



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA**

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CP

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CP**

TEMA:

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE SNACKS DE FRUTAS DESHIDRATADAS EN LA
CIUDAD DE GUARANDA DURANTE EL AÑO 2020”**

AUTORA:

LAURA TARGELIA CUJILEMA CUJI

DIRECTOR:

DR. RICARDO VILLACIS

PAR ACADÉMICO:

ING. OSCAR TANQUEÑO COLCHA

GUARANDA – ECUADOR

2021

TEMA

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE SNACKS DE FRUTAS DESHIDRATADAS EN LA
CIUDAD DE GUARANDA DURANTE EL AÑO 2020”**

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por las bendiciones que he recibido en toda mi vida, por la fuerza, salud e inteligencia que me brinda día a día.

Agradezco a mis queridos padres, hermanos por su amor, paciencia, por estar presente en los momentos más difíciles, por su apoyo incondicional tanto emocional como económico, por hacerme realidad mis sueños.

A la prestigiosa Institución Universidad Estatal de Bolívar, por abrirnos sus puertas, a los profesores que me han brindado sus conocimientos, en especial a nuestro tutor Dr. Luis Ricardo Villacis Monar y al Ing. Oscar Tanqueño Colcha por ser las personas que me han brindado su ayuda para el desarrollo de mi trabajo de titulación.

LAURA CUJILEMA.

DEDICATORIA

Con todo mi corazón, le dedico esta meta a mis hijos; Danny, Bryan, Melany, y a mi esposo por ser las personas que me han motivado para seguir adelante.

A mis padres y hermanos por darme su apoyo más valioso, comprensión, amor, por ser el pilar fundamental en mi vida, por estar en los momentos difíciles, por hacerme una persona con humildad respeto y sencillez.

LAURA CUJILEMA.

**DR. LUIS RICARDO VILLACIS MONAR, EN CALIDAD DE DIRECTOR
ACADÉMICO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN A, PETICIÓN DE
LA PARTE INTERESADA.**

CERTIFICA

Que la Sra. **LAURA TARGELIA CUJILEMA CUJI**, estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática, carrera de Contabilidad y auditoría C.P dentro de la modalidad de titulación (Proyecto de Investigación); ha cumplido con el ingreso de sugerencias y recomendaciones emitidas por su suscrito a su anteproyecto denominado: **(PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACKS DE FRUTAS DESHIDRATADAS EN LA CIUDAD DE GUARANDA DURANTE EL AÑO 2020)**, en tal virtud faculto al interesado, seguir al trámite legal pertinente.

Es todo cuanto puedo certificar.

Guaranda, 30 de julio de 2021

Atentamente,



Dr. Luis Ricardo Villacis Monar

Director Académico

C.C. 0200802932

**ING. OSCAR TANQUEÑO EN CALIDAD DE PAR ACADÉMICO
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, A PETICIÓN DE LA PARTE
INTERESADA,**

CERTIFICA

Que la señorita **LAURA TARGELIA CUILEMA CUJI**, estudiante de la carrera de **CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CP**, de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, ha cumplido con las sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito a su anteproyecto denominado **"PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACKS DE FRUTAS DESHIDRATAS EN LA CIUDAD DE GUARANDA DURANTE EL AÑO 2020"**, en tal virtud faculbo al interesado continuar con el desarrollo de su proyecto.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Guaranda, 07 de diciembre de 2021

Atentamente,


Ing. Oscar Tanqueño
Par Académico

DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTORÍA

Yo, **LAURA TARGELIA CUJILEMA CUJI**, portadora de la cédula N.-**060369628-7**, egresada de la carrera de Contabilidad y Auditoría CP, de la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática de la Universidad Estatal de Bolívar, bajo juramento declaro en forma libre y voluntaria que el presente proyecto, con el tema **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACKS DE FRUTAS DESHIDRATADAS EN LA CIUDAD DE GUARANDA DURANTE EL AÑO 2020”** es de mi autoría; así como, las expresiones vertidas en la misma que se ha realizado bajo referencias bibliográficas tanto de libros, revistas, publicaciones, medios de comunicación y demás formas necesarias para la elaboración del presente trabajo investigativo.

Atentamente:


Laura Targelia Cujilema Cuji
Investigadora del proyecto
C.I. 060369628-7



rio...
N° ESCRITURA 20210201003P02044

Notaria Tercera del Cantón Guaranda
Msc. Ab. Henry Rojas Narvaez
Notario



DECLARACION JURAMENTADA

OTORGADA POR: CUJILEMA CUJI LAURA TARGELIA

INDETERMINADA DI: 2 COPIAS H.R. Factura: 001-006-000000464

En la ciudad de Guaranda, capital de la provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día siete de diciembre del dos mil veintiuno, ante mi Abogado HENRY ROJAS NARVAEZ, Notario Público Tercero del Cantón Guaranda, comparece la señorita CUJILEMA CUJI LAURA TARGELIA, soltera de ocupación estudiante, domiciliada en el Cantón San Miguel de la Provincia de Bolívar y de paso por este lugar, celular 0999127296, correo electrónico es lauracujilema1983@gmail.com, por sus propios y personales derechos, obligarse a quien de conocerle doy fe en virtud de haberme exhibido sus documentos de identificación y con su autorización se ha procedido a verificar la información en el Sistema Nacional de Identificación Ciudadana; bien instruidas por mí el Notario con el objeto y resultado de esta escritura pública a la que procede libre y voluntariamente, advertidas de la gravedad del juramento y las penas de perjurio, me presenta su declaración Bajo Juramento declaran lo siguiente manifiesto que el criterio e ideas emitidas en el presente trabajo de investigación titulado " **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACKS DE FRUTAS DESHIDRATADAS EN LA CIUDAD DE GUARANDA DURANTE EL AÑO 2020**", es de mi exclusiva responsabilidad en calidad de autora, previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría de la facultad Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática de la Universidad Estatal de Bolívar, Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad, la misma que la hago para los fines legales pertinentes. HASTA AQUÍ LA DECLARACIÓN JURADA. La misma que elevada a escritura pública con todo su valor legal. Para el otorgamiento de la presente escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso, leída que les fue a las comparecientes por mí el Notario en unidad de acto, aquella se ratifica y firma conmigo de todo lo cual doy Fe.


CUJILEMA CUJI LAURA TARGELIA
C.C. 060369628-7




AB. HENRY ROJAS NARVAEZ
NOTARIO PUBLICO TERCERO DEL CANTON GUARANDA



EL NOTA....

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA	I
AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA	III
DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTORÍA.....	VI
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
INTRODUCCIÓN	XIII
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT.....	XVI
CAPÍTULO I.....	1
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	1
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.	1
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
JUSTIFICACIÓN.....	3
OBJETIVOS.....	5
HIPÓTESIS	6
VARIABLES EVALUADOS	6
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE.....	6
CAPITULO II.	9
MARCO TEÓRICO	9
ANTECEDENTES	9
MARCO CONCEPTUAL.....	24
MARCO LEGAL	27
MARCO GEOREFERENCIAL	29

MARCO REFERENCIAL	30
CAPITULO III.....	33
METODOLOGÍA	33
TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	33
MÉTODOS.....	34
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS	34
UNIVERSO Y MUESTRA.....	34
PLAN DE PROCESAMIENTO DE LOS DATOS	35
CAPITULO IV.....	37
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	37
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	37
CAPITULO V	50
PROPUESTA	50
ESTUDIO TÉCNICO	61
CONCLUSIONES.....	93
RECOMENDACIONES	94
BIBLIOGRAFÍA	95
WEBGRAFIA	97
ANEXOS	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población de la Provincia Bolívar por Cantones y Sectores.....	35
Tabla 2. Consume algún tipo de snack.....	37
Tabla 3. ¿Por qué usted consume snacks?	38
Tabla 4.¿Con qué frecuencia consume snacks?	39
Tabla 5. ¿Número de snacks que usted adquiere por semana?	40
Tabla 6. ¿Qué tipo de snacks usted consume?	41
Tabla 7. ¿Los snacks que usted consume son naturales?	42
Tabla 8. ¿Qué tipo de fruta preferiría como snacks?	43
Tabla 9. Presentación de snacks preferiría usted.	44
Tabla 10. ¿Dónde prefiere usted comprar los snacks?.....	45
Tabla 11. ¿Cómo califica el producto que usted adquiere?	46
Tabla 12. ¿En qué temporada usted demanda mayor consumo de snacks?.....	47
Tabla 13. ¿Usted consumiría snacks de origen natural elaborados en la Ciudad de Guaranda?	48
Tabla 14. ¿Los snacks que usted consume son elaborados en?	49
Tabla 15. Estudio de mercado	52
Tabla 16. Fórmulas	55
Tabla 17. Proyección de la demanda.....	55
Tabla 18. Estudio de la oferta actual.....	56
Tabla 19. Fórmula	57
Tabla 20. Proyección de la oferta.....	57
Tabla 21. Análisis de Precios	58
Tabla 22. Capacidad de producción.....	61
Tabla 23. Cuadro directivo.....	71
Tabla 24. Costo total	74
Tabla 25. Inversión Total	75
Tabla 26. Financiamiento (Expresado en dólar)	76
Tabla 27. Inversión y Financiamiento.....	77
Tabla 28. Cálculo del préstamo.....	78
Tabla 29. Estructura de la deuda	79

Tabla 30. Estado de Resultado	81
Tabla 31. Estado de situación financiera.....	82
Tabla 32. Estado de flujo de fondo de efectivo.....	83
Tabla 33. Tabla de rendimiento mínima aceptable	84
Tabla 34. Valor Actual Neto Positivo	85
Tabla 35. Tasa interna de retorno (TIR).....	86
Tabla 36. Tasa de descuento	87
Tabla 37. Resultados del VAN positivo y negativo	87
Tabla 38. Tasa interna de retorno.....	87
Tabla 39. Periodo de recuperación de inversión	88
Tabla 40. Índice de Solvencia	88
Tabla 41. Prueba del Ácido.....	88
Tabla 42. Relación Activo	89
Tabla 43. Endeudamiento.....	89
Tabla 44. Apalancamiento	89
Tabla 45. Margen Neto en Ventas.....	90
Tabla 46. Rentabilidad de Patrimonio.....	90
Tabla 47. Rentabilidad de Activo.....	90
Tabla 48. Ingreso Actualizadas	91
Tabla 49. Costos Actualizados	91
Tabla 50. Fórmula Relación Beneficio Costo	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Consume algún tipo de snack.	37
Gráfico 2.¿Por qué usted consume snacks?	38
Gráfico 3.¿Con qué frecuencia consume snacks?	39
Gráfico 4.¿Número de snacks que usted adquiere por semana?	40
Gráfico 5. ¿Qué tipo de snacks usted consume?	41
Gráfico 6. ¿Los snacks que usted consume son naturales?	42
Gráfico 7. ¿Qué tipo de fruta preferiría como snacks?	43
Gráfico 8. Presentación de snacks preferiría usted.	44
Gráfico 9. ¿Dónde prefiere usted comprar los snacks?	45
Gráfico 10. ¿Cómo califica el producto que usted adquiere?	46
Gráfico 11. ¿En qué temporada usted demanda mayor consumo de snacks?	47
Gráfico 12. ¿Usted consumiría snacks de origen natural elaborados en la Ciudad de Guaranda?	48
Gráfico 13. ¿Los snacks que usted consume son elaborados en?	49

INTRODUCCIÓN

La inversión se considera como una cantidad determinada de dinero, el mismo que apoyara al desarrollo de la empresa, con el único fin de incrementar beneficios y ventajas, tomando en cuenta que, una buena producción y comercialización de un producto ayudara al desarrollo de la empresa, y en consecuencia esto generara más empleo a sus trabajadores dentro de la empresa con buenos ingresos.

Una nutrición adecuada y una dieta saludable para que su potencial de desarrollo sea óptimo, durante la infancia y la adolescencia, los hábitos alimentarios y el ejercicio pueden marcar la diferencia entre una vida sana y el riesgo de desarrollar enfermedades en los últimos años. En diferentes etapas de la vida, se necesitan diferentes nutrientes.

La importancia de la conservación de los alimentos permite extender la vida útil de la fruta y el acceso a diferentes mercados, lo que hace que las entregas se realicen a mejores precios; porque los alimentos deshidratados retienen una gran proporción de su valor nutricional original, si el proceso de conversión se realiza correctamente.

La deshidratación es una de las formas más antiguas de procesar los alimentos, consiste en eliminar buena parte de la humedad de los alimentos, para que no se destruyan, sino que se conserve su valor nutricional.

Dada la necesidad de familias, escuelas y colegios en la ciudad de Guaranda, en cuanto a la prevención de enfermedades, se ha establecido la factibilidad de producción de snacks de frutas deshidratadas con el fin de llegar al mercado con la producción y comercialización de este tipo de alimentos.

En este sentido, en el mercado nacional se dan diferentes campañas de nutrición y salud, tomando en cuenta, que existe un incremento de personas preocupadas por su alimentación; así también, en establecimientos educativos privados y públicos, donde existe una mayor preocupación por la alimentación de los niños. En este

contexto se delimita la presente propuesta, centrándose en la producción de snacks de fruta deshidratada en la ciudad Guaranda, provincia Bolívar. Para ello, el presente proyecto se subdividirá en las siguientes secciones:

Para el desarrollo del marco teórico se comprenderá el entorno en el que se circunscribe el planteamiento de la propuesta, la justificación económica y social del proyecto.

Posteriormente, continúa la sección que contendrá el marco metodológico, el cual abordará los métodos, enfoques y fuentes de la investigación; así como también, la población y muestra, las técnicas de recolección y procesamiento de datos, y el alcance de la investigación.

Por su parte, se denominará el marco práctico, en el cual se desarrollarán todos los datos que se desprendan del estudio de mercado que se aplicará para sustentar la factibilidad de la propuesta.

Delimitar las proyecciones económicas, los costos de producción, la proyección de ingresos y gastos, el cálculo del VAN, la TIR entre otras ratios de interés para precisar la rentabilidad de la propuesta.

Finalmente, serán realizadas las conclusiones y recomendaciones que se deriven de la proyección de la propuesta, para optimizar su ejecución y/o puesta en funcionamiento.

RESUMEN

Actualmente nuestro país y el mundo se encuentran en un proceso de reactivación económica, debido a los múltiples factores que han causado un estancamiento en el desarrollo económico. Adicionalmente, se ha visto una oportunidad de mercado en los productos agrícolas que produce los poblados guarandeños. En este sentido, el presente proyecto se encuentra enfocado en ayudar a la reactivación económica, dentro de la producción y el comercio local, dando un valor agregado a los productos agrícolas primarios que se producen y comercializan dentro y fuera de la ciudad de Guaranda. De esta forma, este proyecto enfocado en la producción y comercialización de snacks de frutas deshidratadas, permitirá determinar la factibilidad y rentabilidad para su aplicación y puesta en marcha en el mercado local. La metodología del proyecto se basa en los métodos inductivo y deductivo lo cual permite obtener la información que el proyecto requiere, por medio de encuestas, entrevistas y revisión bibliográfica, que permite conocer tanto al consumidor como a la competencia; por medio del cual, se determina la demanda en la ciudad de Guaranda. Para comenzar con el estudio de mercado se debe tomar en cuenta la demanda y la oferta, la capacidad que la empresa requiere, por lo que se debe establecer el marco legal, para el permiso que la empresa requiere para su funcionamiento, mediante el estudio financiero se determina la viabilidad de la empresa. La inversión total para el proyecto es de \$ 32,774.19. Se distribuyen de la siguiente manera: inversión fija \$ 21.481,90, inversión intangible \$ 1.300,00, capital de trabajo \$ 9.992,29, por lo que el aporte propio es de \$ 9.678,64 dólares, y la diferencia con el crédito de 23.095,55 dólares, la inversión que se va a utilizar para la empresa. A través del estudio financiero, se obtuvo evidencia de que la distribución de productos de snacks de frutas deshidratadas es una importante fuente de ingresos.

PALABRAS CLAVE

Deshidratación, comercialización, estudio financiero, marco legal, inversión, aporte propio, crédito.

ABSTRACT

Currently our country and the world are in a process of economic reactivation, due to the multiple factors that have caused a stagnation in economic development. Additionally, a market opportunity has been seen in the agricultural products produced by the Guarandeño towns. In this sense, this project is focused on helping the economic reactivation, within local production and commerce, giving added value to the primary agricultural products that are produced and marketed within and outside the city of Guaranda. In this way, this project focused on the production and commercialization of dehydrated fruit snacks, will allow to determine the feasibility and profitability for its application and start-up in the local market. The project methodology is based on inductive and deductive methods, which allows obtaining the information that the project requires, through surveys, interviews and bibliographic review, which allows knowing both the consumer and the competition; through which, the demand in the city of Guaranda is determined. To begin with the market study, the demand and supply must be taken into account, the capacity that the company requires, so the legal framework must be established, for the permission that the company requires for its operation, through the financial study the viability of the business is determined. The total investment for the project is \$ 32,774.19. They are distributed as follows: fixed investment \$ 21,481.90, intangible investment \$ 1,300.00, working capital \$ 9,992.29, so the own contribution is \$ 9,678.64, and the difference with the credit of \$ 23,095.55, the investment to be used for the company. Through the financial study, evidence was obtained that the distribution of dehydrated fruit snack products is an important source of income.

KEYWORDS

Dehydration, commercialization, financial study legal framework, investment, own contribution, credit.

CAPÍTULO I.

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.

En la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, encontramos que las frutas deshidratadas son una opción que las personas pueden consumirlas como snacks, entre comidas, para el antojo de algo dulce, o cuando uno necesita algo de energía, ya que solo contienen el azúcar natural de las frutas, la fructosa, y son bajos en grasa. Son aptos para consumir directamente, con cereales o granola, el mix de frutas secas contiene; fresa, uvilla, tomate y babaco.

En el campo económico dentro de la ciudad, no existe un apoyo por parte de las autoridades para el crecimiento del sector empresarial, lo que ha provocado una negativa para generar fuentes de empleo. Razón por la cual, los emprendedores y microempresarios tienen una falta de conocimientos para invertir y comercializar los snacks naturales. Los snacks de frutas deshidratadas, son productos naturales de frutas cien por ciento (100%) agrícolas, lo cual en lo económico aportaría de forma directa a los campesinos y agricultores guarandños, fomentando de esa manera mejorar la economía del sector, de manera que al producir los productos de manera natural, contribuya a una alimentación de calidad para sus consumidores, ayudando también en la alimentación correcta desde los niños hasta los adultos; de esa manera, al consumir estos productos le ayuda a prevenir enfermedades causadas por el exceso de sal, azúcar, grasas, conservantes, y colorantes que contienen los productos que ofrecen hoy en día en el mercado.

En lo cultural se ha evidenciado que, en nuestro país y en particular en la ciudad de Guaranda, se cultiva y se comercializa productos primarios, sin darles un valor agregado, es decir por falta de conocimientos e inversión, no se ha evidenciado un avance en la industrialización de los productos del campo.

En cuanto a lo científico y tecnológico, la provincia Bolívar, no ha tenido un avance significativo, lo que conlleva a seguir con procesos ancestrales, lo cual afecta en una producción a escala, y por ende una baja competitividad en relación a los diferentes sectores. En este sentido se ve la necesidad de implementar nuevas formas de comercializar los productos que se producen en los campos de esta provincia y de la ciudad de Guaranda.

La observación del problema de alimentación, en la población de la ciudad de Guaranda es muy preocupante; ya que, por la falta de una oferta de productos saludables y llamativos, como son los snacks de frutas deshidratadas, los ciudadanos guarandeños consumen alimentos que no brindan vitaminas y minerales para la salud. En este sentido, se evidencia que existe un gran nicho de mercado para la producción y comercialización de productos saludables y con un valor agregado que sea llamativo para los ojos de las personas, a su vez que genere una confianza en el consumidor, teniendo en cuenta la gran cantidad de beneficios que traerían estos productos. Adicionalmente hay que considerar que la ciudad de Guaranda se caracteriza por ser un sector de alta producción agrícola.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es factible invertir en la producción y comercialización de snacks de frutas deshidratadas en la empresa el “Salinerito” de la ciudad de Guaranda en el año 2020?

Preguntas de investigación

¿Cuál es la principal demanda que tienen los productos de snack de frutas deshidratadas en la ciudad de Guaranda?

¿Cuál es la situación de la empresa el “Salinerito” por la poca oferta de snack de frutas deshidratadas?

¿Cuál es el conocimiento de los productores agrícolas y consumidores sobre la oferta de snack de frutas dentro de la ciudad?

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto tiene la finalidad de contribuir a la dinamización de la economía local del Ecuador, principalmente de la población guarandea, misma que se ha dedicado a la agricultura ancestral, siendo que es posible encontrar frutas dulces y ácidas, pero sobre todo, que se desperdician en temporada de cosecha, generando importantes pérdidas a las familias locales, que se beneficiarían con un estudio de esta naturaleza, no solo por la posibilidad de generar nuevos e importantes ingresos; sino también, para generar nuevas plazas de trabajo.

En este caso, es indispensable realizar esta investigación por qué debemos conocer la situación actual en que se encuentran los consumidores de la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, frente a la poca oferta de snack de frutas deshidratadas, para que los productores, emprendedores y microempresarios logren producir y comercializar snacks de frutas deshidratadas e introducir en el mercado local con una extensa variedad de alimentos nutritivos, elaborados con materia propia de la región, creando una fuente de ingreso por medio de la producción y comercialización de este producto en las diferentes tiendas y comisariatos de la ciudad de Guaranda, encaminando el producto para el consumo de los niños, niñas y adolescentes de esta ciudad.

La importancia, relevancia y trascendencia con esta investigación, conlleva a lograr y determinar la factibilidad para poner en marcha la empresa dedicada a la producción y comercialización de snacks de frutas deshidratadas por las ventajas del producto, al ser un producto llamativo y de calidad. Las razones por las que las personas desearían consumir frutas deshidratadas son principalmente, por su agradable sabor, su presentación y la forma nutricional para la salud. La pérdida de nutrientes es mínima y no requiere de conservantes, pudiendo el consumidor disponer del producto por un largo periodo y satisfacer su demanda incluso cuando no es temporada de una determinada fruta, siempre que se encuentre bajo el tiempo y estándares de calidad que solicita el ente rector; la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA.

Los principales beneficios de este proyecto, es que, se puede usar herramientas de investigación que son claras y factibles para poner en marcha el proyecto, y así determinar la poca oferta de snacks que existe en esta ciudad, para el nivel de demandantes que pueden consumir estos productos. Adicionalmente, se puede conocer el impacto social que determina el apoyo para el crecimiento y mejoramiento de las condiciones de vida de los ciudadanos guarandinos.

Los beneficiarios directos del presente proyecto, serán los agricultores, emprendedores y microempresarios, que se dediquen a producir y comercializar este tipo de productos, los mismos que contribuirán a perfeccionar el sistema de distribución acorde de las necesidades del cliente que se beneficiarán con los productos de snacks de frutas deshidratadas de buena calidad.

Los beneficiarios indirectos serán los dueños de materiales que se necesiten para la distribución de estos productos, así como; restaurantes, cafeterías y otros establecimientos que utilicen frutas deshidratadas como opción para sus menús

Socialmente, este estudio se justifica porque permitirá conocer la dinámica social de la ciudad de Guaranda, su composición socioeconómica, las principales fuentes de ingresos, el nivel de educación, entre otros elementos. Con estos datos, sumados al conocimiento de la producción y rendimiento anual de frutas, se posibilita el desarrollo de la propuesta planteada.

De consolidarse el proyecto, posibilitará la mejora de las condiciones de las familias, y, entre otras cosas, se pretende reducir la migración de los jóvenes hacia las ciudades más grandes del país, procurando mantener la estabilidad y unión de las familias. Es de hacer notar, que la ciudad de Guaranda se caracteriza por desarrollar como actividades económicas de preferencia, las agrícolas, desarrollando formas de auto sustento en la población y promoviendo además el índice de inmigración, debido a las generosas posibilidades que brinda el fortalecimiento del sector terciario y comercial en el sector. En otras palabras, en sus parroquias predomina la ganadería, de donde se extrae una prominente

producción de carne, lácteos que abastece no sólo a la ciudad de Guaranda, sino que, además, permite la comercialización en cantones circunvecinos como Tungurahua y Los Ríos.

OBJETO DE INVESTIGACIÓN Y CAMPO DE ACCIÓN.

El propósito de Investigación: Proyecto de inversión para la producción y comercialización de productos snacks naturales. Campo de Acción: producción comercialización.

IDENTIFICACIÓN DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.

La línea de investigación del presente trabajo es: Economía, Empresas y Productividad.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para poner en marcha el proyecto de inversión, para la producción y comercialización de snacks de frutas deshidratadas en la ciudad de Guaranda, durante el año 2020.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda que tendrá los snacks de frutas deshidratadas, en la ciudad de Guaranda.
- Determinar la cantidad de producción en base a una encuesta realizada a los distribuidores en los distintos sectores de frutas naturales.
- Brindar charlas a la población en general, y de manera particular al área agrícola y productiva, para que conozcan los beneficios de producir, comercializar y consumir frutas deshidratadas.
- Determinar mediante el estudio económico del proyecto los principales indicadores financieros para la toma de decisiones e inversión.

HIPÓTESIS

La tasa de rentabilidad de la comercialización y producción de productos de snacks con frutos deshidratados es alta, ya que nuestra demanda está dispuesta a consumir y a pagar por nuestro producto.

VARIABLES EVALUADOS

- **Variables independientes:** Inversión
- **Variable dependiente:** Producción

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

Nombre: Laura Cujilema

Tema:

“Proyecto de inversión para la producción y comercialización de snacks de frutas deshidratadas en la ciudad de Guaranda durante el año 2020”

Objetivo general:

Determinar la factibilidad para poner en marcha el proyecto de inversión, para la producción y comercialización de snacks de frutas deshidratadas en la ciudad de Guaranda, durante el año 2020.

Pregunta de Investigación:

¿Es factible invertir en la producción y comercialización de snacks de frutas deshidratadas en la empresa el “Salinerito” de la ciudad de Guaranda en el año 2020?

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Inversión	Es la utilización de los recursos en el sector productivo o de capitales con el objetivo de lograr beneficios o ganancias y su importancia radica en lograr obtener libertad financiera. (Estrada, 2015).	Se realizo Formulario de encuesta dirigida a los potenciales consumidores de snacks de frutas deshidratadas, para determinar el nivel de factibilidad.	Utilización de los Recursos	Maquinaria Personal capacitado Recursos financieros
			Objetivo	Lograr obtener ganancias
			Libertad financiera	Rentabilidad de las inversiones
Producción	Es un conjunto de diversos procesos a los cuales es sometida la materia prima para transformarla, con el fin de elaborar un producto destinado a la venta. (Escobar, 2020)	Se aplico la encuesta a los dueños de la empresa para cuestionar sobre la producción.	Procesos	Recepción Selección Deshidratación Empaquetado Almacenamiento Comercialización
			Materia prima	Fresa Uvilla Tomate Babaco

			Producto	30 gramos
			destinado a la	50 gramos
			venta	75 gramos
				100 gramos

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

CAPITULO II.

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES

Debido al crecimiento y desarrollo de las actividades económicas, el trabajo de las familias dependientes y, por tanto, la reducción del tiempo disponible para las actividades domésticas ha permitido un aumento en la demanda de alimentos precocinados o enfundados que pasan a formar parte de la dieta diaria, los cuales no cumplen con los niveles nutricionales que el cuerpo humano necesita para su funcionamiento, ya que estos productos se evalúan y compran en base al precio, pero no por su contenido nutricional y proteico.

Para cada uno de estos productos enfundados se debe tener en cuenta su contenido, presentación y niveles nutricionales junto con el precio en el momento de la compra.

También sabemos que los problemas de desnutrición en niños y jóvenes son provocados por una serie de factores, uno de los cuales es que los niños y adolescentes prefieren consumir productos de bajo contenido nutricional, rechazando también otros alimentos preparados con verduras, cereales y frutas. considerada como promotora de buenos hábitos alimenticios, brindando la oportunidad para la incorporación paulatina de alimentos elaborados a partir de frutas con un alto contenido nutricional.

Por otro lado, la realización de proyectos sostenibles por parte de estudiantes de la Universidad Estadual Bolívar en la ciudad de Guaranda es limitada, careciendo de fuentes de desarrollo económico que sean parte dinámica de nuestra sociedad, generando fuentes de empleo, promoviendo el autoempleo, apoyando el sector industrial y el aprovechamiento de los recursos existentes en la región.

Además, en esta ciudad no existen empresas productoras de snacks de frutas deshidratadas y afines, dado este nivel de escasez, se proponen nuevas opciones de producción y comercialización mediante el uso de frutas como: manzana, pera, plátano, piña, fresa, uvillas. entre otros, sin alterar su contenido nutricional y proteico.

Actualmente, la comida saludable sigue estando presentes de forma destacada en el mercado, siendo cada vez más numerosos y variados. La creciente preocupación por seguir una dieta equilibrada y el culto excesivo a una alimentación buena, sana y natural son algunas de las razones que explican el creciente consumo y demanda de este tipo de productos.

El mayor problema que nos enfocamos en Guaranda y en la Provincia de Bolívar es la falta de una alternativa nutritiva en los bocadillos y a la vez baja en calorías provenientes de grasas.

Un producto natural como el nuestro, cuyo aporte energético es superior a otros alimentos en este tipo de presentación (snacks) por su versión natural. La reducción de la desnutrición se produce reduciendo la cantidad o sustituyendo las grasas saturadas por otros componentes menos calóricos, de origen natural.

Los productos con menos grasas saturadas son útiles para diversificar la dieta de quienes tienen que controlar la cantidad de grasa en la dieta, ciertos trastornos hepáticos o de la vesícula biliar, problemas pancreáticos y sobrepeso.

Las frutas son uno de los cultivos más grandes e importantes del planeta, ya que se encuentran en la mayoría de países, y todo ello por su alto valor nutricional y medicinal y sus numerosas propiedades a favor del consumidor. Además, en nuestro país, Ecuador y especialmente en la provincia de Bolívar es eminentemente agrícola, con una gran variedad de árboles frutales, así como en las regiones costera e interandina.

Según la revista "Medical Journal of Our Hospital", en el Volumen 15 No. 1, hace la siguiente recomendación con respecto al consumo diario de calorías:

- ✓ No contienen más de 100 calorías por día.
- ✓ No contenga más del 30% de calorías provenientes de grasas y no más del 10% de calorías provenientes de grasas saturadas más “grasas trans”.

Por tanto, el consumo continuado de snacks tradicionales puede tener consecuencias a largo plazo, ya que estos productos provocan peligrosos aumentos de colesterol, triglicéridos, etc. personas y consecuencias más graves en los niños, especialmente cuando no se tiene una dieta equilibrada. Es necesario reducir estos niveles comiendo adecuadamente como se indica en el artículo antes mencionado.

Microempresa

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

Cuando hablamos de la microempresa estamos hablando de una forma de producción en menor escala y con características personales o familiares en el área de comercio, producción, o servicios que tiene como de 1 a 15 empleados máximo (Flores, 2018). Raffino Ortiz (2020) señala que una microempresa es una empresa de tamaño pequeño que, al conjugar los recursos disponibles, operan de manera organizada para elaborar productos y servicios.

Características de la Microempresa

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

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

Estudio de Mercado

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

El estudio de mercado es considerado una pieza fundamental a la hora de crear una empresa, uno de los primeros pasos a seguir para determinar si un negocio es viable o no, que impacto crea en los clientes, si el producto tiene cabida en el mercado o varios parámetros a 40 considerarse, todos estos requisitos son indispensables a la hora de presentar un proyecto, ya que sin este estudio es muy difícil saber las posibilidades de éxito que posee el proyecto.

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

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

Comercialización

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

Deshidratación de la Fruta

La fruta deshidratada es una técnica de procesamiento de alimentos nuevo en el mercado ecuatoriano, es útil para reducir las pérdidas en épocas de abundancia así como para evitar daños con el excedente de frutas, permitiendo guardarla y venderla en épocas de escasez. “Esta práctica consiste en disminuir considerablemente el agua de un 15% a 3%”² lo que le hace que sea perecible y le da más peso a las frutas, al deshidratar se conserva su sabor; Además son 100% naturales, y poseen una alta concentración de nutrientes como vitaminas, minerales, fibra, son libres de grasa y no contienen colesterol.

Así mismo su peso es 10 veces menor que la fruta en su estado natural, ya que esta posee agua y cascara que al llevarla al hogar genera molestia al transportar. Cabe recalcar que para transportar la fruta en su forma original los costos son demasiados altos, ya que su volumen es 2 y 3 veces más de la fruta deshidratada, esto dará como resultado que la población consuma menos variedad de fruta.

La fruta deshidratada se la puede consumir como un snack saludable en cualquier momento y lugar, o acompañado de yogurt y leche, es ideal para niños, deportistas y personas activas con poco tiempo libre. Las frutas que serán deshidratadas para este proyecto serán: piña, banano, mango, frutilla y papaya, formando un mix de

frutas que serán empacadas en forma de snack lo cual facilitará el consumo y así las personas podrán adquirir una variedad de frutas en un solo empaque.

La deshidratación se puede hacer a través del sol, leña, gas o energía eléctrica caseros o industriales. Con este proyecto se incentivará el consumo de frutas en las personas, mejorando su alimentación y estilo de vida, mediante una nueva alternativa con las mismas propiedades nutritivas de las frutas en su estado natural.

Precio

El precio es muy importante para establecer estrategias que nos diferencien de la competencia, ya que los consumidores observan al precio como una oportunidad para adquirir el producto, por tal motivo es necesario implementar tácticas que generen ingresos a la empresa productora y satisfaga las necesidades del cliente.

Al momento de establecer estrategias para la fijación de precios es necesario no descuidar los precios de la competencia, costos indirectos de fabricación, gastos de marketing y gastos administrativos, ya que un mal paso podría desencadenar en una quiebra de la empresa.

Establecer un precio adecuado ayuda a los dueños a recuperar la inversión en un plazo de determinado, así como obtener una margen de beneficio para la estabilidad de la empresa y proporciona utilidades a los empresarios.

Las estrategias para la fijación del precio son:

- Establecer precios psicológicos al momento de comprar el producto ya que de esta manera el consumidor adquirirá el producto considerando que es asequible para su economía.
- Minimizar los costos de producción para mantener el precio de comercialización a largo plazo para así conservar un nivel de ventas promedio satisfaciendo las necesidades del consumidor.

- Determinar una mínima utilidad en el precio del producto, siempre y cuando cubra los costos de producción, para así competir en el mercado y mantener a los clientes potenciales.

Distribución

El producto se comercializará a los diferentes supermercados, tiendas, despensas, los cuales se encargaran de distribuir a todas las personas que consuman el producto. Con el fin de que la distribución de producto sea más rápida y eficiente, abarcando así cada rincón de la ciudad.

Las estrategias que se implementaran en la distribución del producto son:

- Implementar el modelo de distribución
- Proporcionar un amplio stock del producto a los centros de distribución para que el producto este a disposición del consumidor cuando así lo requiera.
- Crear puntos de ventas propios para la comercialización del producto y así tener un contacto directo con el consumidor.

Producción

La producción es la actividad económica que se encarga de transformar los insumos para convertirlos en productos. Por lo tanto, la producción es cualquier actividad que aprovecha los recursos y las materias primas para poder elaborar o fabricar bienes y servicios, que serán utilizados para satisfacer una necesidad. (Quiroa, 2020)

También se podría decir que la producción es una actividad dirigida a la satisfacción de las necesidades humanas, a través del procesamiento de las materias primas, hasta generar productos o mercancías, que serán intercambiadas dentro del mercado.

Por lo tanto, la definición económica de producción es muy amplia, ya que se pueden incluir como producción cualquier actividad humana donde se está elaborando un satisfactor de una necesidad determinada. (Quiroa, 2020)

En efecto, es producción una pintura producida por un artista, una artesanía elaborada por un alfarero, los servicios de auditoría que provee una empresa, la actividad agrícola y por supuesto todo lo relacionado con el sector industrial.

Importancia de la producción

Sin duda, la producción es un proceso muy importante para cualquier país, pues tanto el nivel de vida de una sociedad, así como el grado de desarrollo económico que se logra alcanzar depende de la disponibilidad de bienes y servicios que estén al alcance de los consumidores. (Quiroa, 2020)

Relación de la producción y el consumo

Es decir, la producción y el consumo se relacionan de forma directa. Mientras más bienes y servicios se produzcan dentro de las actividades económicas, mayor será el nivel de consumo. Consecuentemente a un menor nivel de producción, menor es también la posibilidad de cubrir necesidades. (Quiroa, 2020)

Relación de la producción y el consumo

Es decir, la producción y el consumo se relacionan de forma directa. Mientras más bienes y servicios se produzcan dentro de las actividades económicas, mayor será el nivel de consumo. Consecuentemente a un menor nivel de producción, menor es también la posibilidad de cubrir necesidades. (Quiroa, 2020)

Rentabilidad

La rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión. Tanto en el ámbito de las inversiones como en el ámbito empresarial es un concepto muy importante porque es un buen indicador del desarrollo de una inversión y de la capacidad de la empresa para remunerar los recursos financieros utilizados. (Arias, 2020)

Rentabilidad económica (RE)

Hace referencia a un beneficio promedio de la empresa por la totalidad de las inversiones realizadas. Se representa en porcentaje y se traduce de la siguiente

manera, si la rentabilidad de una empresa en un año es del 10% significa que ha ganado 10\$ por cada 100\$ invertidos. (Arias, 2020)

La rentabilidad económica compara el resultado que hemos obtenido con el desarrollo de la actividad de la empresa con las inversiones que hemos realizado para obtener dicho resultado. Obtenemos un resultado al que todavía no hemos restado los intereses, gastos ni impuestos. Se conoce comúnmente como EBITDA. (Arias, 2020)

Para calcular la rentabilidad económica de una empresa y conocer el rendimiento conseguido por cada unidad monetaria invertida se utiliza el ratio rentabilidad de los activos o ROA (return on assets en inglés). Es el resultado de multiplicar el margen de beneficios por la rotación del activo, es decir, el margen que obtenemos de la venta de un producto o servicio por las veces que lo vendemos. (Arias, 2020)

Como cada actividad, para aumentar la rentabilidad económica, cada empresa tendrá que adoptar la mejor estrategia para su negocio. Una manera de aumentar la rentabilidad económica es aumentando los precios de venta y reduciendo los costes, aunque como hemos dicho, esto no lo podemos aplicar a todas las actividades económicas. (Arias, 2020)

Por ejemplo, si nos encontramos ante un negocio que se enfrenta a mucha competencia en precios, no podrá subir los precios sino que tendrá que aumentar las ventas. Recordemos que la rentabilidad económica la obtenemos de dos variables el margen de beneficio y el número de ventas. Si no podemos subir el margen, tendremos que subir el número de ventas. (Arias, 2020)

Rentabilidad financiera

Por otro lado, la rentabilidad financiera hace referencia al beneficio que se lleva cada uno de los socios de una empresa, es decir, el beneficio de haber hecho el esfuerzo de invertir en esa empresa. Mide la capacidad que posee la empresa de

generar ingresos a partir de sus fondos. Por ello, es una medida más cercana a los accionistas y propietarios que la rentabilidad económica. (Arias, 2020)

El ratio para calcularla es el ratio sobre capital, conocido comúnmente como rentabilidad financiera o ROE (retorno on equity). En términos de cálculo es la relación que existe entre el beneficio neto y el patrimonio neto de la empresa. (Arias, 2020)

Existen tres maneras de mejorar la rentabilidad financiera: aumentando el margen, aumentando las ventas o disminuyendo el activo, o aumentar la deuda para que así la división entre el activo y los fondos propios sea mayor. (Arias, 2020)

Emprendimiento

El término emprendimiento proviene del francés 'entrepreneur', que significa «pionero», y se refiere etimológicamente a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque en la actualidad se limita su uso para referirse a una nueva empresa o proyecto que inicia una persona o grupo de personas. Un emprendedor es el individuo que enfrenta el desafío de un nuevo emprendimiento o negocio. Para ello debe tener una actitud positiva y una gran determinación para enfrentar retos y dificultades. (Perez, 2021)

Tipos de emprendimiento

Según el tamaño:

- **Emprendimientos pequeños.** Negocios a pequeña escala llevados adelante por una o más personas con el fin de producir o comercializar un bien o servicio, sus ganancias son utilizadas para cubrir el negocio y mantener el coste de vida del emprendedor.

- **Emprendimientos escalables.** Negocios que amplían su mercado sin poner esfuerzo en mejorar su producto o ampliar el stock. Este tipo de emprendimientos se evidencia en el ámbito de la tecnología y lo digital. (Perez, 2021)

Según el grado de innovación:

- **Emprendimientos espejo.** Negocios que imitan o se basan en la producción de un bien o servicio que ya existe; o que adquieren una franquicia de un negocio ya exitoso.

- **Emprendimientos por necesidad.** Negocios que surgen cuando el individuo busca un cambio en su vida o como una nueva forma de generar ingresos económicos. Este tipo de emprendimientos se da por la necesidad del emprendedor y no por una necesidad del mercado.

- **Emprendimientos por oportunidad.** Negocios que surgen al observar una falta o falla en el mercado. (Perez, 2021)

Según el ámbito en el que se desarrollan:

- **Emprendimientos sociales.** Negocios que innovan con ideas que son rentables pero que además tienen un impacto positivo en el medio social y ambiental de una comunidad. (Perez, 2021)

- **Emprendimientos digitales.** Negocios que se realizan íntegramente en Internet, la producción y comercialización del servicio es 100 % digital. (Perez, 2021)

Características de una persona emprendedora

Un emprendedor es innovador, creativo y perseverante. A la hora de realizar un emprendimiento, es importante tener en cuenta que, además de la idea, se deben desarrollar ciertas capacidades. Una persona emprendedora se caracteriza por ser:

- **Innovadora.** Crea un proyecto a partir de ideas nuevas y originales.
- **Creativa.** Crea a partir de ideas interesantes y novedosas.
- **Capaz de asumir riesgos.** Tiene en cuenta lo impredecible y supera los retos que el desarrollo de un proyecto genera.
- **Perseverante.** Trabaja y espera paciente los resultados y ganancias, que en muchos casos, no llegan en los primeros meses, sino tiempo después de comenzado el emprendimiento.

- **Flexible y adaptable.** Está abierta al cambio y siempre focalizada en crecer. A lo largo del camino modifica ciertos aspectos del emprendimiento para obtener mejores resultados.

- **Paciente.** Es consciente de que la idea no debe apresurarse, y no suele encerrarse a pensar una idea perfecta, sino que elige vivir su vida como todas las otras personas, para experimentar las mismas necesidades que los demás y así encontrar, dentro de ese camino, la idea a desarrollar.

- **Informada.** Investiga los estudios de marketing que puedan aportar datos de interés para un emprendedor, genera lazos entre personas que están en similar situación.

- **Confiada y con determinación.** Tiene o desarrolla un espíritu emprendedor para trabajar por su cuenta y generar sus propios negocios. Emprender suele ser una decisión muy difícil, quien la toma sabe que está renunciando a la estabilidad que otorga un salario. (Perez, 2021)

Importancia del emprendimiento

Muchos profesionales deciden desarrollar un proyecto propio a fin de lograr una estabilidad económica. Ante esta situación, gobiernos e incubadoras de negocios ayudan a los emprendedores organizando entidades dedicadas a promover los pequeños emprendimientos. (Perez, 2021)

Esto se debe a que este tipo de proyectos da impulso a la economía, sobre todo al considerar que la demanda de trabajo suele crecer a un ritmo superior al de la oferta. En muchas ocasiones, un emprendimiento familiar ayuda a que la familia logre satisfacer sus necesidades básicas de vida o mejorarla notablemente. Además, un emprendimiento da independencia, ya que una persona que tiene un emprendimiento propio trabaja de manera particular y no depende de jefes ni horarios. (Perez, 2021)

Inversión

Una inversión es una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo. En economía los recursos suelen identificarse como los costes asociados. Los principales recursos son tierra, tiempo, trabajo y capital. Con lo cual, todo lo que sea hacer uso de alguno de estos cuatro recursos con el objetivo de obtener un beneficio es una inversión.

Cuando se realiza una inversión se asume un coste de oportunidad al renunciar a esos recursos en el presente para lograr el beneficio futuro, el cual es incierto. Por ello cuando se realiza una inversión se está asumiendo cierto riesgo.

Para disponer de dinero para invertir es necesario haber tenido ingresos y ahorrado previamente parte de estos ingresos.

Tipos de inversión

La clasificación de las inversiones puede hacerse desde distintos puntos de vista. Así, no existe una única clasificación, ni tampoco una que sea mejor. Existen varias, todas válidas y útiles según el contexto.

Según el horizonte temporal:

- Corto plazo: Menos de 1 año.
- Medio plazo: Entre 1 y 3 años.
- Largo plazo: Más de tres años.

Según el elemento en qué se invierta:

- Maquinaria: Tractores, robots, empaquetadoras...
- Materias primas: Metales, alimentos, combustible...
- Elementos de transporte: Furgonetas, camiones, coches...
- Edificios: Naves industriales, oficinas, bajos comerciales...
- Inversión en participaciones de otras empresas
- Inversión en investigación y desarrollo (*I+D*).

Según el ámbito:

- Empresarial.
- Personal.
- Financiera.

Según la naturaleza del sujeto:

- Privada.
- Pública.

Según la adaptación al destinatario:

- Personalista o a medida.
- Generalista o estándar.

Podríamos citar muchas más clasificaciones de inversión, pero las anteriores son las esenciales. Es decir, las más importantes. (Montero, 2019)

¿Cómo funciona una inversión?

Para saber cómo funciona una inversión es importante conocer el significado económico de inversión. Sea cual sea su tipo, se rige bajo cuatro factores fundamentales. La rentabilidad, el riesgo, la liquidez y el plazo. Esto es, lo que ganamos, lo que podríamos perder y el tiempo. (Montero, 2019)

- **Rentabilidad:** La rentabilidad o rendimiento es lo que obtenemos a cambio de realizar la inversión. Normalmente se mide en términos de beneficio o rentabilidad, aunque no tiene por qué ser así.
- **Riesgo:** Hace referencia a la incertidumbre. En economía nada es seguro al cien por ciento. Con lo cual, debemos trabajar siempre con riesgos asumibles por si la inversión no sale como esperábamos.
- **Liquidez:** Es la capacidad de convertir una determinada inversión en dinero con pérdidas mínimas respecto a su valor.

- Plazo: El tiempo es la tercera variable fundamental. Podemos esperar un determinado rendimiento, pero dependiendo del tiempo qué tardemos en obtenerlo ¿Compensará o no la inversión? (Montero, 2019)

¿Cómo saber si una inversión es mejor que otra?

Saber si una inversión es mejor que otra u otras es algo francamente difícil. En esencia, dependerá de las preferencias de cada inversor. Unos considerarán que una rentabilidad del 50% es muy buena y otros se conformarán con el 10%.

Más si cabe, debemos tener en cuenta también la aversión al riesgo y la paciencia o la impaciencia del inversor (plazo). (Montero, 2019)

Dicho esto, y teniendo en cuenta, que no se trata de blanco o negro, existen diversos métodos para comparar distintas inversiones monetariamente. Por ejemplo:

- Tasa Interna de Retorno (TIR).
- Pay-Back.
- Valor actual neto (VAN).
- Descuento de flujos de caja.
- Ratios rentabilidad-riesgo.
- Ratios de valoración: ROCE, ROE, ROI, PER o BPA. (Montero, 2019)

Existen otros métodos para comparar, pero estos son los más conocidos y asequibles. Utilizar uno u otro dependerá, entre otras cosas de la naturaleza de las inversiones que realicemos. (Montero, 2019)

MARCO CONCEPTUAL

Amortización

La amortización (de un pasivo) es el proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes. Es habitual en cualquier préstamo o crédito y específicamente en los créditos hipotecarios para la adquisición de vivienda. En las amortizaciones de una deuda, cada pago o cuota que se entrega sirve para pagar parte de los intereses y reducir el importe de la deuda. (Pedrosa, 2016).

Análisis TIR

La TIR debe compararse con la tasa mínima que la empresa haya fijado como deseable para obtener en sus proyectos de inversión. No obstante, es importante que la empresa compare el valor de la TIR del proyecto de inversión frente al coste de la financiación del mismo, así como frente a la que podría obtener en otros usos posibles. (School, 1993)

Análisis VAN

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VAN), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). (Velayos, 2014)

Comercialización

Es la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades. (Viegas, 2021)

Cuestionario

Es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas, de

acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información necesaria. (Clauser, 2007)

Deshidratación

La deshidratación es una de las formas más antiguas de procesar **alimentos**. Consiste en eliminar una buena parte de la humedad de los alimentos, para que no se arruinen.

Decisión compra

Kotler señala en sus presentaciones: “que es la etapa de la evaluación del consumidor donde se forma preferencias entre las marcas del grupo de alternativas y puede formarse una intención de compra e inclinarse hacia la más popular. Al ejecutar una decisión de compra, el consumidor está integrando cinco su decisión de compra: decisión de marca, vendedor, de cantidad, de tiempo y de forma de pago”. (Barrionuevo, 2007)

Demanda

Se puede definir la demanda, como la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores en un momento determinado. (Barrionuevo, 2007)

Distribución

Distribución es viene a ser la herramienta para que productos lleguen a determinados sitios, clientes, en un tiempo estimado. Según Jack Fleitman, “la distribución comprende las estrategias y los procesos para mover los productos desde el punto de fabricación hasta el punto de venta.” (Economipedia, 2020)

Estrategia

Es el camino elegido para conseguir un objetivo, por ejemplo, el de construcción y entrega de una propuesta valiosa para un mercado objetivo. Si sigue la misma estrategia que sus competidores usted no tiene estrategia. Si la estrategia es diferente, pero fácilmente imitable, es una estrategia débil. Si la estrategia es

diferente y difícil de copiar, dispone de una estrategia fuerte y sostenible.” (Escobar, 2020)

Mercado Masivo

Se denomina mercado el espacio donde los vendedores y compradores de un producto estrechan relaciones comerciales y por consiguiente realizan las correspondientes transacciones, de modo que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse. Es el lugar donde se dan la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio. (Velayos, 2014)

Periodo de recuperación

Representa el tiempo donde la inversión realizada está resultando en efectos. (Stanton, 1999)

Precio

Oscar Wilde observó una gran diferencia entre precio y valor. “Un cínico es una persona que sabe los precios de todo y el valor de nada”. Además de señalar que el enfoque más habitual es determinar el coste y añadir el margen de beneficio. Sin embargo, Kotler señalaba que “los costes no guardan ninguna relación con el valor que perciban sus clientes. Sus costes solo le ayudaran a saber si puede fabricar o no el producto.” (Viegas, 2021)

Préstamo

“Un préstamo es un sistema de financiación que permite a una persona física o jurídica adquirir un determinado bien o servicio, financiando una parte de su coste a medio y largo plazo”. (Sapag, 2007)

Productividad

“La productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios; traducida en una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos, denotando además la

eficiencia con la cual los recursos -humanos, capital, conocimientos, energía, etc.- son usados para producir bienes y servicios en el mercado.” (Baca, 2006)

Snack (Bocadillo)

Refrigerio que los trabajadores y estudiantes suelen tomar entre el desayuno y la comida. (Clauser, 2007)

MARCO LEGAL

Constitución de la Empresa La creación de una empresa en el país está legitimada en la Constitución de la República del Ecuador en su Art. 319 se reconocen las distintas formas de la organización de la producción económicas: comunitarias, empresas públicas o privadas, cooperativas, asociativas, familiares, autónomas, domésticas y mixtas. Así, el Estado incentiva diferentes formas de producción que aseguren el buen vivir de sus habitantes y desestimula aquellas que violen sus derechos o la protección al ambiente, de esta forma se incentiva la producción que satisfaga la demanda interna y asegure la activa participación estatal en el contexto mundial.

También, en el Art. 320., se señala que en las disímiles formas de organización de los procesos fabriles se estimulará un encargo transparente, eficaz y participativo.

Igualmente, en el Art. 321., se plantea que el Estado asegurará el derecho a la propiedad en todas sus formas pública, privada, estatal, asociativa, comunitaria, cooperativa, mixta, y a la vez, demandará la observancia de su función social y ambiental.

Además, en el Art. 54., se instituye: Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore el marco jurídico que

rige el funcionamiento de las empresas constituidas legalmente en el país. En sus artículos se regula la actividad empresarial nacional.

La entidad que fiscaliza el cumplimiento de la totalidad de las disposiciones de la Ley, es la Superintendencia de Compañías.

En su Art. 2. se muestran cinco tipologías de compañías de comercio, regulado en la Ley de Compañías.

- ✓ Compañía en nombre colectivo;
- ✓ Compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- ✓ Compañía de responsabilidad limitada;
- ✓ Compañía anónima; y,
- ✓ Compañía de economía mixta.

La Empresa NUTRÍ SNACK LOVE., se constituirá como una Sociedad Anónima, según lo establecido por Ley, y estará autorizada a producir frutas deshidratadas en el cantón Guaranda y su comercialización en las tiendas, centros comerciales, bares de las Instituciones de la Provincia Bolívar.

La constitución legal de la empresa NUTRÍ SNACK LOVE., hace que se contraiga una responsabilidad ante el cumplimiento de las obligaciones que formula la ley, asumirá la forma de Sociedad Anónima, tendrá capital social de acuerdo a las aportaciones los socios que participan. Fondo social que será gestionado por un designado, los accionistas sólo responden por el monto de sus contribuciones. Del proceso de creación de la empresa se dejará constancia escrita, mediante Acta de Constitución con los apartados correspondientes, firmas de los participantes y sellos correspondientes.

Requisitos legales de funcionamiento

- ✓ Servicio de Rentas Internas (SRI)
- ✓ Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

- ✓ Permiso de la Dirección de Higiene Municipal
- ✓ Implicaciones tributarias, comerciales y laborales.
- ✓ Procedimiento para la conformación de la sociedad
- ✓ Declaración del Impuesto al Valor Agregado (IVA)
- ✓ Normas y procedimientos sobre la comercialización de sus productos.

(PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, 2018)

MARCO GEOREFERENCIAL

País: Ecuador

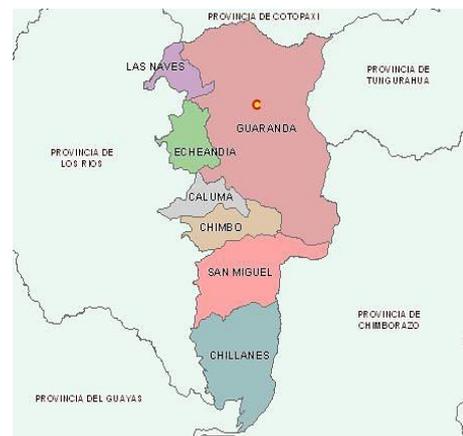
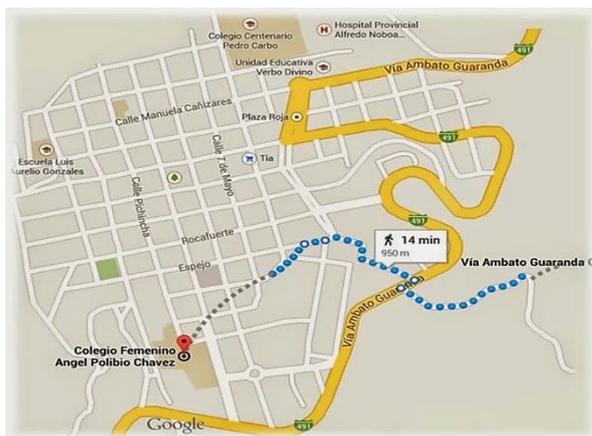
Provincia: Bolívar

Cantón: Guaranda

Parroquia: Veintimilla – Ángel Polibio Chávez

SUPERFICIE: 363 km²

LÍMITES: Al **Norte:** provincia de Cotopaxi; al **Sur:** provincias de Cañar y Guayas; al **Este:** las provincias de Chimborazo y Tungurahua y al **Oeste:** provincia de Los Ríos.



El proyecto estará ubicado en la provincia Bolívar, Cantón Guaranda cuyo clima es de 16° C de promedio.

MARCO REFERENCIAL

Ubicación: se ubica en la Hoya del Chimbo, en el centro del Ecuador, al noreste de la provincia de Bolívar, en las siguientes coordenadas: 1° 34 \ '8" latitud sur; y 78° 58 \ '1" de longitud oeste. Guaranda también es conocida como la "Ciudad de las Siete Colinas" y la "Ciudad de los Carnavales Eternos".

Habitantes: la ciudad tiene unos 25.000 habitantes. Límites: en el Norte, la Provincia de Cotopaxi; al sur, los corregimientos de San José de Chimbo y San Miguel de Bolívar; al este, la provincia de Chimborazo; y al oeste, Las Naves, Echeandía y Caluma. Superficie: 1897,80 km² ALTITUD: 2668 m.s.n.m (ciudad de Guaranda). Temperatura: 13,5 ° C de media en Guaranda. Hay una variación de 2° C en el páramo y 24° C en los subtrópicos".

División política “Guaranda está conformada por tres parroquias urbanas: Gabriel Ignacio Veintimilla, Ángel Polibio Chávez y Guanujo; Está bañado por dos ríos: el Salinas y el Guaranda y rodeado por 7 cerros: Cruz Loma, Loma de Guaranda, El Calvario, San Bartola, Tililag, Talalag y San Jacinto. Tiene las siguientes parroquias rurales. Salinas: a 3.549 metros sobre el nivel del mar y 7 grados centígrados, famosa por sus minas de sal y recientemente por su industria quesera y tejidos de lana.

Simiatug: 3238 metros sobre el nivel del mar y 10 grados de temperatura.

Facundo Vela: a unos 1.800 metros sobre el nivel del mar y una temperatura media de 18 grados.

Santa Fe: 2.694 metros sobre el nivel del mar y una temperatura promedio de 13 grados.

San Simón: a una altitud de 1.673 metros y una temperatura promedio de 13 grados.

San Lorenzo: 2.610 metros sobre el nivel del mar y una temperatura promedio de 16 grados.

Julio Moreno: 2.860 metros sobre el nivel del mar y una temperatura promedio de 10 grados.

Clima: existe una gran variedad de climas determinados por los diferentes niveles de altitud. Esto produce la variación de precipitación entre 500 y 2000 milímetros por año.

Las temperaturas van desde los pantanos fríos 4° C a 7° C hasta un clima subtropical cálido con entre 18 y 24 ° C. Guaranda está rodeada por un entramado de montañas que conforman una cuenca geográfica por la Cordillera Oriental y Occidental de los Andes y una cordillera al norte y al sur que une las dos cordilleras formando un microclima único, cabe destacar que a pocos kilómetros se encuentra el majestuoso volcán Chimborazo cubierto de nieve, el más alto del mundo, formando junto a Mama Tungurahua el impresionante volcán activo de Sangay y al norte el magnífico volcán activo Cotopaxi más alto del mundo. Once

Agro producción: La ciudad de Guaranda representa el 48,08% del total del área provincial, aspecto que hace de este cantón el territorio que genera mayor volumen y variedad de producción agrícola, debido a la alta fertilidad de sus suelos y la disponibilidad de pisos climáticos (pantanos hasta subtrópicos cálidos), existe una considerable extensión de cultivos de plátano (*MussaSp*), que se exportan a países europeos.

Industria, Pequeña Industria y Artesanías: a excepción de la parroquia de Salinas donde se destaca la hilatura, en el resto del cantón de Guaranda no existen industrias y agroindustrias importantes, solo hay pequeñas industrias y artesanías, y la población de Salinas se concentra el mayor número y variedad de estas iniciativas (45 microempresas), en las que se destaca la alta calidad y uso de mano

de obra local, logrando generar empleo para casi todos los habitantes de la localidad.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACIÓN

La siguiente investigación cita las características:

De campo -Se tomará información primaria de la opinión de los potenciales consumidores y comerciantes y comisionados con el fin de establecer estrategias y cantidades de producción, consecuentemente el nivel de viabilidad del proyecto.

Bibliográfico. -En el momento, se buscarán fuentes de información relacionadas con esta temática para sistematizar y organizar los elementos teóricos y de campo que permitan conocer los requerimientos necesarios, proceso de producción y preparación de snacks de frutas.

Descriptivo. -Se llama así porque utiliza elementos estadísticos que son fuente de información y a partir de los cuales se describirá el proceso de producción y comercialización de snacks de frutas.

Además, la descripción de los datos permite visualizar en detalle la información recopilada, tomar decisiones y establecer la viabilidad de una inversión.

ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

La investigación sigue un enfoque cuantitativo porque utiliza la encuesta para recoger y analizar datos cuantitativos, para su posterior interpretación.

Una de las características principales de este tipo de enfoque es que dirige la descripción desde lo general a lo particular, logrando generar una explicación de un fenómeno real desde un punto de vista objetivo y externo. En este caso, la

investigación, recabará información necesaria del consumidor para comprobar la factibilidad del proyecto y lanzar al mercado la comercialización de productos de snacks de frutas deshidratadas en el cantón Guaranda.

MÉTODOS

Los métodos más adecuados para determinar la viabilidad del proyecto de inversión de snacks de frutas deshidratadas son los, niveles de producción, consumidores potenciales, proveedores, etc., son:

Método Inductivo. - Es el proceso en el que razones de lo particular a lo general. Una de las formas más simples de inducción proviene de la interpretación de encuestas de opinión sobre las respuestas dadas por los potenciales consumidores y comercializadores de snacks de frutas deshidratadas.

Método Deductivo. - Es una forma de razonamiento donde se infiere una conclusión a partir de una o varias premisas, permite la demostración de hechos particulares y, en consecuencia, conocimiento en este caso sobre la implementación del Proyecto de Inversión.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS

Encuesta. - Para realizar esta investigación utilice la siguiente técnica. Por medio de esta técnica comprendimos que un gran segmento de la población aprobó para la producción y comercialización de snack por su valor nutricional. Esta técnica se aplicó directamente a los Potenciales Consumidores, Comerciantes y Agentes de la Instituciones interesadas al consumo de este producto.

UNIVERSO Y MUESTRA

El cantón de Guaranda, en 2020, tiene una población total de 59.031 habitantes divididos en 4 personas que normalmente tiene cada familia, dando un total de

14.758 familias que se convierten en consumidores potenciales del producto y que serán considerados como el tamaño del universo para el cálculo de la muestra.

Muestra

Para nuestro estudio, tengo los resultados definitivos tomados del informe VII Censo de Población y VI Censo de Vivienda 2020 para la ciudad de Guaranda y el área urbana, de la siguiente manera:

PLAN DE PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

Los datos obtenidos mediante la aplicación de encuestas serán procesados para su análisis e interpretación en el paquete estadístico Microsoft Excel 2010 y la representación de los datos se realizará mediante el uso de gráficos, tablas y cuadros, según corresponda.

Posteriormente, se emite una conclusión sobre la interpretación de datos

Tabla 1. Población de la Provincia Bolívar por Cantones y Sectores

CANTÓN	TOTAL, HABITANTES	SECTOR URBANO
GUARANDA	59.031	14.758

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

TAMAÑO DE LA MUESTRA.

FÓRMULA

$$M = \frac{N}{e^2 (N - 1) + 1}$$

En donde:

M = Tamaño de la Muestra

N = Población Universo

e = Margen de error = 0,05

$$n = \frac{14,758}{(0,05)^2(14,758 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{14,758}{148,575} \quad \mathbf{n = 389 \text{ Encuestas}}$$

Para siguiente investigación de campo se determinó la muestra familiar a cuestionar y así saber la aceptación del producto en estos hogares. Además, no hay competencia directa en esta ciudad, por lo que no es necesario prepararse para las entrevistas.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

FORMULARIO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POTENCIALES CONSUMIDORES DE SNACKS DE FRUTAS DESHIDRATADAS, PARA DETERMINAR EL NIVEL DE FACTIBILIDAD.

1.- ¿Es usted consumidor de algún tipo de snacks?

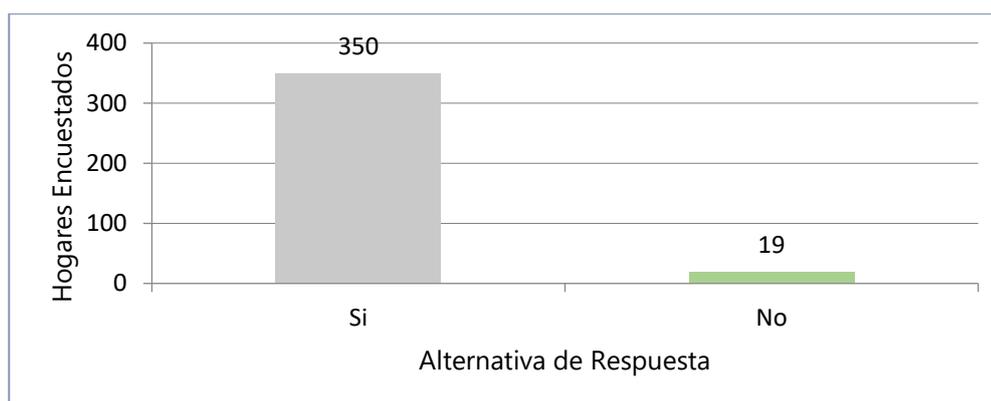
Tabla 2. Consume algún tipo de snack.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Si	369	94,85%
No	20	5,15%
Total	389	100,00%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Gráfico 1. Consume algún tipo de snack.



Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de resultados

En la ciudad de Guaranda la mayoría de hogares si consumen snack de frutas deshidratadas, existe menor porcentaje de los hogares que no consumen el producto.

2.- ¿Por qué usted consume snacks?

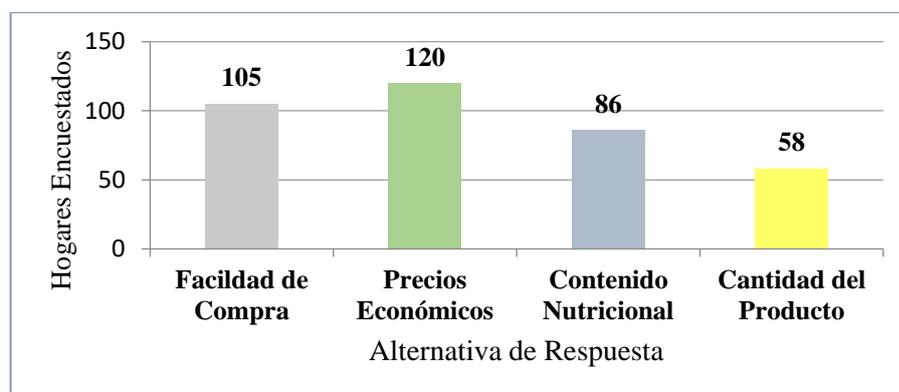
Tabla 3. ¿Por qué usted consume snacks?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Facilidad de Compra	110	28,28 %
Precios Económicos	125	32,13 %
Contenido Nutricional	91	23,39 %
Cantidad del Producto	63	16,20 %
Total	389	100,00%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Gráfico 2. ¿Por qué usted consume snacks?



Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de resultados

El mayor porcentaje de hogares encuestados dijo que compran y consumen snacks por razones de precio, porque son fáciles de comprar, representan un porcentaje más, es decir, el producto está disponible en comercios y comisarios de la ciudad.

3.- ¿Con qué frecuencia consume snacks?

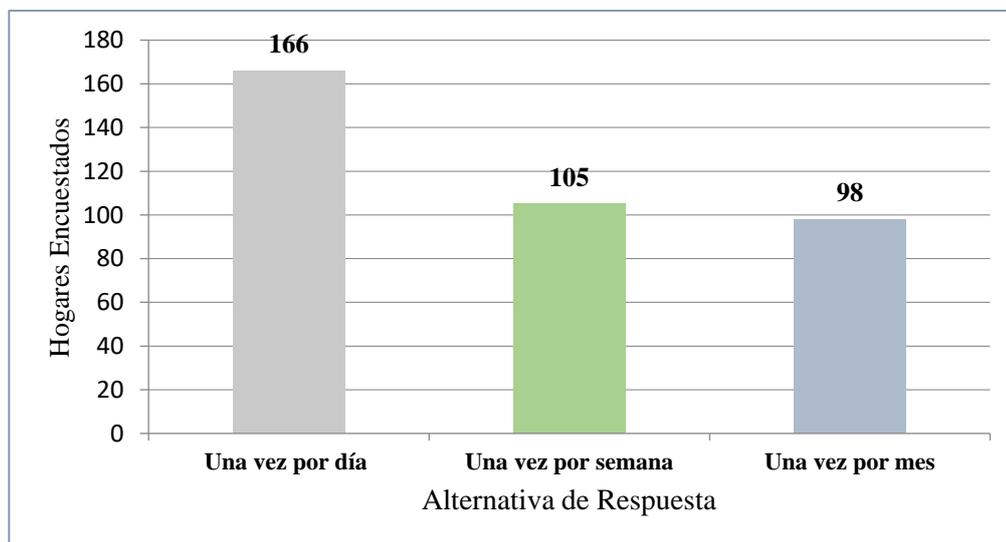
Tabla 4.¿Con qué frecuencia consume snacks?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Una vez por día	176	45,24 %
Una vez por semana	110	28,28 %
Una vez por mes	103	26,48 %
Total	389	100,00%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Gráfico 3.¿Con qué frecuencia consume snacks?



Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de resultados

Se encuentra que los snacks se consumen mayoritariamente una vez al día, las familias suelen consumirlos en el desayuno. Hay otros hogares que consumen una vez a la semana. Hay consumidores ocasionales en porcentajes menores.

4.- ¿Número de snacks que usted adquiere por semana?

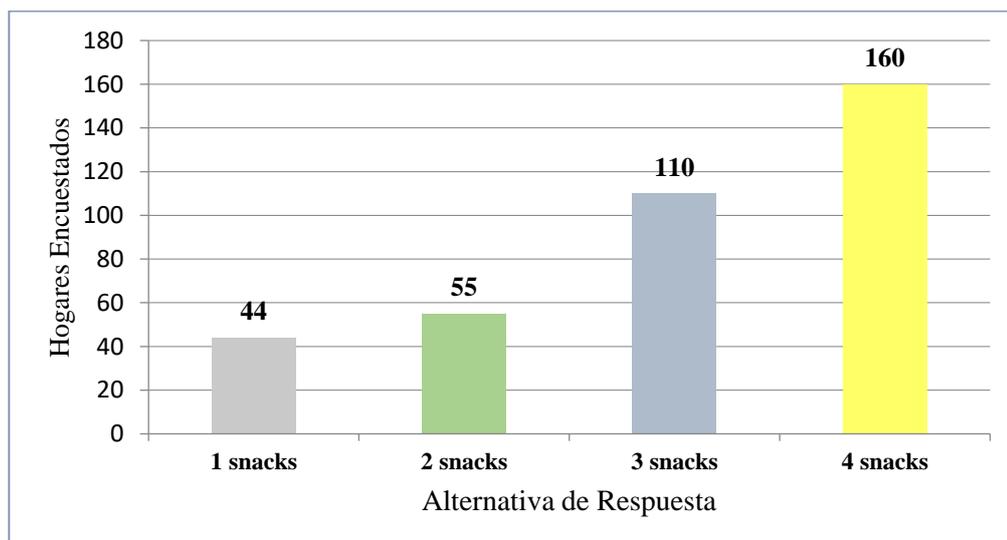
Tabla 5. ¿Número de snacks que usted adquiere por semana?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
1 snacks	49	12,60 %
2 snacks	60	15,42 %
3 snacks	115	29,56 %
4 snacks	165	42,42 %
Total	389	100,00%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Gráfico 4. ¿Número de snacks que usted adquiere por semana?



Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de Resultados

El 42% de los hogares encuestados afirma que compra 4 o incluso más snacks a la semana. Está directamente relacionado con las respuestas a la pregunta número 3, que muestra que la mayor proporción consumo de snacks es diaria.

5.- ¿Qué tipo de snacks usted consume?

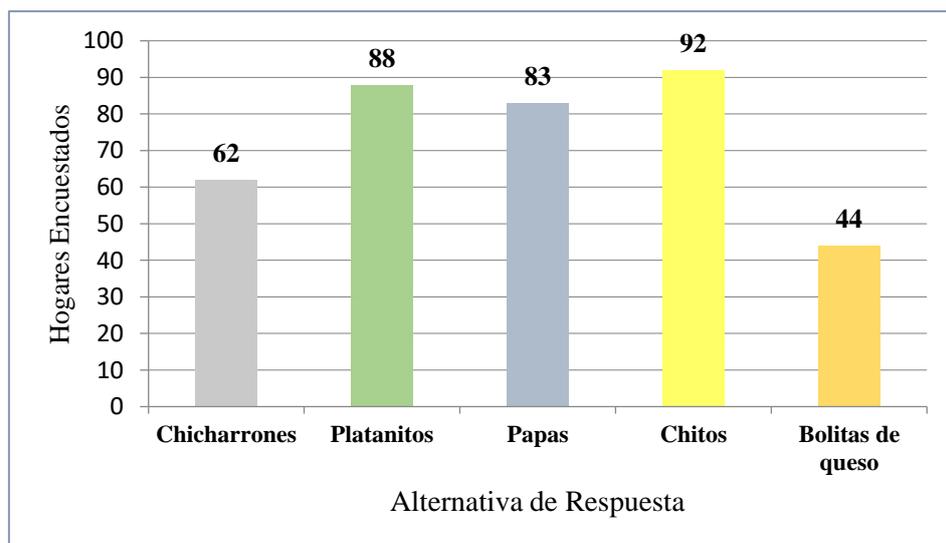
Tabla 6. ¿Qué tipo de snacks usted consume?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Chicharrones	67	17,22 %
Platanitos	93	23,91 %
Papas	88	21,34 %
Chitos	97	24,94 %
Bolitas de queso	49	11,31 %
Total	389	100,00%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Gráfico 5. ¿Qué tipo de snacks usted consume?



Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de resultados

Se ve que el consumo de snacks entre los pobladores de la ciudad de Guaranda es preferentemente chitos, platanitos y papas. De estos tres grupos, hay un mayor porcentaje de demanda.

6. ¿Los snacks que usted consume son naturales?

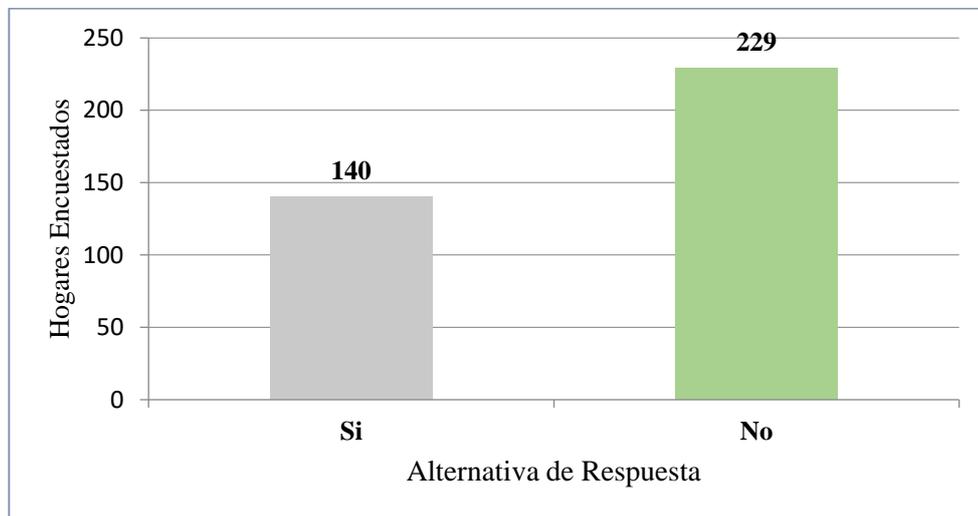
Tabla 7. ¿Los snacks que usted consume son naturales?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Si	140	35,99%
No	249	64,01%
Total	389	100,00%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Gráfico 6. ¿Los snacks que usted consume son naturales?



Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de Resultados

La mayoría de los consumidores declara no consumir snacks naturales, ya que existen pequeñas cantidades de este tipo de productos en el propio mercado, lo que impide cubrir totalmente la demanda de snacks naturales.

7. ¿Qué tipo de fruta preferiría como snacks?

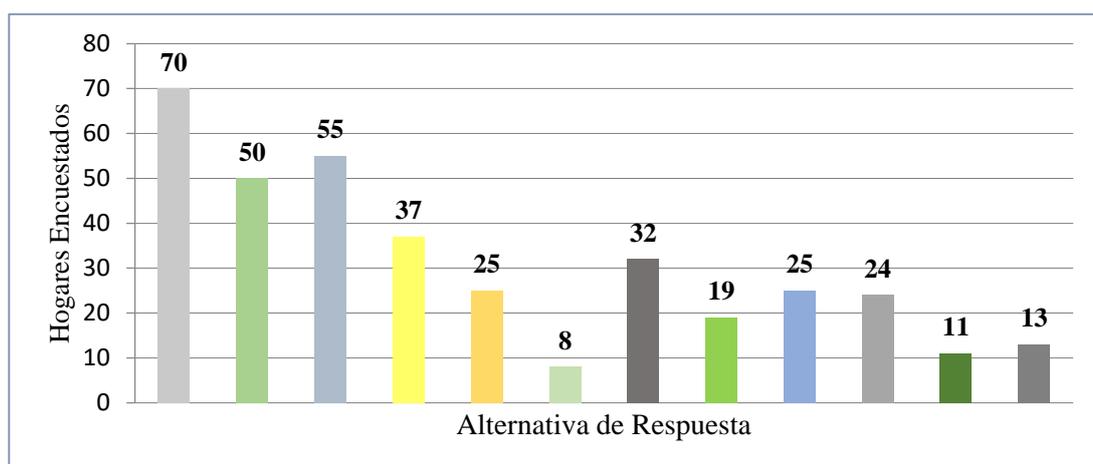
Tabla 8. ¿Qué tipo de fruta preferiría como snacks?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Fresa	70	17,99 %
Uvilla	50	12,85 %
Babaco	55	14,14 %
Tomate	37	9,5 %
manzana	45	11,57 %
Kiwi	8	2,06 %
Durazno	32	8,23 %
Papaya	19	4,88 %
Melón	25	6,43 %
Banana	24	6,17 %
Piña	11	2,83 %
Cereza	13	3,34 %
Total	389	100,00%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Gráfico 7. ¿Qué tipo de fruta preferiría como snacks?



Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de Resultados

La población consultada manifiesta que prefiere consumir snacks de frutas como manzana, pera y piña, dato importante para nuestro proyecto y para fortalecer la producción de snacks preferentemente a partir de estas frutas.

8.- ¿Qué tipo de presentación de snacks preferiría usted?

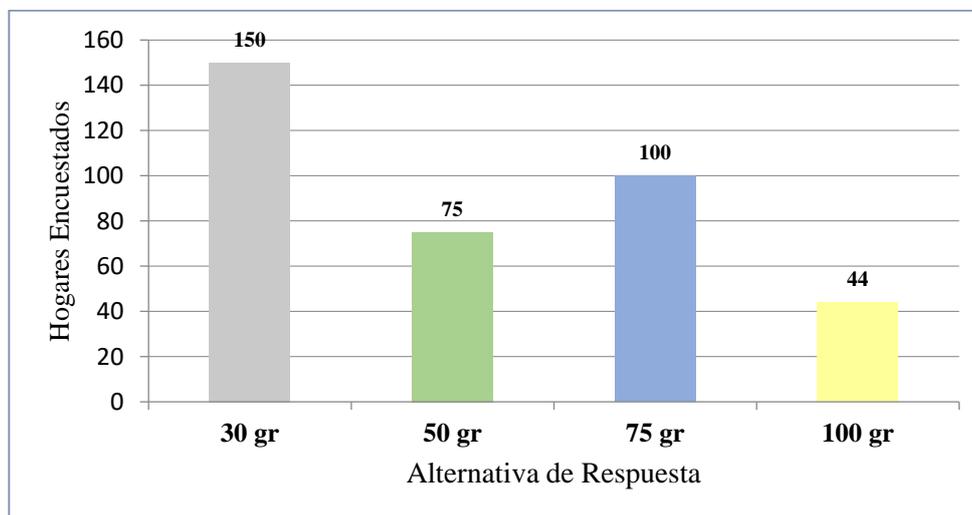
Tabla 9. Presentación de snacks preferiría usted.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
30 gr	15	39.85%
50 gr	80	20.57%
75 gr	105	26.99%
100 gr	49	12.59%
Total	389	100,00%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta.

Gráfico 8. Presentación de snacks preferiría usted.



Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de resultados

Según la investigación realizada, los encuestados consumen una mayor proporción de snacks con menor gramo ya que esto afecta el costo del producto y la facilidad de adquisición.

9. ¿Dónde prefiere usted comprar los snacks?

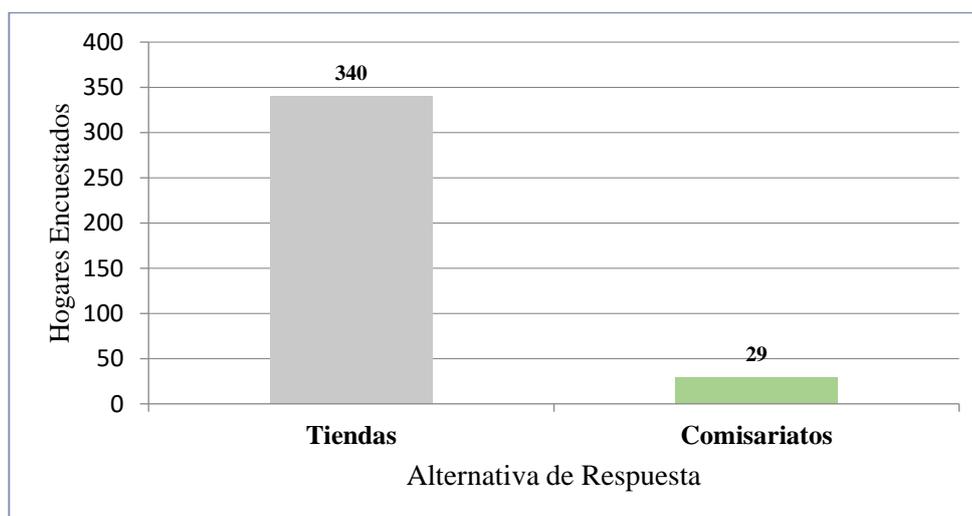
Tabla 10. ¿Dónde prefiere usted comprar los snacks?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Tiendas	340	87.40%
Comisariatos	49	12.60%
Total	389	100,00%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta.

Gráfico 9. ¿Dónde prefiere usted comprar los snacks?



Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de resultados

Los encuestados dicen que compran bocadillos en las tiendas porque, debido a su proximidad a su hogar y compran a la hora que desean.

10. ¿Cómo califica el producto que usted adquiere?

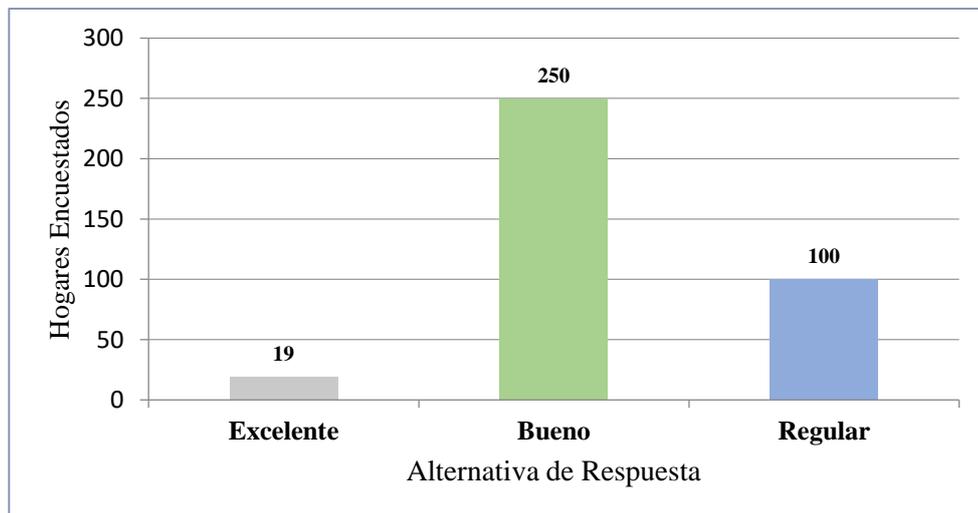
Tabla 11. ¿Cómo califica el producto que usted adquiere?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Excelente	19	4.88%
Bueno	270	69.41%
Regular	100	25.71%
Total	369	100,00%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta.

Gráfico 10. ¿Cómo califica el producto que usted adquiere?



Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de resultados

Según la encuesta que se ha realizado, hemos establecido que los consumidores califican los snacks como un producto de calidad media.

11. ¿En qué temporada usted demanda mayor consumo de snacks?

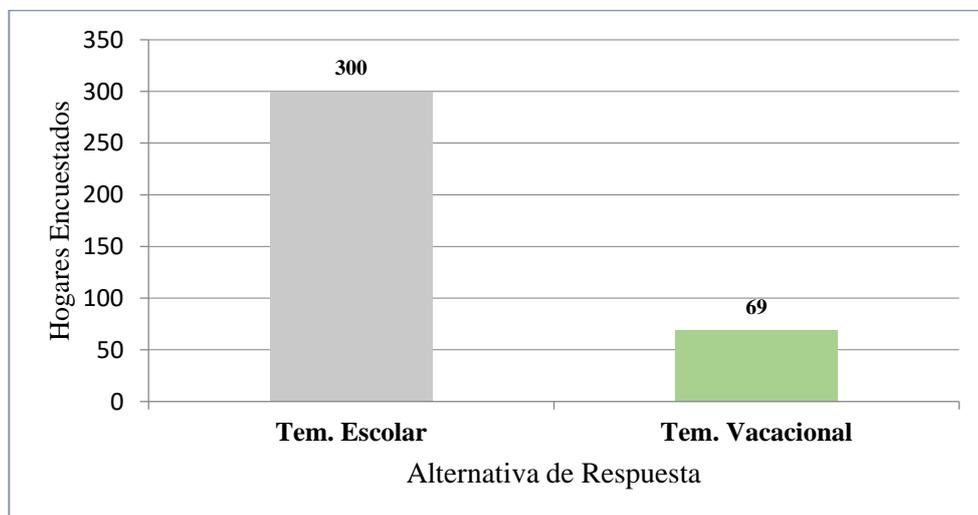
Tabla 12. ¿En qué temporada usted demanda mayor consumo de snacks?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Temporada escolar	300	77.12%
Temporada vacacional	89	22.88%
Total	389	100,00%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta.

Gráfico 11. ¿En qué temporada usted demanda mayor consumo de snacks?



Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de resultados

Las investigaciones muestran que los consumidores de bocadillos son más adquiridos durante la temporada escolar que durante la temporada alta, ya que los padres envían algún tipo de bocadillo en las loncheras de sus hijos.

12. ¿Usted consumiría snacks de origen natural elaborados en la Ciudad de Guaranda?

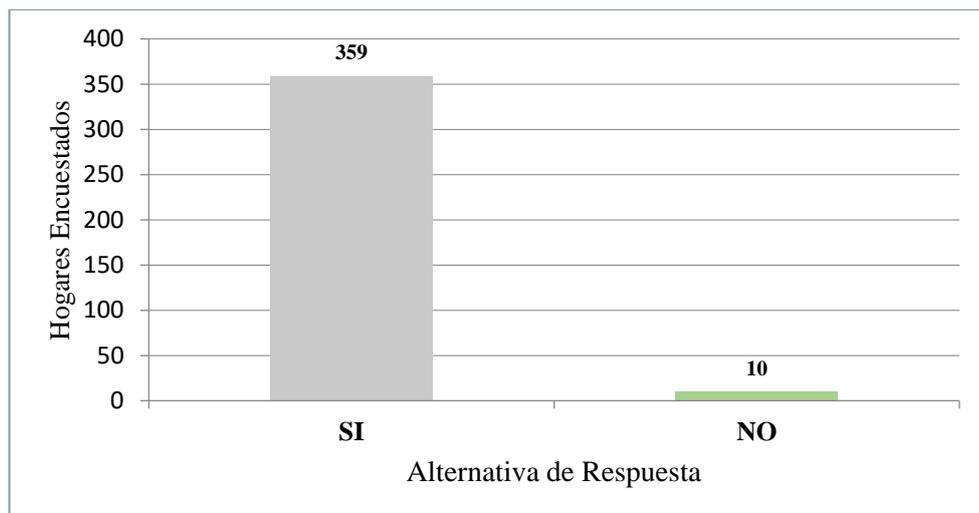
Tabla 13. ¿Usted consumiría snacks de origen natural elaborados en la Ciudad de Guaranda?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
SI	379	97.43%
NO	10	2.57%
Total	369	100,00%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta.

Gráfico 12. ¿Usted consumiría snacks de origen natural elaborados en la Ciudad de Guaranda?



Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de resultados

Cuando se les preguntó si consumirían snacks de frutas de origen natural y elaborados en Guaranda, tuvimos un excelente nivel de aceptación.

13. ¿Los snacks que usted consume son elaborados en?

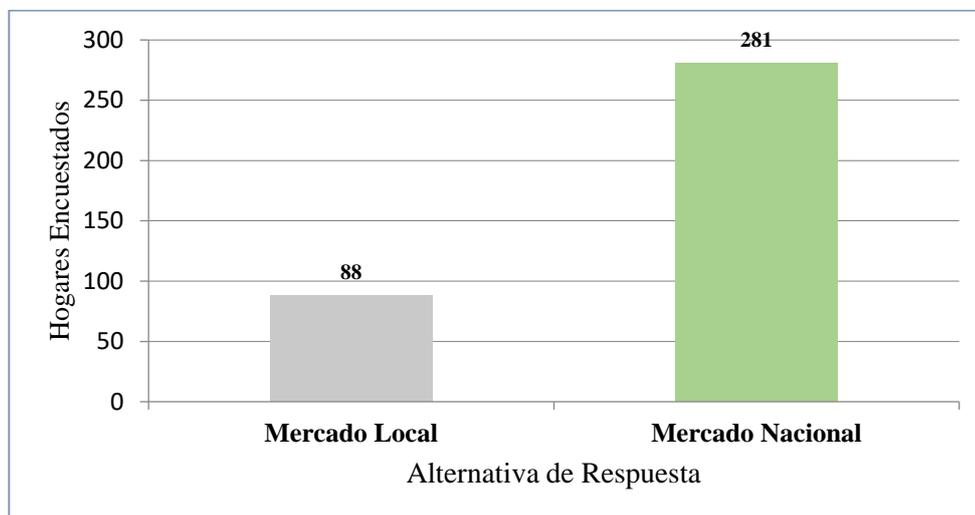
Tabla 14. ¿Los snacks que usted consume son elaborados en?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Mercado Local	108	27.76 %
Mercado Nacional	281	76.24 %
Total	389	100,00%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta.

Gráfico 13. ¿Los snacks que usted consume son elaborados en?



Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de resultados

Con este resultado se encontró que el consumo de botanas se realiza a partir de los producidos en el mercado nacional en un mayor porcentaje, es decir, producidos fuera de la ciudad de Guaranda, el consumo del mercado local se realiza a partir de los snacks producidos en Salinas es un menor porcentaje.

CAPITULO V

PROPUESTA

ESTUDIO DE MERCADO

DEFINICIÓN DE PRODUCTO

La propuesta de snacks de frutas deshidratadas es algo completamente nuevo en nuestro país. Son productos especiales para personas que buscan una alternativa de alimentación saludable que conserve todos sus nutrientes naturales y estén llenos de aroma, sabor y color.

La liofilización o deshidratación es el método más importante para preservar las propiedades originales de los alimentos, tanto nutricionales como sensoriales. Este método, utilizado por los incas y los vikingos hace cientos de años, es utilizado actualmente por la NASA en misiones espaciales para obtener alimentos de los astronautas.

Liofilización o deshidratación

La deshidratación ha sido desde siempre el mejor sistema de conservar los alimentos: se trata de extraer solamente el agua, mediante calor suave que no altera los nutrientes.

Como resultado de este proceso, al no haber agua disponible, los procesos que habitualmente deterioran la calidad de los alimentos (básicamente procesos bacterianos y enzimáticos) no pueden llevarse a cabo, y en consecuencia dicha calidad se mantiene mientras permanezcan esas condiciones. Contando con un envase apropiado, la vida útil puede alcanzar varios años.

Es importante destacar que en ninguna etapa de este proceso es necesario el agregado de aditivos a diferencia de otros procesos de deshidratado en los que se requiere el agregado de sulfitos y conservantes.

La liofilización, en definitiva, ofrece numerosas ventajas por sobre otros métodos de conservación, siendo las principales:

- ✓ Alta conservación de nutrientes.
- ✓ Mantenimiento de las propiedades sensoriales
- ✓ Larga vida útil a temperatura ambiente.
- ✓ Fácil manipulación y transporte

ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y PROYECCIONES

En nuestro país, la demanda de productos naturales se ha incrementado especialmente con el crecimiento del número de habitantes. En el caso concreto de los snacks de frutas deshidratadas, este se ha visto incrementado por otros factores como: precio, sabor, valor nutricional, preferencia frente a otros snacks por considerarse un tipo de snack más saludable, etc.

Estos factores inciden en la alta demanda y repercuten en una mayor oferta del producto, lo que ha creado un mercado muy competitivo para la comercialización del producto.

Teniendo en cuenta la amplia gama de marcas de snacks que se comercializan en el mercado, el consumidor es cada vez más exigente, por lo que los procesos productivos deben ser más eficientes, con tecnología avanzada, para obtener un producto de calidad que cumpla con las expectativas del cliente y del mercado.

El proyecto consideró a los pobladores del cantón de Guaranda que están en necesidad de productos alimenticios y que serán fuente de salud, por lo que en la demanda actual, el producto que se ofrecerá es: snacks con frutas deshidratadas;

Por tanto, de acuerdo con la investigación de campo realizada y una vez tabuladas las encuestas, se obtuvo la demanda actual y el mercado objetivo a partir del porcentaje promedio de respuestas a las preguntas de la encuesta que aparecen en el capítulo anterior, de la siguiente manera:

Pobladores locales

Pregunta N-º 1 **¿Es usted consumidor de algún tipo de snacks?** Si 94.85%

Pregunta N-º 6 **¿Los snacks que usted consume son naturales?** Si 37.94%

Pregunta N-º 12.- **¿Usted consumiría snacks de origen natural elaborados en la Ciudad de Guaranda?** Si 97.29 %

TOTAL 230.08 %

PROMEDIO 76,69 %

ESTUDIO DE LA DEMANDA

Tabla 15. Estudio de mercado

POBLACIÓN EN ESTUDIO	% PROMEDIO	MERCADO META
14.758	76,69 %	11.229
TOTAL		11.229

Elaborado: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta.

De la población de estudio, 14,758 hogares posibles y demandantes locales de snacks de frutas deshidratadas, se concluye de acuerdo a las preguntas n º 1, 6 y 12 en las que se refieren a quienes consumen snacks de frutas, cómo evalúan el snack a las frutas deshidratadas. que consumen tanto en tiendas como en comisarías y si te ofrecían bocadillos de frutas hechos en la ciudad de Guaranda, los comprabas; la suma de las respuestas da un total de 228.27%, que al dividir por 3 nos da un promedio de 76.09%. Este resultado se multiplica por los 14.758 posibles candidatos y el resultado es que 11.229 hogares constituyen el mercado objetivo.

A partir del mercado objetivo, determinamos la frecuencia o las veces que compra bocadillos, por lo que dependiendo de la pregunta y la Tabla # 3, tendríamos los siguientes resultados, como este:

OPCIÓN	PORCENTAJE	NÚMERO
Diario	45%	5053
Cada Semana	28%	3144
Cada Quince Días	27%	3032
TOTAL	100%	11,229

Elaborado: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta.

Según la tabla anterior, el mercado objetivo tiene una participación, de una vez a más de 5 veces al mes, por lo que es necesario cuantificarla y realizar la siguiente conversión a semana, así:

OPCIÓN	NÚMERO	CONSUMO ANUAL
Diario a Semana	5053	60636
Cada Semana	3144	37728
Cada Quince Días a Semana	3032	36384
TOTAL	11,229	134,748

Elaborado: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta.

Para determinar cuántas unidades de snacks compra por semana, esto se aplica a estos resultados de acuerdo con los resultados de la pregunta N ° 4

OPCIÓN	PORCENTAJE	NUMERO
1 snacks	13 %	17,517
2 snacks	15 %	20,212
3 snacks	30 %	40,425
Más de 4	42 %	56,594
TOTAL	100%	134,748

Elaborado: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta.

Snacks que se adquieren a la semana, mes y año.

OPCIÓN	NÚMERO
1 snacks	17,517
2 snacks	40,425
3 snacks	121,275
Más de 4	226,376
TOTAL	405,593

Elaborado: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta.

Snacks que se adquieren al mes y año.

CONSUMO	NÚMERO
SEMANA	405,593
MES	1622,372
AÑO	19,468,464

Elaborado: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta.

De acuerdo con los cálculos y la tabla anterior, a la semana la población local del corregimiento de Guaranda solicita 3 botanas, al mes hay 1,622,372 y al año 19,468,464 botanas, estos resultados se obtienen al determinar la participación en

el mercado objetivo y su relación con la opción. de frecuencia y número de refrigerios necesarios por semana, logrando los resultados descritos.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para calcular la demanda futura, aplicamos la fórmula del monto cuyo porcentaje de crecimiento es de 1.44% anual, utilizada cuando el crecimiento de la población está directamente relacionado con el aumento de la demanda, como se especifica a continuación: (datos del gobierno central y tomados del INEC), así:

$$DF = DA(1 + i)^n$$

Tabla 16. Fórmulas

DF =	Demanda Futura
DA =	Demanda Actual
1 =	Constante
i =	% de crecimiento poblacional (1,44%)
n =	# de años

En el siguiente cuadro se proyecta la Demanda, así:

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Tabla 17. Proyección de la demanda

N.º	AÑOS	FORMULA	DEMANDA FUTURA
0	2020	$DF = 19,468,464(1 + 0,0144)^0$	19468424
1	2021	$DF = 19,468,464(1 + 0,0144)^1$	19748810
2	2022	$DF = 19,468,464(1 + 0,0144)^2$	20033193
3	2023	$DF = 19,468,464(1 + 0,0144)^3$	20321671
4	2024	$DF = 19,468,464(1 + 0,0144)^4$	20614303
5	2025	$DF = 19,468,464(1 + 0,0144)^5$	20911149

Fuente: Encuesta.

Autor: Laura Targelia Cujilema Cují

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y PROYECCIONES

En cuanto a la oferta de snacks de frutos deshidratadas en la ciudad de Guaranda, comercializados por determinadas tiendas y comisarías locales, según los resultados de las preguntas 10 y 13.

Pregunta No 10 ¿Cómo califica el producto que usted adquiere?

Excelente	5%	}	74%
Bueno	69 %		
Regular	26 %		

Pregunta No 13. Los snacks que usted consume son elaborados en:

Mercado Local	28%	
Mercado nacional	72%	72%

TOTAL **146 %**
PROMEDIO **73%**

Para determinar la Oferta Actual consideramos las respuestas a ambas preguntas, se considera el número 10 porque califica el grado de satisfacción que reciben los consumidores por el producto, mientras que el número 13 se considera para reemplazar los snacks consumidos en la ciudad de Guaranda producidos en el mercado nacional. para aplicar este porcentaje a la Demanda Actual, obtenemos:

ESTUDIO DE LA OFERTA ACTUAL

Tabla 18. Estudio de la oferta actual

CONCEPTO	PORCENTAJE	OFERTA
Porcentajes	73 %	14,211,950

Bajo la misma referencia establecida para la demanda futura, la oferta crece en la medida que crece la población, por lo que la oferta debe satisfacer las necesidades del consumidor; la fórmula de cálculo es:

$$OF = OA(1 + i)^n$$

Tabla 19. Fórmula

OF =	Oferta Futura
OA =	Oferta Actual
1 =	Constante
i =	% de crecimiento poblacional (1,44%)
n =	# de años

En el siguiente cuadro se proyecta la Oferta, así:

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Tabla 20. Proyección de la oferta

N.º	AÑOS	FORMULA	DEMANDA FUTURA
0	2020	$OF = 14,211,950(1 + 0,0144)^0$	14211950
1	2021	$OF = 14,211,950(1 + 0,0144)^1$	14416602
2	2022	$OF = 14,211,950(1 + 0,0144)^2$	14624201
3	2023	$OF = 14,211,950(1 + 0,0144)^3$	14834790
4	2024	$OF = 14,211,950(1 + 0,0144)^4$	15048411
5	2025	$OF = 14,211,950(1 + 0,0144)^5$	15265108

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cují.

Fuente: Encuesta

ANÁLISIS DE PRECIOS

En la ciudad de Guaranda, especialmente en las tiendas y comisariatos, los precios de snacks que se comercializan varían de acuerdo a su presentación, de la siguiente manera:

Tabla 21. Análisis de Precios

OPCIÓN	PRECIO MÍNIMO	PRECIO MÁXIMO
30 gramos	0,15	0,25
50 gramos	0,25	0,35
75 gramos	0,35	0,45
100 gramos	0,50	0,60

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Fuente: Encuesta

ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

La propiedad del producto debe transferirse de alguna manera del individuo u organización que lo fabrica al consumidor que lo necesita y lo compra.

La comercialización es la actividad que nos permite llegar al consumidor con nuestro producto con los beneficios del tiempo y el lugar. Se establecen actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final, las cuales pueden generar costos para el proyecto.

Canales de distribución

Una vez finalizado el proceso de producción, los snacks se venden, yendo inmediatamente al mercado. Para ello debemos tener planificado cuáles serán los puntos de distribución, qué canal vamos a utilizar según las necesidades de la empresa.



Canal Indirecto

El producto para la distribución del producto es: productor - minorista - consumidor porque no hay necesidad de utilizar mayoristas porque el producto se desarrollará en el mismo lugar donde se encuentra nuestro mercado.

De esta forma, elaboramos también publicidad por medios de comunicación: Radio y prensa, que estimula el consumo de snacks de fruta a un menos tiempo posicione nuestro al mercado, de esta forma con tiempo garantizamos fidelidad de los clientes y vencemos la participación en el mercado.

Estrategias de comercialización

Esta estrategia es importante porque para la comercialización de snacks se utilizarán fundas Tetrapak, con representaciones graficas de frutas y colores atractivos para el cliente.

Estrategias de producto

Esta estrategia es importante porque las tapas de Tetrapak se utilizarán para la venta de snacks, con representaciones gráficas de frutas y colores atractivos para el cliente.

La estrategia de producto es una de las más importantes en la mezcla de marketing, ya que estos productos fallarían si no satisfacen los deseos y necesidades de los consumidores.

Por lo tanto, nuestro producto debe cumplir con los estándares establecidos por el Ministerio de Salud, uno de los cuales es el Estándar de Buenas Prácticas de Manufactura y los exámenes periódicos de calidad que realiza el Instituto Nacional de Higiene Izquiate Pérez.

Es decir que nuestro producto debe presentar buenas condiciones de consumo, respondiendo el valor nutricional de la fruta y satisfaciendo las necesidades del cliente.

Estrategias de precio

Para establecer la estrategia de precios, debemos aprender la preferencia del comprador y las razones para comprar el producto, como se ejemplar en los resultados de la pregunta número 2 de la encuesta, ellos afirman que compran el

producto a un precio asequible, por lo que estableceremos un precio más bajo. que la competencia durante la fase de introducción del producto en el mercado, considerando los costos inmersos y la utilidad marginal a obtener para la continuidad de la empresa.

Estrategias de promoción

La promoción es un mecanismo que permite implantar en la mente de las clientelas el producto, usando herramientas de publicidad, promociones, relaciones públicas y fuerzas de comercialización, dando como resultado atractividad e incremento de la demanda del producto en el mercado.

Una estrategia de promoción considerada es incrementar un 20% del contenido del producto y por el mismo precio.

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La capacidad de producción de la empresa se determina en el siguiente diagrama, el cual estipula la cantidad de materia prima necesaria para cada uno de los procesos, el tiempo que cada uno necesita para deshidratarse y los envases de 30 gr al final del proceso, dando como resultado, la siguiente capacidad de producción con la máquina actual y la mano de obra actual de la empresa que se ofrecerá al consumidor guarandeño en sus diferentes promociones, según se indica en las encuestas, son preferentemente fresa, uvilla, tomate y babaco; Por tanto, es ideal para hacer un mix con este conjunto de frutas.

Tabla 22. Capacidad de producción

SNACK FRUIT LOVE								
N°	CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL	PRODUCCIÓN		
						DIA	SEMANA	MES
						120	600	2400
1	FRESA	LIBRAS	1	0,16	\$ 0,16	\$ 19,20	\$ 96,00	\$ 384,00
2	UVILLA	LIBRAS	1	0,14	\$ 0,14	\$ 16,80	\$ 84,00	\$ 336,00
3	TOMATE	LIBRAS	1	0,18	\$ 0,18	\$ 3,46	\$ 108,00	\$ 432,00
4	BABACO	LIBRAS	1	0,16	\$ 0,16	\$ 19,20	\$ 96,00	\$ 384,00
TOTAL					\$ 0,64	\$ 76,80	\$ 384,00	\$ 1.536,00

ESTUDIO TÉCNICO

TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto será la capacidad instalada que se haya determinado para el proyecto, por lo que esto también se hace de acuerdo a la población que está en constante crecimiento, por lo que habrá un mercado a satisfacer, porque es un producto nutritivo que se utiliza. alimento para todos los consumidores.

Al investigar la oferta y la demanda, se determina que hay una demanda insatisfecha de 19,468,424 snacks para el primer año. Para lo cual se llevará a cabo un plan de producción para tratar de cubrir parte de la demanda que existe en la ciudad de Guaranda.

Por ello, se establece que nuestra fábrica constará de un espacio de 220 m2. e infraestructuras de las mismas dimensiones, divididas en plantas superior e inferior, aptas para la realización de las siguientes actividades:

- ✓ Recepción
- ✓ Selección
- ✓ Deshidratado
- ✓ Empaquetado
- ✓ Almacenado

- ✓ Comercialización

El mismo que contara con un espacio para carga de los productos terminados y descarga de la materia prima.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Nuestro proyecto se llevará a cabo en la ciudad de Guaranda, ubicada en el corazón del país, al pie del nevado Chimborazo. Guaranda también es conocida como la “Ciudad de las Siete Colinas” porque está rodeada por las siguientes elevaciones: Cruz loma, Loma de Guaranda, San Jacinto, San Bartolo, Talalac, Tillac y Calvario y “Ciudad de los eternos carnavales”.

Es atravesado por los ríos Salinas e Illangama (o Guaranda), desde su confluencia, al sur de la ciudad se forma el río Chimbo.

En la ciudad se comercializan los productos de la región como: frutas tropicales, panela, aguardiente más conocido con el nombre de "Pájaro Azul", lana, productos lácteos y tejidos. La lana de fibras naturales, los productos lácteos y los tejidos artesanales son producidos por microempresas.

Para la elección del sitio donde se ubicará la planta de deshidratación se tomaron en cuenta los siguientes elementos:

- ✓ Acceso a buenas vías de comunicación
- ✓ Disponibilidad de servicios básicos
- ✓ Alejado de botaderos de basura
- ✓ Clima seco no húmedo
- ✓ Un lugar protegido de contaminación
- ✓ El terreno preferiblemente plano, no inundable.
- ✓ Disponibilidad de infraestructura
- ✓ Cercanía al mercado

- ✓ Fácil transportación

Por ello, teniendo en cuenta que las características de riqueza natural y diversidad climática han hecho de nuestro país una zona con gran potencial productivo, dando lugar a la próspera actividad de la facilidad de recolección de materia prima para los productos deshidratados. Dentro de esta diversidad, la provincia de Bolívar cuenta con una serie de factores climáticos favorables a la producción y adquisición de la materia prima.

MACRO LOCALIZACIÓN

UBICACIÓN GEORREFERENCIAL

El proyecto estará ubicado en la provincia Bolívar, ciudad de Guaranda cuyo clima es de 16° C de promedio.

MICRO LOCALIZACIÓN

La micro localización se basa en diversos componentes que intervienen en el progreso del negocio, no ha sido una labor fácil debido a que en el sector existe poca oferta de locales idóneos para este tipo de actividad, pero en medio de una búsqueda exhaustiva se logró encontrar un local con todas las características que afirman la comodidad de las operaciones y por ende la comodidad del negocio.

MISIÓN

Producir y comercializar el snack natural, enfocado a la necesidad de una alimentación sana y saludable para los consumidores.

VISIÓN

Seremos una compañía posicionada y altamente reconocida, líder en la producción y comercialización de snack de frutas deshidratadas siempre generando valor para nuestra gente.

VALORES CORPORATIVOS

Son normas de conducta que asume la empresa para su habitual funcionamiento como, por ejemplo: costumbres, pensamientos comportamientos. Actitudes. Estos valores pueden convertirse en una ventaja competitiva para el desarrollo de la empresa.

La empresa Nutrí Snack Love, mantiene los siguientes valores.

Respeto: a los clientes internos y externo de la empresa principalmente en las políticas y reglas y funciones establecido para cada empleado, para mantener un entorno saludable.

Fidelidad: los empleados no deben divulgar los procesos internos de la empresa u otros detalles de la misma.

Puntualidad: Cumplir con los horarios establecidos para todos los miembros de la organización ya sea en el ingreso y en el desarrollo del trabajo.

Responsabilidad: Ejecutar las actividades diarias de cada empleado de manera correcta y así cumplir los objetivos de la empresa.

Trabajo en equipo: colaborar con los departamentos que necesiten ayuda, para el cumplimiento de objetivos y metas.

Comunicación: Mantener una comunicación en todas las áreas de la empresa.

INGENIERÍA O PROCESO PRODUCTIVO

El proceso de producción es lo más importante, porque de eso depende nuestro éxito como productores de snacks de frutas deshidratadas, por lo que describiremos paso a paso las actividades que se llevarán a cabo.

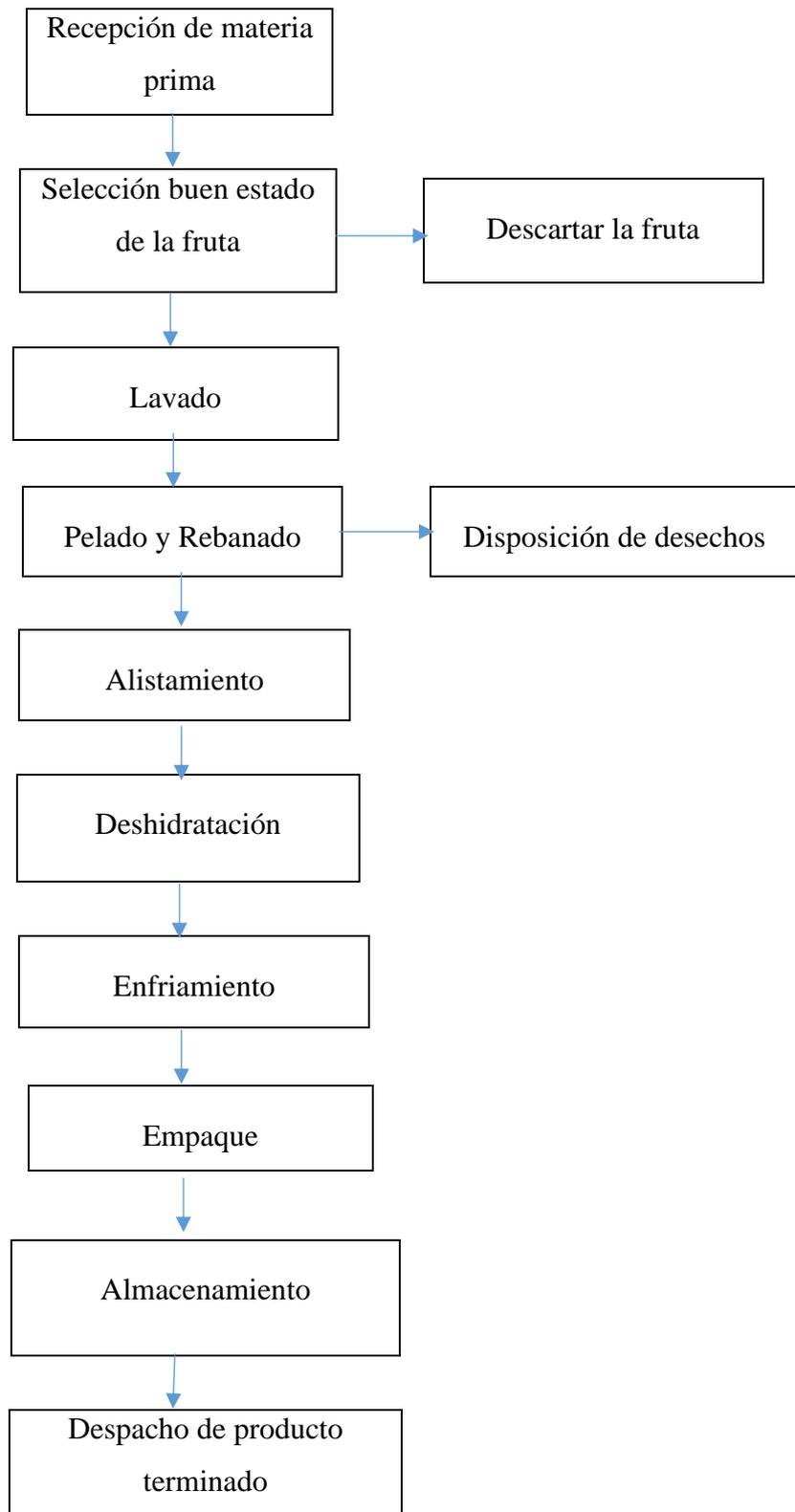
- ✓ Pesado
- ✓ Lavado
- ✓ Escurredo y selección
- ✓ Mondado y seleccionado
- ✓ Cocción
- ✓ Filtración

- ✓ Prensado de sólidos
- ✓ Esterilización de envases
- ✓ Concentración
- ✓ Sellado de envases
- ✓ Esterilización
- ✓ Etiquetado y empaçado

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución se refiere a la planta y su distribución física dentro del local, buscando siempre optimizar el espacio. Las partes de la producción deben estar bien ubicadas para que en los diferentes procesos existentes no haya inconvenientes y, por el contrario, para poder enviar de forma rápida e ideal.

A aplicando las normas existentes los snacks a los consumidores.



DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Selección. En esta operación se recibe la materia prima, se realiza una revisión, se seleccionan los frutos aptos para el proceso y se rechazan los que presentan alguna inconsistencia por golpes, una etapa de maduración inadecuada o que se ven afectados por una plaga.

Está realizado sobre una mesa de clasificación de acero inoxidable.

Lavado. En esta etapa del proceso, la fruta seleccionada se sumerge en un tanque de acero inoxidable en el que se utiliza agua pura mezclada con un desinfectante en muy pequeñas dosis (hipoclorito de sodio).

En este paso se eliminan los residuos del suelo, el polvo, los residuos químicos, los insectos y otros del cultivo.

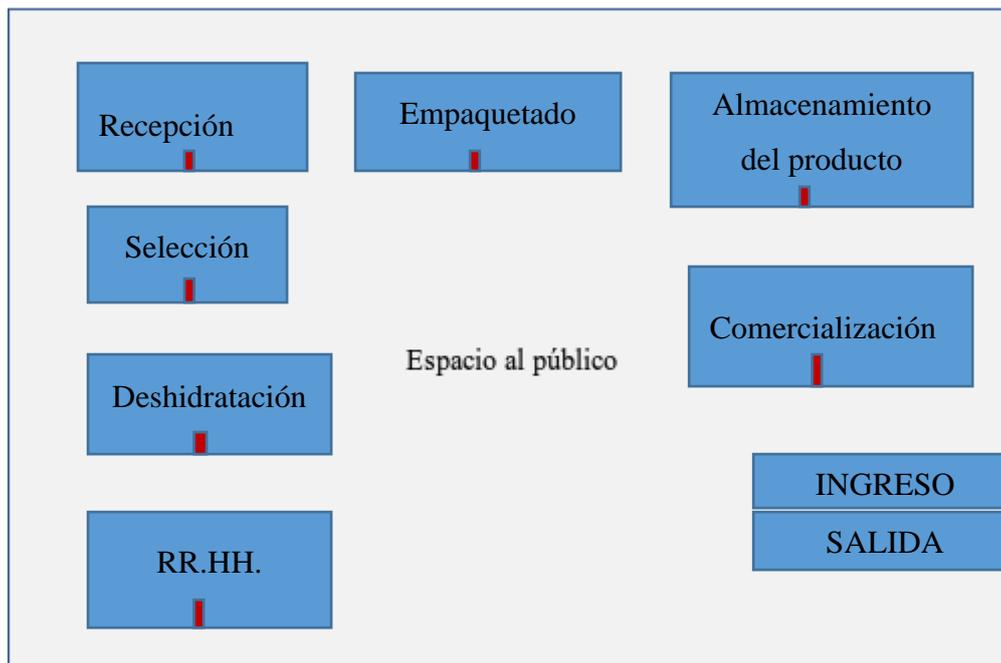
Tarda unos 10 minutos.

Pelado, cortado en rodajas y listo. En esta operación, la fruta se prepara así: se pela y se corta en rodajas, el proceso es diferente para cada fruta.

Deshidratado. Es el proceso que se realiza en el horno de deshidratación mediante el método de aire caliente; Las bandejas con lotes de 150 kg de las respectivas frutas se colocan en el horno y se inicia el proceso de deshidratación a una temperatura de 60° C durante ocho horas. Cada tipo de fruta debe secarse por separado.

Reposo del producto. Una vez deshidratado, el producto se deja reposar y enfriar a temperatura ambiente por un período de 30 minutos, seguido de su envasado.

Empaque. El embalaje debe ser de polipropileno con un espesor de 70 micras para evitar la oxidación y preservar la conservación del producto. Los 35 gramos de fruta se pesan, envasan y etiquetan en bolsas de polietileno para sabores independientes; Una vez listo el empaque por unidad, se inicia el empaque en grupos de 12 unidades de 35 gramos cada uno, luego estas docenas se colocan en cajas de 24 paquetes y finalmente se almacenan en el almacén de producto terminado. El tiempo estimado por paquete es de dos minutos



REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA

Para la ejecución del proyecto se prevé los requerimientos de la siguiente maquinaria y equipos necesarios:

- ✓ Hornos deshidratadores
- ✓ Balanza Digital
- ✓ Empacadora
- ✓ Bandejas inoxidables
- ✓ Mesas inoxidables
- ✓ Cuchillos

- ✓ Lavacaros
- ✓ Laminadoras
- ✓ Saca corazón
- ✓ Puntillas
- ✓ Entre otros

Estos se consideran de acuerdo al nivel y capacidad de producción que tiene cada uno con el fin de optimizar los equipos y no subutilizar los.

Se evaluarán:

Labor: procesar y clasificar la fruta

Cantidad de obra (metros cúbicos)

Horas de trabajo al día

Frecuencia de ciclo por hora (catálogo)

Capacidad real (%)

Tiempo perdido (%)

Capacidad de la maquinaria y personal en unidades

Días efectivos de trabajo al mes

Meses efectivos de trabajo al año

ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL

NOMBRE DE LA EMPRESA

Nutrí Snack Love es una empresa con altos estándares de calidad que ofrece un producto saludable y delicioso con un excelente servicio mediante el uso de tecnología y los mismos productos por parte del personal para lograr la satisfacción del cliente.

ACCIONISTAS

Nuestra empresa está vinculada por dos socios que velarán por su bienestar y su correcto funcionamiento ya que el capital invertido es propiedad Privado.

GIRO

La empresa Nutrí snack Love está enfocada en una vida saludable, con un momento dulce y diferente para los pobladores de la ciudad de Guaranda y sus alrededores, así también logrando un crecimiento en la economía provincial.

ESLOGAN

“Yo grito, tus gritas, todos gritamos por nutrí snack love”

LOGOTIPO

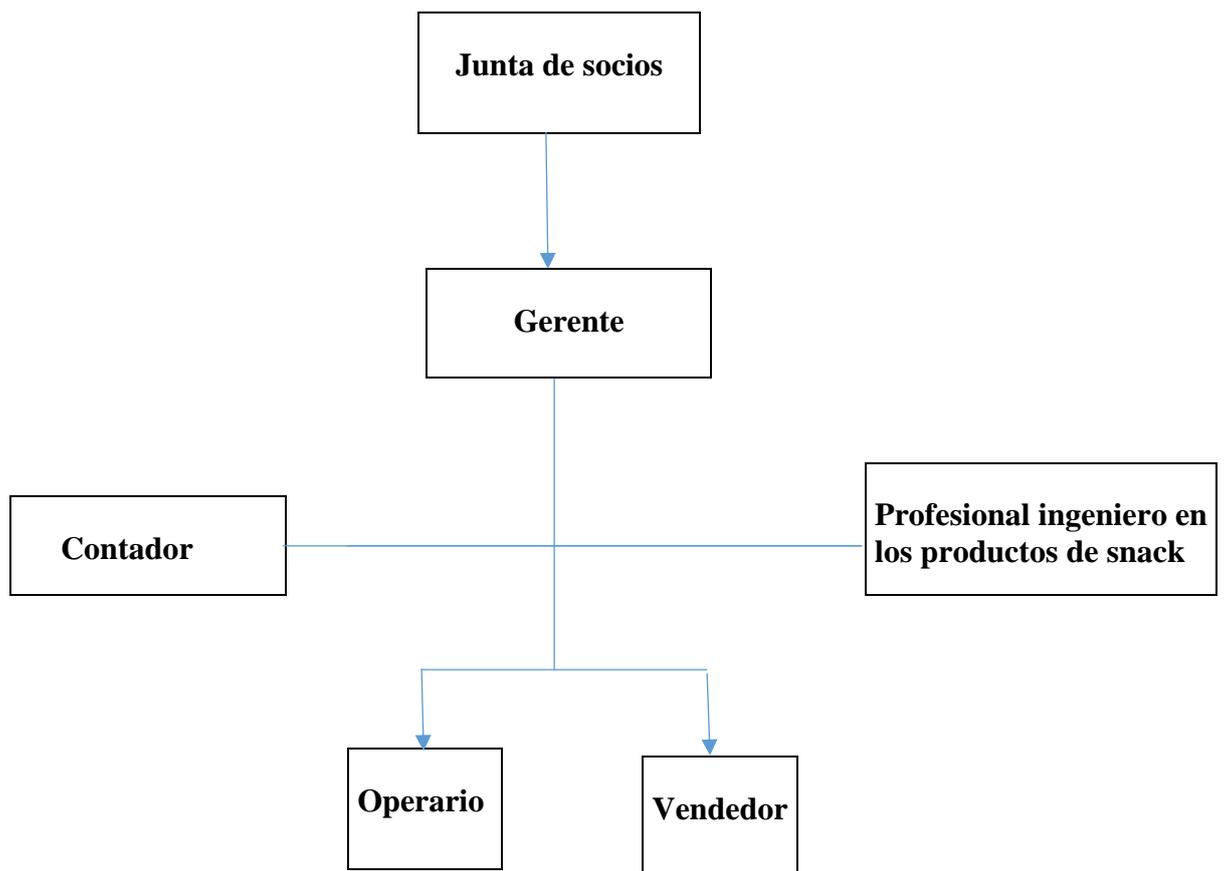


CUADRO DIRECTIVO

Tabla 23. Cuadro directivo

No	NOMBRE DEL PROPIETARIO	FUNCIÓN
	LAURA CUJILEMA	Gerente - Propietario

ORGÁNICO ESTRUCTURAL



ORGÁNICO FUNCIONAL

NIVEL EJECUTIVO

GERENTE. - El Gerente era el representante legal, sus funciones administrativas serán: planificar, organizar y dirigir planes y programas; transmitirlo a Órganos operativos y órganos auxiliares para su ejecución.

- ✓ Presentar el Plan Operativo y ejecutarlo.
- ✓ Dirigir, controlar y evaluar las actividades técnicas, administrativas, financieras y legales
- ✓ Implementar mecanismos de control interno, calidad y competitividad
- ✓ Instituir un sistema de selección técnica y formación de personal
- ✓ Elaborar y presentar, anualmente o cuando sea necesario, informes sobre actividades administrativas, económicas y financieras.
- ✓ Monitorear el correcto uso de los recursos en la empresa.
- ✓ Control de depósitos y reembolsos.
- ✓ Supervisa la preparación de la producción.

Secretaria Contadora

- ✓ Llevar la contabilidad.
- ✓ Gestionar todo el sistema contable y sus estados financieros.
- ✓ Valorar la necesidad de contratar capacitadores en distintos temas, de acuerdo a las necesidades del equipo y de los clientes.
- ✓ Genere los documentos contables necesarios para las transacciones de compra y venta.
- ✓ Mantenga actualizadas las obligaciones fiscales del empleador y de la empresa.
- ✓ Prepara informes de gestión y estados financieros.
- ✓ Gestionar y controlar los costes de la empresa.

Área Operativa

Son los responsables directos de la realización de las actividades básicas, es decir, cumplirán las órdenes dictadas por la Directiva y los órganos administrativos.

Área De Producción

Área De Venta

Las funciones de este departamento son tan variadas como los diferentes tipos de productos y servicios del mercado. No obstante, analizaremos las características más habituales en todas las empresas:

- ✓ Identificar los esfuerzos necesarios en el proceso de producción.
- ✓ Planificación de la producción
- ✓ Minimizar los costos de producción
- ✓ Innovar y mejorar
- ✓ Asegurar la calidad del producto

Área de venta

Crear informes y novedades al Gerente, de acuerdo a los requerimientos de la gestión

Área de mantenimiento

El Departamento de mantenimiento se encarga de la reposición de los elementos de trabajo de cada una de las áreas de la empresa, y realiza el mantenimiento de las instalaciones.

ESTUDIO FINANCIERO

Por este factor, es necesario establecer la cantidad de recursos necesarios para comenzar con las operaciones del proyecto además de los recursos económicos que se obtendrán a través de la venta del servicio en nuestro producto.

COSTO TOTAL

Tabla 24. Costo total

ESTRUCTURA DE COSTOS ANUAL				
	DESCRIPCIÓN	PARCIAL	REFERENCIAL	TOTAL
1	COSTO DE PRODUCCIÓN			\$ 40.130,41
	Materia Prima Directa	\$ 18.432,00	ANEXO 1	
	Mano de Obra Directa	\$ 10.572,80	ANEXO 2	
	Gastos Generales de Fabricación	\$ 448,99	ANEXO 3	
	Mano de obra indirecta	\$ 3.135,70		
	Materia Prima Indirecta	\$ 5.387,82	ANEXO 3	
	Movilización y Transporte	\$ 720,00	ANEXO 6	
	Amortización	\$ 210,00	ANEXO 7	
	Depreciación	\$ 1.223,10	ANEXO 14	
2	COSTOS DE ADMINISTRACIÓN			\$ 22.041,08
	Servicios Básicos	\$ 960,00	ANEXO 4	
	Sueldos Gerente, Secretaria y Contador	\$ 18.458,70	ANEXO 8	
	Gastos Generales	\$ 480,00	ANEXO 9	
	Útiles de Aseo	\$ 408,00	ANEXO 10	
	Útiles de Oficina	\$ 1.368,00	ANEXO 11	
	Depreciación Equipo de Oficina, computo, Muebl	\$ 366,38	ANEXO 12	
3	COSTOS DE VENTA			\$ 14.376,10
	Depreciación Equipo de Oficina, comput	\$ 860,40	ANEXO 5	
	Sueldo Vendedor	\$ 3.135,70	ANEXO 13	
	Promoción y Publicidad	\$ 7.200,00	ANEXO 15	
	Fundas Plasticas	\$ 1.680,00	ANEXO 15	
	Etiquetas	\$ 1.200,00	ANEXO 15	
	Otros Costos	\$ 300,00	ANEXO 15	
4	COSTO FINANCIERO			\$ 11.731,29
	Intereses	\$ 11.731,29		
	COSTO TOTAL	\$ 88.278,88		\$ 88.278,88

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji

El costo total que se utilizará para el proyecto es de \$ 88.278,88: de los cuales \$ 40.130,41 corresponden a costos de producción: costos de administración \$ 22.041,08: \$ 11.278,88 pertenecen a costos de financiamiento.

INVERSIÓN

Es el capital necesario para iniciar el proyecto con el fin de lograr un desempeño a futuro.

INVERSIÓN TOTAL

Tabla 25. Inversión Total

INVERSIÓN TOTAL			
RUBROS	PARCIAL	REFERENCIA	TOTAL
INVERSIÓN FIJA			\$ 21.481,90
ADECUACIONES	\$ 4.350,00	ANEXO N°17	
MAQUINARIA	\$ 7.050,00	ANEXO N°18	
EQUIPO DE PRODUCCION	\$ 20,40	ANEXO N°19	
HERRAMIENTA PARA LA PLANTA	\$ 80,00	ANEXO N°20	
MAQUINARIA	\$ 7.129,50	ANEXO N°21	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 2.300,00	ANEXO N°22	
EQUIPO DE OFICINA	\$ 52,00	ANEXO N°23	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 500,00	ANEXO N°24	
INVERSIÓN INTANGIBLE			\$ 1.300,00
Elaboracion del Py	\$ 500,00	ANEXO N°25	
Capacitacion	\$ 450,00	ANEXO N°26	
Gastos de organización	\$ 350,00	ANEXO N°27	
CAPITAL DE TRABAJO			\$ 9.992,29
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 384,00	ANEXO N°28	
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 552,85	ANEXO N°29	
GASTOS GENERALES	\$ 448,99	ANEXO N°30	
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 2.455,69	ANEXO N°31	
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.098,37	ANEXO N°32	
COSTO DE VENTAS	\$ 2.014,39	ANEXO N°33	
COSTO FINANCIERO	\$ 1.020,50	ANEXO N°46	
AMORTIZACION	\$ 17,50	ANEXO N°45	
TOTAL INVERSIÓN TOTAL	\$ 32.774,19		\$ 32.774,19

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

La inversión total requerida para iniciar el proyecto es de \$ 32,774.19 y la inversión fija es de \$ 21,841.90: la inversión intangible es de \$ 1,300.00: el capital de trabajo es de \$ 9,992.29.

FINANCIAMIENTO

Cada vez hay más formas de obtener fondos para iniciar un negocio, conocer las diferentes opciones te permitirá adoptar se adapte a las necesidades del proyecto.

(Web y Empresas, 2021)

Financiamiento por partidas

La Inversión Total de un Proyecto se puede financiar a través de Préstamos (Fuentes Externas) o con Recursos de Inversión Propios (Fuentes Internas). La estructura de financiamiento debe indicar la proporción del recurso propio de la deuda. (Servicio Profesionales en la Web , 2020)

Fuente externa

El 70% del capital faltante requerirá un préstamo bancario por un monto de \$ 23.095,55, que se pagará en su totalidad cada año.

FINANCIAMIENTO

Tabla 26. Financiamiento (Expresado en dólar)

FUENTES DE	INVERSIÓN FIJA E		CAPITAL DE		TOTAL	
	INTANGIBLE	%	TRABAJO	%		%
Aporte Propio	\$ 4.602,90	14,04%	\$ 5.075,74	15,49%	\$ 9.678,64	30%
Préstamo	\$ 18.179,00	55,47%	\$ 4.916,55	15,00%	\$23.095,55	70%
TOTAL	\$ 22.781,90	69,51%	\$ 9.992,29	30,49%	\$32.774,19	100%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Tabla 27. Inversión y Financiamiento.

INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO			
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN TOTAL		
		PROPIETARIO	PRÉSTAMO
INVERSIONES FIJAS		\$ 4.602,90	\$ 16.879,00
ADECUACIONES	\$ 4.350,00	\$ -	\$ 4.350,00
MAQUINARIA	\$ 7.050,00	\$ 1.000,00	\$ 6.050,00
EQUIPO DE PRODUCCIÓN	\$ 20,40	\$ 79,50	\$ (59,10)
HERRAMIENTA PARA LA PLANTA	\$ 80,00	\$ 255,00	\$ (175,00)
MAQUINARIA	\$ 7.129,50	\$ 1.834,40	\$ 5.295,10
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 2.300,00	\$ 1.000,00	\$ 1.300,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 52,00	\$ 34,00	\$ 18,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 500,00	\$ 400,00	\$ 100,00
INVERSIÓN INTANGIBLE		\$ -	\$ 1.300,00
Elaboración del Py	\$ 500,00	\$ -	\$ 500,00
Capacitación	\$ 450,00	\$ -	\$ 450,00
Gastos de organización	\$ 350,00	\$ -	\$ 350,00
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 5.075,74	\$ 4.916,55
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 384,00	\$ 1.000,00	\$ (616,00)
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 552,85	\$ 1.000,00	\$ (447,15)
GASTOS GENERALES	\$ 448,99	\$ 197,76	\$ 251,23
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 2.455,69	\$ -	\$ 2.455,69
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.098,37	\$ -	\$ 3.098,37
COSTO DE VENTAS	\$ 2.014,39	1836,65	\$ 177,74
COSTO FINANCIERO	\$ 1.020,50	\$ 1.020,50	\$ -
AMORTIZACIÓN	\$ 17,50	\$ 20,83	\$ (3,33)
TOTAL	\$ 32.774,19	\$ 9.678,64	\$ 23.095,55
PARTICIPACIÓN	100%	30%	70%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Según la tabla de financiamiento, del total de la inversión que incluye la inversión en activo fijo y capital de trabajo, asciende a \$ 32.774,19, de los cuales los socios aportarán con sus propios recursos \$ 9.678,64, que corresponde al 30% del total y la diferencia, esto es 23.095, US \$ 55, correspondiente al 70% del total, se obtendrá

mediante un crédito en una de las instituciones financieras de la ciudad y una línea de crédito cuya tasa de interés es del 11,23%.

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

Tabla 28. Cálculo del préstamo

CALCULO DEL PRÉSTAMO				
N° CUOTAS	CUOTA	INTERÉS	PAGO	SALDO
0				\$ 20.000,00
1	\$ 833,33	\$ 187,17	\$ 1.020,50	\$ 19.166,67
2	\$ 833,33	\$ 179,37	\$ 1.012,70	\$ 18.333,33
3	\$ 833,33	\$ 171,57	\$ 1.004,90	\$ 17.500,00
4	\$ 833,33	\$ 163,77	\$ 997,10	\$ 16.666,67
5	\$ 833,33	\$ 155,97	\$ 989,31	\$ 15.833,33
6	\$ 833,33	\$ 148,17	\$ 981,51	\$ 15.000,00
7	\$ 833,33	\$ 140,38	\$ 973,71	\$ 14.166,67
8	\$ 833,33	\$ 132,58	\$ 965,91	\$ 13.333,33
9	\$ 833,33	\$ 124,78	\$ 958,11	\$ 12.500,00
10	\$ 833,33	\$ 116,98	\$ 950,31	\$ 11.666,67
11	\$ 833,33	\$ 109,18	\$ 942,51	\$ 10.833,33
12	\$ 833,33	\$ 101,38	\$ 934,72	\$ 10.000,00
13	\$ 833,33	\$ 93,58	\$ 926,92	\$ 9.166,67
14	\$ 833,33	\$ 85,78	\$ 919,12	\$ 8.333,33
15	\$ 833,33	\$ 77,99	\$ 911,32	\$ 7.500,00
16	\$ 833,33	\$ 70,19	\$ 903,52	\$ 6.666,67
17	\$ 833,33	\$ 62,39	\$ 895,72	\$ 5.833,33
18	\$ 833,33	\$ 54,59	\$ 887,92	\$ 5.000,00
19	\$ 833,33	\$ 46,79	\$ 880,13	\$ 4.166,67
20	\$ 833,33	\$ 38,99	\$ 872,33	\$ 3.333,33
21	\$ 833,33	\$ 31,19	\$ 864,53	\$ 2.500,00
22	\$ 833,33	\$ 23,40	\$ 856,73	\$ 1.666,67
23	\$ 833,33	\$ 15,60	\$ 848,93	\$ 833,33
24	\$ 833,33	\$ 7,80	\$ 841,13	\$ -
TOTAL	\$ 20.000,00	\$ 2.339,58	\$ 22.339,58	

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Utilizando la fórmula de cálculo de los intereses de los pagos variables y de acuerdo con la tasa de interés que actualmente cobran los bancos, se calcula la financiación a 2 años, con lo cual los pagos anuales variables corresponden al Pago Total que resulta de la suma del Capital más intereses.

Los pagos mensuales serán de \$ 833,33, que incluyen intereses y amortización de la deuda contraída con el Banco.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Tabla 29. Estructura de la deuda

ESTRUCTURA DE COSTOS ANUAL			
DESCRIPCIÓN	TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
1 COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 40.130,41		
Materia Prima Directa	\$ 18.432,00		\$ 18.432,00
Mano de Obra Directa	\$ 10.572,80	\$ 10.572,80	
Gastos Generales de Fabricación	\$ 448,99		\$ 448,99
Mano de obra indirecta	\$ 3.135,70		\$ 3.135,70
Materia Prima Indirecta	\$ 5.387,82		\$ 5.387,82
Movilización y Transporte	\$ 720,00		\$ 720,00
Amortización	\$ 210,00	\$ 210,00	
Depreciación	\$ 1.223,10	\$ 1.223,10	
2 COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 22.041,08		
Servicios Básicos	\$ 960,00	\$ 960,00	
Sueldos Gerente, Secretaria y Contador	\$ 18.458,70		\$ 18.458,70
Gastos Generales	\$ 480,00		\$ 480,00
Útiles de Aseo	\$ 408,00		\$ 408,00
Útiles de Oficina	\$ 1.368,00		\$ 1.368,00
Depreciación Equipo de Oficina, computo, Muebles y Enseres	\$ 366,38	\$ 366,38	
3 COSTOS DE VENTA	\$ 14.376,10		
Depreciación Equipo de Oficina, comput	\$ 860,40	\$ 860,40	
Sueldo Vendedor	\$ 3.135,70	\$ 3.135,70	
Promoción y Publicidad	\$ 7.200,00		\$ 7.200,00
Fundas Plasticas	\$ 1.680,00		\$ 1.680,00
Etiquetas	\$ 1.200,00		\$ 1.200,00
Otros Costos	\$ 300,00	\$ 300,00	
4 COSTO FINANCIERO	\$ 11.731,29		
Intereses	\$ 11.731,29	\$ 11.731,29	
COSTO TOTAL	\$ 88.278,88	\$ 29.359,67	\$ 58.919,21

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cují.

El Costo Total del Proyecto está compuesto por Costos Fijos que suman \$ 29,359.67 y permanecen constantes en cualquier volumen de producción, incluyendo mano de obra directa, depreciación de los activos fijos de la empresa, salarios, gastos comerciales y financieros.

DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS

Para obtener ingresos, debemos considerar el tiempo que se empleará en la empresa con el personal y la capacidad instalada, trabajando 5 días a la semana, 20 días al mes en la venta de los productos que se ofrecerán.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla Nro. 29 Punto de Equilibrio

$$PE = \frac{CF}{1 - CV}$$

Y

PE =	=	COSTOS FIJOS

		1 - COSTOS VARIABLES

		INGRESOS TOTALES

=	\$	29.359,67
		\$
1 -		58.919,21
		\$ 88.278,88

$$\frac{29.359,67}{1 - 0,66742136} = 88.27$$

Para determinar el punto de equilibrio se utiliza la fórmula que consta en el cuadro anterior y que analiza las relaciones entre los costos fijos, costos variables y los ingresos.

ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 30. Estado de Resultado

		Año 1	%
	CONCEPTO /AÑOS		
	INGRESOS	\$ 100.800,00	100
-	COSTOS	\$ 94.979,59	94,23%
-	Costo de Producción	\$ 40.130,41	39,81%
-	Costos Administrativos	\$ 22.041,08	21,87%
-	Costos de Ventas	\$ 14.376,10	14,26%
-	Costos Financieros	\$ 18.432,00	18,29%
=	UTILIDAD EN OPERACIÓN	\$ 5.820,41	5,77%
-	Participación (15%) Trabajadores	\$ 873,06	0,87%
=	Utilidad antes de Imp. a la Renta	\$ 4.947,35	4,91%
-	Impuesto a la Renta (22%)	\$ 1.088,42	1,08%
=	UTILIDAD NETA	\$ 3.858,93	3,83%

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Tabla 31. Estado de situación financiera

ACTIVOS			PASIVOS	
Activos Corriente		\$ 4.639,69	Pasivo Corriente	
Caja	\$ 655,87		Ctas x Pagar	\$ 10.608,29
Bancos	\$ 983,81			
Ctas x Cobrar			Pasivo Largo Plazo	
Dtos x Cobrar			Dtos x Pagar	
Inventarios	\$ 3.000,00			
Activos Fijos		\$ 18.666,18	PATRIMONIO	
ADECUACIONES	\$ 4.350,00			
MAQUINARIA	\$ 7.050,00			
EQUIPO DE PRODUCCION	\$ 20,40		Capital	\$ 9.678,64
HERRAMIENTA PARA LA PI	\$ 80,00		Utilidad Ejercicio	3858,93
MAQUINARIA	\$ 7.129,50			
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 2.300,00			
EQUIPO DE OFICINA	\$ 52,00			
MUEBLES Y ENSERES	\$ 500,00			
DEPRESIACIONES	\$ -2.815,72			
Activos Diferidos	\$ 840,00	\$ 840,00		
TOTAL		\$ 24.145,87	TOTAL	\$ 24.145,87

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cují.

ESTADO DE FLUJO DE FONDO DE EFECTIVO

El estado de flujos de efectivo determina la capacidad de la empresa para continuar sus actividades, de modo que pueda cumplir con sus obligaciones, indica de dónde provienen los ingresos, dónde se utilizarán estos recursos y cómo la empresa tiene suficientes ingresos para satisfacer sus necesidades.

ESTADO DE FLUJO DE FONDO DE EFECTIVO

Tabla 32. Estado de flujo de fondo de efectivo

RUBROS /AÑOS		2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos	\$ -	\$ 100.800,00	\$ 105.840,00	\$ 113.248,80	\$ 120.043,73	\$ 126.045,91
Fondo de Salvamento						\$ 11.758,50
						\$ 137.804,41
		\$ 94.979,59	\$ 97.276,01	\$ 81.928,65	\$ 85.635,67	\$ 89.512,47
Costos de Producción		\$ 40.130,41	\$ 41.334,32	\$ 42.987,69	\$ 45.137,08	\$ 47.393,93
Costos Administrativos		\$ 22.041,08	\$ 22.702,31	\$ 23.837,43	\$ 24.790,92	\$ 25.782,56
Costos de Ventas		\$ 14.376,10	\$ 14.807,38	\$ 15.103,53	\$ 15.707,67	\$ 16.335,98
Costos Financieros		\$ 18.432,00	\$ 18.432,00	\$ -	\$ -	
Utilidad Operacional		\$ 5.820,41	\$ 8.563,99	\$ 31.320,15	\$ 34.408,06	\$ 48.291,94
Participación (15%) Trabajadores		\$ 873,06	\$ 1.284,60	\$ 4.698,02	\$ 5.161,21	\$ 7.243,79
Utilidad antes del Imp. A la Renta		\$ 4.947,35	\$ 7.279,39	\$ 26.622,13	\$ 29.246,85	\$ 41.048,15
Impuesto a la Renta		\$ 1.088,42	\$ 1.601,47	\$ 5.856,87	\$ 6.434,31	\$ 9.030,59
Utilidad Neta Ejercicio		\$ 3.858,93	\$ 5.677,92	\$ 20.765,26	\$ 22.812,54	\$ 32.017,56
Depreciaciones		\$ 2.815,72	\$ 2.815,72	\$ 2.815,72	\$ 2.351,70	\$ 2.351,70
Amortizaciones		\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
INVERSIONES						
Fija	\$ 21.481,90					
Intangible	\$ 1.300,00					
Capital de Trabajo	\$ 9.992,29					
Recuperación capital de Trabajo						\$ 9.992,29
Flujo Neto de Efectivo	\$ -32.774,19	\$ 6.924,65	\$ 8.743,64	\$ 23.830,98	\$ 25.414,24	\$ 44.611,55

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

EVALUACIÓN FINANCIERA, SOCIAL Y AMBIENTAL

EVALUACIÓN FINANCIERA

La tasa de descuento, también conocida como Tasa Mínima de Retorno Aceptada (TMAR), se considera necesaria para determinar el VAN y la TIR del proyecto y así poder conocer la rentabilidad financiera.

TASA DE RENDIMIENTO MÍNIMA ACEPTABLE

TREMA = Tasa de Interés+ Tasa de Inflación +Premio

$$\text{TREMA} = 0,084 \% + 0,045 \% + 0,030 = 1,159$$

Tabla 33. Tabla de rendimiento mínima aceptable

VAN =	INVERSIÓN	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
VAN =	\$ -29.678,64	\$ 6.924,65	\$ 8.743,64	\$ 23.830,98	\$ 25.414,24	\$ 44.611,55
		(1+0,159)1	(1+0,159)2	(1+0,159)3	(1+0,159)4	(1+0,159)5
VAN =	\$ -29.678,64	\$ 6.924,65	\$ 8.743,64	\$ 23.830,98	\$ 25.414,24	\$ 44.611,55
		1,159	1,343	1,557	1,804	2,091
VAN =	\$ -29.678,64	\$ 5.974,68	\$ 6.509,17	\$ 15.307,05	\$ 14.084,56	\$ 21.331,93
VAN =	\$ 33.528,76					

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

VALOR ACTUAL NETO POSITIVO

Para Snack Fruit Love, el Valor Actual Neto es el valor monetario obtenido luego de actualizar los flujos anuales, calculado en una proyección a 5 años y comparándolos con la inversión inicial, la importancia es que nos ayuda en la toma de decisiones de inversión porque muestra la ganancia o pérdida en unidades monetarias a valores corrientes que pueda incurrir una empresa; Para calcular el VAN se utilizará la suma de los flujos restados de la inversión inicial, así como la

Tasa de Retorno Mínima Aceptada de 1,159% VAN = - Inversión Inicial + Suma FNE, actualizado.

Tabla 34. Valor Actual Neto Positivo

POSITIVO						
VAN =	INVERSIÓN	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i) ¹	(1+i) ²	(1+i) ³	(1+i) ⁴	(1+i) ⁵
VAN =						
	\$ -29.678,64	\$ 6.924,65	\$ 8.743,64	\$ 23.830,98	\$ 25.414,24	\$ 44.611,55
VAN =		(1+0,10) ¹	(1+0,10) ²	(1+0,10) ³	(1+0,10) ⁴	(1+0,10) ⁵
	\$ -29.678,64	\$ 6.924,65	\$ 8.743,64	\$ 23.830,98	\$ 25.414,24	\$ 44.611,55
VAN =		1,1	1,21	1,331	1,4641	1,61051
	\$ -29.678,64	\$ 6.295,14	\$ 7.226,15	\$ 17.904,57	\$ 17.358,27	\$ 27.700,26
	\$ 46.805,75					

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

Esto significa que luego de entregar el 10% de rentabilidad el proyecto nos arroja un valor adicional equivalente a 46.805,75 dólares.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La TIR es la tasa de rendimiento total del proyecto, es decir que se va calcular en términos de tasas el valor del VAN.

La TIR es la tasa de interés que se establece cuando el VAN es 0.

Para el cálculo, se debe determinar un valor neto negativo y se debe aplicar la fórmula.

Obtendremos un VAN negativo, para lo cual se incrementa la tasa de descuento I= 40%.

Tabla 35. Tasa interna de retorno (TIR)

NEGATIVO						
VAN =	INVERSIÓN	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
VAN =	\$ -29.678,64	\$ 6.924,65	\$ 8.743,64	\$ 23.830,98	\$ 25.414,24	\$ 44.611,55
		(1+0,45)1	(1+0,45)2	(1+0,45)3	(1+0,45)4	(1+0,45)5
VAN =	\$ -29.678,64	\$ 6.924,65	\$ 8.743,64	\$ 23.830,98	\$ 25.414,24	\$ 44.611,55
		1,45	2,1025	3,048625	4,42050625	6,409734063
VAN =	\$ -29.678,64	\$ 4.775,62	\$ 4.158,69	\$ 7.816,96	\$ 5.749,17	\$ 6.959,97
VAN =	\$ -218,23					

Elaborado por: Laura Targelia Cujilema Cuji.

De esta forma, demostrando a través de los respectivos cálculos la aceptabilidad del proyecto al obtenido dos valores netos actualizados, uno positivo y otro negativo en un 10 o 45 %

Los valores presentes del VAN positivo y negativo se combinan para obtener la TIR del retorno interno a través de la fórmula y los cálculos de aproximaciones sucesivas, de manera que, dado que el retorno es superior al mínimo requerido, es factible llevar a cabo el proyecto de inversión.

El cálculo para determinar la declaración se puede ver a continuación:

$$\text{TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)} = r1 + (r2-r1) \frac{VAN1}{VAN1-VAN2}$$

$$TIR = R1 + (R2 - R1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

Tabla 36. Tasa de descuento

RI = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN 1	=	0,1
R2= Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN2	=	0,45

Tabla 37. Resultados del VAN positivo y negativo

VAN 1 = Valor positivo	=	46805.75
VAN 2= Valor negativo	=	-218.23
TIR	=	0,4484

TASA INTERNA DE RETORNO = 39,6%

Tabla 38. Tasa interna de retorno.

TIR =	INVERSIÓN	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
TIR =	\$ -29.678,64	\$ 6.924,65	\$ 8.743,64	\$ 23.830,98	\$ 25.414,24	\$ 44.611,55
		(1+0,3969)1	(1+0,3969)2	(1+0,3969)3	(1+0,3969)4	(1+0,3969)5
TIR =	\$ -29.678,64	\$ 6.924,65	\$ 8.743,64	\$ 23.830,98	\$ 25.414,24	\$ 44.611,55
		\$ 1,4484	2,097792248	\$ 3,0384	4,400732316	\$ 6,3739
TIR =	\$ -29.678,64	\$ 4.780,9796	\$ 4.168,0216	\$ 7.843,2885	\$ 5.775,0027	\$ 6.999,0829
TIR =	\$ -112,26					

Se obtuvieron dos resultados del Valor Presente Neto, el primero con un valor positivo del 10% y el otro con un valor negativo del 40%, que proyectó resultados positivos y negativos y la Tasa Interna de Retorno o Recuperación de la Inversión (TIR), que corresponde a 39.69 el resultado del VPN es cercano a CERO, en nuestro caso (-112.26).

Mediante el cálculo anterior, nos muestra que este proyecto tiene una tasa interna de retorno de 39,69%; lo que significa que el proyecto tiene una rentabilidad aceptable para el propietario.

ÍNDICES FINANCIEROS

Las razones financieras que con más frecuencia se usan en esta categoría son:

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN

Tabla 39. Periodo de recuperación de inversión

PRI	Inversión	\$ 32.774,19	1,50
	Utilidad Promedio Anual	\$ 21.905,01	

El Período de Recuperación de la Inversión PRI mide en cuanto tiempo se recupera la inversión más el costo de capital involucrado, es decir se recuperará la inversión en 1 años y 5 meses.

Tabla 40. Índice de Solvencia

Índice de Solvencia	Activo Corriente	\$ 4.639,69	0,44
	Pasivo Corriente	\$ 10.608,29	

Este indicador muestra que la empresa por cada dólar (1) que adeuda en el corto plazo, hay 0,44 centavos de activos corrientes, por lo que es muy alto y muy bien se puede utilizar para pagar deudas, adquirir maquinaria, materia prima. etc.

Tabla 41. Prueba del Ácido

Prueba del Ácido	Activo Corriente-Inventario	\$ 1.639,69	0,15
	Pasivo Corriente	\$ 10.608,29	

Este indicador muestra que por cada dólar (1) que adeuda en el corto plazo, la empresa tiene 0.15 centavos de capital de trabajo, por lo que es muy alto y se puede utilizar muy bien para saldar deudas, maquinaria, materias primas, etc.

Tabla 42. Relación Activo

Relación	Activo	Ventas	\$100.800,00	4,17
		Total	Activo	

Esta razón indica que cada dólar que está invertido en el Activo Total, ha generado 4,17 dólar en Ventas.

Tabla 43. Endeudamiento

Endeudamiento	Deuda Total	\$ 20.000,00	0,83
	Activo Total	\$ 24.145,87	

Se observa que, por cada dólar invertido en los activos de la empresa, está financiado con 83 centavos de Deuda.

Tabla 44. Apalancamiento

Apalancamiento	Activo Total	\$ 24.145,87	1,78
	Patrimonio	\$ 13.537,57	

Significa que por cada dólar invertido en la cuenta del Patrimonio ha generado 1 dólar con 78 centavos en Activos de la empresa.

Tabla 45. Margen Neto en Ventas

Margen Neto en Ventas	Utilidad Neta	\$ 3.858,93	0,04
	Ventas	\$100.800,00	

Se observa que, por cada dólar invertido en Ventas, se obtiene un 0,04 por ciento de Utilidad.

Tabla 46. Rentabilidad de Patrimonio

Rentabilidad de Patrimonio	Utilidad Neta	\$ 3.858,93	0,29
	Patrimonio	\$ 13.537,57	

Esto significa que, por cada dólar invertido en el Patrimonio, se ha generado 29 centavos de dólar de Utilidad.

Tabla 47. Rentabilidad de Activo

Rentabilidad del Activo	Utilidad Neta	\$ 3.858,93	0,16
	Activo	\$ 24.145,87	

Se demuestra que, por cada dólar invertido en los Activos, han generado 0,16 centavos de dólar de Utilidad.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Define la rentabilidad del proyecto dividiendo los ingresos actualizados para los costos actualizados más la inversión y obtenga el costo representado por la Inversión frente los ingresos.

INGRESOS ACTUALIZADOS

Tabla 48. Ingreso Actualizadas

INGRESOS ACTUALIZADOS						
ING =	INVERSIÓN	ING1 + (1+i)1	ING2 + (1+i)2	ING3 + (1+i)3	ING4 + (1+i)4	ING5 (1+i)5
ING =	\$ -32.774,19	\$ 100.800,00	\$ 105.840,00	\$ 113.248,80	\$ 120.043,73	\$ 126.045,91
		(1+0,397)1	(1+0,397)2	(1+0,397)3	(1+0,397)4	(1+0,397)5
ING =	\$ -32.774,19	\$ 100.800,00	\$ 105.840,00	\$ 113.248,80	\$ 120.043,73	\$ 126.045,91
		1,448	2,097792248	3,038391373	4,400732316	6,37391387
ING =	\$ -32.774,19	\$ 69.595,20	\$ 50.453,04	\$ 37.272,62	\$ 27.278,13	\$ 19.775,28
ING =	\$ 171.600,07	Ingresos	Actualizados			

COSTOS ACTUALIZADOS

Tabla 49. Costos Actualizados

COSTOS ACTUALIZADOS						
COS =	INVERSIÓN	COS 1 + (1+i)1	COS2 + (1+i)2	COS3 + (1+i)3	COS 4 + (1+i)4	COS 5 (1+i)5
COS =	\$ -32.774,19	\$ 94.979,59	\$ 97.276,01	\$ 81.928,65	\$ 85.635,67	\$ 89.512,47
		(1+0,397)1	(1+0,397)2	(1+0,397)3	(1+0,397)4	(1+0,397)5
COS =	\$ -32.774,19	\$ 94.979,59	\$ 97.276,01	\$ 81.928,65	\$ 85.635,67	\$ 89.512,47
		1,448	2,097792248	3,038391373	4,400732316	6,37391387
COS =	\$ -32.774,19	\$ 65.576,62	\$ 46.370,66	\$ 26.964,48	\$ 19.459,41	\$ 14.043,56
COS =	\$ 139.640,55	Costos	Actualizados			

La fórmula es:

Tabla 50. Fórmula Relación Beneficio Costo

RELACIÓN BENEFICIO COSTO	Ingresos Actualizados
	Costos Actualizados + Inversión
RBC =	\$ 171.600,07
	\$ 139.640,55
RBC=	1,229

Es decir que, por cada dólar invertido en los costos, recibimos US\$ 1,229 de Ingresos Actualizados

EVALUACIÓN SOCIAL

La instalación del Complejo Turístico Brisas del Río en el cantón Echeandía tendrá un impacto social para los habitantes de la ciudad y quienes la visiten, ya que consumirán nuestros productos y los diversos servicios que a su vez requerirán mano de obra directa y ayuda local.

En el ámbito social, con el proyecto se cancelarán 33.082,8 dólares, lo que representa un 25,20% en relación a la Renta del primer año, por Salarios y Retribuciones que se abonarán en el primer año.

De igual forma con respecto a los Impuestos, se pagarán 22.782 reales por el Impuesto a la Renta, que representa el 17,4% en relación al Impuesto a la Renta.

El proyecto definitivamente afectará al medio ambiente, ya que generará desarrollo social e impulsará el sector turístico y gastronómico.

La elaboración del proyecto influirá en el medio, pues los demandantes tendrán otra alternativa para salir de sus casas a servirse alimentos o recrearse, lo que generará una corriente de visitantes de la provincia, quienes se desplazaran atraídos por el establecimiento y permitirá la recirculación de capitales En el medio.

EVALUACIÓN AMBIENTAL

La evaluación ambiental consiste en realizar un examen exhaustivo del grado de impacto que tendrá en el desarrollo de la empresa y su relación con el medio ambiente, de la siguiente manera:

El proyecto utilizará como materia prima productos naturales y otros procesados, por lo que es necesario clasificar los residuos en orgánicos, inorgánicos, vidrio y metal.

CONCLUSIONES

- Es recomendable realizar el proyecto de snack de frutas deshidratadas ya que es muy demandado por los centros comerciales y tiendas dedicadas a la comercialización de estos productos.
- Se ha determinado la ubicación de la empresa en la provincia de Bolívar Cantón Guaranda, la cual tiene la ventaja de contar con centros comerciales disponibles, vías de acceso en buen estado y cercanía tanto al mercado objetivo como a los proveedores de materias primas.
- El análisis financiero muestra un VAN positivo, lo que significa que el proyecto es factible, y una TIR por encima del costo de oportunidad, lo que también es beneficioso para la ejecución del proyecto. Las métricas de rentabilidad sobre ventas, inversiones y capital de trabajo también son aceptables para este esfuerzo.
- Los propietarios de bares en los centros educativos están abiertos a comercializar el producto.
- Los precios fijos de los productos corresponden al nivel económico de los pequeños comerciantes y consumidores de la ciudad de Guaranda.
- De los estudios realizados se desprende que se recomienda el desarrollo del proyecto ya que los resultados son rentables.

RECOMENDACIONES

- Realizar el proyecto de snack de frutas deshidratadas ya que es muy demandado por los centros comerciales y tiendas dedicadas a la comercialización de estos productos.
- Buscar nuevos clientes para expandir la producción a mercados locales e internacionales.
- Realizar alianzas estrategias tanto para la adquisición de la materia prima como para la comercialización del producto para de esta manera disminuir costos.
- Capacitar al personal del área de producción para que tenga más conocimientos y puedan elaborar productos con los procedimientos adecuados para obtener producto de buena calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Economipedia . (14 de NOVIEMBRE de 2020). *Innovación*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>
- REVISTA MÉDICA. (2016). Niveles ideales de consumo diario de calorías. Obtenido de <http://revistamedica.org.ec/>
- Baca, G. (2006). Evaluación de Proyectos. . Editorial McGraw-Hill. Quinta Edición. p.p. 392.
- Barrionuevo, A. (07 de 08 de 2007). Gestión de talento humano. Obtenido de <http://scholar.goscholar.google.com.ec/scholar?>
- Clauser, B. (11 de 08 de 2007). Diccionario de economía. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-un-cuestionario/>
- ECURED.CU. (25 de noviembre de 2018). *ECURED*. Obtenido de [https://www.ecured.cu/Guaranda_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Guaranda_(Ecuador))
- Kotler., P. (2001). La edición del milenio. En *Dirección de Marketing*. . Ed. Prentice Hall, México.
- Pedrosa, S. (09 de 10 de 2015). *economipedia*. Obtenido de [economipedia: https://economipedia.com/definiciones/oferta.html](https://economipedia.com/definiciones/oferta.html)
- Pedrosa, S. (09 de 02 de 2016). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/amortizacion.html>
- PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. (23 de Octubre de 2018). *LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y* . Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>
- Quiroa, M. (12 de 01 de 2020). *economipedia.com*. 1-5. Obtenido de [economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/produccion.html](https://economipedia.com/definiciones/produccion.html)
- Rivkin., T. &. (1996.). El nuevo posicionamiento . En T. &. Rivkin., *El nuevo posicionamiento* . México : Ed. Limusa.

- Sapag, J. (2007). Evaluación de proyectos: guía de ejercicios problemas y soluciones. . En *Evaluación de proyectos: guía de ejercicios problemas y soluciones*. (pág. 343). Editorial McGraw-Hill/Interamericana. Tercera Edición.
- School, H. B. (1993). Obtenido de <https://sites.google.com/a/learning.eoi.es/analisis-basico-cuenta-de-resultados/>
- Servicio Profesionales en la Web . (25 de 08 de 2020). *INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO*. Obtenido de <http://www.spw.cl/proyectos/apuntes/cap4.htm>
- Stanton, E. A. (1999). Fundamentos de Marketing. En E. A. Stanton, *Fundamentos de Marketing* (págs. 170-244 pp.). México: Ed. McGrawHill 11ª ed.
- Velayos, V. (15 de 05 de 2014). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Viegas, S. (11 de 03 de 2021). Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion>
- Web y Empresas. (1 de AGOSTO de 2021). *Cómo Se Financian Los Proyectos De Inversión*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/financiar-proyectos-de-inversion/>

WEBGRAFIA

- [http:// www. mintur.gov.ec](http://www.mintur.gov.ec) MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR
- <http://www.inec.gov.ec> INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS.
- <http://www.pichincha.gob.ec> GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA EFICIENCIA Y SOLIDARIDAD.
- <http://www.books.google.com.ec> BIBLIOTECA VIRTUAL GOOGLE ECUADOR
- <http://www.educacion.gov.ec/CNIE/> AMI - Población y Vivienda. Obtenido el 5 de julio de 2020.[http:// www. mintur.gov.ec](http://www.mintur.gov.ec) MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR

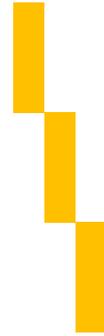
ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de Actividades

Cronograma de trabajo de Investigación.

N° DE ACTIVIDADES	Meses (Semanas)			
	Mayo	Junio	Julio	Agosto
	2021	2021	2021	2021
1	Presentación de denuncia del tema.			
2	Creación y formulación del tema.			
3	Aprobación denuncia del tema.			
4	Investigaciones antecedentes.			
5	Descripción del tema.			
6	Formulación del tema.			
7	Justificación.			
8	Objetivos.			
9	Sugerencias enviadas por el director.			
10	Marco teórico.			
11	Metodología.			
12	Tipos de investigación.			
13	Formulación de encuestas.			
14	Entrega del anteproyecto.			
15	Sugerencias enviadas por el director.			
16	Presentación de las correcciones al director.			
17	Desarrollo del proyecto de investigación.			
18	Presentación del proyecto al director.			
19	Envío de sugerencias por el director.			
20	Presentación de corrección al director.			
21	Entrega del proyecto.			

- 22 Entrega de los certificados por los pares académicos.
- 23 Entrega final de proyecto de investigación.
- 24 Emisión de calificación de los pares académicos.



Anexo 2. Presupuesto

Actividades	Valor
Impresiones	\$20.00
Anillados	\$ 6. 00
CD	\$ 5. 00
Copias	\$ 6, 00
Internet	\$50.00
Transporte	\$50.00
Esferos	\$ 2.00
Alimentación	\$50,00
Empastado	\$20,00
TOTAL	\$209.00

Elaborado por: Laura Cujilema

Anexo 3. Formato de la Encuesta

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Formulario de encuesta dirigida a los potenciales consumidores de snacks de frutas deshidratadas, para determinar el nivel de factibilidad.

Objetivo

Obtener información estadística para conocer las necesidades y utilización de snacks de frutas deshidratadas y proponer alternativas favorables para la introducción al mercado.

Instrucciones

Conteste con una (x) cada una de las siguientes preguntas con las alternativas de respuesta adjuntas.

1.- ¿Es usted consumidor de algún tipo de snacks?

SI () NO ()

2.- ¿Por qué usted consume snacks?

Facilidad de Compra ()

Precios económicos ()

Contenido Nutricional ()

Cantidad del Producto ()

3.- ¿Con qué frecuencia consume snacks?

Una vez por día ()

Una vez por semana ()

Una vez por mes ()

4.- ¿Número de snacks que usted adquiere por semana?

1 snack ()

2 snacks ()

3 snacks ()

4 snacks ()

5.- ¿Qué tipo de snacks Usted consume?

- Chicharrones ()
Platanitos ()
Papas ()
Chitos ()
Bolitas de queso ()

6.- ¿Los snacks que usted consume son naturales?

- SI () NO ()

7.- ¿Qué tipo de fruta preferiría como snacks?

- Frutilla () Durazno ()
Piña () Papaya ()
Pera () Melón ()
Banano () Tomate ()
Fresa () Uvilla ()
Babaco () Cereza ()

8.- ¿Qué tipo de presentación de snacks preferiría usted?

- 30 gramos ()
50 gramos ()
75 gramos ()
100 gramos ()

9.- ¿Dónde prefiere usted comprar los snacks?

- Tiendas ()
Comisariatos ()

10.- ¿Cómo califica el producto que usted adquiere?

- Excelente () Bueno () Regular ()

11.- ¿En qué temporada usted demanda mayor consumo de snacks?

- Temporada Escolar ()
Temporada Vacacional ()

12.- ¿Usted consumiría snacks de origen natural elaborados en la Ciudad de Guaranda?

- SI () NO ()

13.- Los Snacks que usted consume son elaborados en:

Mercado local ()

Mercado Nacional ()

_____ **Gracias por su Colaboración** _____

Anexo 5.- Evidencia aplicación de la encuesta



Document Information

Analyzed document TRABAJO DE INVESTIGACION UEB..pdf (D111517671)
Submitted 8/20/2021 6:38:00 PM
Submitted by
Submitter email lcujilema@mailes.ueb.edu.ec
Similarity 7%
Analysis address lvillacis.ueb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR / Proyecto de Graduación.docx Document Proyecto de Graduación.docx (D15283658) Submitted by: crisspatricio@gmail.com Receiver: mescoabar.ueb@analysis.orkund.com	 5
W	URL: https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10863/3/PROYECTO_snack_light.docx Fetched: 5/2/2021 7:17:51 PM	 1
SA	UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR / Dimas Ramírez.docx Document Dimas Ramirez.docx (D9650677) Submitted by: ramdim21@yahoo.es Receiver: mescoabar.ueb@analysis.orkund.com	 18
W	URL: http://dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/774/2/Tesis%20harina%20de%20platano%20final.pdf Fetched: 1/4/2021 7:56:29 PM	 4
SA	UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR / Tesis final Industrializacion de la zanahoria Blanca y Amarilla.pdf Document Tesis final Industrializacion de la zanahoria Blanca y Amarilla.pdf (D111358110) Submitted by: jtandapilco@mailes.ueb.edu.ec Receiver: rvillacres.ueb@analysis.orkund.com	 2
W	URL: http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1566/3/T-UCE-0003-70.pdf Fetched: 12/28/2020 2:06:21 PM	 1
W	URL: https://www.webyempresas.com/financiar-proyectos-de-inversion/ Fetched: 8/20/2021 6:39:00 PM	 1
W	URL: http://dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/1445/1/PROYECTO%20DE%20INVERSI%C3%93N%20PARA%20LA%20PRODUCCI%C3%93N%20DE%20CAF%C3%89%20MOLIDO%2C%20EN%20EL%20CANT%C3%93N%20CALUMA%2C%20PROVINCIA%20BOL%C3%8DVAR%2C%20A%C3%91O%202012.pdf Fetched: 1/25/2021 4:46:32 PM	 6
SA	UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR / IDEA-PLAN-DEL-NEGOCIO_Grupo.docx Document IDEA-PLAN-DEL-NEGOCIO_Grupo.docx (D52816848) Submitted by: jessicageovana1996@yahoo.com Receiver: cramirez.ueb@analysis.orkund.com	 13