



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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA DE TÉ DE FRUTAS DESHIDRATADAS:  
MANZANA Y PERA”**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERA AGROINDUSTRIAL**

**AUTORA: JOSSELIN LILIBETH MEJÍA ZAMBRANO**

Riobamba – Ecuador

2022



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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA DE TÉ DE FRUTAS DESHIDRATADAS:  
MANZANA Y PERA”**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERA AGROINDUSTRIAL**

**AUTORA: JOSSELIN LILIBETH MEJÍA ZAMBRANO**

**DIRECTOR: Ing. DARIO JAVIER BAÑO AYALA. PhD.**

Riobamba – Ecuador

2022

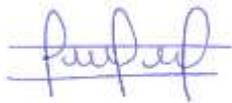
**©2022, Josselin Lilibeth Mejía Zambrano**

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

Yo, Josselin Lilibeth Mejía Zambrano, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 21 de noviembre de 2022

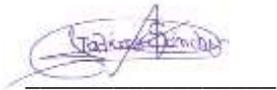


**Josselin Lilibeth Mejía Zambrano**

**220022355-6**

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

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto de Investigación, “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TÉ DE FRUTAS DESHIDRATADAS: MANZANA Y PERA**”, realizado por la señorita: **JOSELIN LILIBETH MEJÍA ZAMBRANO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Tatiana Elizabeth Sánchez Herrera Msc. <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>		2022-11-21
Ing. Darío Javier Baño Ayala. Phd. <b>DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		2022-11-21
Ing. María Fernanda Miranda Salazar Msc. <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>		2022-11-21

## **DEDICATORIA**

A mis padres Leonel y Mirella por darme la vida y su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera universitaria.

A mis hermanos Stiven y Angeny que son mi inspiración, pero sobre todo a mi hermana Denisse por ser mi ejemplo de superación y valentía.

A mis amigos por darme ánimos y acompañarme a lo largo de este proceso.

Josselin

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por mi familia, la cual ha estado conmigo en cada momento.

A mi hermana por alentarme a seguir adelante y nunca detenerme.

A mis profesores, los cuales me han dado las herramientas necesarias para una excelente formación profesional.

A mi tutor y mi asesora por el tiempo, paciencia y soporte brindado durante el proceso de titulación.

Josselin

## TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xiv
RESUMEN .....	xviii
SUMMARY .....	xviii
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPITULO I

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

### CAPÍTULO II

2.	MARCO TEÓRICO.....	5
2.1.	Antecedentes de investigación .....	5
2.2.	Referencias Teóricas.....	5
2.2.1.	<i>Manzana (Malus domestica)</i> .....	5
2.2.2.	<i>Pera (Pyrus communis)</i> .....	6
2.2.3.	<i>Deshidratación</i> .....	7
2.2.4.	<i>Té</i> .....	8
2.2.5.	<i>Zona 3 En Ecuador</i> .....	10

2.2.6.	<i>Estudio de Factibilidad</i> .....	10
2.2.7.	<i>Plan de Negocio</i> .....	10
2.2.8.	<i>Empresa</i> .....	11
2.2.9.	<i>Análisis Pest</i> .....	12
2.2.10.	<i>Análisis Swot o Foda</i> .....	13
2.2.11.	<i>Perfil De Mercado</i> .....	13
2.2.12.	<i>Estudio Técnico</i> .....	14
2.2.13.	<i>Estudio Económico-Financiero</i> .....	14
2.2.14.	<i>Misión</i> .....	15
2.2.15.	<i>Visión</i> .....	15

### CAPITULO III

3.	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	16
3.1.	<b>Enfoque de investigación</b> .....	16
3.1.1.	<i>Enfoque cualitativo</i> .....	16
3.1.2.	<i>Enfoque cuantitativo</i> .....	16
3.2.	<b>Nivel de investigación</b> .....	16
3.3.	<b>Diseño de la investigación</b> .....	16
3.3.1.	<i>Según la manipulación o no de la variable independiente</i> .....	16
3.3.2.	<i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i> .....	17
3.4.	<b>Tipo de estudio</b> .....	17
3.4.1.	<i>Documental</i> .....	17
3.4.2.	<i>De campo</i> .....	17
3.5.	<b>Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra</b> .....	17
3.5.1.	<i>Población</i> .....	17
3.5.2.	<i>Muestra</i> .....	18
3.6.	<b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	18
3.6.1.	<i>Variables:</i> .....	19
3.6.2.	<i>Mediciones:</i> .....	19
3.6.3.	<i>Técnicas Estadísticas:</i> .....	20
3.7.	<b>Esquema de la investigación:</b> .....	20

### CAPITULO IV

4.	<b>MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	21
4.1.	<b>Diagnóstico del entorno</b> .....	21

4.1.1.	<i>Análisis del entorno</i> .....	21
4.1.1.1.	<i>Macro entorno</i> .....	21
4.1.1.2.	<i>Micro entorno</i> .....	26
4.2.	<b>Análisis Swot</b> .....	28
4.3.	<b>Análisis e interpretación de los resultados</b> .....	26
4.4.	<b>Análisis de la demanda</b> .....	42
4.4.1.	<i>Demanda histórica</i> .....	42
4.4.2.	<i>Demanda proyectada</i> .....	43
4.5.	<b>Análisis de la oferta</b> .....	45
4.5.1.	<b>Oferta histórica</b> .....	45
4.5.2.	<i>Oferta proyectada</i> .....	46
4.5.3.	<i>Oferta anual proyectada</i> .....	47
4.6.	<b>Demanda insatisfecha</b> .....	48
4.7.	<b>Mercado Objetivo</b> .....	48
4.8.	<b>Marketing Mix</b> .....	49
4.8.1.	<i>Producto</i> .....	49
4.8.2.	<i>Precio</i> .....	49
4.8.3.	<i>Plaza</i> .....	50
4.8.4.	<i>Promoción</i> .....	50
4.9.	<b>Estudio técnico y organizacional</b> .....	50
4.9.1.	<i>Tamaño del proyecto</i> .....	51
4.9.2.	<i>Localización de la planta</i> .....	51
4.9.2.1.	<i>Macro localización</i> .....	51
4.10.	<b>Ingeniería del proyecto</b> .....	53
4.10.1.	<i>Descripción técnica del proceso productivo</i> .....	53
4.10.2.	<i>Balances</i> .....	55
4.10.3.	<i>Diagramas</i> .....	57
4.10.4.	<i>Requerimientos del proyecto</i> .....	60
4.10.4.1.	<i>Distribución de la planta</i> .....	60
4.11.	<b>Propuesta administrativa</b> .....	64
4.11.1.	<i>Servicio de rentas internas</i> .....	64
4.11.2.	<i>Súper intendencia de compañías</i> .....	65
4.11.3.	<i>ARCSA</i> .....	66
4.11.4.	<i>Patente municipal otorgado por el Municipio</i> .....	67
4.11.5.	<i>Permiso de uso de suelo en el Municipio</i> .....	67
4.11.6.	<i>Permiso de funcionamiento por parte del cuerpo de Bomberos</i> .....	67
4.11.7.	<i>Ministerio de Salud pública</i> .....	68

4.12.	<b>Razón social</b> .....	68
4.13.	<b>Logotipo</b> .....	68
4.14.	<b>Direccionamiento estratégico</b> .....	69
4.14.1.	<i>Misión</i> .....	69
4.14.2.	<i>Visión</i> .....	69
4.14.3.	<i>Valores corporativos</i> .....	69
4.14.4.	<i>Estructura organizacional</i> .....	69
4.14.5.	<b>Rol de pagos</b> .....	71
4.15.	<b>Estudio financiero</b> .....	72
4.15.1.	<i>Inversión</i> .....	72
4.15.2.	<i>Capital de trabajo</i> .....	73
4.15.3.	<i>Inversión inicial</i> .....	75
4.15.4.	<i>Estructura del capital</i> .....	75
4.15.5.	<i>Precio de venta</i> .....	76
4.15.6.	<i>Punto de equilibrio</i> .....	76
4.15.7.	<i>Presupuesto de egresos e ingresos</i> .....	77
4.15.8.	<i>Estados financieros</i> .....	79
4.15.9.	<i>Evaluación financiera</i> .....	84
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	87
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	88
	<b>GLOSARIO</b>	
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
	<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2:</b>	Composición Nutricional por cada 100g de pulpa de manzana .....	6
<b>Tabla 2-2:</b>	Composición Nutricional por cada 100g de pulpa de pera.....	7
<b>Tabla 3-2:</b>	Temperatura recomendada para la deshidratación de diferentes productos .....	8
<b>Tabla 4-2:</b>	Tiempo de deshidratación de manzana y pera.....	8
<b>Tabla 5-2:</b>	Contenidos de los factores que componen el Análisis PEST .....	12
<b>Tabla 6-3:</b>	Determinación de elementos para el cálculo de la muestra .....	18
<b>Tabla 7-3:</b>	Valoraciones del nivel de confianza.....	18
<b>Tabla 8-4:</b>	Tecnologías para el apoyo en la industria alimentaría.....	25
<b>Tabla 9-4:</b>	Productores de Tungurahua y Chimborazo .....	26
<b>Tabla 10-4:</b>	Productores de Cotopaxi y Pastaza.....	27
<b>Tabla 11-4:</b>	Productores de Tungurahua.....	27
<b>Tabla 12-4:</b>	Productores de Chimborazo .....	27
<b>Tabla 13-4:</b>	Productores de Cotopaxi y Pastaza.....	27
<b>Tabla 14-4:</b>	Género de las personas encuestadas .....	26
<b>Tabla 15-4:</b>	Edad de las personas encuestadas.....	27
<b>Tabla 16-4:</b>	Ingresos mensuales de la población encuestada.....	28
<b>Tabla 17-4:</b>	Consumo de Té o infusiones aromáticas .....	29
<b>Tabla 18-4:</b>	Frecuencia en el consumo de Té o infusiones .....	30
<b>Tabla 19-4:</b>	Motivo del consumo de Té o infusiones.....	31
<b>Tabla 20-4:</b>	Variables a consideración al momento de comprar un Té o infusión.....	32
<b>Tabla 21-4:</b>	Marcas de tés que las personas compran con frecuencia.....	33
<b>Tabla 22-4:</b>	Material utilizado en el empaçado de los tés o infusiones aromáticas .....	34
<b>Tabla 23-4:</b>	Lugar donde se adquiere el té o infusión.....	35
<b>Tabla 24-4:</b>	Frecuencia de consumo de la manzana y pera.....	36
<b>Tabla 25-4:</b>	Consumo de tés o infusiones de manzana o pera .....	37
<b>Tabla 26-4:</b>	Presentación para compra de Té o infusiones .....	38
<b>Tabla 27-4:</b>	Precio por presentación de Tés de pera o manzana .....	39
<b>Tabla 28-4:</b>	Cantidad de cajas que las personas están dispuestas a comprar .....	40
<b>Tabla 29-4:</b>	Medios digitales para las promociones de productos .....	41
<b>Tabla 30-4:</b>	Demanda histórica diaria.....	42
<b>Tabla 31-4:</b>	Demanda histórica anual .....	43
<b>Tabla 32-4:</b>	Demanda proyectada diaria .....	43
<b>Tabla 33-4:</b>	Demanda proyectada anual.....	44
<b>Tabla 34-4:</b>	Oferta proyectada .....	46

<b>Tabla 35-4:</b>	Oferta anual proyectada.....	47
<b>Tabla 36-4:</b>	Demanda insatisfecha.....	48
<b>Tabla 37-4:</b>	Producción de fruta fresca.....	48
<b>Tabla 38-4:</b>	Mercado Objetivo.....	49
<b>Tabla 39-4:</b>	Mercado objetivo proyectado a 5 años.....	49
<b>Tabla 40-4:</b>	Ponderación para la ubicación de la empresa.....	51
<b>Tabla 41-4:</b>	Ecuaciones balance de masa.....	56
<b>Tabla 42-4:</b>	Resumen balance de masa.....	57
<b>Tabla 43-4:</b>	Terreno y edificio.....	61
<b>Tabla 44-4:</b>	Muebles y enseres.....	61
<b>Tabla 45-4:</b>	Maquinaria y equipo.....	61
<b>Tabla 46-4:</b>	Equipo de cómputo.....	62
<b>Tabla 47-4:</b>	Equipos y útiles de oficina.....	62
<b>Tabla 48-4:</b>	Vehículo.....	62
<b>Tabla 49-4:</b>	Mano de obra directa.....	62
<b>Tabla 50-4:</b>	Mano de obra indirecta.....	62
<b>Tabla 51-4:</b>	Materia prima.....	63
<b>Tabla 52-4:</b>	Insumos.....	63
<b>Tabla 53-4:</b>	Servicios básicos.....	63
<b>Tabla 54-4:</b>	Suministros de limpieza.....	63
<b>Tabla 55-4:</b>	Gastos de constitución.....	63
<b>Tabla 56-4:</b>	Gastos de ventas.....	64
<b>Tabla 57-4:</b>	Requisitos para el trámite presencial.....	65
<b>Tabla 58-4:</b>	Requisitos obligatorios.....	66
<b>Tabla 59-4:</b>	Requisitos ARCSA.....	66
<b>Tabla 60-4:</b>	Requisitos Patente municipal otorgado por el Municipio.....	67
<b>Tabla 61-4:</b>	Permiso de uso de suelo en el Municipio.....	67
<b>Tabla 62-4:</b>	Permiso de funcionamiento por parte del cuerpo de Bomberos.....	67
<b>Tabla 63-4:</b>	Requisitos Ministerio de Salud Pública.....	68
<b>Tabla 64-4:</b>	Rol de pagos Mano de obra directa.....	72
<b>Tabla 65-4:</b>	Rol de pago nómina administrativa.....	72
<b>Tabla 66-4:</b>	Inversión en activos fijos.....	73
<b>Tabla 67-4:</b>	Inversión diferida.....	73
<b>Tabla 68-4:</b>	Inversión en Capital de trabajo.....	73
<b>Tabla 69-4:</b>	Costo primo.....	74
<b>Tabla 70-4:</b>	Costos indirectos de fabricación.....	74
<b>Tabla 71-4:</b>	Gastos administrativos.....	74

<b>Tabla 72-4:</b>	Gastos de ventas .....	75
<b>Tabla 73-4:</b>	Inversión inicial .....	75
<b>Tabla 74-4:</b>	Estructura del capital .....	75
<b>Tabla 75-4:</b>	Amortización .....	75
<b>Tabla 76-4:</b>	Análisis de costos Totales .....	76
<b>Tabla 77-4:</b>	Análisis de costos Totales .....	76
<b>Tabla 78-4:</b>	Egresos .....	77
<b>Tabla 79-4:</b>	Costo de materia prima proyectada a 5 años .....	78
<b>Tabla 80-4:</b>	Costos indirectos de fabricación.....	78
<b>Tabla 81-4:</b>	Gastos administrativos.....	78
<b>Tabla 82-5:</b>	Gastos de ventas .....	78
<b>Tabla 83-5:</b>	Gastos financieros .....	79
<b>Tabla 84-4:</b>	Ingresos .....	79
<b>Tabla 85-4:</b>	Flujo de efectivo .....	81
<b>Tabla 86-4:</b>	Estado de resultados .....	82
<b>Tabla 87-4:</b>	Balance General.....	83
<b>Tabla 88-4:</b>	Tasa mínima aceptable de rendimiento .....	84
<b>Tabla 89-4:</b>	TMAR Global.....	84
<b>Tabla 90-4:</b>	Valor actual neto.....	85
<b>Tabla 91-4:</b>	Relación Beneficio/Costo .....	86
<b>Tabla 92-4:</b>	Periodo de recuperación del capital.....	86

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1-2:</b>	Análisis SWOT o FODA .....	13
<b>Ilustración 2-4:</b>	Tasa de empleo .....	23
<b>Ilustración 3-4:</b>	Tasa de desempleo a nivel nacional .....	24
<b>Ilustración 4-4:</b>	Tasa de desempleo a nivel urbano y rural.....	24
<b>Ilustración 5-4:</b>	Ingreso de la población .....	25
<b>Ilustración 6-2:</b>	Análisis SWOT o FODA de la empresa .....	29
<b>Ilustración 7-4:</b>	Género de las personas encuestadas .....	26
<b>Ilustración 8-4:</b>	Edad de las personas encuestadas .....	27
<b>Ilustración 9-4:</b>	Ingresos mensuales de las personas encuestadas .....	28
<b>Ilustración 10-4:</b>	Consumo de Té o infusiones.....	29
<b>Ilustración 11-4:</b>	Frecuencia en el consumo de Té o infusiones.....	30
<b>Ilustración 12-4:</b>	Motivo del consumo .....	31
<b>Ilustración 13-4:</b>	Variables a considerar al momento de comprar un Té o infusión.....	32
<b>Ilustración 14-4:</b>	Marcas de té que las personas compran con frecuencia .....	33
<b>Ilustración 15-4:</b>	Material utilizado en el empaçado de los té s o infusiones aromáticas.....	34
<b>Ilustración 16-4:</b>	Lugar para compra de Te o infusiones.....	35
<b>Ilustración 17-4:</b>	Frecuencia de consumo de la manaza y pera .....	36
<b>Ilustración 18-4:</b>	Consumo de té s o infusiones de manzana o pera.....	37
<b>Ilustración 19-4:</b>	Presentación para compra de Té o infusiones .....	38
<b>Ilustración 20-4:</b>	Precio por presentación de Té s de pera o manzana .....	39
<b>Ilustración 21-4:</b>	Cantidad de cajas que las personas están dispuestas a comprar.....	40
<b>Ilustración 22-4:</b>	Presentación para compra de Te o infusiones .....	41
<b>Ilustración 23-4:</b>	Demanda histórica diaria .....	42
<b>Ilustración 24-4:</b>	Demanda proyectada anual .....	43
<b>Ilustración 25-4:</b>	Demanda proyectada.....	44
<b>Ilustración 26-4:</b>	Demanda proyectada anual .....	44
<b>Ilustración 27-4:</b>	Oferta histórica diaria .....	45
<b>Ilustración 28-4:</b>	Oferta histórica anual.....	46
<b>Ilustración 29-4:</b>	Oferta proyectada.....	47
<b>Ilustración 30-4:</b>	Oferta anual proyectada.....	47
<b>Ilustración 31-4:</b>	Infografía modelo de la empresa Té Andino .....	50
<b>Ilustración 32-4:</b>	Mapa de la provincia de Tungurahua.....	52
<b>Ilustración 33-4:</b>	Ubicación en Google Maps.....	53
<b>Ilustración 34-4:</b>	Balance de Masas.....	56

<b>Ilustración 35-4:</b>	Flujo grama de procesos .....	58
<b>Ilustración 36-4:</b>	Diagrama de procesos .....	59
<b>Ilustración 37-4:</b>	Diagrama de balance de masas .....	59
<b>Ilustración 38-4:</b>	Diagrama de operaciones.....	60
<b>Ilustración 39-4:</b>	Distribución de la planta .....	60
<b>Ilustración 40-4:</b>	Logotipo de la empresa.....	69
<b>Ilustración 41-4:</b>	Estructura organizacional.....	70

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

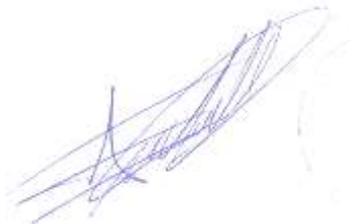
**ANEXO A:** ENCUESTA ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

**ANEXO B:** FORMULARIO PARA PERMISO MUNICIPAL FUNCIONAMIENTO

## RESUMEN

El objetivo de la investigación fue elaborar un plan de negocios para una planta procesadora de té con frutas deshidratadas de manzana y pera. La metodología implementada tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo, además de un nivel de investigación descriptivo, de campo, bibliográfico y documental. Para el proyecto de investigación se utilizó herramientas como el PESTEL (factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, Ambientales y legales) y el FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) que brindaron información del macro entorno y micro entorno para la puesta en marcha de un empresa de té a base de fruta deshidratada como lo fue la manzana y pera que son frutos de fácil acceso en la provincia, a su vez se desarrolló una investigación de mercado que permitió desarrollar todas las características que un alimento debe de cumplir en la etapa comercial, como lo es el producto, precio, plaza y promoción adecuado para el mercado objetivo, gracias a estos se elaboró el estudio financiero en donde se obtuvo indicadores financieros que verificaron la capacidad económica del proyecto y su factibilidad frente al mercado laboral destinado ayudar a todas las familias inmiscuidas en la producción sustentable de estas frutas. Mediante la metodología se determinó una tasa mínima de rendimiento aceptable de 11.57% con un Valor Actual Neto de \$81785.20, una Tasa Interna de Retorno del 42% y una relación Beneficio/costo de \$1.43 que indica por cada dólar invertido se obtiene \$0.43 de utilidad durante un periodo de 2 años, 11 meses y 12 días de proyecto. Se concluye que una empresa dedicada a la producción de tés de manzana y pera es factible, recomendando que se investigue otros frutos característicos de la zona de Chimborazo.

**Palabras claves:** <TASA INTERNA DE RETORNO>, <MACROLOZALIZACION>, <CAPACIDAD DE PROYECTO>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <MANZANA (*Malus domestica*)>, <PERA (*Pyrus communis*)>, <ÍNDICES FINANCIEROS>, <INFLACIÓN>.



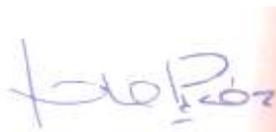
0939-DBRA-UPT-2023

## SUMMARY

The research aimed to elaborate a business plan for a tea processing plant with dehydrated apple and pear fruits. The methodology implemented had a qualitative and quantitative approach and a descriptive, field, bibliographic, and documentary level of research. For the research project, tools such as PESTEL (political, economic, social, technological, environmental, and legal factors) and SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, and threats) were used to provide information on the macro and microenvironment for the implementation of a tea company based on dried fruit such as apples and pears, which are easily accessible fruits in the province. At the same time, market research was carried out to develop all the characteristics a food must meet in the commercial stage, such as the product, price, place, and adequate promotion for the target market. A financial study was carried out to obtain financial indicators that verified the economic capacity of the project and its feasibility in the labor market to help all the families involved in the sustainable production of these fruits. The methodology determined a minimum acceptable rate of return of 11.57% with a Net Present Value of \$81785.20, an Internal Rate of Return of 42%, and a Benefit/Cost ratio of \$1.43, which indicates that for every dollar invested, \$0.43 of profit is obtained for two years, 11 months and 12 days of the project. It is concluded that a company dedicated to producing apple and pear teas is feasible, recommending investigating other fruits characteristic of the Chimborazo area.

**Keywords:** <INTERNAL RATE OF RETURN>, <MACROLOZALIZATION>, <PROJECT CAPACITY>, <MARKET STUDY>, <APPLE (Malus domestica)>, <PEAR (Pyrus communis)>, <FINANCIAL INDEXES>, <INFLATION>.

0939-DBRA-UPT-2023



Dra. Gloria Isabel Escudero Orozco MsC.

0602698904

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años el consumo de frutas deshidratadas ha venido expandiéndose ya que es un producto saludable, nutritivo y no pierde su valor nutricional, por lo que van desplazando paulatinamente los productos o snacks que no cuentan con estos beneficios, además son un excelente aliado para generar el hábito de consumir frutas (Ríos, 2014, p. 1). Uno de los productos que se ha venido procesando es el té o infusión, que no es nada más que introducir la fruta deshidratada en agua hirviendo, generando un sabor agradable y sobre todo saludable.

En la actualidad en el Ecuador se encuentran varias empresas dentro de la industria del té, unas se dedican a la producción y comercialización aprovechando la biodiversidad de nuestro país para la elaboración de sus diversos productos y dar a conocer en el mercado nacional e internacional, otras empresas se dedican a importar el té para luego simplemente comercializarlo a nivel nacional (Sánchez et al., 2016, p. 8). Sin embargo, lo que más se comercializa son las infusiones a base de plantas medicinales, que también son beneficiosas, pero en ocasiones no presenta un sabor agradable, lo cual no resulta poco beneficioso en algunos consumidores.

Es importante mencionar que la tendencia de los consumidores por tener y mantener una vida saludable es el principal factor por el cual el consumo del té ha crecido en los últimos años, las personas están optando por el consumo de productos naturales en especial en el consumo del té ya no solo es una bebida saludable sino también es una bebida funcional que sirve para prevenir algunas dolencias y enfermedades (Fiestas, 2021, p. 21).

Por otra parte, Ecuador al ser un país que cuenta con climas variados permite el cultivo de innumerables frutas, como es el caso de la manzana (*Malus domestica*) y la pera (*Pyrus communis*) que son frutas cultivadas en climas fríos especialmente en las provincias de Tungurahua, Chimborazo y Cotopaxi que pertenecen a la Zona 3, sin embargo el consumo de esta fruta en su estado natural o fresco es mínimo, generando desperdicios; por ello la necesidad de optar por un producto procesado a partir de estas frutas deshidratadas donde se dé un valor agregado.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, es necesario la creación de nuevas ideas para los agricultores ecuatorianos, ya que de esta manera sus cultivos serán vendidos de manera permanente a un precio justo. Entonces, mediante el estudio de factibilidad para la creación de una empresa procesadora de té a partir de frutas deshidratadas se podrá establecer la factibilidad del proyecto y poder implementarlo en meses posteriores.

## CAPITULO I

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del problema

La FAO manifiesta, que a nivel mundial se produce un desperdicio de frutas y hortalizas del 21,6% aproximadamente, donde las causas principales se deben a un momento inadecuado de cosecha, las condiciones climáticas, las prácticas aplicadas en la cosecha y la manipulación; esto dificulta la comercialización de los productos (FAO, 2021). Es importante mencionar que la pérdida y el desperdicio de alimentos pueden afectar a la seguridad alimentaria y la nutrición ya que puede existir poca disponibilidad de alimentos, limitado acceso, utilización y estabilidad de los mismos.

Ecuador es un país que cuenta con climas variados, lo cual facilita el cultivo de diferentes frutas, entre ellas la manzana y la pera que son frutas de consumo masivo a nivel mundial, muy reconocido por las características organolépticas y nutricionales específicas, las mismas se cultivan en climas fríos, especialmente en provincias pertenecientes a la Zona 3 como son: Chimborazo, Tungurahua y Cotopaxi, donde según (INEC, 2021b), en ese año el país obtuvo una producción de 402 Tm de manzana, de las cuales solo 100 Tm representan ventas; en cuanto a la producción de pera se obtuvieron 183 Tm y de estas solo 43 representan ventas; con los datos mencionados se puede decir que, la producción de manzana y pera nacional se aprovecha en una escala mínima debido a que estas se pierden porque no puede ser comercializadas, ya sea por falta de cuidado durante el cultivo o por el manejo inadecuado en el proceso de post-cosecha, lo que representa pérdidas económicas para los agricultores ecuatorianos (Gallegos & Sarmiento, 2019, p. 2). Además de esto, se genera desperdicio de materias primas que podrían ser aprovechadas por la Agroindustria para la elaboración de nuevos productos naturales, diferentes de jugos y conservas de frutas que son alimentos que se comercializan en el país, pero que contienen conservantes y aditivos que pueden resultar poco nutritivos para el consumidor.

#### 1.2. Limitaciones y delimitaciones

##### 1.2.1. Limitaciones

Datos actualizados sobre las frutas (manzana y pera) producidas en la zona 3 del Ecuador con un acceso a la información sobre indicadores macroeconómicos sobre las limitaciones culturales.

### **1.2.2. Delimitaciones**

El presente proyecto se desarrolló en las provincias de que forman parte de la zona 3 del País.

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

¿Es posible generar un estudio de factibilidad enfocado a la producción y comercialización de té de frutas deshidratadas: manzana (*Malus domestica*) y la pera (*Pyrus communis*)?

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

¿Cómo está la situación productiva de la manzana (*Malus domestica*) y la pera (*Pyrus communis*) en las provincias de Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua y Pastaza?

¿Cómo se encuentra la situación del análisis financiero para una planta procesadora de té a base de frutas deshidratadas: manzana (*Malus domestica*) y pera (*Pyrus communis*)?

### **1.5. Objetivos**

#### **1.5.1. Objetivo general**

- Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de té a partir de frutas deshidratadas: manzana (*Malus domestica*) y pera (*Pyrus communis*) en la Zona 3 del Ecuador.

#### **1.5.2. Objetivos específicos**

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

### **1.6. Justificación**

### ***1.6.1. Justificación teórica***

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar con conocimiento sobre la factibilidad para la creación de una empresa productora de té a partir de frutas deshidratadas como son la manzana y la pera, las mismas que son cultivadas en la Zona 3 del Ecuador; específicamente en las provincias de Tungurahua, Chimborazo, Pastaza y Cotopaxi, por medio de un estudio en el ámbito teórico, administrativo, financiero que garantice la puesta en marcha de la empresa y su buen funcionamiento a largo plazo.

### ***1.6.2. Justificación metodología***

Debido a que la investigación se realiza con metodologías adecuadas como PESTLE, FODA, estudios económico-financieros además, mediante métodos antes desarrollados se establece el tamaño, localización e ingeniería de la planta procesadora para su posterior implementación que permitan obtener de manera clara información confiable y precisa, de esta manera dar un valor agregado a la fruta Ecuatoriana, generando un recurso económico a los agricultores de la Zona 3 del Ecuador, toda esta información recolectada podrá ser utilizada en futuros proyectos destinados al aprovechamiento de fruta fresca para la elaboración de té.

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

El presente Proyecto de Titulación tiene como finalidad aportar a la industria agroindustrial, solucionando un problema evidente, según ESPAC Ecuador en los meses de Enero a Mayo tiene una gran producción de manzana y pera; sin embargo existe un desperdicio y pérdida considerable de las mismas, ya que un gran número de consumidores Ecuatorianos prefieren las frutas importadas y esto genera pérdidas económicas para los agricultores en tiempos de cosecha además, se crea desperdicio de materias primas alimentarias saludables que podrían ser utilizadas por la Agroindustria para la elaboración de nuevos productos, en este caso un Té, el mismo que será elaborado de manera natural, sin la adición de aditivos ni conservantes y con un agradable sabor.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de investigación

Mediante la revisión de investigaciones previas que tengan relación con la línea de investigación del presente proyecto se identificó una publicación elaborada por (De Michelis & Ohaco, 2015, p. 14) titulada “Deshidratación y desecado de frutas, hortalizas y hongos” en el cual se detalla los procedimientos adecuados para el secado de frutas como la manzana y pera con el objetivo de obtener un producto que cumpla con las normas de inocuidad además de que este posea las condiciones de calidad adecuadas para su lanzamiento en el mercado.

Además, se analizó el documento titulado “Fortalecimiento de la cadena de valor de los snacks nutritivos con base en fruta deshidratada en El Salvador” realizado por (Romero et al., 2016: p.6) en donde menciona que productos derivados de la fruta deshidratada tiene un potencial crecimiento tanto en el mercado nacional como en el internacional, una vez examinado este aspecto es importante destacar que proyectos que incluyen alimentos deshidratados colaboran a la solución a serios problemas que suceden en el territorio dentro de ellos, la inclusión de pequeños productores de fruta en el mercado y el aprovechamiento de las distintas frutas para evitar el desperdicio excesivo.

Otro de los proyectos que tienen relación con la presente investigación titula “Oportunidad de negocio en la producción de té filtrante a base de fruta deshidratada” elaborado por (Torres & Velásquez, 2017) en el cual analizan las tendencias actuales de los consumidores encontrando que estos tienden a realizar sus compras de productos saludables y naturales, bajos en calorías y ricos en antioxidantes, he ahí la importancia de crear un producto que cumpla con estos requerimientos para satisfacer el mercado.

#### 2.2. Referencias Teóricas

##### 2.2.1. *Manzana (Malus domestica)*

La manzana (*Malus domestica*) es el fruto del manzano, árbol que pertenece a la familia de las Rosáceas, el cual puede alcanzar una altura aproximada de 10 m. Es una de las frutas más apetecidas a nivel mundial por su sabor dulce y agradable, además por su cantidad de agua elevada

resulta ser una fruta refrescante. Es fuente importante de fibra y destaca la presencia de nutrientes como la fructosa (azúcar), por otro lado la cantidad de vitamina C es moderada (Gil, 2010, p. 181).

Es importante mencionar que el consumo de manzana se recomienda debido la cantidad de nutrimentos que esta contiene, pero sobre todo por los compuestos fenólicos los cuales proporcionan capacidad antioxidante; estos antioxidantes presentes en la manzana pueden reducir el riesgo de presentar algunas enfermedades crónicas como: enfermedades cardiovasculares, neurodegenerativas, infarto cerebral, diabetes, obesidad y algunos tipos de cáncer (Corona et al. 2010, p. 24).

### 2.2.1.1. Composición Química y Nutricional de manzana

**Tabla 1-2:** Composición Nutricional por cada 100g de pulpa de manzana

	Por 100 g de porción comestible	Por ración (200 g)
Energía (Kcal)	53	89
Proteína (g)	0,3	0,5
Lípidos totales (g)	Tr	Tr
AG saturados (g)	-	-
AG monoinsaturados (g)	-	-
AG poliinsaturados (g)	-	-
Colesterol (mg/ 1000Kcal)	0	0
Hidratos de Carbono (g)	12	20,2
Fibra (g)	2	3,4
Agua (g)	85,7	144
Calcio (mg)	6	10,1
Hierro (mg)	0,4	0,7
Yodo (µg)	2	3,4
Magnesio (mg)	5	8,4
Zinc (mg)	0,1	0,2
Sodio (mg)	2	3,4
Potasio (mg)	120	202
Fósforo (mg)	8	13,4
Selenio (µg)	Tr	Tr
Tiamina (mg)	0,04	0,07
Riboflavina (mg)	0,02	0,03
Equivalentes niacina (mg)	0,2	0,3
Vitamina B6 (mg)	0,03	0,05
Folatos (µg)	5	8,4
Vitamina B12 (µg)	0	0
Vitamina C (mg)	10	16,8
Vitamina A (µg)	4	6,7
Vitamina D (µg)	0	0
Vitamina E (mg)	0,2	0,3

Fuente: (Moreiras 2013, p. 2)

Realizado por: Mejía, J. 2022

### 2.2.2. Pera (*Pyrus communis*)

La pera (*Pyrus communis*) es originaria de Europa Oriental y Asia Occidental. Es un fruto del peral, que es un árbol perteneciente a la familia de las Rosáceas; el mismo que puede alcanzar

una altura de 20 metros aproximadamente. Es una fruta en forma de bombilla, su peso oscila entre los 170g; su piel es lisa y de color verde, la cual puede cambiar a parda o amarilla en el proceso de maduración y la pulpa es blanca y jugosa (Gil, 2010, p. 181).

Cabe recalcar que la pera es una fruta deliciosa, donde destaca su contenido de azúcares con un 11,7% de entre ellos la fructosa. Su cantidad de fibra es elevada y el contenido de potasio en la pera es medio. Se recomienda el consumo de esta fruta cuando se tiene trastornos digestivos, por su acción astringente proporcionado por la presencia de taninos (Gil, 2010, p. 181).

### 2.2.2.1. Composición Nutricional de la pera

**Tabla 2-2:** Composición Nutricional por cada 100g de pulpa de pera

	Por 100 g de porción comestible	Por ración (200 g)
Energía (Kcal)	49	82
Proteína (g)	0,4	0,7
Lípidos totales (g)	Tr	Tr
AG saturados (g)	-	-
AG monoinsaturados (g)	-	-
AG poliinsaturados (g)	-	-
Colesterol (mg/ 1000Kcal)	0	0
Hidratos de Carbono (g)	10,6	17,7
Fibra (g)	2,3	3,8
Agua (g)	86,7	145
Calcio (mg)	12	20,1
Hierro (mg)	0,2	0,3
Yodo (µg)	2	3,3
Magnesio (mg)	7	11,7
Zinc (mg)	0,14	0,2
Sodio (mg)	2	3,3
Potasio (mg)	130	217
Fósforo (mg)	17,5	29,3
Selenio (µg)	Tr	Tr
Tiamina (mg)	0,03	0,05
Riboflavina (mg)	0,03	0,05
Equivalentes niacina (mg)	0,2	0,3
Vitamina B6 (mg)	0,02	0,03
Folatos (µg)	11	18,4
Vitamina B12 (µg)	0	0
Vitamina C (mg)	3	5,0
Vitamina A (µg)	10	16,7
Vitamina D (µg)	0	0
Vitamina E (mg)	Tr	0,3

Fuente: (Moreira 2013, p. 2)

Realizado por: Mejía, J. 2022

### 2.2.3. Deshidratación

La deshidratación es una de las técnicas más utilizadas en la Agroindustria, la cual consiste en la eliminación parcial o total del agua del alimento procesado. Se lo puede realizar mediante evaporación del agua o a través de una corriente de aire caliente, de esta manera se logra conservar

los productos por más tiempo, extendiendo su vida útil y añadiendo un valor agregado al mismo; además se reducen costos de transporte, distribución y almacenaje por la reducción de peso y volumen del producto que produce (Cabascongo, 2018, p. 10).

### 2.2.3.1. Temperatura de Deshidratación

La temperatura estimada para deshidratar alimentos oscila entre 50-60 °C, si se aplican temperaturas mayores se cocina la fruta en su exterior manteniendo agua en el interior (Cabascongo, 2018, p. 15).

**Tabla 3-2:** Temperatura recomendada para la deshidratación de diferentes productos

Producto	Temperatura recomendada
Hierbas	Mayor que 35 °C
Vegetales	Mayor que 42 °C
Frutas	Mayor que 50 °C

Fuente: (Cabascongo, 2018, p. 16)

Realizado por: Mejía, J. 2022

### 2.2.3.2. Tiempo de Deshidratación

El tiempo de secado es de 7 a 14 días para frutas con alto contenido de agua, también dependerá de factores como: humedad, grosor de la fruta y temperatura del ambiente (Cabascongo, 2018, p.16).

**Tabla 4-2:** Tiempo de deshidratación de manzana y pera

Fruta	Tiempo (entre 50°C y 55 °C) horas
Manzana	6-12
Pera	6-9

Fuente: (Cabascongo, 2018, p. 16)

Realizado por: Mejía, J. 2022

### 2.2.4. Té

El Té, es una bebida agradable que resulta al introducir en agua hirviendo frutas deshidratadas, hierbas aromáticas o medicinales (Palacios & Guerrero, 2022, p. 19).

Es importante mencionar que el té, es una bebida sana, saludable y natural, que permite aprovechar los beneficios y propiedades de las plantas y frutas que lo componen. Es así que (Bravo, 2022, p. 85) afirma que una de las formas más eficientes para extraer los principios activos de una planta que sean solubles en agua, es mediante una infusión.

#### *2.2.4.1. Proceso de elaboración del té de frutas deshidratadas*

##### *2.2.4.1.1. Selección e inspección de la fruta*

Este proceso debe realizarse detalladamente, ya que las frutas a utilizar deben presentar la madurez adecuada; es decir frutas que estén en perfecto estado. No se deben utilizar frutas en mal estado (Vacacela 2015, p. 97)

##### *2.2.4.1.2. Lavado y pelado de la fruta*

El pelado se lo realiza con el objetivo de retirar la piel o cáscara de las frutas. El lavado pretende eliminar cualquier sustancia extraña que se encuentre en la materia prima, por tal motivo es necesario mantener asepsia a lo largo de esta etapa (Vacacela, 2015, p. 97).

Es importante mencionar que una vez la fruta sea lavada, esta debe ser picada de manera uniforme, para que el proceso de deshidratado sea homogéneo (Vacacela, 2015, p. 97).

##### *2.2.4.1.3. Deshidratado*

En este proceso se debe tomar en cuenta el tipo de fruta a deshidratar, ya que dependiendo de la fruta el tiempo y la temperatura varía. Cabe recalcar que una fruta deshidratada debe tener una textura flexible (Vacacela, 2015, p. 97).

##### *2.2.4.1.4. Pesado, empacado y almacenado*

Una vez ha finalizado el proceso de deshidratación, se procede a pesar la fruta, luego a empacar en bolsas filtrantes y por último almacenar el producto terminado (Vacacela, 2015, p. 97).

#### *2.2.4.2. Industria del Té en Ecuador*

Las bebidas aromáticas y medicinales en el Ecuador han pasado de ser una simple infusión de hierbas que se consumían esporádicamente a constituirse como principales bebidas de uso cotidiano.

En Ecuador según menciona (Bravo, 2022, p. 85) mediante una encuesta realizada, el 88% de las familias ecuatorianas consumen bebidas a base de infusiones tipo té de plantas aromáticas y medicinales; mientras que el 12% lo realiza esporádicamente o no las consume.

### **2.2.5. Zona 3 En Ecuador**

La Agenda Zonal para el Buen Vivir se proyecta como una apuesta que refuerza la articulación entre la planificación nacional y territorial al identificar las dinámicas y particularidades específicas para la formulación de políticas públicas; y permite la definición inicial de un modelo territorial con lineamientos para el uso del suelo y las intervenciones estratégicas articuladas a una propuesta nacional (Semplades, 2017, p. 8).

Además, la Zona de Planificación 3 cuenta, en general, con una vocación agro (Semplades, 2019) productiva, manufacturera, energética y de servicios (comercio, transporte y turismo). Al mismo tiempo, se ha convertido en el centro de acopio agrícola del país y en un importante nodo comercial a escala nacional (Semplades, 2017).

### **2.2.6. Estudio de Factibilidad**

Un estudio de factibilidad hace referencia al análisis exhaustivo de una empresa, con la finalidad de establecer si la propuesta de un negocio resulta favorable o no, además es importante para la toma de decisiones, especialmente de los directivos que tienen a su cargo aprobar las inversiones, prestando atención a los valores de los indicadores; PR (Periodo de Recuperación), el TIR (Tasa Interna de Retorno), el VAN (Valor Actual Neto). Esto con el objetivo de construir estrategias que vayan en beneficio de la inversión, la cual irá en función de los indicadores y las fuentes de financiamiento disponibles (Burneo et al., 2016, p. 5).

### **2.2.7. Plan de Negocio**

El objetivo de un plan de negocio es determinar la viabilidad económica, técnica, social y ambiental de un proyecto, tomando en consideración las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades de la empresa, así como también analizar el entorno en el cual se desarrollará la misma (Baque, 2020, p. 71).

*Es un documento, escrito de manera muy clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se requieren lograr hasta las actividades cotidianas que*

*se desarrollan para alcanzarlos. Lo que busca ese documento es combinar la forma y el contenido* (Weinberger, 2009, p. 15).

#### *2.2.7.1. Importancia de un plan de negocio*

La importancia de un plan de negocios radica en cómo la empresa afronta las diferentes dificultades que se podrían presentar durante el proceso (Arenas, 2016, p. 3).

#### *2.2.7.2. Estructura de un Plan de Negocio*

A continuación se presenta una posible estructura para un plan de negocio, es importante recalcar que los planes de negocio se pero se ajustan a las necesidades de cada empresa, por lo que dicha estructura se puede cumplir o no (Baque et al., 2020, p. 120).

- Introducción y/o presentación.
- Resumen ejecutivo.
- Descripción del negocio.
- Análisis del mercado.
- Análisis de la empresa.
- Análisis de la situación.
- Planteamiento estratégico,
- Plan operativo de marketing y ventas.
- Plan de operaciones. Calendarios y plazos; Sistemas de información.
- Temas societarios. Organización y recursos humanos.
- Estudio económico y financiero,
- Sistemas de control. Cuadro de mando y planes de contingencia.
- Conclusiones.

#### *2.2.8. Empresa*

Una empresa es una organización que se dedica a brindar o producir bienes y/o servicios que requieren los clientes y de esta manera se obtienen ingresos económicos. Es importante mencionar que para que una empresa funcione, se necesita de recursos materiales, técnicos, financieros y humanos (Baque et al., 2020, p. 122).

La finalidad de una empresa es la obtención de outputs (bienes o servicios) a través de la transformación de unos inputs (materia prima).

### 2.2.9. *Análisis Pest*

El análisis PEST hace referencia al entorno político, económico, social y tecnológico; establece la base para la definición de las estrategias y la planificación de la empresa y es parte constituyente del diagnóstico situacional (Escobar 2017, pp. 31-32).

#### 2.2.9.1. *Contenidos de los factores que componen el Análisis PEST*

**Tabla 5-2:** Contenidos de los factores que componen el Análisis PEST

<b>Factores</b>	<b>Variables a identificar y describir</b>
<b>Políticos</b>	Cambios políticos previstos que apunten a modificar un ambiente de certidumbre, Cambios en la legislación laboral, Incentivos por parte del gobierno como política pública que afecte directa o indirectamente la actividad de la organización analizada, Legislación referente al medio ambiente, seguridad y prevención de riesgos, Legislación sobre protección del consumidor, Incentivos públicos. Otros que se considere relevante para el análisis de la organización
<b>Económicos</b>	Evolución del Producto Interno Bruto y del ciclo económico, Demanda del producto, El empleo Inflación Costos de energía Costos de materia prima Otras variables y agregados macroeconómicos de influencia directa e indirecta en la organización.
<b>Sociales y demográficos</b>	Población e información de evolución demográfica y espacial Estilos de vida y tendencias, Nivel de escolaridad y evolución Otros de relevancia para la organización.
<b>Tecnológicos</b>	Innovaciones tecnológicas en comunicación y transferencia de datos Acceso a Internet y comercio virtual Acciones del gobierno en el campo de la tecnología Incentivos públicos afirmativos para la tecnología.

Fuente: (Escobar 2017, p. 48).

Realizado por: Mejía, J. 2022

### 2.2.10. Análisis Swot o Foda

El análisis FODA hace énfasis en las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una entidad cualquiera que esta sea para sistematizar la situación actual, de tal forma que permita la construcción de un diagnóstico situacional (Escobar, 2017, p. 46).

Con este análisis se busca detectar y aprovechar las oportunidades particulares para una empresa en un momento dado, evitando sus amenazas, mediante un buen uso de sus fortalezas y una neutralización de sus debilidades (Bóveda et al., 2015, p. 14).



**Ilustración 1-2:** Análisis SWOT o FODA

**Fuente:** (Montoya 2020): p.15)

**Realizado por:** Mejía, J. 2022

### 2.2.11. Perfil De Mercado

El perfil de mercado hace referencia a lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado (Siqueiros, 2015, p. 22)

Siqueiros indica que en un perfil de mercado se debe realizar lo siguiente:

- Situación del entorno económico: Es conocer todos los detalles del bien o servicio que se desea ofrecer en realización a los bienes y servicios que ya se encuentran en el mercado.
- Producto: Explica detalladamente las características del producto o servicio que se desea ofrecer; como el color, precio, calidad, forma, entre otros.

- Clientes y tamaño de mercado: Volumen en ventas, barreras de entrada y salida, así como también las tendencias.
- Competencia: Analiza la competencia y realiza estrategias de marketing, ventajas competitivas con el objetivo de atraer clientes.
- Plan de ventas: Es necesario realizar un plan de ventas de acuerdo a la visión del analista y del producto o servicio.
- Plan de mercado: Las metas donde se desea llegar, esto ayuda a coordinar esfuerzos y a ser proactivo.

### **2.2.12. Estudio Técnico**

El Estudio técnico se basa en las transformaciones de insumos, utilizando recursos humanos, físicos y técnicos; para obtener productos o servicios requeridos por los consumidores (Siqueiros, 2015, p. 24)

Según (Siqueiros, 2015, p. 27) el estudio técnico incluirá lo siguiente:

- Proceso de producción: Describe el proceso a realizar, en este punto es recomendable utilizar diagramas de flujo que indiquen la secuencia de los pasos a seguir de forma gráfica.
- Proveedores y materias primas: Características de los proveedores y además la selección de materias primas de calidad.
- Manejo de Inventario: Recolecta información acerca de ajustes, envíos, devoluciones y los ingresos obtenidos.
- Mecanismos de control: Permite producir un bien o servicios dentro de las especificaciones de calidad, cantidad y costo.

### **2.2.13. Estudio Económico-Financiero**

El estudio financiero lo conforman elementos cuantitativos, estos elementos permiten conocer la situación actual de cualquier entidad y de esta manera poder determinar si un plan de negocio es factible. Es decir este estudio establece la inversión o el costo que se necesita para poner en marcha cualquier proyecto y por ende evaluar la rentabilidad del mismo (Reyes & Sanchez, 2019, p. 18).

Por otro lado (Siqueiros, 2015, p. 30) menciona que el Estudio Económico determina las características económicas del proyecto, inversión inicial, inversión fija, inversión diferida, inversión en capital de trabajo, de operación y de ventas, así como depreciaciones y amortizaciones.

En cuanto al Estudio Financiero (Siqueiros, 2015, p. 28) manifiesta que el sistema contable de una empresa es muy útil ya que permite la toma de decisiones y además proporciona un control constante de las operaciones financieras de la empresa.

#### **2.2.14. Misión**

La misión dentro de una empresa, organización o institución supone la definición de los máximos objetivos que esta pretende alcanzar; es su razón de ser y contribuye a la enunciación objetiva de su personalidad, de su identidad. Esta misión no puede estar aislada del entorno en el que se lleva a cabo y de los medios de los que se pretende dotar (Fernández, 2017, p. 4).

Por otra parte (Bóveda et al., 2015, p. 29) establece que la misión es una declaración que manifiesta la razón de ser de la empresa, el propósito, el motivo por el cual existe. Define la o las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir cumplirla.

#### **2.2.15. Visión**

La visión de una empresa hace referencia a lo que la empresa quiere lograr, construir y llegar a crear a futuro. La visión se realiza formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito con el fin de definir claramente el negocio que permita orientar a los miembros de su equipo. Es decir, el objetivo de esta sección es que su negocio quede claramente definido (Bóveda, et al., 2015, p. 32)

## CAPITULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Enfoque de investigación

##### 3.1.1. *Enfoque cualitativo*

La investigación cualitativa tiene como objetivo el captar la realidad social “a través de los ojos” de la gente que está siendo estudiada, en otras palabras, esta investigación surge a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto. El investigador induce las propiedades del problema a partir de la forma como orientan e interpretan su mundo los individuos se desenvuelven en la realidad que se examina (Monje, 2011, p. 13).

##### 3.1.2. *Enfoque cuantitativo*

La investigación cuantitativa, también llamada empírico-analítico, racionalista o positivista es aquella que se centra en factores numéricos para investigar, analizar, comprobar información además que este tipo de investigación pretende establecer el grado de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados por medio de una muestra que permite realizar inferencias causales a una población que explican por qué sucede o no determinado hecho o fenómeno (Neill & Cortez, 2018, p. 70).

#### 3.2. Nivel de investigación

Por las características del presente trabajo nos apoyaremos en diferentes tipos de investigación como:

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

#### 3.3. Diseño de la investigación

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

### **3.3.1.1. No experimental**

Este diseño de investigación se basa en el uso de categorías, conceptos, sucesos, comunidades, variables o contextos que se presentan sin necesidad de la intervención directa del investigador, por lo que el investigador no interviene en el objeto de investigación. En la investigación no experimental, se observan los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después realizar un análisis de ellos (Quecedo & Castaño, 2002, p. 11).

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

#### **3.3.2.1. Transversal**

El estudio transversal corresponde a un diseño de investigación que se centra en analizar información de diferentes variables dentro de una determinada población de muestra, recopiladas en un periodo de tiempo. Es decir que es un diseño investigativo de tipo observacional (Cvetković et al., 2021, p. 3).

## **3.4. Tipo de estudio**

### **3.4.1. Documental**

La investigación documental se la realiza en base a la búsqueda en diferentes documentos como libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros con la finalidad de la recolección de información actual o histórica sobre un tema determinado (Tancara, 1993, p. 16).

### **3.4.2. De campo**

Es la recopilación de información fuera de una laboratorio, es decir de datos tomados de manera insitu a los sujetos o entorno investigados o de la realidad en la que ocurren los hechos, en este tipo de investigación no se modifican o se manipula alguna de las variables, el investigador no altera su entorno o condiciones existentes en el mismo (Haza & Véliz, 2020, p. 15).

## **3.5. Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra**

### **3.5.1. Población**

El presente trabajo investigativo se ejecutará en las provincias de: Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza; donde se tiene una población de 1 657.529 habitantes según INEC, la cual representa la muestra universo (Senplades, 2019). Para determinar la muestra representativa se consideró a la Población Económicamente Activa (PAE) que es de 1 016.065 la cual representa el 61,3% (INEC, 2021a, p. 10).

### 3.5.2. Muestra

La muestra se ha establecido con base a varios aspectos que se especifican en la siguiente tabla:

**Tabla 6-3:** Determinación de elementos para el cálculo de la muestra

	Datos	Fórmula a aplicar
N: es el tamaño de la población o universo	1 016 065 habitantes	$n = \frac{(k)^2(p)(q)(N)}{(e)^2(N-1) + (Z)^2(p)(q)}$
k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos.	(1,96)	
e: es el error muestral deseado.	(0,05)	
p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio.	(0,50)	
q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es 1-p.	(0,50)	
n: es el tamaño de la muestra	(384)	

Fuente: (Roldán y Rodríguez, 2019: p.42)

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 7-3:** Valoraciones del nivel de confianza

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

Fuente: (Roldán y Rodríguez, 2019: p.43)

Realizado por: Mejía, J. 2022

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

#### Fórmula aplicada:

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

$$n = \frac{(1,96)(0,50)(0,50)(1\ 016\ 162)}{(0,05)^2(1\ 016\ 065 - 1) + (0,05)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = 384$$

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

### 3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

### **3.6.1. Variables:**

- Independiente: Plan de negocios
- Dependiente: Factibilidad

### **3.6.2. Mediciones:**

#### *3.6.2.1. Diagnostico*

- Análisis PEST o PESTLE
- Análisis SWOT

#### *3.6.2.2. Perfil del Mercado*

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

#### *3.6.2.3. Perfil Técnico*

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

#### *3.6.2.4. Perfil Económico Financiero*

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

### **3.6.3. Técnicas Estadísticas:**

- Media
- Moda

### **3.7. Esquema de la investigación:**

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

## CAPITULO IV

### 4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Diagnóstico del entorno

##### 4.1.1. Análisis del entorno

###### 4.1.1.1. Macro entorno

En este apartado se analizó factores que no pueden ser controlados por la empresa pero que afectan de manera directa o indirecta en la puesta en marcha de la misma

###### 4.1.1.1.1. Político

En el diagnóstico del campo político se puede mencionar:

1. Mejorar la productividad y la calidad a través de áreas como la investigación básica y aplicada, la innovación productiva, el desarrollo de capacidades, las cadenas de valor y los territorios, así como la certificación y la trazabilidad para garantizar la entrada competitiva de productos a cualquier mercado.
2. Posicionamiento y desarrollo de mercado a través de marketing directo o mínimos intermediarios, como ferias Mata a la Mesa; promoción del consumo responsable, promoción de las exportaciones, que darán salida a más productos nuevos, generarán más ingresos para las zonas rurales y contribuirán a la reducción de la pobreza rural.
3. Acceso a servicios e infraestructura con actividades que incluyen información y análisis, acceso a financiamiento y seguros agropecuarios, tenencia de la tierra, sistemas tecnificados de riego comunitario, sanidad e inocuidad agropecuaria, poscosecha y almacenamiento e infraestructura logística y de apoyo a la producción. Así el campo petrolero tendrá más servicios para aumentar la producción.
4. Fortalecimiento de coaliciones y participación a través de programas impulsados por el Diagnóstico de las Organizaciones Holísticas (DIO) y el corporativismo contemporáneo; alianzas en cadena y actores territoriales, y participación de jóvenes y mujeres en las zonas rurales. Con asociaciones fuertes, los productores obtienen más y mejores oportunidades.
5. Sostenibilidad ambiental y adaptación al cambio climático, para lo cual apostamos por

la protección de los ecosistemas, la agricultura y ganadería sostenibles, la adaptación al cambio climático, el comercio orgánico y la agricultura urbana. De esta forma, se produce de forma respetuosa con el medio ambiente.

6. Modernización e innovación institucional y legal, para lo cual se compromete a reorganizar y desarrollar las competencias del MAG, la coordinación interna de las unidades estructurales y la reforma legal. Esto atraerá más atención a los fabricantes.

Estos enunciados se enlazan entre si y por ende pueden ser aplicados a la diversidad de productos agroindustriales porque el objetivo final es tener un agro triunfante, profesional, verosímil e inclusivo.

Además, el (Ministerio de Agricultura & Ganadería, 2020) mencionó que desde el 01 de Julio los pequeños y medianos agricultores pagaran el 50% del costo comercial del saco de urea, esto beneficiará a 100.000 agricultores del país que compre con subsidio el saco de 50 kilogramos de urea que en promedio el costo real supera los 54 dólares en la actualidad (Ministerio de Agricultura & Ganadería, 2022).

#### *4.1.1.1.2. Económicos*

En este apartado se detalla indicadores macroeconómicos que pueden interferir en la creación de la empresa debido a que menciona el estado actual de la economía en el Ecuador, para su análisis se puntualiza los siguientes:

#### **Inflación**

Este indicador es uno de los principales indicadores para medir el costo de vida, debido al aumento extensivo y perpetuo de los precios de bienes tangibles e intangibles existentes en el mercado durante un determinado periodo de tiempo para efecto de esta investigación se puntualiza la inflación más actual según el último boletín de información brindado por el INEC en don menciona que desde Mayo 2021 a Mayo 2022 se obtuvo una inflación de 3.38% (INEC, 2022, p. 6).

#### **Riesgo país**

El riesgo país corresponde al riesgo inherente a posibles inversiones o financiamiento en un país respecto al contraste de otro. Además, que es un indicador que mide las probabilidades de que un país no pueda cumplir con las obligaciones financieras, es decir que a mayor riesgo peor calificación adquirirá el país.

De acuerdo al (Banco Central del Ecuador, 2022) el riesgo país en Ecuador hasta el corte de 30 de Junio del 2022 es de 1.165 puntos que para practicidad en porcentaje corresponde a 11.65%.

## PIB

El PIB en el Ecuador creció 3.80% entre el primer trimestre de 2022 y el mismo periodo de 2021, según el Banco Central del Ecuador y esto se debe a indicadores como el aumento de 6.7% del consumo final de los hogares, crecimiento de 6.5% del gasto del Gobierno Central y recuperación del 4% de la inversión también conocida como formación bruta de capital fijo.

## Ingreso Per Cápita

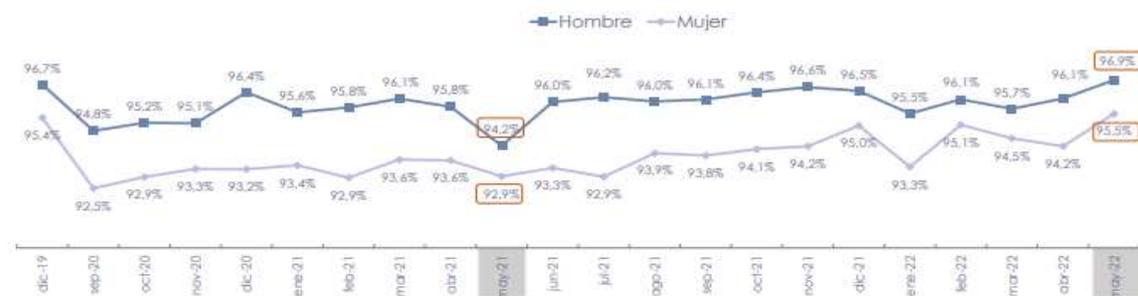
Este indicador permite obtener información sobre la cantidad promedio de bienes y servicios producidos por persona, a su vez se comprende cómo viven los ciudadanos en un país. En Ecuador la última cifra proyectada para el 2022 menciona que el ingreso per cápita sería de \$6.133 al año (Ekos, 2022, p. 2).

### 4.1.1.1.3. Sociales

En este apartado se desarrolla comportamientos, tendencias y actitudes sociales que de una u otra manera provocan algún efecto en el funcionamiento de la empresa o de sus consumidores, para lo cual se toma ciertos indicadores brindado por el (INEC, 2022b, p. 6) que nos permite observar la realidad del entorno social:

## Empleo

En mayo de 2022 la tasa de empleo global se ubicó en 96.9% para hombres y para la mujer de 95.5%, esto se lo puede observar en la siguiente figura de diferencia estadísticamente visible:



**Ilustración 2-4:** Tasa de empleo

Fuente: (INEC, 2022b, p. 14)

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Tasa de desempleo a nivel nacional

El desempleo en el área urbana del país en el último dato brindado por el INEC para mayo 2022, la tasa de desempleo fue de 4.4%. A continuación, se puede observar en la figura la diferencia estadísticamente significativa de mayo 2021 a mayo 2022.

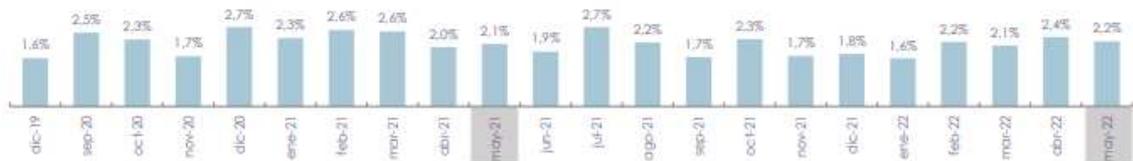


**Ilustración 3-4:** Tasa de desempleo a nivel nacional

Fuente: (INEC, 2022b, p. 15)

Realizado por: Mejía, J. 2022

Mientras que el área rural en mayo de 2022 la tasa de desempleo alcanzó el 2.2% en el área rural y esto se lo puede observar en la siguiente figura.



**Ilustración 4-4:** Tasa de desempleo a nivel urbano y rural

Fuente: (INEC, 2022b, p. 15)

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Ingresos de la población

Para mayo de 2022 el ingreso laboral promedio de un hombre con empleo fue de \$482.9 mientras que para una mujer con empleo fue de \$371.1. Como se observa en la figura en donde se compara el ingreso desde el 2021 hasta el 2022 en referencia a cada mes del año.

En mayo de 2022, el ingreso laboral promedio de un hombre con empleo fue de USD 482,9, mientras que para una mujer con empleo fue de USD 371,1.



#### Ilustración 5-4: Ingreso de la población

Fuente: (INEC, 2022, p. 5)

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.1.1.1.4. Tecnológicos

Este aspecto se centra en identificar si existen avances tecnológicos en el sector agroindustrial para con ello tener conocimiento del entorno tecnológico que pueda beneficiar o perjudicar en el funcionamiento de la empresa.

Para mejorar la seguridad alimentaria, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) recomienda que un país debe de producir el 75% de los alimentos que su población consume por lo que es necesario contar con tecnología necesaria para la producción agrícola, debido aquello en algunos países se ha creado algunas iniciativas que ayuden al agro, en el siguiente cuadro se detalla alguna de ellas aplicadas actualmente:

**Tabla 8-4:** Tecnologías para el apoyo en la industria alimentaría

<b>Robótica</b>	Los robots para aplicaciones agrícolas a nivel mundial han tenido un importante desarrollo en los últimos años; desde robots expertos en procesos de sembradío, fertilización y cuidado fitosanitario, hasta robots recolectores de frutillas, uvas y pimientos
<b>Tractores autónomos</b>	Esta tecnología permite al agricultor controlar el tractor desde un dispositivo móvil, con sencillas instrucciones, programando sus tareas para que este opere posteriormente de forma autónoma, mientras que el agricultor pueda dedicar su tiempo a otras tareas de la explotación.
<b>Tecnología satelital</b>	La NASA está apostando por la tecnología satelital para predecir sequías y ayudar así a los agricultores.
<b>Drones para fumigación</b>	Sistemas para riego de cultivos y sensores para el monitoreo del ganado son algunas de las aplicaciones implementadas en la agroindustria para mejorar la productividad y el aprovechamiento de los recursos.
<b>Granjas verticales para las “Smart City” del futuro</b>	Esta tecnología se basa en la idea de transformar espacios urbanos, de grandes ciudades, en huertas de alta productividad
<b>Inputs y agricultura más natural</b>	El control biológico surge como alternativa a los pesticidas y sustancias químicas para el control de plagas

Fuente: (INEC, 2022b, p. 15)

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.1.1.1.5. Ambientales

En el análisis del macro entorno es importante identificar el ámbito ambiental el cual engloba la relación directa o indirecta que tiene la empresa con el medio ambiente ya que existen cambios normativos de conciencia social o a su vez tendencias ecológicas que pueden afectar a pequeño o mediano plazo al desarrollo de las actividades comerciales de la empresa.

Actualmente, el gobierno del Ecuador solicita a las empresas que cuenten con normativas que favorezcan al cuidado del medio ambiente reduciendo los impactos que pueda generar la empresa en este entorno por medio del manejo de los desechos, uso de energías limpias, eficiencia energética entre otros temas.

En Ecuador día tras días instituciones y empresas se suman a una iniciativa realizada por el Ministerio del Ambiente “Punto verde” la cual es una certificación y de reconocimiento otorgado a una empresa de producción y servicios que brinde estadísticas de reducción de la contaminación en sus actividades de operación y procesos. Esta certificación tiene algunos beneficios no solo para el medioambiente sino también para las entidades que la adquieren (Ministerio de Ambiente, 2011).

#### 4.1.1.1.6. Legales

Dentro del aspecto legal es importante establecer el tipo de empresa a constituir además de indagar y solventar todos los requerimientos que debe de cumplir para funcionar en alguna de las provincias de la Zona 3 del país, dentro de ella el pago de patentes, uso de suelo, notificaciones sanitarias para garantizar la calidad e inocuidad de cada uno de los productos.

#### 4.1.1.2. Micro entorno

##### 4.1.1.2.1. Posibles Proveedores

### Número de productores de manzana por provincias de la zona 3 del Ecuador:

**Tabla 9-4:** Productores de Tungurahua y Chimborazo

Provincia	Números de productores
Tungurahua	7000
Chimborazo	1954

Fuente: (Allauca , 2018, p. 37)

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 10-4:** Productores de Cotopaxi y Pastaza

Provincia	Números de productores
Cotopaxi	200
Pastaza	0

Fuente: (Prefectura de Cotopaxi, 2019, p. 45)

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Número de productores de pera por provincias de la zona 3 del ecuador:

**Tabla 11-4:** Productores de Tungurahua

Provincia	Números de productores
Tungurahua	742

Fuente: (Sánchez, 2015, p. 31)

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 12-4:** Productores de Chimborazo

Provincia	Números de productores
Chimborazo	374

Fuente: (Ministerio de Agricultura & Ganadería, 2019)

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 13-4:** Productores de Cotopaxi y Pastaza

Provincia	Números de productores
Cotopaxi	200
Pastaza	0

Fuente: (Prefectura de Cotopaxi, 2019, p. 12)

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.1.1.2.2. Posibles Consumidores (CLIENTES)

La tendencia en el consumo de alimentos ha cambiado con el pasar del tiempo debido a las nuevas enfermedades que han ocasionado pandemias en torno al mundo, por lo tanto los cambios en el estilo de vida y de los hábitos están transformando tendencias de consumo en la industria alimentaria, conociendo información del perfil del posible cliente de té de fruta deshidratada obteniendo información sobre sus preferencias, entre ellas tenemos que es una persona que busca una buena alimentación por medio de productos naturales y sanos además que tiene la filosofía del cuidado del ambiente y aprovechamiento de los recursos que la naturaleza provee por medio de la reducción del desperdicio de frutas.

#### 4.1.1.2.3. Posibles Nuevos Competidores

Dentro de los posibles competidores se puede mencionar a las empresas que actualmente ya producen fruta deshidratada en variedad pero que aún no han incursionado en la línea del té a base de deshidratados por lo que existe un alto riesgo de que estas empresas puedan producir té con similares características a la empresa que se va a crear.

#### *4.1.1.2.4. Competidores en el mercado*

Actualmente, existen empresas que producen té a base de hierbas y frutas en el país, dentro de ellas encontramos las siguientes marcas que se encuentran posicionadas en el mercado:

- Pusuqi
- Nature's Heart
- Ile
- Sangay
- Alibú
- Happy Fruit

#### *4.1.1.2.5. Productos Sustitutos*

Cuando se habla de productos sustitutos de los té a base de la fruta deshidratada se puede mencionar que existen una gran variedad de productos ofertados al mercado cuyas características son agradables para el consumidor, dentro de ellos tenemos los líquidos energizantes, té helados, colas y té a base de hierbas u otros ingredientes, cabe considerar que estos productos en algunas ocasiones son una opción más económica para su compra, he ahí la preferencia del consumidor por estos productos sustitutos al té a base de frutas deshidratadas como la manzana y pera.

## **4.2. Análisis Swot**



**Ilustración 6-2:** Análisis SWOT o FODA de la empresa  
 Realizado por: Mejía, J. 2022

### 4.3. Análisis e interpretación de los resultados

#### Género

Tabla 14-4: Género de las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Femenino	200	52,1	52,1
	Masculino	184	47,9	47,9
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022

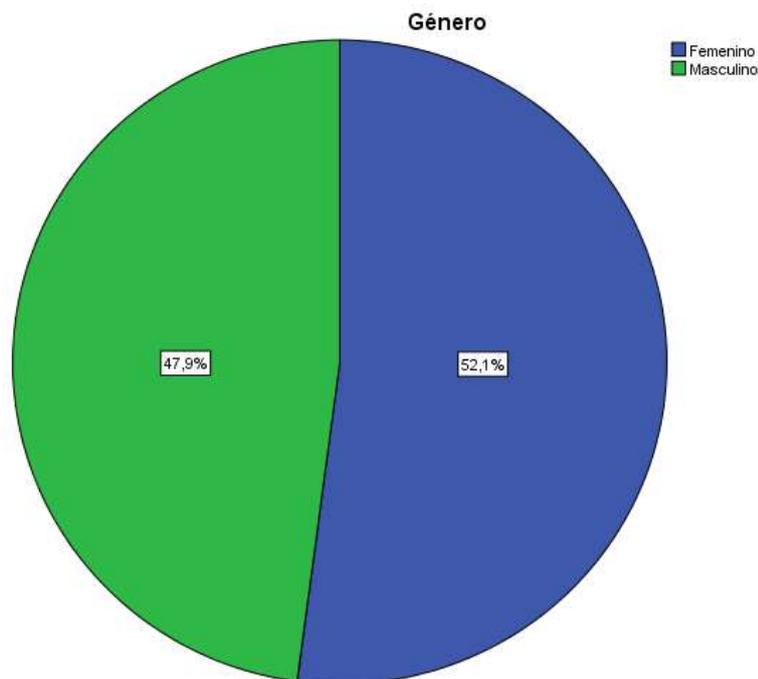


Ilustración 7-4: Género de las personas encuestadas

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### Análisis e interpretación de resultados:

Del 100% de encuestados equivalentes a 384 personas el 52.10% pertenece al género femenino y el 47.9% al género masculino.

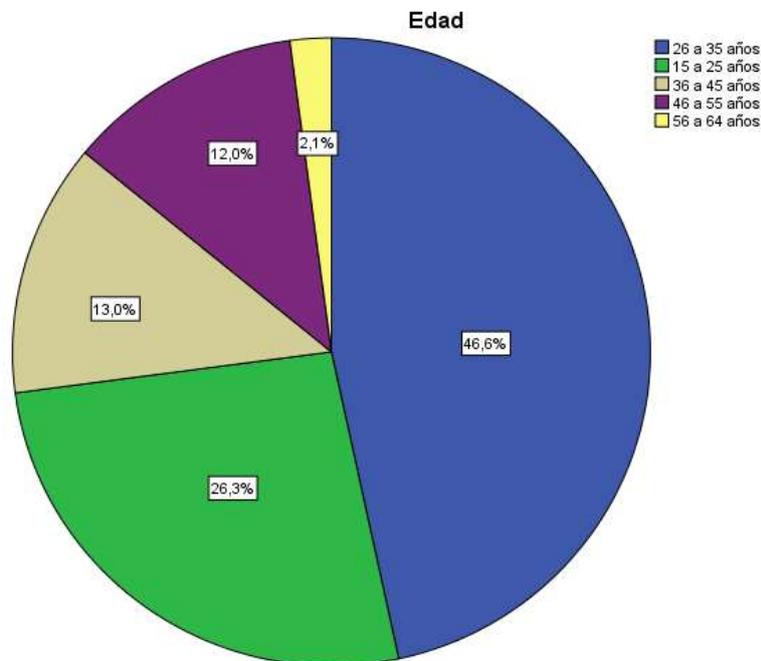
Debido a la importancia de conocer el perfil del cliente en el mercado fue indispensable realizar esta pregunta clave ya que contribuirá en identificar al consumidor y sus preferencias, conociendo que en su mayoría serán personas que pertenecen al género femenino.

## Edad

**Tabla 15-4:** Edad de las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	26 a 35 años	179	46,6	46,6
	15 a 25 años	101	26,3	26,3
	36 a 45 años	50	13,0	13,0
	46 a 55 años	46	12,0	12,0
	56 a 64 años	8	2,1	2,1
	Total		384	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 8-4:** Edad de las personas encuestadas

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Análisis e interpretación de resultados:

En el gráfico se puede observar que del 100% de personas encuestadas, el 46.6% tienen una edad de 26 a 35 años, el 26.3% de 15 a 25 años, el 13% de 36 a 45 años, el 12% de 46 a 55 años, el 2.10% de 56 a 64 años.

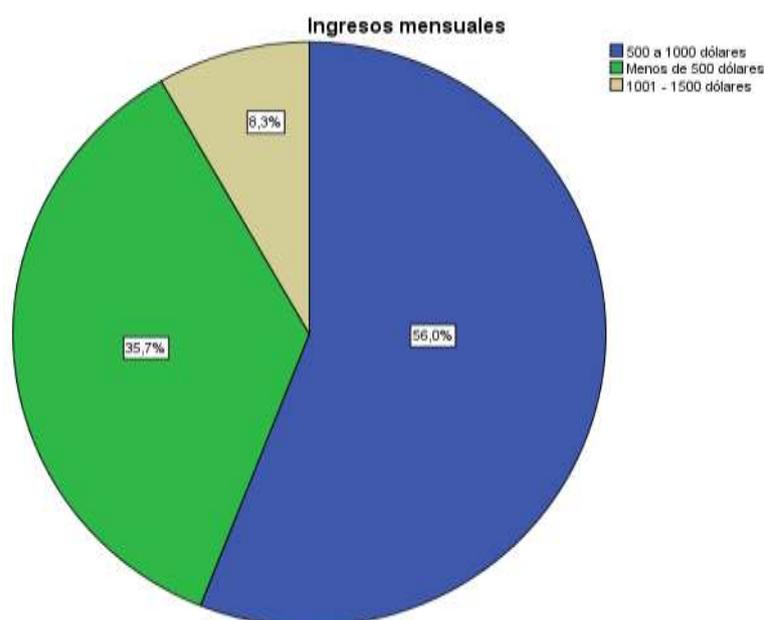
En primera estancia se determina que las personas posibles consumidores de té aromático a base de fruta deshidratada tendrán entre 26 a 34 años de edad. Este dato contribuye al perfil del cliente.

## Ingresos mensuales

**Tabla 16-4:** Ingresos mensuales de la población encuestada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	500 a 1000 dólares	215	56,0	56,0
	Menos de 500 dólares	137	35,7	35,7
	1001 - 1500 dólares	32	8,3	8,3
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 9-4:** Ingresos mensuales de las personas encuestadas

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Análisis e interpretación de resultados:

De acuerdo al 100% de encuestas realizadas el 56% respondieron que tienen unos ingresos mensuales de 500 a 1000 dólares mensuales, el 35.7% mencionaron que poseen menos de 500 dólares mensuales y finalmente el 8.3% de 1001 a 1500 dólares mensuales.

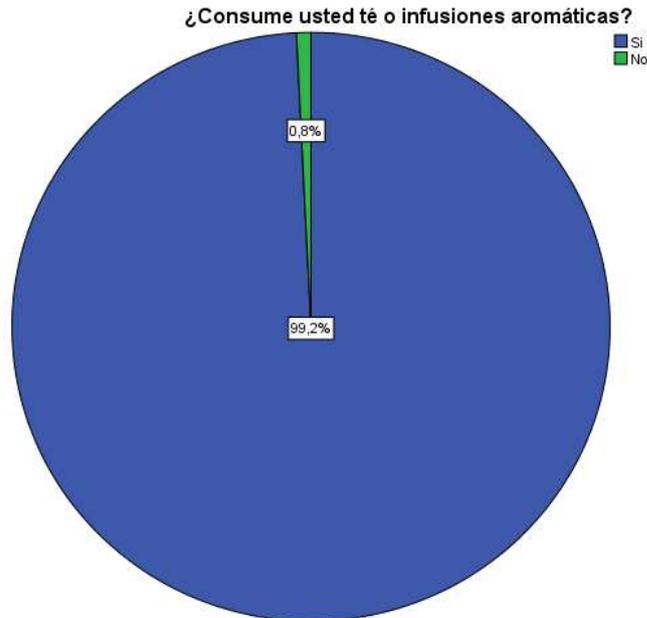
Esta pregunta es importante debido a que se conoce la cantidad de ingresos que tienen las personas para que con ello puedan adquirir productos de su interés obteniendo como resultado principal que sus ingresos oscilan entre los 500 a 1000 mensuales.

### ¿Consumen usted té o infusiones aromáticas?

**Tabla 17-4:** Consumo de Té o infusiones aromáticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Si	381	99,2	99,2
	No	3	0,8	0,8
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 10-4:** Consumo de Té o infusiones

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Análisis e interpretación de resultados:

Como se puede observar en el gráfico del 100% de personas, el 99.2% respondieron que si consumen té o infusiones aromáticas mientras que el 0.80% mencionaron que no realizan un consumo de té o infusiones aromáticas.

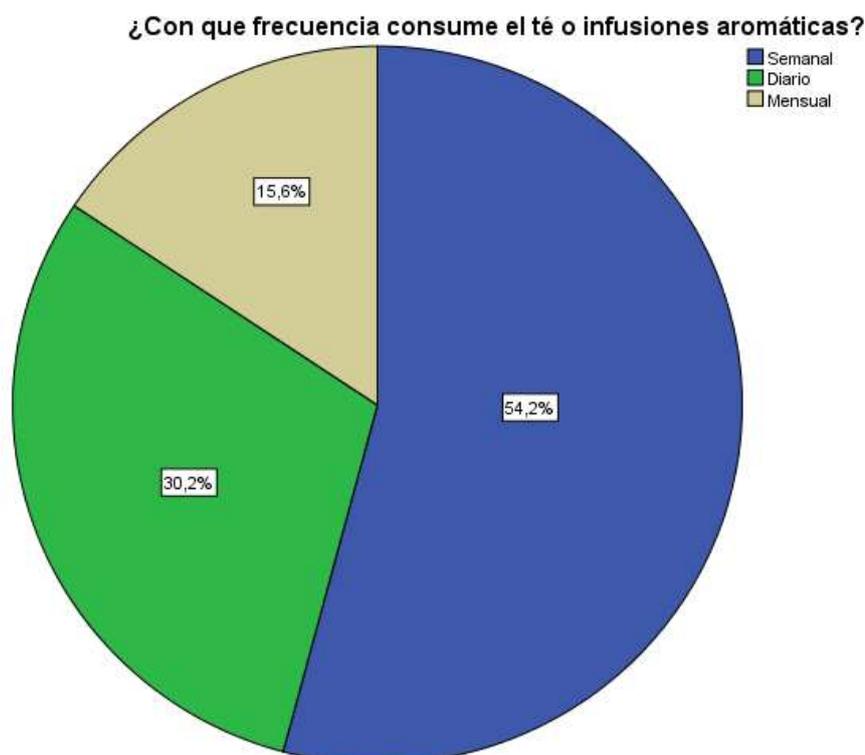
Obteniendo como respuesta mayoritaria que las personas si consumen té o infusiones aromáticas se brinda un indicador que si existirán posibles compradores de té aromático a base de fruta deshidratada.

### ¿Con que frecuencia consume el té o infusiones aromáticas?

**Tabla 18-4:** Frecuencia en el consumo de Té o infusiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Semanalmente	208	54,2	54,2
	Diario	116	30,2	30,2
	Mensualmente	60	15,6	15,6
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 11-4:** Frecuencia en el consumo de Té o infusiones

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Análisis e interpretación de resultados:

De acuerdo a las 384 personas encuestadas equivalentes al 100%, el 54.20% respondieron que la frecuencia en el consumo de té o infusiones aromáticas es de manera semanal, el 30.2% corresponden a un consumo diario y finalmente el 15.6% consume de manera mensual té o infusiones aromáticas.

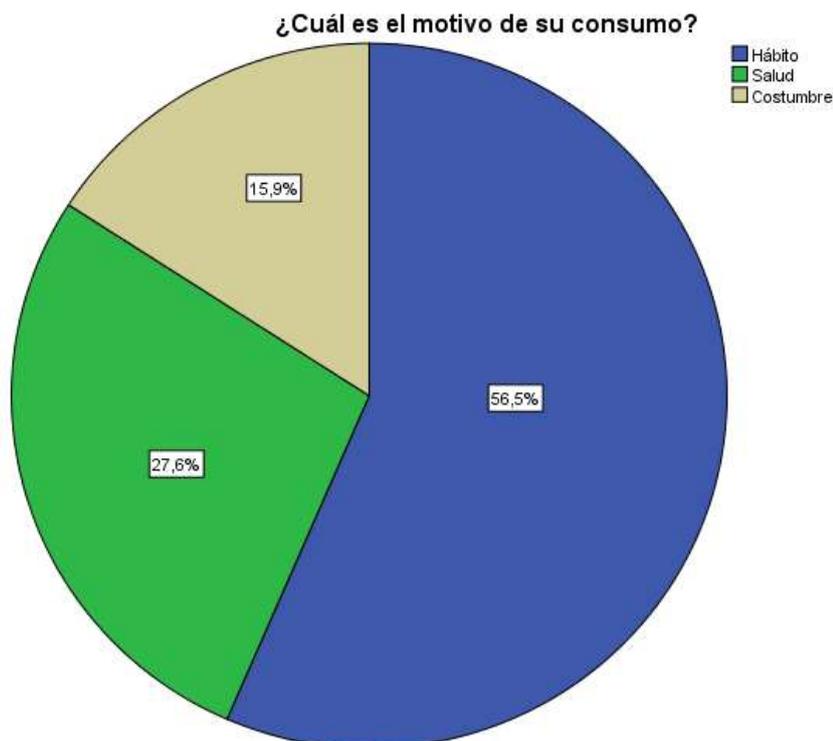
La respuesta mayoritaria a esta interrogante fue que las personas consumen semanalmente un té o infusión aromática, por lo que este dato ayudará a conocer el tiempo estimado de rotación del producto con base al consumo del cliente.

### ¿Cuál es el motivo de su consumo?

**Tabla 19-4:** Motivo del consumo de Té o infusiones elaboradas a base de frutas deshidratadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Hábito	217	56,5	56,5
	Salud	106	27,6	27,6
	Costumbre	61	15,9	15,9
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 12-4:** Motivo del consumo

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Análisis e interpretación de resultados:

Del 100% de encuestas realizadas, el 56.5% respondieron que la motivación del consumo de té a base de frutas deshidratadas es por hábito, el 27.6% mencionaron que era por salud y el 15.9% manifestaron que el motivo del consumo de té a base de frutas es por costumbre.

La respuesta mayoritaria a esta interrogante fue que las personas consumen té aromático debido a un hábito, esta información es útil debido a que las promociones que se puedan realizar se puedan tornar con un acercamiento al cliente como si se lo conociera mencionando en cada una de las publicaciones o menciones del producto que es una buena opción para cubrir su necesidad de consumo de té por hábito.

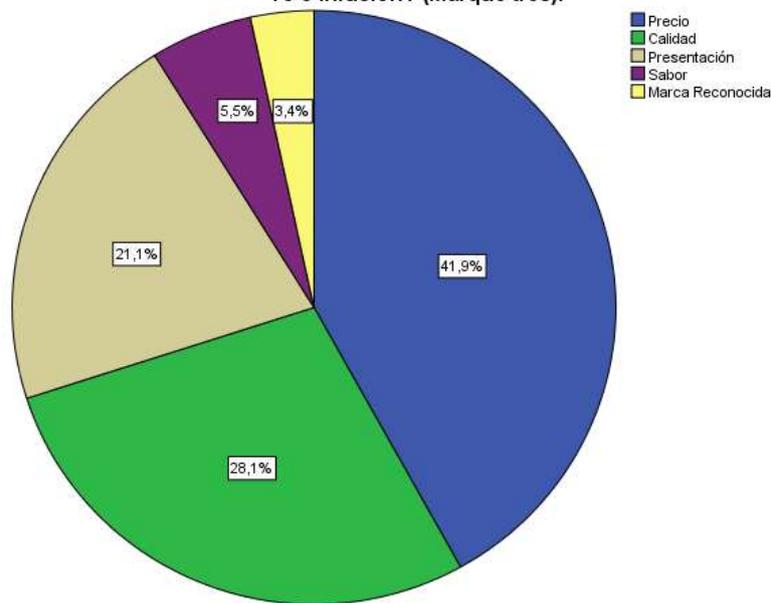
**¿Cuáles son las variables que toma en consideración al momento de comprar un Té o Infusión? (Marque tres).**

**Tabla 20-4:** Variables que se toman en consideración al momento de comprar un Té o infusión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
<b>Válidos</b>	Precio	161	41,9	41,9
	Calidad	108	28,1	28,1
	Presentación	81	21,1	21,1
	Sabor	21	5,5	5,5
	Marca Reconocida	13	3,4	3,4
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022

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



**Ilustración 13-4:** Variables a considerar al momento de comprar un Té o infusión

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Análisis e interpretación de resultados:**

Con respecto a esta interrogante del 100% de encuestas realizadas el 41.9% toman en consideración el precio al momento de comprar un té o infusiones, el 28.10 respondió que toma en consideración la calidad, el 21.10% respondieron que la presentación es relevante en su compra, el 5.50% manifestaron que el sabor es importante y finalmente el 3.4% respondieron que consideran que sea de una marca reconocida para realizar su compra de té o infusiones.

Debido a que las personas en su mayoría toman en consideración el precio al momento de compra un té brinda esta información es un indicio para identificar precios de venta al público adecuados y cómodos para el mercado objetivo.

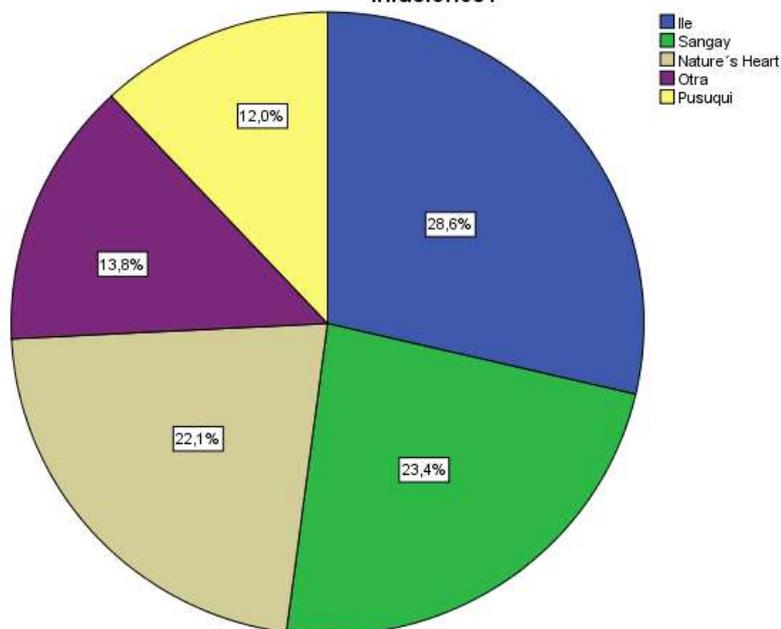
## ¿Qué marca es la que usted prefiere al momento de realizar su compra de Té o Infusiones?

**Tabla 21-4:** Marcas de té que las personas compran con frecuencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Ile	110	28,6	28,6
	Sangay	90	23,4	23,4
	Nature´s Heart	85	22,1	22,1
	Otra	53	13,8	13,8
	Pusuqui	46	12,0	12,0
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022

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



**Ilustración 14-4:** Marcas de té que las personas compran con frecuencia

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Análisis e interpretación de resultados:

Del 100% de personas encuestadas el 28.60% respondieron que al momento de comprar té o infusiones prefieren la marca Ile, el 23.4% mencionaron que su preferencia se mantiene en la marca Sangay, mientras que el 22.10% manifestaron que es Nature´s Heart, el 13.8% prefieren otras marcas de las mencionadas y finalmente el 12 % corresponde a la respuesta de Pusuquí.

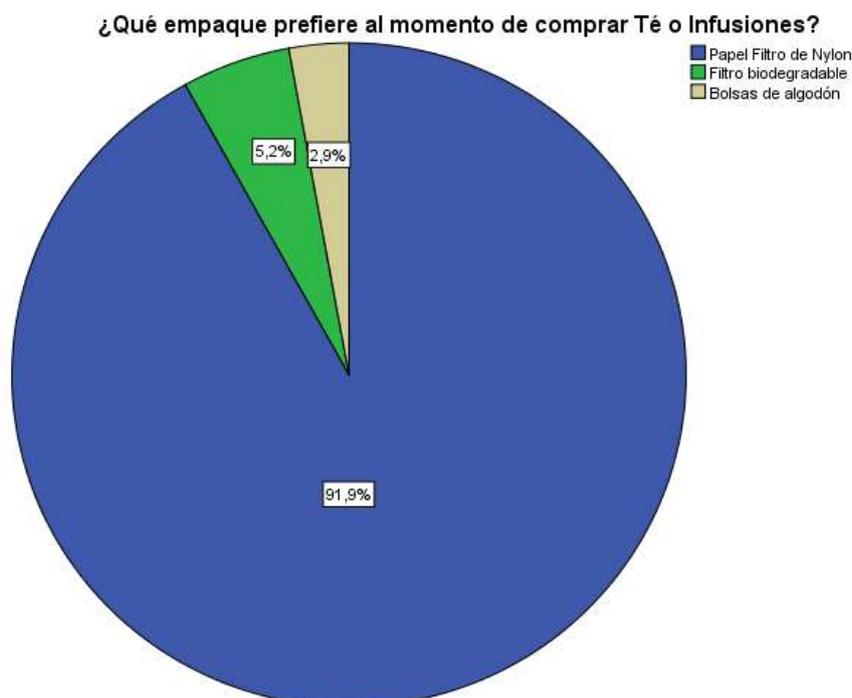
Tomando en consideración que las personas prefieren la marca Ile se determina la competencia principal que tiene la nueva empresa.

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

**Tabla 22-4:** Material utilizado en el empackado de los tés o infusiones aromáticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Papel Filtro de Nylon	353	91,9	91,9
	Filtro biodegradable	20	5,2	5,2
	Bolsas de algodón	11	2,9	2,9
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 15-4:** Material utilizado en el empackado de los tés o infusiones aromáticas

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Análisis e interpretación de resultados:

De acuerdo al 100% de encuestas realizadas el 91.9% prefieren el papel filtro de Nylon como empaque para comprar el té o infusiones, el 5.20% filtro biodegradable, el 2.90% prefieren las bolsas de algodón al momento de comprar el Té o infusiones.

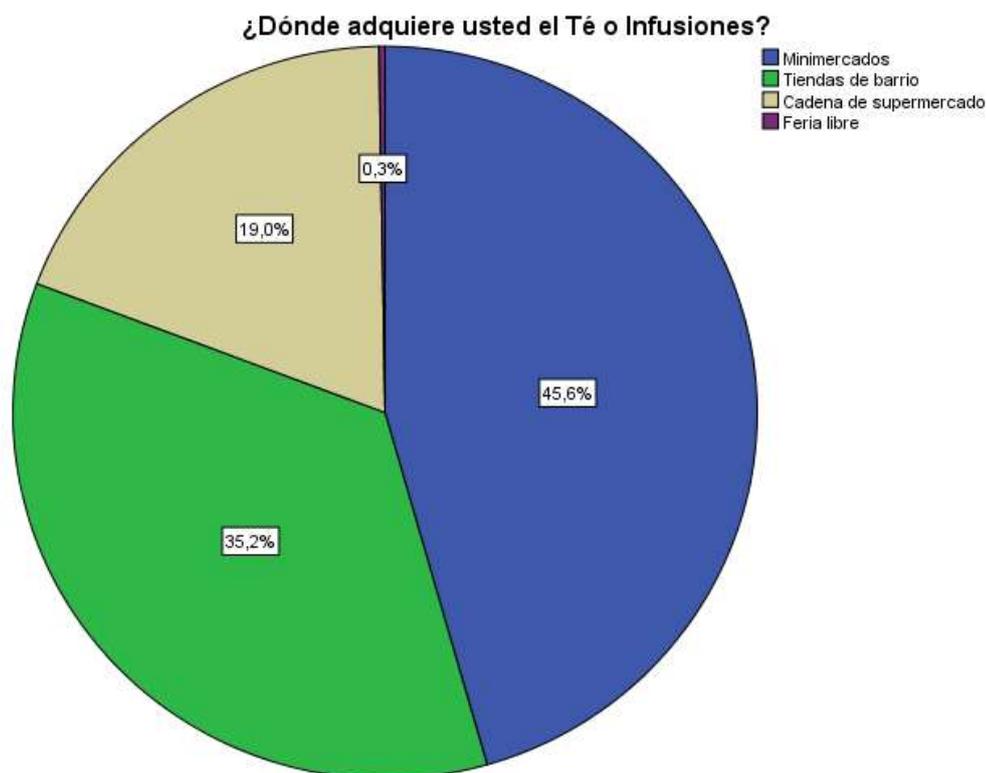
En su mayoría las personas encuestadas respondieron que el papel filtro de Nylon es de su preferencia cuando consumen un té aromático y esto se debe a la comodidad, facilidad y practicidad en su uso. Por lo que se tiene en consideración para cuando se elabore el té a base de fruta deshidratada.

### ¿Dónde adquiere usted el Té o Infusiones?

**Tabla 23-4:** Lugar donde se adquiere el té o infusión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Mini mercados	175	45,6	45,6
	Tiendas de barrio	135	35,2	35,2
	Cadena de supermercado	73	19,0	19,0
	Feria libre	1	,3	,3
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 16-4:** Lugar para compra de Te o infusiones

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Análisis e interpretación de resultados:

En cuanto a este reactivo del 100% de personas encuestadas, el 45.6% respondieron que adquieren el té o infusiones en mini mercados, el 35.2% en tiendas de barrio, el 19% en las cadenas de supermercados y el 0.30% en ferias libres.

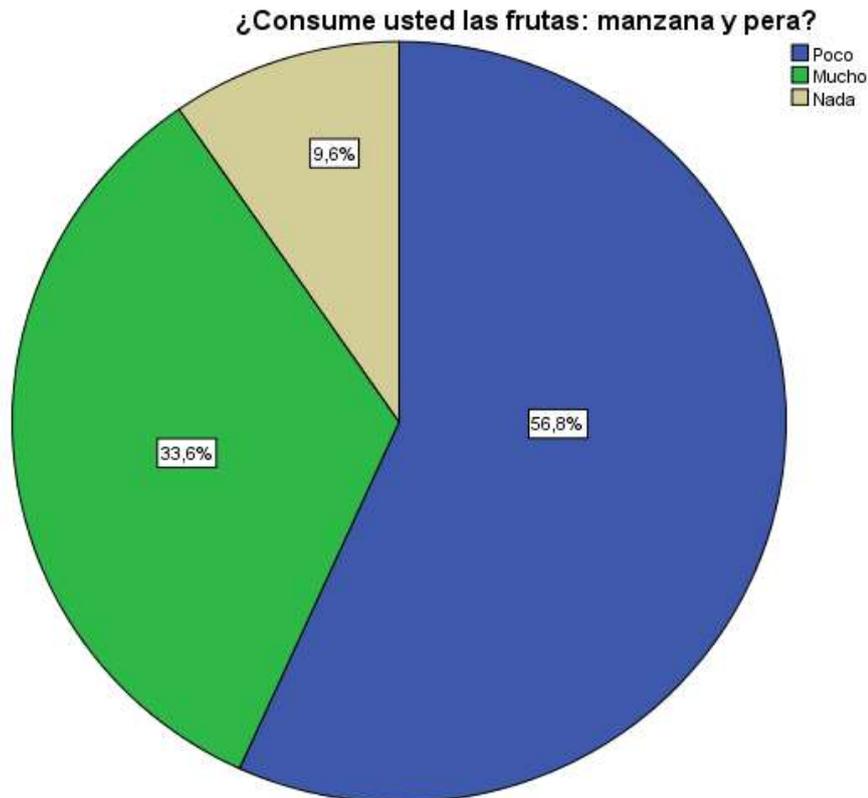
Tomando en consideración que la respuesta más frecuente fue que las personas adquieren un té o infusión en los supermercados se conoce el canal de distribución que tendrá el té a base de frutas deshidratadas con la finalidad de que este sea consumido por las personas interesadas en el producto y que puedan adquirirlo de manera accesible.

### ¿Consumen usted las frutas: manzana y pera?

**Tabla 24-4:** Frecuencia de consumo de la manzana y pera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Poco	218	56,8	56,8
	Mucho	129	33,6	33,6
	Nada	37	9,6	9,6
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 17-4:** Frecuencia de consumo de la manzana y pera

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Análisis e interpretación de resultados:

Como se puede observar en el gráfico del 100% de encuestas que fueron contestadas el 56.8% consume muy pocas frutas como la manzana y pera, el 33.6% mencionaron que su consumo es mucho y el 9.60% indicaron que no consumen estas frutas.

Debido a que las personas consumen muy poco estos productos de forma fresca es importante recalcar las propiedades de estas frutas cuando se brinde información sobre el té aromático a base de estas frutas deshidratadas.

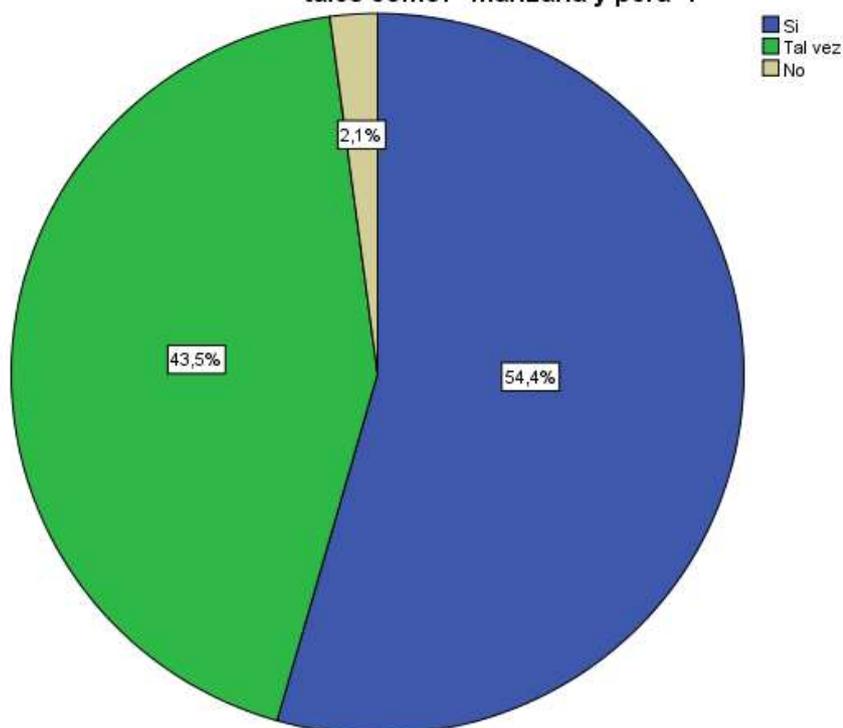
**¿Estaría usted dispuesto a adquirir un té aromático a base de frutas deshidratadas tales como: "manzana y pera"?**

**Tabla 25-4:** Consumo de tés o infusiones de manzana o pera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Si	209	54,4	54,4
	Tal vez	167	43,5	43,5
	No	8	2,1	2,1
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022

**¿Estaría usted dispuesto a adquirir un té aromático a base de frutas deshidratadas tales como: "manzana y pera"?**



**Ilustración 18-4:** Consumo de tés o infusiones de manzana o pera

Realizado por: Mejía, J. 2022

### **Análisis e interpretación de resultados:**

En cuanto a esta interrogante del 100% de encuestas elaboradas, el 54.40% respondieron que, si estarían dispuestos a adquirir un té aromático a base de frutas deshidratadas como la manzana y pera, el 43.5% mencionaron que tal vez consumirían el té mientras que el 2.10% manifestaron que no consumirían un té aromático a base de frutas deshidratadas como la manzana y pera.

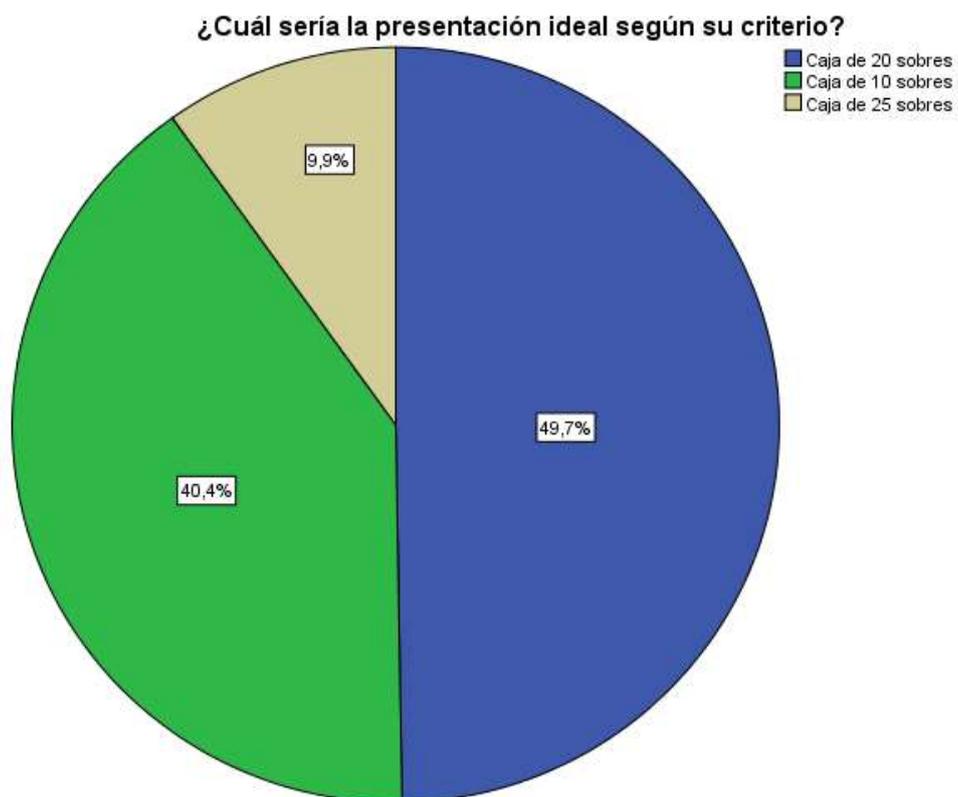
Esta información indica la factibilidad de que el té que se va a lanzar en el mercado sea consumido por los posibles clientes debido a que conociendo las características están dispuestos a adquirirlo para su consumo.

### ¿Cuál sería la presentación ideal según su criterio?

**Tabla 26-4:** Presentación para compra de Té o infusiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Caja de 20 sobres	191	49,7	49,7
	Caja de 10 sobres	155	40,4	40,4
	Caja de 25 sobres	38	9,9	9,9
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 19-4:** Presentación para compra de Té o infusiones

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Análisis e interpretación de resultados:

De acuerdo al gráfico se puede observar que del 100% de encuestas realizadas el 49.70% de personas prefieren una caja de 20 sobres como empaque ideal para un té aromático a base de fruta deshidratada como la manzana y la pera, el 40.4% prefiere una caja de 10 sobres y finalmente el 9.90% tiene su preferencia por una caja de 25 sobres de té aromático de fruta deshidratadas.

Debido a que la respuesta mayoritaria fue que la presentación adecuada debe contener 20 sobres indica que el producto a lanzar al mercado debería tener esta cantidad sugerida de sobres de té debido a las preferencias del consumidor.

## Cuanto estaría dispuesto a pagar usted por él te aromático según la cantidad

Tabla 27-4: Precio por presentación de Tés de pera o manzana

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Caja de 20 sobres (\$2,00)	191	49,7	49,7
	Caja de 20 sobres (\$1,50)	154	40,1	40,1
	Caja de 25 sobres (\$2,30)	39	10,2	10,2
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022

### ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por el Té aromático según la cantidad?

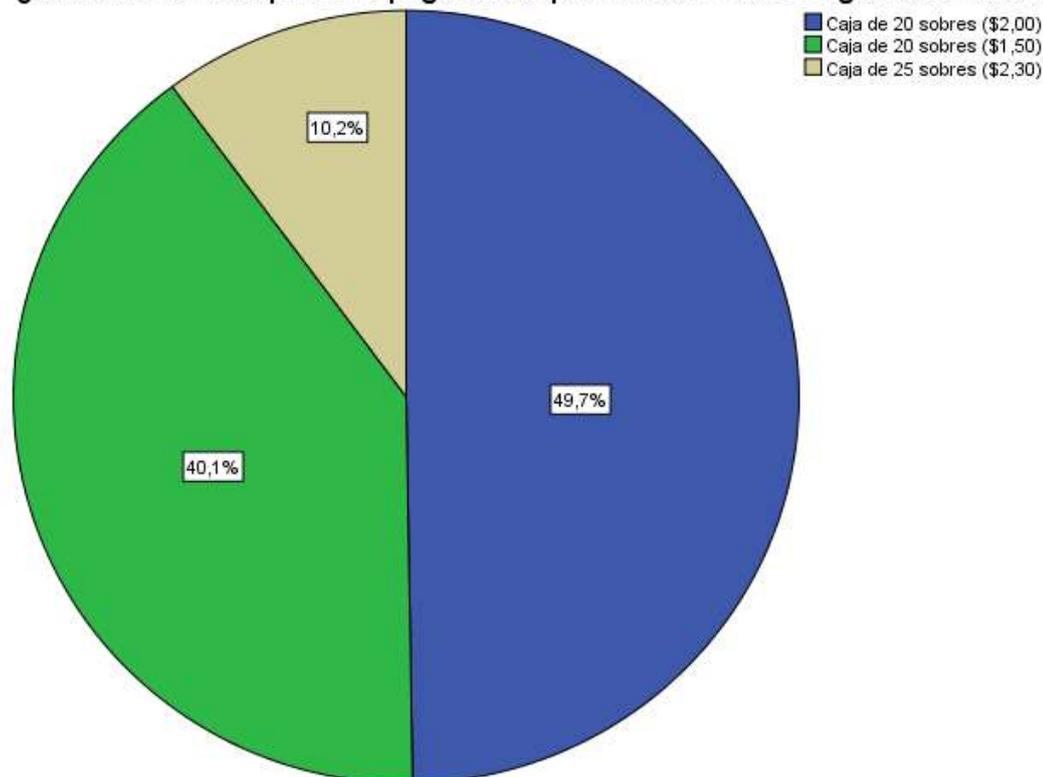


Ilustración 20-4: Precio por presentación de Tés de pera o manzana

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Análisis e interpretación de resultados:

En cuanto a esta interrogante del 100% de personas encuestadas el 49.70% estaría dispuesto a pagar por una caja de 20 sobres un valor de \$2,00 el 40.10% está dispuesto a pagar \$1.50 por una caja de 20 sobres mientras que el 10.2% pagarían \$2.30 por una caja de 25 sobres.

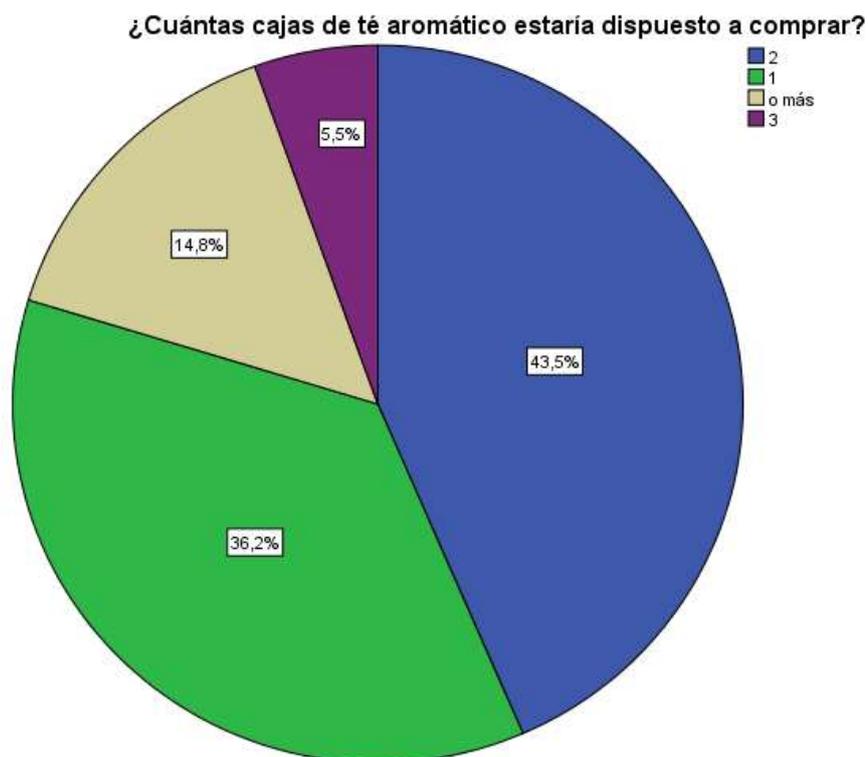
Es importante conocer cuánto estaría dispuesto a pagar el consumidor por el producto a ofrecer en donde dicha respuesta frecuente fue de 20 sobres por un valor de \$2,00 y esta respuesta se debe a que las personas siempre buscan economizar en la adquisición del producto por lo que les parece un precio razonable.

## ¿Cuántas cajas de té aromático estarían dispuesto a comprar?

**Tabla 28-4:** Cantidad de cajas que las personas están dispuestas a comprar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	2 cajas	167	43,5	43,5
	1 caja	139	36,2	36,2
	Más de 3 cajas	57	14,8	14,8
	3 cajas	21	5,5	5,5
	Total	384	100,0	100,0

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 21-4:** Cantidad de cajas que las personas están dispuestas a comprar

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Análisis e interpretación de resultados:

De acuerdo a las 100% de personas encuestadas el 43.50% mencionaron que ellos estarían dispuesto a comprar 2 cajas de té aromático a base de fruta deshidratada, mientras que el 36.2% manifestaron que estarían dispuesto a comprar una sola caja de té, el 14.8% indicaron que comprarían más de 3 cajas y finalmente el 5.50% respondieron que comprarían 3 cajas.

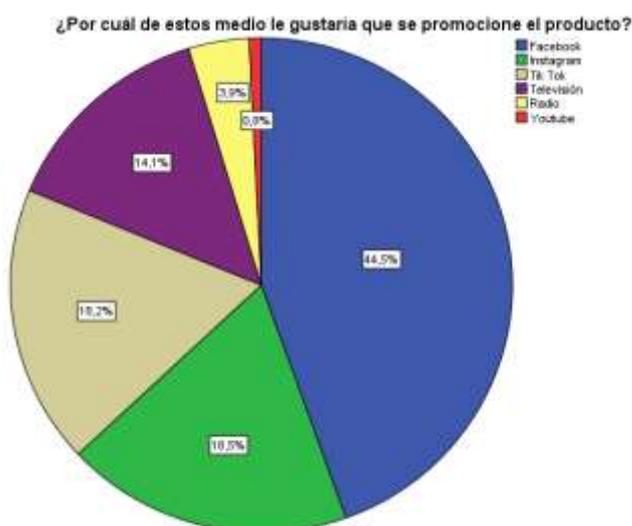
Debido a que las personas estarían dispuestas a comprar dos tés se puede planificar a futuro estrategias de marketing en donde se realice promociones de 2x1 o similares, con el objetivo de que el producto tenga una mejor rotación y recibimiento en el mercado más grande.

## ¿Por cuál de estos medios le gustaría que se promocione el producto?

**Tabla 29-4:** Medios digitales para las promociones de productos

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

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 22-4:** Presentación para compra de Te o infusiones

Realizado por: Mejía, J. 2022

### Análisis e interpretación de resultados:

Del 100% de encuestas realizadas, el 44.50% respondieron que el medio por el cual les gustaría que se promocione el producto es Facebook seguido de Instagram con el 18.50%, mientras que Tik Tok corresponde el 18.20%, el 14.10% de personas respondieron que la Televisión es de su preferencia para conocer el producto, el 3.90% fue por la radio y finalmente el 0.80% por YouTube.

Las redes sociales en la actualidad tienen un papel importante debido a que es un medio de comunicación más utilizado por personas de todas las edades, por lo tanto, la red de preferencia de los consumidores es el Facebook por medio del cual se puede aprovechar el algoritmo de su sistema para lograr un alcance orgánico del té a base de fruta deshidratada o a su vez realizar publicidades pagadas por cada cierto tiempo.

#### 4.4. Análisis de la demanda

En este apartado se detalla la demanda histórica y proyectada diaria y anual en cuanto al consumo existente en el país en cuanto a té y hierbas aromáticas medicinales, obteniendo datos de la empresa CETCA la cual menciona que 700 toneladas de este volumen se exportan a Estados Unidos y 30% a los demás mercados internacionales y el 10% para consumo local. Con base en los datos expuesto en conclusión se destina 70000kg de productos para te o infusiones para el mercado nacional.

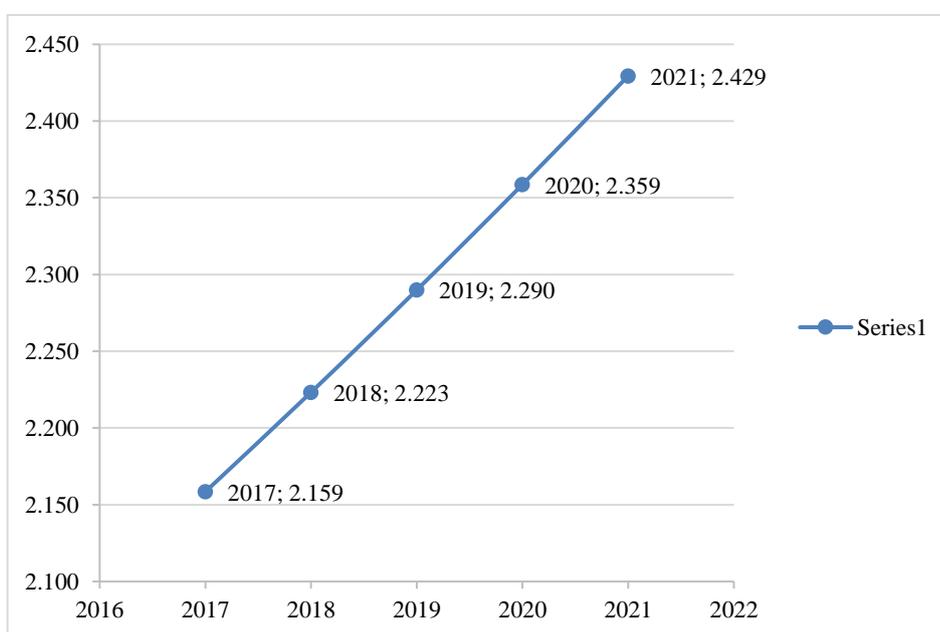
##### 4.4.1. Demanda histórica

**Tabla 30-4:** Demanda histórica diaria

Año	Demanda diaria (cajas de té)
2017	2.159
2018	2.223
2019	2.290
2020	2.359
2021	2.429

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 23-4:** Demanda histórica diaria

Realizado por: Mejía, J. 2022

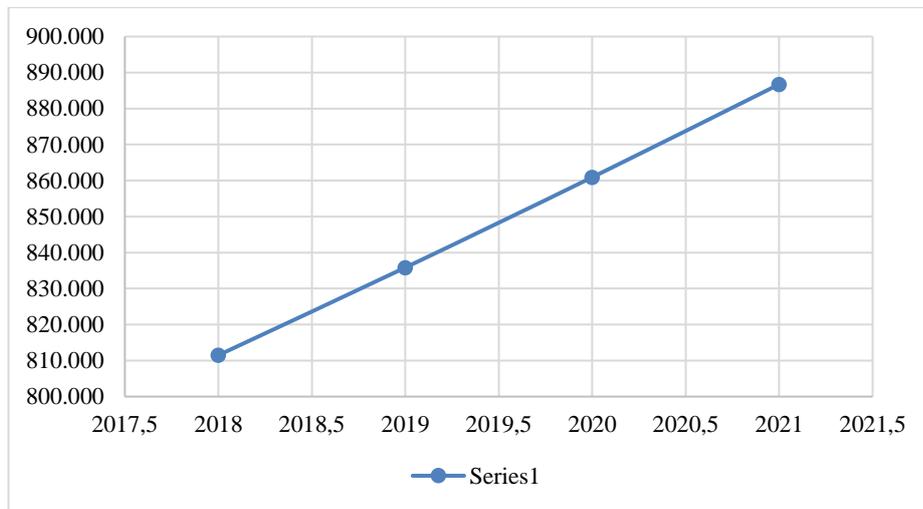
La demanda histórica anual se determinó en base a la cantidad de cajas diarias multiplicado por los 365 días del año, las cantidades resultantes se detallan en la siguiente tabla:

**Tabla 31-4:** Demanda histórica anual

Año	Demanda Anual (cajas de té)
2017	787.856
2018	811.492
2019	835.837
2020	860.912
2021	886.739

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 24-4:** Demanda proyectada anual

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.4.2. Demanda proyectada

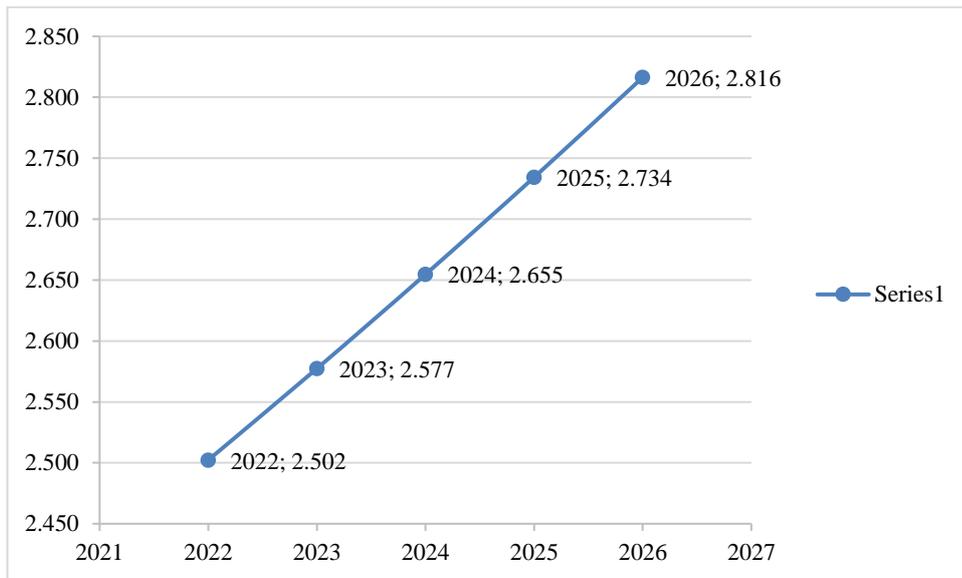
Con la finalidad de obtener cifras verídicas de la demanda proyectada fue necesario establecer que según datos brindados por el CETCA existe un 3% de aumento de la demanda a nivel anual, datos que se detalla a continuación:

**Tabla 32-4:** Demanda proyectada diaria

Año	Demanda Diaria
2022	2.502
2023	2.577
2024	2.655
2025	2.734
2026	2.816

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 25-4:** Demanda proyectada

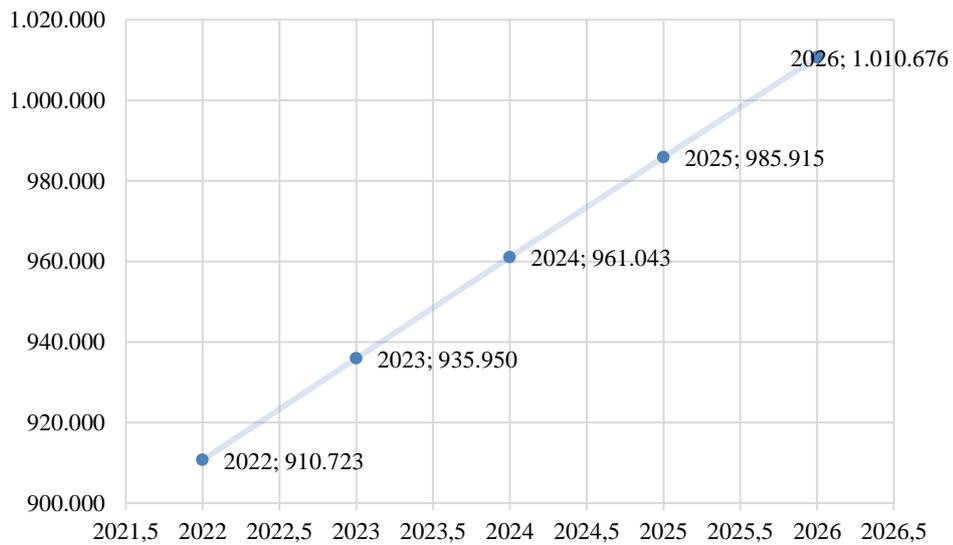
Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 33-4:** Demanda proyectada anual

Año	Demanda Anual
2022	910.723
2023	935.950
2024	961.043
2025	985.915
2026	1.010.676

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 26-4:** Demanda proyectada anual

Realizado por: Mejía, J. 2022

## 4.5. Análisis de la oferta

### 4.5.1. Oferta histórica

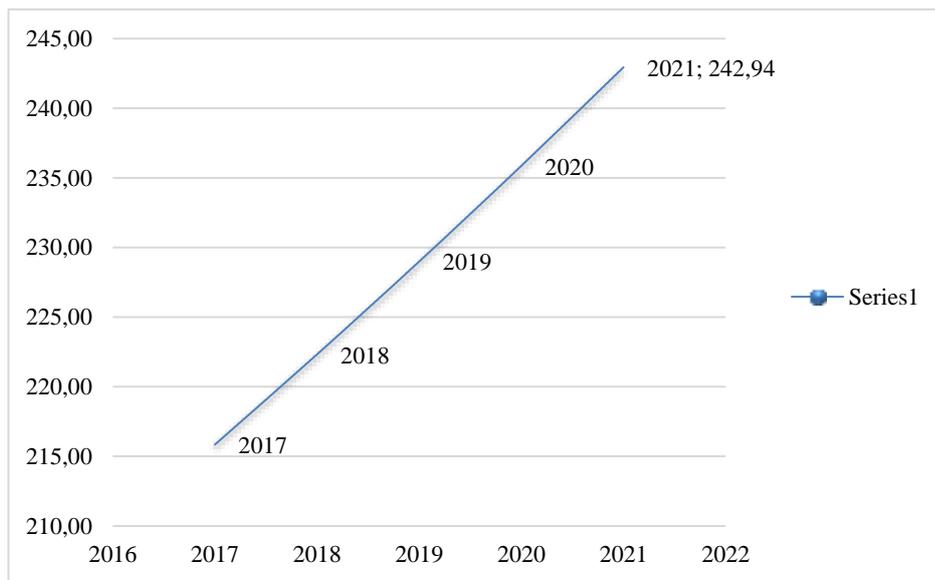
Para el análisis de la oferta histórica se obtuvo mediante la información en donde se menciona que empresas a nivel nacional ofertan su producto de cajas de té a base de fruta deshidratada destinando el 10% para consumo nacional. Datos que se señalan a continuación:

**Tabla 28-4:** Oferta histórica diaria

Año	Caja de tés de fruta deshidratada
2017	215,85
2018	222,33
2019	229,00
2020	235,87
2021	242,94

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 27-4:** Oferta histórica diaria

Realizado por: Mejía, J. 2022

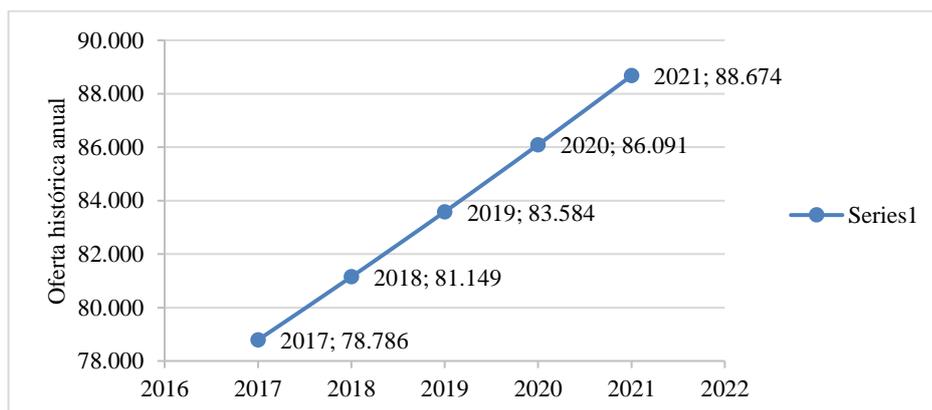
La oferta histórica se determina a partir de la multiplicación de las cajas de té a base de fruta deshidratada que se producen a diario por los 365 días del año obteniendo las siguientes cantidades resultantes:

**Tabla 29-4:** Oferta histórica anual

Año	Cajas de té de fruta deshidratada
2017	78.786
2018	81.149
2019	83.584
2020	86.091
2021	88.674

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 28-4:** Oferta histórica anual

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.5.2. *Oferta proyectada*

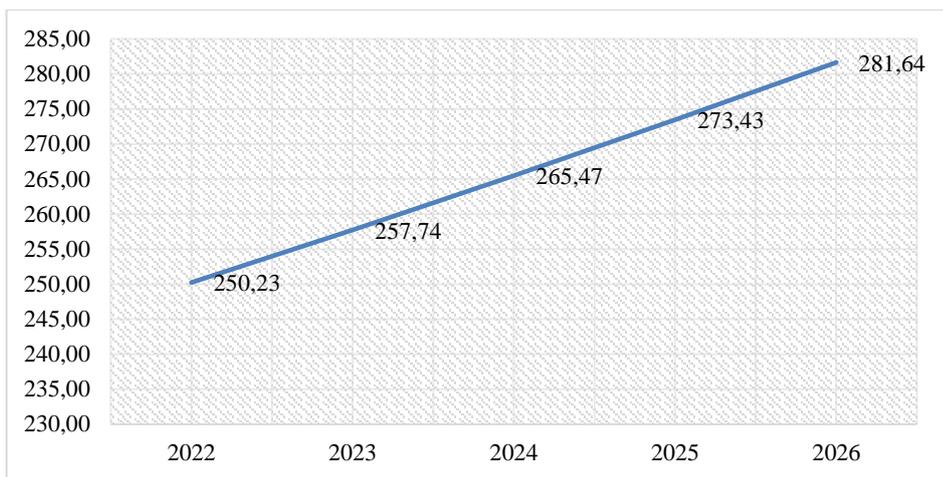
La oferta proyectada estima la producción que se puede ofrecer como empresa en los próximos 5 años, obteniendo como factor principal la existencia del 3% de aumento en la oferta para cada año. Efectuándose los siguientes valores proyectados:

**Tabla 34-4:** Oferta proyectada

Año	Cajas de té a base de fruta deshidratada diaria
2022	250,23
2023	257,74
2024	265,47
2025	273,43
2026	281,64

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 29-4:** Oferta proyectada

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.5.3. Oferta anual proyectada

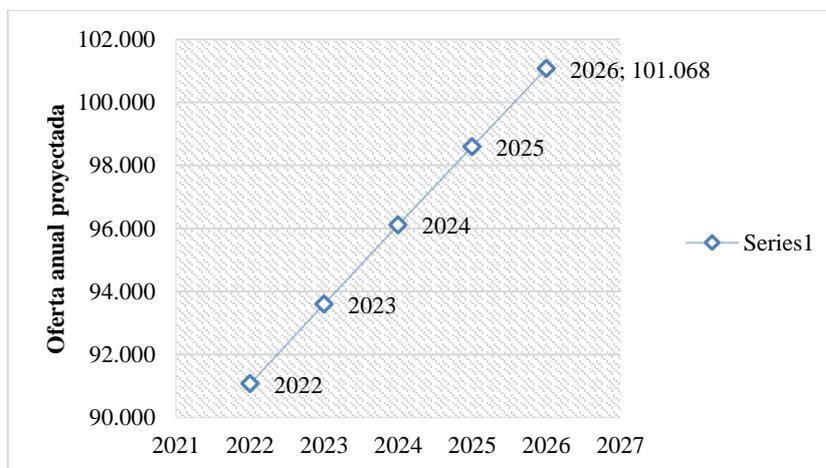
Para la proyección de la oferta futura anualmente se realiza un cálculo en el cual se utiliza el pronóstico en base a la oferta diaria, obteniendo las cifras que se detallan a continuación:

**Tabla 35-4:** Oferta anual proyectada

Año	Caja de té a base de fruta deshidratada anual
2022	91.072
2023	93.595
2024	96.104
2025	98.592
2026	101.068

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022



**Ilustración 30-4:** Oferta anual proyectada

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.6. Demanda insatisfecha

La demanda potencial del producto, permite conocer la cifra probable de que el producto pueda ser adquirido en el mercado para próximos años, la demanda es mayor que la oferta; entonces se observa que este escenario es favorable para la empresa, permitiendo cubrir al menos una mayor parte de la cantidad total de la demanda insatisfecha que es aquella que no ha podido ser cubierta por empresas ya existentes.

**Tabla 36-4:** Demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2022	910.723	91.072	819.650
2023	935.950	93.595	842.355
2024	961.043	96.104	864.939
2025	985.915	98.592	887.324
2026	1.010.676	101.068	909.608

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.7. Mercado Objetivo

El mercado objetivo es aquel conjunto de personas destinatarios para el cuál va dirigido el té a base de fruta deshidratada de pera y manzana. Se obtuvo a partir de la capacidad de producción de fruta fresca, datos tomados del Ministerio de la Agricultura, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, al mismo tiempo se toma en cuenta el cálculo de la demanda insatisfecha para el año 2022, para conocer porcentualmente el mercado meta al cual se podrá abastecer del producto y cubrir su necesidad de consumo.

**Tabla 37-4:** Producción de fruta fresca

L. Infer	L. Super	M.C	Productores	Valor total producido fruta fresca	Rendimiento	Sub. T kilos
1	5	3	35	105,00	18,80% Manzana	20
2	6	4	30	120,00	9,00% Pera	11
Total Kilos al día						31
Total kilos al año						11.147
Total gramos al año						11147100
Total cajas al año						92892,5

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

La siguiente tabla se detalla el cálculo de porcentaje del mercado objetivo para lo cual se realizó una regla de tres con la cantidad de cajas de té y de la demanda insatisfecha del año 2022 además de la producción de fruta fresca del mismo año.

**Tabla 38-4:** Mercado Objetivo

	<b>Regla de tres</b>	
Demanda Insatisfecha 2022	819.650	100%
Producción de té a base productores	92.893	11,33%

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Mejía, J. 2022

A continuación, se puede observar en cantidades el porcentaje (11.33%) de la demanda insatisfecha que va a ser cubierto para 5 años proyectados.

**Tabla 39-4:** Mercado objetivo proyectado a 5 años

<b>Años</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>M. Objetivo</b>
2022	819.650	92.893
2023	842.355	103.420
2024	864.939	115.141
2025	887.324	128.190
2026	909.608	142.718

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Mejía, J. 2022

## **4.8. Marketing Mix**

En este apartado se desarrollará las características del producto, el precio al cual se ofertará al mercado, los lugares adecuados de distribución o contacto con el cliente y finalmente la promoción que se refiere a los canales en donde se dará a conocer el producto.

### **4.8.1. Producto**

El producto será una caja de té a base de fruta deshidratada de manzana y pera las cuales tendrán las siguientes características:

- Cada conformada de 20 sobres sellados.
- Cada sobre tendrá la cantidad de 6 gramos.
- La caja estará elaborada de cartón y tendrá los colores corporativos es decir amarillo y rojo que identifican a las frutas manzana y pera.
- Cada caja tendrá un precio al público de \$1.93

### **4.8.2. Precio**

De acuerdo con la investigación de mercado se comprobó que las personas pagarían por una caja de té de 20 sobres el valor de \$2, así mismo por medio del análisis de factibilidad se comprobó que con una utilidad del 53% el precio de venta al público será de \$1.93.

#### **4.8.3. Plaza**

Según la investigación de mercados los medios adecuados para la distribución del producto serán los mini mercados y tiendas del barrio ya que usualmente se encuentran dentro del perímetro urbano, logrando que las personas interesadas en comprarlo puedan acceder a él de manera fácil y sin necesidad de transportarse por largos periodos de tiempo.

#### **4.8.4. Promoción**

Mediante las encuestas se determinó que los canales más adecuados para la difusión y promoción de la caja de té a base de fruta deshidratada es Facebook, Instagram y en canal tradicional de comunicación es la televisión, por lo que dentro de las estrategias de marketing en cuanto a la promoción se podrá realizar banner en los cuales se detalle los beneficios del consumo del té, además de las propiedades de cada una de las frutas. Al mismo tiempo se podrá realizar publicidad pagada en días estratégicos como son los festivos a nivel provincial o nacional.



**Ilustración 31-4:** Infografía modelo de la empresa Té Andino

Realizado por: Mejía, J. 2022

### **4.9. Estudio técnico y organizacional**

A continuación, se detalla el lugar estratégico en donde va a ser localizado el proyecto, los insumos necesarios para su puesta en marcha y la estructura organizacional administrativa del proyecto.

#### 4.9.1. Tamaño del proyecto

Es necesario conocer el tamaño de la planta, ya que aquí se almacenará toda la materia prima. Para conocer este valor se realizará un cálculo, el cual está dado por la capacidad de producción que tiene la empresa en un día. La planta adquirirá toda la maquinaria necesaria para el procesamiento de la fruta deshidratadas. El Total de acopio por día sería de 225 kilos diarios.

#### 4.9.2. Localización de la planta

Con el objetivo de establecer la localización de la planta en una zona en donde se cuente con vías de acceso, a su vez que los proveedores se encuentren en el sector, existencia de los posibles clientes, los servicios básicos sean adecuados y el espacio físico se encuentre en óptimas condiciones se realizó una ponderación de cada uno de los factores mencionados para identificar el lugar idóneo, como propuesta de posibles lugares se encuentran los cantones Ambato, Penipe y Latacunga, obteniendo como resultado 4.52 puntos el cantón Ambato, designándose de esta manera que la planta de té a base de fruta deshidratada estará ubicada en este cantón.

**Tabla 40-4:** Ponderación para la ubicación de la empresa

Factor relevante	Peso asignado	Cantón Ambato		Cantón Penipe		Cantón Latacunga	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calific. a.	Califica. Pondera.
Vías de acceso	0,18	5	0,9	4	0,72	3	0,54
Proveedores	0,23	5	1,15	5	1,15	3	0,69
Clientes	0,2	4	0,8	3	0,6	2	0,4
Servicios básicos	0,18	4	0,72	3	0,54	2	0,36
Mano de obra	0,11	5	0,55	4	0,44	3	0,33
Espacio físico	0,1	4	0,4	3	0,3	4	0,4
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>4,52</b>		<b>3,75</b>		<b>2,72</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

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

##### 4.9.2.1. Macro localización

El cantón Ambato forma parte de la provincia de Tungurahua, la ciudad de Ambato está organizada en 9 parroquias urbanas, mientras que existen 18 parroquias rurales con las que complementa el aéreo total, los límites de la provincia son:

- Norte: Provincia de Cotopaxi
- Sur: Provincia de Chimborazo
- Este: Cantón Pillaro y Pelileo
- Oeste: Provincia de Bolívar



**Ilustración 32-4:** Mapa de la provincia de Tungurahua

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.9.2.2. Micro localización

La empresa estará localizada la parroquia Juan Montalvo, exactamente a 550 metros de Avenida Juan Montalvo y Totoras, sector estratégico para las actividades comerciales, debido a que cuenta con los servicios básicos necesarios para la producción de la fruta deshidratada, a su vez consta de vías de acceso adecuadas para la llegada de las materias primas de las distintas provincias de la zona 3.



**Ilustración 33-4:** Ubicación en Google Maps

Realizado por: Mejía, J. 2022

## 4.10. Ingeniería del proyecto

### 4.10.1. Descripción técnica del proceso productivo

#### 4.10.1.1. Recepción de la materia prima

Se realiza la recepción de la materia prima en donde los vehículos con las frutas de pera y manzana, en esta etapa se verifica que las frutas sean uniformes aproximadamente este proceso dura un lapso de 1.30 hora.

#### 4.10.1.2. Control de calidad

Se verifican que las frutas no tengan daños físicos, químicos o microbiológicos observando estas no se encuentren mallugadas o con algún daño mecánico que ocasione la proliferación de microorganismos patógenos u descomposición de las frutas, el proceso dura 15 minutos si las frutas no cumplen los parámetros establecidos son descartadas.

#### 4.10.1.3. Lavado

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

#### 4.10.1.4. Cortado

En esta etapa se realiza el picado de la fruta, con un grosor aproximadamente de 5mm, para asegurar la calidad del proceso y que la fruta se pueda deshidratar de forma uniforme.

#### 4.10.1.5. Alimentación

En esta etapa se realiza el acondicionamiento de la fruta fresca en las bandejas del deshidratador de capacidad de 200kg, estas tienen una longitud de 50cm\*80cm para evitar que la fruta se quemara y se esparciera sobre la superficie de las bandejas para un secado uniforme este proceso tiene un tiempo de duración de 40 minutos.

#### 4.10.1.6. Deshidratación

Para el deshidratado de la manzana se ajusta la máquina a 65°C por 8h-10h, igualmente para la pera se necesita 65°C por 8h-10h. Estos valores son muy importantes debido a que por la estructura de las frutas no se desnaturalizan sus componentes y se puede extraer mayor cantidad de agua.

#### 4.10.1.7. Molido

Se aplica 1000rpm para elaborar una harina de textura uniforme, evitando la producción de partículas grandes.

#### 4.10.1.8. Pesado

Se realiza el pesado en los sobres de la infusión, aproximadamente 6 gramos por funda, para insertar 20 sobres por cada caja esta operación dura 15 segundos.

#### 4.10.1.9. Empacado

Se empaquetan 120 bolsas por minutos, por medio de esta acción se ayuda a agilizar el proceso de producción de forma uniforme en la línea de producción.

#### 4.10.1.10. Sellado

Se sellan las cajas de los tés de frutas deshidratadas.

#### 4.10.1.11. Etiquetado

Se etiqueta los productos con fecha de producción o elaboración, lote, código de barras, fecha de vencimiento y forma de preparación, para verificación por el ente regulador en alimentos procesados.

#### 4.10.1.12. Almacenado

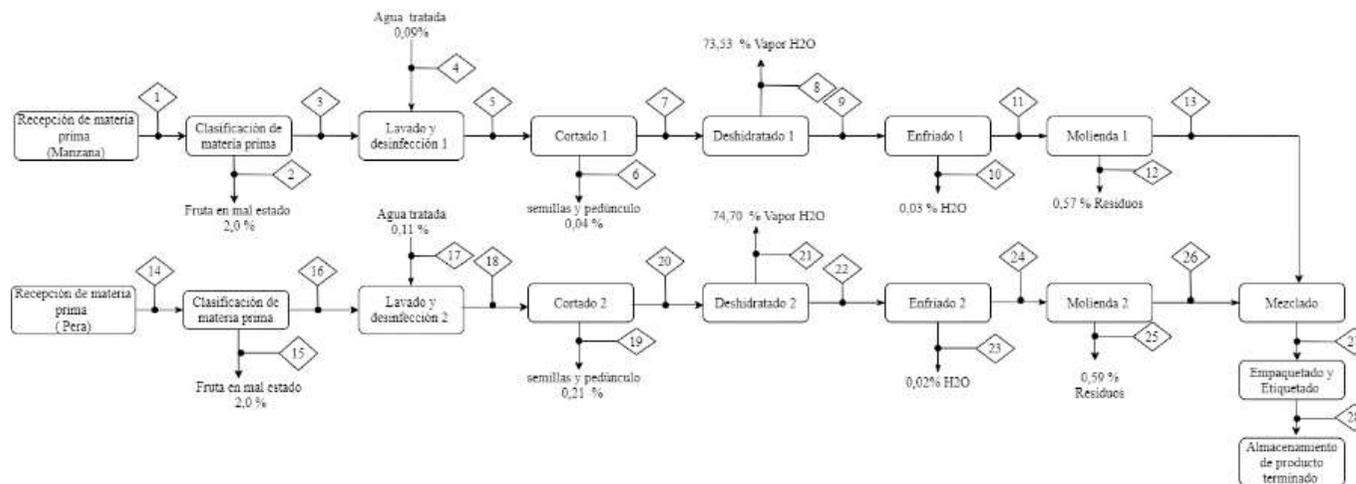
Se procede a almacenar los productos en la zona de almacenamiento a una temperatura ambiente (19-23°C) donde se controla humedad relativa, ventilación y polvo para asegurar los productos.

#### 4.10.1.13. Comercializado

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

### **4.10.2. Balances**

A continuación, se muestra el balance de masa de la producción de té de frutas deshidratadas:



**Ilustración 34-4:** Balance de Masas

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.10.2.1. Ecuaciones del balance de masa

**Tabla 41-4:** Ecuaciones balance de masa

$F1 = F2 + F3$ $F3 = F1 - F2$ $F3 = 1000,56 - (1000,56 \times 2,0)$ $F3 = 980,55$	$F3 = F4 + F5$ $F5 = F3 - F4$ $F5 = 980,55 - (980,55 \times (-0,09))$ $F5 = 981,39$	$F5 = F6 + F7$ $F7 = F5 - F6$ $F7 = 981,39 - (981,39 \times 0,04)$ $F7 = 980,99$	$F7 = F8 + F9$ $F9 = F7 - F8$ $F9 = 980,99 - (980,99 \times 73,53)$ $F9 = 259,66$	$F9 = F10 + F11$ $F11 = F9 - F10$ $F11 = 259,66 - (259,66 \times 0,03)$ $F11 = 259,59$	$F11 = F12 + F13$ $F13 = F11 - F12$ $F13 = 259,59 - (259,59 \times 0,57)$ $F13 = 258,12$	$F14 = F15 + F16$ $F16 = F14 - F15$ $F16 = 1000,01 - (1000,01 \times 2,0)$ $F16 = 980,01$
$F16 = F17 + F18$ $F18 = F16 - F17$ $F18 = 980,01 - (980,01 \times -0,11)$ $F18 = 981,10$	$F18 = F19 + F20$ $F20 = F18 - F19$ $F20 = 981,10 - (981,10 \times 0,21)$ $F20 = 979,03$	$F20 = F21 + F22$ $F22 = F20 - F21$ $F22 = 979,03 - (979,03 \times 74,70)$ $F22 = 247,70$	$F22 = F23 + F24$ $F24 = F22 - F23$ $F24 = 247,70 - (247,70 \times 0,02)$ $F24 = 247,65$	$F24 = F25 + F26$ $F26 = F24 - F25$ $F26 = 247,65 - (247,65 \times 0,59)$ $F26 = 246,18$	$F27 = F13 + F26$ $F27 = 258,12 + 246,18$ $F27 = 504,30$	

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 42-4:** Resumen balance de masa

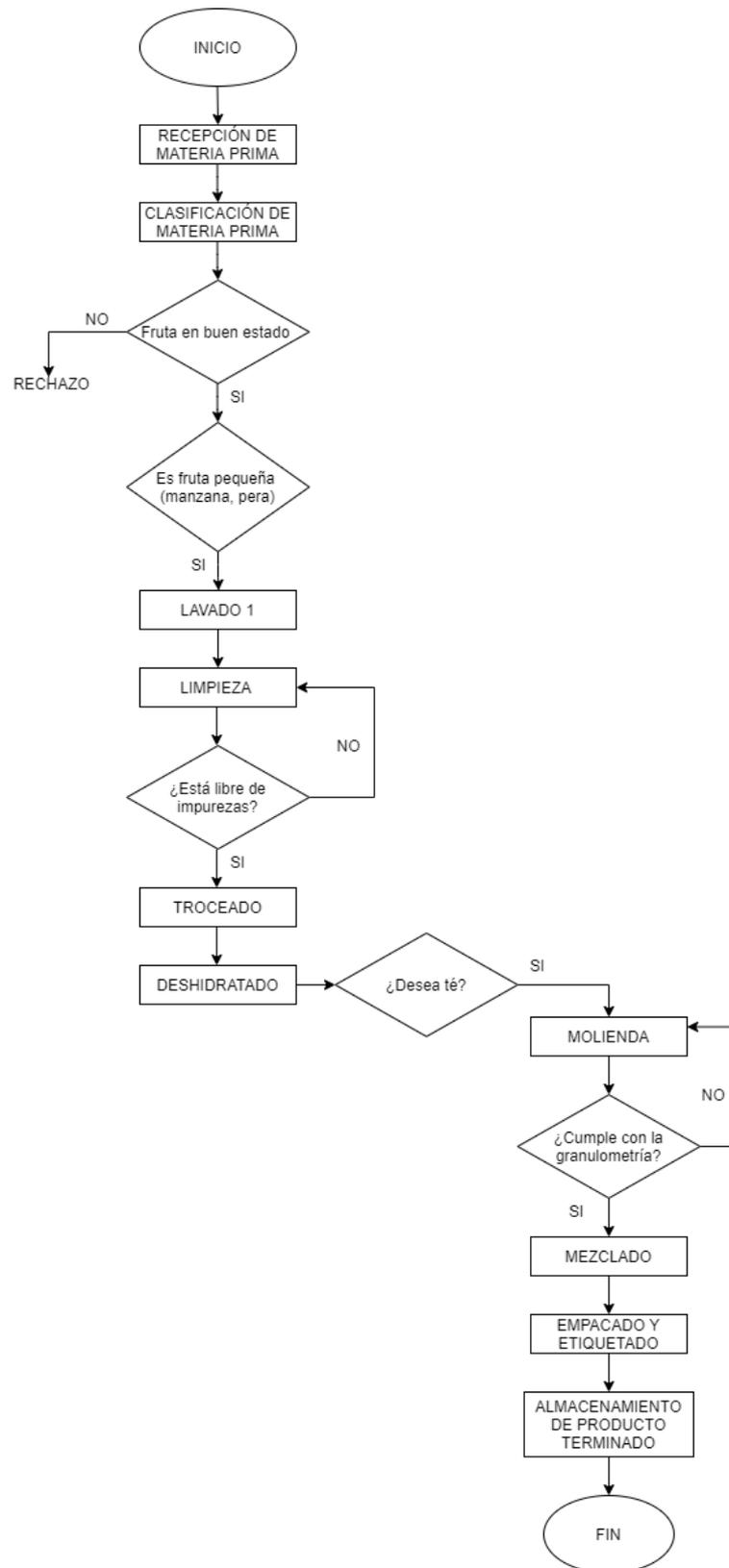
	Temperatura	Manzana		Pera		Producción Té	
		Entradas	Salidas	Entradas	Salidas	Total entrada	Total salidas
1	19°C	1000,56				1000,56	
2	19°C		20,01				20,01
3	19°C						
4	19°C		-0,84				-0,84
5	19°C						
6	19°C		0,40				0,40
7	65°C						
8	19°C		721,33				721,33
9	19°C						
10	19°C		0,07				0,07
11	19°C						
12	19°C		1,47				1,47
13	19°C		258,12				258,12
14	19°C			1000,01		1000,01	
15	19°C				20,00		20,00
16	19°C						
17	19°C				-1,09		-1,09
18	19°C						
19	19°C				2,07		2,07
20	65°C						
21	19°C				731,33		731,33
22	19°C						
23	19°C				0,06		0,06
24	19°C						
25	19°C				1,47		1,47
26	19°C				246,18		246,18
		<b>1.000,56</b>	<b>1.000,56</b>	<b>1.000,01</b>	<b>1.000,01</b>	<b>2.000,57</b>	<b>2.000,57</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.10.3. Diagramas

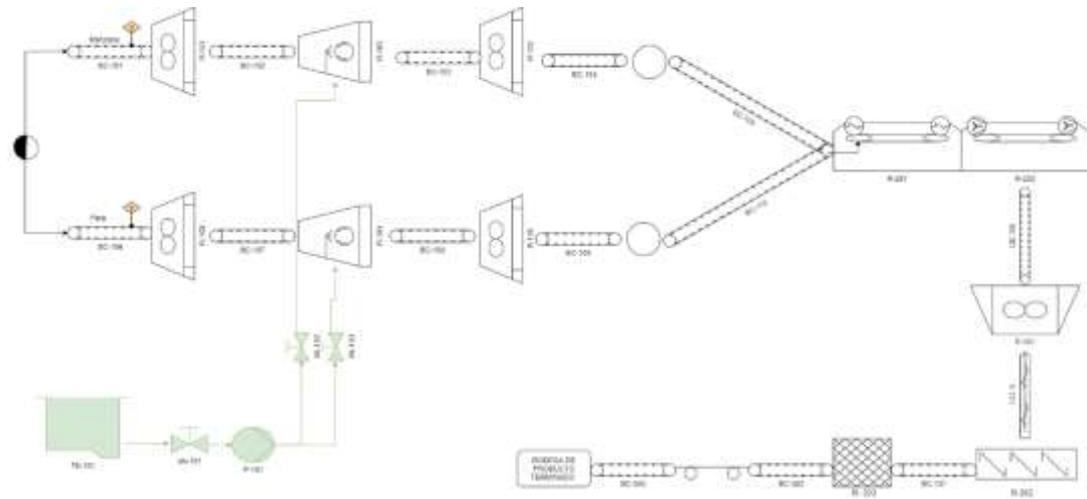
4.10.3.1. *Flujograma de procesos*



**Ilustración 35-4:** Flujo grama de procesos

Realizado por: Mejía, J. 2022

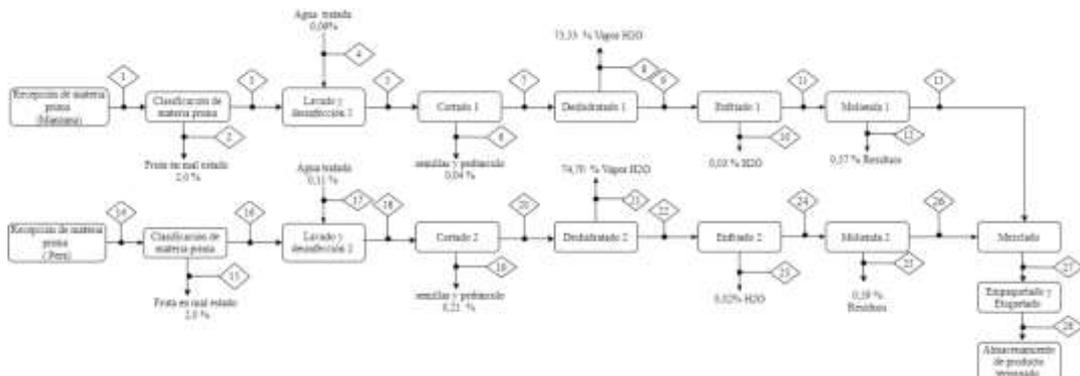
4.10.3.2. Diagrama de procesos



**Ilustración 36-4:** Diagrama de procesos

Realizado por: Mejía, J. 2022

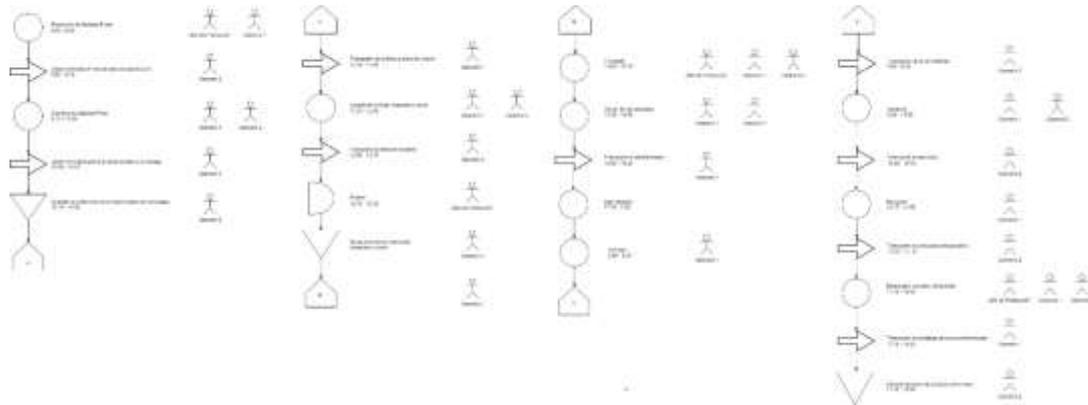
4.10.3.3. Diagrama de balance de masas



**Ilustración 37-4:** Diagrama de balance de masas

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.10.3.4. Diagrama de operaciones

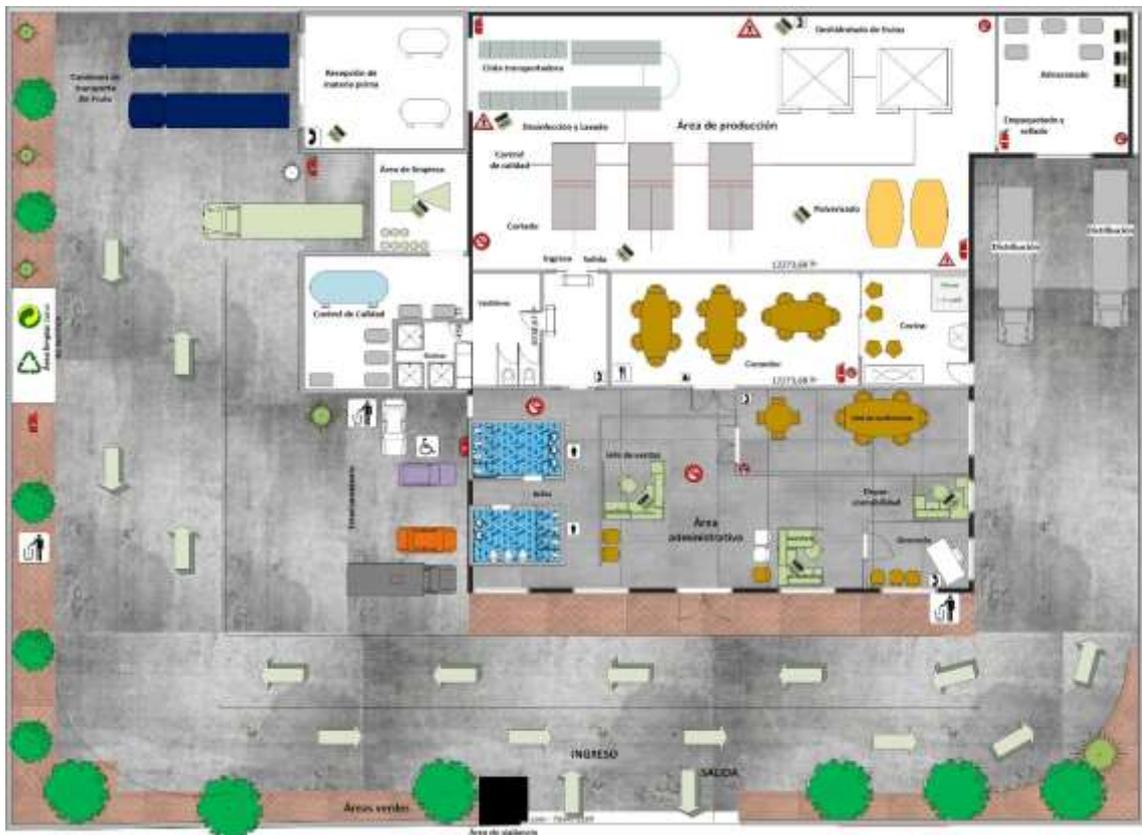


**Ilustración 38-4:** Diagrama de operaciones

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.10.4. Requerimientos del proyecto

##### 4.10.4.1. Distribución de la planta



**Ilustración 39-4:** Distribución de la planta

Realizado por: Mejía, J. 2022

La empresa consta de un área total de 400 m<sup>2</sup>, donde se establecen la recepción de la materia prima con una superficie de 20m<sup>2</sup>, continuamente del área de producción con un espacio de 200 m<sup>2</sup>, área de almacenamiento y enfriamiento con una superficie de 20 m<sup>2</sup>, área administrativa con un espacio de 40 m<sup>2</sup>, bodega con un área de 10m<sup>2</sup>, servicios higiénicos con una superficie de 10 m<sup>2</sup> y el parqueadero con un área de 100 m<sup>2</sup>.

Para lo cual se detalla el presupuesto necesario para cada uno de los insumos requeridos para la puesta en marcha de la empresa:

**Tabla 43-4:** Terreno y edificio

Descripción	Área m <sup>2</sup>	Valor Total
<b>Terreno</b>		15000
Área de recepción de materia prima	20	3000
Área de producción	200	10000
Área de almacenamiento y enfriamiento	20	2900
Área administrativa	40	3000
Bodega	10	2500
Servicios higiénicos	10	1800
Parqueadero	100	2000
Edificio y construcción		<b>25200</b>
<b>Total</b>	400	<b>40200</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 44-4:** Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesa de reuniones	2	220	440
Sillas fijas	12	15	180
Estantes con cajones	4	100	400
Sillas giratorias	4	75	300
<b>Total</b>			<b>\$ 1.320,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 45-4:** Maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Deshidratador de frutas	1	1500	1500
Molino de disco	1	600	600
Maquina empacadora y envasadora automática	1	1300	1300
Balanza industrial	3	45	135
<b>Total</b>			<b>\$ 3.535,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 46-4:** Equipo de cómputo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador portátil	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00
Dispositivos adicionales	5	\$ 50,00	\$ 250,00
Impresora EPSON Multifuncional	2	\$ 250,00	\$ 500,00
<b>Total</b>			\$ 2.250,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 47-4:** Equipos y útiles de oficina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Impresora	1	250	250
Teléfono	1	25	25
<b>Total equipo</b>			<b>300</b>
Resmas de papel	4	3,5	14
Lápiz	10	3	30
Bolígrafos	10	0,35	3,5
Borradores	10	0,25	2,5
Folder	5	2	10
Cuadernos	8	1,3	10,4
Carpetas	10	0,25	2,5
Calculadoras	2	12	24
<b>Total</b>			<b>96,9</b>
<b>Total</b>			<b>396,9</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 48-4:** Vehículo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Vehículo	1	15500	15500
<b>Total</b>			<b>15500</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 49-4:** Mano de obra directa

Descripción	Cantidad	Sueldo Mensual	Valor Anual
Jefe de producción	1	650	7800
Operarios	3	400	14400
<b>Total</b>			<b>22200</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 50-4:** Mano de obra indirecta

Descripción	Cantidad	Sueldo Mensual	Valor Anual
Gerente general	1	750	9000
Jefe administrativo	1	425	5100
Auxiliar contable y finanzas	1	200	2400
<b>Total</b>			<b>16.500</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 51-4:** Materia prima

Descripción	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Manzana	1 kilo	1362,90	16354,8
Pera	1 kilo	950,40	11404,8
<b>Total</b>			<b>27759,6</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 52-4:** Insumos

Descripción	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
papel filtro	10	45	120
Papel metalizado	10	50	600
Etiquetas	7741	154,82	1858
Cajas de cartón	7741	387,05	4645
Hilo de cáñamo	20	40	480
<b>Total</b>			<b>7.702,48</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 53-4:** Servicios básicos

Descripción	Unidad	Valor mensual	Valor anual
Luz	KW	165	1980
Agua	M <sup>3</sup>	22	264
Teléfono	Min.	15	180
Internet	Plan	30	360
<b>Total</b>			<b>2.784</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 54-4:** Suministros de limpieza

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

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 55-4:** Gastos de constitución

Descripción	Valor
Estudio de Factibilidad	350
Permisos de funcionamiento	200
Escrituras	300
Apertura cuenta	120
Gastos varios	110
<b>Total</b>	<b>1080</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 56-4:** Gastos de ventas

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Publicidad	1	30	360
<b>Total</b>			<b>360</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### **4.11. Propuesta administrativa**

Para que la empresa funcione de manera legal es necesario conocer los requerimientos administrativos y legales que conlleva una serie de trámites y procesos para la constitución de la empresa. A continuación, se detallan las entidades públicas, los trámites y requisitos a seguir para que la empresa inicie sus actividades:

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

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

**Tabla 57-4:** Requisitos para el trámite presencial

<p><b>Requisitos para el trámite presencial</b></p>	<p><b>Requisitos obligatorios básicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Cédula de identidad del representante legal.</li> <li>● Certificado de votación del representante legal.</li> <li>● Escritura pública de constitución.</li> <li>● Hoja de datos generales y accionistas.</li> <li>● Nombramiento del representante legal.</li> <li>● Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público.</li> <li>● Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.</li> </ul>	<p><b>Trámite</b></p> <p>Procedimiento para realizar el trámite a través del canal presencial: Acudir al centro de atención del SRI, Solicitar el turno, Esperar el turno, Acudir a la ventanilla de atención, Presentar los requisitos y documentación de respaldo y Recibir contestación.</p>
<p>Requisitos para el trámite en línea</p>	<p><b>Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Número de identificación del contribuyente.</li> <li>● Clave de acceso a servicios en línea.</li> <li>● Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.</li> <li>● Escritura pública de constitución.</li> <li>● Nombramiento del representante legal.</li> <li>● Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público.</li> </ul>	<p>Procedimiento para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:</p> <p>Ingresar a la opción SRI en línea del portal: web <a href="http://www.sri.gob.ec">www.sri.gob.ec</a>, Escoger en el panel de control, "SRI en línea", Seleccionar "Iniciar sesión", Ingresar el número de RUC y clave, Seleccionar en el menú "Trámites y notificaciones", Escoger la opción "Ingreso de trámites y anexos", Seleccionar el servicio del trámite que desea ingresar, Escoger y cargar los requisitos y anexos solicitados, Completar la información del detalle del trámite que requiere ingresar, Ingresar los datos para la notificación, Terminar la carga del trámite en la opción "Finalizar", Seleccionar la opción "Aceptar"</p>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.11.2. Súper intendencia de compañías

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

**Tabla 58-4: Requisitos obligatorios**

Requisitos obligatorios	<p>Documentos habilitantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona natural representante legal: Nombramiento de representación legal o constancia de otro tipo de representación legal.</li> <li>• Persona natural apoderado: Poder.</li> <li>• Persona jurídica nacional: Registro único de contribuyente.</li> <li>• Persona jurídica extranjera: Certificado de existencia legal otorgado por el país de origen, Lista completa de los socios de la compañía del extranjero certificada ante notario público y apostillado. En caso de que en la nómina de socios o accionistas constaren personas jurídicas deberá proporcionarse igualmente la nómina de sus integrantes, y así sucesivamente hasta determinar o identificar a la correspondiente persona natural. Si el accionista es una sociedad extranjera no domiciliada en Ecuador que se encuentre domiciliada en un paraíso fiscal o regímenes fiscales preferentes, deberá adjuntar el documento RUC de dicha sociedad.</li> </ul>
Trámite	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ingresar al portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros <a href="http://www.supercias.gob.ec">www.supercias.gob.ec</a></li> <li>2. Seleccionar la opción PORTAL DE CONSTITUCIÓN ELECTRÓNICA DE COMPAÑÍAS.</li> <li>3. Presionar la opción CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA.</li> <li>4. Ingresar su usuario y contraseña.</li> <li>5. Seleccionar la reserva de denominación que desea utilizar en el proceso de constitución.</li> <li>6. Ingresar la información en el formulario SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS. La información se divide en: Datos de la compañía, Socios o accionistas, Cuadro de suscripciones y pago de capital y Representantes Legales.</li> <li>7. Por cada registro, adjuntar los documentos habilitantes requeridos por el sistema.</li> <li>8. Seleccionar la notaría de preferencia y verificar costos del trámite.</li> <li>9. Aceptar condiciones del proceso electrónico e iniciar trámite.</li> </ol> <p>El sistema mostrará un mensaje confirmando la generación correcta del trámite con el número de identificación correspondiente. Usted recibirá un correo electrónico con la información del trámite y los valores que deberá cancelar en el Banco del Pacífico.</p> <p>Una vez realizado el pago, el notario revisará su solicitud de constitución y le otorgará una cita para que acuda a firmar la escritura y los nombramientos.</p> <p>Luego, el notario desmaterializará los documentos y los enviará al Registro Mercantil para su inscripción.</p> <p>Una vez inscritos, usted recibirá una notificación electrónica confirmando la constitución electrónica exitosa de su compañía.</p>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.11.3. ARCSA

**Tabla 59-4: Requisitos ARCSA**

Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.</li> <li>• Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren.</li> <li>• Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE) Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad.</li> <li>• Registro Sanitario, patente</li> </ul>
Trámite	<p>Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera, para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá adjuntar</p> <p>Escaneados en formato PDF en el Sistema Informático los siguientes requisitos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprobante de pago cuando corresponda después de haber completado la solicitud y adjuntar los requisitos solicitados. Los siguientes requisitos NO son necesarios adjuntarlos porque serán verificados en línea con las instituciones pertinentes.</li> </ol>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.11.4. Patente municipal otorgado por el Municipio

**Tabla 60-4:** Requisitos Patente municipal otorgado por el Municipio

Registro patentes persona jurídica (primera vez)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formulario de declaración inicial de actividad económica Imprime de la página web de la Municipalidad.</li> <li>2. Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación del Representante Legal).</li> <li>3. Copia del Nombramiento del Representante Legal inscrita en el Registro Mercantil</li> <li>4. Copia de la Escritura de Constitución inscrita en el Registro Mercantil, Acuerdo Ministerial o Base Legal de la persona jurídica y estatutos según el caso</li> <li>5. Copia de la Declaración y pago realizado de la patente en el SRI (formulario 106). requisitos.pdf (ambato.gob.ec)</li> </ol>
--	---

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Mejía, J. 2022

#### 4.11.5. Permiso de uso de suelo en el Municipio

**Tabla 61-4:** Permiso de uso de suelo en el Municipio

Certificado de uso de suelo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Solicitud dirigida al alcalde (especie valorada), en la que deberá constar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividad económica del negocio;</li> <li>• Dirección del lugar donde se ejercerá la actividad económica;</li> <li>• Nombre del negocio;</li> <li>• Número de celular y correo electrónico del solicitante;</li> </ul> </li> <li>2. Croquis detallado con referencias, donde se realiza la actividad económica;</li> <li>3. Copia del Registro Único del Contribuyente RUC; y,</li> <li>4. Copia de la carta de pago del impuesto predial actual.</li> </ol>
-----------------------------	--

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Mejía, J. 2022

#### 4.11.6. Permiso de funcionamiento por parte del cuerpo de Bomberos

**Tabla 62-4:** Permiso de funcionamiento por parte del cuerpo de Bomberos

Permisos de funcionamiento anual LUAF	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adjuntar archivo PDF (Guardar el archivo con nombre PREDIO del local comercial). NOTA: no usar caracteres especiales Ñ, *,%,:., #, \$</li> <li>• Adjuntar archivo PDF (Guardar el archivo con el nombre RUC). NOTA: no usar caracteres especiales Ñ, *,%,:., #, \$</li> <li>• Para los locales comerciales que realicen el trámite en el Municipio, para los permisos de Certificado Único de Habilitación (C.U.H) y Licencia Única Anual de Funcionamiento (L.U.A.F), deberán adjuntar la respectiva autorización otorgada por el departamento correspondiente, en formato PDF. Adjuntar tarjeta firmada (archivo PDF).</li> </ul>
---------------------------------------	--

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Mejía, J. 2022

#### 4.11.7. Ministerio de Salud pública

**Tabla 63-4:** Requisitos Ministerio de Salud Pública

Requisitos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cédula de ciudadanía. Deberan inscribirse en las Coordinaciones Zonales o en las instituciones autorizadas por la Agencia para recibir el curso sobre el Manual de Prácticas Correctas de Higiene y Manipulación de Alimentos.</li></ul>
Trámite	<ul style="list-style-type: none"><li>• Después de haber recibido el curso los responsables que deseen obtener la calificación deberán solicitar en las Coordinaciones Zonales de ARCSA mediante solicitud escrita la evaluación respectiva.</li><li>• Según la planificación interna de la zona se realizará la inspección del establecimiento.</li><li>• Al momento de la inspección los analistas de la Agencia se identificarán mediante la credencial oficial, adicionalmente se podrá verificarla identidad de los mismo a través de la página web de ARCSA <a href="http://www.controlsanitario.gob.ec">www.controlsanitario.gob.ec</a></li><li>• La Certificación de manipulación de alimentos se obtiene en 6 horas.</li></ul>

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Mejía, J. 2022

#### 4.12. Razón social

La empresa será constituida por una sociedad anónima que de acuerdo al Ley de compañías en el Art 143. La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

#### 4.13. Logotipo

El logo está constituido por las dos frutas representativas del té como son la pera y la manzana, además del nombre que será Té Andino el cual brinda originalidad y detalla que el producto es elaborado a base de alimentos andinos sembrados y cosechados en la Sierra Ecuatoriana. En cuanto a los colores se han elegido los originarios de las frutas, manejando una línea gráfica entre el amarillo y el verde. De acuerdo a la psicología del color el verde expresa a la naturaleza, salud, energía mientras que el rojo denota intensidad además se asocia al incremento del apetito.



**Ilustración 40-4:** Logotipo de la empresa

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### **4.14. Direccionamiento estratégico**

##### ***4.14.1. Misión***

Ser una empresa líder en la producción y procesamiento de té a base de frutas deshidratada como la pera y manzana a nivel nacional, a través de la innovación constante y la integración con los productores de la zona 3 del país, aportando a largo plazo a la economía de los agricultores y de nuestros aliados comercializadores.

##### ***4.14.2. Visión***

Para el año 2027 ser catalogados como una empresa líder a nivel nacional e internacional en la producción de té a base de fruta deshidratada logrando altos estándares de la calidad en cada uno de los productos y generando fuentes de trabajo a nivel nacional.

##### ***4.14.3. Valores corporativos***

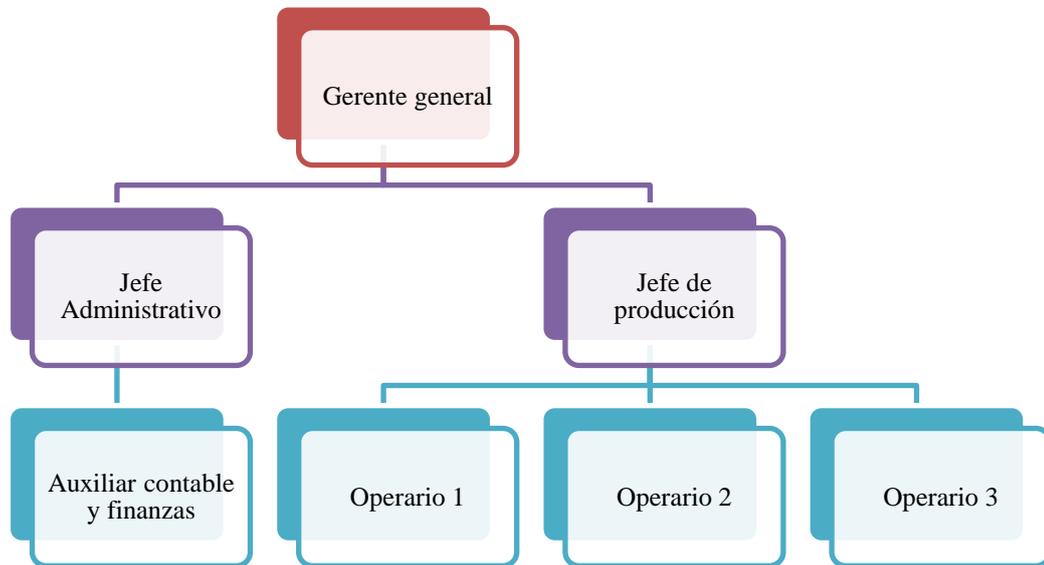
**Integridad:** Dentro de cada uno de los colaboradores deberá predominar el trabajo en equipo y el respeto por cada uno de las funciones que se desempeñan en el entorno.

**Bienestar de la sociedad:** Generar importancia a los productores de las distintas frutas y a la sociedad en general ya que es vital para la trayectoria de la empresa.

**Solidaridad:** Es indispensable que los colaboradores de la empresa tengan un sentido de unidad para el trabajo en equipo ya que se logrará un trabajo factible y ordenado.

##### ***4.14.4. Estructura organizacional***

La empresa Té Andino contará un organigrama jerárquico el cual establece funciones de cada uno de los miembros de la organización.



**Ilustración 41-4:** Estructura organizacional

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.14.4.1. Descripción de funciones

##### **Gerente general**

- Ejercer todas y cada una de las facultades otorgadas por la Ley General de Sociedades y el Estatuto de la empresa.
- Proponer al Directorio de la empresa los proyectos necesarios para la correcta conducción de la empresa, así como presentar los informes y reportes que le sean requeridos.
- Desarrollar e implementar un sistema de gestión sustentado en la mejora continua
- Establecer y mantener un óptimo sistema de evaluación y control, a fin de garantizar el logro de los objetivos fijados, en las mejores condiciones de calidad, oportunidad y manejo de costo.
- Representar a la Empresa ante las autoridades civiles, judiciales, militares, eclesiásticas, organizaciones y la sociedad civil en general

##### **Jefe administrativo**

- Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de empresa té andino

- Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas, información obtenida y/o necesidades detectadas.

### **Jefe de producción**

- Controla y organiza los recursos humano existente en su departamento
- Planifica la distribución de las funciones a nivel mensual y anual de cada uno de los trabajadores
- Coordina equipos de trabajo en caso de ser necesario
- Mide la actividad productiva, eficiencia y calidad de los productos
- Gestionar la entrada de la materia prima

### **Auxiliar contable y finanzas**

- Mantenimiento de la información contable
- Elaboración de asientos contables y conciliación
- Labor de declaración de impuesto y facturación
- Realización de reportes o comunicaciones de índole económica
- Relación con proveedores y clientes

### **Operarios**

- Recepción de materia prima
- Pesado de las frutas
- Selección y clasificación de cada una de las frutas
- Cortado, deshidratado y molienda de estos productos
- Envasado, sellado.

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

**Tabla 64-4:** Rol de pagos Mano de obra directa

Cargo	Sueldo	Décimo 3ro	Décimo 4to	Aporte al IESS	Total al mes	Total al año
Jefe de producción	650	54,17	54,17	61,43	696,91	8362,9
Operario 1	400	33,33	33,33	37,80	428,87	5146,4
Operario2	400	33,33	33,33	37,80	428,87	5146,4
<b>Total</b>	<b>1450</b>	<b>120,83</b>	<b>120,83</b>	<b>137,03</b>	<b>1554,64</b>	<b>18655,7</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 65-4:** Rol de pago nómina administrativa

Cargo	Sueldo	Décimo 3ro	Décimo 4to	Aporte al IESS	Total al mes	Total al año
Gerente General	<b>750</b>	62,50	62,50	70,88	804,13	9649,5
Jefe administrativo	<b>425</b>	35,42	35,42	40,16	455,67	5468,05
Auxiliar contable y finanzas	200	16,67	16,67	18,90	214,43	2573,2
<b>TOTAL</b>	<b>1375</b>	<b>16,67</b>	<b>16,67</b>	<b>18,90</b>	<b>214,43</b>	<b>17690,75</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.15. Estudio financiero

Se convierte en una parte importante en el proyecto de inversión ya que muestra los recursos e insumos necesarios para la puesta en marcha de la empresa de té a base de fruta deshidratada, dentro de este apartado también se realiza el cálculo de indicadores financieros como el TMAR, VAN, TIR, Relación Beneficio/Costo, cada uno de estos se realizaron en base a un flujo de efectivo proyectado para 5 años plazo.

##### 4.15.1. Inversión

Para el inicio de las actividades comerciales de la empresa Té Andino fue necesario elaborar un listado de inversión en cuanto a los activos fijos y variables necesarios para la elaboración de estos productos además de los gastos diferidos como la constitución de la empresa y la inversión en capital de trabajo.

##### 4.15.1.1. Inversión Fija

La inversión fija se refiere a las compras de activos fijos, como el terreno, edificio, muebles y enseres, maquinaria y equipos, equipos de cómputo, equipos y útiles de oficina, vehículo, estos en su mayoría están sujetos a depreciación.

**Tabla 66-4:** Inversión en activos fijos

Descripción	Valor total
Terreno	15000,00
Edificio	25200,00
Muebles y enseres	1320,00
Maquinaria y Equipos	3535,00
Equipo de computo	1500,00
Equipos y útiles de oficina	396,90
Vehículo	15500,00
<b>Total</b>	<b>62451,9</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.15.1.2. *Inversión diferida*

Estos tienen como característica que son bienes o servicios intangibles indispensables para la puesta en marcha del negocio dentro de este apartado se encuentra los permisos de funcionamiento, escrituras, etc.

**Tabla 67-4:** Inversión diferida

Descripción	Valor total
Gastos de constitución	1080,00
<b>Total</b>	<b>1080,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.15.2. *Capital de trabajo*

El capital el trabajo de refiere a los costos de materia prima, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos, gastos de ventas necesario a nivel mensual y anual para que exista un buen funcionamiento en la empresa.

**Tabla 68-4:** Inversión en Capital de trabajo

Descripción	Valor al año	Valor al mes
Costo primo	46415,3	3867,94
CIF	15581,13	1298,43
Gastos Administrativos	18952,47	1579,37
Gastos de ventas	3150,00	262,50
<b>Total</b>	<b>84098,90</b>	<b>7008,24</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.15.2.1. *Costo primo*

El costo primo es el conjunto de costes en los que se incurre durante la fabricación de té a base de fruta deshidratada, dentro de ellos se encuentra la materia prima directa o mano de obra directa.

**Tabla 69-4:** Costo primo

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Materia prima directa	27759,60	2313,30
Mano de obra directa	18655,7	1554,64
<b>Total</b>	<b>46415,3</b>	<b>3867,94</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

4.15.2.2. *Costos indirectos de fabricación*

Se refiere a los recursos que se consumen en la fabricación del té, en la tabla a continuación se detalla los insumos necesarios, las depreciaciones, mantenimiento, servicios básicos, suministros de limpieza.

**Tabla 70-4:** Costos indirectos de fabricación

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Insumos	7702,48	641,87
Depreciación de Edificio	4788,00	399,00
Depreciación de Maquinaria	318,15	26,51
Mantenimiento M y E	70,70	5,89
Servicios básicos	2244,00	187,00
Suministro de limpieza	457,80	38,15
<b>Total</b>	<b>15581,13</b>	<b>1298,43</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

4.15.2.3. *Gastos administrativos*

Los gastos administrativos se refieren a los gastos de administración debe de incurrir en la empresa como la nómina de los trabajadores, depreciación de los equipos que ocupan las personas encargadas de la administración, internet, suministros de limpieza.

**Tabla 71-4:** Gastos administrativos

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Nomina Administrativa	17690,75	1474,23
Depreciación de Muebles y enseres	118,80	9,90
Depreciación de Equipo de computo	335,00	27,92
Depreciación de Equipos de oficina	35,72	2,98
Mantenimiento Equipos C y O	36,00	3,00
Teléfono e internet	540,00	45,00
Suministro de limpieza	196,20	16,35
<b>Total</b>	<b>18952,47</b>	<b>1579,37</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

4.15.2.4. *Gastos de ventas*

**Tabla 72-4:** Gastos de ventas

Descripción	Valor al Año	Valor al Mes
Publicidad	360,00	30,00
Depreciación de Vehículo	2480,00	206,67
Mantenimiento de Vehículo	310,00	25,83
<b>TOTAL</b>	<b>3150,00</b>	<b>262,50</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.15.3. Inversión inicial

La inversión inicial requerida para la implementación de la empresa Té Andino es de \$70540,14.

**Tabla 73-4:** Inversión inicial

Detalle	Valor al año	Valor al mes
Inversión fija	62451,90	62451,90
Inversión diferida	1080,00	1080,00
Capital de trabajo	84098,90	7008,24
<b>Total</b>	<b>147630,80</b>	<b>70540,14</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.15.4. Estructura del capital

De una inversión inicial de \$70540,14 el 20% corresponde a capital social y el 80% será financiado por un préstamo bancario a la entidad BanEcuador.

**Tabla 74-4:** Estructura del capital

Capital	Valor	Porcentaje
Capital Socios	14108,03	20%
Préstamo BanEcuador	56432,11	80%
<b>Total</b>	<b>70540,14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

El préstamo de \$56432,11 se lo hará a la entidad financiera BanEcuador a una tasa de 9,76% con un plazo de 5 años. En la siguiente tabla se detalla los valores de la amortización del préstamo.

**Tabla 75-4:** Amortización

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Amortización</b>	10850,51	11064,21	11282,13	11504,34	11730,92	56432,11
<b>Intereses</b>	1004,82	791,11	573,20	350,99	124,40	2844,53
<b>Saldo</b>	45581,61	34517,39	23235,26	11730,92	0,00	
<b>Total</b>						<b>59276,64</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.15.5. Precio de venta

Para establecer el precio de venta al público se realizó un cálculo de cuánto cuesta producir una unidad de producto, esto se dividió para el costo total por el número de unidades producidas, dando como resultado un costo unitario de \$0.91 centavos con un margen de ganancia del 53% se obtiene un precio de venta al público de \$1.93 centavos; cabe destacar que el precio de venta ajusto en base al mercado objetivo de las encuestas, deduciendo que el precio se asemeje al valor que las personas estaban dispuesta a pagar por una presentación de té que corresponde entre un 50-55% de margen de utilidad.

$$\text{Costo Total Unitario} = \frac{\text{Costo total}}{\# \text{ de unidades producidas}}$$
$$\text{CTU} = \frac{7008.24}{7741.04}$$
$$\text{CTU} = 0.91$$
$$\text{Precio de Venta} = \frac{\text{Costo de producción por unidad}}{1 - \% \text{ Utilidad}}$$
$$\text{PV} = \frac{0.91}{1 - 0.53}$$
$$\text{PV} = 1.93$$

#### 4.15.6. Punto de equilibrio

Es establecido a través del cálculo de los ingresos de la empresa que logre cubrir los gastos fijos y variables, por lo tanto, se refiere a las operaciones en el que los ingresos son iguales a los gastos provocando que no se pierda ni se gane.

**Tabla 76-4:** Análisis de costos Totales

Costos totales	
Costos Fijos	29981,12
Costos Variables	54117,78
<b>Total</b>	<b>84098,90</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 77-4:** Análisis de costos Totales

PV	1,93
CVU	0,91

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

## Fórmula

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

Donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

P: Precio unitario

CVU: Costo Variable Unitario

Cálculo:

$$P.E = \frac{29981.12}{1.93 - 0.91}$$

$$P.E = \$29367.04$$

Una vez aplicada la fórmula se determina que la empresa logrará el punto de equilibrio cuando como valor mensual obtenga \$29367.04, es decir que cantidades por encima de este punto detallarán ganancias o utilidades y cantidades por debajo representarán pérdidas para la empresa.

### 4.15.7. Presupuesto de egresos e ingresos

#### 4.15.7.1. Egresos

Se Refiere a la salida de recursos financieros con el objetivo de cubrir pagos y obligaciones en la empresa, dentro de estos gastos engloban gastos en materia prima, mano de obra directa, mano de obra indirecta, gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros.

**Tabla 78-4:** Egresos

<b>Costos operacionales</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Materia prima	84098,90	96794,67	111407,03	128225,31	147582,52
Mano de obra directa	18655,70	20209,72	20209,72	20209,72	20209,72
CIF	15581,13	15899,28	16217,43	16535,58	16853,73
<b>Total</b>	<b>118335,72</b>	<b>132903,67</b>	<b>147834,18</b>	<b>164970,61</b>	<b>184645,97</b>
<b>Gastos operacionales</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gastos administrativos	18952,47	20915,63	21405,15	21894,67	22384,19
Gastos de ventas	3150,00	5630,00	8110,00	10590,00	13070,00
<b>Total</b>	<b>22102,47</b>	<b>26545,63</b>	<b>29515,15</b>	<b>32484,67</b>	<b>35454,19</b>
<b>Gastos no operacionales</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gastos financieros	1004,82084	791,113707	573,197491	350,989285	124,404559
<b>Total</b>	<b>1004,82084</b>	<b>791,113707</b>	<b>573,197491</b>	<b>350,989285</b>	<b>124,404559</b>
<b>Total</b>	<b>141443,01</b>	<b>160240,41</b>	<b>177922,53</b>	<b>197806,27</b>	<b>220224,57</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.15.7.1.1. Materia prima

Se realizó un cálculo en base a la cantidad por kilos que pueden proveer las personas productoras de manzana y pera en la zona 3 del país en base a una proyección de 5 años como indicador se encuentra que la inflación anual es de 3.38%.

**Tabla 79-4:** Costo de materia prima proyectada a 5 años

Periodo	Adquisición anual	Costo por cajas	Valor Total
1	92.893	0,91	84098,90
2	103.420	0,94	96794,67
3	115.141	0,97	111407,03
4	128.190	1,00	128225,31
5	142.718	1,03	147582,52

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 80-4:** Costos indirectos de fabricación

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Insumos	7702,48	7702,48	7702,48	7702,48	7702,48
Depreciación de Edificio	4788,00	4788,00	4788,00	4788,00	4788,00
Depreciación de Maquinaria	318,15	636,30	954,45	1272,60	1590,75
Depreciación Equipos de laboratorio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento M y E	70,70	70,70	70,70	70,70	70,70
Servicios básicos	2244,00	2244,00	2244,00	2244,00	2244,00
Suministro de limpieza	457,80	457,80	457,80	457,80	457,80
Valor Total	15581,13	15899,28	16217,43	16535,58	16853,73

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 81-4:** Gastos administrativos

Gastos Administrativos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nomina Administrativa	17690,75	19164,39	19164,39	19164,39	19164,39
Depreciación de Muebles y enseres	118,80	237,60	356,40	475,20	594,00
Depreciación de Equipo de computo	335,00	670,00	1005,00	1340,00	1675,00
Depreciación de Equipos de oficina	35,72	71,44	107,16	142,88	178,61
Mantenimiento Equipos C y O	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Teléfono e internet	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
Suministro de limpieza	196,20	196,20	196,20	196,20	196,20
Valor total	18952,47	20915,63	21405,15	21894,67	22384,19

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 82-5:** Gastos de ventas

Gastos de ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	360,00	360	360	360	360
Depreciación de Vehículo	2480,00	4960,00	7440,00	9920,00	12400,00
Mantenimiento de Vehículo	310,00	310	310	310	310
Total	3150,00	5630,00	8110,00	10590,00	13070,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 83-5:** Gastos financieros

Gastos Financieros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés del préstamo	1004,82	791,11	573,20	350,99	124,40
<b>Total</b>	<b>1004,82084</b>	<b>791,11</b>	<b>573,20</b>	<b>350,99</b>	<b>124,40</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.15.7.1.2. Ingresos

Los ingresos se refieren a la cantidad de té a base de fruta deshidratada que logrará cubrir el mercado objetivo en los 5 años proyectados, estos multiplicados por el precio de cada año que anualmente se incrementará debido a la inflación (3.38%).

**Tabla 84-4:** Ingresos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cajas de té	92.893	103.420	115.141	128.190	142.718
Precio de venta unitario	1,93	1,99	2,06	2,13	2,20
<b>Total</b>	<b>178933,82</b>	<b>205946,11</b>	<b>237036,24</b>	<b>272819,82</b>	<b>314005,37</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.15.8. Estados financieros

Se puede entender por estados financieros aquellos documentos que muestran la situación económica de una entidad, la capacidad de pago de la misma, a una fecha determinada, pasada, presente y futura. Según la NIIF para PYMES los estados financieros son representación estructurada de la situación financiera, el rendimiento económico y los flujos de efectivo de una entidad en un determinado período (Nava, 2009, p. 14).

##### 4.15.1.1. Flujo de efectivo

Son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos de una empresa, así como otras actividades que no pueden ser calificadas como de inversión financiamiento. Estas actividades incluyen transacciones relacionadas con la adquisición, venta y entrega de bienes para venta, así como el suministro de servicios (Escobar, 2014: p. 16).

##### 4.15.1.2. Estado de resultados

El Estado de resultados es un estado financiero básico en el cual se presenta información relativa a los logros alcanzados por la administración de una empresa durante un periodo determinado; asimismo, hace notar los esfuerzos que se realizaron para alcanzar dichos logros. La diferencia

entre logros y esfuerzos es un indicador de la eficiencia de la administración y sirve de medida para evaluar su desempeño (Barreto, 2020, p. 5).

#### 4.15.1.3. *Balance General*

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

**Tabla 85-4:** Flujo de efectivo

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		<b>178933,82</b>	<b>205946,11</b>	<b>237036,24</b>	<b>272819,82</b>	<b>314005,37</b>
<b>EGRESOS</b>						
(-) Costo operacionales		118335,72	132903,67	147834,18	164970,61	184645,97
(-) Gastos operacionales		22102,47	26545,63	29515,15	32484,67	35454,19
(-) Gastos no operacionales		1004,82	791,11	573,20	350,99	124,40
<b>Total costos y gastos</b>		<b>141443,01</b>	<b>160240,41</b>	<b>177922,53</b>	<b>197806,27</b>	<b>220224,57</b>
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>37490,81</b>	<b>45705,70</b>	<b>59113,71</b>	<b>75013,54</b>	<b>93780,80</b>
(-) 15% participación de trabajadores		5623,62	6855,85	8867,06	11252,03	14067,12
<b>Utilidad gravable</b>		<b>31867,19</b>	<b>38849,84</b>	<b>50246,66</b>	<b>63761,51</b>	<b>79713,68</b>
(-) % impuesto a la renta		7966,80	9712,46	12561,66	15940,38	19928,42
<b>(=) Utilidad neta</b>		<b>23900,39</b>	<b>29137,38</b>	<b>37684,99</b>	<b>47821,13</b>	<b>59785,26</b>
(+) Depreciaciones		8075,67	11363,34	14651,01	19515,63	28302,21
(-) Amortización del préstamo		10850,51	11064,21	11282,13	11504,34	11730,92
(=) Inversión inicial	70540,14					
(-) Préstamo	56432,11					
<b>FLUJO NETO EFECTIVO</b>	<b>14108,03</b>	<b>21125,55</b>	<b>29436,51</b>	<b>41053,88</b>	<b>55832,43</b>	<b>76356,54</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Mejía, J. 2022

**Tabla 86-4:** Estado de resultados

<b>Balance de pérdidas y ganancias proyectado</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ventas</b>	178933,82	205946,11	237036,24	272819,82	314005,37
(-) Costo de Producción	118335,72	132903,67	147834,18	164970,61	184645,97
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>60598,10</b>	<b>73042,44</b>	<b>89202,06</b>	<b>107849,21</b>	<b>129359,40</b>
(-) Gastos Administrativos	18952,47	20915,63	21405,15	21894,67	22384,19
(-) Gastos de Ventas	3150,00	5630,00	8110,00	10590,00	13070,00
(-) Gastos Financieros	1004,82084	791,113707	573,197491	350,989285	124,404559
<b>Utilidad Antes de Participación</b>	<b>37490,81</b>	<b>45705,70</b>	<b>59113,71</b>	<b>75013,54</b>	<b>93780,80</b>
(-) 15% participación de trabajadores	5623,62	6855,85	8867,06	11252,03	14067,12
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>31867,19</b>	<b>38849,84</b>	<b>50246,66</b>	<b>63761,51</b>	<b>79713,68</b>
(-) 25% impuesto a la renta	7966,80	9712,46	12561,66	15940,38	19928,42
<b>Utilidad Antes de Reserva</b>	<b>23900,39</b>	<b>29137,38</b>	<b>37684,99</b>	<b>47821,13</b>	<b>59785,26</b>
(-) 5% Reserva Legal	1195,02	1456,87	1884,25	2391,06	2989,26
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>22705,37</b>	<b>27680,51</b>	<b>35800,74</b>	<b>45430,08</b>	<b>56796,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

**Tabla 87-4:** Balance General

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Activo Corriente</b>						
Caja/Bancos	8088,24	178933,82	205946,11	237036,24	272819,82	314005,37
<b>Activo No Corriente</b>						
Terreno	15000,00	15000,00	15000,00	15000,00	15000,00	15000,00
Edificio	25200,00	25200,00	25200,00	25200,00	25200,00	25200,00
Muebles y enseres	1320,00	1320,00	1320,00	1320,00	1320,00	1320,00
Maquinaria y Equipos	3535,00	3535,00	3535,00	3535,00	3535,00	3535,00
Equipo de computo	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00
Equipos y útiles de oficina	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90
Vehículo	15500,00	15500,00	15500,00	15500,00	15500,00	15500,00
(-) Depreciación Acumulada	0,00	8075,67	11363,34	14651,01	19515,63	28302,21
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>70540,14</b>	<b>233310,05</b>	<b>257034,67</b>	<b>284837,13</b>	<b>315756,08</b>	<b>348155,06</b>
<b>Pasivo Corriente</b>						
Participación por pagar		5623,62	6855,85	8867,06	11252,03	14067,12
Impuestos por pagar		7966,80	9712,46	12561,66	15940,38	19928,42
<b>Pasivo No Corriente</b>						
Préstamo por pagar	56432,11	45581,61	34517,39	23235,26	11730,92	0,00
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>56432,11</b>	<b>59172,02</b>	<b>51085,71</b>	<b>44663,98</b>	<b>38923,33</b>	<b>33995,54</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital social	14108,03	151432,66	155563,08	153986,52	145216,04	125746,82
Utilidad del ejercicio		22705,37	27680,51	35800,74	45430,08	56796,00
Utilidad no distribuida		0,00	22705,37	50385,88	86186,63	131616,71
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>14108,03</b>	<b>174138,03</b>	<b>205948,96</b>	<b>240173,15</b>	<b>276832,75</b>	<b>314159,52</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>70540,14</b>	<b>233310,05</b>	<b>257034,67</b>	<b>284837,13</b>	<b>315756,08</b>	<b>348155,06</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

#### 4.15.9. Evaluación financiera

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

Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) es un porcentaje que por lo regular determina la persona que va a invertir en un proyecto. Esta tasa se usa como referencia para determinar si el proyecto le puede generar ganancias o no, para su cálculo se establece el riesgo país, inflación y premio al riesgo.

**Tabla 88-4:** Tasa mínima aceptable de rendimiento

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

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

Como se pudo observar en la tabla se obtiene un TMAR de 18.83%.

**Tabla 89-4:** TMAR Global

Financiamiento	% Aportación	TMAR	Ponderación
Aporte de los asociados	20%	18,83%	3,77%
Institución financiera	80%	9,76%	7,81%
<b>TMAR GLOBAL</b>			<b>11,57%</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

##### 4.15.9.1. Valor actual neto

Este indicador señala si el proyecto es rentable, debido a que la suma de sus flujos netos, la tasa de descuento, menos la inversión inicial nos da un resultado de \$81785,20 como ganancia en la puesta en marcha del proyecto.

Análisis del VAN y criterio de decisión:

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

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

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

**Tabla 90-4:** Valor actual neto

Periodo	FNE	Factor de Ac	FNE Actualizado	FNE Ac
0	-70540,14	1,000	-70540,14	-70540,14
1	21125,55	0,896	18934,12	-51606,02
2	29436,51	0,803	23646,14	-27959,88
3	41053,88	0,720	29557,33	1597,45
4	55832,43	0,645	36027,53	37624,98
5	76356,54	0,578	44160,22	<b>81785,20</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

Una tasa de descuento del 11.57 % el valor actual neto que se obtuvo es de \$81785,20, el mismo que es un valor positivo, lo que significa que el proyecto es viable.

#### 4.15.9.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

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

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

TIR > TMAR: el proyecto es rentable

TIR = TMAR: el proyecto es indistinto

TIR < TMAR: el proyecto no es rentable

TIR = 42%

Mediante los cálculos se obtuvo que la tasa interna de retorno del proyecto es del 42% el cual es mayor a la tasa de descuento (TMAR) por lo que el proyecto es viable.

#### 4.15.9.3. Relación Beneficio/Costo

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

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

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

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

Por lo tanto, en la siguiente tabla se detalla la relación Costo/ Beneficio correspondiente a 5 años proyectados.

**Tabla 91-4:** Relación Beneficio/Costo

Periodo	Ingresos	Egresos	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Act	B/C Año
1	178933,82	141443,01	0,896	160372,33	126770,59	1,27
2	205946,11	160240,41	0,803	165435,07	128720,00	1,29
3	237036,24	177922,53	0,720	170657,64	128097,88	1,33
4	272819,82	197806,27	0,645	176045,08	127640,37	1,38
5	314005,37	220224,57	0,578	181602,60	127365,19	1,43
			<b>TOTAL</b>	854112,724	638594,024	

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

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

Este indicador logra medir el tiempo en el cual se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir en precisión los años, meses, días en la cual será cubierta la inversión inicial. En la tabla a continuación se detalla el análisis del indicador.

**Tabla 92-4:** Periodo de recuperación del capital

Año	Flujo	Acumulado
0	70540,14	-70540,14
1	21125,55	-51606,02
2	29436,51	-27959,88
3	41053,88	1597,45
4	55832,43	37624,98
5	76356,54	81785,20

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Mejía, J. 2022

PRI=2.950

PRI= 2 años, 11 meses, 12 días

El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años 11 meses y 12 días.

## CONCLUSIONES

- Se identificó que en la zona 3 del Ecuador existen productores de fruta, tanto de manzana como de pera, mediante una investigación se determinó que en la provincia de Tungurahua existen 7000 productores de manzana, en Chimborazo 1954 y en Cotopaxi 200; mientras que se encontró que en Tungurahua existen 742 productores de pera, en Chimborazo 374 y en Cotopaxi 200 productores.
- La investigación de mercado logró proveer de información relevante para la comercialización de un té a base de fruta deshidratada de manzana y la pera, obteniendo un perfil del cliente el cual es una persona que tiene una edad de 26 a 35 años, con ingresos de 500 a 1000 dólares mensuales, además que consume té o infusiones aromáticas de manera semanal debido a un hábito. En cuanto a las variables que toma en consideración para la elección de su compra es el precio, calidad y presentación, estaría dispuesto a pagar \$2,00 por una caja de té de 20 sobres; asimismo los posibles consumidores mencionaron que a comprarían dos cajas de té. También que los medios adecuados para la promoción del producto serían Facebook, Instagram y la televisión. Con base a esta información se realizó un análisis del marketing mix que abarca el producto, precio, plaza, promoción, con la finalidad de que se logre cubrir las necesidades del consumidor.
- En cuanto al estudio técnico la empresa estará ubicada en el cantón Ambato, parroquia Montalvo en la provincia de Tungurahua; debido a que el lugar cuenta con factores adecuados para la puesta en marcha de la empresa, además se obtuvo los valores correspondientes a los insumos necesarios para que pueda procesarse el té de fruta deshidratada.
- El estudio financiero presento un escenario viable debido a que se obtuvo una Tasa Mínima de rendimiento aceptable (TMAR) del 11.57%, un VAN de \$81785.20, un TIR de 42%, una relación Beneficio/costo que interpretándolo se obtendrá que por cada dólar invertido se adquirirá una utilidad para el primer año de \$1.27, segundo año \$1.29, tercer año \$1.33, cuarto año 1.38 año y para el quinto año \$1.43 además, un periodo de recuperación de la inversión de 2 años, 11 meses y 12 días. Todos estos indicadores financieros brindan la posibilidad de que el proyecto sea factible.

## **RECOMENDACIONES**

- Es importante que se mantenga un contacto personal con cada uno de los productores para crear un vínculo de relación comercial estable, al mismo tiempo de establecer precios adecuados de cada una de las frutas dependiendo las temporadas en las cuales son producidas.
- Es necesario que se maneje tiempos determinados para poner en marcha el plan comercial, desde las preferencias del consumidor hasta la manera de realizar la promoción y distribución.
- Se recomienda que, al momento de adquirir la maquinaria necesaria para el funcionamiento de la planta, se realice cotizaciones correspondientes a cada uno de los equipos tanto en el área operativa como el área administrativa.
- Debido a la inestabilidad de la economía a nivel mundial es necesario que se realice los análisis financieros de la empresa cada año con la finalidad de disminuir los posibles riesgos que puedan existir o factores externos que afecten a la actividad comercial de la empresa.

## **GLOSARIO**

### **Determinación de balances financieros**

Los balances son documentos que proporcionan información a detalle de los activos, pasivos y patrimonio de la empresa, con ello se puede observar la situación financiera de la organización en un momento determinado.

### **Análisis de sensibilidad financiera**

El análisis de sensibilidad permite que las empresas realicen un pronóstico del éxito o del fracaso de un proyecto utilizando datos confiables y verídicos.

### **Rentabilidad**

La rentabilidad también llamado beneficio es el resultado de las ganancias obtenidas de una inversión, normalmente se expresa en porcentaje, en conclusión, se mide como la ratio de ganancias o pérdidas obtenidas sobre una cantidad invertida.

### **Indicadores financieros**

Un indicador financiero es una correlación entre dos o más cifras que se extraen de los estados financieros de una empresa o cualquier otro tipo de informe interno para satisfacer una necesidad de información importante para el buen funcionamiento de la misma.

### **Marketing mix**

El marketing mix se refiere al conjunto de acciones o tácticas que una empresa utiliza para promocionar tu marca o producto en el mercado.

### **Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)**

La Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) es un porcentaje que por lo regular determina la persona que va a invertir en tu proyecto. Esta tasa se usa como referencia para determinar si el proyecto le puede generar ganancias o no.

### **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es un término que sirve para definir el momento en que una empresa cubre sus costes fijos y variables.

## BIBLIOGRAFÍA

**ALLAUCA, A.,** “ANÁLISIS DE LA CADENA AGROPRODUCTIVA DE LA MANZANA (*Malus*) EN TRES PROVINCIAS DE LA SIERRA-CENTRO ZONA 3” [en línea]. Pregrado. Riobamba: ESPOCH. 2018. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/10406/1/27T0406.pdf>.

**ARENAS, Y.,** *LA IMPORTANCIA DE REALIZAR UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA.* [en línea]. Pregrado. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada. 2016. Disponible en: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/15942/ARENASARIASYESENIAP/AOLA2017.pdf?sequence=1>.

**BANCO CENTRAL DEL ECUADOR,** Información Económica. [en línea]. 2022. [Consulta: 8 julio 2022]. Disponible en: <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>.

**BAQUE, L.,** VINCULACIÓN DE UNIANDES – QUEVEDO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS. *Centros: Revista Científica Universitaria*, vol. 9, no. 1, pp. 66-74. ISSN 2304-604X. 2020. DOI 10.48204/j.centros.v9n1a6.

**BAQUE, L; et al.** PLAN DE NEGOCIO PARA EMPRENDIMIENTOS DE LOS ACTORES Y ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA. , vol. 1, pp. 6. 2020.

**BARRETO, N.B.,** Análisis financiero: factor sustancial para la toma de decisiones en una empresa del sector comercial. *Revista Universidad y Sociedad*, vol. 12, no. 3, pp. 129-134. ISSN 2218-3620. 2020..

**BÓVEDA, J; et al.** *LA ELABORACION DE UN PLAN DE NEGOCIO Plan de Negocio Guía Práctica para la Elaboración de un* [en línea]. 2015. S.l.: Kike Rojas. Disponible en: [https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info\\_11\\_03.pdf](https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf).

**BRAVO, F.I.,** *Elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de té de hojas de guanábana (*Annona muricata*) y su comercialización en la ciudad de Santo Domingo* [en línea]. Pregrado. Santo Domingo: Universidad Técnica de Ambato. 2022. [Consulta: 7 julio 2022]. Disponible en:

<https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/34952>.

**BURNEO, S; et al.** Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Ingeniería Industrial*, vol. 37, no. 3, pp. 305-312. ISSN 1815-5936. 2016.

**CABASCONGO, O.,** *MANUAL DE DESHIDRATACIÓN* [en línea]. 2018. S.l.: Universidad Técnica del Nort. Disponible en: <https://www.ppd-ecuador.org/wp-content/uploads/2019/FondoBecas/SierraNorte/UTN-Omar-Uso-Deshidratador-solar-vf.pdf>.

**CORONA, S; et al.** Análisis de parámetros fisicoquímicos, compuestos fenólicos y capacidad antioxidante en piel, pulpa y fruto entero de cinco cultivares de manzana (*Malus domestica*) cosechadas en México. *Biotecnia*, vol. 22, no. 1, pp. 166-174. ISSN 1665-1456. 2010. DOI 10.18633/biotecnia.v22i1.1193.

**CVETKOVIĆ, A; et al.** Cross-sectional studies. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, vol. 21, no. 1, pp. 164-170. ISSN 18145469, 23080531. 2021. DOI 10.25176/RFMH.v21i1.3069.

**DE MICHELIS, A. & OHACO, E.** DESHIDRATACION Y DESECADO DE FRUTAS, HORTALIZAS Y HONGOS. , vol. 84, no. 1, pp. 38. ISSN 1667-4014. 2015.

**EKOS,** Principales componentes del PIB en Ecuador | Ekosnegocios. <https://www.ekosnegocios.com/> [en línea]. 2022. [Consulta: 8 julio 2022]. Disponible en: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/principales-componentes-del-pib-en-ecuador>.

**ESCOBAR, A.** *PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL ASESORAMIENTO A EMPRENDEDORES DEL CANTÓN DURÁN* [en línea]. Pregrado. Durán: Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil. 2017. Disponible en: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2482/1/T-ULVR-2278.pdf>.

**ESCOBAR, G.E.** FLUJOS DE EFECTIVO Y ENTORNO ECONÓMICO EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE RISARALDA, 2002-2011. *Revista Finanzas y Política Económica*, vol. 6, no. 1, pp. 141-158. ISSN 2248-6046. 2014. DOI 10.14718/revfinanzpolitecon.2014.6.1.7.

**FAO,** *El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2021: Lograr que los sistemas agroalimentarios sean más resistentes a las perturbaciones y tensiones* [en línea]. Rome, Italy,,: FAO. [Consulta: 7 julio 2022]. El estado mundial de la agricultura y la alimentación (SOFA), 2021. ISBN 978-92-5-135197-0. Disponible en:

<https://www.fao.org/documents/card/es/c/cb4476es/>.

**GALLEGOS, M.K. y SARMIENTO, C.D.,** *Propuesta de modelo de negocios para la asociación participación social la “Gran Manzana” ubicada en la comunidad de “Agüilán” parroquia Guapán en la ciudad de Azogues periodo 2019* [en línea]. Pregrado. Cuenca: Universidad de Cuenca. 2019. [Consulta: 7 julio 2022]. Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/33487>.

**GIL, H.,** *Tratado de nutrición / Nutrition Treatise: Composición Y Calidad Nutritiva De Los Alimentos / Composition and Nutritional Quality of Foods* [en línea]. S.l.: Ed. Médica Panamericana. ISBN 978-84-9835-347-1. 2010. Disponible en: <https://books.google.com.ec/books?id=hcwBJ0FNvqYC&pg=PA181&dq=fruta+manzana&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjkoerChcD3AhVekYkEHdgDBuEQ6AF6BAgKEAI#v=onepage&q=fruta%20manzana&f=false>.

**HAZA, J.L. & VÉLIZ, Y.G.,** Objeto de investigación y campo de acción: componentes del diseño de una investigación científica. , vol. 3, no. 12, pp. 20. ISSN 2077-2874. 2020.

**INEC.,** *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo 2021* [en línea]. 2021. S.l.: Instituto Nacional de estadísticas y censo. 2021a. Disponible en: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Febrero-2021/202102\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Febrero-2021/202102_Mercado_Laboral.pdf).

**INEC,** *GUIA SOBRE EL USO DE BASE DE DATOS DE LA ENCUESTA DE SUPERFICIE Y PRODUCCION AGROPECUARIA CONTINUA ESPAC 2020* [en línea]. 2021. S.l.: Instituto Nacional de estadísticas y censo. 2021b.. Disponible en: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_agropecuarias/espac/espac-2020/Guia%20de%20uso%20de%20base%20de%20datos%20ESPAC%202020.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2020/Guia%20de%20uso%20de%20base%20de%20datos%20ESPAC%202020.pdf).

**INEC,** *Boletín Técnico N°01-2022-IPC* [en línea]. 2022. S.l.: Instituto Nacional de estadísticas y censo. 2022a. Disponible en: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Enero-2022/Bolet%20t%20cnico\\_01-2022-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Enero-2022/Bolet%20t%20cnico_01-2022-IPC.pdf).

**INEC,** *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)* [en línea]. 2022. S.l.: Instituto Nacional de estadísticas y censo. 2022b. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Mayo->

2022/202205\_Mercado\_Laboral.pdf.

**MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA.** Productores de Chimborazo se benefician del Programa Buen Vivir Rural – Ministerio de Agricultura y Ganadería. *agricultura.gob.ec* [en línea]. 2019. [Consulta: 8 julio 2022]. Disponible en: <https://www.agricultura.gob.ec/productores-de-chimborazo-se-benefician-del-programa-buen-vivir-rural/>.

**MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA.** Seis ejes de política convertirán al agro en el motor de la economía – Ministerio de Agricultura y Ganadería. [en línea]. 2020. [Consulta: 8 julio 2022]. Disponible en: <https://www.agricultura.gob.ec/seis-ejes-de-politica-convertiran-al-agro-en-el-motor-de-la-economia/>.

**MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA.** Trámites y Servicios Institucionales. [en línea]. 2022. [Consulta: 8 julio 2022]. Disponible en: <https://www.gob.ec/mag>.

**MINISTERIO DE AMBIENTE.** 12 empresas a nivel nacional tienen “Punto Verde” – Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. [en línea]. 2011. [Consulta: 8 julio 2022]. Disponible en: <https://www.ambiente.gob.ec/12-empresas-a-nivel-nacional-tienen-punto-verde/>.

**MONJE, C.** *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA Guía didáctica* [en línea]. 2011. S.l.: Programa de comunicacion social. Disponible en: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>.

**MONTOYA, U.** *ANÁLISIS FODA* [en línea]. 2020. S.l.: s.n. Disponible en: [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/prepa1/2020/analisis-foda.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa1/2020/analisis-foda.pdf).

**MOREIRAS,** *Apple Malus pumila, Malus sylvestris mill* [en línea]. 2013. S.l.: Fenorg. Disponible en: <https://fen.org.es/MercadoAlimentosFEN/pdfs/manzana.pdf>.

**NAVA, M.A.** Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 14, no. 48, pp. 606-628. ISSN 1315-9984. 2009.

**NEILL, A. & CORTEZ, L.** *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica* [en línea]. ECUADOR: UTMACH. ISBN 978-9942-24-093-4. 2018. Disponible en: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>.

**PALACIOS, R. & GUERRERO, M.,** *Diseño de producto, proceso de fabricación de infusiones de frutas deshidratadas en una microempresa de la ciudad de Guayaquil.* [en línea]. Posgrado. Guayaquil. 2022. Disponible en: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21840/1/UPS-GT003617.pdf>.

**PREFECTURA DE COTOPAXI.** *Catálogo de productores* [en línea]. 2019. S.l.: Revista de fomento productivo. Disponible en: <https://www.cotopaxi.gob.ec/images/Documentos/Catalogo2019.pdf>.

**QUECEDO, R. & CASTAÑO, C.,** *Introducción a la metodología de investigación cualitativa. Revista de Psicodidáctica*, no. 14, pp. 5-39. ISSN 1136-1034, 2254-4372. 2002.

**REYES, M. & SANCHEZ, R.,** *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ A BASE DE LA HOJA DE GUANÁBANA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL* [en línea]. Pregrado. Guayaquil: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL. 2019. Disponible en: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3404/1/T-ULVR-2983.pdf>.

**ROLDÁN, R. & RODRIGUEZ, S.,** *PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACKS ELABORADO DE PAPAS NATIVAS DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS CONPAPA TUNGURAHUA "AGROPAPA" EN EL CANTÓN AMBATO.* [en línea]. 2019. Pregrado. Ambato: ESPOCH. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11413/1/12T01298.pdf>.

**ROMERO, I., DÍAZ, V. & AGUIRRE, A.,** *Fortalecimiento de la cadena de valor de los snacks nutritivos con base en fruta deshidratada en El Salvador* [en línea]. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Mexico: CEPAL. 2016. [Consulta: 7 julio 2022]. 1, 2. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/40251-fortalecimiento-la-cadena-valor-snacks-nutritivos-base-fruta-deshidratada>.

**SÁNCHEZ, J.,** *Agenda Tungurahua* [en línea]. 2015. S.l.: Gobierno Provincial de Tungurahua. Disponible en: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1860000130001\\_PLAN%20DE%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%20TUNGURAHUA%202015-2016\\_11-05-2016\\_08-30-43.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1860000130001_PLAN%20DE%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%20TUNGURAHUA%202015-2016_11-05-2016_08-30-43.pdf).

**SEMPLADES**, *Agendas Zonales Zona 3 - Centro* [en línea]. 2017. S.l.: Senplades. Disponible en: <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/06/Agenda-Coordinaci%C3%B3n-Zonal-Z3-2017-2021.pdf>.

**SIQUEIROS, B.**, *Diseñar el reconocimiento personal y profesional de sus límites y posibilidades, a través de un liderazgo estratégico para ejecutar acciones con eficiencia y eficacia*. [en línea]. Pregrado. Nogales, Sonora: Diseñar el reconocimiento personal y profesional de sus límites y posibilidades, a través de un liderazgo estratégico para ejecutar acciones con eficiencia y eficacia. 2015. Disponible en: <http://148.225.114.121/bitstream/unison/2879/1/siqueirosburrolachristianl.pdf>.

**TANCARA, C.** LA INVESTIGACION DOCUMENTAL. *Temas Sociales*, no. 17, pp. 91-106. ISSN 0040-2915. 1993.

**TENORIO, S., Robles; et al.** DESHIDRATACIÓN DE PERA EN FORMA DE RODAJA MEDIANTE RADIACIÓN SOLAR EN UN SECADOR DIRECTO. *Journal of Energy, Engineering Optimization and Sustainability*, vol. 3, no. 1, pp. 1-10. ISSN 2448-8186. DOI 10.19136/jeeos.a3n1.3265. 2019.

**TORRES, J.C. & VELASQUEZ, D.S.** *Oportunidad de negocio en la producción de té filtrante a base de fruta deshidratada* [en línea]. Posgrado. Lima: Universidad de Lima 2017. [Consulta: 7 julio 2022]. Disponible en: <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/6042>.

**VACACELA, R. del P.** *Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de snack de fruta deshidratada en la ciudad de Loja* [en línea]. Pregrado. Loja: Universidad Nacional de Loja. 2015. [Consulta: 7 julio 2022]. Disponible en: <https://dspace.unl.edu.ec/handle/123456789/10551>.

**WEINBERGER, K.**, *Plan de negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio* [en línea]. 2009. © Nathan Associates Inc. Peru: USAID. ISBN 1-00-04-00002-00. Disponible en: [http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan\\_negocios.pdf](http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf).



## ANEXOS

### ANEXO A: ENCUESTA ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Reciban un cordial saludo de quien le realiza esta encuesta, el motivo de la presente es recoger información para realizar un Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de Té a base de frutas deshidratadas: manzana y pera en la Zona 3 del Ecuador.

**Marque el casillero de la opción que se ajuste a tu opinión:**

**1. Género:**

Femenino

Masculino

Otro

**2. Edad**

15 a 25 años

26 a 35 años

36 a 45 años

46 a 55 años

56 a 64 años

**3. Ingresos Mensuales**

Menos de 500 dólares

500 - 1000 dólares

1001 - 1500 dólares

1501 - 2000 dólares

Más de 2000 dólares

**4. ¿Consume usted té o infusiones aromáticas?**

**Si su respuesta es “No”, finalice la encuesta.**

Si

No

**5. ¿Con qué frecuencia consume usted té o infusiones aromáticas?**

Diario

Semanal

Mensual

**6. ¿Cuál es el motivo de su consumo?**

Salud

Hábito

Costumbre

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

Precio

Calidad

Presentación

Sabor

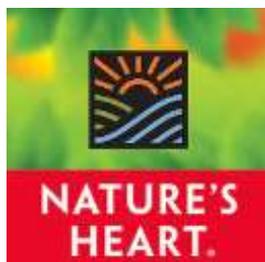
Marca reconocida

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

PUSUQUI



Nature`s Heart



Ile



Sangay



Otra

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

Bolsas de algodón (Reutilizable)



Papel Filtro de Nylon



Filtro Biodegradable



**10. ¿Dónde adquiere usted el té o infusiones?**

Cadena de supermercado

Mini mercados

Tiendas de barrio

Feria Libre

**11. ¿Consume usted las frutas manzana y pera?**

Mucho

Poco

Nada

**12. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir un té aromático a base de frutas deshidratadas tales como: manzana y pera?**

- Si
- No
- Talvez

**13. ¿Cuál sería la presentación ideal según su criterio?**

- Caja de 10 sobres
- Caja de 20 cobres
- Caja de 25 sobres

**14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por el Té aromático según la cantidad?**

- Caja de 10 sobres (\$ 1,50)
- Caja de 20 sobres (\$ 2,00)
- Caja de 25 sobres (\$ 2,30)

**15. ¿Cuántas cajas de té aromático estaría dispuesto a comprar?**

- 1
- 2
- 3
- o más

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

- Instagram
- Facebook
- Tik Tok
- YouTube
- Televisión
- Radio

## ANEXO B: FORMULARIO PARA PERMISO MUNICIPAL FUNCIONAMIENTO

Solicitud de inspección LUAF/CUH

Registre solicitud y datos

**REGlamento DE PREVENCIÓN, MITIGACIÓN Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS**  
Art. 343 - El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario (1 de enero al 31 de diciembre) exceptuando los permisos ocasionales...

Ruc del Cliente: 1803200000002      Razón Social (Si aplica): CORPORACIÓN CHA LTDA.

Nombre comercial (Si aplica): SUPERVENTAS      Representante Legal como consta en el RUC: SALVATIERRA JONAS JUAN ALEXANDER

Actividad Económica: (Ingresar la actividad económica como consta en el RUC)  
VENTA AL POR MENOR DE MATERIAL DE EMPAQUE (PLANTELES, TAPAS, BOLSAS, BIELA Y ARTICULOS ANALOGOS) EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.

Dirección del local comercial:  
ELDF ALFARO 06-42 Y BOLIVAR

Teléfono Móvil:      Correo Electrónico:



epoch

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL**

**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

**Fecha de entrega:** 26 / 06 / 2023

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> Josselin Lilibeth Mejía Zambrano
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> Ciencias Pecuarias
<b>Carrera:</b> Agroindustria
<b>Título a optar:</b> INGENIERA AGROINDUTRIAL
<b>f. responsable:</b> Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz



0939-DBRA-UTP-2023

