adquirir productos de pulpa de frutas congeladas?

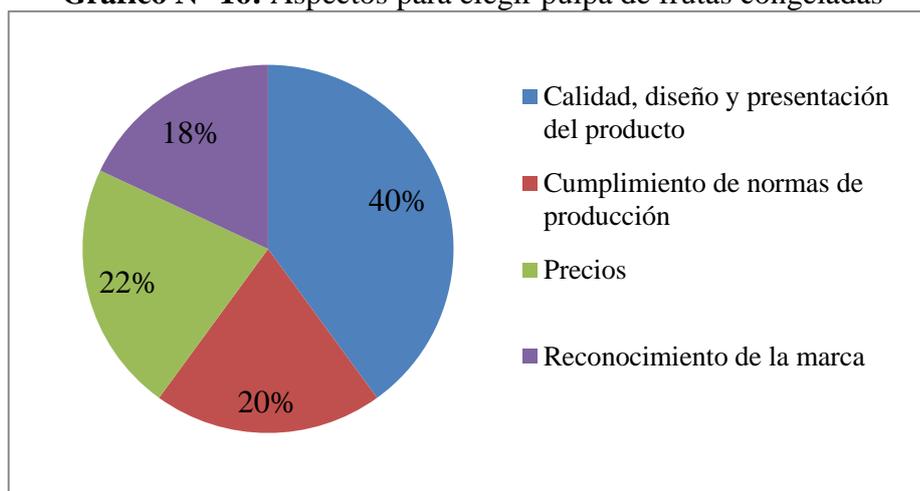
**Tabla N° 15:** Aspectos para elegir pulpa de frutas congeladas

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Calidad, diseño y presentación del producto	20	40%
Cumplimiento de normas de producción	10	20%
Precios	11	22%
Reconocimiento de la marca	9	18%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 16:** Aspectos para elegir pulpa de frutas congeladas



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

#### **Análisis e interpretación:**

Según la información de las encuestas realizadas a los clientes potenciales de la empresa, los aspectos que consideran a la hora de elegir y adquirir productos de pulpa de frutas congeladas, un 40% es la calidad, diseño y presentación del producto, un 20% cumplimiento de normas de producción, un 22% precios y un 18% reconocimiento de la marca. Por tanto, es muy importante realizar un producto que satisfaga las necesidades del cliente.

2.- ¿Cuál de los siguientes factores, provocan que usted deje de consumir un producto alimenticio de una determinada marca?

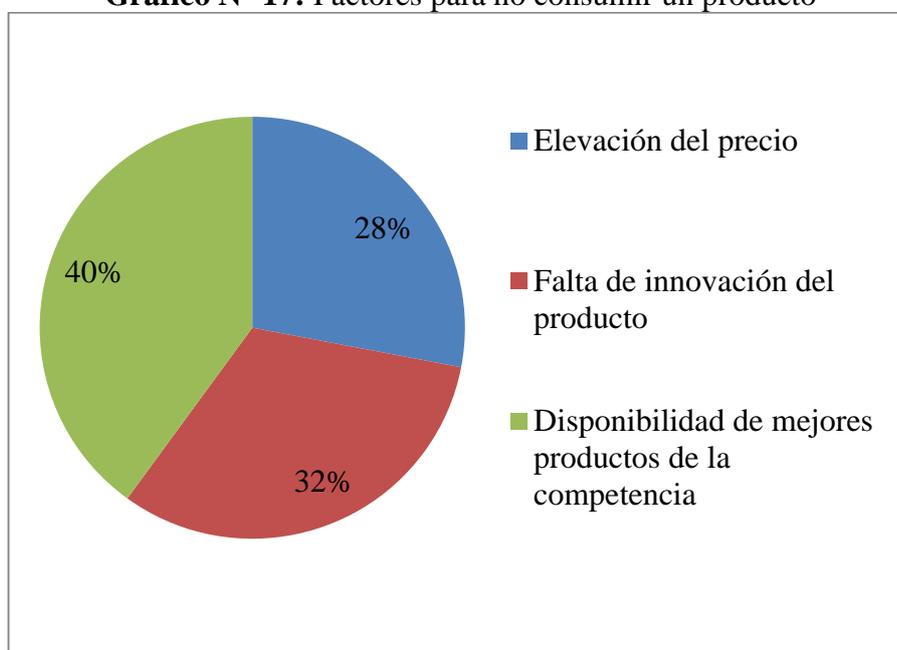
**Tabla N° 16:** Factores para no consumir un producto

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Elevación del precio	14	28%
Falta de innovación del producto	16	32%
Disponibilidad de mejores productos de la competencia	20	40%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 17:** Factores para no consumir un producto



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

En el proceso de sondeo, se observa que los factores que provocan que los clientes dejen de consumir un producto alimenticio de una determinada marca, un 28% dicen que es por la elevación del precio, un 32% falta de innovación del producto y un 40% disponibilidad de mejores productos de las competencias. Bajo esa perspectiva se puede decir, que la empresa debe estar constantemente innovando los productos para competir en el mercado.

3.- ¿Con qué frecuencia usted compra productos de pulpa de frutas congeladas?

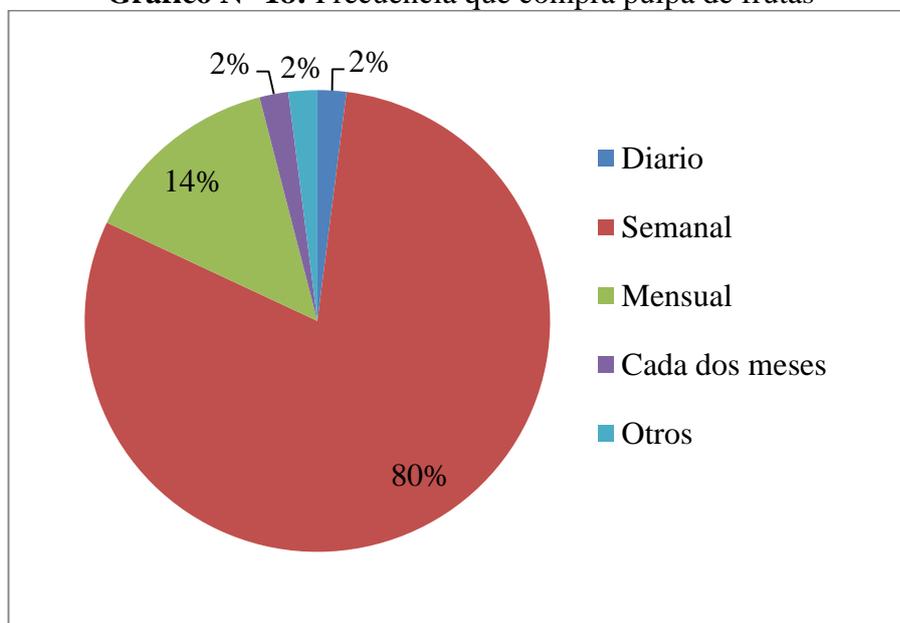
**Tabla N° 17:** Frecuencia que compra pulpa de frutas

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Diario	1	2%
Semanal	40	80%
Mensual	7	14%
Cada dos meses	1	2%
Otros	1	2%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 18:** Frecuencia que compra pulpa de frutas



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

En los resultados presentados, se observa que la frecuencia que los clientes potenciales compra productos de pulpa de frutas congeladas en la empresa, un 2% diario, un 80% semanal, un 14% mensual, un 25 cada dos meses y un 25 otros. Con la información se puede conocer que cada semana la mayor parte de los clientes adquieren los productos de la empresa.

4.- ¿Señale el lugar en donde usted adquiere pulpa de frutas congeladas?

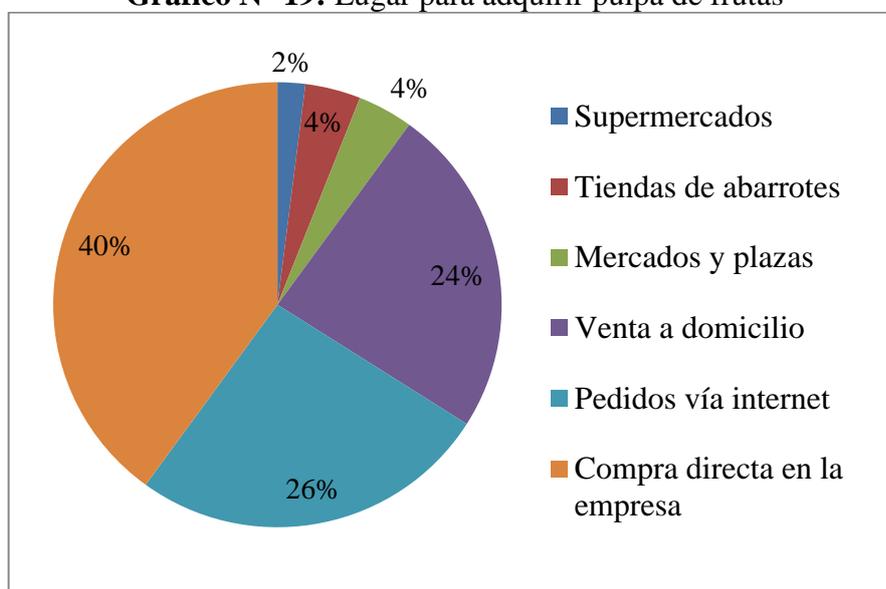
**Tabla N° 18:** Lugar para adquirir pulpa de frutas

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Supermercados	1	2%
Tiendas de abarrotes	2	4%
Mercados y plazas	2	4%
Venta a domicilio	12	24%
Pedidos vía internet	13	26%
Compra directa en la empresa	20	40%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 19:** Lugar para adquirir pulpa de frutas



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Análisis e interpretación:**

Según el sondeo de las encuestas aplicadas a los clientes potenciales señalan el lugar en donde adquieren pulpa de frutas congeladas, un 2% supermercados, un 4% en tiendas de abarrotes, un 4% mercados y plazas, un 24% de ventas a domicilio, un 26% pedidos vía internet y un 40% compra directa en la empresa. La empresa Quijos Frut, vende directamente en la empresa a los clientes, pero se observa que existe la necesidad de vender en tiendas, mercados y plazas y tener un mayor volumen de posicionamiento.

5.- ¿Reconoce la marca “Quijos Frut” fácilmente?

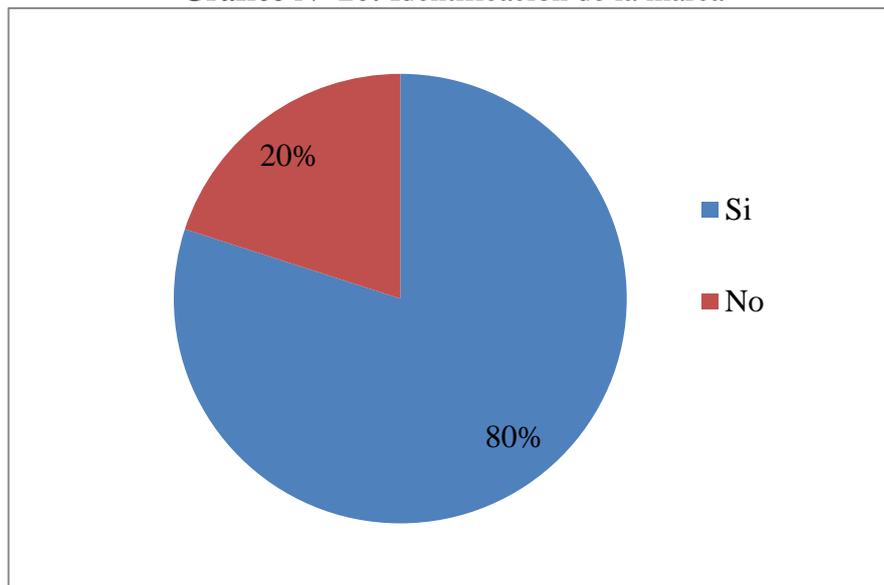
**Tabla N° 19:** Identificación de la marca

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Si	40	80%
No	10	20%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 20:** Identificación de la marca



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Análisis e interpretación:**

En el proceso de sondeo realizado a los clientes potenciales que adquieren productos en la empresa Quijos Frut en un 80% si reconocen fácilmente la marca y un 20% no. Por tanto, se puede mencionar que es importante posesionarse en la mente del consumidor. Esto se logra con un producto de calidad, buena atención al cliente, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades del consumidor.

6.- Cuando ha comprado productos de “Quijos Frut” ¿Qué es lo que más le ha gustado de este producto?

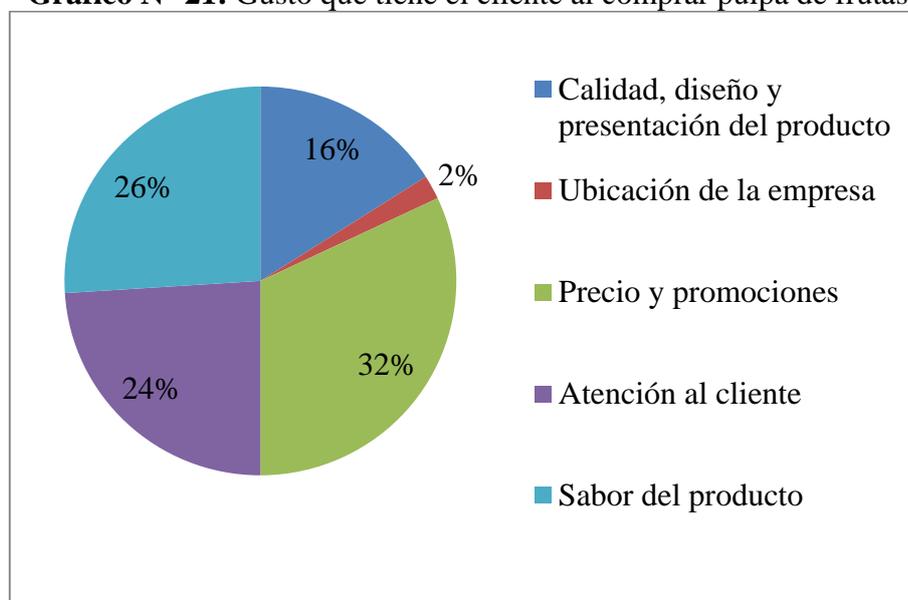
**Tabla N° 20:** Gusto que tiene el cliente al comprar pulpa de frutas

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Calidad, diseño y presentación del producto	8	16%
Ubicación de la empresa	1	2%
Precio y promociones	16	32%
Atención al cliente	12	24%
Sabor del producto	13	26%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 21:** Gusto que tiene el cliente al comprar pulpa de frutas



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

Según las investigaciones los clientes cuando ha comprado productos de “Quijos Frut” en un 2% les ha gustado la calidad, diseño y presentación del producto, en un 32% la ubicación de la empresa, en un 32% el precio y promoción, en un 24% la atención al cliente y en un 26% sabor del producto. Se observa que a los clientes les gusta los precios, promociones ya atención al cliente por parte de los miembros de la organización.

7.- ¿Los precios de la pulpa de frutas congeladas de la empresa Quijos Frut son?

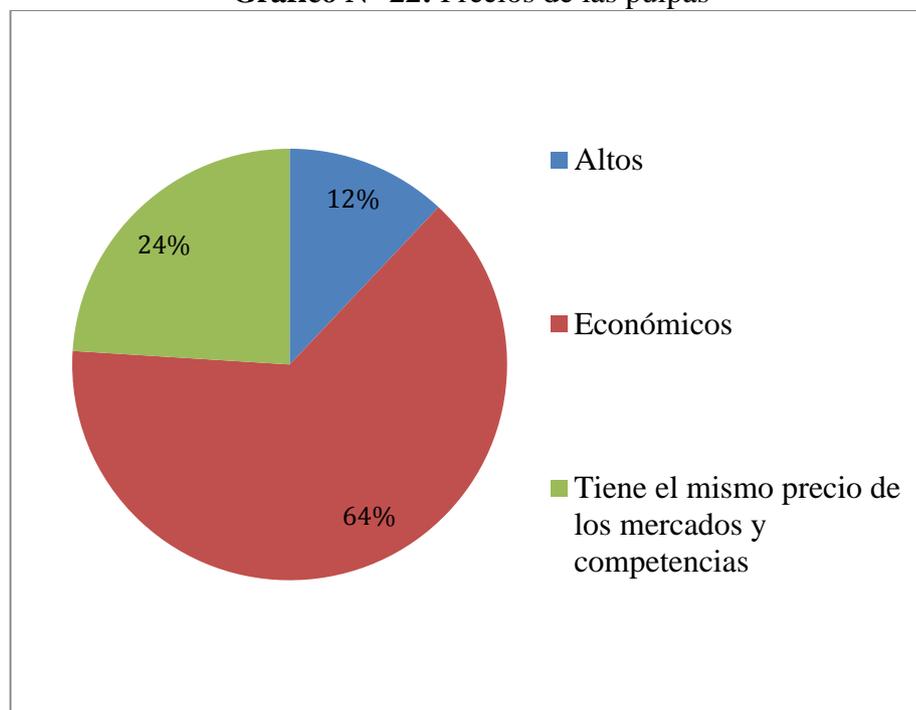
**Tabla N° 21:** Precios de las pulpas

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Altos	6	12%
Económicos	32	64%
Tiene el mismo precio de los mercados y competencias	12	24%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 22:** Precios de las pulpas



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Análisis e interpretación:**

Según los resultados de las encuestas los clientes que compran las pulpas de frutas creen en un 12% que son altos, un 64% piensan que son económicos y un 24% dicen que tienen el mismo precio de los mercados y competencias. Por tanto, se observa que si esta la empresa ofreciendo productos según los parámetros y requerimientos del mercado.

8. ¿Usted volvería adquirir los productos de la empresa “Quijos Frut”?

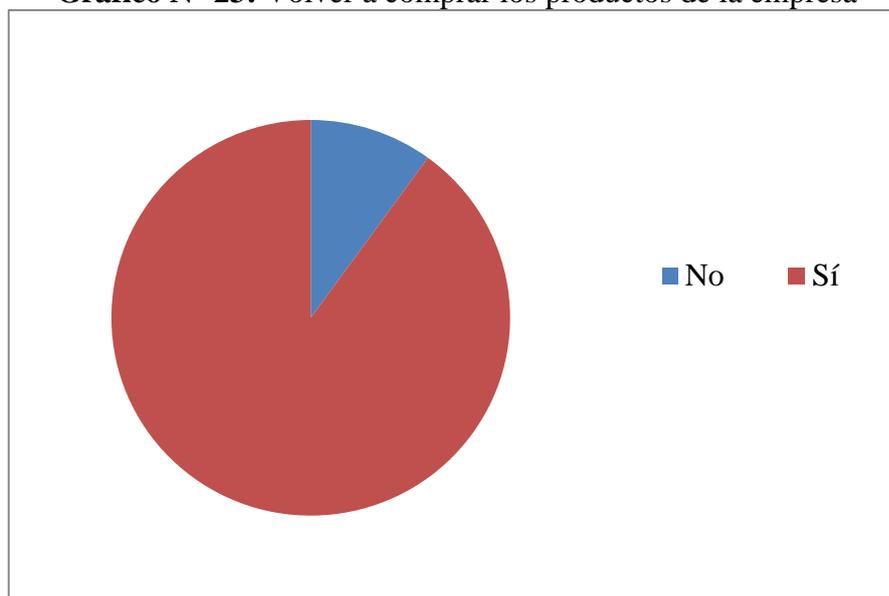
**Tabla N° 22:** Volver a comprar los productos de la empresa

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
No	5	10%
Sí	45	90%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 23:** Volver a comprar los productos de la empresa



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

Según los datos adquiridos en las encuestas realizadas un 10% dicen que no volverían a comprar los productos de Quijos Frut, mientras que un 90% manifiestan que sí. Según la información si existe demanda de las pulpas de frutas de la empresa, y por ende surge la necesidad de aplicad constantemente correctos parámetros de administración, estrategias de posicionamiento de mercado, las mejores actividades y acciones en los procesos de producción, cuyo fin está en elaborar un producto de calidad y que satisfaga las necesidades y requerimientos de los clientes y consumidor final.

**Datos informativos:**

**9.- Edad**

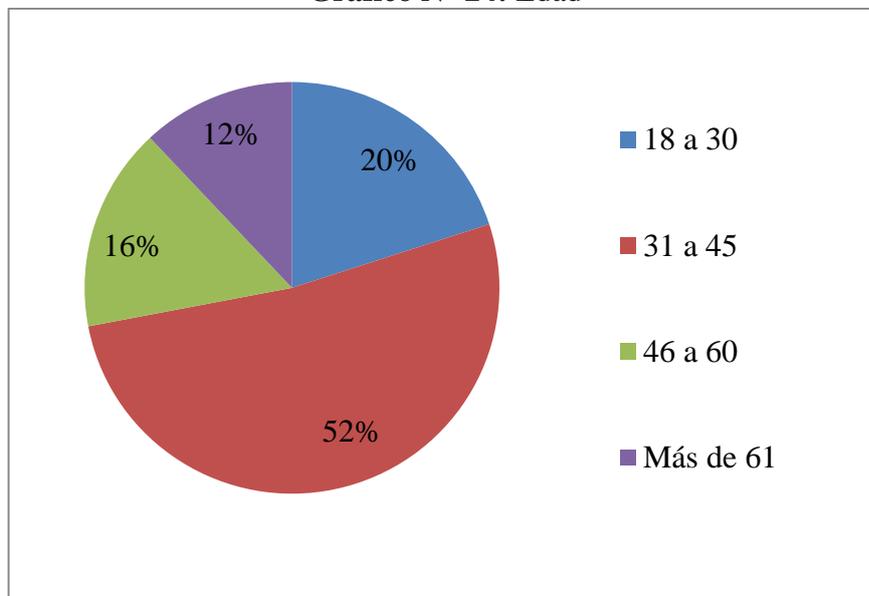
**Tabla N° 23: Edad**

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
18 a 30	10	20%
31 a 45	26	52%
46 a 60	8	16%
Más de 61	6	12%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 24: Edad**



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Análisis e interpretación:**

En la encuesta realizada los clientes tienen un 20% una edad de 18 a 30 años, un 52% de 31 a 45 años, un 16% están entre 46 a 60 años y un 12% están con más de 61 años.

## 10.- Sexo

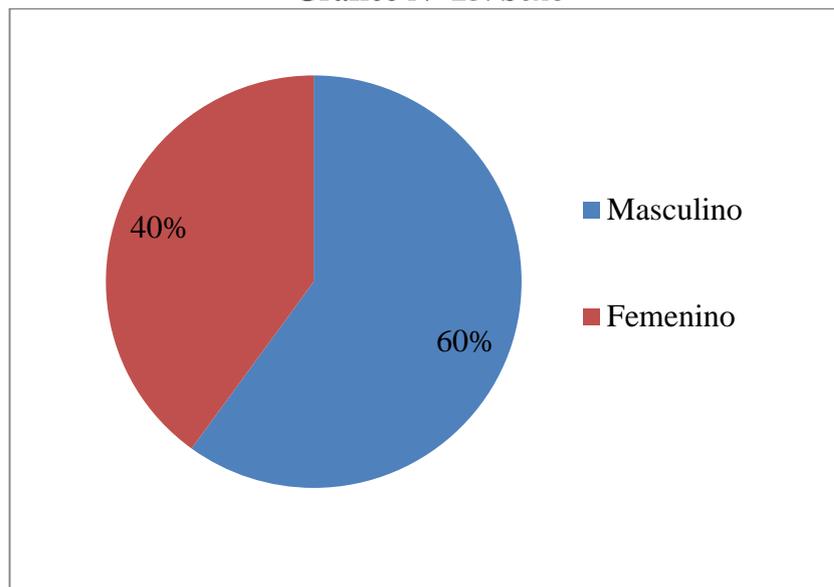
**Tabla N° 24: Sexo**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	30	60%
Femenino	20	40%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 25: Sexo**



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación:**

Según la información proporcionada por los encuestados, un 60% de los clientes potenciales que compran las pulpas de frutas de la empresa Quijos Frut son de género masculino y un 40% son de género femenino.

### 3.5.1.3 Análisis e interpretación de la entrevista dirigida al directivo de la empresa Quijos Frut

1.- ¿Cree usted que un plan de negocios permitirá incrementar la productividad y la utilidad en la empresa Quijos Frut?

SI	<b>X</b>
NO	

¿Por qué?

Con un plan de negocios la empresa puede planificar, organizar, controlar y ejecutar cada una de las actividades en las áreas administrativas, técnicas, mercado y financiero.

2.- ¿La empresa Quijos Frut cuenta con infraestructura propia y es un espacio adecuado para la producción?

El espacio si físico si es apto para la producción de las pulpas de frutas.

3.- ¿Para seleccionar a los proveedores de la empresa que aspectos considera usted?

- Si las materias primas e insumos son de calidad
- El precio que ofrece entre un proveedor y otro proveedor
- La rapidez y el tiempo de entrega de las materias primas.
- Si entrega conforme a lo solicitado.

4.- ¿Realiza capacitación al talento humano de la empresa?

La capacitación se realiza un mes al momento del ingreso a laborar en la empresa en el área de producción, pero si existe la necesidad de capacitar al empleado para nuevos productos y nuevas estrategias de comercialización y atención al cliente.

5.- ¿Considera usted que la empresa Quijos Frut tiene bien establecido la misión y visión?

SI	
NO	<b>X</b>

¿Por qué? No se ha enfocado en realizar una estructura, misión y visión de forma

documentada, sino que la empresa se ha orientado generalmente en la producción. Por tanto, puedo manifestar que si existe la necesidad de un plan de negocios.

6.- ¿Los empleados tienen claridad sobre las normas, reglamentos y procedimientos que rigen en la empresa?

Si	
No	<b>x</b>

¿Explique por qué?

Porque la mayor parte de las actividades se las realiza de forma empírica, por tanto, se abre una puerta para que un profesional encamine a las actividades de la organización de la mejor manera.

7. ¿Considera usted que el producto que produce la empresa Quijos Frut satisface las necesidades y requerimientos de los clientes?

Si	<b>x</b>
No	

¿Explique por qué?

La empresa ya está en el mercado aproximadamente cinco años, y en el transcurso de este tiempo si ha existido la acogida del producto y actualmente se cuenta con cincuenta clientes potenciales que demanda los productos de la empresa.

8. ¿Qué alternativas se podrían tomar para mejorar la competitividad de la empresa Quijos Frut?

La elaboración de un plan de negocios, realizar nuevos productos diseños y presentaciones y que no alteres los precios del producto.

### 3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

Desde el punto de vista de la idea a defender, el plan de negocios se sustenta mediante un análisis y diagnóstico de la situación actual de la empresa Quijos Frut, a través de la técnica de la encuesta aplicada al personal administrativo y operativo de la organización. También una encuesta dirigida a los clientes potenciales que adquieren y manipulan la pulpa de fruta. Asimismo se realizó una entrevista a la propietaria de la empresa, en donde se tuvo como resultado que la empresa requiere contar con un plan de negocios.

Al aplicar la técnica de la observación se conoció que los empleados de la empresa “Quijos Frut”, necesitan de capacitación en atención al cliente además de incentivar a cada uno de los miembros para que se identifiquen con la misión, objetivos y visión de la organización. Además, es transcendental elaborar un producto innovador, de calidad con la utilización adecuada de parámetros de eficiencia y eficacia.

En la encuesta se aplicó la siguiente pregunta. ¿En qué medida influyen los siguientes factores en el consumo de los productos de “Quijos Frut”? de las cuales, se tuvo las como respuestas, que la influencia es a través del ofrecimiento de nuevos productos, por tanto, la importancia de contar con un estudio de mercado para conocer los requerimientos del cliente y consumidor. En las encuestas aplicadas se obtuvo como respuesta que un 37% la empresa “Quijos Frut” implementa acciones para alcanzar altos estándares de calidad de los productos y cumplimiento de normas de producción. Por tanto, se puede mencionar que existe la necesidad de un estudio técnico, con normas de producción al cien por ciento, cuyo objetivo es realizar un bien de calidad, con la optimización de recursos y tiempo.

Por otro lado, la manera más efectiva para llegar a un gran número de clientes es a través de la publicidad por internet. Esta estrategia puede ser aplicada para atraer, compradores y consumidor nuevos, como potenciales que forman parte de la empresa: Por otro lado, los aspectos que consideran a la hora de elegir y adquirir productos de pulpa de frutas congeladas son un 40% es la calidad, diseño y presentación del producto, un 20% cumplimiento de normas de producción, un 22% precios y un 18% reconocimiento de la marca. Por tanto, es muy importante realizar un producto que satisfaga las necesidades del cliente.

Otro aspecto importante que cabe recalcar para realizar un plan de negocio en la empresa es porque los clientes cuando han comprado productos de “Quijos Frut” en un 2% les ha gustado el diseño y presentación del producto, en un 32% la ubicación de la empresa, en un 32% el precio y promoción, en un 24% la atención al cliente y en un 26% sabor del producto. Se observa que a los clientes les gustan los precios, promociones y la atención al cliente por parte de los miembros de la organización.

La verificación de la idea a defender se setenta también en la entrevista realizada la dueño y gerente de la empresa Quijos Frut, pues en la pregunta realizada ¿Cree usted que un plan de negocios permitirá incrementar la productividad y la utilidad en la empresa Quijos Frut? Dijo que Sí ¿Por qué? con un plan de negocios la empresa puede planificar, organizar, controla y ejecutar cada una de las actividades en las áreas administrativas, técnicas, mercado y financiero. Ya que manifiesta que la mayor parte de las actividades se las realiza de forma empírica, por tanto, se abre una puerta para que un profesional encamine a las actividades de la organización de la mejor manera.

Además manifestó que la empresa Quijos Frut cuenta con infraestructura propia y es un espacio adecuado para la producción y que para seleccionar a los proveedores considera aspectos como: las materias primas e insumos de calidad, el precio que ofrece entre un proveedor y otro.

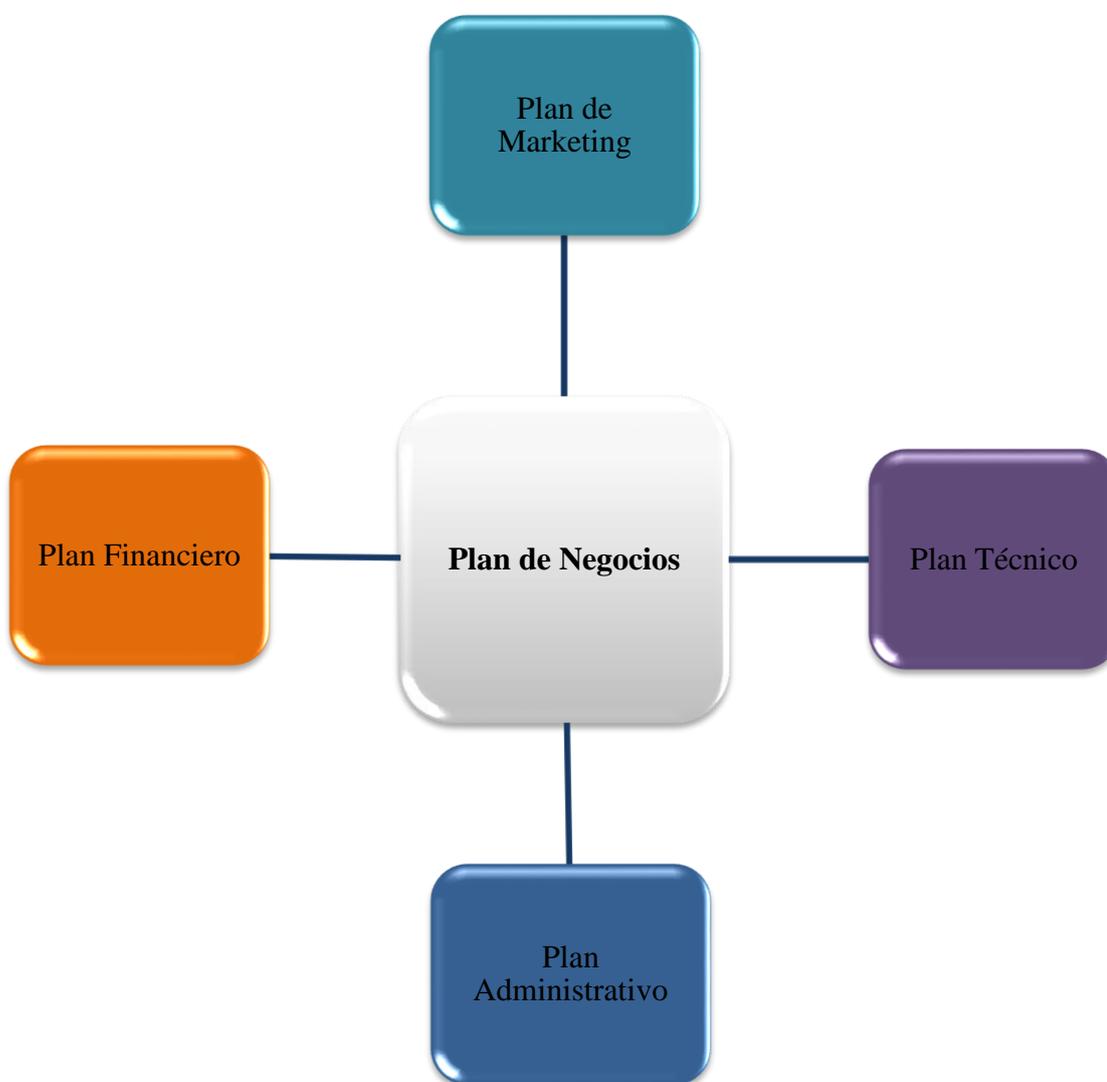
## CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

### 4.1 TÍTULO

Diseño de un Plan de Negocios para la Empresa Quijos Frut de la Parroquia San Francisco de Borja, Cantón Quijos, Provincia de Napo, para el Período 2017- 2019.

### 4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

**Gráfico N° 26:** Fases del Plan de Negocios



**Elaborado por:** Martha Flor

### 4.3 PLAN DE MARKETING

El plan de marketing, busca nuevos nichos de mercado para la comercialización de los productos, ya que es un lugar donde existe la relación entre el comprador y vendedor.

En el proyecto de investigación se realizó un plan de marketing, para que sea como una herramienta de gestión de posicionamiento de mercado en la empresa Quijos Frut, cuyo contenido inicia con una segmentación, un análisis de la oferta, demanda de los productos, el cálculo de la demanda potencial insatisfecha (DPI), análisis FODA, estudio de las cinco fuerzas de Porter, canales distribución y comercialización, además la aplicación de estrategias de marketing, difusión y publicidad.

#### Objetivos

- Análisis de la situación actual de la empresa mediante el FODA y las cinco Fuerzas de Porter.
- Aplicar estrategias de publicidad y difusión del producto.
- Aumentar el posicionamiento de los productos en el cantón Tena.

#### 4.3.1 Segmentación de mercado

##### a) Dimensión Geográfica

Tabla N° 25. Dimensión Geográfica.

Variable	Descripción
País	Ecuador
Región	Amazónica
Ciudad urbana y rural	Provincia de Napo
Tamaño de la población	14.505 Habitantes
Mercado objetivo para la venta de productos	Cantón Quijos
Mercado objetivo para el consumo del producto	Provincia de Napo

Fuente: INEC Procesado con Redatam+SP (CPV) 2010

Elaborado por: Martha Flor

Mediante la segmentación de mercado, se busca especificar a qué grupo de personas se va a vender el producto.

## b) Dimensión Conductual

**Tabla N° 26.** Dimensión Conductual y demográfica

Variable	Descripción
Tipo de necesidad:	Fisiológica
Tipo de compra:	Primaria
Relación con la marca:	Si
Actitud frente al producto:	Positiva
Generó para adquirir el producto	Indistinto
Ocupación	Todos
Religión	Todos
Escolaridad	Todos

**Fuente:** Dimensión Conductual (Quien compra, quien decide)

**Elaborado por:** Martha Flor

### 4.3.2 Demanda y oferta

#### **Demanda**

Desde el punto de vista de la demanda, se supone que los compradores necesitan un producto de calidad, desean o pueden desear comprar y tienen capacidad económica y legal para comprarlo. Para el cálculo de la demanda se realizó considerando los 14.505 habitantes de la ciudad del Tena, por tanto, se tomó como referencia la siguiente pregunta de las encuestas aplicadas a los clientes potenciales de la empresa Quijos Frut. 3.- ¿Con qué frecuencia usted compra productos de pulpa de frutas congeladas? de las cuales se obtuvo la siguiente información:

**Tabla N° 27.** Demanda de la pulpa de frutas

<b>Habitantes del Napo que compran pulpa de fruta</b>			
Alternativa	Frecuencia datos INEC (2010)	%	Habitantes de Napo que compran pulpa de frutas
Diario	103697	2%	2074
Semanal	103697	80%	82958
Mensual	103697	14%	14518
Cada dos meses	103697	2%	2074
Otros	103697	2%	2074
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>103.697</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

**Tabla N° 28.** Proyección de la demanda

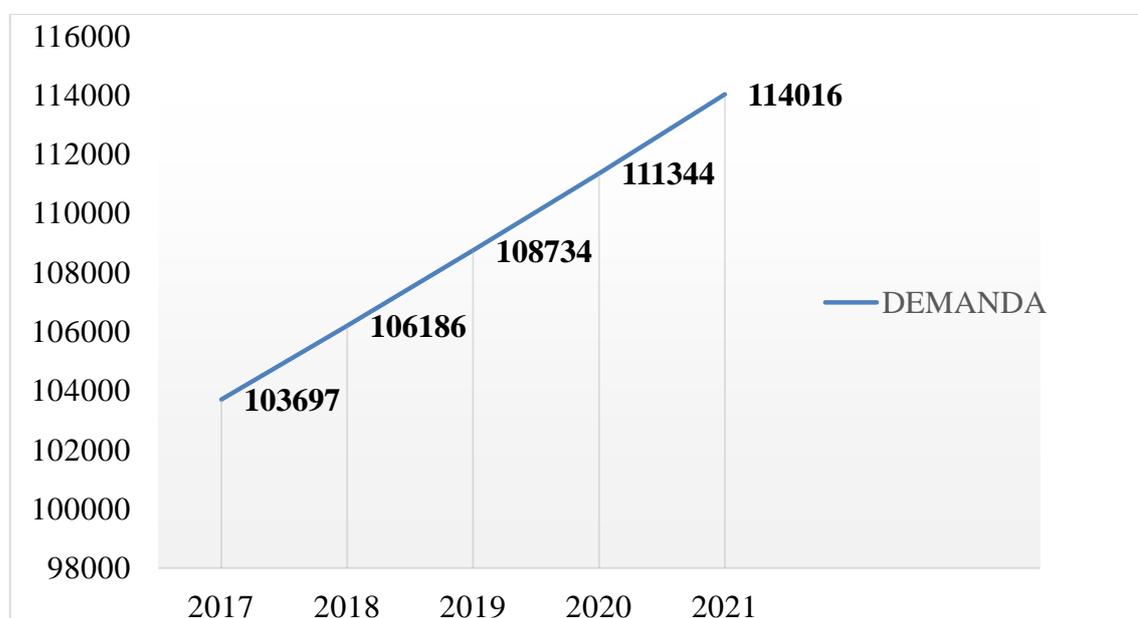
Años	DEMANDA
2017	103697
2018	106186
2019	108734
2020	111344
2021	114016

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborador por:** Martha Flor

Para la proyección de los próximos cinco años de la demanda se realizó con la tasa de crecimiento poblacional del 2,20%.

**Gráfico N° 27:** Demanda



**Fuente:** cálculo de la demanda

**Elaborador por:** Martha Flor

En el gráfico se observó que el número de clientes y consumidores en el periodo de un año. En el año 2017, existen aproximadamente 103.697 habitantes que compran pulpa de frutas de la Provincia de Napo.

### **Oferta**

Desde el punto de vista de la oferta, los individuos u organizaciones tienen la propiedad o el poder legal sobre el producto ofrecido, y tienen la capacidad para cumplir con las expectativas de los compradores.

**Tabla N° 29. Oferta**

<b>Empresas que venden ( ofrecen) pulpa de fruta en Napo</b>						
<b>Empresas de Tena</b>	<b>Días de venta al año</b>	<b>Cantidad diario</b>	<b>Cantidad al año</b>	<b>Cientes diario</b>	<b>Cientes al año</b>	<b>Pulpas</b>
Centro Comercial "TÍA"	360	5	1800	5	9000	Grande
	360	5	1800	2	3600	Mediana
	360	3	1080	2	2160	Pequeña
Mega maxi	360	3	1080	3	3240	Grande
	360	3	1080	3	3240	Mediana
	360	2	720	2	1440	Pequeña
Empresa "Pulpin S.A"	360	10	3600	6	21600	Grande
	360	8	2880	2	5760	Mediana
Comercial "Gaby"	360	7	2520	2	5040	Grande
	360	3	1080	3	3240	Mediana
Centro Comercial	360	2	720	2	1440	Grande
Tienda	360	2	720	1	720	Grande
<b>Total oferta al año</b>					<b>60480</b>	

**Fuente:** Investigación de campo y observación directa.

**Elaborador por:** Martha Flor

A través de una investigación de campo, se conoció los centros comerciales, tiendas y empresas y ofrecen pulpa de frutas en la provincia de Napo.

Para la proyección de los próximos cinco años de la oferta se realizó con la tasa de crecimiento poblacional del 2,20%.

**Tabla N° 30. Proyección de la oferta**

<b>Años</b>	<b>OFERTA</b>
2017	60480
2018	61932
2019	63418
2020	64940
2021	66498

**Fuente:** Investigación de campo y observación directa.

**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 28: Oferta**



**Fuente:** Investigación de campo y observación directa.

**Elaborador por:** Martha Flor

Para el periodo del año 2017 se puede observar en el gráfico que aproximadamente a 60.480 habitantes se ofrece las pulpas de frutas, centros comerciales, tiendas y empresas.

**Tabla N° 31. Demanda potencial insatisfecha**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI/AÑO	DPI / DÍA
2017	103697	60480	43217,00	118,40
2018	105978	61932	44046,81	120,68
2019	108310	63418	44891,98	122,99
2020	110693	64940	45752,77	125,35
2021	113128	66498	46629,45	127,75

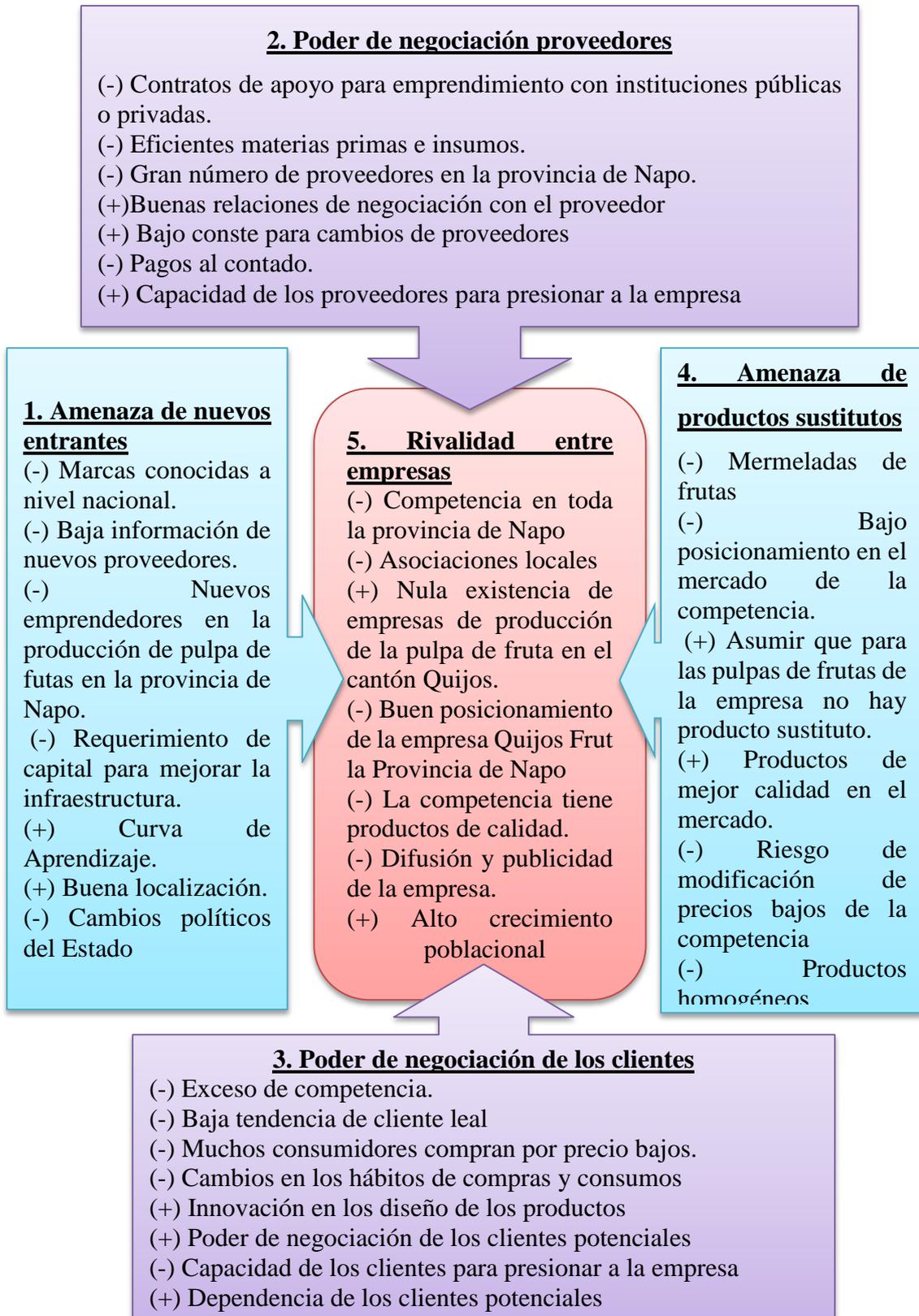
**Fuente:** Investigación de campo y observación directa.

**Elaborador por:** Martha Flor

En la demanda potencial insatisfecha aproximadamente al año existen 43.21 habitantes que necesitan adquirir pulpa de frutas y que diario son 118 personas. Por tanto, con el plan de negocios la empresa Quijos Frut, busca incrementar su producción, y satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores.

### 4.3.3 Las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter

Gráfico N° 29. Cinco fuerzas de Michael Porter



Fuente: Investigación de campo  
Elaborador por: Martha Flor

## **Simbología**

(-) Son aspectos que para la empresa debe considerarlas como amenazas y debilidades.

(+) Son aspectos que para la empresa debe considerarlas como oportunidades y fortalezas.

## **Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter**

### **1.- Amenaza de nuevos entrantes**

Para la empresa Quijos Frut, las amenazas de nuevos entrantes están condicionada por empresas de comercialización de marcas de otras provincias, ya que es importante mencionar que la llegada de nuevos productos, patentes, acceso a la distribución y cambios políticos afecta la producción de la empresa.

### **2.- Poder de negociación proveedores**

La capacidad de negociación de los proveedores, con la empresa Quijos Frut depende de la calidad en las materias primas e insumos para la producción de pulpa de frutas.

### **3.- Poder de negociación de los compradores o clientes**

Para la empresa no es conveniente ofrecer a consumidores, bajo ese prospecto la organización se concentra en vender los productos a clientes potenciales y asegurar la adquisición de pulpas de frutas en masa, esto sea diario, semanal y mensual. Por tanto, los clientes pueden tener un poder de negociación con la empresa. Un punto fuerte de la empresa para los clientes es la innovación, mejora del producto en calidad y la presentación.

### **4.- Amenaza de productos sustitutos**

Para la empresa Quijos Frut, consideraran como principal producto sustituto las mermeladas de frutas y el riesgo de modificación de precios bajos por parte de la competencia.

## 5.- Rivalidad entre empresas

La empresa Quijos Frut, tiene más competencia en los cantones de la provincia de Napo. Mientras que una oportunidad es una nula existencia de empresas de producción de la pulpa de fruta en el cantón Quijos, en la parroquia San Francisco de Borja.

### 4.3.4 Análisis F.O.D.A

La empresa Quijos Frut, realizó un análisis de la situación actual de la organización, mediante el método FODA, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, cuyo objetivo es estudiar aspectos internos y externos para la toma de decisiones en la producción de pulpa de frutas.

#### Fortalezas - Debilidades

Las fortalezas y debilidades son aspectos internos de la empresa, que pueden ser controlados y mejorados, para el cumplimiento de objetivos.

**Tabla N° 32. Fortalezas**

N°	Fortalezas
F1	Innovadora en sus productos
F2	Infraestructura propia
F3	Fácil acceso a la empresa.
F4	Precios accesibles al cliente y consumidor
F5	Calidad en los productos
F6	Buen atención al cliente

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborador por:** Martha Flor

**Tabla N° 33. Debilidades**

N°	Debilidades
D1	Falta de involucramiento e identificación con la empresa por los trabajadores
D2	Inexistencia de un manual de estructura organizacional y funcional
D3	Limitado conocimiento de los productos de cliente de la provincia de Tena
D4	No disponer de un capital necesario
D5	No disponer de publicidad
D6	Falta estrategias de comercialización

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborador por:** Martha Flor

## Matriz de evaluación de factores internos

**Tabla N° 34. Ponderación**

N	Factores determinantes de éxito	Peso	Calificación	Ponderación
<b>Fortalezas</b>				
F1	Innovadora en sus productos	0,1	4	0,4
F2	Infraestructura propia	0,1	3	0,3
F3	Fácil acceso a la empresa.	0,1	2	0,2
F4	Precios accesibles al cliente y consumidor	0,1	3	0,3
F5	Calidad en los productos	0,1	4	0,4
F6	Buen atención al cliente	0,1	3	0,3
<b>Debilidades</b>				
D1	Falta de involucramiento e identificación con la empresa por los trabajadores	0,1	1	0,1
D2	Inexistencia de un manual de estructura organizacional y funcional	0,1	3	0,3
D3	Limitado conocimiento de los productos de cliente de la provincia de Tena	0,1	3	0,3
D4	No disponer de un capital necesario	0,1	3	0,3
D5	No disponer de publicidad	0,1	3	0,3
D6	Falta estrategias de comercialización	0,1	3	0,3
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>3,5</b>
<p><b>Nota:</b> (1) Las calificaciones indican el grado de eficacia con que las estrategias de la empresa responden a cada factor, donde 4 = la respuesta es superior, 3 = la respuesta está por arriba de la media, 2 = la respuesta es la media y 1 = la respuesta es mala.            (2) El total ponderado de 3.5, es superior a la media de 2.50.            La empresa estaría respondiendo efectivamente en el campo comercial.</p>				

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborador por:** Martha Flor

### Oportunidades -Amenazas

Para la empresa Quijos fruta las oportunidades y amenazas son aspectos internos que no pueden ser controlados por la organización, ya que son convenios, circunstancias que benefician o afectan al desarrollo de la empresa.

**Tabla N° 35. Oportunidad**

N°	Oportunidades
O1	Convenios de emprendimiento con el MIES.
O2	Apoyo a través del Programa Progresar, que impulsa la Corporación Financiera Nacional (CFN).
O3	Alianzas con empresa, que realizan las mismas actividades
O4	Firma de tratados de libre comercio con otros países para libre exportación productos de pulpa de fruta.

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborador por:** Martha Flor

**Tabla N° 36. Amenazas**

N°	Amenazas
A1	Políticas del Gobierno Nacional que limiten el desarrollo económico de las empresas.
A2	Alto grado de competencia con empresas de la misma actividad
A3	Perfil competitivo bajo en relación a los precios que ofrecen otros competidores
A4	Crisis en la agricultura es decir, producción de la materia prima ( frutas)
A5	Reducción internacional de precios del petróleo que limita la inversión para empresas privadas y públicas.

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborador por:** Martha Flor

### Matriz de evaluación de factores externos

**Tabla N° 37. Ponderación**

N	Factores determinantes de éxito	Peso	Calificación	Ponderación
Oportunidades				
O1	Convenios de emprendimiento con el MIES.	0,1	1	0,1
O2	Apoyo a través del programa progresar que impulsa la Corporación Financiera Nacional (CFN)	0,1	3	0,3
O3	Alianzas con empresa, que realizan las mismas actividades	0,1	4	0,4
O4	Firma de tratados de libre comercio con otros países para libre exportación productos de pulpa de fruta.	0,1	3	0,3
Amenazas				
A1	Políticas del Gobierno Nacional que	0,1	1	0,1

	limiten el desarrollo económico de las empresas.			
A2	Alto grado de competencia con empresas de la misma actividad	0,1	2	0,2
A3	Perfil competitivo bajo en relación a los precios que ofrecen otros competidores	0,1	4	0,4
A4	Crisis en la agricultura es decir, producción de la materia prima ( frutas)	0,1	3	0,3
A5	Reducción internacional de precios del petróleo que limita la inversión para empresas privadas y públicas.	0,1	4	0,4
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>2,5</b>
<p>Nota: (1) Las calificaciones indican el grado de eficacia con que las estrategias de la empresa responden a cada factor, donde 4 = la respuesta es superior, 3 = la respuesta está por arriba de la media, 2 = la respuesta es la media y 1 = la respuesta es mala.  (2) El total ponderado de 2.5 está igual a la media de 2.50.</p>				

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborador por:** Martha Flor

### **Análisis e interpretación del FODA**

La empresa Quijos Frut, tiene a su favor aspectos innovadores, para presentar en el mercado un producto de calidad, que le diferencia de la competencia, además cuenta con infraestructura propia con los servicios básicos, alumbrado público, alcantarillado y carreteras en buen estado. Por otro lado, la organización presenta inconvenientes en la falta identificación por parte de los trabajadores y falta de estrategias de publicidad para dar a conocer sus productos a nivel de la provincia de Napo y nacional.

Mientras que en el sector externo, la mayor oportunidad es los convenios con la Corporación Financiera Nacional (CFN) y realizar firmas de tratados de libre comercio para exportar los productos de pulpa de futas. Por otro lado, el mayor riesgo es la reducción desleal de los precios de los competidores que producen el mismo producto. Además, es peligroso que se presente crisis en la producción de materias primas en este caso la fruta, ocasionando escases.

### 4.3.5 Estrategias de diferenciación por el Marketing MIX o 4P

Gráfico N° 30. Estrategias de comercialización por el Marketing MIX o 4P



Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: Martha Flor

### Producto

Tabla N° 38. Descripción del producto

Producto	Descripción	Grado de espesor del jugo	Sabores
	Quijos Frut, pone a la disposición pulpas de frutas pasteurizadas.	<p><b>100 gramos:</b> Vaso individual de 240g</p> <p><b>250 gramos:</b> De uno y medio a dos litros</p> <p><b>500 gramos:</b> De dos y medio a 4 litros</p> <p><b>2,5 kilos:</b> De 15 a 20 litros</p> <p><b>5 kilos:</b> De 40 a 50 litros</p>	Babaco, Frutilla, Guayaba, Mora, Naranja, Tomate de árbol, Guanabana, Limón, Naranja Chonta, Manzana, Maracuya, Piña, Mango, Papaya, Melón, Tamarindo, Coco, Taxo, Durazno, Sandía.

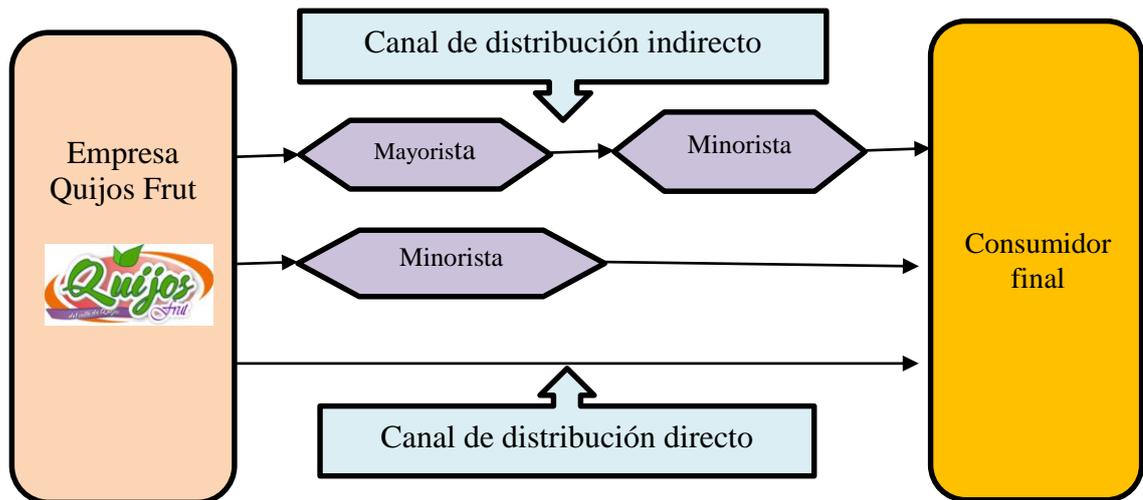
Fuente: Empresa Quijos Frut (2017)

Elaborador por: Martha Flor

## Plaza / Canales de distribución

Es una forma de investigar y conocer lugares estratégicos para llegar con los productos. La adecuada distribución de los productos, puede reducir el almacenaje. Por otro lado la empresa busca adaptarse a las exigencias del consumidor.

Gráfico N° 31. Canal de distribución empresa Quijos Frut



Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: Martha Flor

### Canal de distribución directo

La empresa Quijos Fruta realiza la venta de sus productos al consumidor final, es decir no existe un intermediario. Esto se da acudiendo directamente a la compañía.

### Canal de distribución corto

Se caracteriza por la existencia de un intermediario minorista, la empresa Quijos Frut, ofrece sus productos a tiendas y centros comerciales pequeños que se encuentran en el Cantón Quijos.

### Canal de distribución largo

Se caracteriza por la intervención de un mayorista, es decir, centros comerciales de la provincia de Napo y de minoristas pequeños comerciantes de productos de consumo masivo hasta llegar al consumidor final.

## Precio

La empresa aplica los precios de la empresa Quijos Frut, se rigie a los que establecer el mercado, de acuerdo a los importes de la competencia

Quijos Frut dependiendo de la oferta de la fruta de los proveedores tiene precios diferentes para cada sabor que se detalla a continuación:

**Tabla N° 39.** Precio de los productos de pulpa de frutas Quijos Frut.

Frutas	10*100gr	250gr	500gr	1 kg	5kg
Babaco	2,75	0,65	1,30	2,60	12,00
Frutilla	3,50	0,80	1,60	3,20	15,00
Taxo	3,00	0,70	1,40	2,80	13,00
Guayaba	3,00	0,70	1,40	2,80	13,00
Mora	4,50	1,05	2,10	4,20	19,00
Naranja	3,50	0,80	1,60	3,20	15,00
Tomate de a.	3,30	0,75	1,50	3,00	14,00
Guanabana	5,00	1,15	2,30	4,60	22,00
Maracuya	3,75	0,85	1,70	3,50	18,00
Piña	2,75	0,65	1,30	2,60	12,00
Mango	3,00	0,70	1,40	2,80	13,00
Papaya	2,75	0,65	1,30	2,60	12,00
Limón mandarina	2,75	0,65	1,30	2,60	12,00
Naranja	2,75	0,65	1,30	2,60	12,00
Tamarindo	4,50	1,05	2,10	4,20	19,00
Coco	4,50	1,05	2,10	4,20	19,00
Sandía	2,75	0,65	1,30	2,60	12,00
Manzana	3,00	0,70	1,40	2,80	15,00

**Fuente:** Empresa Quijos Frut (2017)

**Elaborador por:** Martha Flor

## Promoción

### Estrategias de promoción de la marca a los clientes y consumidores

La promoción es un medito dinámico, para dar a conocer la imagen corporativa de la empresa Quijos Frut, a través de los siguientes medios:

- Redes sociales
- El transporte de la empresa para la entrega de los productos tiene el imagotipo de la empresa.

- Correos directos al clientes
- Vía pública: mediante vallas y volantes.

**Estrategia para incorporar la imagen comparativa en los vehículos y camones de la de la empresa.**

**Gráfico N° 32.** Imagen corporativa en la camioneta



**Elaborador por:** Martha Flor

**Gráfico N° 33.** Imagen corporativa en el camión



**Elaborador por:** Martha Flor

### **Estrategia de difusión en redes sociales**

La promoción por redes sociales busca que la empresa quijos Frut incrementar los clientes potenciales, contar con consumidores directos, dar a conocer la marca de la empresa, el ahorro de tiempo y dinero en la publicidad.

Gráfico N° 34. Twitter



Elaborador por: Martha Flor

Gráfico N° 35. Facebook



Elaborador por: Martha Flor

## Vallas publicitarias

La empresa busca realizar la promoción del producto mediante la utilización de las vallas publicitarias, cuyo objetivo es colocar en lugares estratégicos y alcanzar mayor publicidad de la marca, a bajo costo

Gráfico N° 36. Valla publicitaria

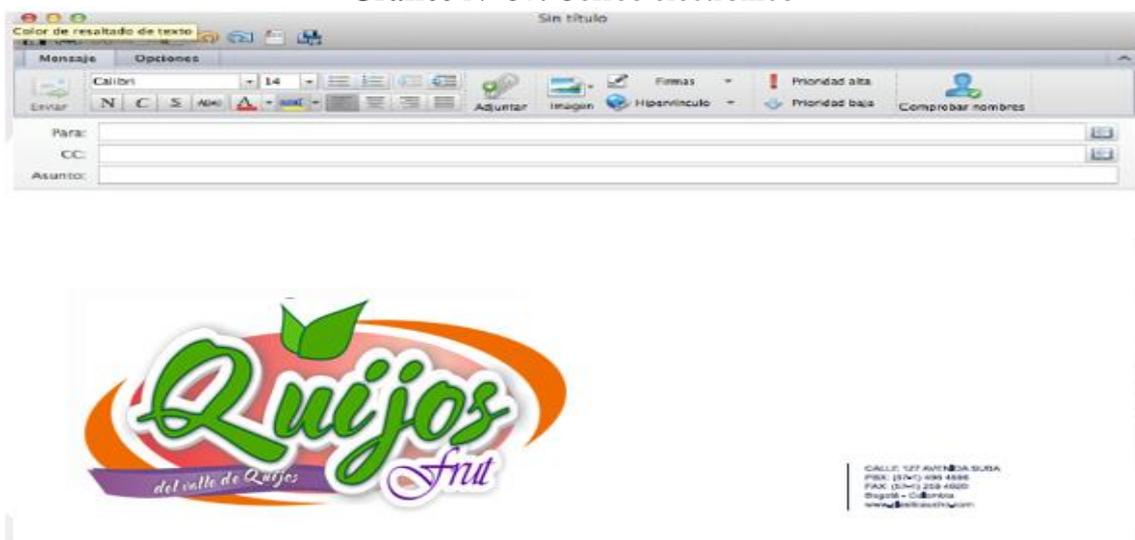


Elaborador por: Martha Flor

## Correo electrónico

Los correos electrónicos es una forma directa de llegar al cliente por tal motivo la importancia de promocionar el producto por este medio.

Gráfico N° 37. Correo electrónico



Elaborador por: Martha Flor

## 4.4 PLAN TÉCNICO

### 4.1.1 Localización

#### Macro localización

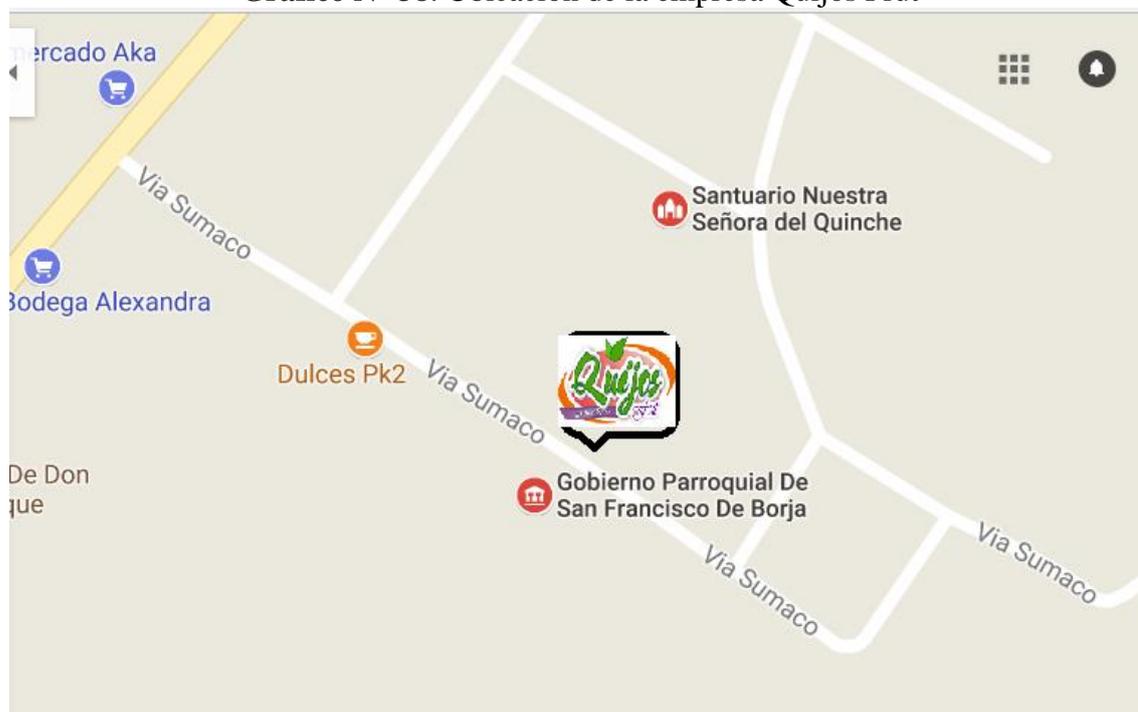
La Empresa Quijos Frut está ubicada en la Parroquia San Francisco de Borja, Cantón Quijos, Provincia de Napo.

#### Micro localización

La empresa cuenta con los servicios básicos necesarios como agua, alumbrado público, alcantarillado, vías en buen estado y líneas telefónicas para una atención de calidad y comunicación. También beneficia el acceso rápido y fácil para la venta de los productos a los clientes, consumidores, proveedores y empleados.

La empresa se encuentra ubicada exactamente en la parroquia San Francisco de Borja en la vía Sumaco.

**Gráfico N° 38.** Ubicación de la empresa Quijos Frut



**Elaborador por:** Martha Flor

#### **4.4.2 Materias primas**

##### **Materia prima directa**

- Babaco
- Frutilla
- Guayaba
- Mora
- Naranjilla
- Tomate de árbol
- Guanabana
- Naranja
- Chonta
- Manzana
- Maracuya
- Piña
- Mango
- Papaya
- Melón
- Limón
- Tamarindo
- Coco
- Taxo
- Durazno
- Sandia

##### **Materia prima indirecta (insumos)**

- Azúcar
- Conservante
- Metabisulfito de sodio o potasio

#### **4.4.3 Mapa de procesos**

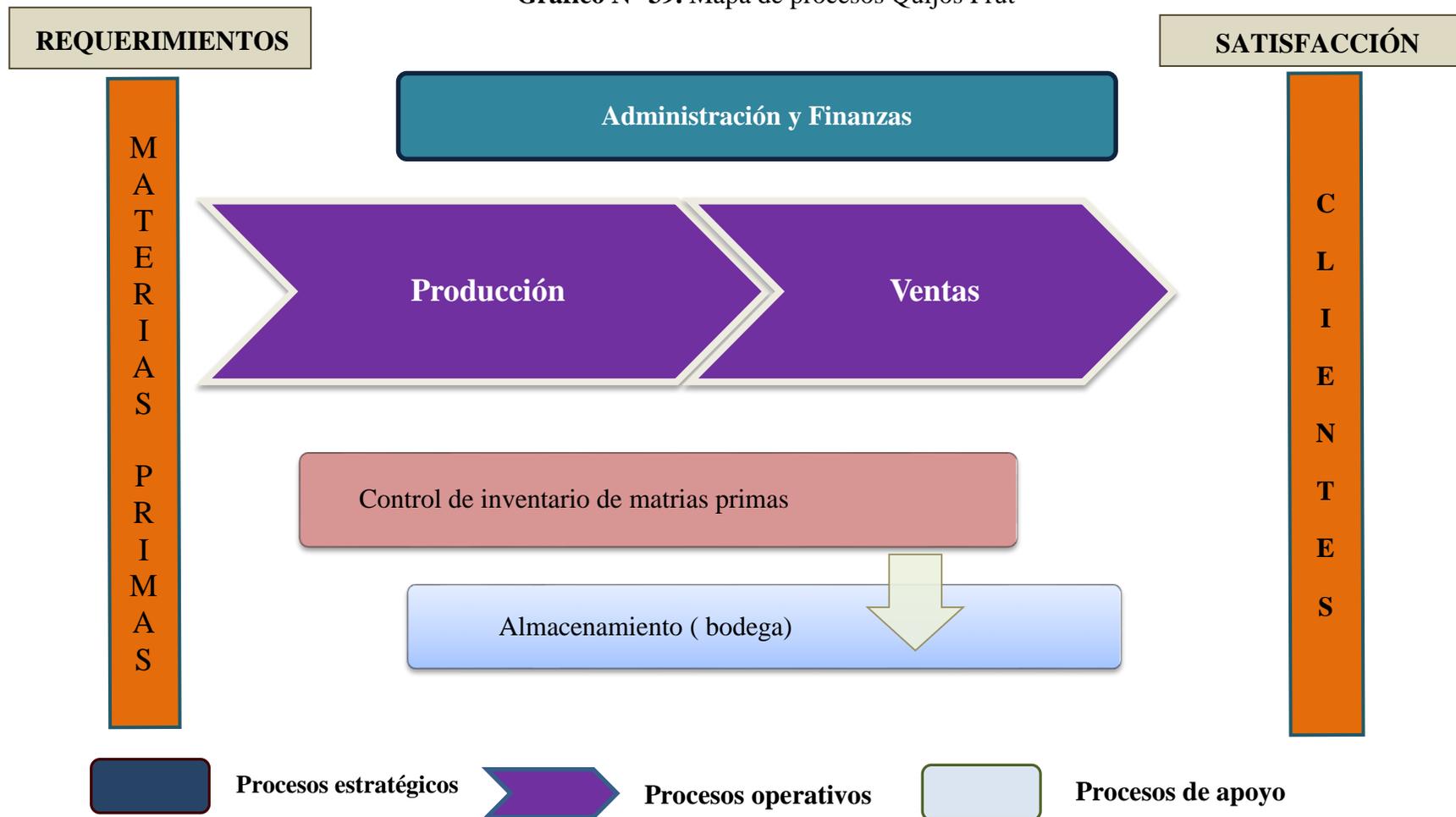
Según Pérez (2010) “El mapa de procesos es la representación gráfica de la estructura de procesos que conforman el sistema de gestión” (p. 20).

En la empresa Quijos Frut se ha propuesto procesos estratégicos, estos están vinculados a las áreas directivas, mientras que los operativos están ligados directamente con la producción de la pulpa de frutas y de apoyo, dan soporte a los operativos. Pues son el núcleo de la organización, con la finalidad de crear y suministrar valor a los clientes y consumidores de la pulpa de frutas. Es importante mencionar que un mapa de procesos

esta elaborador de acuerdo a las necesidades de la empresa, facilitando la interrelación de cada una de las actividades.

## Mapa de procesos

Gráfico N° 39. Mapa de procesos Quijos Frut



Elaborador por: Martha Flor

#### 4.4.4 Flujogramas de procesos

##### Proceso de compra de la materia prima

Palacio (2005) dice que: “El diagrama de flujos es una representación gráfica de la secuencia de pasos que se realizan para obtener un cierto resultado, este puede ser un producto, un servicio o un bien“(p. 92).

Los flujogramas son procedimientos interrelacionados, que tiene como objetivo la identificación y el proceso que debe emplear y cuál es la actividad de espera. Por medio de una representación gráfica con una secuencia de pasos que realizan para obtener un resultado, esto puede ser un producto, un servicio o un bien.

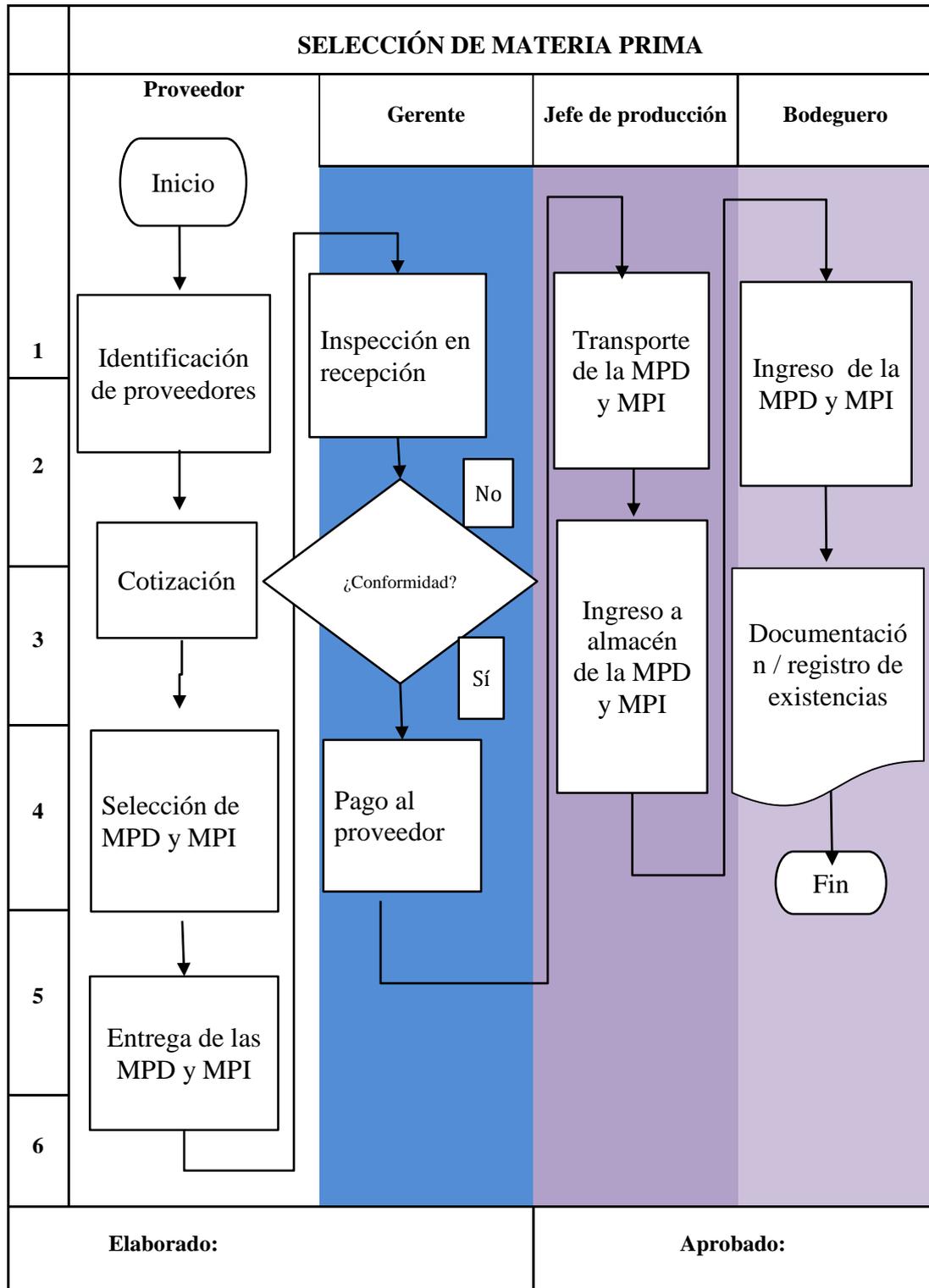
El flujograma está conformado por cada uno de las acciones y actividades para la producción de pulpa de frutas.

**Tabla N° 40.** Símbolos del Institucional Nacional de Estandarización Americano

Nombre	Símbolo	Función
Inicio o Término		Indica el principio o el fin de un flujo de procesos.
Actividad		Describe las actividades de las personas involucradas en el procedimiento.
Documento		Representa documento que se genere o salga del procedimiento.
Archivo		Indica que se guarde un documento en forma temporal o permanente.
Conector de Página		Representa un enlace con otra hoja diferente, en la que continúa el flujograma.
Conector		Representa una conexión o enlace de una parte del flujograma con otra parte.
Decisión o Alternativa		Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más opciones.

**Fuente:** Simbología (Institucional Nacional de Estandarización Americano [ANSI])

## Compra de la materia prima



## 4.5 PLAN ADMINISTRATIVO

### 4.5.1 Misión y visión

#### Misión

Proveer pulpa de fruta de calidad para la preparación de jugos en cada uno de los lugares en que sirvan alimentos.

#### Visión

Ser líder en la industria dedicada a cubrir la necesidad de toda persona que disfruta de un jugo de fruta natural preparado en ese mismo instante con un sabor fresco, natural, puro y saludable por medio de nuestra pulpa de fruta

#### Imagotipo de la empresa Quijos Frut

El imagotipo está compuesto por una imagen y un texto que tiene como propósito llamar la atención del cliente y consumidor.

Además el imagotipo le da una identidad a la empresa, facilita la comunicación a través de la misión, visión y objetivos de la organización.

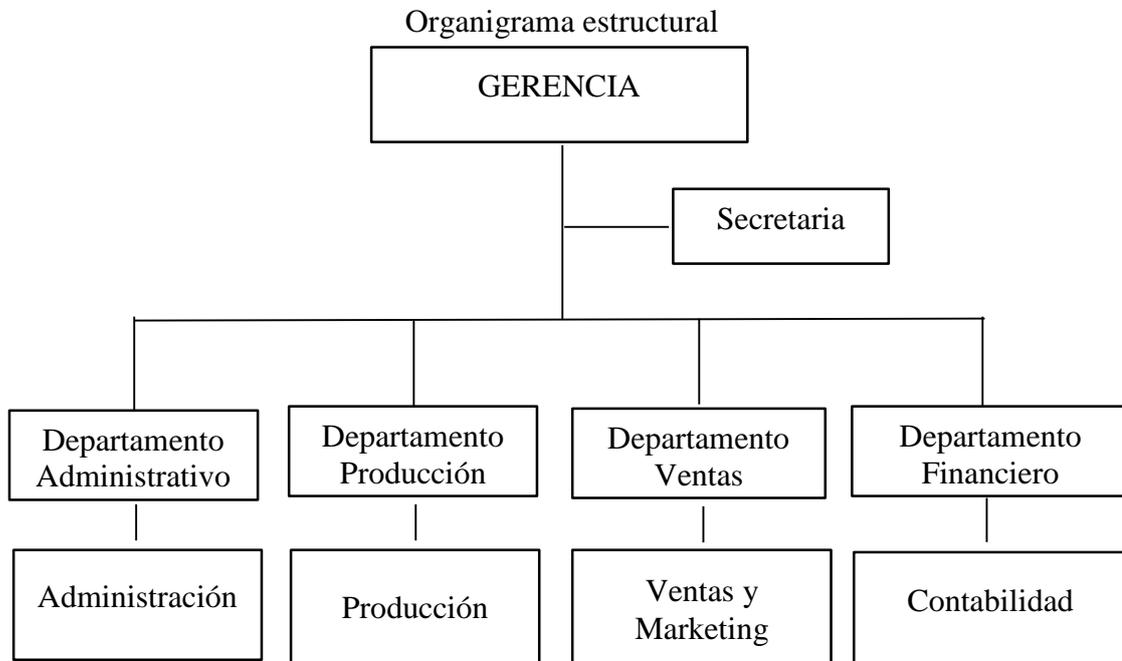
**Gráfico N° 40.** Quijos Frut



**Fuente:** Quijos Frut (2017)

## 4.5.2 Estructura organizacional

La estructura organizacional de la empresa Quijos Frut está compuesta la identificación de cada uno de los departamentos, los niveles jerárquicos.



Elaborado por: Martha Flor

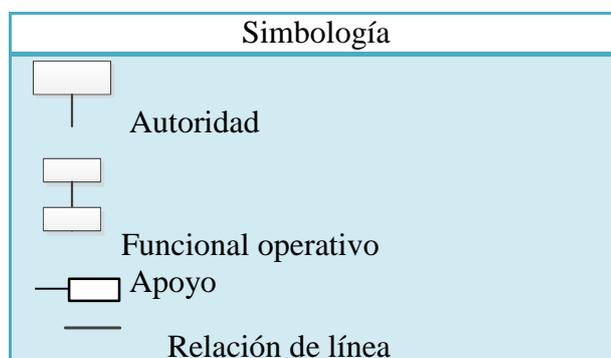
### Niveles jerárquicos

Nivel directivo: Junta de accionistas

Nivel ejecutivo: Gerencia

Nivel auxiliar o apoyo: Secretaría

Nivel operativo: Sección administrativo, comercial, y de ventas.



#### 4.5.3 Perfil de puestos y funciones

**Tabla N° 41.** Perfil de puesto gerente

	Gerencia	<b>Código: QF.TH.001</b>		
		DÍA	MES	AÑO
<b>Información Básica</b>				
Puesto	Gerente			
Departamento	Directivos			
Jefe inmediato	Empresa Quijos Frut			
Supervisa a :	Direcciona a la empresa Quijos Frut			
<b>Descripción del puesto</b>				
<p>Planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de la empresa, a fin de alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa  Ser un líder con todos los trabajadores de la empresa.  Tres (3) años en experiencia en gerencia  <b>Edad mínima:</b> 30 a 40 años.  <b>Género:</b> Indistinto.</p>				
<b>Funciones y responsabilidades</b>				
<p>Establecer las adecuadas políticas y normas.  Cumplir los objetivos planteados en la empresa.  Dirigir al personal administrativo y operarios.  Vigilar el cumplimiento de los objetivos.  Asignar y ejecutar el presupuesto.  Controlar el desempeño laboral del personal, considerando sus habilidades y competencias.</p>				
<b>Requisitos Del Puesto</b>				
Título profesional	<p>Poseer título universitario en administración de empresas, registrado legalmente en la SENESCYT.  Posgrados: Maestría en administración de empresas</p>			
<b>Competencias</b>				
Conocimientos	<p>Acreditar experiencia mínima de cuatro años en la dirección y administración de empresas  Conocimiento de planes y programas de producción</p>			
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Buena comunicación</li> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Manejo de conflictos</li> <li>• Coordinación</li> <li>• Determinación de soluciones</li> </ul>			
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración desinteresadamente</li> <li>• Satisfacción en las actividades y funciones que realiza.</li> <li>• Compromiso institucional</li> <li>• Confianza</li> <li>• Agente de cambio</li> <li>• Visión del entorno interno y social.</li> </ul>			

**Elaborado por:** Martha Flor

**Tabla N° 42. Perfil de puesto secretaria**

	Secretaria	<b>Código: QF.TH.002</b>		
		DÍA	MES	AÑO
<b>Información Básica</b>				
Puesto	Secretaria			
Departamento	Auxiliar – apoyo			
Jefe inmediato	Empresa Quijos Frut			
Supervisa a :	Apoyo a la gerencia de la empresa Quijos Frut			
<b>Descripción del puesto</b>				
<p>Coordinar el desarrollo de los procesos de la empresa.                      Realizar las tareas encargadas de velar por los registros institucionales siendo responsable de la seguridad y legalidad de los mismos.</p> <p>Un (1) año con experiencia en secretariado.  <b>Edad mínima:</b> 20 a 30 años.  <b>Género:</b> Indistinto.</p>				
<b>Funciones y responsabilidades</b>				
Controlar los procesos de venta en conjunto con el gerente Controlar los procesamientos administrativos Controlar los procesamientos marketing. Controlar los procesamientos financieros.				
<b>Requisitos Del Puesto</b>				
Título profesional	Poseer título universitario en secretariado, registrado legalmente en la SENESCYT.			
<b>Competencias</b>				
Conocimientos	Acreditar experiencia mínima de un año. Conocimiento de planes y programas de producción			
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena comunicación</li> <li>• Coordinación</li> <li>• Determinación de soluciones</li> </ul>			
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración desinteresadamente</li> <li>• Satisfacción en las actividades y funciones que realiza.</li> </ul>			

**Elaborado por:** Martha Flor

**Tabla N° 43.** Perfil de puesto de producción

	Producción	<b>Código: QF.TH.001</b>		
		DÍA	MES	AÑO
<b>Información Básica</b>				
Puesto	Producción			
Departamento	Operativo			
Jefe inmediato	Empresa Quijos Frut			
Supervisa a :	Área de producción de la empresa Quijos Frut			
<b>Descripción del puesto</b>				
<p>Planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de producción de la empresa a fin de alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa</p> <p>Tres (2) años en experiencia en Ingeniería de alimentos</p> <p><b>Edad mínima:</b> 25 a 40 años.</p> <p><b>Género:</b> Indistinto.</p>				
<b>Funciones y responsabilidades</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer las adecuadas políticas y normas de producción</li> <li>• Cumplir los objetivos planteados en la empresa.</li> <li>• Dirigir al personal del área de producción.</li> <li>• Coordinar y controlar cada una de las actividades del departamento de producción, con la finalidad de producir productos de calidad.</li> <li>• Aplicar mejoras para diseñar e innovar los productos.</li> </ul>				
<b>Requisitos Del Puesto</b>				
Título profesional	Poseer título universitario en ingeniería en alimentos registrado legalmente en la SENESCYT.			
<b>Competencias</b>				
Conocimientos	<p>Acreditar experiencia mínima tres años en la dirección y administración de empresas</p> <p>Conocimiento de planes y programas de producción</p>			
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena comunicación</li> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Manejo de conflictos</li> <li>• Coordinación</li> </ul>			
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración desinteresadamente</li> <li>• Satisfacción en las actividades y funciones que realiza.</li> <li>• Compromiso institucional</li> <li>• Confianza</li> <li>• Agente de cambio</li> </ul>			

Elaborado por: Martha Flor

**Tabla N° 44.** Perfil de puesto Jefe de ventas

	Ventas	<b>Código: QF.TH.001</b>		
		DÍA	MES	AÑO
<b>Información Básica</b>				
Puesto	Jefe de ventas			
Departamento	Ventas			
Jefe inmediato	Gerente			
Supervisa a :	Ventas y marketing			
<b>Descripción del puesto</b>				
<p>Coordinar y controlar cada una de las actividades del departamento de ventas en la empresa.</p> <p>Un (1) años en experiencia en ventas y marketing</p> <p><b>Edad mínima:</b> 25 a 40 años.</p> <p><b>Género:</b> Indistinto.</p>				
<b>Funciones y responsabilidades</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar, organizar y establecer las ventas de manera adecuada, con la finalidad de cumplir con los requerimientos y el tiempo establecidos por el cliente.</li> <li>• Control en los procesos de venta y de compra.</li> <li>• Aplicar estrategias de publicidad y promoción</li> <li>• Mejorar el servicio de atención al cliente.</li> <li>• Controlar que las ventas se incrementen.</li> <li>• Gestionar planes para promocionar los productos, invitando clientes nuevos y potenciales.</li> <li>• Controlar que los márgenes de ventas realizados aumenten.</li> </ul>				
<b>Requisitos Del Puesto</b>				
Título profesional	Poseer título universitario en ingeniería de marketing, registrado legalmente en la SENESCYT.			
<b>Competencias</b>				
Conocimientos	<p>Acreditar experiencia mínima de un año en la venta y comercialización de alimentos procesados.</p> <p>Conocimiento de planes y programas de ventas y estrategias de marketing</p>			
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena comunicación</li> <li>• Coordinación de las ventas</li> <li>• Determinación de soluciones para nuevos nichos de mercado</li> </ul>			
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración desinteresadamente</li> <li>• Confianza</li> <li>• Agente de cambio</li> <li>• Visión del entorno interno y social.</li> </ul>			

Elaborado por: Martha Flor

**Tabla N° 45.** Perfil de puesto contador (a)

	Contabilidad	<b>Código: QF.TH.001</b>		
		DÍA	MES	AÑO
<b>Información Básica</b>				
Puesto	Contador (a)			
Departamento	Contabilidad y Finanzas			
Jefe inmediato	Gerente			
Supervisa a :	Departamento de contabilidad			
<b>Descripción del puesto</b>				
<p>Coordinar y controlar cada una de las actividades contables de los departamentos, con la finalidad de establecer los estados financieros en los cuales permitan conocer la rentabilidad de la empresa a largo, mediano y largo plazo.</p> <p>Tres (1) año en experiencia en contabilidad</p> <p><b>Edad mínima:</b> 25 a 30 años.</p> <p><b>Género:</b> Indistinto.</p>				
<b>Funciones y responsabilidades</b>				
<p>Verificar los procesamientos Financieros y presupuestarios.</p> <p>Control contable.</p> <p>Efectuar y controlar el registro de las operaciones contables</p> <p>Tener un registro de los costos y gastos de la empresa.</p> <p>Controlar que la producción se realice de manera eficiente y eficaz.</p>				
<b>Requisitos Del Puesto</b>				
Título profesional	Poseer título universitario en Contabilidad y auditoría, registrado legalmente en la SENESCYT.			
<b>Competencias</b>				
Conocimientos	<p>Acreditar experiencia mínima de cuatro años en la dirección y administración de empresas</p> <p>Conocimiento de planes y programas de producción</p>			
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena comunicación</li> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Manejo de conflictos</li> <li>• Coordinación financiera</li> <li>• Determinación de soluciones contables</li> </ul>			
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración desinteresadamente</li> <li>• Satisfacción en las actividades y funciones que realiza.</li> <li>• Compromiso institucional</li> <li>• Confianza</li> <li>• Agente de cambio</li> </ul>			

**Elaborado por:** Martha Flor

## 4.6 PLAN FINANCIERO

**Tabla N° 46.** Plan de inversión

Plan de Inversión			
Cant	Detalle	Valor unitario	Total
1	Terreno (1000m2)		30.000,00
	EDIFICIO		20.000,00
1	Edificio	20.000,00	
	VEHÍCULO		25.000,00
1	Camión	25.000,00	
	INSTALACIONES Y SEGURIDAD LABORAL		1.000,00
1	Instalaciones eléctricas de fuerza	350,00	
1	Extintor portátil 6 kg	50,00	
1	Instalaciones eléctricas de Iluminación (emergencia)	400,00	
20	Señalética de departamentos administrativos y producción	200,00	
	MAQUINARIA Y EQUIPO		24.800,00
1	Máquina despulpadora de fruta	8.000,00	
1	Molino triturador	6.000,00	
1	Máquina empacadora de pulpa de fruta	8.000,00	
1	bascula	250,00	
1	balanza de humedad	2.500,00	
1	cocina eléctrica	50,00	
	MUEBLES		1.054,00
	Área de administración		
1	Escritorio	200,00	
1	Auxiliar Archivador puerta de vidrio	50,00	
2	Sillas de espera	15,00	
2	Silla giratoria	120,00	
	Área de producción		
2	sillas	22,00	
1	Estanterías	90,00	
2	Mesa área de análisis	100,00	
10	Tarimas	20,00	
	HIGIENE LABORAL		350,00
5	Mandiles	15,00	
5	Guantes	2,50	
5	Mascarillas	2,50	
5	Cascos	30,00	
5	Botas	20,00	
	EQUIPO DE OFICINA		480,00
1	Decoración y accesorios de oficina	350,00	
1	Teléfono Panasonic	60,00	

1	Calculadora electrónica	70,00	
	<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>		203,5
5	Fundas para la basura	0,20	
3	Escobas	2,50	
10	Basureros	19,00	
2	Palas	2,50	
	<b>OTROS ACTIVOS FIJOS</b>		1.110,00
10	Utensilios y cucharas de cocina	2,00	
5	Tachos para la pulpa	10,00	
1	Cosedora de fundas plásticas	800,00	
4	Baldes	10,00	
2	Ollas de aluminio	100,00	
	<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		1.600,00
1	Computadora con programa de monitoreo de las máquinas	900,00	
1	Computadora oficina	500,00	
2	Impresora	100,00	
	<b>INVENTARIOS</b>		4.731,50
1	Mercadería (M.P.D)	711,50	
1	Insumos (M.P.I)	4.020,00	
	<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>		180,00
1	Patente municipal	50,00	
1	Permiso de funcionamiento en los bomberos	30,00	
1	Permisos de uso de suelo	100,00	
	<b>PUBLICIDAD ESTÁTICA</b>		190,00
3	Rotulación	30,00	
1	Microperforado	100,00	
<b>TOTAL PLAN DE INVERSIONES</b>			<b>\$110.699,00</b>

**Elaborado por:** Martha Flor

### Inversión inicial

<b>Inversión inicial</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>
Terreno	\$ 30.000,00
Edificio	\$ 20.000,00
Vehículo	\$ 25.000,00
Instalaciones y seguridad laboral	\$ 1.000,00
Maquinaria y equipo	\$ 24.800,00
Higiene laboral	\$ 350,00
Materiales de limpieza	\$ 203,50
Otros activos fijos	\$ 1.110,00
Muebles	\$ 1.054,00

Enseres	\$ 480,00
Equipos de computo	\$ 1.600,00
Inventarios	\$ 4.731,50
Gastos de constitución	\$ 180,00
Publicidad estática	\$ 190,00
<b>Total Capital</b>	<b>\$ 110.699,00</b>

Elaborado por: Martha Flor

#### Plan de financiamiento

PLAN DE FINANCIAMIENTO		
DESCRIPCIÓN	VALOR \$	PORCENTAJE
Recursos propios	70.699,00	64 %
Dinero en efectivo	70.699,00	
Recursos de terceros	40.000,00	36 %
Préstamo al banco de fomento	40.000,00	
<b>TOTAL</b>	<b>110.699,00</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Martha Flor

#### Costo de producción

COSTOS DE PRODUCCION					
Detalle	Costo unitario	Cantidad diario unidades/kg	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
MATERIA PRIMA					
<b>Babaco</b>	0,20	200	40,00	880,00	10.560,00
<b>Frutilla</b>	0,05	1.000	50,00	1.100,00	13.200,00
<b>Taxo</b>	0,05	500	25,00	550,00	6.600,00
<b>Guayaba</b>	0,10	300	30,00	660,00	7.920,00
<b>Mora</b>	0,010	1.000	10,00	220,00	2.640,00
<b>Naranjilla</b>	0,02	1.000	20,00	440,00	5.280,00
<b>Tomate de a.</b>	0,01	1.000	10,00	220,00	2.640,00
<b>Guanabana</b>	0,018	500	9,00	198,00	2.376,00
<b>Maracuya</b>	0,04	1.000	40,00	880,00	10.560,00
<b>Piña</b>	0,20	400	80,00	1.760,00	21.120,00
<b>Mango</b>	0,040	5.000	200,00	4.400,00	52.800,00
<b>Papaya</b>	0,200	100	20,00	440,00	5.280,000
<b>Limón mandarina</b>	0,002	1.000	2,00	44,00	528,0
<b>Naranja</b>	0,07	500	35,00	770,00	9.240,00
<b>Tamarindo</b>	0,001	500	0,50	11,00	132,00
<b>Coco</b>	0,10	200	20,00	440,00	5.280,00
<b>Sandía</b>	0,80	100	80,00	1.760,00	21.120,00
<b>Manzana</b>	0,08	500	40,000	880,00	10.560,00

<b>Total</b>		14.800	711,50	15.653,00	187.836,00
INSUMO					
Conservantes	0,20	400	400,00	1.600,00	19.200,00
Azúcar	0,10	200	20,00	80,00	960,00
Fundas plásticas	0,02	900	3.600	43.200,00	43.200,00
			4.020,00		
Total Insumos					62.400,00
MOD					
Técnico y operarios		4,00		2.416,13	28.993,51
<b>TOTAL COSTO</b>					<b>\$ 279.229,51</b>

**Elaborado por:** Martha Flor

### Gastos

<b>CÁLCULO DE GASTOS</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR POR UNIDAD</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>Gastos Administrativos</b>				<b>\$ 29.410,86</b>
Sueldos Administración			1.930,91	\$ 23.170,86
Gerente (a)	1.200,86	1,00	1.200,86	\$ 14.410,28
Contadora general	730,05	1,00	730,05	\$ 8.760,58
Servicios básicos:			300,00	\$ 6.240,00
Luz			200,00	\$ 2.400,00
Agua			50,00	\$ 600,00
Teléfono			50,00	\$ 600,00
Alimentación	2,00	5,00	220,00	\$ 2.640,00
<b>Gastos de Producción</b>				<b>\$ 9.137,68</b>
Gasto seguridad e higiene laboral				\$ 882,50
Mantenimiento correctivo maquinaria	400,00	1,00	400,00	\$ 400,00
Mantenimiento preventivo maquinaria	300,00	1,00	300,00	\$ 300,00
Mandiles	15,00	5,00	75,00	\$ 150,00
Guantes	2,50	5,00	12,50	\$ 25,00
Mascarillas	0,50	5,00	2,50	\$ 7,50
Suministros de limpieza:			89,50	\$ 136,50
Escobas	2,50	3,00	7,50	\$ 22,50
Basureros	15,00	5,00	75,00	\$ 75,00
Palas para basura	2,50	2,00	5,00	\$ 15,00
Fundas de basura	0,10	5,00	2,00	\$ 24,00

<b>Depreciaciones:</b>			8.118,68	\$ 8.118,68
Dep. Maquinaria y Equipos	2.480,00	1,00	2.480,00	\$ 2.480,00
Dep. Muebles y enseres	105,40	1,00	105,40	\$ 105,40
Dep. Vehículo	5.000,00	1,00	5.000,00	\$ 5.000,00
dep. Equipos de computación	533,28	1,00	533,28	\$ 533,28
<b>Gastos de Ventas</b>				\$ 300,00
Mantenimiento Vehículo				\$ 300,00
Combustible vehículo	5,00	5,00	25,00	\$ 300,00
<b>Gastos Financieros</b>				<b>\$ 1.583,31</b>
Intereses			263,88	\$ 1.583,31
TABLA DE AMORTIZACION DE BANCO	6.333,23	1,00	6.333,23	\$ 6.333,23
<b>TOTAL DE GASTOS</b>				<b>\$ 40.431,85</b>

**Elaborado por:** Martha Flor

### Depreciación

CUADRO DE DEPRECIACIONES				
DETALLE DEL BIEN	VALOR DEL BIEN	VIDA UTIL	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria y Equipos	24.800,00	10,00	0,10	2.480,00
Muebles y enseres	1.054,00	10,00	0,10	105,40
Vehículo	25.000,00	5,00	20%	5.000,00
Equipos de computación	1.600,00	3,00	0,33	533,28
<b>TOTAL</b>				<b>8.118,68</b>

**Elaborado por:** Martha Flor

### Proyección de costos

PROYECCIÓN DE COSTOS CON EL 3,87 % DE INFLACIÓN DE ECUADOR AÑO 2015-2016						
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
BABACO	10.560,00	10.968,67	11.393,16	11.834,07	12.292,05	46.487,96
FRUTILLA	13.200,00	13.710,84	14.241,45	14.792,59	15.365,07	58.109,95
TAXO	6.600,00	6.855,42	7.120,72	7.396,30	7.682,53	7.979,85
GUAYABA	7.920,00	8.226,50	8.544,87	8.875,56	9.219,04	9.575,82
MORA	2.640,00	2.742,17	2.848,29	2.958,52	3.073,01	3.191,94
NARANJILLA	5.280,00	5.484,34	5.696,58	5.917,04	6.146,03	6.383,88

TOMATE DE A.	2.640,00	2.742,17	2.848,29	2.958,52	3.073,01	3.191,94
GUANABANA	2.376,00	2.467,95	2.563,46	2.662,67	2.765,71	2.872,75
MARACUYA	10.560,00	10.968,67	11.393,16	11.834,07	12.292,05	46.487,96
PIÑA	21.120,00	21.937,34	22.786,32	23.668,15	24.584,11	92.975,92
MANGO	52.800,00	54.843,36	56.965,80	59.170,37	61.460,27	232.439,80
PAPAYA	5.280,00	5.484,34	5.696,58	5.917,04	6.146,03	23.243,98
LIMÓN	528,00	548,43	569,66	591,70	614,60	2.324,40
MANDARINA	9.240,00	9.597,59	9.969,01	10.354,82	10.755,55	40.676,97
NARANJA	132,00	137,11	142,41	147,93	153,65	581,10
TAMARINDO	5.280,00	5.484,34	5.696,58	5.917,04	6.146,03	23.243,98
COCO	21.120,00	21.937,34	22.786,32	23.668,15	24.584,11	92.975,92
SANDIA	10.560,00	10.968,67	11.393,16	11.834,07	12.292,05	46.487,96
Manzana	10.560,00	10.968,67	11.393,16	11.834,07	12.292,05	46.487,96
<b>Total PMD</b>	<b>187.836,00</b>	<b>195.105,25</b>	<b>202.655,83</b>	<b>210.498,61</b>	<b>218.644,90</b>	<b>739.232,06</b>
Conservantes	5.280,00	5.484,34	5.696,58	5.917,04	6.146,03	23.243,98
Azúcar	21.120,00	21.937,34	22.786,32	23.668,15	24.584,11	25.535,51
Fundas plásticas	43.200,00	44.871,84	46.608,38	48.412,12	50.285,67	52.231,73
<b>Total PMI</b>	<b>69.600,00</b>	<b>72.293,52</b>	<b>75.091,28</b>	<b>77.997,31</b>	<b>81.015,81</b>	<b>101.011,22</b>
Técnico y operarios	28.993,51	30.115,56	31.281,04	32.491,61	33.749,04	35.055,12
<b>Total</b>	<b>\$ 543.865,51</b>	<b>\$ 564.913,11</b>	<b>\$ 586.775,25</b>	<b>\$ 609.483,45</b>	<b>\$ 633.070,46</b>	<b>\$ 1.715.541,69</b>

Elaborado por: Martha Flor

### Proyección de gastos

<b>PROYECCIÓN DE GASTOS PARA 5 AÑOS CON EL 3,87 % DE INFLACIÓN DEL ECUADOR AÑOS 2015-2016</b>						
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
Sueldos Administración	23.170,86	24.067,58	24.998,99	25.966,45	26.971,35	102.004,38
Servicios básicos:	6.240,00	6.481,49	6.732,32	6.992,86	7.263,49	27.470,16
Alimentación	2.640,00	2.742,17	2.848,29	2.958,52	3.073,01	3.191,94
Gasto seguridad e higiene laboral	882,50	916,65	952,13	988,97	1.027,25	1.067,00

Suministros de limpieza:	136,50	141,78	147,27	152,97	158,89	165,04
Depreciaciones:	8.118,68	8.432,87	8.759,23	9.098,21	9.450,31	35.740,61
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 41.188,54</b>	<b>\$ 42.782,54</b>	<b>\$ 44.438,22</b>	<b>\$ 46.157,98</b>	<b>\$ 47.944,30</b>	<b>\$ 169.639,13</b>
<b>GASTOS VENTAS</b>						
Mantenimiento Vehículo	300,00	311,61	323,67	336,20	349,21	362,72
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 300,00</b>	<b>\$ 311,61</b>	<b>\$ 323,67</b>	<b>\$ 336,20</b>	<b>\$ 349,21</b>	<b>\$ 362,72</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
Intereses	1.583,31	1.644,58	1.708,23	1.774,34	1.843,00	6.970,15
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.583,31</b>	<b>\$ 1.644,58</b>	<b>\$ 1.708,23</b>	<b>\$ 1.774,34</b>	<b>\$ 1.843,00</b>	<b>\$ 6.970,15</b>

Elaborado por: Martha Flor

### Flujo de caja

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>A</b>	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>644.867,14</b>	<b>659.054,22</b>	<b>673.553,41</b>	<b>688.371,59</b>	<b>703.515,76</b>
	Recursos propios					
	Recursos de terceros					
	Ingresos por ventas	644.867,14	659.054,22	673.553,41	688.371,59	703.515,76
<b>B</b>	<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>620.302,87</b>	<b>609.651,84</b>	<b>633.245,37</b>	<b>657.751,96</b>	<b>683.206,97</b>
	Pago a proveedores	543.865,51	564.913,11	586.775,25	609.483,45	633.070,46
	Gastos de ventas	300,00	311,61	323,67	336,20	349,21
	Gastos de administración	41.188,54	42.782,54	44.438,22	46.157,98	47.944,30
	Gastos Financieros	1.583,31	1.644,58	1.708,23	1.774,34	1.843,00
	Instalaciones y Remodelaciones	1.000,00				
	Maquinaria y Equipo	24.800,00				
	Muebles y Enseres	1.054,00				
	Equipo de Computación	1.600,00				
	Inventarios	4.731,50				
	Gastos de Constitución	180,00				

C	<b>FLUJO OPERACIONAL (A - B)</b>	<b>24.564,28</b>	<b>49.402,38</b>	<b>40.308,04</b>	<b>30.619,62</b>	<b>20.308,80</b>
D	<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>19.522,33</b>	<b>16.648,60</b>	<b>13.583,81</b>	<b>10.318,81</b>	<b>6.844,06</b>
	Pago de participación de utilidades 15%	8.689,47	7.410,36	6.046,21	4.592,94	3.046,32
	Pago de impuestos 22%	10.832,87	9.238,24	7.537,60	5.725,87	3.797,75
E	<b>FLUJO NO OPERACIONAL (C - D)</b>	<b>5.041,94</b>	<b>32.753,78</b>	<b>26.724,23</b>	<b>20.300,81</b>	<b>13.464,73</b>
F	<b>FLUJO NETO GENERADO (C - E)</b>	<b>19.522,33</b>	<b>16.648,60</b>	<b>13.583,81</b>	<b>10.318,81</b>	<b>6.844,06</b>
G	<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	110.699,00	130.221,33	146.869,94	160.453,75	170.772,56
H	<b>SALDO FINAL DE CAJA (F + G)</b>	<b>130.221,33</b>	<b>146.869,94</b>	<b>160.453,75</b>	<b>170.772,56</b>	<b>177.616,62</b>

Elaborado por: Martha Flor

### Ingresos mensuales

DETALLE DE INGRESOS MENSUALES					
Productos de venta	Unidades diarias	Precio más Margen Utilidad	Utilidad	Costo de producción	Ingreso mensual
Pulpa de fruta de 100gr (Costa o Amazonia)	100	0,71	0,20	0,50	\$ 1.571,43
Pulpa de fruta de 100gr (Sierra)	100	0,56	24	0,45	\$ 1.237,50
Pulpa de fruta de 250gr (Costa o Amazonia)	80	3,00	5	1,50	\$ 5.280,00
Pulpa de fruta de 250gr (Sierra)	80	2,50	5	1,25	\$ 4.400,00
Pulpa de fruta de 1gr (Costa o Amazonia)	50	4,00		2,00	\$ 4.400,00
Pulpa de Fruta de 1gr (Sierra)	50	3,50	18	1,75	\$ 3.850,00
Pulpa de fruta de 5 gr (Costa o Amazonia)	50	16,00	1	8,00	\$ 17.600,00
Pulpa e fruta de 5 gr (Sierra)	50	14,00	14	7,00	\$ 15.400,00
<b>TOTAL</b>	<b>560</b>				<b>\$ 53.738,93</b>

Elaborado por: Martha Flor

Proyección de ingresos

PROYECCIÓN DE INGRESOS CON 2,20% DE LA TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL						
DETALLE	INGRESOS MENSUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pulpa de fruta de 100gr (Costa o Amazonia)	1.571,43	18.857,14	19.272,00	19.695,98	20.129,30	20.572,14
Pulpa de fruta de 100gr (Sierra)	1.237,50	14.850,00	15.176,70	15.510,59	15.851,82	16.200,56
Pulpa de fruta de 250gr (Costa o Amazonia)	5.280,00	63.360,00	64.753,92	66.178,51	67.634,43	69.122,39
Pulpa de fruta de 250gr (Sierra)	4.400,00	52.800,00	53.961,60	55.148,76	56.362,03	57.601,99
Pulpa de fruta de 1gr (Costa o Amazonia)	4.400,00	52.800,00	53.961,60	55.148,76	56.362,03	57.601,99
Pulpa de Fruta de 1gr (Sierra)	3.850,00	46.200,00	47.216,40	48.255,16	49.316,77	50.401,74
Pulpa de fruta de 5 gr (Costa o Amazonia)	17.600,00	211.200,00	215.846,40	220.595,02	225.448,11	230.407,97
Pulpa e fruta de 5 gr (Sierra)	15.400,00	184.800,00	188.865,60	193.020,64	197.267,10	201.606,97
<b>Total</b>	<b>\$ 53.738,93</b>	<b>\$ 644.867,14</b>	<b>\$ 659.054,22</b>	<b>\$ 673.553,41</b>	<b>\$ 688.371,59</b>	<b>\$ 703.515,76</b>

Elaborado por: Martha Flor

Proyección de unidades

PROYECCIÓN DE UNIDADES PRODUCIDAS CON LA TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL DEL 2,20% DE TENA							
Detalle	Cantidad requerida	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total
Pulpa de fruta de 100gr (Costa o Amazonia)	100,00	26.400	26.981	27.574	28.181	28.801	137.937
Pulpa de fruta de 100gr (Sierra)	100,00	26.400	26.981	27.574	28.181	28.801	137.937
Pulpa de fruta de 250gr (Costa o Amazonia)	80,00	21.120	21.585	22.060	22.545	23.041	110.350
Pulpa de fruta de 250gr (Sierra)	80,00	21.120	21.585	22.060	22.545	23.041	110.350
Pulpa de fruta de 1gr (Costa o Amazonia)	50,00	13.200	13.490	13.787	14.091	14.400	68.969
Pulpa de Fruta de 1gr (Sierra)	50,00	13.200	13.490	13.787	14.091	14.400	68.969
Pulpa de fruta de 5 gr (Costa o Amazonia)	50,00	13.200	13.490	13.787	14.091	14.400	68.969
Pulpa e fruta de 5 gr (Sierra)	50,00	13.200	13.490	13.787	14.091	14.400	68.969
<b>TOTAL</b>	<b>560,00</b>	<b>147.840</b>	<b>151.092</b>	<b>154.417</b>	<b>157.814</b>	<b>161.286</b>	<b>772.448</b>

Elaborado por: Martha Flor

Estado de resultados

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	Ingresos por ventas	644.867,14	659.054,22	673.553,41	688.371,59	703.515,76
(-)	Costo de Ventas	543.865,51	564.913,11	586.775,25	609.483,45	633.070,46
(=)	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>101.001,63</b>	<b>94.141,11</b>	<b>86.778,17</b>	<b>78.888,14</b>	<b>70.445,30</b>
(-)	Gastos de venta	300,00	311,61	323,67	336,20	349,21
(=)	<b>UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>	<b>100.701,63</b>	<b>93.829,50</b>	<b>86.454,50</b>	<b>78.551,94</b>	<b>70.096,10</b>
(-)	Gastos Administrativos	41.188,54	42.782,54	44.438,22	46.157,98	47.944,30
(=)	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>59.513,08</b>	<b>51.046,96</b>	<b>42.016,27</b>	<b>32.393,96</b>	<b>22.151,80</b>
(-)	Gastos Financieros	1.583,31	1.644,58	1.708,23	1.774,34	1.843,00
(=)	<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	<b>57.929,78</b>	<b>49.402,38</b>	<b>40.308,04</b>	<b>30.619,62</b>	<b>20.308,80</b>
(-)	15% Participación trabajadores	8.689,47	7.410,36	6.046,21	4.592,94	3.046,32
(=)	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>49.240,31</b>	<b>41.992,02</b>	<b>34.261,84</b>	<b>26.026,68</b>	<b>17.262,48</b>
(-)	Impuesto a la renta 22%	10.832,87	9.238,24	7.537,60	5.725,87	3.797,75
(=)	<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>38.407,44</b>	<b>32.753,78</b>	<b>26.724,23</b>	<b>20.300,81</b>	<b>13.464,73</b>

Elaborado por: Martha Flor

Precio de venta unitario

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
Pulpa de fruta de 100gr (Costa o Amazonia)	0,50	0,52	0,54	0,56	0,58	0,54
Pulpa de fruta de 100gr (Sierra)	0,45	0,47	0,49	0,50	0,52	0,49
Pulpa de fruta de 250gr (Costa o Amazonia)	1,50	1,56	1,62	1,68	1,75	1,62
Pulpa de fruta de 250gr (Sierra)	1,25	1,30	1,35	1,40	1,46	1,35
Pulpa de fruta de 1gr (Costa o Amazonia)	2,00	2,08	2,16	2,24	2,33	2,16
Pulpa de Fruta de 1gr (Sierra)	1,75	1,82	1,89	1,96		1,85
Pulpa de fruta de 5 gr (Costa o Amazonia)	8,00	8,31	8,63	8,97	2,04	7,19
Pulpa e fruta de 5 gr (Sierra)	7,00	7,27	7,55	7,84	8,15	7,56
<b>Total</b>	<b>\$ 2,81</b>	<b>\$ 2,91</b>	<b>\$ 3,03</b>	<b>\$ 3,14</b>	<b>\$ 2,10</b>	<b>\$ 2,85</b>

Elaborado por: Martha Flor

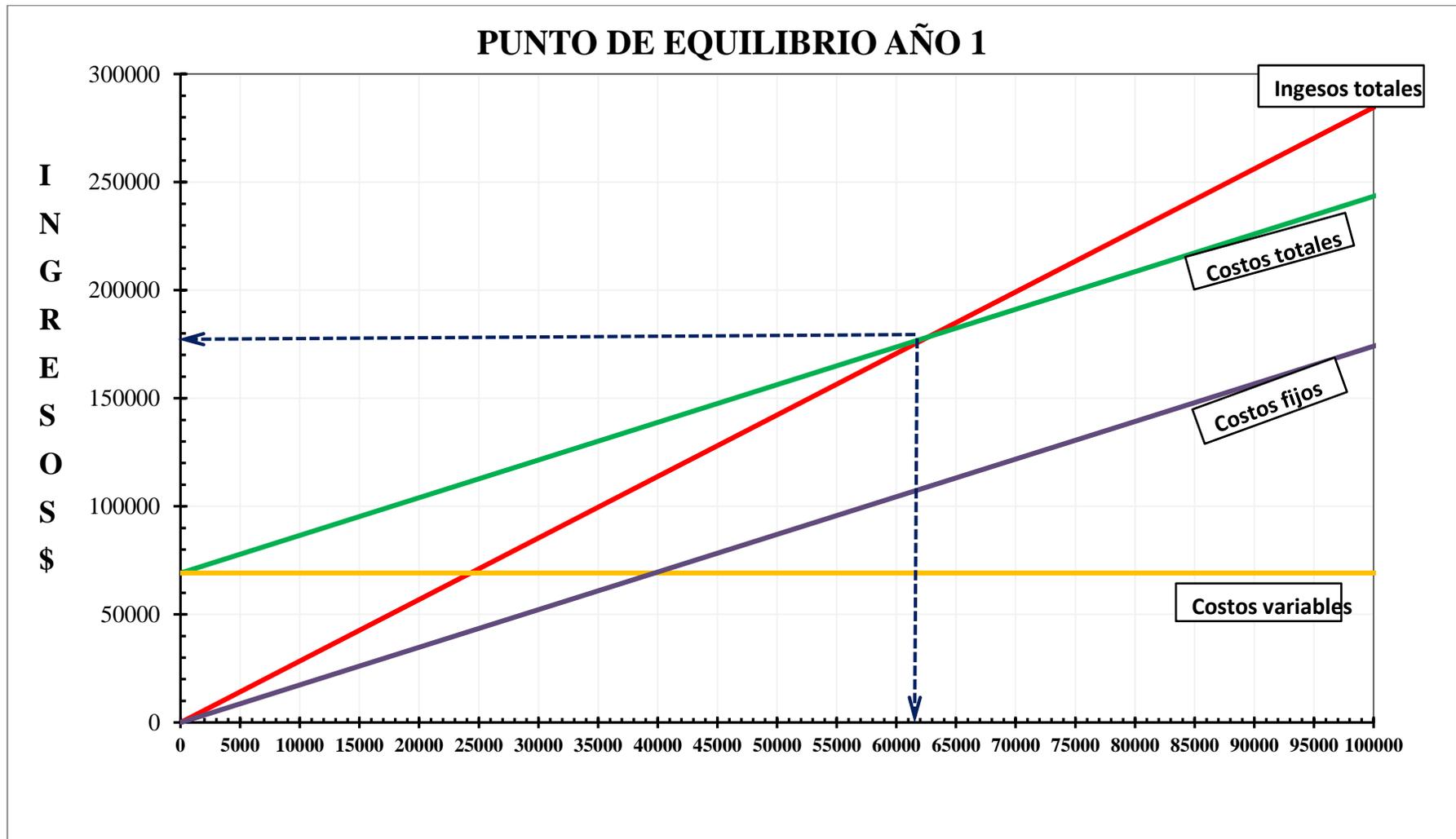
## Identificación de Costos Fijos y Variables

DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL AÑO 1
<b>Costos</b>			
BABACO		10.560,00	10.560,00
FRUTILLA		13.200,00	13.200,00
TAXO		6.600,00	6.600,00
GUAYABA		7.920,00	7.920,00
MORA		2.640,00	2.640,00
NARANJILLA		5.280,00	5.280,00
TOMATE DE A.		2.640,00	2.640,00
GUANABANA		2.376,00	2.376,00
MARACUYA		10.560,00	10.560,00
PIÑA		21.120,00	21.120,00
MANGO		52.800,00	52.800,00
PAPAYA		5.280,00	5.280,00
LIMÓN MANDARINA		528,00	528,00
NARANJA		9.240,00	9.240,00
TAMARINDO		132,00	132,00
COCO		5.280,00	5.280,00
SANDIA		21.120,00	21.120,00
Manzana		10.560,00	10.560,00
Conservantes		5.280,00	5.280,00
Azúcar		21.120,00	21.120,00
Fundas plásticas		43.200,00	43.200,00
<b>Costos Fijos</b>			
Sueldos operarios	28.993,51		28.993,51
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
Sueldos Administración	23.170,86		23.170,86
Servicios básicos:	6.240,00		6.240,00
<b>CASTOS PRODUCCIÓN</b>			
Gasto seguridad e higiene laboral	882,50		882,50
Suministros de limpieza:	136,50		136,50
Depreciaciones:	8.118,68		8.118,68
<b>GASTOS VENTAS</b>			
Mantenimiento Vehículo			300,00
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>			
Intereses	1.583,31		1.583,31
<b>TOTAL</b>	<b>69.125,37</b>	<b>257.436,00</b>	<b>326.861,37</b>

Elaborado por: Martha Flor



Grafico del punto de equilibrio



Elaborado por: Martha Flor

## Evaluación Financiera

### Valor Actual Neto 1

n	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vt	130.221,33	146.869,94	160.453,75	170.772,56	177.616,62
K(TMAR)	1,15	1,15	1,15	1,15	1,15
I	110.699,00				

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	130.221,33	146.869,94	160.453,75	170.772,56	177.616,62
VAN =	2,15	3,31	4,46	5,61	6,77

VAN= 60.474,01      44.416,03      35.975,92      30.422,44      26.248,56

VAN 1= **86.837,96**

Elaborado por: Martha Flor

### Valor Actual Neto 2

n	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vt	130.221,33	146.869,94	160.453,75	170.772,56	177.616,62
K (TMAR)	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20
I	110.699,00				

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	130.221,33	146.869,94	160.453,75	170.772,56	177.616,62
VAN =	2,20	3,40	4,60	5,80	7,00

VAN= 59.199,65      43.204,73      34.888,13      29.449,69      25.379,29

VAN2= **81.422,48**

Elaborado por: Martha Flor

## Tasa Interna de Retorno

$$TIR = TMAR1 + (TMAR2 - TMAR1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

TMAR 1	TMAR 2	VAN 1	VAN 2
1,15	1,20	86.837,96	81.422,48

TIR	1,90		
TIR=	189,66		
TMAR 1-TMAR2=		0,05	
VAN1+VAN2 =		5.415,48	
		16,04	
		0,74	
		75,48	
		1,90	
TIR =		<b>75,5</b>	<b>%</b>

Elaborado por: Martha Flor

## Cálculo del Período de Recuperación de la Inversión

$$PR = \text{Año que supera la inversión} \frac{\text{Inversión} - \text{suma primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la inversión}}$$

### Período de Recuperación de la Inversión

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO DE CAJA
-	<b>110.699,00</b>	
1		130.221,33
2		146.869,94
3		160.453,75
4		170.772,56
5		177.616,62

Elaborado por: Martha Flor

PR=	110.699,00	19.522,33
		130.221,33
PR=	16.595,61	
PR=	0,127	
PR=	1,53	
PR=	<b>16</b>	
PR=	<b>1 año y 16 días</b>	

Elaborado por: Martha Flor

## Ratios financieros

<b>Activo Corriente</b>	
Detalle	Total
Edificio	20.000,00
Instalaciones y remodelaciones	1.000,00
Maquinaria y equipo	24.800,00
Materiales de limpieza	203,50
Muebles	1.054,00
Equipos de computo	1.600,00
Inventarios	4.731,50
Gastos de constitución	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>110.699,00</b>

Elaborado por: Martha Flor

<b>Pasivo Corriente</b>	
Detalle	Total Año 1
Pago a proveedores	543.865,51
Pago préstamo interés	1.583,31
Sueldos Administración	23.170,86
Pago de participación de utilidades 15%	8.689,47
Impuesto a la renta 22%	10.832,87
<b>TOTAL</b>	<b>588.142,02</b>

Elaborado por: Martha Flor

## Liquidez

$$LIQUIDÈZ = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Liquidez =	110.699,00	X 100
	588.142,02	

Liquidez = **18,82**

## Rentabilidad

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{utilidad}}{\text{ventas}}$$

Utilidad año 1	38.407,44
Ventas año 1	644.867,14
Rentabilidad	<b>5,96</b>

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- Se concluye que en base a la información y conceptos obtenidos de diferentes autores, relacionado con el plan de negocios manifiesta que es una herramienta que ayuda a la empresa a tener una idea clara permitiendo mejorar la gestión administrativa, marketing, operativa y financiera.
- Se concluye, que la problemática de la investigación es la inexistencia de un plan de negocios, los que no permite incrementar la productividad y la utilidad, además que se necesitan de capacitación en atención al cliente para incentivar a cada uno de los miembros para que se identifiquen con la misión, objetivos y visión de la organización. Además, es transcendental elaborar un producto de calidad con la utilización adecuada de parámetros de eficiencia y eficacia.
- Se concluye, que en la investigación se sustenta mediante un análisis y diagnóstico de la situación actual de la empresa Quijos Frut, a través de la técnica de la encuesta aplicada al personal administrativo y operativo de la organización. También una encuesta dirigida a los clientes potenciales que adquieren y manipulan la pulpa de fruta. Asimismo se realizó una entrevista a la propietaria de la empresa, en donde se tuvo como resultado que la empresa requiere contar con un plan de negocios.
- Se concluye que el plan de negocios es una herramienta que permite a la empresa organizarse en los ámbitos económicos, sociales y ambientales, a través de la adecuada aplicación de procesos de producción, la delegación de personal idóneo que cumpla funciones y responsabilidades jerárquicas. También ayuda a establecer una técnica de comercialización basadas en estrategias de marketing, para un mejor posicionamiento del producto y la satisfacción de necesidades a los clientes. Para de esta manera dar solución a los problemas presentados actualmente en el área administrativa, operativa, financiera, comercial y establecer las líneas estratégicas necesarias.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la empresa Quijos Frut ejecute en la empresa el plan de negocios para la correcta toma de decisiones para el alcance de objetivos y mejorar el ámbito laboral.
- Se recomienda que reconozcan el mercado competitivo, con la finalidad de innovar los productos e incrementar las ventas, mediante una constante capacitación a los colaboradores en la producción de los diferentes procesos que se utilizan.
- Tomar en cuenta cada uno de los parámetros del plan de negocios que se estableció en el estudio administrativo, marketing, técnico y financiero donde permite saber con los niños de mercado, los procesos y costos de producción y la factibilidad de la empresa.
- Se considera importante la implementación del plan de negocios en la empresa, ya que permite conocer el aspecto organizacional, es decir cómo se encuentra establecida legalmente con los aspectos que regulan las actividades económicas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abril, V.** (2016). *Técnicas e Instrumentos de la Investigación*. Recuperado de: <https://www.Tecnicas-e-instrumentos-de-la-investigacion-victor-abril-ph-d.html>
- Andía Valencia, W., & Paucara Pinto, E.** (2013). *Los planes de negocios y los proyectos de inversión*. Madrid : Eco Editores
- Asensio, P.** (2012). *Marketing*. México: Díaz de Santos.
- Baca, A.** (2012). *Estudio técnico*. Recuperado de: [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA\\_01/BLOQUE\\_ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo\\_del\\_Estudio\\_Tecnico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA_01/BLOQUE_ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf)
- Baena Toro, D.** (2012). *Análisis Financiero*. Barcelona: : Pearson Educación
- Bravo, J.** (2011). *Gestión de Procesos*. Santiago : McGraw-Hill.
- Buendía, F.** (2012). *Plan de negocios*. Recuperado de: <http:///C:/Users/Abigail/Documents/Documents/Martha%20Flor/Esquema%20de%20un%20plan%20de%20negocios.pdf>
- Díaz, S.** (2012). *Manual para la elaboración de planes de negocios*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Escobar, M., & Carvajal, A.** (2013). *Herramienta integrada de control interno y Administracion de Riesgos*. Medellín : Prentice Hall.
- Escudero, J.** (2012). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid : Paraninfo .
- Fernández, L.** (2011). *Estudio Financiero*. Recuperado de: <http://admluisfernando.blogspot.com/2009/07/iv-estudio-financiero.html>
- Fernández, M.** (2011). *Gestion de Empresa*. México: McGraw-Hill/Irwin.
- Ferrer Lorenzo , I., & Medina Aguerrebere , P.** (2014). *Gestión Empresarial de la Agencia de Publicidad*. Madrid : Díaz de Santos .
- Gálvez, A.** (2012 ). *La revisión bibliográfica usos y utilidades*. Recuperado de: <http://www.index-f.com/campus/ebe/ebe2/revision-bibliografica.pdf>
- Ghemawat, P.** (2013). *Planeacion estrategica de un negocio* (Vol. 5). Santa Catarina, Brasil. Hispana S.A.
- Gutiérrez, J.** (2012 ). *Estudio técnico*. Lima : Universidad Nacional Federico Villareal .
- Jiménez, B.** (2016). *Principios Corporativos*. Recuperado de: [http://www.academia.edu/6694345/PRINCIPIOS\\_CORPORATIVOS](http://www.academia.edu/6694345/PRINCIPIOS_CORPORATIVOS)
- Jurado, Y.** (2011). *Buenas Tareas*. Recuperado de [http://www.Indicadores\\_De\\_Rentabilidad/1546419.html](http://www.Indicadores_De_Rentabilidad/1546419.html)

- López, J.** (2015). *Componentes del estudio técnico* . Recuperado de:  
<https://es.scribd.com/document/325778531/Componentes-Del-Estudio-Tecnico>
- Martínez, D., & Milla, A.** (2012). *Metas estratégicas*. Madrid : Díaz de Santos .
- Monferrer Tirado, D.** (2013). *Fundamentos de marketing.*. Recuperado de:  
<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Montenegro, B.** (2015). *Plan de negocios para la empresa Bcs ôko Garantie Cia. Ltda. Ubicada en el cantón Chambo provincia Chimborazo.* (Tesis de pregrado Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de:  
<http://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/2045>
- Nicolalde, V.** (2013 ). *Metodología de la investigación científica* . Quito: Editex
- Ocaña, R.** (2012). *Dirección estratégica de los negocios*. Buenos Aires : Dunken .
- Pérez, J.** (2010). *Gestión de procesos* . 3ª ed. Madrid : Díaz de Santos.
- Rivera, J., & López, M.** (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones del marketing mix.*. Recuperado de:  
[https://www.esic.edu/editorial/editorial\\_producto.php?t=Direcci%F3n+de+Marketing&isbn=9788473568401](https://www.esic.edu/editorial/editorial_producto.php?t=Direcci%F3n+de+Marketing&isbn=9788473568401)
- Rodríguez , E.** (2005). *Metodología de la investigación*. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Rodríguez, M.** (2011). *Patrimonio*. Recuperado de  
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/patrimonio.html>
- Sainz de Vicuña, J** (2016). *El plan de marketing para PYME*. Recuperado de  
[https://books.google.com.ec/books?id=385QDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=plan+de+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj9OGI5P\\_UAhXB7iYKHffnAq0Q6AEIKjAC#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=385QDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=plan+de+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj9OGI5P_UAhXB7iYKHffnAq0Q6AEIKjAC#v=onepage&q&f=false)
- Salazar , D.** (2011). *Formulación y Evaluación de un plan de negocio*. Quito: Fenix Comunicaciones.
- Salazar, R.** (2013). *Formulación y Evaluación de un plan de negocios*. Quito: McGraw-Hill/
- Villafañe , J.** (2014). *La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles* . Madrid : Gedisa .

## ANEXOS

**Anexo 1:** Encuesta dirigida a administrativos y operarios de la empresa Quijos Frut



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS**



**Objetivo:** Diagnosticar la situación actual de la empresa Quijos Frut de la Parroquia San Francisco de Borja, cantón Quijos.

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una x en el ítem que esté de acuerdo a su perspectiva.

1.- ¿Considera que la marca “Quijos Frut” refleja lo que se quiere proyectar al consumidor?

Si	
No	

2.- ¿Conoce los aspectos relacionados con la empresa “Quijos Frut” como: ¿historia de la empresa, misión, visión, planes empresariales y la estructura organizacional?

Mucho	
Poco	
Nada	

3.- Desde el punto de vista de la empresa “Quijos Frut” ¿qué importancia le da la organización en realizar un producto innovador en varias presentaciones y en modernizar los medios de producción?

Muy importante	
Importante	
Nada importante	

4.- Desde el punto de vista de la empresa “Quijos Frut” ¿qué importancia le da la organización en aplicar estrategias para expandirse en el mercado y ofrecer un

producto para todas las clases sociales?

Muy importante	
Importante	
Nada importante	

5.- Desde su perspectiva ¿En qué medida influyen los siguientes factores en el consumo de los productos de la empresa “Quijos Frut”?

Ofrecer nuevos productos	
Prestigio de la marca	
Publicidad	
Ofertas y promociones	

6.- ¿En qué medida la empresa “¿Quijos Frut” implementa acciones para alcanzar altos estándares de calidad de los productos, cumplimiento de normas de producción y comercialización?

Mucho	
Poco	
Nada	

7.- ¿Qué grado de importancia le da la empresa “Quijos Frut” a los siguientes aspectos: ¿manejo responsable de desechos, cumplimiento de normas ambientales municipales y uso de energías no contaminantes?

Muy importante	
Importante	
Nada importante	

8.- ¿La empresa “Quijos Frut” a través de qué medios ha realizado publicidad?

Internet	
Prensa escrita	
Radio	
Referencias personales	

Televisión	
------------	--

9.- ¿Por cuál de las siguientes causas la empresa “Quijos Frut” ha recibido quejas o reclamos de por parte de sus trabajadores?

Incumplimiento de pagos	
Pago tardío de remuneraciones	
Descuentos injustificados	
Carencia de capacitación a los trabajadores	
Incumplimiento de contratos laborales	

10.- Desde su perspectiva, ¿en cuál de los siguientes canales de distribución la marca “Quijos Frut” tiene más participación?

Supermercados	
Tiendas de abarrotes	
Mercados y plazas	
Venta a domicilio	
Pedidos vía internet	
Venta directa al cliente en la empresa	

**Datos informativos:**

11.- Edad

18-30	
31-45	
46-60	
Mayor a 60	

12.- Sexo

Masculino	
Femenino	

**Anexo 2:** Encuesta dirigida a clientes de la empresa Quijos Frut



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS**



**Objetivo:** Diagnosticar la situación actual de la empresa Quijos Frut de la Parroquia San Francisco de Borja, cantón Quijos.

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una x en el ítem que esté de acuerdo a su perspectiva.

1.- ¿Qué aspectos influyen y considera usted a la hora de elegir y adquirir productos de pulpa de frutas congeladas?

Calidad, diseño y presentación	
Cumplimiento de normas de producción	
Precios	
Reconocimiento de la marca	

2.- ¿Cuál de los siguientes factores, provocan que usted deje de consumir un producto alimenticio de una determinada marca?

Elevación del precio	
Falta de innovación del producto	
Disponibilidad de mejores productos de la competencia	

3.- ¿Con qué frecuencia usted compra productos de pulpa de frutas congeladas?

Diario	
Semanal	
Mensual	
Cada 2 mese	
Otros	

4.- ¿Señale el lugar en donde usted adquiere pulpa de frutas congeladas?

Supermercados	
Tiendas de abarrotes	
Mercados y plazas	
Venta a domicilio	
Pedidos vía internet	
Compra directa en la empresa	

5.- ¿Reconoce la marca “Quijos Frut” fácilmente?

	
SI	
No	

6.- Cuando ha comprado productos de “Quijos Frut” ¿Qué es lo que más le ha gustado de la empresa?

Calidad, diseño y presentación del producto	
Ubicación de la empresa	
Precios	
Atención al cliente	
Sabor del producto	

7.- ¿Los precios de la pulpa de frutas congeladas de la empresa Quijos Frut son?

Altos	
Económicos	
Tiene el mismo precio de los mercados y competencias	

8. ¿Usted volvería adquirir los productos de la empresa “Quijos Frut”?

SI	
No	

**Datos informativos:**

**9.- Edad**

18-30	
31-45	
46-60	
Mayor a 60	

**10.- Sexo**

Masculino	
Femenino	

**¡Gracias por su colaboración!**

Anexo 3: Entrevista



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS



**Formato de entrevista dirigida a la propietaria de la empresa Quijos Frut**

**Objetivo:** Diagnosticar la situación actual de la empresa Quijos Frut de la Parroquia San Francisco de Borja, cantón Quijos.

1.- ¿Cree usted que un plan de negocios permitirá incrementar la productividad y la utilidad en la empresa Quijos Frut?

SI	
NO	

¿Por qué?

.....  
.....  
.....

2.- ¿La empresa Quijos Frut cuenta con infraestructura propia y es un espacio adecuado para la producción?

.....  
.....  
.....

3.- ¿Para seleccionar a los proveedores de la empresa que aspectos considera usted?

.....  
.....  
.....

4.- ¿Realiza capacitación al talento humano de la empresa?

.....  
.....  
.....

5.- ¿Considera usted que la empresa Quijos Frut tiene bien establecido la misión y visión?

SI	
NO	

¿Por qué?

.....

.....

.....

6.- ¿Los empleados tienen claridad sobre las normas, reglamentos y procedimientos que rigen en la empresa?

Si	X
No	

¿Explique por qué?

.....

.....

.....

7. ¿Considera usted que el producto que produce la empresa Quijos Frut satisface las necesidades y requerimientos de los clientes?

Si	X
No	

¿Explique por qué?

.....

.....

.....

8. ¿Qué alternativas se podrían tomar para mejorar la competitividad de la empresa Quijos Frut?

.....

.....

.....

**¡Gracias por su colaboración!**

Anexo 4: Fotos

