

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADAS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE CHIPS DESHIDRATADOS DE FRUTAS, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2024."

AUTORES:
VERÓNICA MISHELL MIRANDA CALERO
LEIDY MARÍA MONAR ARGUELLO

DIRECTOR:
ECON. RENÉ VILLACRÉS

PAR ACADÉMICO:
ECON. CARMITA BORJA
ING. ALEXANDRA ARGUELLO

GUARANDA – ECUADOR

2025

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE CHIPS DESHIDRATADOS DE FRUTAS, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2024."

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme en esta etapa tan importante en mi vida, a mis padres, mi mamá por apoyarme, brindarme su confianza y no dejarme sola cuando más los necesite. A mi hija amada por esperar a su mamá mientras llegaba de la Universidad, a mi familia materna por apoyarme y acogerme en mis momentos más difíciles, quiero agradecer a hermana de vida, gracias por ser una mamá para Aitana mientras yo estaba ausente durante este proceso y a cada una de las personas que supieron ayudarme. A Matheo Realpe y Rodolfo Bustillos por su apoyo incondicional.

Un agradecimiento a la Eco. Carmita Borja y a la Ing. Alexandra Arguello gracias por cada uno de sus consejos y conocimientos, siempre estarán presentes.

Leidy María Monar Arguello.

Ante todo, a Dios por darme las fuerzas necesarias para emprender en este camino que no ha sido nada fácil pero que con su amor ha sabido guiarme por el camino del éxito.

De igual manera un eterno agradecimiento a mi director de tesis Econ. Rene Villacrés y a mis pares académicos Econ. Carmita Borja y Ing. Alexandra Arguello, quienes mediante sus conocimientos, paciencia y motivación han sido fundamentales para mi formación.

A cada uno de mis maestros quienes fueron parte de este proceso integral de enseñanza profesional.

Verónica Mishell Miranda Calero.

DEDICATORIA

Mi trabajo de investigación es dedicado con todo el amor y cariño a mis amados padres Juan, María y Bélgica. Su sacrificio y esfuerzo ha sido uno de los motivos más importantes para alcanzar esta meta por creer en mi capacidad, aunque he pasado por momentos muy difíciles nunca dejaron de creer en mí.

En especial esta tesis se la dedico a mi hija Aitana Salomé por ser mi mayor fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y construir juntas una vida llena de felicidad y paz. A mis ángeles en el cielo por guiarme, cuidarme y tener su bendición.

Leidy María Monar Arguello.

A mis padres, a mi hija, su apoyo y amor ha sido el pedestal para esta culminación, gracias por sus consejos, por su apoyo incondicional, amor y comprensión en los momentos más necesarios en este proceso me han ayudado a ser la persona que soy, mis valores, mi carácter, mis principios, mi empeño y coraje para conseguir mis objetivos.

A todas aquellas personas que de una u otra forma estuvieron junto a mí y me apoyaron incondicionalmente.

Verónica Mishell Miranda Calero.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE INTEGRACION CURRICULAR
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Econ. PhD. ***René Villacreses Borja*** en su orden de director Econ. ***Carmita Galudth Borja***, Par académico y Ing. ***Alexandra Maribel Arguello*** Par académico del Trabajo de Titulación **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE CHIPS DESHIDRATADOS DE FRUTAS, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2024"**. Desarrollado por las señoritas Verónica Mishel Miranda Calero y Leidy María Monar Arguello.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Administración de Empresa**, por tanto autorizamos presentación y defensa.

En todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad

Guaranda, 17 de marzo del 2025

Econ. PhD. René Villacreses Borja
Director

Econ. Carmita Galudth Borja
Par Académico

Ing. Alexandra Maribel Arguello
Par Académico

DERECHOS DE AUTO

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Nosotras Verónica Mishell Miranda Calero y Leidy María Monar Arguello portador/res de la Cédula de Identidad No 2350415838 y 2100994272 en calidad de autor/res y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE CHIPS DESHIDRATADOS DE FRUTAS, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2024."**. Modalidad presencial, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.



Verónica Mishell Miranda Calero



Leidy María Monar Arguello

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN..... ii
AGRADECIMIENTO..... iii
DEDICATORIA..... iv
ÍNDICE DE CONTENIDO..... vii
ÍNDICE DE TABLAS.....x
ÍNDICE DE FIGURAS..... xi
INTRODUCCIÓN 1
RESUMEN.....2
ABSTRACT.....3
CAPÍTULO I.....4
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 4
1.1. Tema. 4
1.2. Descripción del problema. 4
1.2.1. Planteamiento del problema. 4
1.3. Formulación del problema. 5
1.4. Preguntas de investigación. 6
1.5. Justificación..... 6
1.6. Objetivos: 8
1.6.1. Objetivo general 8
1.6.2. Objetivos específicos 8
1.7. Idea a defender. 8
CAPÍTULO II. 9
MARCO TEÓRICO.....9
2.1 Antecedentes. 9
2.2. Marco Científico. 16
2.2.1. Plan de Negocios. 16
2.2.2. ¿Para qué sirve un Plan de Negocios?..... 16
2.2.3. Objetivos de un Plan de Negocios. 17
2.2.4. Obtener financiamiento de inversores. 17
2.2.5. Legitimar una idea de negocio. 17
2.2.6. Estructura de evaluación de proyectos. 18
2.2.7. Estudio técnico. 18
2.2.8. Estudio económico. 19
2.2.9. Evaluación económica. 19
2.2.10. Modelo Marco Lógico..... 19
2.2.11. Modelo CANVAS..... 24
2.3. Conceptual..... 27
2.4. Legal. 30
2.5. Georreferencial. 35
CAPÌTULO III. 36
METODOLOGÍA 36
3.1. Tipo de Investigación. 36
3.1.1. Investigación descriptiva. 36

3.1.2. Investigación exploratoria. 36
3.1.3. Investigación bibliográfica. 36
3.2. Enfoque de la investigación. 36
3.3. Métodos de Investigación. 36
3.3.1. Método cuantitativo. 37
3.3.2. Método cualitativo. 37
3.3.3. Método deductivo. 37
3.3.4. Método inductivo. 37
3.4. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos. 37
3.4.1. Encuesta. 37
3.5. Universo, Población y Muestra. 38
3.6. Procesamiento de la Información. 38
CAPÍTULO IV. 40
RESULTADO Y DISCUSIÓN 40
4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados. 40
CAPÍTULO V 51
PROPUESTA 51
5.1. Tema. 51
5.2. Objetivo de la propuesta. 51
5.3. ESTUDIO DE MERCADO. 51
5.3.1. Definición del Producto. 51
5.3.2. Prototipo del Empaque. 53
5.3.3. Tipo de Productos. 55
5.3.4. Análisis de la Demanda. 56
5.3.5. Resumen de la Demanda. 59
5.3.6. Proyección de la Demanda. 60
5.3.7. Análisis de la oferta. 61
5.3.8. Proyección de la Oferta. 62
5.3.9. Proyección de la Oferta. 63
5.3.10. Demanda insatisfecha proyectada. 64
5.3.11. Análisis de Precios. 66
5.3.12. Análisis de la Comercialización. 67
5.3.13. Canales de Distribución. 67
5.4. PLAN DE MARKETING 68
5.4.1. Objetivo General. 68
5.4.2. Estrategias de Comunicación. 68
5.4.3. Estrategia. 69
5.4.4. Fuerza de Ventas. 72
5.5 ESTUDIO TÉCNICO. 73
5.5.1 Capacidad de Producción. 73
5.5.2 Localización. 73
5.5.3 Proceso Productivo. 76
5.5.4 Diagrama de Bloques. 77
5.5.5 Flujograma del Proceso Productivo. 78
5.5.6 Requerimiento de Maquinaria. 78
5.5.7 Distribución y diseño de la planta. 79
5.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL. 81
5.6.1 Nombre de la Empresa. 81

5.6.2 Logotipo de la Marca. 81
5.6.3 Giro. 82
5.6.4 Misión. 82
5.6.6 Nombre de la Marca. 82
5.6.7 Objetivos de la Empresa. 83
5.6.8 Principios Filosóficos. 83
5.6.9 Tramites Constitución. 83
5.6.10 Socios. 84
5.6.11 Organigrama estructural. 85
5.6.12 Organigrama funcional. 86
5.7 ESTUDIO FINANCIERO. 94
5.7.1 Costo Total. 94
5.7.2 Inversión. 95
5.7.3 Depreciación y Amortización. 95
5.7.4 Amortización de Intangibles 97
5.7.5 Financiamiento 97
5.7.6 Estructura de Costos. 98
5.7.7 Ingresos. 98
5.7.8 Punto de Equilibrio. 99
5.7.9 Estado de Resultados. 106
5.7.10 Flujo de Fondo de Efectivo. 108
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA 111
5.8.1 Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable (TREMA). 111
5.8.2 Valor actual neto. 112
5.8.3 Período de Recuperación de la Inversión. 115
CONCLUSIONES 118
RECOMENDACIONES 119
BIBLIOGAFÍA 120
ANEXOS 124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Consume chips deshidratados de frutas? 40
Tabla 2 ¿Qué fruta es de su preferencia? 41
Tabla 3 ¿Cuál es el tamaño de su preferencia? 42
Tabla 4 ¿De los siguientes sabores cuál es de su preferencia? 43
Tabla 5 ¿Cuántas unidades de estas presentaciones compra usted a la semana? . 44
Tabla 6 ¿Al momento de comprar chips deshidratados de frutas que es lo que usted más valora? 46
Tabla 7 ¿ Qué empaque es de su preferencia? 47
Tabla 8 ¿Qué precio pagaría usted por este producto? 48
Tabla 9 ¿Dónde compra usted este producto? 49
Tabla 10 ¿Qué es lo que usted busca en los chips deshidratados de frutas? 50
Tabla 11 Tipo de productos 55
Tabla 12 Análisis de la demanda 56
Tabla 13 Resumen de la demanda 59
Tabla 14 Proyección de la demanda 60
Tabla 15: Análisis de la oferta 61
Tabla 16 Proyección de la oferta 62
Tabla 17 Proyección de la oferta 63
Tabla 18 Proyección demanda insatisfecha 64
Tabla 19 Análisis de precios 66
Tabla 20 Capacidad de producción 73
Tabla 21 Localización por puntos 75
Tabla 22 Proceso de producción 76
Tabla 23 Maquinaria 78
Tabla 24 Aporte de socios 84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Marco Lógico para desarrollar un proyecto. 20
Figura 2 Metodología del Marco Lógico de un proyecto. 20
Figura 3 Ciclo de vida de un proyecto. 21
Figura 4 Situación actual..... 21
Figura 5 Problemas y objetivos..... 22
Figura 6: Herramienta de diagnóstico..... 22
Figura 7 Árbol de problemas. 23
Figura 8 MML (Matriz de Marco Lógico)..... 23
Figura 9 Árbol de relación medios – fines..... 24
Figura 10 Modelo Canvas. 26
Figura 11 Secuencia de bloques Modelo Canvas..... 27
Figura 12 Mapa de la Ciudad de Guaranda..... 35
Figura 13 ¿Consume chips deshidratados de frutas? 40
Figura 14 ¿Qué fruta es de su preferencia?..... 41
Figura 15 ¿Cuál es el tamaño de su preferencia?..... 42
Figura 16 ¿Cuál es el sabor de su preferencia?..... 43
Figura 17¿Cuántas unidades de estas presentaciones compra usted por semana?45
Figura 18 ¿Al momento de comprar chips deshidratados que es lo más valora usted?..... 46
Figura 19 Empaque de preferencia 47
Figura 20 ¿Qué precio pagaría usted por este producto?..... 48
Figura 21 ¿Dónde compra usted este producto? 49
Figura 22 ¿Qué es lo que usted busca en los chips deshidratados de frutas? 50

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Cronograma Gantt 124
ANEXO 2 Presupuesto 125
ANEXO 3 Cuestionario para las encuestas 126
ANEXO 4 Materia prima directa 129
ANEXO 5 Materiales 129
ANEXO 6 Mano de obra directa 130
ANEXO 7 Mano de obra indirecta 130
ANEXO 8 Depreciación producción 130
ANEXO 9 Amortización 131
ANEXO 10 Sueldos y salarios 131
ANEXO 11 Útiles de aseo 131
ANEXO 12 Útiles de oficina 132
ANEXO 13 Servicios básicos 132
ANEXO 14 Arriendo 133
ANEXO 15 Sueldo Caja 133
ANEXO 16 Promoción y publicidad 133
ANEXO 17 Inversión fija 134
ANEXO 18 Factibilidad del proyecto 134
ANEXO 19 Gastos organización 134
ANEXO 20 Materia prima directa 135
ANEXO 21 Gastos de fabricación 135
ANEXO 22 Maquinaría 136
ANEXO 23 Equipo 136
ANEXO 24 Equipo de oficina 136
ANEXO 25 Muebles y Enseres 137
ANEXO 26 Equipo de Computo 137
ANEXO 27 Evidencia de encuestas población clase media alta de la Ciudad de Guaranda 138

INTRODUCCIÓN

El Plan de Negocios para la producción de chips deshidratados de frutas desempeña un papel importante que permitirá su introducción en el mercado tomando en cuenta los riesgos que conlleva el crecimiento, en la Ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar, lo cual consta de cinco capítulos.

Capítulo I: Se encuentra la formulación del proyecto que abarca el problema de la investigación, objetivo general y específicos.

En el Capítulo II: Marco teórico, antecedentes, los fundamentos científicos, conceptuales, legales que respaldan el estudio y georreferencial.

Capítulo III: Se describe la metodología integrada por enfoques cualitativos y cuantitativos. De la misma manera se encuentra detallado los tipos de investigación, métodos empleados y las técnicas e instrumentos de recopilación de datos.

Capítulo IV: Resultados y discusión, se presentan los análisis e interpretación de resultados de cada encuesta aplicadas a los consumidores de los chips deshidratados de frutas.

Capítulo V: Como último se plantea la propuesta que incluye tema, objetivo, el estudio de mercado, estudio técnico, plan de marketing, estudio organizacional, estudio financiero y la evaluación.

RESUMEN

El presente trabajo investigativo denominado Plan de Negocios para la producción de chips deshidratados de frutas en la ciudad de Guaranda, tiene como finalidad evaluar la factibilidad de la producción y rentabilidad del proyecto. Para ello se ha desarrollado estudios estratégicos que abarcan en los ámbitos de mercado, técnico, administrativo y financiero, permitiendo estructurar un modelo de negocio sostenible.

La investigación realizada fue de carácter descriptivo, exploratorio y bibliográfico, tomando en cuenta los métodos utilizados con la finalidad de recopilar la información necesaria para el desarrollo de la investigación. Se utilizaron técnicas como la encuesta a la población media alta de la ciudad de Guaranda, para el respectivo desarrollo de la investigación.

De acuerdo con los datos obtenidos, se obtuvieron un costo total de 33.270.03 dólares, mientras que el análisis del punto de equilibrio indica que la empresa debe producir 21.012 unidades al año generando un ingreso de 31.159 dólares.

En relación con la Evaluación Económica se determinó que la Tasa Interna de Retorno (TIR) de 65% supera en lo absoluto a la (TREMA) del 15% lo que es un punto positivo ya que su periodo de recuperación de la inversión inicial será desde los 6 meses.

Palabras claves: Plan de Negocios, Chips deshidratados, inversión, marketing, ingresos.

ABSTRACT

The purpose of this investigative work called Business Plan for the production of dehydrated fruit chips in the city of Guaranda is to evaluate the feasibility of the production and profitability of the project. To this end, strategic studies have been developed that cover the market, technical, administrative and financial areas, allowing us to structure a sustainable business model.

The research carried out was descriptive, exploratory and bibliogaphic in nature, taking into account the methods used in order to collect the information necessary for the development of the research. Techniques such as the survey of the upper-middle population of the city of Guaranda were used for the respective development of research.

According to the data obtained, a total cost of 33,554.94 dollars was obtained, an estimated own investment of 9,113.33, while the analysis of the break-even point indicates that the company must produce 21.012 units per year generating an income of 31.159.

In relation to the Economic Evaluation, it was determined that the internal return (TIR) of 65% absolutely exceeds the (TREMA) of 15%, which is a positive point since its recovery period of the initial investment will be six month.

Keywords: Business Plan, Dehydrated Chips, investment, marketing, income

CAPÍTULO I.

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Tema.

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE CHIPS DESHIDRATADOS DE FRUTAS, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2024."

1.2 Descripción del problema.

1.2.1 Planteamiento del problema.

Según (Carnero Miserachs , 2024):

> El origen de los alimentos deshidratados se remota a la antigüedad, cuando los pueblos primitivos secaban los alimentos para ser conservados. La deshidratación de alimentos ha sido una práctica común en diferentes culturas o regiones del mundo, estos incluyen a frutas y vegetales. (pág. 1)

Desde el punto de vista de (Indira R, 2016):

> El mercado mundial de frutas deshidratadas, los principales compradores son el Reino Unido (18,8% de las importaciones totales), seguido por Kazajistán (11,7%), Alemania (9,8%), Francia (8,1%), Bélgica (5,5%), entre otros. Europa es el mercado potencial para las exportaciones de chips nutritivos en fruta deshidratada.

(Plaza, Ministerio de Agricultura, 2017) afirmó que "Las frutas deshidratadas se están convirtiendo en un producto de gran potencial de exportación. El estudio indica que al año 2020 el consumo mundial de frutas deshidratadas crecería a 4 millones de toneladas".

"Cada año más continente como Asia, Europa, América del Norte, Sudamérica y así entre otros se van sumando a la industria de los snacks deshidratados de vegetales y frutas" (Mordor, 2018).

Existe una expansión global constante y se observa que la tendencia creciente del consumo de chips saludables hace que distintos países se sumen al consumo y a la producción de este tipo de productos.

(PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2023) explicó lo siguiente:

> En el Ecuador existe un consorcio llamado ECUA – DEHYD creado con el objetivo de unir a varios emprendedores que se dedican a la producción de chips deshidratados de frutas y vegetales con la finalidad de exportar a diferentes países como Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.
>
> Las microempresas que se dedican a producir estos productos son: Agroapoyo, Cevera Fruits, Sumak, Mikuy, etc.

En el Ecuador la creciente tendencia hacia el consumo de snacks saludables ha permitido la creación de un consorcio estratégico que reúne a diferentes microempresas. Este tipo de estrategias permite fortalecer la capacidad exportadora del país, facilitando el acceso a mercados internacionales claves.

(Gestion, 2022) señaló lo siguiente sobre la parroquia de Salinas:

> En la parroquia Salinas ubicada actualmente en la ciudad de Guaranda, cuenta con la empresa el "Salinerito" dedicada a la producción de chips deshidratados que son los hongos y el mix de frutas deshidratadas que incluye al banano, papaya, manzana y piña. Aparte se manifiesta que en el año 2022 el grupo de la empresa el "Salinerito" a través de las exportaciones de productos deshidratados de hongos y el mix de fruta este logró obtener 46,032 dólares.

En la actualidad, los emprendedores de la ciudad de Guaranda carecen de un conocimiento adecuado sobre los beneficios que se obtienen al trabajar con un Plan de Negocios que se adapte a cada caso, considerando que el no trabajar de forma técnica repercute en el éxito del emprendimiento ya que no se va a poseer un enfoque correcto, manejo de las finanzas de forma deficiente, falta de análisis de mercado, incumplimiento de plazos y metas, esto sumado al desconocimiento de los beneficios nutritivos del producto ofertado.

1.3 Formulación del problema.

¿Cómo incide el Plan de Negocios para la producción de chips deshidratados de frutas, en la Ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar, año 2024?

1.4 Preguntas de investigación.

- ¿Cuál es la demanda potencial y cuáles son las preferencias de los consumidores respecto al consumo de los chips deshidratados de frutas?
- ¿De qué manera la selección de materia prima, logística y la gestión de recursos debe adaptarse al proceso de producción de chips deshidratados de frutas?
- ¿Cuáles son los componentes de un Plan Financiero para la producción de chips deshidratados de frutas?

1.5 Justificación.

A través la elaboración de un Plan de Negocios para la producción de chips deshidratados de frutas, existe una alta demanda y una baja oferta o nula de alimentos saludables debido a la falta de producción local que satisfaga esta necesidad. Este proyecto identifica la carencia de productos locales en este nicho de mercado, lo cual representa una oportunidad de negocio que actualmente no está siendo aprovechada y puede resultar muy rentable. Así mismo, se detecta de forma notoria la falta de un modelo de negocio estructurado para desarrollar de forma adecuada este tipo de negocio.

Nuestra investigación se basa en un Plan de Negocios para la producción de chips deshidratados de frutas, este es importante porque facilita una guía estructurada que se desarrolle y se gestione de manera efectiva, instaurando un modelo de negocio rentable, mismo que permitió elaborar el proyecto sostenible ya que el desarrollo económico es esencial; un negocio busca crecimiento y que sea rentable, de la misma manera responsable con la sociedad que lo consume con la finalidad de que prospere a largo plazo, sin perjudicar el entorno ni terminar los recursos locales y que a su vez genere un impacto positivo en la economía de la ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar.

La producción de chips deshidratados de frutas en Guaranda busca ofrecer una alternativa de alimentación saludable que no solo satisfaga la demanda de los consumidores locales, sino que también fomente el desarrollo agropecuario e industrial en la ciudad. Este tipo de emprendimiento no solo responde a la preferencia de los consumidores por productos nutritivos, sino que también genera

un impacto positivo en la economía local al utilizar recursos y mano de obra de la región.

La importancia de elaborar un Plan de Negocios permitirá realizar un estudio de mercado adecuado de la misma manera proponer un estudio técnico, administrativo y financiero. Cada uno de ellos ayudará al cumplimiento de las metas y por ende conseguir resultados satisfactorios para conseguir que un emprendimiento sea rentable.

Los beneficiarios directos de este Plan de Negocios son los inversionistas, quienes tendrán la oportunidad de mejorar sus ingresos económicos al participar en un mercado en expansión los beneficiarios indirectos serán los proveedores de insumos, agrícolas y la economía local. La ciudadanía de Guaranda se beneficiará de esta iniciativa, tanto en términos económicos como en términos de salud y bienestar.

Existen varias experiencias de modelos exitosos iniciando de forma mundial con NATURE'S ALL FOODS actualmente conocida como NATIERRA es una empresa de los Estados Unidos que se especializa en la producción de frutos y snacks deshidratados, su gran éxito se desprende del compromiso que poseen con la calidad.

En un contexto nacional en el caso del Ecuador se tiene como experiencia CEVERA FRUIST que se encarga de producir frutos deshidratados no solo para consumo interno del país incluso ya exportan a varios países del mundo, esta empresa aprovecha la variedad de la biodiversidad existente en el Ecuador pudiendo ofrecer productos que empresas de otros países no pueden.

En el caso de Guaranda existe un modelo exitoso organizativo basado en la economía comunitaria y solidaria es la parroquia Salinas del cantón Guaranda. A través de un desarrollo productivo que incluye la diversificación de la producción, entre ellos los chips deshidratados, esta comunidad ha logrado mejorar su economía y reinvertir sus utilidades en beneficio de la población, generando bienestar y promoviendo un buen vivir.

1.6 Objetivos:

1.6.1 Objetivo general

- Elaborar un Plan de Negocios para la producción de chips deshidratados de frutas, en la Ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar, año 2024.

1.6.2 Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para la identificación de la demanda insatisfecha.
- Conocer la localización, tamaño y el proceso de la producción para la elaboración de chips deshidratados de frutas.
- Proponer el estudio administrativo para la identificación del nombre de la empresa, socios y la estructura organizacional.
- Elaborar un estudio financiero que incluya costos, ingresos, inversiones y estados financieros para la determinación de la factibilidad y sostenibilidad.
- Evaluar la sostenibilidad y rentabilidad financiera a través de indicadores financieros en la empresa para la producción de chips deshidratados de frutas, en la Ciudad de Guaranda.

1.7 Idea a defender.

“"El Plan de Negocios está orientado a la producción de chips deshidratados de frutas, lo que representa una oportunidad rentable y sostenible en el mercado de alimentos saludables, con la finalidad de generar ingresos y fomentar el desarrollo agroindustrial en la ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar."

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes.

Se han considerado diversas investigaciones que aportan de manera significativa al desarrollo del presente trabajo, en relación con el "Plan de negocios para la producción de chips deshidratados de frutas en la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar, año 2024", las cuales se detallan a continuación:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS EXÓTICAS DESHIDRATADAS EN LA CIUDAD DE QUITO, 2023. ALLYSON SOLEDAD ORDOÑEZ GUZMAN & LUIS EDUARDO BARROS MACHUCA. 2023. EDITORIAL UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR”

Los autores plantean el problema de la siguiente manera:

De acuerdo con (Ordoñez Allyson, Barros Luis, 2023) manifiesta en el proyecto de investigación que:

> En la actualidad se observa mayor preocupación, por personas de todas las edades, por su peso y contextura, más que por estética, por salud; esto debido a la propagación de muchas enfermedades que a diario cobran la vida de personas que van desde niños a jóvenes y adultos, como padecimientos cardiovasculares, diabetes y cáncer. Se plantea incentivar al consumo de frutas en la población, que le permita mejorar la alimentación y el estilo de vida, a través de una alternativa que posee iguales características alimenticias de las frutas exóticas seleccionadas en su estado natural.
>
> El presente estudio contempla la producción de frutos deshidratados como pitahaya, tuna, piña, mango, jackfruit y capulí, considerando que en el Ecuador específicamente en la ciudad de Quito, existe el procesamiento y envasado de estos alimentos. (pág. 4,5).

Los autores de esta investigación plantean como objetivo general lo siguiente:

- "Desarrollar una propuesta de un Plan de Negocios para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de frutas exóticas deshidratadas" (pág. 1).

  Como Objetivos Específicos se detalla lo siguiente:

- "Examinar las necesidades del potencial cliente mediante herramienta Desing Thinking."
- "Realizar una investigación de mercado con la utilización de varios métodos".
- "Realizar un estudio técnico defendiendo los procesos y recursos necesarios" (pág. 1).

De tal manera que establecen las siguientes conclusiones:

1. La creación de una microempresa de producción de frutas exóticas deshidratas tiene una atractiva oportunidad de emprendimiento en el país, al ser un producto saludable que puede ser consumido en cualquier momento del día.
2. El análisis de las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades a través de la herramienta FODA, como también el análisis de las fuerzas de Porter permiten orientar acciones.
3. La definición del cliente potencial, como también conocer sus hábitos de consumo permite orientar las estrategias de marketing para que el producto pueda ser atractivo y llamativo para el consumidor.
4. Requiere una inversión que corresponde a 42.282,56, que comprende al activo fijo complementando la maquinaria y equipos necesarios para la producción del snack deshidratado (pág. 97,98)

“PLAN DE NEGOCIOS PARA IMPLEMENTAR UNA EMPRESA DE SNACKS DE FRUTAS DESHIDRATADAS MANZANA Y PERA**.** JESSICA ANABEL VEGA CHAVEZ**.** 2022. EDITORIAL UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO”

El autor plantea el problema de la siguiente manera:

Según (Chaves Vega, 2022) respecto a tema de investigación señala que:

> La tendencia mundial actual es la salud, ahora los seres humanos tienen como preferencia llevar una vida mejor la cual inclina a cambiar su estilo de vida y hábitos alimenticios, esto crea una tendencia a consumir alimentos nutritivos, el sector frutícola ha mostrado un leve crecimiento en el consumo de mercados locales e internaciones por tanto nos indica una gran importancia socioeconómica para los agricultores y empresas que se han dedicado a industrializar esta materia prima.
>
> El ecuador es un país productor de fruta ya que se encuentra ubicado en un punto geográfico que le brinda una diversidad de climas y microclimas a sus distintas regiones, en la actualidad la producción frutícola de la zona 3 se ha incrementado levemente consiguiendo una estrategia de ingreso por la cadena de comercialización, pero la falta de ideas innovadoras y estrategias limitan al mercado el acceso de fruta fresca o fruta con calidad nutricional adecuada, tenemos los cultivos de manzana y pera que cada año van en decadencia ya que el agricultor se siente perjudicado por los bajos precios, producción escasa, presencia de platas y utilidades menores que recibe cada año.

El autor de esta investigación plantea como objetivo general lo siguiente:

- Diseñar un Plan de Negocios para implementar una empresa productora de snacks de frutas deshidratadas” (manzana y pera).

Como objetivos específicos se detalla lo siguiente:

- Diagnosticar la situación del sector productivo de frutas deshidratadas (manzana y pera) en la zona 3 del Ecuador”
- Desarrollar una propuesta de mercadeo para la comercialización de snack natural con frutas deshidratadas”

- “Elaborar un estudio técnico para determinar tamaño, localización e ingeniería” (Pág. 4).

  El autor establece las siguientes conclusiones:

1. Una vez desarrollo la propuesta de mercadeo para la comercialización de snacks naturales con frutas (manzana y pera) deshidratadas en la zona 3 se toma en cuenta la opinión recolectada en la encuesta para así ver las necesidades de la población y analizar el marketing mix.
2. Una vez desarrollada la propuesta de mercado en la zona 3 se toma en cuenta la opinión recolectada de las encuestas y saber las necesidades de la población y analizar el marketing mix que ayuda a definir el producto (pág. 90).
3. Dentro del estudio técnico se determinó el tamaño de la planta y se detalla que a la semana se obtendrá 663,05 kg: al año un valor 31.826,23 kg de producción esto representa 265.218,59 fundas de snacks (pág. 90).
4. A través del estudio económico financiero del proyecto de la planta procesadora de snacks se logra obtener la siguiente información: la evaluación financiera es factible para ejecutar el proyecto, el VAN indica que es favorable con un valor de 50.530,46 con una TIR de 26%.

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y EXPORTADORA DE FRUTAS (PIÑA Y FRUTILLA) DESHIDRATADAS ARTESANALMENTE DESDE AMBATO – ECUADOR. KLEVER DANILO YUMBULEMA. 2021. EDITORIAL UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK”

El autor plantea el problema de la siguiente manera:

Según (Yumbulema Yumbulema, 2021) dentro de la investigación menciona que:

> El plan de negocio está alineado a la exportación de piña y frutilla deshidratada desde Ecuador hacía New York. Los acuerdos comerciales entre Ecuador y Estados Unidos favorecen a exportar con menos aranceles por el acuerdo comercial que es el sistema generalizado de preferencia.

La negociación con los proveedores tiene un impacto bajo en la empresa porque contamos con proveedores en las provincias de los Ríos, Santo Domingo de los Tsáchilas, Esmeraldas, Guayas, El oro y Manabí que produce piña de calidad (pág. 1,2)

El autor de esta investigación plantea como objetivo general lo siguiente:

- Ofrecer frutas deshidratadas exportando a los distribuidores de New York en el año 2021 - 2025" (pág. 6).

Como objetivos específicos se detalla lo siguiente:

- Crecer en un 15% anual en los primeros 4 años y que permita expandir en todo el mercado estadunidense".
- Capacitar al talento humano semestralmente para mantener un equipo de trabajo capacitado".
- Manejar logística de distribución eficaz para abastecer a nuestros clientes" (pág. 6).

El autor establece las siguientes conclusiones:

1. La finalidad de este plan de negocio es satisfacer las necesidades nutricionales de los consumidores ayudando a mejorar su calidad de vida.
2. La implementación de la empresa de la fruta deshidratada en la Ciudad de Ambato resulta factible ya que la inversión se recupera en los 3.32 años de vida de la empresa.
3. El cálculo de la demanda efectiva nos indica el mercado potencial de los consumidores de la fruta deshidratada dando como resultado en el año 1 más de 6 millones de familias y la capacidad de producción es de 60000 cantidades al año (pág. 59).
4. La capacidad utilizada con la que la empresa va a empezar es de un 10% en función de la capacidad instalada, abarcando un 6% de la demanda del mercado. (pág. 59)

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN SNACK E INFUSIÓN DE PITAHAYA ORGÁNICA DESHIDRATADA Y SU EXPORTACIÓN A ESTADOS UNIDOS**.** GARCÍA MOREIRA XAVIER DAVIDA. 2022**.** UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR"

Según (Moreira, 2022) menciona lo siguiente referente a la investigación realizada:

> Actualmente, según estudios las enfermedades humanas se deben a una dieta deficiente y, con el tiempo, la mayoría de las personas se han dado cuenta de que comer suficientes alimentos puede mejorar su calidad de vida. Incluso los problemas digestivos o problemas relacionados con el estreñimiento son causados por una mala alimentación y por no consumir productos nutritivos que favorezcan la buena salud, así mismo existe una gran demanda en los EE. UU, una oportunidad importante para el consumo de productos orgánicos y saludables, y actualmente se pueden identificar cambios en las dietas de los residentes.
>
> Así mismo Ecuador es un país caracterizado como un proveedor de productos primarios o materias primas, siendo reconocido en el exterior, de la que se tiene la oportunidad de industrializar productos derivados de la agricultura como la pitahaya. La exportación lógicamente contribuirá a la balanza de pagos y por ende es una oportunidad económica para Ecuador.

El autor de esta investigación plantea como objetivo general lo siguiente:

- Diseñar un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la elaboración de snack e infusión de pitahaya orgánica deshidratada y su exportación a Estados Unidos (pág. 5).

Como objetivos específicos se detalla lo siguiente:

- Realizar una fundamentación teórica para conocer aportes académicos y bases legales que se relacionan con los planes de negocio y estudios de mercado.
- Diagnosticar la situación actual sobre el mercado y la venta de snack e infusión de pitahaya deshidratada.

- Determinar el estudio técnico, definiendo así el proceso de producción y el proceso de exportación hacia los Estados Unidos**.** Estimar la viabilidad económica del plan de negocio (pág. 5,6).

  El autor (Moreira, 2022) establece las siguientes conclusiones:

1. Se llevo a cabo la fundamentación teórica el cual permitió el desarrollo un proceso de investigación de mercado que establece la situación comercial del Ecuador, de manera que los productos derivados de la pitahaya son una oportunidad para diversificarse a partir de los productos tradicionales e incursionar como empresa en la exportación.
2. Se diagnostica la situación actual sobre el mercado y la venta de snack de pitahaya deshidratada en florida – Estados Unidos, evidenciando que el 69,09% considera que, si ha consumido la fruta pitahaya, lo que da como resultado que esta población conoce la fruta y la ha consumido.
3. El proyecto es totalmente viable en términos financieros, al haber dado un Valor Presente Neto superiora cero 43.077,97 y una Tasa Interna de Retorno de 56,40% (pág. 89, 90).

2.2. Marco Científico.

2.2.1 Plan de Negocios.

Así señala el autor (Nora E. González y Lopéz Parra, 2022) acerca de:

> Un Plan de Negocios es una estrategia documentada sobre los objetivos y planes de una empresa, describe el plan de comercialización, proyecciones financieras, investigación de mercado, propósito comercial y la declaración de misión. La importancia de los planes de negocios para la organización ha crecido tanto en los últimos tiempos con la apertura a un mercado global que exige que las empresas sean competitivas, se le denomina un documento en el que se describe la idea básica que fundamenta una empresa y en el que se describen consideraciones relacionadas con su inicio y su operación futura. La elaboración de un Plan de Negocios es crucial para cualquier emprendedor ya que proporciona una guía clara para el desarrollo y la gestión empresas; por esto, dominar esta habilidad es fundamental para poner en marcha un negocio de manera efectiva.

2.2.2 ¿Para qué sirve un Plan de Negocios?

"Buscar y planear acciones de la empresa para lograr la meta es un instrumento que proporciona visibilidad y, por lo tanto, control de los escenarios, variables y factores que se conjugan para que una compañía tenga éxito" (Pursell , 2024).

Como indica la (Universidad Internacional de la Rioja, 2023) acerca de la importancia del Plan de Negocios:

> Guiar la toma de decisiones y proporciona un marco para la acción, permitiendo identificar oportunidades de negocio, anticipar obstáculos y desarrollar estrategias efectivas para alcanzar el éxito empresarial a largo plazo es útil entender que sirve para documentar y comunicar la visión, misión, estrategia y objetivos de una entidad o proyecto. Esto implica una exposición clara de cada aspecto facilitando la comprensión tanto para los miembros internos de la organización como para terceros interesado.

2.2.3 Objetivos de un Plan de Negocios.

"Lo más probable es que alguien que esté redactando este tipo de documentos lo haga por uno o varios de los siguientes objetivos de un Plan de Negocios" (Pursell , 2024).

2.2.4 Obtener financiamiento de inversores.

Según (Pursell , 2024):

> Dado que su contenido gira en torno a cómo las empresas tienen éxito, se equilibran y obtienen ganancias, un Plan de Negocios se utiliza como una herramienta para obtener capital. Este documento es la forma en que un emprendedor muestra a los posibles inversores o prestamistas cómo se utilizará su capital y cómo ayudará a que la empresa prospere. Todos los bancos, inversores y empresas de capital de riesgo querrán ver un Plan de Negocios antes de proporcionar el dinero, y los inversores normalmente esperan un ROI del 10 % o más del capital que invierten en una empresa. Por lo tanto, estos inversores necesitan saber si recuperarán su dinero (tal vez esperan ganar algo más) y cuándo. Querrán conocer el proceso y la estrategia de la empresa para alcanzar esos objetivos financieros; aquí entra en juego el contexto proporcionado por los planes de ventas, marketing y operaciones.

2.2.5 Legitimar una idea de negocio.

> Todos tienen una gran idea para una empresa hasta que ponen la pluma sobre el papel y se dan cuenta de que no es exactamente factible. Un Plan de Negocios es la forma que tiene un emprendedor de demostrar que realmente vale la pena perseguir una idea de negocio. A medida que los emprendedores documentan su proceso de salida al mercado, sus necesidades de capital y el retorno esperado de la inversión, es probable que se encuentren con algunos contratiempos que los hagan afinar sus estrategias y métricas, y para eso es exactamente el Plan de Negocios. (Pursell , 2024)

2.2.6 Estructura de evaluación de proyectos.

Según (Urbina Baca, 2013 Septima Edición, págs. 4,5) menciona que, la estructura de evaluación de proyectos es la siguiente:

> Estudio de mercado es la primera parte de la investigación formal del estudio el objetivo es verificar la posibilidad de penetración del producto real en un mercado determinado. El investigador del mercado, al final de un estudio meticuloso y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado.

Este consta de:

- Definición del producto.
- Análisis de la demanda.
- Resumen de la demanda.
- Proyección de la demanda

2.2.7 Estudio técnico.

Como menciona (Urbina Baca, 2013 Septima Edición) en relación del estudio técnico tiene como objetivo determinar la función de producción:

> Optimizando la utilización más efectiva de los recursos que se disponen para la producción de bienes o servicios y, de esta manera, adquirir información sobre el capital, la mano de obra y los recursos materiales necesarios para la puesta en marcha del proyecto. El estudio técnico consta de la capacidad de la producción de la empresa en producción, localización, proceso de productivo de los productos, diagrama de bloques, flujogramas de los procesos productivos distribución de planta, etc. (pág. 6).

2.2.8 Estudio económico.

Para (Urbina Baca, págs. 6,7) su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario:

> Empezando con costos totales y de la inversión inicial a partir de los estudios de ingeniería cabe recalcar que estos costos van de la mano con la selección de la tecnología tomando en cuenta a la depreciación y amortización de la inversión inicial. Los aspectos sirven de soporte para la siguiente etapa, que es la evaluación económica donde se determina la tasa de rendimiento mínima aceptable y cálculo de los flujos netos de efectivo.

2.2.9 Evaluación económica.

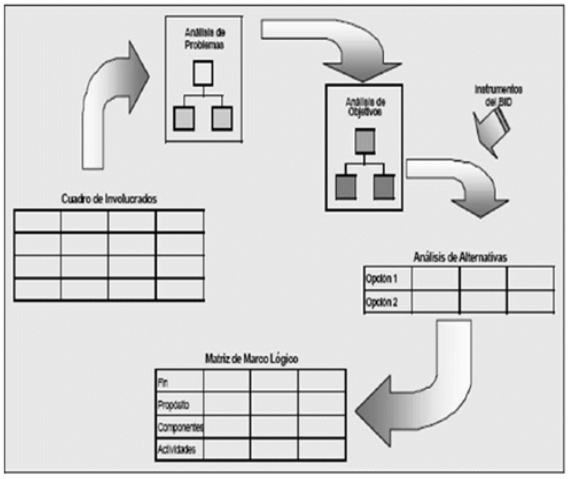
Desde el punto de vista de (Urbina Baca, pág. 7) afirma que:

> La evaluación económica describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica. Esta parte es muy importante, pues es la que al final permite decidir la implantación del proyecto. Ahí radica su importancia. Por eso, los métodos y los conceptos aplicados deben ser claros y convincentes para el inversionista.

2.2.10 Modelo Marco Lógico.

"Es una de las principales herramientas que se utilizan en varias organizaciones nacionales e internacionales para el diseño y la planificación, así como la ejecución y evaluación de políticas de programas, proyectos y diseños organizacionales" (Arenas, Scielo, 2013).

Figura 1:
Marco Lógico para desarrollar un proyecto.



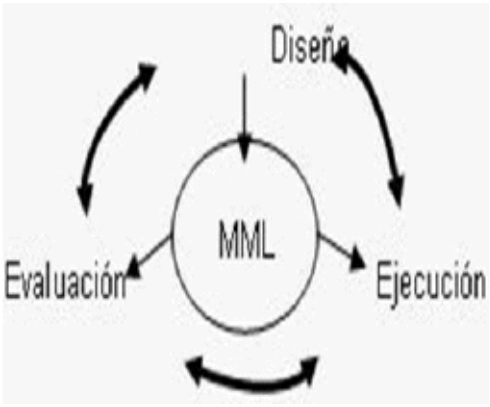
Elaborado por: (Arenas, Scielo, 2013).

El enfoque del Marco Lógico se desarrolló en respuesta a algunos de los siguientes problemas:

"Planificación imprecisa y objetivos múltiples no relacionados con actividades." (Arenas, Scielo, 2013).

Figura 2

Metodología del Marco Lógico de un proyecto.



Elaborado por: (Arenas, Scielo, 2013)

"El ciclo de vida del proyecto es una herramienta importante ya que estos son diseñados para dar una respuesta a un problema hasta obtener resultados que ayuden de manera positiva a la empresa" (Arenas, Scielo, 2013).

Figura 3

Ciclo de vida de un proyecto.

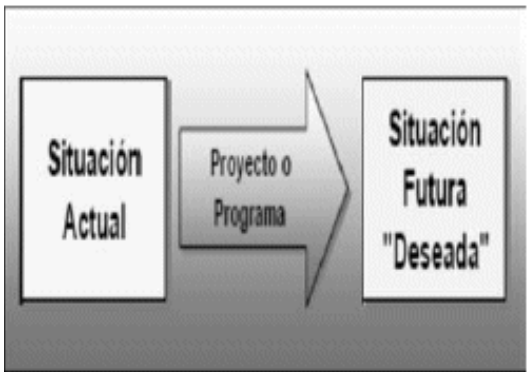


Elaborado por: (Arenas, Scielo, 2013)

"La situación actual demanda un cambio hacia una situación futura deseada por lo cual el camino es precisamente un conjunto de actividades que logrará ese cambio" (Arenas, Scielo, 2013).

Figura 4

Situación actual.



Elaborado por: (Arenas, Scielo, 2013)

El autor (Arenas, Scielo, 2013) manifiesta que:

> El problema de los involucrados utiliza la lluvia de ideas a fin de lograr una intervención democrática donde los actores explican sus carencias, luego se escoge un solo problema a ser resuelto a través de la sistematización de actividades del proyecto.

Figura 5

Problemas y objetivos.



Elaborado por: (Arenas, Scielo, 2013).

"El diagnóstico de la situación actual se evalúa a través de las herramientas de diagnóstico que comprende el análisis de involucrados y el análisis del problema "árbol de relación causas – efectos" (Arenas, Scielo, 2013)

Figura 6:

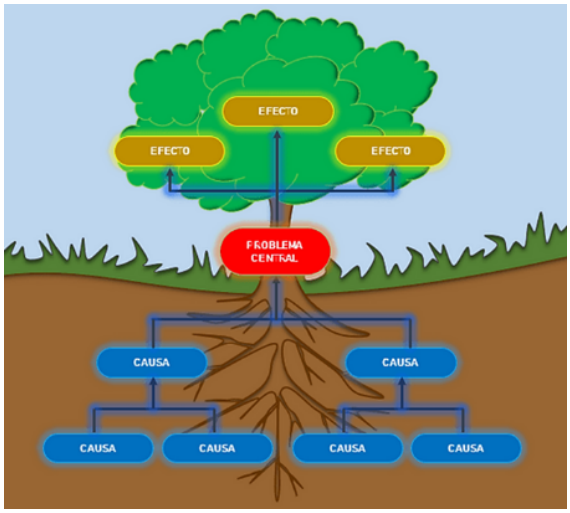
Herramienta de diagnóstico.



Elaborado por: (Arenas, Scielo, 2013)

Figura 7

Árbol de problemas.



Elaborado por: (Arenas, Scielo, 2013).

"Identificar la situación futura deseada se utiliza dos herramientas adicionales de identificación "árbol de relación medios – fines" y el de alternativas el cuál se identifica diferentes estrategias" (Arenas, Scielo, 2013).

Figura 8

MML (Matriz de Marco Lógico).

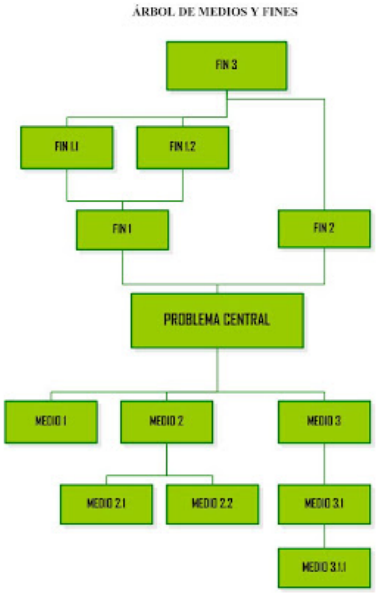


Elaborado por: (Arenas, Scielo, 2013).

"Utilizado en todo tipo de proyectos su objetivo es comunicar la información esencial del proyecto y constituye la base para el diseño del Plan de Seguimiento de Desempeño y evaluación" (Arenas, Scielo, 2013).

Figura 9

Árbol de relación medios – fines.



Elaborado por: (Arenas, Scielo, 2013).

2.2.11 Modelo CANVAS.

Teniendo en cuenta a (Chagay Lozano y otros, 2019) manifiesta lo siguiente:

> El modelo basado en la metodología Canvas es considerada una herramienta nueva y novedosa de aplicación ya que cada vez es más frecuente, por su capacidad de plasmar sobre un lienzo las realidades que debe aplicar todo emprendedor. Método que describe de manera lógica las formas en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor, se componen de nueve bloques (pág. 91).

Segmento de clientes:

El segmento de clientes representa a los distintos grupos de personas u organizaciones a los que una empresa busca servir. De acuerdo con Osterwalder y Pigneur (2010), “un modelo de negocio define uno o varios segmentos de clientes” (p. 20), permitiendo entender mejor sus necesidades y diseñar soluciones adecuadas.

Alianzas clave:

Las alianzas clave son asociaciones estratégicas que permiten optimizar operaciones, reducir riesgos o adquirir recursos. Osterwalder y Pigneur (2010) señalan que "las empresas crean alianzas para concentrarse en sus actividades clave, reducir riesgos o acceder a recursos" (p. 38).

Propuesta de valor:

La propuesta de valor es el conjunto de productos o servicios que crean valor para un segmento específico de clientes. "Constituye la razón por la cual los clientes eligen una empresa sobre otra" (Osterwalder & Pigneur, 2010, p. 22), ya que satisface una necesidad o resuelve un problema relevante.

Actividades:

Las actividades son aquellas acciones fundamentales que realiza la empresa para operar con éxito. Estas actividades están relacionadas con la producción, solución de problemas y redes de plataformas, como indican Osterwalder y Pigneur (2010, p. 36).

Canales:

Los canales describen cómo la empresa se comunica y entrega la propuesta de valor a los clientes. Osterwalder y Pigneur (2010) explican que los canales "tienen cinco fases distintas: concienciación, evaluación, compra, entrega y posventa" (p. 26), facilitando la interacción empresa–cliente.

Flujo de ingresos:

El flujo de ingresos describe el efectivo que una empresa genera a partir de cada segmento de clientes. Este bloque permite identificar cómo se monetiza la propuesta de valor. Según Osterwalder y Pigneur (2010), "representa el dinero que una empresa genera de cada segmento de clientes" (p. 30), ya sea a través de ventas directas, suscripciones, arrendamientos, licencias, entre otros mecanismos.

Estructura de costos:

Este bloque incluye todos los costos necesarios para operar el modelo de negocio. Osterwalder y Pigneur (2010) afirman que "crear y entregar valor, mantener relaciones con los clientes y generar ingresos implica costos" (p. 40), por lo que es esencial analizarlos cuidadosamente.

Recursos clave:

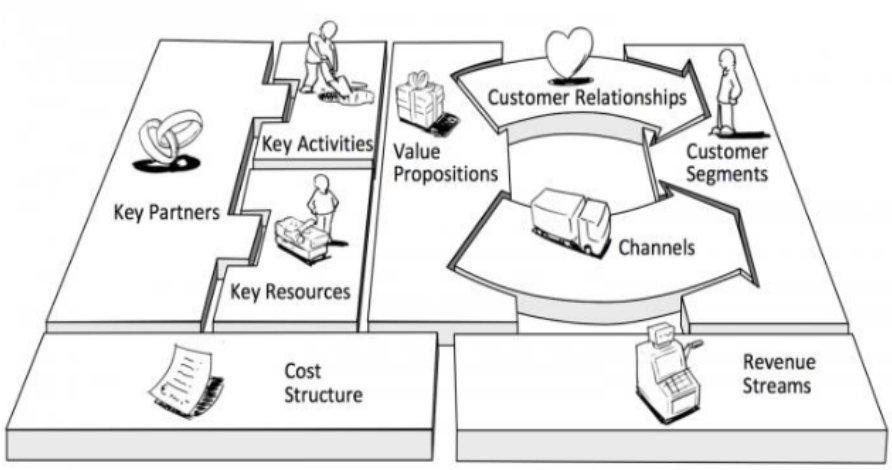
Este bloque se refiere a los activos indispensables para que el modelo de negocio funcione. Entre ellos están los recursos físicos, financieros, humanos e intelectuales. Según Osterwalder y Pigneur (2010), "los recursos clave permiten a una empresa crear y ofrecer una propuesta de valor" (p. 34).

Relación con clientes:

Este bloque define el tipo de relación que se establece con cada segmento de clientes. Según Osterwalder y Pigneur (2010), "pueden ser personales, automatizadas, de autoservicio o basadas en comunidades" (p. 28), dependiendo de los objetivos de la empresa y las expectativas del cliente.

Figura 10

Modelo Canvas.

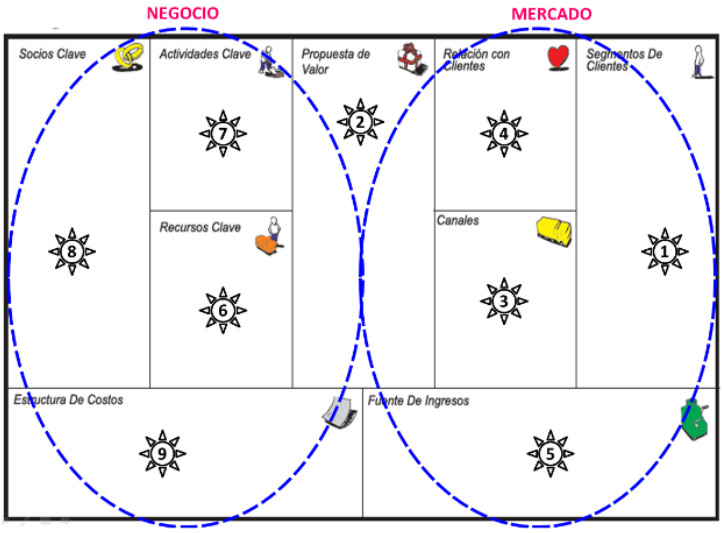


Fuente: (Chagay Lozano y otros, 2019).

"Una de las formas estratégicas de aplicar el Lienzo Canvas, es identificando dos principales contextos: Contexto de mercado y contexto de negocio" (Chagay Lozano y otros, 2019).

Figura 11

Secuencia de bloques Modelo Canvas.



Fuente: Adaptación de lienzo CANVAS (Chagay Lozano y otros, 2019).

2.3 Conceptual.

Plan de Negocios: "Un Plan de Negocios es un instrumento clave y fundamental para el éxito de los empresarios. Es una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o el desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación" (Fleitman, 2010, pág. 25).

Demanda: (Castro, 2021) refiere que "La demanda del mercado brinda información sobre bienes y servicios requeridos por un grupo de personas en un mercado determinado."

Investigación de mercado: "La investigación de mercados proporciona la información necesaria para la maduración de decisiones básicas y de largo alcance de la empresa que requieren un análisis cuidadoso de los hechos" (Soledispa-Rodríguez y Moran-Chilan, 2021, p. 80).

Costos: "El termino costo se aplica con mayor frecuencia a las erogaciones relacionadas con la producción tales como: materia prima, mano de obra y gastos indirectos de fabricación" (Soledispa-Rodríguez y Moran-Chilan, 2021, p. 83)

Mercado: Para (Cortez, 2024), "En su acepción pertinente, mercado es sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios".

Deshidratación: El autor (Rosabel Roig-Vila, 2020), manifiesta que, "El proceso de deshidratación consiste en eliminar el agua que poseen los elementos evitando la proliferación de microorganismos, permitiendo conservar los alimentos por largos periodos, esto se logra con la utilización de calor solar permitiendo una conservación más segura"

Precio: De conformidad con lo que establece (Echeverría Ríos y Martínez Hernández, 2021) "El precio es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el producto".

Organolépticas: El autor (Pillou, 2013) "El gusto, la textura, el olor o incluso el aspecto visual constituyen las principales propiedades organolépticas de la comida".

Exportación: Según (Salazar-Araujo y Morales Trujillo, 2020) "El término de la exportación, que se resume en la salida de un producto de un determinado país con destino a otro, atravesando las diferentes fronteras que separan las naciones".

Marca: Desde el punto de vista de (Montúfar, 2021) "Una marca es una promesa de un beneficio para el cliente, es decir una palabra (nombre del producto, empresa o negocio) identifica un "beneficio concreto".

Calidad: El autor (Espinoza, 2021) menciona que:

> Desde un punto de vista de la fabricación de bienes, el concepto de calidad implica la ausencia de errores o fallas en el bien, lo cual implica que todos los procesos de fabricación hayan sido verificados con el fin de evitar estos errores.

Ventas: (León, 2021) establece que "El concepto de venta es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea".

VAN: El Valor Actual Neto, también conocido como Valor Presente Neto (VPN), es un indicador financiero clave utilizado para evaluar la viabilidad y rentabilidad de proyectos de inversión, se calcula mediante la actualización de los flujos de ingresos y gastos futuros del proyecto, restando la inversión inicial, un resultado positivo indica ganancia y sugiere la viabilidad del proyecto este enfoque permite a las empresas evaluar, desde el inicio y con proyección a futuro, la viabilidad y los rendimientos de sus inversiones. (Ramírez, 2021)

TIR: La Tasa Interna de Retorno (TIR) constituye un indicador crucial para evaluar la rentabilidad de proyectos e inversiones, siendo proporcionalmente mayor la rentabilidad a medida que la TIR se incrementa calcular la TIR de distintos proyectos facilita la toma de decisiones respecto a las inversiones a emprender. (Cigoña, 2023)

Viabilidad económica: La viabilidad económica determina el potencial que tiene un Plan de Negocios empresarial y es la base sobre la que se debe edificar cualquier negocio, para determinar la viabilidad de cualquier organización es preciso analizar aspectos técnicos, económicos y comerciales con la finalidad de valorar el retorno de la inversión, este estudio completo permite tomar decisiones objetivas y elaborar una planificación estratégica de una empresa en base a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas asociadas al negocio y su mercado (Stsepanets, 2023)

Inversión: La inversión se refiere a la asignación de recursos financieros para adquirir bienes o servicios con el objetivo de generar beneficios futuros. Según Mankiw (2012), “la inversión puede decirse que es la adquisición de bienes materiales que en lo posterior serán usados con el fin de generar más bienes y/o servicios. Es la acumulación de adquisiciones de tipos de capital, inventariado y edificios”

TREMA: La TREMA (Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable) es la tasa de rentabilidad mínima que un inversionista espera obtener de un proyecto para considerarlo viable. Según Gutiérrez (2015), "la TREMA se utiliza para evaluar si un proyecto es rentable comparando su rendimiento esperado con la tasa mínima que justifica la inversión, considerando los riesgos involucrados” (p. 112).

2.4 Legal.

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR

Sección octava

Trabajo y seguridad social

Dentro de la (Constitución de la República del Ecuador , 2008) misma que se encuentra vigente y aprobada por la ASAMBLEA CONSITUYENTE DEL ECUADOR.

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizara a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1.- Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional.

2.- Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.

3.- Asegurar la soberanía alimentaria y energética.

4.- Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los limites biofísicos de la naturaliza y el respeto a la vida y a las culturas.

5.- Logar un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.

6.- Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.

7.- Mantener la estabilidad económica, entendida como máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.

8.- Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.

9.- Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable.

SECCIÓN QUINTA
INTERCAMBIOS ECONÓMICOS Y COMERCIO JUSTO

Art. 335.- El estado regulará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

SECCIÓN III DE LA COMPAÑÍA EN COMANDITA SIMPLE
DE LA CONSTITUCIÓN Y RAZÓN SOCIAL

Art. 59. – La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras, "compañía en comandita", escritas con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse.

Nota: Inciso final agregado por Art. 4 de la Ley No. 0, publicada en el Registro Oficial 591 de 15 de mayo de 2009.

Tramites de constitución

Para la creación una empresa Cía. Ltda. en Ecuador seguiremos los siguientes pasos:

- Reserva de Nombre: Solicita la reserva del nombre de tu empresa en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS).
- Redacción de los Estatutos Sociales: Elabora los estatutos sociales, que incluyen detalles sobre la estructura de la empresa, capital social, y responsabilidades de los socios.
- Solicitud de Constitución: Presenta la solicitud de constitución ante la SCVS, incluyendo el nombre de la empresa, objeto social, y datos de los socios.
- Ejecución de la Escritura Pública: Realiza la escritura pública de constitución ante un notario, donde se formaliza la creación de la empresa.

- Inscripción en el Registro Mercantil: Inscribir la escritura pública en el Registro Mercantil del cantón donde se domiciliará la empresa.

Aspectos tributarios

- Obtención del RUC: Registra la empresa en el Servicio de Rentas Internas (SRI) para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Es recomendable contar con la asesoría de un abogado especializado en derecho comercial para asegurar que todos los pasos se cumplan correctamente.
- El pago del impuesto a la Renta se lo realiza anualmente y tiene vigencia desde el 1ro de enero al 31 de diciembre.

Dentro de la (LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN, 2020), aprobada por la asamblea y se encuentra en estado vigente, con SUPLEMENTO DEL REGISTRO OFICIAL No. 151.

LEY ORGÁNICA DE EMPREDIMIENTO E INNOVACIÓN

CAPÍTULO I

Art. 2.- Objetivos de la ley. – Son objetivos de esta Ley los siguientes:

A. Crear un marco interinstitucional que permita definir una política de Estado que fomente el desarrollo del emprendimiento y la innovación;

B. Facilitar la creación, operación y liquidez de emprendimientos;

C. Fomentar la eficiencia y competitividad de emprendedores;

D. Promover políticas públicas para el desarrollo de programas de soporte técnico, financiero y administrativo para emprendedores;

E. Fortalecer la interacción y sinergia entre el sistema educativo y actores públicos, privados, de economía mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal del sistema productivo nacional; y.

F. Impulsar la innovación en el desarrollo productivo.

CAPITULO II

POLÍTICAS PÚBLICAS E INSTITUCIONALIDAD DEL EMPRENDIMIENTO

Art. 6. – Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación.

Crease el Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación – CONEIN, como organismo permanente estratégico para promover y fomentar el emprendimiento, la innovación y la competitividad sistemática del país, mediante la coordinación interinstitucional, la alianza público-privada y academia, el mismo que estará conformado por las máximas autoridades o delegados de las siguientes instituciones:

a) La presidencia de la República o su delegado, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente.

b) El Ministerio rector de la Producción.

c) El Ministerio rector de Economía y Finanzas.

d) La secretaria de Educación Superior, Ciencias, Tecnología e Innovación.

e) Un representante del Comité Interinstitucional de la Economía Popular y Solidaria.

f) Un representante del Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales.

g) Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador.

h) Un representante del Consejo Consultivo del Emprendimiento e Innovación.

i) Un representante de las Cámaras de la Producción.

j) Un representante de las Universidades, Escuelas Politécnicas e Institutos de Educación Superior Público.

CAPITULO VI

FONDOS COLABORATIVOS O CROWDFUNDING

Art. 32. – Plataformas de fondos colaborativos o crowdfunding. – Las plataformas de fondos colaborativos o "crowdfunding", conectan mediante plataformas de internet a personas públicas, privadas o de la economía popular solidaria, denominadas promotores, que requieren capital para un determinado proyecto, con o sin ánimo de lucro, con otras personas, denominadas inversores, interesadas en aportar sus recursos para la consecución de dichos proyectos, bajo determinadas condiciones y a través de distintas categorías.

De acuerdo con (LA LEY DE COMPAÑÍAS, 2017), podemos tomar en cuenta los artículos de más relevancia mismos que se rigen a la Superintendencia de Compañías.

LA LEY DE COMPAÑÍAS

SECCIÓN 1

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 2. – Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo.
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones.
- La compañía de responsabilidad limitada.
- La compañía anónima

2.5 Georreferencial.

La provincia de Bolívar se encuentra como una de las 24 provincias conformadas de la República del Ecuador, considerada como el centro del Ecuador, en la cordillera occidental de los Andes. Su capital es la ciudad de Guaranda en honor al libertador Simón Bolívar.

Tiene una extensión de 3.254 Km^2 convirtiéndola como la provincia más pequeña del Ecuador, según el último ordenamiento territorial pertenece a la región comprendida también por las provincias de Santa Elena, Guayas y los Ríos, consta de 7 cantones y su clima cambia desde las zonas subtropicales con temperaturas entre 22 y 25 grados centígrados.

Localización

País: Ecuador

Provincia: Bolívar

Cantón: Guaranda

Parroquia: Gabriel Ignacio Veintimilla

Dirección: Eloy Alfaro y Azuay

Figura 12

Mapa de la Ciudad de Guaranda.



Nota: GOOGLE MAPS

La producción de chips deshidratados de frutas estará ubicada entre las calles Eloy Alfaro y Azuay perteneciente a la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla de la Cuidad de Guaranda de la Provincia Bolívar.

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación.

Para la investigación de este proyecto utilizaremos diferentes métodos y técnicas para logar obtener la información deseada.

3.1.1 Investigación descriptiva.

La investigación descriptiva nos permitirá obtener un informe claro y detallado sobre un Plan de Negocios de la producción de chips deshidratados de frutas dando a conocer una visión clara y objetiva.

3.1.2 Investigación exploratoria.

Se implementará la investigación exploratoria para resolver el problema que se genera dentro de un Plan de Negocios y a su vez nos brindará resultados precisos y favorables para nuestra investigación.

3.1.3 Investigación bibliográfica.

Se realizará una investigación más técnica a través de análisis de documentos de la misma manera nos ayudará a través de fuentes bibliográficas, libros, sitios web, artículos científicos, entre otros.

3.2 Enfoque de la investigación.

En la presente investigación de un Plan de Negocios se utilizará un enfoque cuantitativo ya que se va a realizar el manejo de datos estadísticos que se fundamenta en la construcción y medición de dimensiones, indicadores e índices de variables y de sus relaciones, en el enfoque cualitativo se procederá a realizar análisis e interpretación de los datos obtenidos del proceso para el Plan de Negocios para la producción de chips deshidratados de frutas.

3.3 Métodos de Investigación.

Se realizará una investigación más técnica a través de análisis de documentos de la misma manera nos ayudará a través de fuentes bibliográficas, libros, sitios web, artículos científicos, entre otros.

3.3.1 Método cuantitativo.

Nos ayudara recolectando y analizando datos numéricos de esta manera podremos identificar tendencias cabe recalcar que a través de este método lograremos obtener resultados generales que nos ayudara para nuestra investigación.

3.3.2 Método cualitativo.

A través del método cualitativo nos facilitara buscar conceptos como la importancia de un Plan de Negocios para la producción de chips deshidratados de frutas, recolectando experiencias o comportamientos.

3.3.3 Método deductivo.

A través de este método se establecerá las conexiones que existen entre los principios y características de un Plan de Negocios y así mismo de la producción de chips deshidratados de frutas al realizar un análisis minucioso de la información.

3.3.4 Método inductivo.

Obtener un análisis más amplio sobre la información alcanzada, a través de este método nos permitirá elaborar las conclusiones y recomendaciones del Plan de Negocios.

3.4 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos.

Recopilaremos información a nuestro alcance de diversas formas existentes, con la finalidad de obtener resultados completos. Las técnicas utilizadas serán las siguientes:

3.4.1 Encuesta.

Técnica que utilizaremos mediante un cuestionario a un determinado muestreo de la población clase media alta de la ciudad de Guaranda.

3.5 Universo, Población y Muestra.

En la cuidad de Guaranda, según el censo poblacional (INEC, 2022), cuenta con una población de 30,755 habitantes, para fines de la investigación se toma en cuenta la población de clase media alta en el intervalo de 15 a 64 años y que se encuentra distribuida de la siguiente manera y que es la población de estudio:

Sexo	Población
Hombres	9750
Mujeres	9818
Total	19568

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Según (Mora, 2023) menciona que el porcentaje de la clase media alta del Ecuador es del 7,7% al 2022.

Total	19568	7,70%
Población de estudio		1507

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Aplicamos la fórmula de la muestra.

Fórmula de la muestra:

$$n = \frac{m\,(0{,}5)^2\ Z^2}{(m-1)\,e^2 + (0{,}5)^2 Z^2}$$

M	población	1507
Z	Nivel de confianza	1,96
0,5	varianza poblacional	0,5
E	error	5%
N	Muestra	306,2749
N	Final	**306**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

3.6 Procesamiento de la Información.

El procesamiento de la información para esta investigación y de datos se lo realizó de la siguiente manera:

- **Encuestas:** se aplicaron como técnica de recolección de datos primarios, utilizando un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y abiertas. Estas encuestas permitieron conocer las preferencias, hábitos de consumo y aceptación del producto por parte de los potenciales clientes. Su aplicación fue clave para validar la viabilidad comercial del plan de negocios, y se dirigieron a la población objetivo dentro de la ciudad de Guaranda.
- **Tabulaciones:** Los datos recolectados a través de las encuestas fueron organizados y procesados mediante tablas elaboradas en Microsoft Excel (versión 2019). Este software permitió clasificar, ordenar y contabilizar las respuestas obtenidas, facilitando una presentación sistemática y comprensible de los resultados. La tabulación fue indispensable para identificar tendencias y comportamientos en el mercado.
- **Gráfico:** Los resultados tabulados fueron representados de forma visual mediante gráficos circulares (gráficos de pastel). Esta herramienta gráfica se empleó para mostrar porcentajes y proporciones de manera clara y accesible, ayudando a interpretar rápidamente las variables clave como nivel de interés, frecuencia de consumo o disposición a pagar por los chips de frutas.
- **Análisis:** Posteriormente, se realizó un análisis detallado y preciso de los datos obtenidos. Este análisis permitió interpretar los resultados de las encuestas y gráficos, identificando patrones y conclusiones relevantes para la toma de decisiones. Se contrastaron los resultados con los objetivos del estudio, enfocándose en la factibilidad del proyecto desde la perspectiva del mercado.

CAPÍTULO IV.

RESULTADO Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados.

Tabla 1

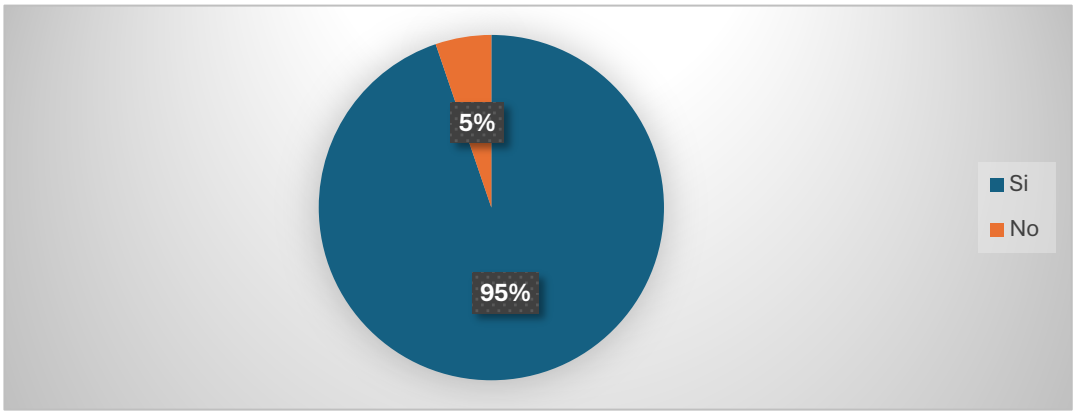
¿Consume chips deshidratados de frutas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	290	95
No	16	5
Total	**306**	**100%**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Figura 13

¿Consume chips deshidratados de frutas?



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Análisis e Interpretación.

El 95% de las personas encuestadas manifiestan que consumen chips deshidratados de fruta algunos manifestaban que les gustaba el sabor y por su alto nivel en fibra, por que hacen ejercicio y la absorción de nutrientes es más alta, mientras que un porcentaje mínimo del 5% no lo consumen ya que desconocían el producto.

Tabla 2

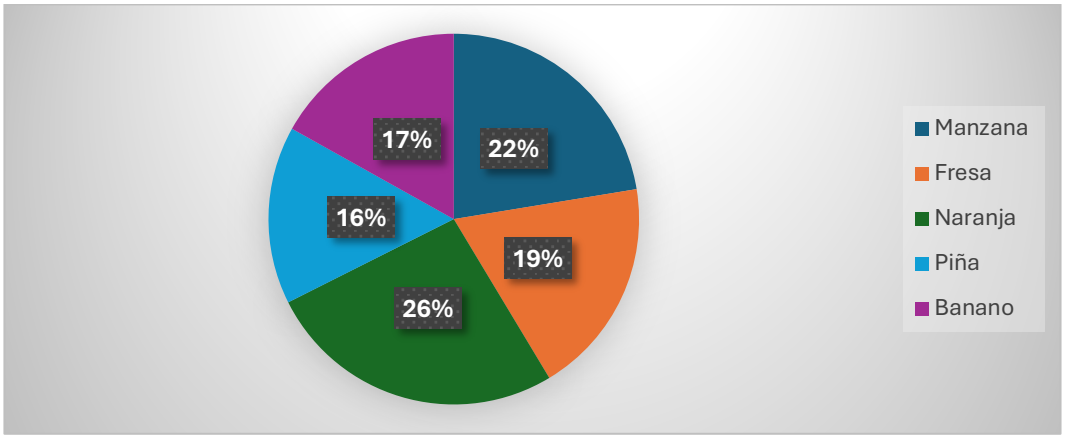
¿Qué fruta es de su preferencia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Manzana	65	22
Fresa	55	19
Naranja	76	26
Piña	45	16
Banano	49	17
Total	**290**	**100%**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Figura 14

¿Qué fruta es de su preferencia?



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Análisis e Interpretación.

La naranja es la fruta con mayor preferencia con un 26%, por su sabor cítrico, componentes nutricionales y alto en vitamina C. Le sigue la manzana con el 22% debido a que su textura en chips y sabor son más delicados. La fresa ocupa el tercer lugar con a su nivel de dulzor, mientras que la piña y el banano como última opción.

Tabla 3

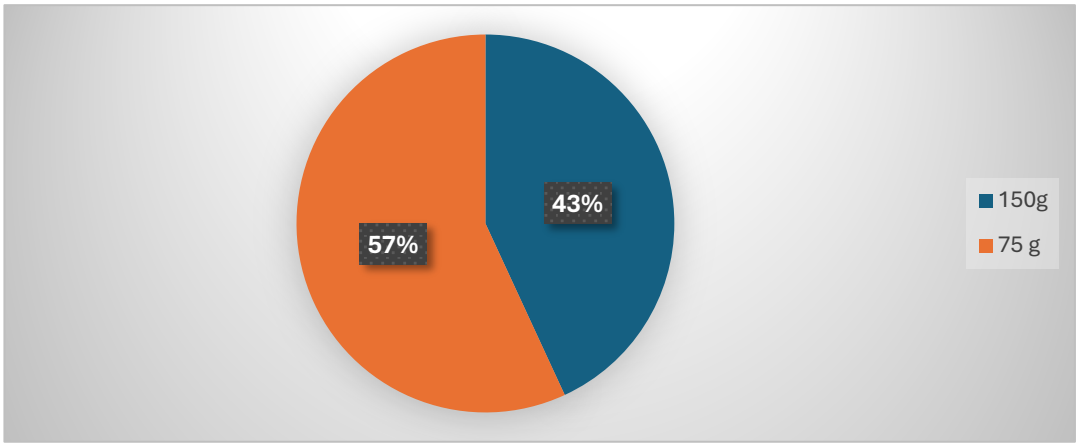
¿Cuál es el tamaño de su preferencia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
150g	125	43
75 g	165	57
Total	**290**	**100%**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Figura 15

¿Cuál es el tamaño de su preferencia?



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Análisis e Interpretación.

Los porcentajes muestran que el tamaño de 75 gramos es el más preferido con un 57%, ya que es una opción más accesible y adecuada para consumo individual. Por otro lado, el tamaño de 150 gramos ocupa el segundo lugar con un 43%, siendo elegido por personas que buscan una cantidad mayor, ideal para compartir o consumir en varias ocasiones.

Tabla 4

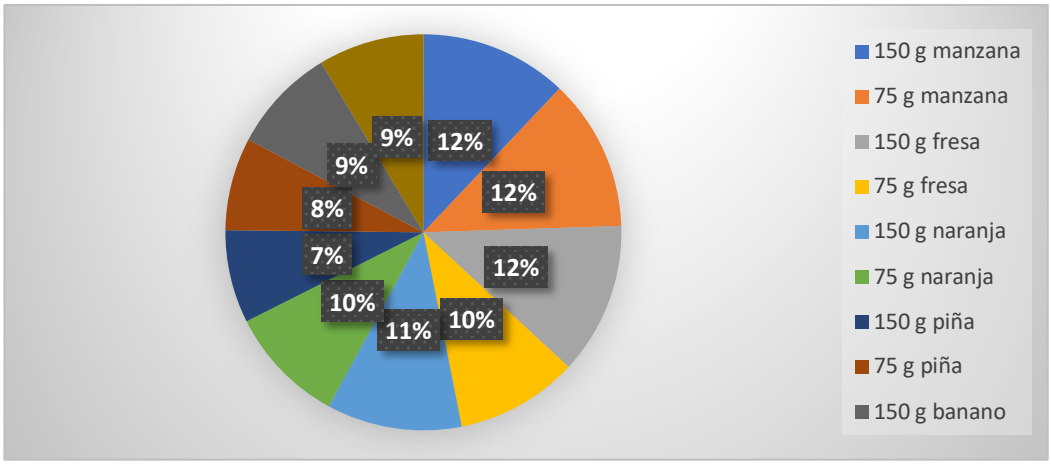
¿De los siguientes sabores cuál es de su preferencia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
150 g manzana	35	12
75 g manzana	36	12
150 g fresa	36	12
75 g fresa	29	10
150 g naranja	32	11
75 g naranja	28	10
150 g piña	22	8
75 g piña	22	8
150 g banano	25	9
75 g banano	25	9
Total	**290**	**100%**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Figura 16

¿Cuál es el sabor de su preferencia?



Elaborado por: Mishell Miranda &Leidy Monar

Análisis e Interpretación.

Con una mayor inclinación hacia la manzana y la fresa, son las opciones más demandadas 75g y 150g esta elección se debe a su tamaño muy accesible para compartir en familia y el de 75g para un consumo más individual. Presentando una aceptación relevante de 12%, tomando en cuenta sabor, textura y sus componentes nutricionales.

Tabla 5

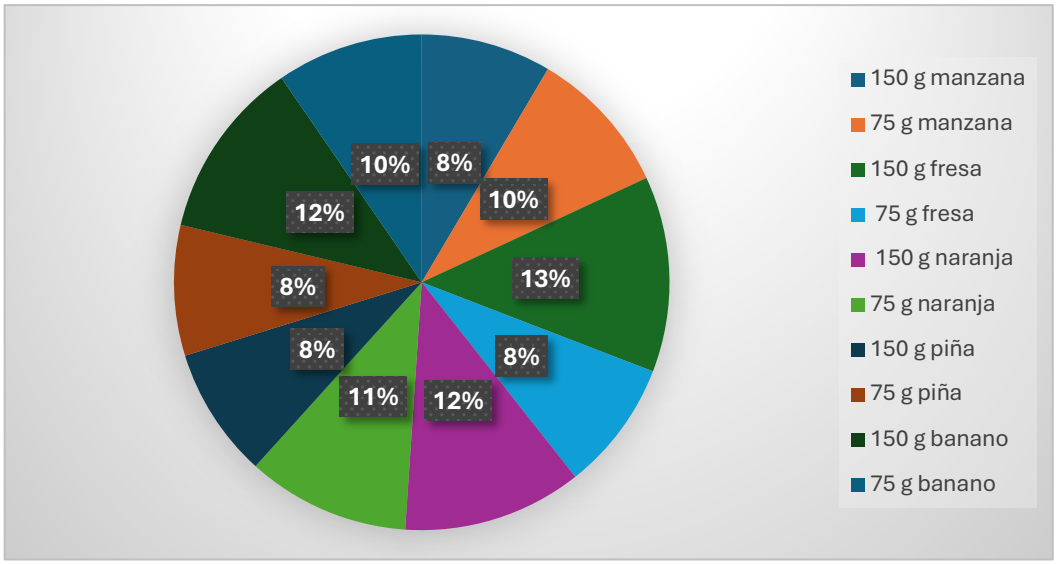
¿Cuántas unidades de estas presentaciones compra usted a la semana?

Categoría	Unidades consumidas a la semana	Frec.Personas que consumen a la semana	Porcentaje	Total, consumido
150g manzana	1	10	3	10
	2	7	2	14
	3	10	3	30
75g manzana	1	14	5	14
	2	10	3	20
	3	4	1	12
150g fresa	1	15	5	15
	2	15	5	30
	3	5	2	15
75g fresa	1	10	3	10
	2	10	3	20
	3	7	2	21
150g naranja	1	12	4	12
	2	13	4	26
	3	10	3	30
75g naranja	1	14	5	14
	2	10	3	20
	3	5	2	15
150g piña	1	7	2	7
	2	10	3	20
	3	9	3	27
75g piña	1	10	3	10
	2	10	3	20
	3	5	2	15
150g banano	1	12	4	12
	2	15	5	30
	3	5	2	15
75g banano	1	7	2	7
	2	8	3	16
	3	11	4	33
Total	**57**	**290**	**100%**	**507**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Figura 17

¿Cuántas unidades de estas presentaciones compra usted por semana?



Elaborado por: Mishell Miranda &Leidy Monar

Análisis e Interpretación.

El análisis del consumo semanal de las distintas presentaciones revela una mayor demanda en los formatos de 150 g de manzana y fresa, con una frecuencia de compra de 1 a 3 unidades por semana por su sabor y textura ligera. La naranja mantiene una distribución equilibrada entre sus presentaciones de 75 g y 150 g, con una tendencia predominante hacia la adquisición de 1 o 2 unidades semanales su aceptación por el contenido de vitamina C y su sabor ácido y fresco.

Tabla 6

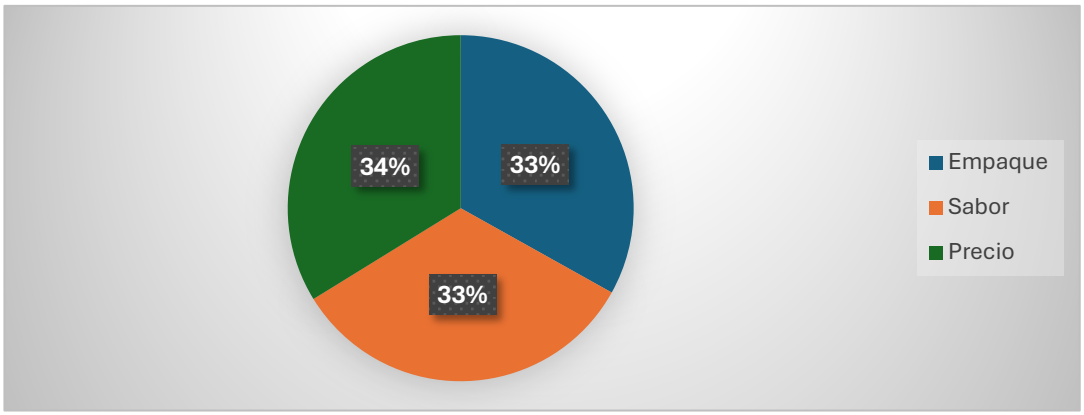
¿Al momento de comprar chips deshidratados de frutas que es lo que usted más valora?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Empaque	96	33
Sabor	96	33
Precio	98	34
Total	**290**	**100%**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Figura 18

¿Al momento de comprar chips deshidratados que es lo más valora usted?



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Análisis e Interpretación.

El análisis de los porcentajes muestra que, al momento de comprar chips deshidratados de frutas, los consumidores valoran principalmente el precio con un 34% ya que este tipo de productos son elevados en costos y preferirían que sean más accesibles en calidad precio, seguido muy de cerca por el empaque porque si es llamativo les atrae más con un 33% y el sabor con un 33%, reflejando una distribución equilibrada entre los tres factores.

Tabla 7

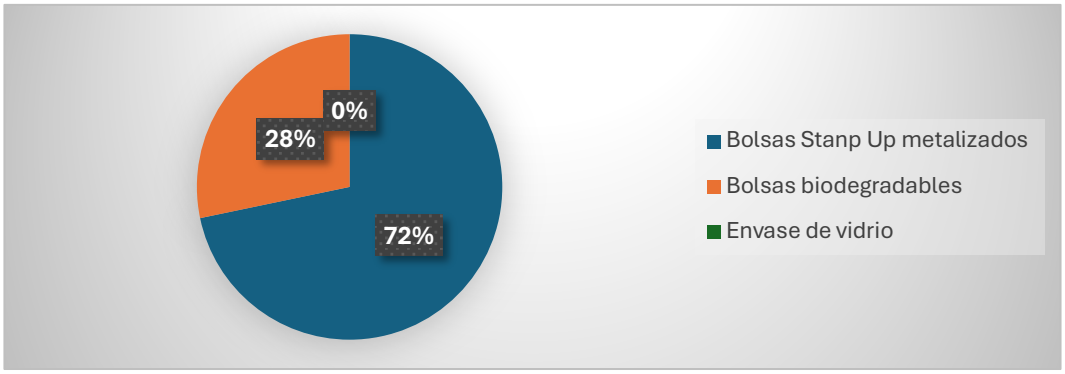
¿ Qué empaque es de su preferencia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bolsas Stand Up metalizados	208	72
Bolsas biodegradables	82	28
Envase de vidrio	0	0
Total	**290**	**100%**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Figura 19

Empaque de preferencia



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Análisis e Interpretación.

La preferencia de empaque revela una tendencia marcada hacia las bolsas Stand Up metalizadas, las cuales representan la totalidad de las elecciones registradas, evidenciando su aceptación y funcionalidad percibida por los consumidores ya que son elaboradas para este tipo de productos incluso son reutilizables. Las bolsas biodegradables no presentan una preferencia significativa, mientras que el envase de vidrio no registra demanda.

Tabla 8

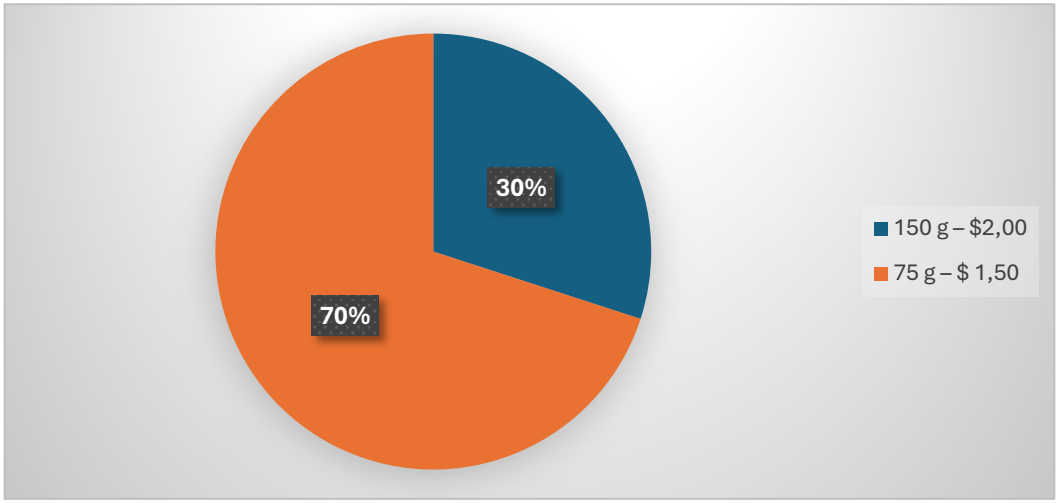
¿Qué precio pagaría usted por este producto?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
150 g – 2,00	87	30
75 g – 1,50	203	70
Total	**290**	**100%**

Elaborado por: Mishell Miranda &Leidy Monar

Figura 20

¿Qué precio pagaría usted por este producto?



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Análisis e Interpretación.

Los porcentajes reflejados muestran que la presentación de 75 g a 1,50 es la más adquirida por los consumidores, debido a su precio accesible y tamaño práctico, lo que la hace ideal para consumidores que buscan opciones económicas y convenientes. Por otro lado, la presentación de 150 g a 2,00 representa siendo elegida por quienes prefieren una mayor cantidad de producto a un precio razonable.

Tabla 9

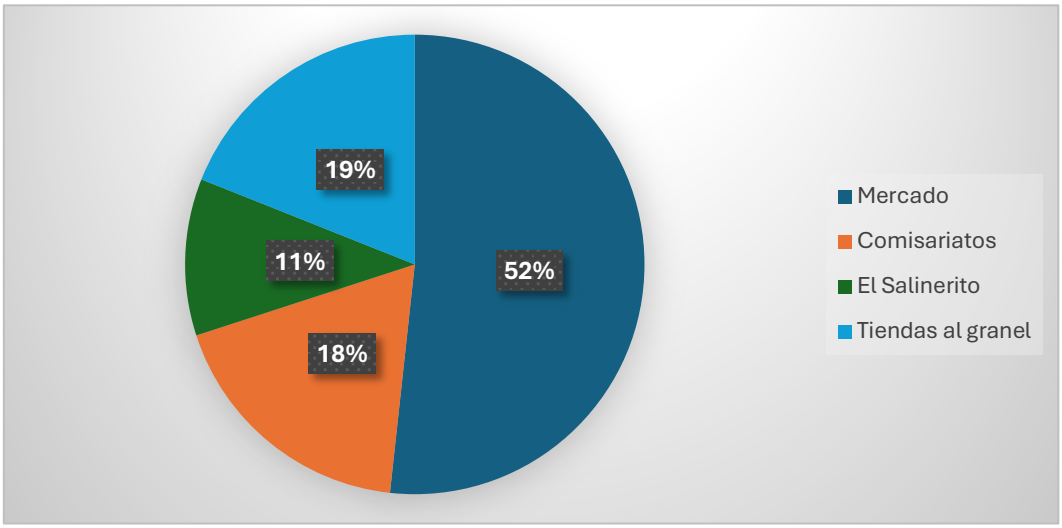
¿Dónde compra usted este producto?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mercado	150	52
Comisariatos	53	18
El Salinerito	32	11
Tiendas al granel	55	19
Total	**290**	**100%**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Figura 21

¿Dónde compra usted este producto?



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Análisis e Interpretación.

Los porcentajes demuestran que el 52% de los consumidores adquieren este producto en los mercados ya que es un lugar más confiable, son productos orgánicos y sin tantos procesos químicos, le siguen las tiendas a granel con un 19% por su accesibilidad a promociones y los comisariatos con un 18%, finalmente. El Salinerito es el lugar menos frecuentado, representando el 11% de las preferencias.

Tabla 10

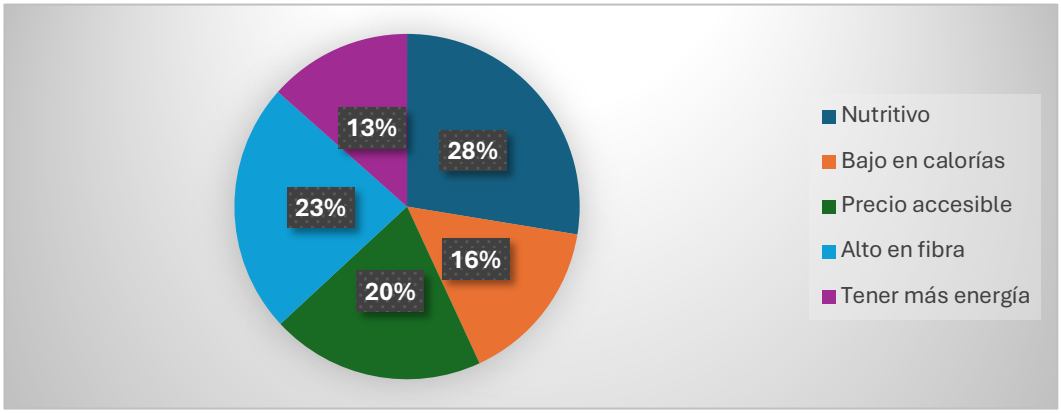
¿Qué es lo que usted busca en los chips deshidratados de frutas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nutritivo	80	28%
Bajo en calorías	45	16%
Precio accesible	58	20%
Alto en fibra	68	23%
Tener más energía	39	13%
Total	**290**	**100%**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Figura 22

¿Qué es lo que usted busca en los chips deshidratados de frutas?



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Análisis e Interpretación.

El análisis de los porcentajes revela que la principal característica buscada en los chips deshidratados de frutas es que sean nutritivos, con un 28% para llevar una vida más sana, seguido por que sean altos en fibra, con un 23%, un precio accesible y de calidad.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Tema.

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE CHIPS DESHIDRATADOS DE FRUTAS, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLIVAR, AÑO 2024.

5.2 Objetivo de la propuesta.

Desarrollar los estudios de: Mercado, técnico, administrativo y financiero para la creación de una empresa productora de chips deshidratados de frutas.

5.3 ESTUDIO DE MERCADO.

Herramienta principal que investiga las características, necesidades y comportamientos de los consumidores para evaluar la viabilidad de un producto o servicio, analizando los datos sobre la demanda de los chips deshidratados de frutas.

5.3.1 Definición del Producto.

Los chips deshidratados de frutas son un producto elaborado a partir de frutas frescas sometidas a un proceso de deshidratación que elimina la mayor parte del contenido de agua. Este procedimiento nos permitirá preservar los nutrientes esenciales, realzar los sabores naturales y extender significativamente la vida útil del producto sin la necesidad de conservantes artificiales.

La deshidratación se realiza mediante el uso de hornos especializados, lo que garantiza una textura crujiente y un perfil sensorial atractivo para el consumidor. Este proceso también mantiene las propiedades organolépticas de la fruta, ofreciendo un snack saludable, ligero y fácil de transportar.

Gama cromática.



El color rojo intenso se utilizó por su tono vibrante, profundo y llamativo transmite sensaciones de poder y emoción diferenciándose de un mercado competitivo.



Se eligió el color amarillo vibrante ya que es ideal para diferenciar productos como la piña y resalta su asociación con la frescura, dulzura y trópico. Además, el amarillo es un color llamativo que capta la atención de los consumidores rápidamente.



El color es un rojo oscuro y profundo que se asemeja al color de una manzana roja. Este color se lo escogió para diferenciarlo de la manzana ya que aquéllas suelen asociarse con tonos brillantes transmitiendo una percepción de exclusividad y sofisticación.



El color naranja se elige por su impacto visual, su asociación con frescura y vitalidad, su capacidad de diferenciación y su fuerte conexión con ciertos productos, especialmente los cítricos.



El color amarillo del banano se elige por su fuerte asociación con la fruta, su impacto positivo en la psicología del consumidor, su alta visibilidad y su capacidad para diferenciarse en el mercado.



Este color es una elección estratégica en publicidad porque simboliza naturaleza, frescura, sostenibilidad y vitalidad. Su impacto visual y emocional lo hace ideal para campañas que buscan transmitir un mensaje de bienestar, innovación ecológica y armonía con el entorno.



El color blanco se eligió por su excelente legibilidad, sensación de limpieza, versatilidad y asociación con la transparencia y la modernidad. Su uso estratégico permite resaltar mensajes en cualquier fondo, asegurando impacto visual y una comunicación efectiva.



El color negro se utilizó para las letras del logotipo por su elegancia, legibilidad, versatilidad y poder simbólico. Su uso ayuda a transmitir confianza, lujo y autoridad, garantizando un diseño atemporal y efectivo en múltiples aplicaciones.

5.3.2 Prototipo del Empaque.

El empaque Stand Up metalizado es un tipo de envase flexible y resistente que permite mantenerse de pie por sí mismo sus colores llamativos van alineados a la fruta que representa causando un impacto visual, cabe recalcar que está diseñado para proteger el producto en su interior, manteniendo su frescura, sabor y calidad por más tiempo.

Figura 28

Prototipo de etiqueta del empaque





Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Prototipo de la Bolsa Stand Up



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

5.3.3 Tipo de Productos.

Tabla 11

Tipo de productos

Productos (chips deshidratados)	Característica	Presentación
Manzana	Lleva 52 Calorías por cada 100g, con un bajo contenido de gasas 0,2g y sin colesterol. Potasio 107mg además contiene 10g de azúcares naturales.	Las bolsas de stand up metalizadas de 150g y 75g
Naranja	La naranja cuenta con 47 calorías, vitamina C 85mg, potasio 181mg y fibra 2,2g, mientras que sus azúcares alcanzan los 9g.	Las bolsas stand up metalizadas de 150 y 75 g.
Fresa	La fresa está compuesta por antioxidantes y se destaca por su bajo aporte calórico 32 calorías, potasio 153mg, fibra 2g y azúcar natural 4,9g.	La presentación de fresa deshidratada en bolsas stand up metalizadas de 150 g y 75 g.
Piña	La piña es una fruta baja en calorías, sin gasas ni colesterol, rica en potasio, vitamina C 79 % y bromelina, una enzima que favorece la digestión y reduce la inflamación.	La piña deshidratada en bolsas stand up de 150 g y 75.
Banano	El banano es una fruta tropical con altos nutrientes, carbohidratos 22-25 g por cada 100 g, potasio 358g por 100g, fibra 2.6g por 100g y un aporte de vitamina C y vitaminas de complejo B.	El banano deshidratado en bolsas stand up de 150 g y 75 g.

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

5.3.4 Análisis de la Demanda.

El análisis de la demanda es el estudio del interés en donde evalúa aspectos como las necesidades del cliente, tamaño del mercado, tendencias, competencia y factores externos.

Tabla 12

Análisis de la demanda

Presentación	N° de consumo	N° de personas	Porcentaje	N° de personas del universo	Semana	Año
150g manzana	1	10	3,45	52	52	2702
	2	7	2,41	36	73	3783
	3	10	3,45	52	156	8107
				1507		

Presentación	N° de consumo	N° de personas	Porcentaje	N° de personas del universo	Semana	Año
75g manzana	1	14	4,83	73	73	3783
	2	10	3,45	52	104	5404
	3	4	1,38	21	62	3243
				1507		

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

La demanda de la manzana del tamaño de 75g evidencia que el mayor consumo es de 1 vez por semana teniendo el 4,8% esto representa que lo adquieren para un consumo más ocasional esto indica que los consumidores prefieren una ingesta moderada y por una preferencia individual tomando en cuenta un tamaño más ligero y accesible.

Presentación	N° de consumo	N° de personas	Porcentaje	N° de personas del universo	Semana	Año
150g fresa	1	15	5,17	78	78	4053
	2	15	5,17	78	156	8107
	3	5	1,72	26	78	4053
				1507		

Presentación	N° de consumo	N° de personas	Porcentaje	N° de personas del universo	Semana	Año
75g fresa	1	10	3,45	52	52	4053
	2	10	3,45	52	104	8107
	3	7	2,41	36	109	4053
				1507		

Elaborado por**:** Mishell Miranda & Leidy Monar

El análisis de la demanda de fresas muestra que la presentación de 150g tiene una mayor demanda en comparación con la de 75g. Estos datos indican que la presentación de 150g es la más demandada por su sabor dulce y su consumo direccionado a familias que deseen consumir en ocasiones importantes y presenta un crecimiento sostenido, lo que sugiere una preferencia del mercado por este tamaño siendo la opción más adecuada para priorizar en la oferta.

Presentación	N° de consumo	N° de personas	Porcentaje	N° de personas del universo	Semana	Año
150g naranja	1	12	4,14	62	62	3243
	2	13	4,48	68	135	7026
	3	10	3,45	52	156	8107
				1507		

Presentación	N° de consumo	N° de personas	Porcentaje	N° de personas del universo	Semana	Año
75g naranja	1	14	4,83	73	73	3783
	2	10	3,45	52	104	5404
	3	5	1,72	26	78	4053
				1507		

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

La demanda de naranjas está equilibrada entre las presentaciones de 150g y 75g, con un predominio de consumidores que optan por 1 o 2 unidades por persona. Se observa un mercado estable con oportunidades de crecimiento en segmentos de alto consumo. La optimización de la oferta y estrategias de comercialización dirigidas a consumidores frecuentes pueden contribuir significativamente a la rentabilidad del producto y a la expansión del mercado.

Presentación	N° de consumo	N° de personas	Porcentaje	N° de personas del universo	Semana	Año
150g piña	1	7	2,41	36	36	1892
	2	10	3,45	52	104	5404
	3	9	3,10	47	140	7296
				1507		

Presentación	N° de consumo	N° de personas	Porcentaje	N° de personas del universo	Semana	Año
75g piña	1	10	3,45	52	52	2702
	2	10	3,45	52	104	5404
	3	5	1,72	26	78	4053
				1507		

Elaborado por: Mishell Miranda &Leidy Monar

La presentación de 75g es la más demandada en términos generales, especialmente en niveles de consumo moderado, mientras que la presentación de 150g es preferida por consumidores de alta frecuencia. Estos hallazgos permiten establecer estrategias de comercialización que maximicen la rentabilidad del producto, optimicen la oferta y fomenten la fidelización del consumidor.

Presentación	N° de consumo	N° de personas	Porcentaje	N° de personas del universo	Semana	Año
150g banano	1	12	4,14	62	62	3243
	2	15	5,17	78	156	8107
	3	5	1,72	26	78	4053
				1507		

Presentación	N° de consumo	N° de personas	Porcentaje	N° de personas del universo	Semana	Año
75g banano	1	7	2,41	36	36	1892
	2	8	2,76	42	83	4324
	3	11	3,79	57	171	8917
				1507		

Elaborado por: Mishell Miranda &Leidy Monar

Dentro de las presentaciones de 150g y 75g existen diferentes consumos y preferencias de los consumidores. El tamaño de 150g muestra una concentración en el consumo moderado dentro de lo normal, mientras que la presentación de 75g con una distribución homogénea, consumo ligero y tienden a ingerir la fruta con mayor frecuencia. La elección entre ambas presentaciones está influenciada más por la frecuencia de ingesta que por la cantidad de porción.

5.3.5 Resumen de la Demanda.

Tabla 13

Resumen de la demanda

PRODUCTO	CANTIDAD DEMANDADA AÑO 2024
150g manzana	14592
75g manzana	12430
150g fresa	16213
75g fresa	13781
150g naranja	18375
75g naranja	13241
150g piña	14592
75g piña	12160
150g banano	15403
75g banano	15132

Elaborado por Mishell Miranda & Leidy Monar

Las principales frutas de mayor demanda corresponden a la fresa en su presentación de 150g con una cantidad demandada de 16.213 unidades, seguido por el banano con 15.403 unidades, mientras que la manzana, naranja y piña poseen una cantidad demandada inferior. La presentación de 150g entre las frutas más demandadas se encuentra la naranja, en la cual también la fresa y el banano poseen una cantidad demandada alta, teniendo la piña y la manzana una cantidad un poco más baja.

5.3.6 Proyección de la Demanda.

Tabla 14

Proyección de la demanda

Demanda futura		Demanda futura	
Año	**150g manzana**	**Año**	**75g manzana**
2024	14592	2024	12430
2025	14782	2025	12592
2026	14974	2026	12755
2027	15168	2027	12921
2028	15366	2028	13089
2029	15565	2029	13259
Demanda futura		**Demanda futura**	
Año	**150g fresa**	**Año**	**75g fresa**
2024	16213	2024	13781
2025	16424	2025	13960
2026	16638	2026	14142
2027	16854	2027	14326
2028	17073	2028	14512
2029	17295	2029	14701
Demanda futura		**Demanda futura**	
Año	**150g naranja**	**Año**	**75g naranja**
2024	18375	2024	13241
2025	18614	2025	13413
2026	18856	2026	13587
2027	19101	2027	13764
2028	19349	2028	13943
2029	19601	2029	14124
Demanda futura		**Demanda futura**	
Año	**150g piña**	**Año**	**75g piña**
2024	14592	2024	12160
2025	14782	2025	12318
2026	14974	2026	12478
2027	15168	2027	12640
2028	15366	2028	12805
2029	15565	2029	12971
Demanda futura		**Demanda futura**	
Año	**150g banano**	**Año**	**75g banano**
2024	15403	2024	15132
2025	15603	2025	15329
2026	15806	2026	15528
2027	16011	2027	15730
2028	16219	2028	15935
2029	16430	2029	16142

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

En la demanda futura se revelan datos donde los tamaños de 150g y 75g indican una tendencia creciente lo cual muestran un aumento sostenido en el consumo para el período 2024 – 2029. La demanda de la naranja en la presentación de 150g presenta valores más altos empezando en 18,375 unidades en 2024 y alcanzando 19,601 en el 2029, seguida por la fresa, manzana y el banano.

5.3.7 Análisis de la oferta.

Tabla 15:
Análisis de la oferta

Nombres	Ubicación	Cantidad producida	Frutas que ofrecen	Precios
EL CHAJA	**Guaranda 9 de Abril y Espejo.**	520	150g manzana	3,00
		621	75g manzana	2,00
		856	150g fresa	3,00
		774	75g fresa	2,50
		844	150g naranja	2,00
		485	75g naranja	1,00
		771	150g piña	3,00
		895	75g piña	2,50
		546	150g banano	2,50
		770	75g banano	1,50
SALINERITO	**Salinas de Guaranda. El Calvario y Samilagua**	490	150g manzana	2,00
		783	50g manzana	1,50
		629	150g fresa	2,75
		697	50g fresa	1,50
		456	150g naranja	3,00
		787	50g naranja	2,00
		639	150g piña	3,00
		405	50g piña	2,00
		756	150g banano	3,00
		577	50g banano	2,00
BIO GANJAS	**San Lorenzo Santiago.**	140	150g manzana	3,00
		114	75g manzana	2,00
		104	150g fresa	2,50
		131	75g fresa	1,25
		145	150g naranja	3,00
		137	75g naranja	2,50
		111	150g piña	3,00
		113	75g piña	1,50
		142	150g banano	3,00
		150	75g banano	2,00

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

El análisis de la oferta, al considerar competidores como EL CHAJA, SALINERITO y BIO GANJAS, implica estudiar cómo estas empresas ofrecen productos similares en el mercado. Esto incluye evaluar su capacidad de producción, estrategias de precios, calidad de los productos, distribución y marketing, para entender cómo impactan en la oferta para los consumidores. Este análisis ayuda a identificar las fortalezas y debilidades de cada competidor y cómo se posicionan frente a la demanda del mercado, permitiendo a la empresa ajustar su estrategia para ser competitiva y satisfacer las necesidades del consumidor de manera efectiva.

5.3.8 Proyección de la Oferta.

Tabla 16

Proyección de la oferta

Producto	Unidades producidas
150g manzana	1150
75g manzana	1518
150g fresa	1589
75g fresa	1602
150g naranja	1445
75g naranja	1409
150g piña	1521
75g piña	1413
150g banano	1444
75g banano	1497

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

El análisis de la oferta de frutas por parte de las empresas competidoras “EL CHAJA, SALINERITO Y BIO GANJAS”, indican una mayor producción en las presentaciones estos datos reflejan una estrategia de producción enfocada en presentaciones más pequeñas, posiblemente debido a la preferencia del consumidor por porciones más accesibles, individuales y ligeras.

5.3.9 Proyección de la Oferta.

Tabla 17

Proyección de la oferta

Oferta futura			Oferta futura	
Año	**150g manzana**		**Año**	**75g manzana**
2024	1150		2024	1518
2025	1165		2025	1538
2026	1180		2026	1558
2027	1195		2027	1578
2028	1211		2028	1598
2029	1227		2029	1619
Oferta futura			**Oferta futura**	
Año	**150g fresa**		**Año**	**75g fresa**
2024	1589		2024	1602
2025	1610		2025	1623
2026	1631		2026	1644
2027	1652		2027	1665
2028	1673		2028	1687
2029	1695		2029	1709
Oferta futura			**Oferta futura**	
Año	**150g naranja**		**Año**	**75g naranja**
2024	1445		2024	1409
2025	1464		2025	1427
2026	1483		2026	1446
2027	1502		2027	1465
2028	1522		2028	1484
2029	1541		2029	1503
Oferta futura			**Oferta futura**	
Año	**150g piña**		**Año**	**75g piña**
2024	1521		2024	1413
2025	1541		2025	1431
2026	1561		2026	1450
2027	1581		2027	1469
2028	1602		2028	1488
2029	1622		2029	1507
Oferta futura			**Oferta futura**	
Año	**150g banano**		**Año**	**75g banano**
2024	1444		2024	1497
2025	1463		2025	1516
2026	1482		2026	1536
2027	1501		2027	1556
2028	1521		2028	1576
2029	1540		2029	1597

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

El análisis de la oferta futura en tamaños de 150g y 75g evidencia un crecimiento moderado y constante entre 2024 al 2029, con incrementos anuales que reflejan una expansión progresiva en la producción.

5.3.10 Demanda insatisfecha proyectada.

Tabla 18

Proyección demanda insatisfecha

150g manzana			
Año	**Demanda Futura**	**Oferta Futura**	**Demanda insatisfecha**
2024	14592	1150	13442
2025	14782	1165	13617
2026	14974	1180	13794
2027	15168	1195	13973
2028	15366	1211	14155
2029	15565	1227	14339
150g fresa			
Año	**Demanda Futura**	**Oferta Futura**	**Demanda insatisfecha**
2024	16213	1589	14624
2025	16424	1610	14814
2026	16638	1631	15007
2027	16854	1652	15202
2028	17073	1673	15400
2029	17295	1695	15600
150g naranja			
Año	**Demanda Futura**	**Oferta Futura**	**Demanda insatisfecha**
2024	18375	1445	16930
2025	18614	1464	17150
2026	18856	1483	17373
2027	19101	1502	17599
2028	19349	1522	17828
2029	19601	1541	18059
150g piña			
Año	**Demanda Futura**	**Oferta Futura**	**Demanda insatisfecha**
2024	14592	1521	13071
2025	14782	1541	13241
2026	14974	1561	13413
2027	15168	1581	13587
2028	15366	1602	13764
2029	15565	1622	13943
150g banano			
Año	**Demanda Futura**	**Oferta Futura**	**Demanda insatisfecha**
2024	15403	1444	13959

2025	15603	1463	14140
2026	15806	1482	14324
2027	16011	1501	14510
2028	16219	1521	14699
2029	16430	1540	14890

Elaborado por Mishell Miranda & Leidy Monar

75g manzana			
Año	**Demanda Futura**	**Oferta Futura**	**Demanda insatisfecha**
2024	12430	1518	10912
2025	12592	1538	11054
2026	12755	1558	11198
2027	12921	1578	11343
2028	13089	1598	11491
2029	13259	1619	11640
75g fresa			
Año	**Demanda Futura**	**Oferta Futura**	**Demanda insatisfecha**
2024	13781	1602	12179
2025	13960	1623	12338
2026	14142	1644	12498
2027	14326	1665	12660
2028	14512	1687	12825
2029	14701	1709	12992
75g naranja			
Año	**Demanda Futura**	**Oferta Futura**	**Demanda insatisfecha**
2024	13241	1409	11832
2025	13413	1427	11986
2026	13587	1446	12141
2027	13764	1465	12299
2028	13943	1484	12459
2029	14124	1503	12621
75g piña			
Año	**Demanda Futura**	**Oferta Futura**	**Demanda insatisfecha**
2024	12160	1413	10747
2025	12318	1431	10887
2026	12478	1450	11028
2027	12640	1469	11172
2028	12805	1488	11317
2029	12971	1507	11464
75g banano			
Año	**Demanda Futura**	**Oferta Futura**	**Demanda insatisfecha**
2024	15132	1497	13635
2025	15329	1516	13813

2026	15528	1536	13992
2027	15730	1556	14174
2028	15935	1576	14358
2029	16142	1597	14545

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar.

5.3.11 Análisis de Precios.

Tabla 19

Análisis de precios

Producto	Presentación	Tamaño	Precio de mercado	Precio propuesto	Precio mayorista	PVP
Manzana	Bolsas Stanp Up metalizados	150g	$3,00	$ 1,50	1,35	1,70
	Bolsas Stanp Up metalizados	75g	$2,00	$ 1,00	0,90	1,20
Fresa	Bolsas Stanp Up metalizados	150g	$1-$3	$ 2,00	1,80	2,20
	Bolsas Stanp Up metalizados	75g	$1-$3	$ 1,50	1,35	1,70
Naranja	Bolsas Stanp Up metalizados	150g	$1-$3	$ 2,00	1,80	2,20
	Bolsas Stanp Up metalizados	75g	$1-$3	$ 1,00	0,90	1,20
Piña	Bolsas Stanp Up metalizados	150g	$1-$3	$ 2,50	2,25	2,70
	Bolsas Stanp Up metalizados	75g	$1-$3	$ 1,50	1,35	1,70
Banano	Bolsas Stanp Up metalizados	150g	$1-$3	$ 2,00	1,80	2,20
	Bolsas Stanp Up metalizados	75g	$1-$3	$ 1,00	0,90	1,20

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

El análisis de precios de frutas en presentaciones de 150g y 75g, envasadas en bolsas Stand Up metalizadas, nuestras variaciones significativas de precios se debe a que la mayoría de las frutas se encuentran en el subtrópico y en la costa por lo cual adquirir demanda de transporte a lo contrario de la fresa y la manzana que existe más accesibilidad para comprarla estas diferencias reflejan factores como costos de producción, demanda y percepción de valor, con un mayor margen en productos de mayor precio, lo que sugiere estrategias diferenciadas para maximizar rentabilidad según la fruta y su presentación. En cuanto al precio por mayor se

trabajará con un 20% del valor a la venta al público, con ganancias desde los 0,34 centavos.

5.3.12 Análisis de la Comercialización.

La comercialización de chips deshidratados de frutas en la Ciudad de Guaranda se enfocará en ofrecer un producto natural, fresco y sin preservantes, garantizando la calidad y accesibilidad en precios. De tal manera que se ha tomado en cuenta diferentes puntos de comercialización como:

Consumidores finales: Personas que buscan alternativas saludables a los snacks tradicionales también en las tiendas pequeñas interesadas en varias sus productos saludables y naturales.

Venta directa al consumidor: Se priorizará las ventas en la tienda oficial de la marca, puntos estratégicos de la ciudad para atraer clientes y fidelizarlos mediante la calidad del producto.

Ventas al por mayor: A mayoristas interesados en adquirir productos de calidad para sus negocios, donde el precio sea accesible y se entregue producción fresca.

Uso de redes sociales: Se impulsará la venta mediante estrategias de marketing digital en redes como Facebook, Instagram, Tik Tok y WhatsApp, promoviendo las entregas a domicilio esto se efectuará con la ayuda de motorizados de la Ciudad de Guaranda.

5.3.13 Canales de Distribución.

La producción será a diario para tener un producto sano, fresco y sin preservantes, con el objetivo de llegar a satisfacer nuestra demanda brindando un producto de calidad y a precios accesibles.

Tabla 24

Canales de distribución

Canal	Definición
Venta directa al público	La comercialización directa al público de chips de fruta deshidratada ofrece múltiples beneficios, ya que al vender directamente al consumidor resulta en mayores ingresos. Además, permite establecer un contacto directo con los clientes.
Mayoristas	La distribución a mayoristas será del 60% permitiendo una rápida rotación de nuestro producto y así garantizando un flujo constante de ingresos.

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

5.4 PLAN DE MARKETING

En nuestra búsqueda por destacar en el dinámico mercado de los snacks saludables, se ha identificado la necesidad de desarrollar estrategias de marketing efectivas que impulsen las ventas y fortalezcan la fidelidad de los consumidores. Este enfoque brinda la capacidad de reaccionar de manera ágil a los cambios y tendencias del entorno, asegurando que los chips de fruta deshidratada sigan siendo competitivos y continúen creciendo.

5.4.1 Objetivo General.

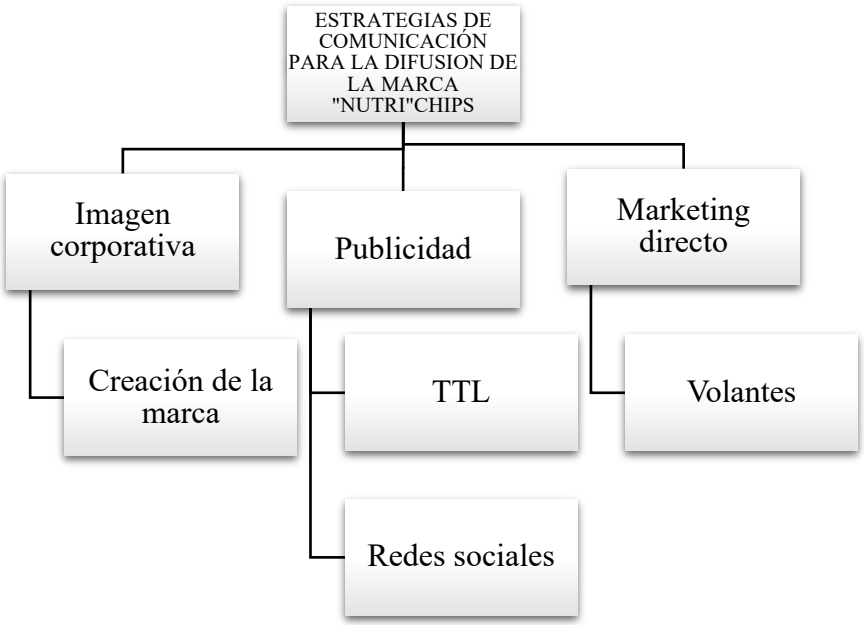
Diseñar un plan de marketing para la empresa “MONCAL” y el posicionamiento en el mercado de la marca de frutas deshidratadas “Nutri”.

5.4.2 Estrategias de Comunicación.

Las estrategias de comunicación son fundamentales para el éxito de un proyecto de chips de frutas deshidratadas, ya que permiten dar a conocer el producto, posicionarlo en el mercado y conectar con el público objetivo, estas estrategias incluyen el uso de redes sociales para promocionar el producto con contenido visual atractivo, campañas de publicidad enfocadas en los beneficios saludables del snack y la participación en eventos relacionados con alimentación saludable.

Figura 25

Estrategias de comunicación



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

5.4.3 Estrategia.

Publicidad Redes Sociales.

Facebook.

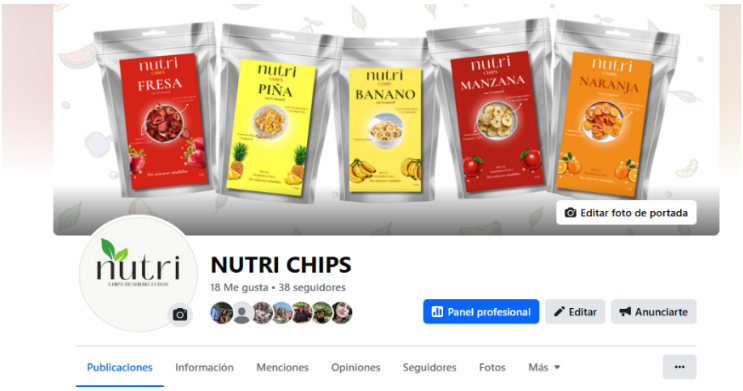
Es relevante como estrategia de marketing porque permite a las empresas alcanzar a un público masivo y segmentado de manera efectiva, gracias a sus herramientas de publicidad se puede dirigir el contenido a usuarios específicos según edad, ubicación e intereses, además facilita la interacción directa con los clientes generando confianza y fidelidad hacia la marca, su formato permite combinar textos, imágenes y videos atractivos para promocionar productos.

Importancia.

La red social Facebook es una herramienta publicitaria que facilita la esencia para nuestra marca de chip deshidratados llamado “nutri”, nos dirigimos a los alimentos saludables y así construir una comunidad que facilite la interacción directa.

Figura 29

Red social Facebook



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Instagram.

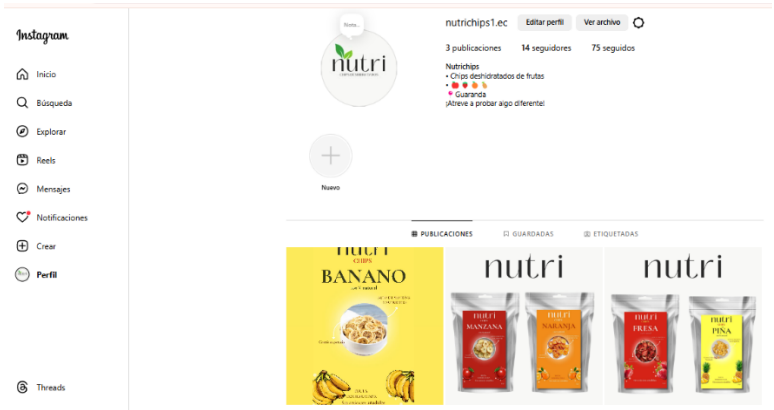
Es una de las redes con mejores estrategias de marketing ya que permite conectar con un público visualmente orientado a través de imágenes atractivas que se dirige directo al contenido visual facilita destacar productos, ofrece funciones como historias, reels y publicaciones patrocinadas que ayudan a captar la atención de los usuarios.

Importancia.

Instagram se encuentra posicionado como una red social de negocios es por ello por lo que es un componente esencial en nuestra estrategia publicitaria para la marca "Nutri" CHIPS DESHIDRATADOS, productos deshidratados que hoy en la actualidad son muy demandados y esta plataforma nos ofrece espacios extensos para compartir la calidad de nuestros productos y exponer historias envolventes basadas en la producción de los chips deshidratados.

Figura 30

Red social Instagram



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Tik Tok.

En esta red social que se ha convertido en un plan estratégico de actividad y participación, se logra capturar la atención del usuario a través de videos cortos que estén incorporados de fusionen ingenio, música, creatividad y autenticidad en cada uno de los videos. Esto se convierte en una estrategia ya que utilizando los hashtags se puede lograr llegar a más usuarios.

Importancia.

Tik Tok surge como una pieza clave dentro de nuestra estrategia publicitaria ya que para la marca de nuestros chips deshidratados el contar con una audiencia activa es esencial, la plataforma nos brinda la oportunidad de contar historias de una manera creativa a través de videos cortos.

Figura 31

Red social Tik Tok



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

MARKETING DIRECTO.

El marketing directo beneficia a nuestra marca de chips deshidratados de frutas al permitirnos establecer conexiones personalizadas con los consumidores, brindando un control exacto sobre la presentación de nuestra marca.

Importancia.

La distribución de volantes directos al público es una opción rápida ya que como empresa podemos implementar una manera eficaz y percibir resultados.

Figura 32

Hoja volante



Elaborado por Mishell Miranda & Leidy Monar

5.4.4 Fuerza de Ventas.

La aplicación de marketing directo en la venta de chips de frutas permite llegar de manera personalizada y eficiente a los clientes potenciales generando una conexión directa y rápida con el producto mediante la entrega y obsequio de insumos de venta directa para los consumidores para promocionar ofertas especiales y participación en ferias locales con el objetivo de exhibir nuestro producto que son los chips deshidratados de frutas (manzana, naranja, piña, fresa, banano.)

Figura 33

Insumos de venta



Elaborado por Mishell Miranda &Leidy Monar

5.5 ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico es fundamental para un Plan de Negocios, ya que proporciona una evaluación detallada de la viabilidad técnica, asegurando que se cuenten con los recursos y la tecnología necesaria para la producción.

Cabe recalcar que permite diseñar un cronograma de producción eficiente, optimizando el uso de los recursos y asegurando que se pueda satisfacer la demanda del mercado de manera constante.

5.5.1 Capacidad de Producción.

Tabla 20

Capacidad de producción

Producto	Anual	Mensual	Semanal	Diario
150g manzana	6.049	504	126	25
75g manzana	5.129	427	107	21
150g fresa	5.850	487	122	24
75g fresa	4.263	355	89	18
150g naranja	5.253	438	109	22
75g naranja	2.366	197	49	10
150g piña	1.961	163	41	8
75g piña	2.364	197	49	10
150g banano	3.490	291	73	15
75g banano	3.409	284	71	14
TOTAL	40.133	3.344	836	167

Elaborado por**:** Mishell Miranda & Leidy Monar

En la tabla de la capacidad de producción anual varía desde las 6.049 unidades en 150g y 75g, en cada uno de los productos existe una variación en los que resaltan un valor mínimo es la fresa de 75g y la naranja de 150g. La producción total es de 40.113 unidades al año. Esto da una preferencia a la manzana con un valor más alto ya que su sabor es dulce y tiene varios beneficios como fibra y proteína.

5.5.2 Localización.

Seleccionar la ubicación ideal para nuestra planta de producción de chips deshidratados de frutas requiere un análisis estratégico, no se trata únicamente de encontrar un espacio físico, sino de crear un entorno que promueva tanto la excelencia de nuestro producto, así como la eficiencia de nuestras operaciones.

Macro – localización.

País: Ecuador

Provincia: Bolívar

Región: Sierra

Ciudad: Guaranda

Parroquia: Gabriel Ignacio Veintimilla

Guaranda en el centro del Ecuador, se encuentra al noroeste de la Provincia de Bolívar, limitada al norte por la Provincia de Cotopaxi, al sur con los cantones Chimbo y San Miguel, al este está limitada con la Provincia de Chimborazo y Tungurahua, y al oeste está limitada por los cantones de Las Naves, Caluma y Echeandía.

Micro – localización.

Mediante la Micro- localización podemos identificar el local más conveniente para llevar a cabo los procesos productivos de la microempresa lo cual resulta del análisis de los siguientes locales:

Local 1: Guanujo (Sector Plaza Cordovez)

Local 2: Guaranda (Sector Plaza del Carnaval)

Local 3: Gabriel Ignacio Veintimilla (Sector Vinchoa Central-Vía Casipamba)

Ciudad A (Guanujo).

- **Temperatura:** 7º hasta 10°C.
- **Límites:** Al norte con la parroquia Salinas de Bolívar, al oeste la parroquia Julio Moreno y el cantón Echeandía, al sur Guaranda.

Ciudad B (Guaranda).

- **Temperatura:** 9° hasta 15° C.
- **Límites:** Al norte la Provincia de Cotopaxi, al sur con el cantón Chimbo, al este la Provincia de Tungurahua y al oeste el cantón las Naves.

Ciudad C (Gabriel Ignacio Veintimilla).

- **Temperatura:** 4º hasta 13º C.
- **Límites:** Al norte parroquia Salinas de Bolívar, esta cordillera occidental de los Andes, al oeste la parroquia Julio E. Moreno.

Tabla 21

Localización por puntos

Factor	Peso	Zona A		Zona B		Zona C	
		Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total
Materia Prima	0,35	5	1,75	7	2,45	10	3,64
Mercado	0,25	7	1,75	4	1,50	9	2,75
Costos Insumos	0,15	6	0,9	5	1,25	5	1,00
Mano Obra	0,25	3	0,75	7	1,75	9	2,50
TOTAL	1				6,95		9,89

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Las puntuaciones asignadas a las zonas consideradas, A (Guanujo) señala obtener la puntación intermedia de 6,15, sigue de la zona B (Guaranda) con 5.9 y la Zona C (Gabriel Ignacio Veintimilla) con la puntuación más alta de 9,89 en una escala que alcanza un máximo de 10. Esta evaluación global indica que la zona C podría ser la indicada para el desarrollo del Plan de Negocios ya que brinda un rendimiento superior en comparación a las demás.

5.5.3 Proceso Productivo.

Tabla 22

Proceso de producción

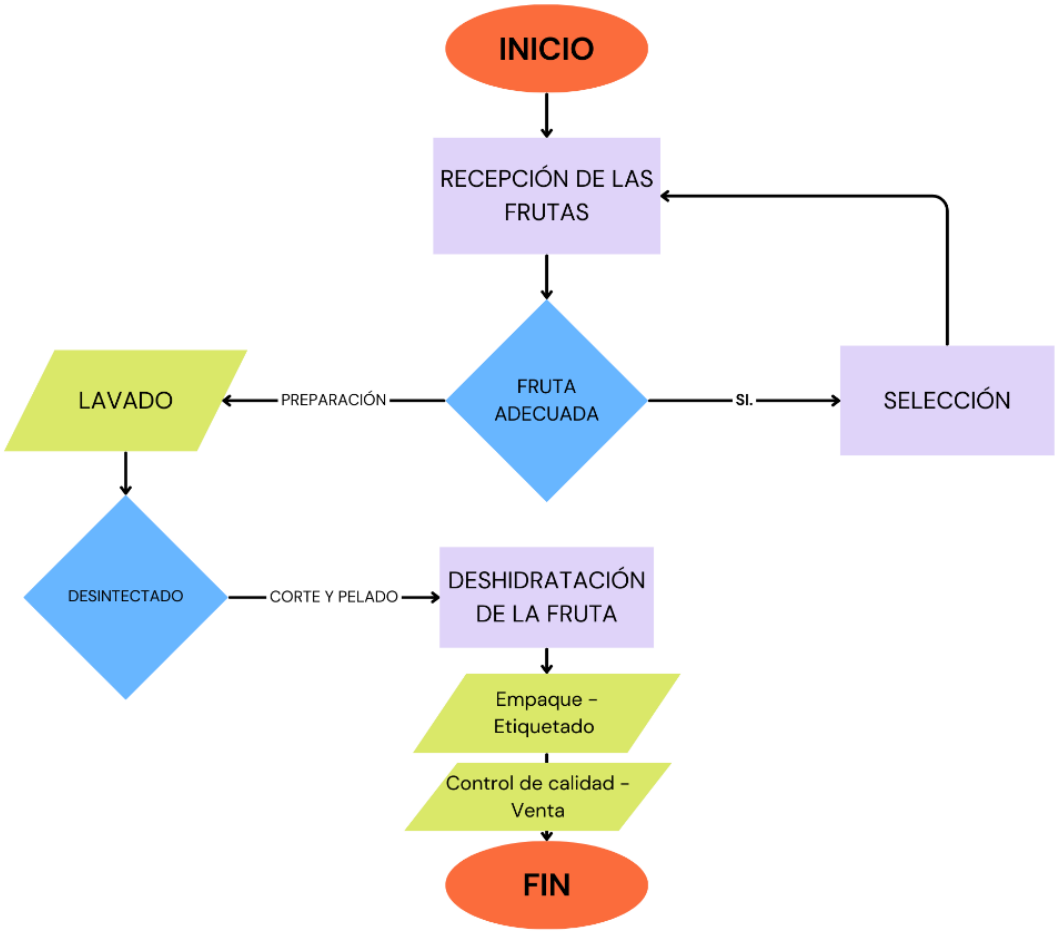
Proceso	Descripción
1. Selección de la materia prima	Se eligen frutas frescas, maduras, pero no excesivamente maduras, para asegurar un sabor óptimo y buena textura en los chips. Frutas: Manzana, fresa, naranja, piña y banano.
2. Lavado y Desinfección	Las frutas se lavan cuidadosamente para eliminar cualquier residuo de pesticidas, tierra o impurezas, en algunos casos, se utilizan soluciones de agua con vinagre o productos orgánicos para desinfectar.
3. Pelado y Corte	**Manzana:** Se pelan y cortan en rodajas finas (aproximadamente 2-4 mm de grosor). En algunos casos, se les quita el corazón. **Fresa:** Se quitan los tallos y se cortan en rodajas o en mitades, dependiendo del tamaño. **Naranja:** Se pelan y se separan en gajos o se cortan en rodajas finas. **Piña:** Se pela y se corta en rodajas finas. **Banano:** Se pelan y se cortan en rodajas finas o en láminas, dependiendo del grosor deseado.
4. Deshidratación	Deshidratación por aire caliente: Las frutas se colocan en bandejas y se introducen en un deshidratador, donde se aplica aire caliente a temperaturas entre 50-70 °C. Este proceso dependiendo de la fruta y el grosor de las rodajas.
5. Enfriamiento	Una vez deshidratadas, las frutas deben enfriarse a temperatura ambiente de 2 - 4°C, para evitar la formación de humedad interna.
6. Empaquetado	Se empacan en bolsas herméticas o envasados al vacío para garantizar que se mantengan frescos y crujientes.
7. Almacenamiento	Los chips de fruta deshidratada deben almacenarse en un lugar fresco y seco (2 - 4°C), lejos de fuentes de calor y humedad.
8. Distribución	Finalmente, los chips de fruta deshidratada se distribuyen a través de diferentes canales de venta, como tiendas especializadas en productos saludables, supermercados o plataformas de comercio electrónico.

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

5.5.4 Diagrama de Bloques.

Figura 34

Diagrama de bloques



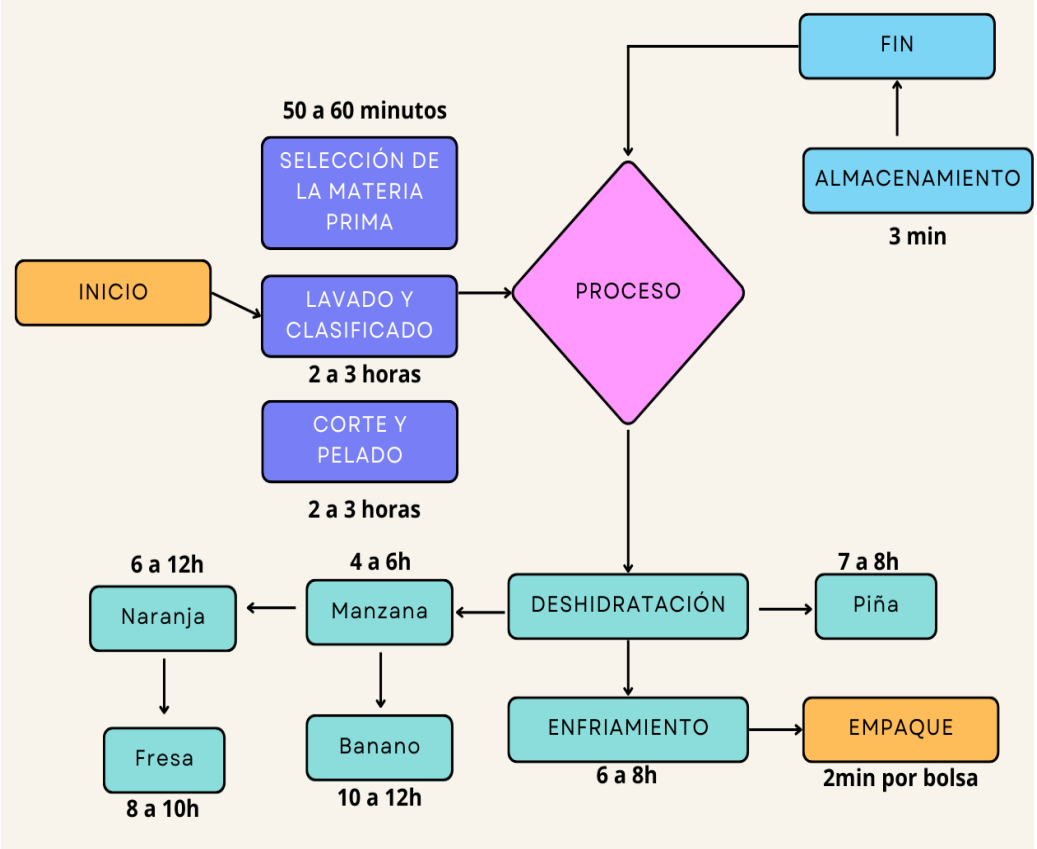
Elaborado por**:** Mishell Miranda & Leidy Monar

En el diagrama de bloque indicamos de manera simplificada y general el proceso de producción de chips deshidratados de frutas, cabe recalcar que existen variaciones de tiempo entre las frutas ya que esto depende del líquido que lleva cada fruta y el tiempo que se demora en la deshidratación.

5.5.5 Flujograma del Proceso Productivo.

Figura 34

Flujograma proceso productivo



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

5.5.6 Requerimiento de Maquinaria.

Tabla 23

Maquinaria

Máquina	Características	Capacidad	Tipo de Energía
Deshidratador de frutas	Sistema de bandejas con aire caliente para deshidratar.	200-500 kg/día	Eléctrica o Gas
Enfriador de aire	Reducción de la temperatura, prevención de humedad.	5kW hasta 50kW	Eléctrica
Maquina selladora	Empaque en bolsas herméticas o al vacío.	100-1000 unidades/h	Eléctrica

Elaborado por: Mishell Miranda &Leidy Monar

5.5.7 Distribución y diseño de la planta.

El local destinado para la construcción de la planta de producción de chips de fruta deshidratada tiene 91 m, con 13 metros de largo y 7 metros de ancho. A continuación, se describen las instalaciones y su distribución:



Elaborado por Mishell Miranda & Leidy Monar

Entrada: Se localiza en la parte frontal, a una distancia de 2 metros, con dimensiones de 1.50 x 2.00 m.

Área Administrativa: El área administrativa, que incluye oficinas de administración, contabilidad y ventas, ocupará 9 m². Este espacio será suficiente para una pequeña área de oficina y almacenamiento básico.

Planta de Producción: Se destinarán 65 m² para las operaciones de producción, distribuidos en las siguientes secciones:

Selección de Fruta: Un área de 9m² para la inspección y selección de frutas, asegurando que solo las de mejor calidad pasen al siguiente proceso.

Corte y Pelado: Un área de 9 m² destinada para las máquinas de corte y pelado de las frutas.

Deshidratación: Un espacio de 10 m² para el proceso de deshidratación, que puede incluir un deshidratador de aire caliente o equipo de liofilización.

Empacado – Control de Calidad: Se destinarán 6 m² para el área de empacado de los chips de fruta deshidratada.

Almacenaje: El área de almacenamiento para el producto terminado y otros materiales ocupará 8 m², con estanterías y espacio adecuado para mantener los productos antes de su distribución.

Atención al Cliente: Área de 6 m² creada para ventas.

Área Comunal: Para el descanso de los colaboradores, el baño general y un pequeño espacio de socialización, se asigna 6 m², lo que incluye un área básica para descanso y servicios sanitarios.

Baño 1: El área del baño para el personal ocupará 6 m², con su respectivo lavabo y el inodoro, es un espacio adecuado para el respectivo uso.

Vestidor: El vestidor es un área exclusivamente para el personal el cual ocupará 5 m².

Baño 2: Baño que se encuentra en el área de afuera para el uso del personal al momento de llegar tener un respectivo aseo antes de ingresar al lugar ocupará 6 m²,

Garaje: El garaje ocupará 9 m², lugar donde se parquean los vehículos a entregar el producto.

5.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL.

El estudio administrativo organizacional es crucial porque define la estructura y funcionalidad, asegurando roles claros y eficientes, proporciona una base sólida para una operación eficiente y sostenible, esencial para el éxito a largo plazo.

5.6.1 Nombre de la Empresa.

La empresa “MONCAL Cía. Ltda.” es el resultado de la visión conjunta de Verónica Miranda y Leidy Monar, accionistas principales, Compañía de Responsabilidad Limitada esto significa que, en caso de deudas o problemas legales, el patrimonio personal de los socios no está en riesgo, solo el capital que han invertido en la empresa, el objetivo es producir y distribuir chips deshidratados, la compañía estará constituida con un mínimo de dos socios y un máximo de quince socias.

5.6.2 Logotipo de la Marca.

Figura 26

Logotipo de la marca



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

El logotipo aplicado en esta imagen presenta un diseño limpio y minimalista, centrado en la palabra "Nutri" - chips como elemento principal en la parte superior hojas en representación a las frutas y en la parte inferior chips en referencia al producto que se ofrecerá. Su tipografía moderna y estilizada le da protagonismo, logrando captar la atención con una apariencia elegante y sofisticada. La simplicidad del diseño, con letras en minúscula y curvas suaves, comunica frescura, accesibilidad y naturalidad, atributos ideales para una marca de chips de frutas deshidratadas que busca transmitir salud y bienestar.

El uso del color negro sobre un fondo claro refuerza la sensación de profesionalismo y confianza, además de asegurar una excelente legibilidad en distintos formatos y aplicaciones.

Slogan de la Marca.

Por otro lado, la inclusión del slogan "Nutrición y Crunch en perfecta armonía." en minúsculas, añadiendo claridad sobre el producto ofrecido. Este enfoque minimalista y equilibrado permite que el logotipo sea versátil, funcional y atractivo, adaptándose a empaques, redes sociales y demás elementos de comunicación visual sin perder su impacto.

Figura 27

Slogan



Elaborado por Mishell Miranda & Leidy Monar

5.6.3 Giro.

Elaboración y distribución de chips deshidratados 100% naturales, con un enfoque en la salud y el bienestar.

5.6.4 Misión.

"Ofrecer productos saludables y sabrosos, elaborados con ingredientes naturales y utilizando métodos que conservan su valor nutricional, brindando a nuestros consumidores opciones prácticas y deliciosas"

5.6.5 Visión.

"Para el año 2029, ser una marca líder en el mercado local de productos deshidratados, reconocida por su calidad, innovación y compromiso con la salud de nuestros consumidores"

5.6.6 Nombre de la Marca.

"Nutri" Chips deshidratados de frutas.

Se detallará los socios iniciales que formaran parte de la empresa y la cantidad aportada en dólares.

5.6.7 Objetivos de la Empresa.

- **Calidad y autenticidad del Producto:** Garantizar que todos los chips de frutas deshidratados cumplen con altos estándares de calidad y sabor, utilizando frutas frescas y procesos de deshidratación eficaces.
- **Desarrollo de una identidad de marca distintiva:** Incluye el diseño de etiquetas de los chips deshidratados de frutas que reflejan la esencia de nuestro producto.
- **Crecimiento de Mercado:** Expandir la presencia en el mercado, aumentando la distribución a nuevas regiones y canales de venta, tanto físicos como en línea.
- **Sostenibilidad:** Implementar prácticas sostenibles en la producción y envasado, reduciendo el impacto ambiental y promoviendo el uso de materiales reciclables.
- **Satisfacción del Cliente:** Alcanzar altos niveles de satisfacción del cliente, a través de un excelente servicio al cliente y productos que superen las expectativas de los consumidores.

5.6.8 Principios Filosóficos.

- Garantía y seguridad del producto
- Confianza
- Comunicación con el consumidor
- Colaboradores
- Seguridad
- Salud en el ocupacional
- Capacitaciones
- Integridad de los socios

5.6.9 Tramites Constitución.

Requisitos para la creación de un Registro Único de contribuyentes.

- Formulario suscrito por el representante legal.
- Copia de la escritura de la Constitución legal de la empresa.
- Copia de cédula de identidad y certificado de votación.
- Copia original de planilla de servicios básicos, agua, luz o teléfono.

Requisitos para formar una sociedad anónima en el Ecuador.

- Nombrar un representante legal.
- Registrar la empresa
- Número de identificación fiscal
- Dirección de la empresa
- Nombre del representante legal
- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la sociedad.
- Abrir una cuenta bancaria y depositar un capital social mínimo. (Equipo Legal Ecuador, 2021)

Para autenticar los documentos es necesario de la presencia de un notario público.

5.6.10 Socios.

Expondremos las dos personas que se involucraran en el proyecto junto con las contribuciones que realizan, nombres completos y número de cédula de identidad para la descripción incluyendo detalles del capital.

Tabla 24

Aporte de socios

No	Nombre y Apellidos	C. I.	Efectivo	Bienes	Total	Porcentaje
1	Verónica Miranda	1723583868	4290	-	4290	50%
2	Leidy Monar	202463063	4290	-	4290	50%
		Total	8581		8581	100%

Elaborado por: Mishell Miranda &Leidy Monar

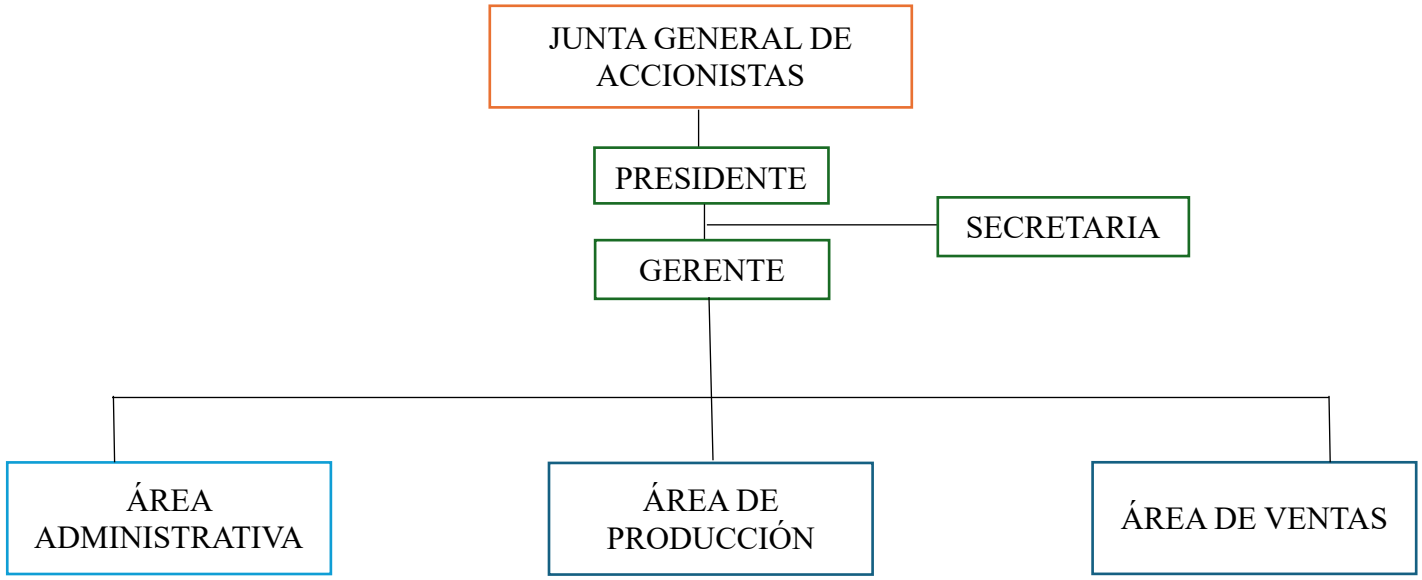
El análisis de los aportes de accionistas muestra cómo se distribuyen las contribuciones financieras entre los dos accionistas. Verónica Miranda ha realizado un aporte de 4290 dólares que representa el 50% del total de los aportes. Por su parte, Leidy Monar ha contribuido con 4290, lo que equivale al 50%. Entre ambos, suman un total de 8581, lo que constituye el 100% de los aportes realizados.

Este desglose muestra que la participación de los accionistas está equilibrada.

5.6.11 Organigrama estructural.

Figura 35

Organigrama estructural



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

5.6.12 Organigrama funcional.

Descripción de puestos de funciones

Tabla 25

Descripción del puesto y las funciones Junta general de accionistas.

<table>
<tr><td colspan="2"></td><td>MANUAL DE FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">Denominación del puesto:</td><td>Junta general de accionistas</td></tr>
<tr><td colspan="2">Experiencia:</td><td>1 año</td></tr>
<tr><td colspan="3">FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Autorizar el financiamiento o endeudamiento y las inversiones.
• Aprobar los objetivos generales de la empresa, la misión y la visión.
• Nombrar y mover a los órganos del Directorio y otros miembros de administración.
• Controlar la gestión de la administración.
• Designar y remover al Presidente y al Gerente.</td></tr>
<tr><td colspan="3">CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Legislación societaria y procedimiento aplicable.
• Análisis económico y contable empresarial.
• Planeación transcendental y dirección corporativa.
• Mercado de valores.
• Evaluación y control de riesgos.</td></tr>
<tr><td colspan="3">HABILIDADES Y COMPETENCIA</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Liderazgo
• Toma de decisiones
• Buena comunicación
• Trabajo en equipo
• Análisis crítico</td></tr>
<tr><td>REVISADO POR:</td><td></td><td rowspan="2">FECHA:</td></tr>
<tr><td>AUTORIZADO POR:</td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="2"></td><td>MANUAL DE FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">Denominación del puesto:</td><td>Presidente</td></tr>
<tr><td colspan="2">Experiencia:</td><td>3 años</td></tr>
<tr><td colspan="3">FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Tener liderazgo y estrategia empresarial donde desarrolle planes de crecimiento y expansión.
• Supervisar estados financieros, aprobar presupuestos y controlar costos de producción y distribución de los chips deshidratados de frutas.
• Negociar con proveedores de frutas, clientes y socios comerciales.</td></tr>
<tr><td colspan="3">FORMACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Título superior en Administración de Empresas o afines.</td></tr>
<tr><td colspan="3">CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Planificación estratégica y toma de decisiones
• Gestión de recursos humanos
• Manejo de presupuestos y finanzas
• Gestionar proyectos</td></tr>
<tr><td colspan="3">HABILIDADES Y COMPETENCIA</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Responsabilidad
• Liderazgo
• Buena comunicación</td></tr>
<tr><td>REVISADO POR:</td><td></td><td rowspan="2">FECHA:</td></tr>
<tr><td>AUTORIZADO POR:</td><td></td></tr>
</table>

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Tabla 27

Descripción del puesto y las funciones del Gerente.

<table>
<tr><td colspan="2"></td><td>MANUAL DE FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">Denominación del puesto:</td><td>Gerente</td></tr>
<tr><td colspan="2">Experiencia:</td><td>3 años</td></tr>
<tr><td colspan="3">FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Definir objetivos estratégicos y operativos alineados a la empresa.
• Coordinar y supervisar las diferentes áreas (Administrativa – Producción – Ventas).
• Garantizar la eficiencia y calidad en la producción de chips deshidratados de frutas.
• Identificar nuevos mercados.</td></tr>
<tr><td colspan="3">FORMACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Título superior en Administración de Empresas, Contabilidad o afines.</td></tr>
<tr><td colspan="3">CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Toma de decisiones
• Elaboración y control de presupuestos
• Control de calidad y cumplimiento de normativas</td></tr>
<tr><td colspan="3">HABILIDADES Y COMPETENCIA</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Responsabilidad
• Liderazgo
• Resolución de problemas</td></tr>
<tr><td>REVISADO POR:</td><td></td><td rowspan="2">FECHA:</td></tr>
<tr><td>AUTORIZADO POR:</td><td></td></tr>
</table>

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Tabla 28

Descripción del puesto y las funciones de la secretaria.

<table>
<tr><td colspan="2"></td><td>MANUAL DE FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">Denominación del puesto:</td><td>Secretaria</td></tr>
<tr><td colspan="2">Experiencia:</td><td>2 años</td></tr>
<tr><td colspan="3">FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Organizar y archivar documentos importantes
• Redactar, revisar y responder correos
• Programar reuniones, citas y eventos importantes
• Gestionar suministros y materiales de oficina</td></tr>
<tr><td colspan="3">FORMACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Título licenciado o técnico en secretariado ejecutivo, Administración de Empresas, Contabilidad o afines.</td></tr>
<tr><td colspan="3">CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Redacción
• Conocimiento en herramientas digitales
• Comunicación efectiva</td></tr>
<tr><td colspan="3">HABILIDADES Y COMPETENCIA</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Adaptabilidad y flexibilidad
• Multicompetente
• Confidencialidad y manejo de información sensible</td></tr>
<tr><td>REVISADO POR:</td><td></td><td rowspan="2">FECHA:</td></tr>
<tr><td>AUTORIZADO POR:</td><td></td></tr>
</table>

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Tabla 29

Descripción del puesto y las funciones del contador.

<table>
<tr><td colspan="2"></td><td>MANUAL DE FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">Denominación del puesto:</td><td>Contador</td></tr>
<tr><td colspan="2">Experiencia:</td><td>2 años</td></tr>
<tr><td colspan="3">FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Gestión en Contabilidad General.
• Control de inventarios.
• Control de costos de producción.
• Declaraciones al SRI</td></tr>
<tr><td colspan="3">FORMACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Título superior en Contabilidad.</td></tr>
<tr><td colspan="3">CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Conocimientos en normas contables.
• Gestión de costos.
• Software contable y herramientas financieras.</td></tr>
<tr><td colspan="3">HABILIDADES Y COMPETENCIA</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Organización y gestión de tiempo.
• Ética, confidencialidad y cumplimiento legal.</td></tr>
<tr><td>REVISADO POR:</td><td></td><td rowspan="2">FECHA:</td></tr>
<tr><td>AUTORIZADO POR:</td><td></td></tr>
</table>

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Tabla 30

Descripción del puesto y las funciones del financiero.

<table>
<tr><td colspan="2"></td><td>MANUAL DE FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">Denominación del puesto:</td><td>Financiero</td></tr>
<tr><td colspan="2">Experiencia:</td><td>3 años</td></tr>
<tr><td colspan="3">FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Tesorería y flujo de efectivo.
• Planificación y control financiero.
• Gestión de deuda y financiamiento.</td></tr>
<tr><td colspan="3">FORMACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Título superior en Finanzas o Economía.</td></tr>
<tr><td colspan="3">CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Normas Internacionales de Gestión Financiera NIF.
• Auditoría interna.
• Proyecciones financieras.</td></tr>
<tr><td colspan="3">HABILIDADES Y COMPETENCIA</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Liderazgo y trabajo en equipo.
• Ética profesional y cumplimiento de normas.</td></tr>
<tr><td>REVISADO POR:</td><td></td><td rowspan="2">FECHA:</td></tr>
<tr><td>AUTORIZADO POR:</td><td></td></tr>
</table>

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Tabla 31

Descripción del puesto y las funciones del operario.

<table>
<tr><td colspan="2"></td><td>MANUAL DE FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">Denominación del puesto:</td><td>Operario</td></tr>
<tr><td colspan="2">Experiencia:</td><td>2 años</td></tr>
<tr><td colspan="3">FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Recepción de frutas
• Limpieza
• Control de calidad inicial
• Proceso para la producción de las frutas
• Supervisión de la deshidratación
• Control de calidad al finalizar
• Empaque y almacenamiento</td></tr>
<tr><td colspan="3">FORMACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Título tecnológico o Bachiller</td></tr>
<tr><td colspan="3">CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Manejo de máquinas en la producción
• Técnicas para empacar y almacenar el producto</td></tr>
<tr><td colspan="3">HABILIDADES Y COMPETENCIA</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Responsabilidad
• Trabajo en equipo
• Resolución de problemas</td></tr>
<tr><td>REVISADO POR:</td><td></td><td rowspan="2">FECHA:</td></tr>
<tr><td>AUTORIZADO POR:</td><td></td></tr>
</table>

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Tabla 32

Descripción del puesto y las funciones en atención al cliente.

<table>
<tr><td colspan="2"></td><td>MANUAL DE FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">Denominación del puesto:</td><td>Atención al cliente</td></tr>
<tr><td colspan="2">Experiencia:</td><td>1 año</td></tr>
<tr><td colspan="3">FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Recepción y bienvenida al cliente
• Consulta y solicitudes
• Procesamiento de pedidos y transacciones
• Manejo de redes sociales</td></tr>
<tr><td colspan="3">FORMACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Título Bachiller o Licenciado en Administración de Empresas.</td></tr>
<tr><td colspan="3">CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Conocimiento de productos y servicios que estén en stock
• Uso de herramientas y tecnologías
• Comunicación eficaz</td></tr>
<tr><td colspan="3">HABILIDADES Y COMPETENCIA</td></tr>
<tr><td colspan="3">• Responsabilidad
• Liderazgo
• Resolución de problemas</td></tr>
<tr><td>REVISADO POR:</td><td></td><td rowspan="2">FECHA:</td></tr>
<tr><td>AUTORIZADO POR:</td><td></td></tr>
</table>

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

5.7 ESTUDIO FINANCIERO.

El estudio financiero aplicado al proyecto de chips de frutas deshidratadas evalúa la viabilidad financiera del negocio, considerando costos, ingresos y rentabilidad. Incluye el cálculo de la inversión inicial (maquinaria, infraestructura y materia prima), costos operativos (producción, empaque, distribución y mano de obra) y proyecciones de ventas según la demanda estimada.

5.7.1 Costo Total.

Los costos directos ofrecen una visión detallada en todos los costos asociados con la operación y producción de chips deshidratados de frutas facilitando una comprensión integral de la estructura de costos permite identificar costos directos, costos indirectos, costos de producción, costos administrativos, costo de venta y costo financiero, brindándonos un resultado de costo total en dólares.

Tabla 33

Costo total

Concepto	Referencia	Parcial	Total
Costo de Producción			**12.861,73**
Costos Directos			**11.064,90**
Materia prima Directa	4	4.870,80	
Materiales	5	721,20	
Mano de Obra Directa	6	5.472,90	
Costos Indirectos			**1.796,83**
Mano de Obra indirecta	7	768,00	
Depreciación	8	528,83	
Amortización	9	500,00	
Costos Administrativos			**12.306,20**
Sueldos	10	8.369,00	
Útiles de Aseo	11	216,00	
Útiles de Oficina	12	157,20	
Servicios Básicos	13	564,00	
Arriendo		3.000,00	
Costos de Venta			**8.102,10**
Sueldos	14	7.577,10	
Publicidad	15	525,00	
TOTAL			**33.270,03**

Elaborado por: Mishell Miranda &Leidy Monar

Los costos totales ascienden a 33.270,03 dólares, necesarios para adquirir materia prima, pago de mano de obra, servicios básicos, pago de sueldos, promociones y publicidad, entre otros, los cuales van a permitir que la empresa pueda iniciar su actividad económica.

5.7.2 Inversión.

Tabla 34

Inversión total

Concepto	Referencia	Parcial	Total
Inversión Fija Tangible			**4.005**
Maquinaria	22	1850	
Equipo	23	80	
Muebles y Enseres	25	1125	
Equipo de Computo	26	550	
Equipo de Oficina	24	400	
Inversión Fija Intangible			**1.360**
Elaboración de Proyecto Factibilidad		860	
Gastos de Organización	19	500	
Capital de Trabajo			**3.216**
Materia prima directa	4	405,90	
Mano de obra directa	6	456,08	
Gastos generales de fabricación	21	652,93	
Gastos administrativos	18	1025,52	
Gastos de venta	15	675,18	
TOTAL			**8.580,6**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

La inversión en el proyecto de chips deshidratados de frutas cuenta con un total de 8.580,6 dólares, financiando la adquisición de maquinaria, infraestructura y materia prima, además del capital de trabajo inicial de 3.216 dólares anuales que permite poner en marcha el proceso productivo y cubrir costos operativos, una planificación adecuada asegura calidad, eficiencia y rentabilidad a largo plazo.

5.7.3 Depreciación y Amortización.

La depreciación y amortización son valores que van reflejando la asignación de los costos de activos a lo largo de su vida útil, la depreciación es aplicada en activos tangibles tales como, maquinaria o edificios, la amortización tiene relación con activos intangibles.

Tabla 35

Depreciación

Depreciaciones	Valor inicial	Años	% de	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
Maquinaria	1.850	10	10%	185,00	185,00	185,00	185,00	185,00	925,00
Equipo	80	10	10%	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	40,00
Muebles y Enseres	1.125	10	10%	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	562,50
Equipo de Computo	550	3	33,3%	183,33	183,33	183,33			0,00
Equipo de Oficina	400	10	10%	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	200,00
TOTAL	**4.005,00**			**528,83**	**528,83**	**528,83**	**345,50**	**345,50**	**1.727,50**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

En el cuadro realizado se detalla la depreciación y su valor de vida útil, los siguientes datos dan a conocer que la maquinaria tiene un valor inicial de 1.850 dólares, mientras que en el valor anual su depreciación es de 185,00 dólares y un periodo residual de 925 dólares. De la misma manera cada uno de los equipos, muebles y enseres han sido depreciados por la misma cantidad de años a excepción del equipo de cómputo que su vida útil termina en el periodo de 3 años con un valor inicial de 550,00 dólares, con una depreciación anual de 183,33 y un valor residual de 0 después de 3 años.

5.7.4 Amortización de Intangibles

Para obtener la amortización intangible es necesario conocer el valor del proyecto y los gastos de la organización.

Tabla 36

Amortización de intangibles

Concepto	Valor Libros	Amortización Anual
Elaboración Proyecto Factibilidad	1.000,00	200,00
Gastos de Organización	1.500,00	300,00
TOTAL	**2.500,00**	**500,00**

Elaborado por**:** Mishell Miranda & Leidy Monar

El resultado de esta tabla muestra que estos valores son esenciales para una correcta gestión financiera, permitiendo optimizar, planificar inversiones y evaluar el impacto de la rentabilidad del negocio.

5.7.5 Financiamiento.

El financiamiento es crucial para una empresa de chips de frutas deshidratadas porque permite cubrir los gastos iniciales de operación, como la compra de maquinaria y materias primas. Además, es esencial para el crecimiento y expansión del negocio, permitiendo invertir en marketing y distribución. Facilita la innovación y desarrollo de nuevos productos, asegurando competitividad en el mercado.

Tabla 37

Estructura del financiamiento

Concepto	Inversión F. T	%	Inversión.F.I.	%	Capital de trabajo	%	Total	%
Aporte Propio	4.005	47%	1.360	16%	3.216	37%	8.581	100%
Préstamo	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	4.005	47%	**1.360**	**16%**	**3.216**	**37%**	**8.581**	**100%**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

El análisis de fuentes de financiamiento cuenta con dos fuentes de inversión total en dólares, inversión fija tangible de 4.005 dólares. Inversión fija intangible de 1.360 y un Capital de trabajo de 3.216 dándonos así un total de 8.581 dólares.

5.7.6 Estructura de Costos.

La estructura de costos del proyecto de chips de frutas deshidratadas incluye costos fijos, como alquiler y sueldos, y costos variables, como materia prima, empaque y energía. Los costos fijos no dependen del volumen de producción, mientras que los variables aumentan con la producción. Estos costos son esenciales para determinar la rentabilidad y el punto de equilibrio del proyecto.

Tabla 38

Estructura de costos

Concepto	Costo fijo	Costo variable	Total
Costo de Producción			**12.861,73**
Materia prima Directa		4.870,80	
Materiales		721,20	
Mano de Obra Directa	5.472,90		
Mano de Obra indirecta	768,00		
Depreciación	528,83		
Amortización	500,00		
Costos Administrativos			**12.306,20**
Sueldos	8.369,00		
Útiles de Aseo		216,00	
Útiles de Oficina		157,20	
Servicios Básicos		564,00	
Arriendo	3.000,00		
Costos de Venta			**8.102,10**
Sueldos	7.577,10		
Publicidad	525,00		
TOTAL	**26.740,83**	**6.529,20**	**33.270,03**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Este análisis es clave para entender que la empresa tiene una base de costos fijos significativa con un total de 26.740,83 dólares, tomando en cuenta a los costos variables con un valor de 6.529,20 y por último el costo total de dólares. Por lo tanto, su rentabilidad está vinculada a su capacidad para generar ventas suficientes que cubran estos gastos fijos y, además, los costos variables asociados a la producción.

5.7.7 Ingresos.

Los ingresos son fundamentales en un Plan de Negocios de chips deshidratados de frutas, ya que presentan la fuente principal de dinero que sustenta todas las operaciones de la empresa.

Tabla 39

Ingresos

Producto	Cantidad	Precio U	INGRESOS
150g manzana	6.049	1,35	8.165,96
75g manzana	5.129	0,90	4.615,84
150g fresa	5.850	1,80	10.529,45
75g fresa	4.263	1,35	5.754,70
150g naranja	5.253	1,80	9.455,84
75g naranja	2.366	0,90	2.129,73
150g piña	1.961	2,25	4.411,43
75g piña	2.364	1,35	3.191,84
150g banano	3.490	1,80	6.281,36
75g banano	3.409	0,90	3.067,96
TOTAL	**40.133**		**57.604,12**

Elaborado por: Mishell Miranda &Leidy Monar

La cantidad para producir de los productos es de 40.133 unidades anuales, en la tabla se puede observar las cantidades individuales por tamaño y sabor, tomando en cuenta que la fresa, manzana y banano, tienen el valor más demando para producir por su sabor, fibra y alta proteína en cada una de las frutas.

5.7.8 Punto de Equilibrio.

El Punto de Equilibrio es crucial en un Plan de Negocios de chips de frutas deshidratadas porque indica el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos fijos y variables, sin generar pérdidas ni ganancias.

PUNTO DE EQUILIBRIO	
Costo total	33270,0
Costo fijo	26740,8
Costo variable	6.529,20
Costo variable unitario	0,16
Precio venta unitario	1,44
Cantidades	40133
Ing	56890

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar.

Punto de Equilibrio en Unidades

$$\textbf{P Eq} = \frac{\text{CF}}{\text{PVu- CVu}} \qquad \textbf{PVu} = \frac{\textbf{Ingresos}}{\text{\# Unidades}} \qquad \textbf{CVu} = \frac{\textbf{CV}}{\text{\# Unidades}}$$

$$\textbf{PVu} = \frac{57.604,12}{40.133} \qquad \textbf{CVu} = \frac{6.529,20}{40.133}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{26.215,83}{1,24} = 21.012 \qquad \textbf{PVu} = 1,44 \qquad \textbf{CVu} = \textbf{0,16}$$

Punto de Equilibrio en dólares

$$\textbf{P Eq} = \frac{\text{C F}}{1 - \frac{\text{C V}}{\text{ING}}} \qquad \textbf{P Eq} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{26.740,83}{1 - \frac{6.529,20}{57.604,12}}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{26.740,83}{1 - 0,11334}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{26.740,83}{0,886653}$$

P Eq = 30.159

Elaborado por_ Mishell Miranda & Leidy Monar

MANZANA	
Punto de equilibrio	
CT	6654,0
CF	5248,2
CV	1305,8
CVU	0,22
PVU	1,35
QP	6049
Ing	8166,0

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar.

Punto de Equilibrio en Unidades

$$\textbf{P Eq} = \frac{\text{CF}}{\text{PVu- CVu}} \qquad \textbf{PVu} = \frac{\textbf{Ingresos}}{\text{\# Unidades}} \qquad \textbf{CVu} = \frac{\textbf{CV}}{\text{\# Unidades}}$$

$$\textbf{PVu} = \frac{8.165,96}{6.048,86} \qquad \textbf{CVu} = \frac{1.410,84}{11.177,57}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.348,17}{1,13} \qquad \textbf{PVu} = 1,35 \qquad \textbf{CVu} = \textbf{0,22}$$

4.715,71

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Punto de Equilibrio en dólares

$$\textbf{P Eq} = \frac{\text{C F}}{1 - \frac{\text{C V}}{\text{ING}}} \qquad \textbf{P Eq} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.348,17}{1 - \frac{1.305,84}{8.165,96}}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.348,17}{1 - 0,1599125}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.348,17}{0,840087}$$

P Eq = 6.366,20

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

FRESA	
Punto de equilibrio	
CT	6654,0
CF	5348,2
CV	6529,2
CVU	0,65
PVU	1,61
QP	10112,4
Ing	16284,2

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Punto de Equilibrio en Unidades

$$\textbf{P Eq} = \frac{\text{CF}}{\text{PVu- CVu}} \qquad \textbf{PVu} = \frac{\textbf{Ingresos}}{\text{\# Unidades}} \qquad \textbf{CVu} = \frac{\textbf{CV}}{\text{\# Unidades}}$$

$$\textbf{PVu} = \frac{16.284,2}{10.112,44} \qquad \textbf{CVu} = \frac{6.529,20}{10.112,44}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.348,17}{0,96} \qquad \textbf{PVu} = 1,61 \qquad \textbf{CVu} = \textbf{0,65}$$

5.544

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Punto de Equilibrio en dólares

$$\textbf{P Eq} = \frac{\text{C F}}{1 - \frac{\text{C V}}{\text{ING}}} \qquad \textbf{P Eq} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.348,17}{1 - \frac{6.529,20}{16.284,15}}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.348,17}{1 - 0,400954}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.348,17}{0,599045}$$

P Eq = 8.927,81

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

NARANJA	
Punto de equilibrio	
CT	6654,0
CF	5348,2
CV	6529,2
CVU	0,86
PVU	1,52
QP	7619,6
Ing	11585,6

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Punto de Equilibrio en Unidades

$$\textbf{P Eq} = \frac{\text{CF}}{\text{PVu- CVu}} \qquad \textbf{PVu} = \frac{\textbf{Ingresos}}{\text{\# Unidades}} \qquad \textbf{CVu} = \frac{\textbf{CV}}{\text{\# Unidades}}$$

$$\textbf{PVu} = \frac{11.585,57}{7.619,61} \qquad \textbf{CVu} = \frac{6.529,20}{7.619,61}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.243,17}{0,59} \qquad \textbf{PVu} = 1,52 \qquad \textbf{CVu} = \textbf{0,86}$$

8.059

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Punto de Equilibrio en dólares

$$\textbf{P Eq} = \frac{\text{C F}}{1 - \frac{\text{C V}}{\text{ING}}} \qquad \textbf{P Eq} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.348,17}{1 - \frac{6.529,20}{11.585,57}}$$

P Eq = $\dfrac{5.348,17}{1 - 0,\ 56356}$

P Eq = $\dfrac{5.348,17}{0,43646}$

P Eq = **12.524,16**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

PIÑA	
Punto De Equilibrio	
CT	6654,0
CF	5348,2
CV	6529,2
CVU	1,51
PVU	1,76
QP	4325,0
Ing	7603,3

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Punto de Equilibrio en Unidades

P Eq = $\dfrac{CF}{PVu - CVu}$ **PVu =** $\dfrac{\textbf{Ingresos}}{\#\ Unidades}$ **CVu =** $\dfrac{\textbf{CV}}{\#\ Unidades}$

PVu = $\dfrac{7.603,27}{4.324,96}$ **CVu =** $\dfrac{6.529,20}{4.324,96}$

P Eq = $\dfrac{5.348,17}{0,125}$ **PVu =** 1,76 **CVu =** **1,51**

21.535

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Punto de Equilibrio en dólares

P Eq = $\dfrac{C\ F}{1 - \dfrac{C\ V}{ING}}$ **P Eq =** $\dfrac{Costos\ Fijos}{1 - \dfrac{Costos\ Variables}{Ingresos}}$

P Eq = $\dfrac{5.348,17}{1 - \dfrac{6.529,20}{7.603,27}}$

P Eq = $\dfrac{5.348,17}{1 - 0,85873}$

P Eq = $\dfrac{5.348,17}{0,14126}$

P Eq = **37.859,22**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

BANANO	
Punto De Equilibrio	
CT	6654,0
CF	5348,2
CV	6529,2
CVU	0,95
PVU	1,36
QP	6898,5
Ing	9349,3

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Punto de Equilibrio en Unidades

$$\textbf{P Eq} = \frac{CF}{PVu - CVu} \qquad \textbf{PVu} = \frac{\textbf{Ingresos}}{\#\ Unidades} \qquad \textbf{CVu} = \frac{\textbf{CV}}{\#\ Unidades}$$

$$\textbf{PVu} = \frac{9.349,32}{6.898,48} \qquad \textbf{CVu} = \frac{6.529,20}{6.898,48}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.243,17}{0,41} \qquad \textbf{PVu} = 1,36 \qquad \textbf{CVu} = \textbf{1}$$

$$13.082$$

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Punto de Equilibrio en dólares

$$\textbf{P Eq} = \frac{C\ F}{1 - \frac{C\ V}{ING}} \qquad \textbf{P Eq} = \frac{Costos\ Fijos}{1 - \frac{Costos\ Variables}{Ingresos}}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.348,17}{1 - \frac{6529,20}{9.349,32}}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.348,17}{1 - 0,69836}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{5.348,17}{0,30163}$$

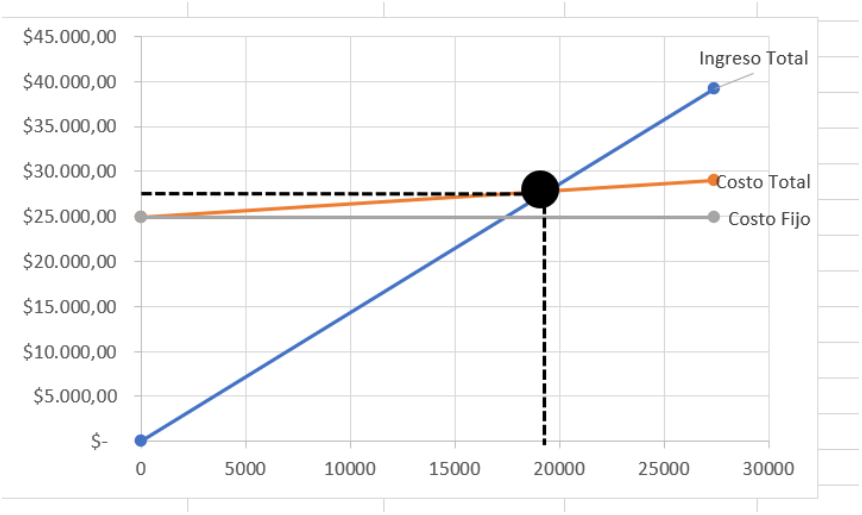
$$\textbf{P Eq} = \textbf{17.730,37}$$

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

GRÁFICA PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPRODUCTO

DATOS	
Costo Fijo	26.741
Costo variable unitario	0,16
Precio de venta unitario	1,44
Cantidad	21.012
Ingreso	30.159

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar



Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

La gráfica representa el análisis del punto de equilibrio el eje horizontal se observa el nivel de 21.012 unidades vendidas, mientras que en el eje vertical se representan los ingresos y costos en términos monetarios representando un valor de 30.159 dólares.

La intersección entre la línea de costos totales y la línea de ingresos señala el punto en el cual la empresa está cubriendo costos fijos y variables, sin generar perdidas.

5.7.9 Estado de Resultados.

El estado de resultados del proyecto de chips de frutas deshidratadas muestra los ingresos generados por las ventas, los costos de producción y los gastos operativos. Permite evaluar la rentabilidad del proyecto al restar los costos y gastos de los ingresos totales.

Tabla 40

Estado de Resultados

Empresa "MONCAL Cía. Ltda." **Estado de Resultados**		
Del 1 de enero al 31 de diciembre 2024		
Ingresos		57.604,12
Costos		33.270,03
Costos de Producción	12.861,73	
Gastos Administrativos	12.306,20	
Gastos de Ventas	8.102,10	
Gastos Financieros		
Utilidad Operacional		23.334,08
Participación Trabajadores (15%)		3.650,11
Utilidad antes de Impuesto a la Renta		20.683,97
Impuesto a la Renta (22%)		4.550,47
Utilidad Neta		**16.133,50**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Dentro del Estado de Resultados se encuentra el balance contable de nuestra utilidad anual, los ingresos son superiores a costos dando una utilidad neta de 16.133,50 dólares. Indicando viabilidad dentro del proyecto de chips deshidratados de frutas y está generando beneficios después de todas las deducciones.

Empresa "MONCAL Cía. Ltda."
Estado de Situación Financiera
Al 31 de diciembre del 2024

ACTIVO		18.320,27	**PASIVO**		
Caja	2.000,00		**Pasivo corriente**		-
Bancos	16.320,27				
Activos fijos tangibles		**5.033,83**	Cuentas por pagar	0	
Maquinaria	1.850,00				
Equipo	80,00				
Muebles y Enseres	1.125,00				
Equipo de Computo	550,00				
Equipo de Oficina	400,00		**PATRIMONIO**		**24.714,10**
Depreciación	528,83		Capital social	8.580,60	
Amortización	500,00		Utilidad neta del ejercicio	16.133,50	
Activos intangibles		1360			
Elaboración de Proyecto Factibilidad	860				
Gastos de Organización	500				
TOTAL DE ACTIVO		**24.714,10**	**TOTAL DE P + P**		**24.714,10**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Verónica Mishell Miranda Calero.
GERENTE

Leidy María Monar Arguello.
CONTADOR

Dentro del estado de situación financiera se observa que existe una diferencia significativa entre los activos y pasivos, por lo tanto, se cuenta con más activos y esta es una gran ventaja para la empresa “MONCAL Cía. Ltda.”, donde predominan los activos fijos tangibles con un valor de 5.033,83 dólares, reflejando una gran inversión en infraestructura productiva, tomando en cuenta su estado de liquidez reducida ya que la caja representa 2.000,00. Cabe recalcar que la empresa exhibe una rentabilidad elevada, con una utilidad neta de 16.133,50 y un patrimonio rentable para el proyecto.

5.7.10 Flujo de Fondo de Efectivo.

El flujo de efectivo del proyecto de chips de frutas deshidratadas muestra la entrada y salida de dinero en un período determinado, permite conocer la liquidez del negocio, asegurando que haya suficientes recursos para cubrir los gastos operativos y las inversiones este análisis es vital para mantener la solvencia y planificar futuras necesidades de financiamiento.

Tabla 41

Flujo fondo de efectivo

Empresa "MONCAL Cía. Ltda."
Flujo Fondo de Efectivo Proyectado
Del año 2024 al 2029.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos / Totales		57.604,12	59.332,24	61.112,21	62.945,57	64.833,94
Valor Residual		-	-	-	-	1.727,50
Costos		33.270,03	34.268,13	35.296,18	36.355,06	37.445,72
Costo de producción		12.861,73	13.247,59	13.645,01	14.054,36	14.475,99
Utilidad bruta en ventas		**44.742,38**	**46.084,66**	**47.467,20**	**48.891,21**	**50.357,95**
Costo administrativo		12.306,20	12.675,39	13.055,65	13.447,32	13.850,74
Costo de ventas		8.102,10	8.345,16	8.595,52	8.853,38	9.118,98
Costo financiero		-	-	-	-	-
Utilidad Operacional		**24.334,08**	**25.064,11**	**25.816,03**	**26.590,51**	**27.388,23**
15% trabajadores		3.650,11	3.759,62	3.872,40	3.988,58	4.108,23
Utilidad antes del impuesto a la renta		20.683,97	21.304,49	21.943,63	22.601,93	23.279,99
22% impuesto a la renta		4.550,47	4.686,99	4.827,60	4.972,43	5.121,60
Utilidad del ejercicio		16.133,50	16.617,50	17.116,03	17.629,51	18.158,39
Depreciación		528,83	605,00	605,00	355,00	355,00
Amortización		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Activo fijos tangibles	-4.006	3.650,11	3.759,62	3.872,40	3.988,58	4.108,23
Activos fijos intangibles	-1.360					
Capital de trabajo	-3216					
Recuperación del capital de trabajo						3.216
Amortización del crédito		-	-	-	-	-
Flujo neto de efectivo	-8.581,60	17.162,33	17.722,50	18.221,03	18.484,51	22.228,99

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

El cuadro presenta una proyección financiera de “MONCAL Cía. Ltda.” Para los próximos cinco años, tomando en consideración el crecimiento anual del 3% en ingresos y costos. La utilidad operacional indica una muestra positiva, alcanzando 27.388,23 en el quinto año, impulsada por el aumento en ingresos y costos.

El flujo neto de efectivo es negativo en el año inicial (-8.581,60) a causa de sus inversiones en activos fijos tangibles e intangibles, en el capital de trabajo cabe recalcar que se estabiliza rápidamente en los próximos años. La empresa establece una estrategia financiera firme con depreciaciones planificadas, mantienen liquidez favorable en mediano plazo y recuperar el capital de trabajo en el último año.

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera del proyecto de chips de frutas deshidratadas analiza los resultados económicos utilizando indicadores clave como el Valor Actual Neto "VAN", Tasa Interna de Retorno "TIR" y el periodo de recuperación de la inversión.

5.8.1 Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable (TREMA).

Tasa de Rentabilidad Mínima Aceptable (TREMA), también conocida como tasa de actualización o tasa de descuento, es el rendimiento mínimo que los inversionistas esperan recibir de un proyecto que sea viable.

Tabla 42

Tasa de rentabilidad mínima aceptable

TASA DE RENTABILIDAD MÍNIMA ACEPTABLE

TREMA= Tasa de Inflación + Premio al Riesgo+ (inflación * premio al riesgo)				
	1,56	15,00	0,0156	15 %
		16,6	0,00234	
		16,56		
Inversionistas	% De aportación	Trema	Ponderación	
Inversionistas	100%	16,56	16,56	
Préstamo	0%	15		
			16,56	0,17

Elaborado por**:** Mishell Miranda &Leidy Monar

Para calcular la Tasa de Rentabilidad Mínima Aceptable (TREMA), primero se identifica la tasa de inflación actual, que es del 1,56, luego determinamos el premio al riesgo, y consideramos a los inversionistas que forman parte del Plan de Negocios. Con estos factores, nuestra TREMA será del 15%.

5.8.2 Valor actual neto.

El Valor Actual Neto (VAN) permite evaluar si los ingresos futuros proyectados, descontados al valor presente, superan la inversión inicial. Un VAN positivo indica que el proyecto generará ganancias y es financieramente viable.

VALOR ACTUAL NETO= -	Inversión Inicial (Io) +	Sumatoria de los flujos netos de efectivo / (1+i)^n				
VAN= -	Inversión Inicial (Io) +	Flujo neto 1 / (1+i)^1	Flujo neto 2 / (1+i)^2	Flujo neto 3 / (1+i)^3	Flujo neto 4 / (1+i)^4	Flujo neto 5 / (1+i)^5
VAN=	-8.581,60	17.162,3 / (1+0,15)^1	17.722,5 / (1+0,15)^2	18.221,0 / (1+0,15)^3	18.484,5 / (1+0,15)^4	22.229,0 / (1+0,15)^5
VAN=	-8.581,60	17.162 / 1,1500	17.723 / 1,3225	18.221 / 1,5209	18.485 / 1,7490	22.229 / 2,0114
VAN=		14923,77	13400,76	11980,62	10568,58	11051,74
VAN=	-8.581,60					
VAN=	53.343,86	**Dólares**				

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

5.8.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es la tasa de rentabilidad es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión. Es la tasa de descuento que hace el valor actual neto (VAN) sea a igual a cero, si la TIR es mayor que el trema el proyecto es viable. Para lo cual se calcula el VAN negativo utilizando el método de aproximaciones sucesivas.

VAN =	Invercial Inicial (Io) +	Flujo neto 1 / (1+i)^1	Flujo neto 2 / (1+i)^2	Flujo neto 3 / (1+i)^3	Flujo neto 4 / (1+i)^4	Flujo neto 5 / (1+i)^5
VAN =	-8.581,60	17.162,33 / (1+0,97)^1	17.722,50 / (1+0,97)^2	18.221,03 / (1+0,97)^3	18.484,51 / (1+0,97)^4	22.228,99 / (1+0,97)^5
VAN =	-8.581,60	17.162,33 / 1,9700	17.722,50 / 3,8809	18.221,03 / 7,6454	18.484,51 / 15,0614	22.228,99 / 29,6709
VAN =	-8.581,60	8.711,84	4.566,60	2.383,28	1.227,28	749,18
VAN =	-8.581,60	17.638				
VAN =	**-26.219,78**	**Dólares**				

Una vez obtenido los datos reflejados aplicamos la forma TIR:

Cálculo del TIR:

$$\textbf{TIR} = r1 + (r2 - r1) * \frac{\text{Van 1}}{\text{Van 1-Van 2}}$$

$$\textbf{TIR} = 0{,}17 \quad 0{,}97 \quad 0{,}17 * \frac{53.343{,}86}{53.343{,}86 \quad -26.219{,}78}$$

$$\textbf{TIR} = 0{,}17 \quad 0{,}80 \quad \frac{53.343{,}86}{79.563{,}64}$$

$$\textbf{TIR} = 0{,}97 * 0{,}670455284$$

$$\textbf{TIR} = 0{,}65 \quad 65\%$$

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

El Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) demuestra la viabilidad del proyecto en distintos escenarios. El primer cálculo, con una tasa de descuento del 15% con un VAN positivo de 53.343,86, lo que manifiesta que la inversión generará valor y es financieramente rentable. La TIR con un porcentaje del 65% indica que este es el rendimiento esperado del proyecto.

5.8.4 Período de Recuperación de la Inversión.

El plazo de recuperación de la inversión es crucial en un Plan de Negocios de chips de frutas deshidratadas porque indica cuánto tiempo tomará recuperar el capital invertido. Este indicador es vital para los inversores y empresarios, ya que les permite evaluar el riesgo y la viabilidad del proyecto. Un plazo de recuperación más corto generalmente significa menor riesgo y mayor atractividad del negocio, lo que facilita la toma de decisiones informadas sobre inversiones y estrategias de crecimiento. Además, ayuda a planificar el flujo de efectivo y asegurar la estabilidad financiera a lo largo del tiempo.

Año	**FFNE**
	8.581,60
1	17.162,33
2	17.722,50
3	18.221,03
4	18.484,51
5	22.228,99

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

AÑO	**MES**	**DIAS**
	6	0,009

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

Esta tabla indica que el periodo de recuperación de la inversión es de 6 meses y medio día. El PIR del proyecto es favorable ya que la inversión se recuperará en un periodo relativamente bueno, lo cual disminuye el riesgo aumentando la posibilidad de generar beneficios de manera rápida.

5.8.5 Relación beneficio costo.

La relación beneficio-costo es fundamental en un Plan de Negocios de chips de frutas deshidratadas porque permite evaluar la rentabilidad y eficiencia del proyecto.

	INGRESOS ACTUALIZADOS					
ING=	Inversión Inicial (Io) +	Flujo neto 1 (1+i)^1	Flujo neto 2 (1+i)^2	Flujo neto 3 (1+i)^3	Flujo neto 4 (1+i)^4	Flujo neto 5 (1+i)^5
ING=	-8.581,60	57.604,12 (1+0,1543)^1	59.332,24 (1+0,1543)^2	61.112,21 (1+0,1543)^3	62.945,57 (1+0,1543)^4	64.833,94 (1+0,1543)^5
ING=	-8.581,60	57.604,12 1,1500	59.332,24 1,1500	61.112,21 1,1500	62.945,57 1,1500	64.833,94 1,1500
ING=	-8.581,60	50.090,54	51.593,25	53.141,05	54.735,28	56.377,34
ING=	-8.581,60	265.937,46				
ING=	**257.355,86**					

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

COSTOS ACTUALIZADOS						
COST= -	Inversión Inicial (Io) +	Flujo neto 1 / (1+i)^1	Flujo neto 2 / (1+i)^2	Flujo neto 3 / (1+i)^3	Flujo neto 4 / (1+i)^4	Flujo neto 5 / (1+i)^5
COST =	-8.581,60	33.270,03 / (1+0,1543)^1	34.268,13 / (1+0,1543)^2	35.296,18 / (1+0,1543)^3	36.355,06 / (1+0,1543)^4	37.445,72 / (1+0,1543)^5
COST =	-8.581,60	33.270,03 / 1,1500	34.268,13 / 1,3225	35.296,18 / 1,5209	36.355,06 / 1,7490	37.445,72 / 1,7490
COST =	-8.581,60	28.930,46	25.911,63	23.207,81	20.786,13	21.409,71
COST =	**111.664,14**					

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

RELACION BENEFICIO COSTO				
C/B	=	Ingresos Actualizados	257.355,86	2,30
		Costos Actualizados	111.664,14	

Elaborado por: Mishel Miranda & Leidy Monar

Una vez proyectado todo lo que se necesita conseguimos los ingresos con valores de 257.355,86 ingresos y costos actualizados 111.664,14 por otro lado nos refleja que la relación beneficio costo por cada dólar producido se ganara 1,30 centavos.

CONCLUSIONES

- La demanda de chips deshidratados de fruta en la ciudad de Guaranda es superior a la oferta lo que representa una oportunidad de crecimiento tanto para la empresa como para la industria local.
- En cuanto al tamaño, localización y proceso de producción de los chips deshidratados, se ha desarrollado un modelo de organizacional sólido para la empresa “MONCAL Cía. Ltda.”, lo que permitirá la elaboración del producto terminado en buen estado y el cliente satisfaga sus necesidades.
- Los estudios financieros y evaluación indican que el proyecto tiene viabilidad con cifras y proyecciones rentables favorables para la inversión y sostenibilidad del negocio.
- Se ha identificado que la adopción de tecnología y mejoras en cada uno de los procesos de producción será fundamental para asegurar la calidad y competitividad de los productos en el mercado.

RECOMENDACIONES

- Aumentar la producción y diversificar la oferta de frutas deshidratadas para lograr satisfacer la demanda del mercado de Guaranda.
- Implementar nuevas tecnologías y capacitaciones actualizadas sobre procesos de deshidratación con la finalidad de mejorar la calidad de los chips deshidratados de frutas.
- Se recomienda mantener una actualización periódica de la estructura organizacional de “MONCAL Cía. Ltda.”, asegurando que se ajuste a las necesidades operativas y estratégicas de la empresa.
- Monitorear constantemente los indicadores financieros claves, como la TIR y el punto de equilibrio con la finalidad de garantizar rentabilidad del negocio a largo plazo.

BIBLIOGAFÍA

Arenas, M. (10 de 2013). Scielo. Scielo: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2013000100007

Arenas, M. (10 de 2013). Scielo. Scielo: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2013000100007

Ayala, A. (s.f.). https://www.studocu.com/es-mx/document/centro-universitario-une/metrologia/investigacion-bibliografica/52505057

Carnero Miserachs , E. M. (6 de 02 de 2024). Real Academia Española de Nutrición y Dietetica. Real Academia Española de Nutrición y Dietetica: https://www.academianutricionydietetica.org/que-comer/snacks-saludables/

Castro, M. E. (Abril de 2021). Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado. https://www.icesi.edu.co/departamentos/images/departamentos/FCAE/economia/apuntesEconomia/breve-introduccion-conceptos-oferta-demanda-mercado.pdf

Centro Europeo de Posgrado. (2021). Ceupe. https://www.ceupe.com/blog/producto.html

ceupe.com. (s.f.).

Chagay Lozano, L., Caicedo Flores, J., Fernandez Bayas , T., & Onofre Zapata , R. (2019). Modelo CANVAS SCIELO. En L. Chagay Lozano, J. Caicedo Flores, T. Fernandez Bayas, & R. Onofre Zapata, Métodología CANVAS (págs. 89,90,91,92,93,94,95,96). BABAHOYO: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO.

Chaves Vega, J. A. (2022). Plan de Negocios para implementar una empresa de snack de frutas deshidratadas (manzana y pera). Riobamba : Escuela Superior Politécnica Chimborazo.

Constitución de la República del Ecuador . (2008). Montecristi.

Cortez, D. N. (Enero - Febrero de 2024). Análisis de las Tendencias de Mercado Internacional para el 2024, para una Mediana Empresa. Ciencia Latina , 8(1), 5191-5215. https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/9852/14521

Echeverría Ríos, O. M., & Martínez Hernández, M. y. (2021). Precio en mercadotecnia: Una revisión bibliográfica desde la percepción en Latinoamérica. https://www.redalyc.org/journal/6379/637968300004/637968300004.pdf

Ecuador, P. d. (s.f.). https://www.presidencia.gob.ec/ecuador-lanza-el-primer-consorcio-de-frutas-y-vegetales-deshidratados/. https://www.presidencia.gob.ec/ecuador-lanza-el-primer-consorcio-de-frutas-y-vegetales-deshidratados/: https://www.presidencia.gob.ec/ecuador-lanza-el-primer-consorcio-de-frutas-y-vegetales-deshidratados/

Equipo Legal Ecuador. (2021). Biztaliin. https://www.bizlatinhub.com/es/pasos-formar-srl-ecuador/

Espinoza, J. R. (2021). LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. Rev. Horizonte Empresarial, 8(1), 425-437. https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/1648/2355

EUROINNOVA INTERNATINAL ONLINE EDUTATION. (2022). EUROINNOVA. https://www.euroinnova.com/blog/que-es-demanda-proyectada

Fleitman, J. (2010). Como empezar una empresa exitosa . En J. Fleitman, Como empezar una empresa exitosa (pág. 25). México : México, D.F. : Editorial Pax.

Gestion, R. (2022). Gestión digial . https://revistagestion.ec/analisis-economia-y-finanzas/lecciones-del-salinerito-tras-cinco-decadas-de-economia-popular-y/

Gladys Guevara, A. V. (01 de Julio de 2020). file:///C:/Users/Hp/Downloads/Dialnet-MetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592.pdf

GOOGLE , M. (s.f.). GOOGLE MAPS.

Indira R, V. D. (2016). CEPAL. https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/f3001e29-df8f-491a-b10f-9d4511e4f228/content

INEC. (2022). Censo Ecuador . https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiNWUzMjQwOWMtZjFhOS00NjczLTk0YTItNjcwZmRmY2YxMjkyIiwidCI6ImYxNThhMmU4LWNhZWMtNDQwNi1iMGFiLWY1ZTI1OWJkYTExMiJ9

(2017). LA LEY DE COMPAÑÍAS. Quito: QUITO.

León, M. d. (2021). PERCEPCIÓN DE LOS EMPRESARIOS DE UN MUNICIPIO DEL ESTADO DE GUANAJUATO ACERCA DE L AS COMPRAS POTENCIALES Y DE LAS VENTAS REALES. Revista UPGTO Management Review , 6(1), 28-34. https://editorial.upgto.edu.mx/index.php/umr/article/view/176/322

LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. (2020). LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. Quito: Quito.

Medica Rodríguez , J. A., & Salazar Macías, E. V. (2019). Plan de Negocio para la creación de una empresa de elaboración y distribución de snacks saludables de frutas y vegetales deshidratados en el Cantón Milagro. Miladro: Repositorio.unemi.edu.ec.

Montúfar, P. A. (Enero-Febrero de 2021). La importancia de los medios digitales para el posicionamiento de una marca de moda en Facebook e Instagram. Revista ComHumanitas, 12(1), 19-31. https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/2611/1/La%20importancia%20de%20los%20medios%20digitales.pdf

Mora, A. M. (27 de Abril de 2023). Primicias. https://www.primicias.ec/noticias/firmas/clase-media-ecuador-ingresos/

Mordor, I. (2018). Mordor Inteligence. https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/dehydrated-food-market

Moreira, X. D. (2022). Plan de negocio para la creacion de una empresa dedicada a la produccion de snack e infusión de pitahaya orgánica deshidratada para su exportación a Estados Unidos . Guayaquil: GUAYAQUIL/UIDE/2022.

Nora E. González, & Lopéz Parra, E. (2022). LA IMPORTANCIA DE REALIZAR UN PLAN DE NEGOCIOS. LA IMPORTANCIA DE REALIZAR UN

PLAN DE NEGOCIOS: https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no55/55plan.pdf
Ordoñez Allyson, Barros Luis. (2023). Tesis PLan de negocios para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercializacion de frutas exóticas deshidratadas en la ciudad de quito. Quito: Universidad Internacional del Ecuador .
Pillou, J.-F. (4 de 11 de 2013). Salud.com. Salud.com: https://salud.ccm.net/faq/14933-organoleptico-definicion
Plaza, F. (15 de Noviembre de 2017). Ministerio de Agricultura. https://opia.fia.cl/601/w3-article-84647.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20Global%20Industry%20Analysts%20(GIA,a%204%20millones%20de%20toneladas.
Plaza, F. (15 de Noviembre de 2017). Ministerio de Agricultura. https://opia.fia.cl/601/w3-article-84647.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20Global%20Industry%20Analysts%20(GIA,a%204%20millones%20de%20toneladas.
PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2023). https://www.presidencia.gob.ec/ecuador-lanza-el-primer-consorcio-de-frutas-y-vegetales-deshidratados/. https://www.presidencia.gob.ec/ecuador-lanza-el-primer-consorcio-de-frutas-y-vegetales-deshidratados/: https://www.presidencia.gob.ec/ecuador-lanza-el-primer-consorcio-de-frutas-y-vegetales-deshidratados/
Pursell , S. (13 de 05 de 2024). Qué es un plan de negocios y para qué sirve. Qué es un plan de negocios y para qué sirve: https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios#que-es
Rosabel Roig-Vila, J. M. (2020). Redes de Investigación e Innovación en Docencia Universitaria. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/110099/1/Redes-Investigacion-Innovacion-Docencia-Universitaria-2020-55.pdf
Salazar-Araujo, E. J., & Morales Trujillo, K. A. (2020). Análisis de las exportaciones del sector manufacturero en los departamentos con mayor índice de desarrollo industrial en Colombia. Revista Venezolana de Gerencia, 25(90), 564-574. https://www.redalyc.org/journal/290/29063559010/29063559010.pdf
Sampieri, H. (s.f.). https://www.euroinnova.com/blog/que-es-la-investigacion-exploratoria#:~:text=El%20Dr.,familiarizarnos%20con%20fen%C3%B3menos%20relativamente%20desconocidos.
Soledispa-Rodríguez, X. E., & Moran-Chilan, J. H.-P. (2021). La investigación de mercado impacto que genera en la toma de decisiones. Dialnet, 7(1), 79-94. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8385908
Torres, D. (07 de 1 de 2020). HubSopt. HubSopt: https://blog.hubspot.es/sales/analisis-demanda
Universidad Internacional de la Rioja. (26 de 06 de 2023). ¿Qué es un plan de negocios? ¿Qué es un plan de negocios?: https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/plan-de-negocios/
Universidad Técnica del Norte. (2022). Universidad Ténica del Norte. https://repositorio.utn.edu.ec/simple-search?query=demanda+
Urbina Baca, G. (2013 Septima Edición). Evaluación De Proyectos. En G. Urbinca Baca, Evaluación De Proyectos (pág. 372). McGraw Hill.

Wikipedia. (18 de 6 de 2024). Wikipedia . Wikipedia : https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Bol%C3%ADvar_(Ecuador)

Yumbulema Yumbulema, K. D. (2021). PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y EXPORTADORA DE FRUTAS (PIÑA Y FRUTILLA) DESHIDRATADAS ARTESANALMENTE DESDE AMBATO - ECUADOR, AÑO 2021. QUITO: ESCUELA INTERNACIONAL SEK, QUITO.

ANEXOS

ANEXO 1

Cronograma Gantt

N.°	TIEMPO ESTIMADO	MES 9 SEPTIEMBRE				MES 10 OCTUBRE				MES 11 NOVIEMBRE				MES 12 DICIEMBRE				MES 1 ENERO				MES 2 FEBRERO				MES 3 MARZO				MES 4 ABRIL			
	ACTIVIDADES	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1	**Formulación general del proyecto**																																
2	Tema																																
3	Descripción del problema																																
4	Formulación del problema																																
5	Preguntas de investigación																																
6	Justificación																																
7	Objetivos: General y Específicos																																
8	**MARCO TEORICO**																																
9	Antecedentes																																
10	Científico																																
11	Conceptual																																
12	Legal																																
13	Georreferencial																																
14	**METODOLOGIA**																																
15	Tipo de investigación																																
16	Enfoque de la investigación																																
17	Método de investigación																																
18	Técnica e instrumentos de recopilación de datos																																
19	Universo																																
20	Población																																
21	Procesamiento de la Información																																
22	Propuesta																																
23	Correciones finales																																
24	Conclusión																																
25	Recomendaciones																																
26	Revisión final																																
27	Presentación Certificado de validación																																
28	Entrega del documento del trabajo de investigación																																
29	Aprobación del cronograma de defensa de los trabajos de integracion curricular																																
30	Entrega del proyecto de investigción de empastado y en CD																																

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 2

Presupuesto

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Impresiones	40	40
4	Resma de hojas A4 75g	8	32
500	Copias	0,04ctv	20
20	Pasajes	3.5	70
2	Computadora portátil	300	600
2	Anillados	3	6
2	Empastados	9	18
1	Caja de esferos	2	2
	Otros gastos		75
TOTAL			863

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar.

ANEXO 3

Cuestionario para las encuestas

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
CARRERA DE LICENCIATURA EN "ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS"

Objetivo: Recopilar información acerca del consumo de chips deshidratados de frutas en la Ciudad de Guaranda, en el año 2024.

Instrucciones: Leer de manera adecuada cada una de las preguntas y responder honestamente.

1. **¿Consume chips de frutas deshidratadas?**
   Si (__)
   No (__)
2. **¿Qué fruta es de su preferencia?**
   Manzana (__)
   Fresa (__)
   Piña (__)
   Naranja (__)
   Kiwi (__)
   Banano (__)
3. **¿Cuál es el tamaño de su preferencia?**
   150 g (__)
   75 g (__)
4. **¿De los siguientes sabores cual es de su preferencia?**
   150 g manzana (__)
   75 g manzana (__)
   150 g fresa (__)
   75 g fresa (__)
   150 g naranja (__)
   75 g naranja (__)
   150 g piña (__)
   75 g piña (__)
   150 g banano (__)
   75 g banano (__)
5. **¿Cuántas unidades de estas presentaciones compra usted a la semana?**

150 g manzana	1
	2
	3
75 g manzana	1
	2
	3
150 g fresa	1

	2
	3
75 g fresa	1
	2
	3
150 g naranja	1
	2
	3
75 g naranja	1
	2
	3
150 g piña	1
	2
	3
75 g piña	1
	2
	3
150 g banano	1
	2
	3
75 g banano	1
	2
	3

Nota: Seleccione el número a su elección

6. **¿Al momento de comprar chips deshidratados de frutas que es lo que usted más valora?**
   Empaque (__)
   Sabor (__)
   Precio (__)
7. **¿Qué empaque es de su preferencia?**
   Bolsas Stand Up metalizados (__)
   Bolsas biodegradables (__)
   Envase de vidrio (__)
8. **¿Qué precio paga usted por este producto?**
   75 g – 1,50 (__)
   150 g – 2,00 (__)
9. **¿Dónde compra usted este producto?**
   Mercado (__)
   Comisariatos (__)
   El Salinerito (__)
   Tiendas al granel (__)
   Otros, describa

   _____

10. ¿Qué es lo que usted busca en los chips deshidratados de frutas?

Nutritivo	(__)
Bajo en calorías	(__)
Precio accesible	(__)
Alto en fibra	(__)
Tener más energía	(__)
Otros	

_____

ANEXO 4

Materia prima directa

N°	Unidad de medida	Unidad	CONCEPTO	VALOR U	VALOR TOTAL
3	LIBRAS	3	Manzana	1,00	3,00
2	LIBRAS	30	Fresa	1,50	3,00
7	Unidades	7	Naranja	0,29	2,03
3	Unidades	3	Piña	1,00	3,00
2,5	Kilos	10	Banano	1,00	2,50
	TOTAL DIA				**13,53**
	TOTAL MENSUAL				**405,90**
	TOTAL ANUAL				**4.870,80**

Elaborado por: Mishel Miranda & Leidy Monar

ANEXO 5

Materiales

MATERIALES				
N°	**UNIDAD**	**CONCEPTO**	**VALOR U.**	**VALOR TOTAL**
15	Docena	Bolsas Stand Up metalizados	1,44	21,60
3	Unidad	Pala embudo	10,00	30,00
6	Paquete	Fundas	1,00	6,00
5	Paquete	Guantes de látex	0,50	2,50
TOTAL MENSUAL				**60,10**
TOTAL ANUAL				**721,20**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 6

Mano de obra directa

No	CARGO	SUELDO	APORTE IESS	13ro	14to	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	OPERARIO	450,00	50,18	37,50	0,00	18,75	456,08	5.472,90
Total							456,08	5.472,90

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 7

Mano de obra indirecta

No	EMPRESA DE LIMPIEZA	Cobro por hora	Horas a la semana	Total semanal	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	Liservitips	8,00	2,00	16,00	64,00	768,00
SUBTOTAL		8,00				
TOTAL					**64,00**	**768,00**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 8

Depreciación producción

DEPRECIACIONES	VALOR INICIAL	AÑOS	% DE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Valor residual
Maquinaria	1.850	10	10%	185	185	185	185	185	925,00
Equipo	80	10	10%	8	8	8	8,00	8,00	40,00
Muebles y Enseres	1.125	10	10%	112,50	112,50	112,50	112,5	112,5	562,50
Equipo de Computo	550	3	33,3%	183,33	183,33	183,33			0,00
Equipo de Oficina	400	10	10%	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	200,00
TOTAL	**4.005**			**528,83**	**528,83**	**528,83**	**345,5**	**345,5**	**1.727,50**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 9

Amortización

CONCEPTO	VALOR	AMORTIZACION
	LIBROS	ANUAL
Elaboración Proyecto Factibilidad	1.000,00	200,00
Gastos de Organización	1.500,00	300,00
TOTAL	**2.500,00**	**500,00**

Elaborado por: Mishel Miranda & Leidy Monar

ANEXO 10

Sueldos y salarios

CARGO	SUELDO	APORTE IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
OPERARIO	500,00	55,75	41,67	37,50	41,67	20,83	697,42	8.369

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 11

Útiles de aseo

CONCEPTO	NÚMERO	V/Unitario	V/Total
Detergente	2	1,00	2,00
Escobas y Otros	4	1,00	4,00
Ambientales	3	1,00	3,00
Tarros de Basura	4	1,00	4,00
Aromatizantes	3	1,00	3,00
Cepillos de Baño	2	1,00	2,00
TOTAL MES			**18,00**
TOTAL ANUAL			**216,00**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 12

Útiles de oficina

CONCEPTO	NUMERO	V/Unitario	V/Total
Resma Hojas	3	3,20	9,60
Lápices	2	0,20	0,40
Lapiceros	2	0,35	0,70
Borradores	1	0,20	0,20
Carpetas	2	0,50	1,00
Cintas	2	0,60	1,20
TOTAL MES			**20,10**
TOTAL ANUAL			**241,20**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 13

Servicios básicos

DETALLE	VALOR MES	COSTO ANUAL
Teléfono	12,00	144,00
Agua potable	15,00	180,00
Energía Eléctrica	20,00	240,00
SUBTOTAL	47,00	
TOTAL ANUAL		**660,00**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 14

Arriendo

DESCRIPCIÓN	MESES	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Arriendo	**12**	m2	84	250,00	3.000,00
TOTAL					**3.000,00**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 15

Sueldo Caja

CARGO	SUELDO	APORTE IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
CAJERO - VENDEDOR	450,00	50,18	37,50	37,50	37,50	18,75	631,43	7.577,10

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 16

Promoción y publicidad

DETALLE	Número	Valor	V/ MES	V/ AÑO
Afiche	200	0,10	20,00	240,00
Redes sociales	2	10,00	20,00	240,00
Gigantografía	3	15,00	45,00	45,00
SUBTOTAL			85,00	
TOTAL ANUAL				**960,00**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 17

Inversión fija

Maquinaria	1.850,00
Equipo	80,00
Muebles y enseres	1.125,00
Equipo de computo	550,00
Equipo de oficina	400,00

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 18

Factibilidad del proyecto

No	CONCEPTO/ESTUDIO	VALOR/. UNITARIO.	VALOR /TOTAL
1	Mercado	180,00	180,00
2	Técnico	180,00	180,00
3	Financiero	250,00	250,00
4	Evaluaciones	250,00	250,00
TOTAL			**1.000,00**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 19

Gastos organización

No.	CONCEPTO	VALOR /UNITARIO.	VALOR /TOTAL
1	Permisos Legales	500,00	500,00
TOTAL			500,00

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 20

Materia prima directa

N°	Unidad de medida	Unidad	CONCEPTO	VALOR U	VALOR TOTAL
2	Libras	3	Manzana	1,00	2,00
2	Libras	30	Fresa	1,50	3,00
7	Unidades	7	Naranja	0,29	2,03
3	Unidades	3	piña	1,00	3,00
2,5	Kilos	10	banano	1,00	2,50
	TOTAL DIA				**12,53**
	TOTAL MENSUAL				**375,90**
	TOTAL ANUAL				**4.710,03**

Elaborado por: Mishel Miranda & Leidy Monar

ANEXO 21

Gastos de fabricación

DETALLE	VALOR
Materiales	60,10
Mano de Obra indirecta	64,00
Depreciación	528,83
Amortización	0,00
TOTAL	652,93

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 22

Maquinaría

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Horno deshidratador	1	1.200,00	1.200,00
Enfriador de aire	1	650,00	650,00
TOTAL			**1.850,00**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 23

Equipo

EQUIPO			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PRECIO UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Maquina selladora	1	80,00	80,00
TOTAL			**80,00**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 24

Equipo de oficina

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Escritorio	Unidad	2	100,00	200,00
Silla giratoria	Unidad	1	50,00	50,00
Teléfono de oficina	Unidades	1	150,00	150,00
TOTAL				**400,00**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 25

Muebles y Enseres

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesas de Trabajo	Unidad	3	175,00	525,00
Estanterías de Almacenamiento	Unidad	2	300,00	600,00
TOTAL				**1.125,00**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 26

Equipo de Computo

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora	Unidad	1	350,00	350,00
1	Impresora	Unidad	1	200,00	200,00
TOTAL					**550,00**

Elaborado por: Mishell Miranda & Leidy Monar

ANEXO 27

Evidencia de encuestas población clase media alta de la Ciudad de Guaranda





ECON. PHD. RENÉ VILLACRÉS BORJA EN CALIDAD DE DIRECTOR ACADÉMICO DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.

CERTIFICA

Que el trabajo de integración curricular denominado **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE CHIPS DESHIDRATADOS DE FRUTAS, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2024"** presentado por **VERONICA MISHEL MIRANDA CALERO Y LEIDY MARÍA MONAR ARGUELLO,** estudiantes de la **Carrera de Administración de Empresas,** paso el análisis de coincidencia no accidental en la herramienta Turnitin reflejando un **porcentaje de similitud del 7%** como se puede evidencia en el documento adjunto.

Guaranda, 17 de marzo del 2025

Atentamente,

Econ. PHD. René Villacrés Borja
Director

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

7% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Submitted works
- Internet sources

Ec. [illegible]
0200888702

Top Sources

0% Internet sources
7% Publications
0% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.