



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL,  
ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

**CARRERA:**

**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN TEMA:**

“Creación de empresa productora y comercializadora de pulpa congelada de frutas en la  
ciudad Durán”

**Requisito previo para la obtención del título de Tecnóloga en:**

Administración de Empresas

**Autora:**

Brigitte Xiomara Vaca Pérez

**Tutor:**

Lcda. Ma. José Menéndez L.

**Guayaquil - Ecuador**

**2021**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL,  
ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

**CARRERA:**

**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN TEMA:**

“Creación de empresa productora y comercializadora de pulpa congelada de frutas en la  
ciudad Durán”

**Requisito previo para la obtención del título de Tecnóloga en:**

Administración de Empresas

**Autora:**

Brigitte Xiomara Vaca Pérez

**Tutor:**

Lcda. Ma. José Menéndez L.

**Guayaquil - Ecuador**

**2021**

## **Dedicatoria**

Dedico estas páginas con mucho cariño a Dios y a mis padres.

A Dios por guiarme en toda la carrera universitaria

A mis padres por su apoyo incondicional, por confiar en mí.

Brigitte Xiomara Vaca Pérez

## **Agradecimiento**

Agradezco principalmente a dos personas que han contribuido en el transcurso y conclusión de esta tesis. En primer lugar, mi padre Héctor Vaca por apoyarme en cada paso de este trabajo y ser mi principal motivador.

La otra persona es mi madre Cecilia Pérez por estar presente aportando su inmensa bondad y apoyo. A mis padres por su apoyo incondicional, por confiar en mí.

Doy gracias porque siempre están conmigo en las buenas y en las malas. Siempre inculcándome buenos valores que han hecho de mí una mejor persona.

Brigitte Xiomara Vaca Pérez

## **Reconocimiento de Responsabilidad**

Yo, **Brigitte Xiomara Vaca Pérez** declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnóloga en Administración Empresas titulado: **“Creación de empresa productora y comercializadora de pulpa congelada de frutas en la ciudad Durán”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....  
**Brigitte Xiomara Vaca Pérez**  
C.C.: 1804427696

## **Certificación del Tutor del Trabajo de Investigación**

Lcda. María José Menéndez, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

### **CERTIFICA**

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnología en Administración de Empresas, cuyo tema es: **“Creación de empresa productora y comercializadora de pulpa congelada de frutas en la ciudad Durán”**., fue elaborado por la Srta. Brigitte Xiomara Vaca Pérez ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

Lcda. María José Menéndez  
**Tutora del Trabajo Investigativo**

## **Índice de Contenido**

Caratula	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Índice de Contenido	7
Índice de Tabla	10
Índice de Ilustraciones	11
Índice de Anexos	12
Resumen	13
Abstract	14
Introducción	15
Justificación	17
Objetivo	19
Capítulo I: Fundamentación	20
Marco Histórico	20
1.1 Antecedentes Administración	20
Marco Teórico	21
Marco Conceptual	25
Marco Jurídico	28
2.3.1 Ley Del Registro de Contribuyentes	29
2.3.2 Registro de Patente Municipal	29
2.3.3 Ministerio de Salud	30
2.3.4 Código del Trabajo	31
2.3.5 Servicio de Rentas Internas.	32

2.3.6	Plan Nacional Toda Una Vida (2017-2021)	33
2.3.7	Código de la producción, comercio e inversiones	34
	Capítulo II. Metodología	35
1.2	Tipos de Investigación	36
3.1.1	Descriptivo	36
3.1.2	Explicativa	36
●	Históricos-Lógicos:	36
	Método Empírico	37
●	Entrevista.	37
	Universo	40
1.4.1	Método Estadístico	50
	CAPÍTULO III	51
	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	51
4.1	Análisis PEST	51
4.1.1	Factor político Ecuador.	51
4.1.2	Factores Económicos.	52
4.1.3	Factores Sociales.	55
4.1.4	Factores Tecnológicos.	55
4.2	Análisis Foda	56
4.3	Propuesta de Valor	58
4.4	Desarrollo de la propuesta	61
4.4.1	Título de la Propuesta	61
4.4.2	Objetivo de la Propuesta	61
4.4.3	Descripción de la Propuesta	61
4.4.4	Factibilidad de propuesta	61

4.4.5	Ubicación de la empresa	62
4.4.6	Filosofía corporativa de la empresa	62
4.5	Descripción del Proceso de la pulpa de frutas	65
4.6	Mercado Objetivo	68
4.7	Plan de marketing	68
4.7.1	Estrategia General de Marketing	68
4.7.2	Mercado Meta	69
4.7.3	Marketing Mix	70
4.7.4	Tipo de canal de distribución.	72
4.7.5	Medios Digitales	73
4.7.6	Promoción de Ventas.	74
4.7.7	Marketing Directo.	75
4.7.8	Presupuesto de Promoción.	76
4.7.9	Proyección de venta	78
4.7.10	Retorno de inversión	81
	CONCLUSIONES	82
	RECOMENDACIONES	83
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	84
	ANEXO	88

## Índice de Tabla

## **Índice de Ilustraciones**

Ilustración 1	Mapa de ubicación. Adaptada de Google Mapa	43
Ilustración 2	Organigrama estructural	44
Ilustración 3	Estructura organizacional de producción	45
Ilustración 4	Estructura organizacional del Comercialización	45
Ilustración 5.	Logo de la empresa	51
Ilustración 6	Etiquetado	51
Ilustración 7.	Etiqueta	52
Ilustración 8	Uniformes	52
Ilustración 9	Elementos de Bioseguridad	52

## **Índice de Anexos**

Anexos 1Entrevista a Empresarios	61
Anexos 2Entrevista Dueño del emprendimiento	62
Anexos 3Encuesta al mercado meta	63

## **Resumen**

Los últimos años, la creciente demanda de los productos de la rama de la industria alimenticia ha obligado a las empresas pertenecientes a este sector a mantener su crecimiento continuo en el mercado tanto nacional como internacional, por lo que se han vuelto más competitivas en cuanto a estándares de calidad y productividad. De esta manera, en la actualidad las empresas procesadoras de alimentos están en una etapa de amplio crecimiento ya que las grandes productoras están enfocadas hacia la diversificación de sus actividades enfocándose netamente hacia el mercado de los productos, enfocándose en la calidad de los alimentos. Por esta razón, las empresas dedicadas al procesamiento de frutas se han hecho más competitivo tanto por la aparición de nuevas compañías, así como el nivel de exigencia de las empresas contratantes, obligando de esta manera a mejorar los estándares de producción y calidad de las empresas procesadoras. La creación de esta empresa está asegurada mediante leyes, códigos y estatutos ecuatorianos como pilares fundamentales. La presente autora demuestra en el primer capítulo de forma detallada el marco histórico que representa la historia del microemprendimiento y de los conceptos significativos, se desarrolló un marco teórico de más de 15 conceptos de varios autores con criterios importantes para la investigación. Se aplico varios métodos y varias normas constitucionales del país el cual está sujeta la investigación, en el segundo capítulo se demostró los métodos de investigación se aplicó el método teórico, empírico y estadísticos, las estrategias, los tipos de publicidad a utilizar y tipo de estudio que se va elaborar, en el capítulo tres se desarrollará la propuesta y la estructura de la campaña publicitaria para el micro emprendimiento, con el único objetivo de reforzar y posicionarlo en el mercado nacional.

**Palabras clave:** Pulpa de fruta, procesamiento, calidad.

## **Abstract**

In recent years, the growing demand for the products of the food industry branch has forced companies belonging to this sector to maintain their continuous growth in both the national and international markets, which is why they have become more competitive in terms of to quality and productivity standards. In this way, at present, food processing companies are in a stage of broad growth since large producers are focused on diversifying their activities, focusing clearly on the product market, focusing on food quality. For this reason, companies dedicated to fruit processing have become more competitive both due to the appearance of new companies, as well as the level of demand of the contracting companies, thus forcing companies to improve production and quality standards. processors. The creation of this company is ensured by Ecuadorian laws, codes, and statutes as fundamental pillars. The present author demonstrates in the first chapter the detailed historical framework that represents the history of micro-entrepreneurship and significant concepts, a theoretical framework of more than 15 concepts from various authors with important criteria for research was developed. Several methods and several constitutional norms of the country which the research is subject were applied, in the second chapter the research methods were demonstrated, the theoretical, empirical and statistical method was applied, the strategies, the types of advertising to be used and type of study to be elaborated, in chapter three the proposal and structure of the advertising campaign for the micro-enterprise will be developed, with the sole objective of reinforcing and positioning it in the national market.

**Keywords:** Fruit pulp, processing, quality.

## **Introducción**

Actualmente existen en el mercado empresas manufactureras y comercializadoras de productos en el aspecto “pulpa frutas”, donde las capacidades de producción, así como las estrategias de mercadeo, han logrado captar un porcentaje del mercado nacional cercano al 36%, sin tomar en cuenta las amplias posibilidades que existen para la exportación de estos productos. (Gomez, 2004) La insatisfacción de este mercado, ha traído como consecuencia, que numerosos pequeños empresarios, comiencen a crear centros de producción enfocados en este rubro, sin tener el conocimiento necesario, ni el capital mínimo requerido, para poder establecer negocios rentables, provocando así que los precios al consumidor sean elevados y la calidad de los productos no sean lo más ideal.

Es importante mencionar, en el caso de las empresas procesadoras de frutas, son muchas las que siguen usando procedimientos tradicionales y no logran ajustarse a los niveles de competencias existentes en el mercado.

La competitividad entre las empresas de procesamiento de frutas ya sean estas pequeñas medianas o grandes se han vuelto cada vez más agresivas dada la aparición de nuevas empresas competidoras que deciden incursionar en el mercado de este tipo de productos, demostrando la calidad de productos, estrategias de mercadeo, adquisición de materia prima a mejor precio, entre otros factores importantes. (Jacome, 2011)

De mismo modo, es importante hacer énfasis, Ecuador cuenta con una gran cantidad de frutas en cada región, que genera un gran aporte a la salud de las personas por los nutrientes que tiene cada una de las frutas, producir y comercializar un producto sano y seguro como la pulpa de fruta congelada se vuelve una opción por la situación que está atravesando el mundo por la pandemia covid-19.

Es una crisis mundial y como uno de los continentes más afectados es América Latina, por muchos factores como la corrupción, liderazgo, errores en la administración pública. Así mismo, se agrega a la lista un mal manejo del sistema sanitario y un colapso económico. En el caso de Ecuador, el FMI calcula que el país decrecerá un 6,3%, aunque se proyecta un posible crecimiento del 3,9% en el año 2021. (El universo, 2020)

En el país conforme ha transcurrido el tiempo se han desarrollado nuevas estrategias lo que ha originado nuevas oportunidades dentro del mercado, los productos de “Consumo Masivo” sin duda alguna tienen un alto grado de demanda, sin embargo, se ha detectado que existe un gran porcentaje de la población el cual no es alcanzado por la mayoría de estos productos; es decir existe una demanda insatisfecha.

En el ámbito de los productos alimenticios, se encuentra el rubro de pulpa de frutas que son productos que se manejan a gran escala y que, por diversos factores, el mercado no es abastecido en su totalidad, tales factores se pueden mencionar, como insuficiente capacidad de las “grandes” empresas manufactureras y poca participación de estas hacia este rubro, cadenas débiles de distribución y problemática actual de Ecuador para la importación de productos.

Adicionalmente, poseen productos con estrategias de mercadeo muy débiles, y con estándares de calidad no adecuados para el exigente mercado ecuatoriano. Todo ello representa un sector que proyecta oportunidades en el campo manufacturero y comercial, lo cual expande las posibilidades de crecimiento económico e industrial en el rubro de pulpa frutas, dado el 23 % que existe de mercado no abastecido en este sector (Coba, 2019)

A principios de la primera década de este siglo XXI, Ecuador inició un auge en lo que respecta a las pequeñas inversiones, destinadas fundamentalmente a la pequeña y mediana empresa, y al sector comercial. Según resultados de análisis en la economía ecuatoriana, en el sector de la pequeña y mediana industria existe un alto porcentaje, donde la inversión proviene del patrimonio de jóvenes emprendedores, que, en una búsqueda constante por el crecimiento económico y social de su entorno, apuestan a negocios que en la mayoría de los casos resultan de alto riesgo.

Debido a la poca participación de los entes públicos y el difícil acceso a créditos con la banca privada, han surgido sociedades de estos jóvenes empresarios, quienes, sumando esfuerzos, logran capitalizar negocios o empresas, en todos los rubros y sectores de la economía ecuatoriana. (Delgado & Chávez Granizo, 2018)

## **Justificación**

La creación de la presente empresa se dedicará a la producción, comercialización y distribución de pulpas de frutas congeladas. La misma estará orientada a superar las expectativas de los clientes, ofreciendo alimentos saludables y de alta calidad. La empresa se desarrollará en un ambiente de cambio constante por la competencia, bajo presión en control de calidad e higiene por la nueva crisis sanitaria.

En el cual, un problema que se observó en la zona es que en la ciudad de Durán no existe una empresa que produzca y comercialice pulpa de fruta congelada, la mayoría de las microempresas solo comercializan el producto y el cliente debe buscarlo para adquirirlo.

Por tal motivo el presente trabajo investigativo consiste en: “Creación de empresa productora y comercializadora de pulpa congelada de frutas en la ciudad Durán” Con la finalidad de satisfacer las necesidades del sector y dar una nueva opción de adquirir las frutas ya que al ser congeladas el tiempo de duración es mucho más prolongado.

Por lo tanto, el punto de partida es el estudio de mercado, para determinar la aceptación del producto a nivel del consumidor y la demanda potencial. Además, crear oportunidades para desarrollar servicios nuevos donde la empresa pueda satisfacer de forma más completa las necesidades cambiantes de los consumidores permitiéndoles obtener mayores utilidades.

Debido a lo cambiante del mercado y de la economía del país, se requiere que la revisión de los objetivos de la empresa y su adaptación a la situación nacional actual se realice con cierta frecuencia.

Todo bajo un punto de vista estratégico y gerencial, con la idea de potenciar a la empresa productora y comercializadora de pulpa de fruta congelada a niveles superiores en el mercado nacional e internacional.

Dentro de este contexto nacen un importante número de compañías, las cuales, con diferentes razones sociales, inician operaciones sin previamente haber establecido un análisis y muchas de estas compañías logran subsistir sin un gran apoyo técnico ni una debida asesoría financiera, que garantice la perdurabilidad de estas en el tiempo. Por otro lado, la gran mayoría de estos pequeños empresarios ven caer sus sueños, ya que no presentan una base sólida para poder desplegarse, en los mercados, y peor aún, no poder mantener una rentabilidad progresiva, que les permita ser competitivos en esta economía global.

Como trabajo de investigación, el proyecto que se efectuará por medio de este estudio será la consolidación de un emprendimiento pensado con una visión a largo plazo, y que reunirá la esencia de procesos de manufactura, y una sólida gestión tecnológico-administrativa, que permitirá establecer al nuevo emprendimiento, como una de las compañías ecuatorianos más importantes en el rubro de frutas.

Una vez visualizado todo este escenario, surge representar una herramienta poderosa, para poder asegurar no solo la factibilidad del emprendimiento, sino también a proyectarla a través del tiempo, siempre con la visión del crecimiento continuo.

Con este preámbulo se establece la idea de la creación de una empresa destinada a la fabricación y mercadeo de pulpa de frutas congeladas, ubicada en la ciudad de Durán, donde tendrá como actividad principal la producción y comercialización de pulpa de frutas congelada, con el firme propósito de posicionarse rápidamente en la preferencia de los consumidores ecuatorianos, y con el objetivo de un esparcimiento, que acceda situar los productos de esta asociación en el mercado nacional.

Cumplir la producción con metas altas, llevando control de calidad y sobre todo de higiene creando un alto grado de competitividad. Desarrollar este negocio es una aventura que busca mejorar no solo los recursos económicos de la propietaria si no también mantener una estabilidad por mucho tiempo llegando hacer una marca reconocida que genere confianza aplicando todos los conocimientos adquiridos en el Instituto Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y Comercial “ITF” sobre la Administración de una Empresa.

- Describir el sistema de producción de elaboración de los productos de la planta procesadora de pulpa de fruta congeladas.
- Desarrollar el análisis y las evaluaciones del mercado que logren identificar los segmentos y las áreas, en las cuales el negocio de pulpa de fruta congelada pueda desarrollarse abiertamente.
- Establecer estrategias para el posicionamiento de los productos en el mercado nacional.
- Formular lineamientos generales de la organización, con el establecimiento de objetivos y metas, a corto, mediano y largo plazo, que garanticen la operación y la conducción de esta.
- Fijar la factibilidad del proyecto, a través de la medición del rendimiento económico, financiero y tecnológico.

### **Objetivo**

Establecer una empresa dedicada al proceso y comercialización de pulpa de fruta congelada en la ciudad de Durán.

El presente objetivo es integrador porque escudriña la resolución de la problemática que se detalla en la introducción buscando el crecimiento de la empresa y el posicionamiento.

## **Capítulo I: Fundamentación**

### **Marco Histórico**

#### **1.1 Antecedentes Administración**

En este momento en la ciudad de Guayaquil existe un alto índice de empresas y microempresas que se encargan del mercadeo de pulpa de frutas congelada, encontrándose entre ellos: maracuyá, tamarindo, guanábana, piña entre otros, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los diferentes clientes.

Pensado en el éxito de la empresa debemos concentrarnos en la administración de la empresa siendo esta un pilar importante en el funcionamiento correcto y eficaz de una empresa, de ello describiremos algunas ideas.

De la administración empresarial, Según (Montaño, 2020) Henry Fayol quien es considerado el padre de la teoría moderna de la administración, sostenía que los principios de la administración son flexibles, que no son los únicos y que se deben aplicar independientemente de si las condiciones son especiales y cambiantes. Por ello, con base en su experiencia, formuló catorce principios.

- División del trabajo. Corresponden especializarse de acuerdo con las destrezas congénitas para redimir con suficiente vigor su trabajo. La segmentación del trabajo envuelve el partir las prontitudes con peculiaridades análogas o colectividades efectivas de trabajo.
- Autoridad. Le corresponde al microempresario proporcionar disposiciones para que se efectúen las tareas. La autoridad es el poder o derecho de mandar.
- Disciplina. A la mano de obra de una empresa le corresponde respetar y cumplir con las normas y conciliaciones que dirigen a la misma.
- Unidad de mando. Los trabajadores recibirán disposiciones de órdenes exclusivamente de superiores o jefes.
- Unidad de dirección. Las sistematizaciones con el mismo objetivo corresponden ser encaminadas por un solo individuo, quien trabaja bajo un solo plan.
- Subordinación del interés particular al general. Siempre prevalecen las decisiones del grupo sobre las particulares o de grupos minoritarios, imponiéndose las de la mayoría.

- Remuneración. Es la remuneración que se le otorga por el trabajo tanto a los empleados como a los patronos.
- Centralización. El decrecimiento del papel de la mano de obra en la toma de decisiones se designa centralización. Esto involucra la concentración de la autoridad.
- Jerarquía de autoridad. El mando de la autoridad de una sociedad está ordenado a partir de los más altos incluso los más bajos niveles de esta. Es la autoridad que se ejerce de arriba hacia abajo.
- Orden. Los materiales y los individuos corresponden estar en el lugar proporcionado, uno, en el momento apropiado, es decir un sitio para cada objeto y cada sujeto en su lugar.
- Equidad. Envuelve igualdad y justicia con relación a todos los individuos.
- Estabilidad. Tener una estabilidad en la actividad en forma continua es símbolo de eficiencia en el correcto funcionamiento del trabajo, y provoca confianza en sus empleados.
- Iniciativa. Corresponde proporcionar licencias a los individuos para concebir y llevar a cabo sus procedimientos.
- Espíritu de grupo. Subraya la necesidad del trabajo en dispositivo, así como la categoría de la comunicación para lograrlo.

## **Marco Teórico**

### **Administración**

Según, Soto y Dolan (2004): definen a la administración como la dirección, guía y control de los esfuerzos de un individuo, o de un grupo de ellos, con un propósito u objetivo en común. No obstante, la diferencia reside en que dichos métodos se ejecutan determinadamente en las grandes organizaciones y en ciertas medianas, mientras que en la pequeña sociedad se discurre de forma inconsecuente.

Anzola (2010), define la administración como: “Un conjunto de labores que se emprenden para alcanzar las metas u objetivos de la empresa con la ayuda de las personas y los recursos” (p.52).

Sin embargo, la administración se encuentra en todos los ámbitos humanos, por ejemplo, la casa, la universidad, el trabajo entre otros, pero, existen nociones sobre la administración de manera muy vaga y falsa que se derivan de las diferentes formas de administrar según criterios personales, sin basamento lógico y teórico.

De la misma forma, Soto y Dolan (2004): identifican a la planificación como el determinante de lo que se debe hacer y, por ello, envuelve un amplio campo de decisiones incluyendo:

- Planificación de los Objetivos
- Establecimiento de las Políticas
- Fijación de Programas y Campañas
- Determinación de los Procedimientos y de los Métodos de trabajos específicos
- Fijación de Programas diarios de trabajo

Según Prieto y Barrio (2018) “La administración es el proceso de trabajar con las personas y con los recursos para alcanzar las metas de una organización” (p.20). Por ende, para que se cumplan dichas metas o tareas propuestas con éxito, los administradores deben realizarlas con eficacia, lo cual implica ser eficaz para alcanzar las metas organizacionales, por otra parte, deben ser eficientes y esto significa hacerlo con el mínimo desperdicio de recursos, es decir, utilizan sus recursos el tiempo, el dinero, los materiales y las personas de la manera óptima posible.

La pulpa es la parte alimenticia de las frutas, su utilización como materia prima es muy amplia en la obtención de diversos productos tales como jugos, concentrados, mermeladas o simplemente para su comercialización como pulpa congelada.

Reside en la porción nutritiva de las frutas o el producto derivado de la división de los fragmentos comestibles de éstas, a través de los procesos tecnológicos proporcionados y su posterior conservación.

La conquista del éxito de una organización, al alcanzar sus objetivos y asimismo al satisfacer los compromisos sociales se basa, en gran parte, de los gerentes, es decir, en caso de que los gerentes ejecutan apropiadamente su trabajo, es posible que la organización

alcance las metas, por tanto, se puede indicar que el desempeño gerencial se calcula de acuerdo al valor en el que los administradoras efectúan con el proceso administrativo, consiguiendo una estructura organizacional que las diversifique de otras organizaciones.

El ser humano es ambicioso por naturaleza. Los individuos están proporcionados de habilidades o capacidades para realizar ejercicios o dinamismos que le representen conservar su vida, desarrollarse y alcanzar niveles de mayor bienestar. Estas destrezas forman un patrimonio o representación propia de la especie, mediante las cuales el hombre ha perfeccionado la sociedad humana, con todos sus defectos y virtudes (Szmulewicz, 2012)

Las creencias de que los emprendedores corresponden en tener una mayor necesidad por el logro, es ampliamente consecutiva. Por lo tanto, tener el deseo y necesidad de hacer y ejecutar, separada de otras variables, logra ser un débil mecanismo de predicción de la tendencia particular de desenvolver un negocio. (Villalva Garcia, 2019)

Lemache (2016), escribe sobre “la importancia de la administración de las empresas, como un instrumento vital en la evolución de la vida moderna, sin embargo, en muchas ocasiones su jerarquía suele pasar por alto”. En parte que las sociedades progresan y alcanzaron mayor complejidad, se formó más indiscutible la necesidad de constituirse y dirigirse.

## **Emprendimiento**

Es un término muy consecuente en la actualidad muy esgrimido en todo el mundo y, sin embargo eternamente ha estado presente en el intervalo de la historia de la humanidad, en los últimos períodos, esta noción se ha tornado más significativo debido al incremento de la innovación, al explotación de las oportunidades, la generación de valor y al crecimiento de nuevas plazas de empleo, con más y mejores empresas favorece el desarrollo y ayuda a operar los constantes y crecientes contrariedades mercantiles.

Para estos microempresarios administrar una empresa se basa específicamente en su producción y la venta Osorio (2014), indica los elementos básicos de la administración.

- La Planificación

- La Organización.
- La Dirección.
- El Control.

De la misma forma, el autor Díaz (2015) define como una pequeña empresa o microempresa a una empresa de dimensiones cortas. Este concepto cambia de acuerdo con cada país, sin embargo, frecuentemente se puede definir como una microempresa las que cuentan con un máximo de diez empleados y una corta facturación.

Así mismo, suelen diferenciarse de las otras empresas debido a que el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma.

Según otras definiciones extranjeras el economista Cantalapiedra (2015) explica que la Unión Europea determina a las microempresas como aquellas que participan menos de 10 empleados.

De la misma forma, Tapia (2015) describe a la microempresa como un módulo económico que se encuentra manipulado o guiado por una persona, ya sea natural o jurídica bajo un ámbito de gestión empresarial, la cual se desarrolla en cualquier tipo de actividad, desde la producción, comercialización de bienes o prestación de servicios, con la que se puede diferenciar elementos de capital trabajo y tecnología.

## **Pulpa de frutas**

De acuerdo con Cormillot (2004), “Pulpa de Frutas”, denominación otorgada al fruto derivado de un tipo de planta o árbol, que por su textura. Los concentrados de frutas pueden definirse de una manera general como suspensiones acuosas estabilizadas de sólidos totales de frutas, con elevado nivel de sólidos solubles que constituyen a la conservación del producto alimenticio, pudiendo estar incluso reforzado con reducidas cantidades de agentes químicos preservantes.

Los mecanismos más significativos de los productos de las frutas consiguen agruparse del subsiguiente de la siguiente manera: agua, proteínas, hidratos de carbono, grasas, minerales y vitaminas. La mayor porción de estos compuestos son sustentos fundamentales, necesarios para el organismo humano. (León Gavonel, 2017)

Según Bisset y Berry (2007), la industria del procesamiento de fruta se ha preocupado por la preservación de las cualidades nutricionales naturales de sus productos, particularmente el ácido ascórbico. Se han realizado estudios sobre la relación entre el envase, las condiciones de almacenamiento y el contenido de ácido ascórbico, obteniéndose que los jugos envasados en polietileno mantienen una retención del 32% del ácido ascórbico, almacenados a ° 0°C, mientras que, almacenados en vidrio, a la misma temperatura, poseen una retención del 84%.

- Las frutas son una fuente concentrada de energía y aportan nutrientes esenciales para mantenerse saludable
- Son proveedoras de fotoquímicos, sustancias que contribuyen a prevenir enfermedades cardio y cerebrovascular y a regular la presión sanguínea.
- La fibra que contienen ayuda a acelerar el tránsito intestinal y a prevenir la constipación y otras enfermedades de origen intestinal
- El contenido en magnesio y potasio ayuda a combatir los calambres y el importante contenido en vitamina E, es beneficioso para advertir la degeneración prematuro de las células.

## **Marco Conceptual**

### **Pulpa de fruta**

Es el producto no fermentado, no concentrado, no diluido, obtenido de frutos pulposos, a través de proceso tecnológico adecuado, con un contenido mínimo de sólidos totales, proveniente de la parte comestible del fruto.

(Ministro de Estado de Agricultura y Abastecimiento, 2017)

### **Comercialización**

Es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor.

(Jimenez Araujo, 2017)

### **Distribución**

Se relaciona al conjunto de acciones que se llevan a cabo desde que un producto se elabora por parte del fabricante hasta que es comprado por el consumidor final. El objetivo de la distribución es garantizar la llegada de un producto o bien hasta el cliente.

(Garcia, 2017)

### **Empresa**

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

(Perez Porto & Gardey, 2021)

### **Manual de funciones**

Es un documento técnico normativo de gestión institucional donde se describe y establece la función básica, las funciones específicas, las relaciones de autoridad, dependencia y coordinación, así como los requisitos de los cargos o puestos de trabajo.

(Ministerio de salud, 2018)

## **Organigrama**

El organigrama es una representación gráfica del esqueleto de una organización, mostrando los cargos jerárquicos. El organigrama permite obtener una idea rápida de cómo está organizada una empresa, cooperativa u organización sin fines de lucros, cualquiera sea el tipo de organización el organigrama es válido.

(Equipo Editorial Etecé, 2021)

## **Tipos de organigramas**

Se clasifican de acuerdo con su naturaleza, por su finalidad, por su ámbito, por su contenido y por su presentación de acuerdo con el libro “Organización de empresas”

**POR SU NATURALEZA:** Este grupo se divide en tres tipos de organigramas:

**Micro administrativos:** Corresponden a una sola organización, y pueden referirse a ella en forma global o mencionar alguna de las áreas que la conforman.

**Macro administrativos:** Involucran a más de una organización.

**Meso administrativos:** Consideran una o más organizaciones de un mismo sector de actividad o ramo específico. Cabe señalar que el término Meso administrativos corresponde a una convención utilizada normalmente en el sector público, aunque también puede utilizarse en el sector privado.

(Franklin, 1999)

**POR SU FINALIDAD:** Este grupo se divide en cuatro tipos de organigramas:

**Informativo:** Se denominan de este modo a los organigramas que se diseñan con el objetivo de ser puestos a disposición de todo público, es decir, como información accesible a personas no especializadas. Por ello, solo deben expresar las partes o unidades del modelo y sus relaciones de líneas y unidades asesoras, y ser graficados a nivel general cuando se trate de organizaciones de ciertas dimensiones.

**Analítico:** Este tipo de organigrama tiene por finalidad el análisis de determinados aspectos del comportamiento organizacional, como también de cierto tipo de información que presentada en un organigrama permite la ventaja de la visión macro o global de la misma,

tales son los casos de análisis de un presupuesto, de la distribución de la planta de personal, de determinadas partidas de gastos, de remuneraciones, de relaciones informales, etc. Sus destinatarios son personas especializadas en el conocimiento de estos instrumentos y sus aplicaciones.

**Formal:** Se define como tal cuando representa el modelo de funcionamiento planificado o formal de una organización, y cuenta con el instrumento escrito de su aprobación. Así, por ejemplo, el organigrama de una Sociedad Anónima se considerará formal cuando el mismo haya sido aprobado por el Directorio de la S.A.

**Informal:** Se considera como tal, cuando representando su modelo planificado no cuenta todavía con el instrumento escrito de su aprobación  
(Franklin, 1999)

**POR SU ÁMBITO:** Este grupo se divide en dos tipos de organigramas:

**Generales:** Contienen información representativa de una organización hasta determinado nivel jerárquico, según su magnitud y características. En el sector público pueden abarcar hasta el nivel de dirección general o su equivalente, en tanto que en el sector privado suelen hacerlo hasta el nivel de departamento u oficina.

(Franklin, 1999)

## **Marco Jurídico**

### **Constitución de la República del Ecuador**

En la constitución, en su artículo 23, numeral 16, el cual establece la libertad de empresa como un derecho civil de las personas. Así mismo, el artículo 3, numeral 4, del mismo cuerpo legal, instituye como un deber del estado “la preservación y el crecimiento de forma sustentable de la economía, así como del desarrollo equilibrado y equitativo en beneficio común”.

Artículo 243, numeral 3 alude que es un objetivo intacto de la economía “el acrecentamiento y la variación de la producción orientados a la oferta de bienes y servicios de calidad que compensen las necesidades del mercado interno”. (Corte Constitucional del Ecuador, 2012)

### **2.3.1 Ley Del Registro de Contribuyentes**

Capítulo I, disposiciones generales:

“Artículo 2.- Del Registro. – Este registro será dirigido por el Servicio de Rentas Internas, dirigidas a todas las instituciones del Estado, personas, empresas particulares y personas naturales obligadas a facilitar la asistencia que sea necesaria dentro del tiempo y circunstancias que requiera la institución”.

“Artículo 3.- Inscripción obligatoria. -se deben inscribir todas las personas jurídicas y naturales, sin personalidad jurídica, extranjeras y nacionales, que formen o elaboren actividades económicas, de naturaleza permanente u ocasional, ya sea, dueños o titulares de bienes o derechos que constituyan o consigan beneficios, ganancias, honorarios, remuneraciones o rentas atribuidas a tributación en el país, es necesario el registro por una sola vez.

La presente creación de empresa se llevará a cabo bajo una compañía de responsabilidad limitada, según el control de la Superintendencia de Compañías, del cual los siguientes requisitos para la expedición y funcionamiento son los siguientes:

- Formularios registrados por el representante legal.
- Escritura pública debidamente inscrita en el Registro Mercantil
- Nombramiento del representante legal
- Hoja de datos generales
- Cédula de identidad, certificado de votación original, planilla de servicio básicos.
- Pago del impuesto predial
- Contrato de arrendamiento. (SRI, 2018)

### **2.3.2 Registro de Patente Municipal**

**Objetivo.** – Deberán obtener el registro todas las personas naturales o jurídicas que practiquen diligencias comerciales, industriales y financieras en el área del cantón, corresponderá conseguir su Registro de Patente Municipal. De los que ejecuten el libre ejercicio no tendrán la obligación de dicho registro de Patente.

Requisitos:

- Certificado emitido por el Cuerpo de Bomberos
- RUC actualizado.

- Cédula de ciudadanía
- certificado de votación.
- Copia de la última Declaración del I. Renta.
- Solicitud llena de la petición del Registro de Patente. (Alcaldía de Guayaquil, 2019)

### **2.3.3 Ministerio de Salud**

Artículo 6, se establece como responsabilidad del Ministerio la regularización y control sanitario en la producción, distribución, importación, almacenamiento, comercialización, transporte, expendio y dispensación de alimentos de naturaleza procesada o preparada.

Requisitos:

- Solicitud dirigida al Director de Salud
- Permiso actualizado de funcionamiento.
- Certificado de disponibilidad técnica para fabricar el producto.
- Información técnica sobre el proceso de elaboración y descripción del equipo utilizado.
- Registro de la fórmula de las proporciones usadas.
- Análisis de control de calidad del producto, original o certificado.
- Especificaciones químicas del material utilizado con firma del técnico responsable

El rótulo o etiqueta llevará los siguientes datos: Norma Técnica INEN 1334:

- Nombre del producto
- Marca comercial
- Identificación del lote
- Razón social de la empresa
- Contenido neto en unidades del sistema internacional
- Indicar si se trata de un alimento artificial
- Número de Registro Sanitario
- Fecha de elaboración
- Tiempo máximo de consumo
- Lista de ingredientes

- Forma de conservación
- Precio de venta al público (PVP)
- Ciudad y país de origen (Ministerio de salud pública, 2019)

### **2.3.4 Código del Trabajo**

**Artículo 9.-** Concepto de trabajador. – Se considera una persona trabajadora, la que se exige a la prestación del servicio o al cumplimiento de la obra, además denominado empleado u obrero.

**Artículo 10.-** Concepto de empleador. – Se considera empleador a la persona o entidad, distinta de la clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se elabora la obra o a quien se facilita el servicio, a este se lo denomina empleador o empresario”. (Congreso Nacional, 2012)

### **Capítulo IV. De las obligaciones del empleador y del trabajador**

**Artículo 42.-** Obligaciones del empleador. – “Son obligaciones del empleador”:

- Cancelar las cantidades establecidas o pactadas en conjunto con el trabajador, en los términos legales del contrato y con los acuerdos y disposiciones de este Código.
- Situar las fábricas, oficinas y talleres, además llamados lugares de trabajo, según las medidas de seguridad, prevención e higiene de trabajo y las demás obligaciones establecidas en las disposiciones legales y reglamentarias, teniendo en consideración, las reglas que cautelen el adecuado desplazamiento de las personas con algún tipo de discapacidad. (Congreso Nacional, 2012)

### **Licencia Metropolitana para el Ejercicio de Actividades Económicas**

Entre los requisitos solicitados para la emisión de la licencia metropolitana de funcionamiento:

- Formulario único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC.
- Cédula de identidad o ciudadanía del representante legal una copia
- Papeleta de votación.
- copia de la escritura de constitución si es, persona jurídica

- Uso del suelo ICUS. (Gob.ec, 2021)

### **2.3.5 Servicio de Rentas Internas.**

#### **RUC. - Registro Único de Contribuyente**

En el caso de iniciarse una actividad económica en el país de manera permanente u ocasional, y de disponerse de bienes que ocasionen el pago debido de impuestos, se obtiene la necesidad de requerir un Registro Único Contribuyente (RUC), dirigiéndose a cualquiera de las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI) en el país.

De las personas naturales que efectúan alguna actividad económica es necesario que se inscriba en el RUC; y emita o entregue comprobantes de venta previamente autorizados por el SRI por cada una de las transacciones emitidas y presentar una declaración de impuestos según la actividad económica.

De ser el caso, se obligan a llevar contabilidad, bajo el compromiso y con la firma de un contador público legítimamente autorizado e inscrito en el respectivo documento RUC, por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Las personas que no cumplan con los requisitos anteriores, además de los profesionales, artesanos, comisionistas, y demás trabajadores autónomos, lo que no presentan un título profesional y no cumplen el perfil de empresarios, no estarán obligados a llevar contabilidad, pero, deberán llevar un control y registro de sus ingresos y egresos.

#### **RUC para personas naturales:**

- Original y copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Certificado de votación.
- Copia del pasaporte para extranjeros
- Planilla de servicio básicos cualquiera que sea de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.
- Pago del impuesto predial
- En caso de arrendar, presentar el contrato de arrendamiento (SRI.gob, 2021)

## **Municipio.**

LUAE. Licencia Única para Actividades Económicas. (Municipio Ordenanza No. 0308).

La LUAE, esta licencia es el único documento indispensable que permite el libre ejercicio de cualquier actividad económica en la ciudad de Guayaquil. El cual consta en su régimen administrativo con la Ordenanza Metropolitana Nro. 308.

Requisitos para la debida autorización administrativas:

- Informe de uso de Suelo (ICUS).
- Permiso Sanitario.
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos.
- Identificación de la actividad económica).
- Permiso Ambiental.
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía.
- Este proceso se realiza a través de la página web o con el formulario impreso y firmado.

Requisitos para su primera emisión:

- Formulario de Solicitud de Licencia.
- Copia de RUC / RISE actualizado.
- Copia de Cédula o pasaporte y papeleta de votación.
- Compatibilidad de Uso de Suelo.
- Certificado Ambiental.

### **2.3.6 Plan Nacional Toda Una Vida (2017-2021)**

#### **Objetivo 1**

Es el objetivo del plan dar garantías de una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.

Además de promover la equidad, la inclusión y erradicación de la pobreza en todas sus formas y en todo el territorio nacional, a fin de dar garantías de justicia económica, social y territorial.

#### **Objetivo 5:**

Promover la productividad y competitividad para el desarrollo económico sostenible de modo redistributiva y responsable.

Un punto importante en este ámbito es la generación de trabajo y empleo, donde se propone, expone y plantea la dinamización del mercado laboral, por medio de tipologías de contratos para los sectores que poseen una demanda y dinámica específica.

De la misma forma se proponen estímulos para la elaboración, fabricación, desde el inicio como es el crédito para la generación de nuevos emprendimientos; así como el posicionamiento de sectores como el turismo y el gastronómico, un énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios; hasta la promoción y divulgación de mecanismos de comercio a nivel nacional e internacional.

### **Políticas**

Suscitar a la investigación, la capacitación, la formación, la transferencia tecnológica, el desarrollo y el emprendimiento, con la innovación y la protección de la propiedad intelectual, donde se impulsen cambios de la matriz productiva por medio de la vinculación entre el sector público, productivo y las universidades. (CEPAL.ORG, 2017)

#### **2.3.7 Código de la producción, comercio e inversiones**

- Art. 2.- De la actividad productiva. - Se estima como actividad productiva a la causa que promueve la actividad humana donde se transforma insumos en bienes y servicios de naturaleza lícita, necesaria y sustentable, donde se incluyen actividades que generan valor comercial y agregado.
- Art. 11.- Sistema de Innovación, capacitación y emprendimiento. - El consejo de la producción, Año a año diseñar un plan de formación técnica, que se utilizara como un insumo vinculante para la priorización y planificación del sistema de capacitación, innovación, y emprendimiento, en empleo de la agenda de metamorfosis productiva y de la técnica nacional de desarrollo.

### **Del capítulo I**

#### **De las PYMES: Fomento y desarrollo**

- Art. 53.- de esta definición y clasificación tenemos que la microempresa, pequeña y mediana es toda persona natural o jurídica que, como un módulo productivo, practica una diligencia de producción, comercio y servicios, el que cumple con el

número de obreros y valor bruto de las ventas, señalados para cada clase, de conformidad con las clases que se fundarán en el estatuto de este código.

### **Título III**

#### **Sistema integral de innovación**

- Art. 11.- del sistema de innovación, emprendimiento y capacitación el consejo de la producción, año a año, diseñará una técnica de capacitación, que valdrá como insumo vinculante para la organización, proyección y priorización del sistema, en cargo de la agenda de innovación productiva y del plan nacional de desarrollo. (COPCI, 2018)

### **Capítulo II. Metodología**

El marco metodológico es considerado como el plan o estrategia en donde se establece con claridad los pasos y actividades para obtener la información necesaria sobre el objeto de estudio, por lo tanto, la metodología empleada en el presente proporciona información sobre los métodos, procedimientos y técnicas para llevar a cabo el desarrollo de la “Creación de una empresa procesadora y comercializadora de pulpa de fruta congelada en la ciudad de Durán”. En el mismo, se describen los procedimientos empleados para llevar a cabo los objetivos propuestos. (Mata, 2019)

#### **Enfoque**

En lo que corresponde al desarrollo del presente trabajo de investigación se empleó información de tipo cualitativa, así como también información:

#### **Enfoque Mixto:**

Se utilizará métodos cualitativos y cuantitativos, es decir, se realizarán cuestionarios, encuestas y entrevistas. Conservando todos los datos cuantitativos para considerar y verificar los resultados reales, y determinar las actitudes y comportamientos de los trabajadores que causan resultados que favorezcan al resultado del problema.

- **Cualitativa:**

Se analizará y evaluará la situación real del entorno, se abrirá el uso de la información a personas conocidas a través de entrevistas y cuestionarios en el

proceso de realización de actividades, observación de hechos y establecimiento de una teoría coherente para transmitir información, en este enfoque no se constatará hipótesis sino conforme se recolecten datos estadísticos.

- **Cuantitativa:**

El presente proyecto se realizará mediante encuestas con sus correspondientes tabulaciones estadísticas para conocer la proporción de los encuestados ya que tienen una demografía mínima en la Ciudad de Durán específicamente busca observar y determinar las cualidades de los ciudadanos empleando la recopilación de datos para comprobar una hipótesis en base a un estudio estadístico e implementar normas de comportamientos y certificar los resultados.

## **1.2 Tipos de Investigación**

La presente investigación es de tipo descriptiva y explicativa.

### **3.1.1 Descriptivo**

En cuanto a la investigación descriptiva, se utilizó para relatar las particularidades del objeto de estudio y así mismo la segmentación del mercado de consumo, y el respectivo diagnóstico para la “Creación de una empresa procesadora y comercializadora de pulpa de fruta congelada en la ciudad de Durán”.

### **3.1.2 Explicativa**

En esta investigación se encuentran las razones que han ocasionado la corrección del problema, en la ciudad de Duran no se encuentra una empresa completa que elabore y comercialice pulpas congeladas, todo esto hecho de manera industrial no tradicional.

## **Métodos de investigación**

En el presente se utilizaron los diferentes métodos de la investigación, el cual se funda en los modelos de procedimientos que se detallan a continuación;

- **Históricos-Lógicos:**

Mediante la utilización de este método se indago el origen o la historia de la evolución y de los indicios de la creación de las empresas, productoras y comercializadoras de pulpa y de tal manera relacionarlo con la problemática que tiene la ciudad de Duran al no contar con una empresa que brinde el servicio completo y cómo ha evolucionado en la actualidad la industria productora y según las fuentes encontradas se procedió a ordenar de manera cronológica.

- **Analítico- Sintético:**

En este método analítico sintético se aplicó un referente de análisis de conceptos en todo el desarrollo de la investigación que se enfoca en los cambios que se han venido revelando mediante bibliografías, sitios web, libros, artículos con definiciones de los últimos diez años con la finalidad de obtener opiniones y mejorar el marco teórico con más de 15 autores argumentando todo lo relacionado

**Inductivo- Deductivo:**

Se aplicó este método para compilar acontecimientos generales analizando cada una de las respuestas de los encuestados y entrevistados para poder establecer conclusiones, y poder llegar al punto justo relacionado con la problemática es decir identificar el problema y conocer la estructura de la empresa, verificando sus gustos y preferencias.

### **Método Empírico**

Dentro de los métodos empíricos se pueden emplear:

- **Entrevista.**

Se considera importante desarrollar entrevista a 3 personas para obtener información detalla y segura de los entrevistados serán el dueño del negocio, la competencia y clientes frecuentes. Es decir, tiene como objetivo recopilar datos y conocer todas las inquietudes que tienen los clientes y plantear soluciones.

### **Competencia**

1. ¿Quiénes son los socios actuales de su empresa?

2. ¿Cuál es su mayor competencia en este momento?
3. ¿Cómo piensa aumentar el nivel de confianza entre consumidor y productor después de la emergencia sanitaria Covid 19?
4. ¿Qué grado de experiencia tiene su equipo de trabajo para la manipulación de artefactos y alimento?
5. ¿Qué aspira su empresa en los próximos 5 años?

### **Dueño del negocio**

1. ¿Cómo nació la idea de un emprendimiento que se basa en la producción y comercialización de fruta?
2. ¿Cuál es el método de selección para contratar su personal?
3. ¿Por qué eligió elaborar su producto de manera industrial?
4. ¿Cuál es el objetivo de promocionar el empaque de su producto ecológico?
5. ¿Considera que el modelo de su negocio es rentable?

### **Cliente frecuente**

1. ¿Conoce usted la pulpa de fruta congelada?
2. ¿Compra usted pulpa de fruta congelada?
3. ¿Con que frecuencia compra usted pulpa frutas congelada?
4. ¿Dónde realiza las compras de las pulpas de fruta congelada?
5. ¿Si el producto ya estuviera disponible, lo compraría?

### **Fases de la entrevista**

La entrevista que se realizó está constituida de la siguiente manera:

- Preparación

- Inicio o apertura
- Central
- Final

**a. Preparación:**

Las preguntas fueron realizadas a 3 personas, la primera persona entrevistada fue la competencia con el objetivo de saber su manejo y organización y encontrar debilidades, la segunda persona fue el dueño de la empresa con la intención de saber la visión que tiene con el emprendimiento y el tercer entrevistado fue un cliente frecuente para poder tener un enfoque claro del manejo de los clientes dependiendo a sus gustos y condiciones

La entrevista está constituida por cinco preguntas para poder obtener más información del entrevistado y del microemprendimiento, por otra parte, la entrevista se dará a cabo en la ciudad de Durán.

**b. Inicio o apertura:**

Se realizó la entrevista a la competencia, dueño del negocio y a un cliente con el objetivo de ampliar la información con detalles de conocimiento y experiencia.

**c. Central:**

El lunes se realizó la entrevista a cada uno de los mencionados en diferentes horarios con una duración máxima de treinta minutos a la competencia se la realizó a las 13:00 hasta 13:30 pm, al dueño del negocio la entrevista duró 14:00 a 14:25pm y al cliente frecuente fue de 16:00 a 16:30pm.

**d. Final:**

Se obtuvo un resultado favorable al terminar las entrevistas, consiguiendo información verdadera de cada uno de los entrevistados esto certifica obtener un buen material para la creación de la empresa.

- **Encuesta.**

La encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que éstos son especialistas en todo. (López-Roldan, 2015)

Se realizaron encuestas para obtener datos importantes de la investigación, realizando diez preguntas a la población de la ciudad de Durán permitiendo recopilar información de las preferencias de los futuros clientes, brindando un servicio de calidad. (**Anexo #3**)

## **Tipos de muestreos**

### **a) Muestreo Aleatoria Simple**

El tipo de muestra seleccionada fue aleatoria simple seleccionando 50 personas

## **Universo**

Esta investigación se la realizó enfocándose en los habitantes de la ciudad de Durán que cuenta con un total de 235,769 según datos reflejados en el INEC (Instituto Nacional de estadísticas y censo), siendo un total de 119,368 mujeres y 116,401 hombres y específicamente en la Parroquia Eloy para realizar las encuestas.

Tamaño de muestra: 50 consumidores

## **Análisis de los datos obtenidos en la entrevista**

### **Entrevista N°1**

#### **Competencia Fruta Fresca S.A**

El Ing. José Guerra, indicó que la empresa es familiar, constituida por 3 hermanos.

Resaltó, después de la emergencia sanitaria Covid19, se tomaron medidas de prevención para cuidar y proteger a nuestros clientes, las medidas sanitarias y de salubridad desde que se inició la empresa eran parte de la normativa, igualmente para nuestros trabajadores.

Nuestro equipo de trabajo tiene un gran periodo con nosotros, a todos nuestros trabajadores se les da capacitación de seguridad, salud y bienestar, igualmente como normativa de la empresa y de regulación del estado.

Mencionó, anhelo exportar nuestros productos a nivel internacional, específicamente nuestro enfoque en estos momentos es Europa y Estados Unidos, ya que Ecuador mantiene convenio con la Unión Europea, se ha observado que el impacto de los productos naturales que exporta Ecuador ya que poseemos ventajas arancelarias.

## **Entrevista N°2**

### **Socio de empresa de Pulpa de fruta Ecu Fruta**

A la pregunta de cómo nació la idea de un emprendimiento en la producción y comercialización de fruta, el emprendedor indicó que inició por una necesidad económica

Por otro lado, el entrevistado respondió que el método de selección para contratar su personal es a través de entrevistas virtuales vía zoom, luego de pasar el primer filtro se los llama a la empresa para un examen de verificación de experiencia.

Se eligió elaborar su producto de manera industrial, ya que es la manera más segura de manejar un producto de consumo y para tener una mayor cantidad de producción

El objetivo de promocionar el empaque de nuestro producto ecológico es seguir con la cadena natural, nuestros empaques son fundas biodegradables, se descomponen entre 3 a 4 años, en cambio las fundas de polietileno tardan en degradarse más de 400 años según estudios.

## **Entrevista N°3**

### **Futuro Cliente**

Cecilia Pérez reside en la ciudad de Durán, indicó que consume productos del centro comercial, pero por su alto valor estaría dispuesta a comprar la nueva pulpa de fruta que será distribuida por la fábrica Ecu Pulpa. Califica como positivo la idea del empaque que sea biodegradable.

Se realizó la encuesta a la muestra seleccionada, en conjuntos residencial, entradas de supermercado, del cual se le dio a conocer el presente plan de negocio. El análisis de la información se realizó mediante la aplicación del programa estadístico SPSS 25, donde permitió evaluar y conocer el mercado meta.

## Análisis de los resultados

### 1.- ¿Conoce usted la pulpa de fruta congelada?

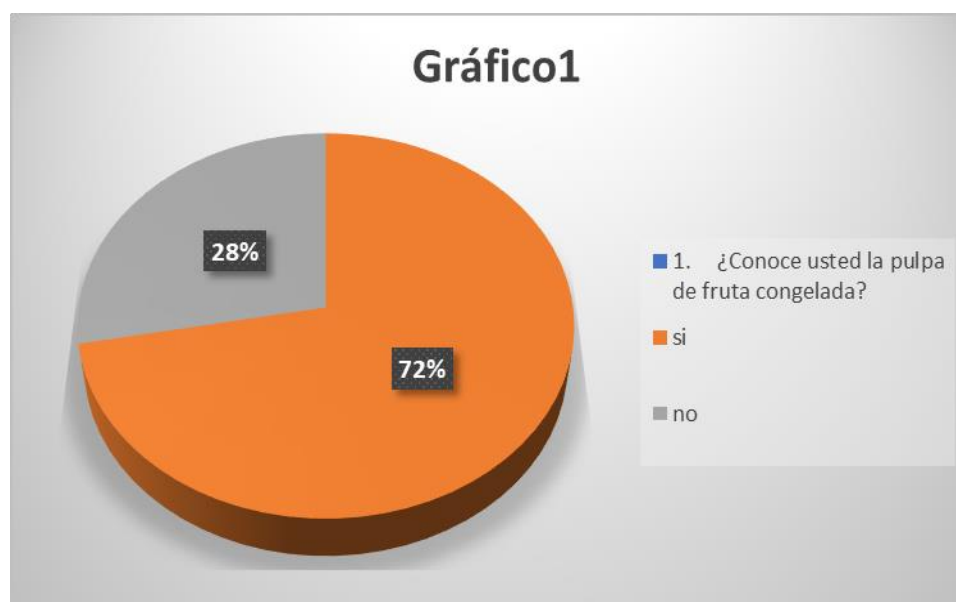
Tabla N°1

#### Conoce la pulpa de fruta congelada

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
si	36	72%
no	14	28%
Total	50	100%

Gráfico n°1

#### Conoce la pulpa de fruta congelada



## Análisis de resultados

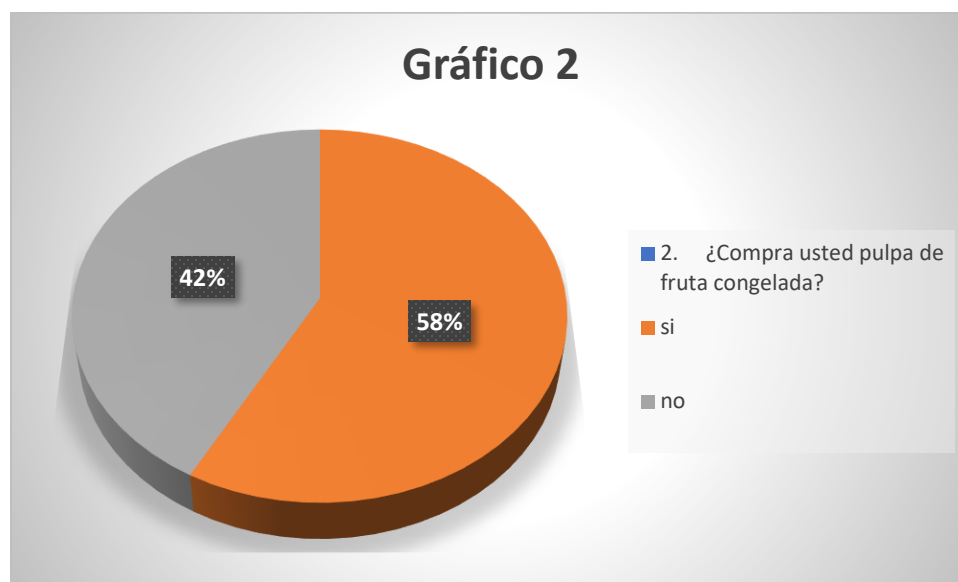
La encuesta realizada a cincuenta futuros clientes demostró que 36 de los encuestados que equivale al 72% conocía sobre el producto y el 14 restante indico desconocer de la existencia de este que equivale al 28%.

## 2.- ¿Compra usted pulpa de fruta congelada?

**Tabla N°2**  
**Compra pulpa de fruta congelada**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
si	29	58%
no	21	42%
TOTAL	50	100%

**Gráfico n°2**  
**Compra pulpa de fruta congelada**



### **Análisis de resultados**

En el análisis de la pregunta número dos podemos notar que los encuestados indicaron que 29 de los encuestados que equivale al 58% compran pulpa de fruta y el 21 restante que equivale al 42% indico que no compran el producto.

### 3.- ¿Con qué frecuencia compra usted pulpa de frutas congelada?

Tabla N°3

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 vez por semana	10	35%
1 vez por mes	12	41%
No compro pulpa congelada	7	24%
TOTAL	29	100%

Gráfico n°3



#### Análisis de resultados

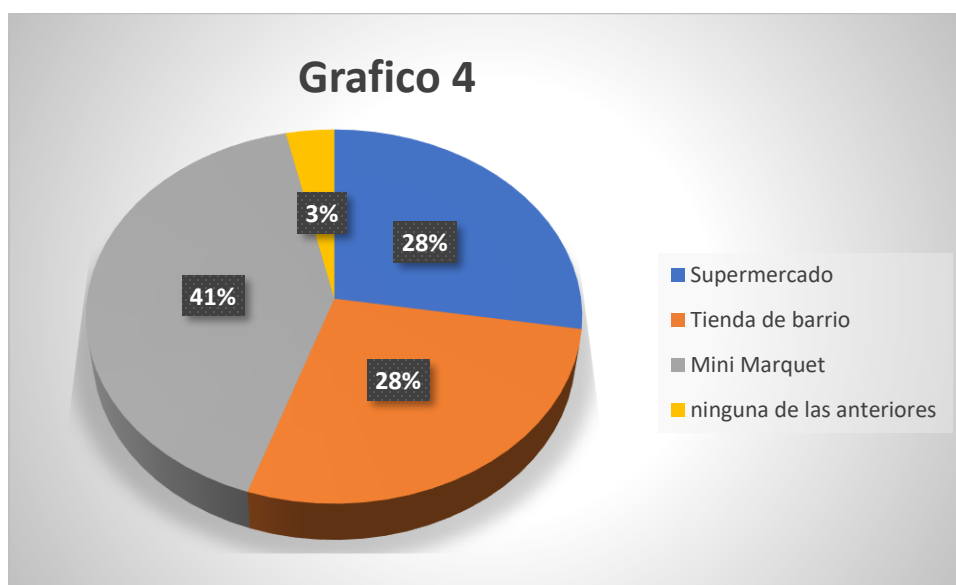
El 76% por ciento que equivale a 22 de los encuestados indicó que realizan compra de pulpa congelada eso quiere decir que realizan sus compras una vez por semana o una vez por mes en cambio el 24% que representa a 7 personas indica que no compran el producto. Es un futuro mercado a explorar

#### 4.- ¿Dónde realiza la compra de la pulpa de fruta congelada?

Tabla N°4

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	8	28%
Tienda de barrio	8	28%
Mini Marquet	12	41%
ninguna de las anteriores	1	3%
TOTAL	29	100%

Gráfico n°4



#### Análisis de resultados

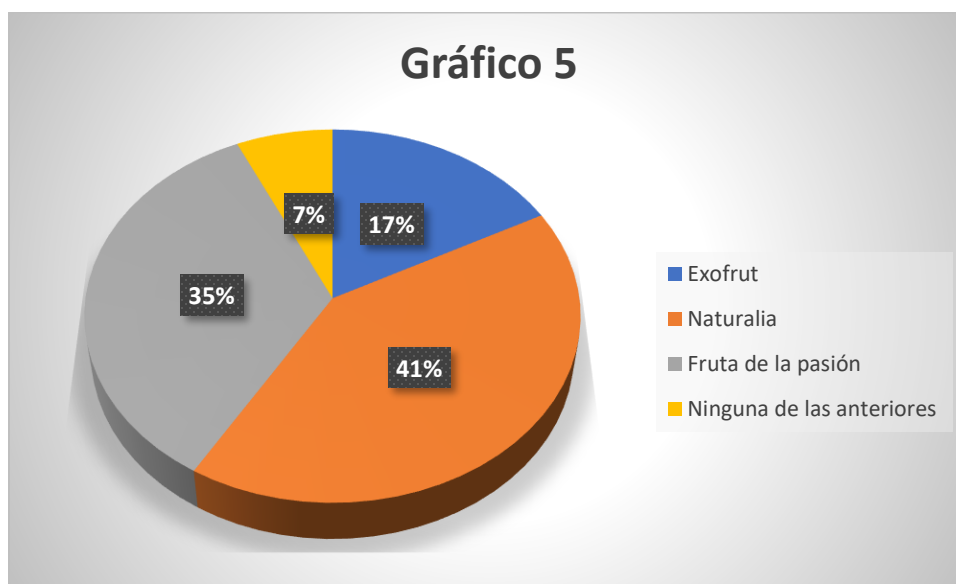
En el gráfico número cuatro da como resultado que el 97% de los encuestados que representan a 28 personas realizan sus compras en el supermercado, minimarket y tiendas de barrio siendo y el 3% marco que ninguna de las anteriores que representa a 1 persona encuestada es la que no realizan compra del producto en ninguno de los establecimientos mencionados.

## 5.- ¿Qué marca de pulpa de fruta usted consume?

**Tabla N°5**  
**Marca de pulpa de fruta**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Exofrut	5	17%
Naturalia	12	41%
Fruta de la pasión	10	35%
Ninguna de las anteriores	2	7%
Total	29	100%

**Gráfico n°5**



### **Análisis de resultados**

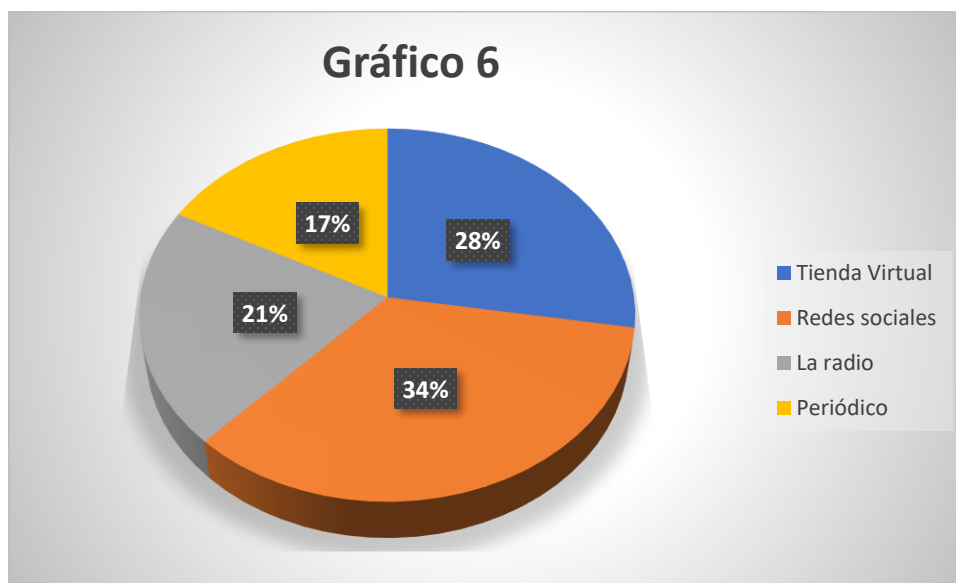
En la pregunta cinco planteada en la encuesta se demostró que el 17% consume el producto Exofrut eso equivale a 7 personas encuestadas y el 41% compra Naturalia y el 35% Fruta de la pasión, en total 10 personas encuestadas indicaron que compran en estas empresas reconocidas y el 7% restante en ninguna de las anteriores, cual indica que pueden ser futuros clientes.

## 6.- ¿Por qué medio le gustaría recibir información de las pulpas de fruta?

Tabla N°6

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tienda Virtual	8	28%
Redes sociales	10	34%
La radio	6	21%
Periódico	5	17%
Total	29	100%

Gráfico n°6



### Análisis de resultados

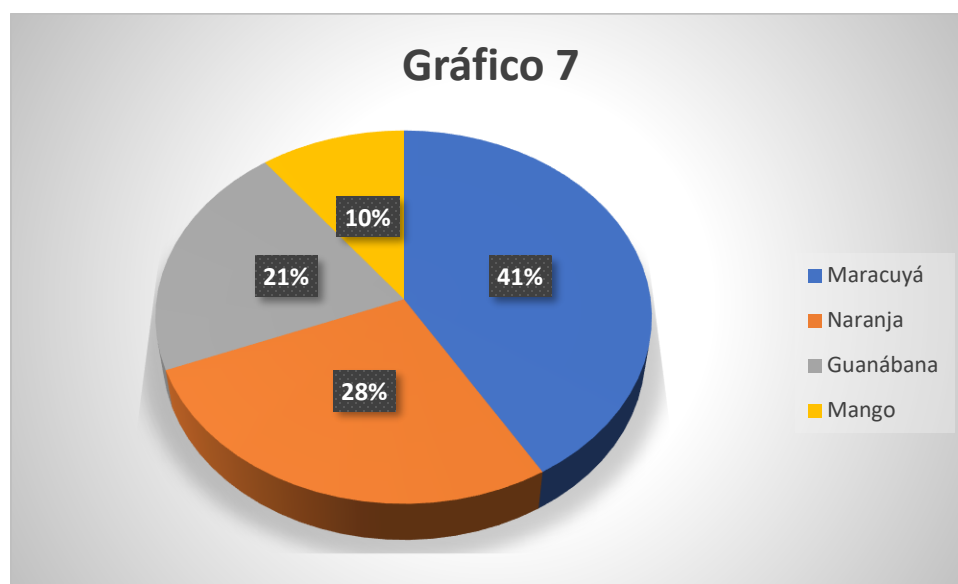
El 28% indicó que prefieren visitar la tienda virtual y el 34% la publicidad por redes sociales y solo el 21% que equivale a 6 personas eligieron medios de comunicación como la radio y el 17% por periódicos.

**7.- ¿De las siguientes opciones cuál es la fruta de su mayor agrado?**

**Tabla N°7**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Maracuyá	12	41%
Naranja	8	28%
Guanábana	6	21%
Mango	3	10%
Total	29	100%

**Gráfico n°7**



**Análisis de resultados**

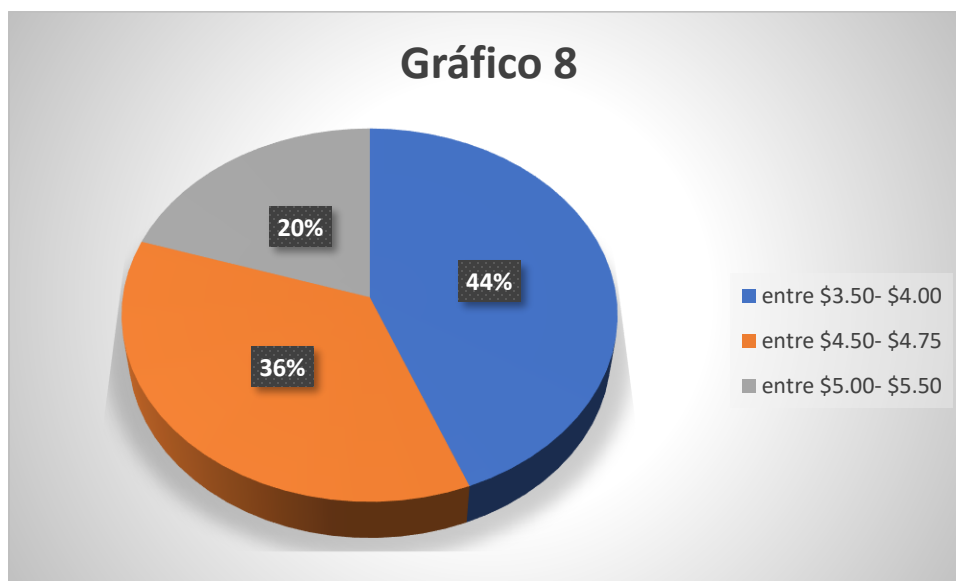
La mayoría de los encuestados eligió sabor preferencial al maracuyá con un 41% siguiéndolo con un 28% naranja y un 21% la opción de guanábana siendo los más elegidos. El sabor menos favorable fue mango con un 10% que equivale a 3 personas encuestadas.

## 8.- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un 1kg (1000 gr) de pulpa de fruta?

Tabla N.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$3.50- \$4.00	15	52%
entre \$4.50- \$4.75	8	27%
entre \$5.00- \$5.50	6	21%
Total	29	100%

Gráfico n°8



### Análisis de resultados

El 52% de los encuestados que equivalen a 15 personas eligieron el valor más bajo de la encuesta, luego con un 27% que son 8 personas optaron por pagar un poco más del económico y el resultado más bajo con 21% que equivale a 6 personas eligieron el valor más alto.

## **Análisis de los resultados de la encuesta**

Mediante esta encuesta que se realizó a los ciudadanos residentes de la ciudad de Duran se pudo obtener resultados positivos, donde se obtuvo información de preferencia en el gusto de la pulpa de fruta y se estimó que valor estarían dispuesto a pagar por un porcentaje de pulpa, así mismo se verificó algo fundamental que existe una gran parte de personas que no tienen conocimiento de alguna marca en especifica que venda el producto siendo esto positivo para el negocio ya que es una oportunidad para lograr ser conocidos en el sector como nuevos.

Por ese motivo la empresa será acogida como un nuevo emprendimiento con buenas bases y teniendo una acogida muy rentable para que crezca de manera productiva con resultados favorables, cumpliendo los objetivos planteados.

### **1.4.1 Método Estadístico**

#### **Tabulación**

Al utilizar el método estadístico se recopiló la información de 50 habitantes de Durán, se estableció mediante las tablas estadísticas en forma metódica un conjunto de datos numéricos.

#### **Representación Gráfica**

Se utilizaron estas representaciones para tabular las encuestas realizadas a los ciudadanos de Duran, los resultados de la encuesta y la recopilación de datos en las tablas de tabulación.

#### **Estadística Descriptiva**

Lo que pretende recolectar es el estudio utilizando las herramientas de tablas dinámicas y gráficos para dar como resultados la conclusión mediante las encuestas realizadas a los ciudadanos de la ciudad de Duran.

## **CAPÍTULO III**

### **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

#### **4.1 Análisis PEST**

##### **4.1.1 Factor político Ecuador.**

La situación política del Ecuador en este momento está sufriendo cambios, en contexto general, en poco más de un año de Gobierno del presidente Lenin Moreno ha venido consolidando un proceso de transformación política. Por otro lado, el Ministerio de Producción tiene un presupuesto de \$ 12 millones para invertir en innovadores proyectos de negocios en el país, para que los emprendedores ecuatorianos desarrollen actividades comerciales de forma sostenibles en el tiempo. No obstante, en el año 2019 proporcionaron apoyo a más 4.500 emprendimientos. (Muñoz V & García L, 2019)

La particularidad primordial es que su tasa de mortalidad es rescindida, sobre todo cuando la tasa de mortalidad de los negocios nuevos en el país encierra el 60%, a pesar de que la actividad emprendedora es una de las más altas del país. (Del Alcázar Ponce, 2019)

En conclusión, este factor es una oportunidad, debido a que las políticas legales del Ecuador favorecen a los tres ejes principales del país, debido a que tributariamente apoyan proyectos que se involucren en educación, salud y recreación. Además, que favorecen la inclusión de proyectos de recreación, sustentado en la Constitución del Ecuador, el Plan Nacional Toda una Vida y Ley de Fomento Productivo.

#### **4.1.2 Factores Económicos.**

En el presente se ejecutará el análisis de la evolución economía del Ecuador en función de las variables que han tenido mayor influencia en el sistema económico del Ecuador; Inflación, tasas de interés y riesgo país.

Para tal efecto, es importante mencionar en derivación, la emergencia sanitaria por el COVID-19, los resultados son computados sobre una base del 62% de boletines de producción concluyentemente levantadas a partir las asociaciones informantes; para los boletines de producción que no alcanzaron a ser recogidos a partir del 16 de marzo de 2020, se esgrimió el proceso de imputación determinado en este prototipo de indicadores, según las buenas prácticas estadísticas internacionales.

Según el INEC, Para el mes de febrero del 2020, el Índice de Producción de la Industria Manufacturera se situó en 96,14, la diferenciación mensual fue de -0,80%, cotejado con el mes de enero que fue de -4,41%, mientras que en el año 2019 mes de febrero se situó en -0,71% (INEC, 2020)

- **Producto Interno Bruto (PIB)**

Según el Banco central del Ecuador en su informe trimestral del año 2020, el Producto Interno Bruto (PIB) ecuatoriano presentó un incremento interanual de 0,6%, totalizando 107.436 millones de dólares constantes.

Este crecimiento interanual presentado en el primer trimestre de 2020 en comparación al período de 2019 fue igual de 0,6% del PIB, se ve interpretado por el incremento en el dinamismo de las exportaciones (3,5%), además del crecimiento del gasto de consumo final de los hogares (1,0%); y, aumento del gasto de consumo final del gobierno general (0,3%).

Cabe puntar que las transacciones de bienes y servicios estuvieron mayores en 0,7% a las inscriptas en el primer trimestre de 2018 (Banco Central del Ecuador, 2019). Según el fondo monetario el Producto

Interno Bruto (PIB) real de Ecuador 2017 se ubica en 2,4 con proyecciones 0,69 para el 2020. (BCE, 2018)

- **Riesgo País**

Tal como el nombre lo revela el riesgo país es la tasa suplementaria de interés que corresponde pagar cada nación para financiar en el mercado internacional. Para el mes de marzo del 2020 el riesgo país se ubicó en 4753, no obstante, lo que va del mes de abril se encuentra en 4,715 es un índice alto (Banco Central del Ecuador, 2020), dicho aumento del Riesgo País se provee cuando la administración gubernamental busca salidas a un nuevo acontecimiento de crisis fiscal, producto de la caída del precio del petróleo, el cual se localiza en niveles del 50% de lo computado en el presupuesto para el año 2020.

Al mismo tiempo, el desequilibrio político perturba a los intereses económicos de las organizaciones nuevas y las existentes en el mercado, las derivaciones de los cambios habituales o la inexactitud de persistencia política actual. (BCE, 2020)

- **Inflación**

Según el INEC en sus datos presentados en el año 2019, en octubre, el Índice de Precios al Consumidor se colocó en 105,45. Con esto, el engreimiento mensual es de 0,23%, cotejado con el mes anterior que fue de -0,01%, mientras que en enero de 2019 se situó en 0,47%. Por otra parte, la inflación anual en octubre se presentó de 0,50%, en el mes anterior fue de -0,07% y la de octubre de 2018 se ubicó en 0,33%. (BCE, 2020)

- **Empleo por rama de actividad**

Según datos del INEC, de marzo del 2018 a enero 2019 se ha presentado un aumento del empleo en varias de las 138 ramas de actividad, siendo una de ellas, la de otros servicios, en las que se incluyen las actividades de artes, entretenimiento, y recreación, que presenta una variación positiva del 0.01%, siendo de 3.9% en este periodo. (INEC, 2019). Por tanto, se considera un beneficio debido a la presencia de mayor empleo

en el sector, lo que garantiza la existencia de creación de nuevos emprendimientos en esta rama de actividad. (INEC, 2020)

- **Índice de precios al consumidor**

Este Índice es un indicador económico que presenta y cuenta el avance del nivel de los precios determinados por los productos ya sea bienes o servicios de consumo, requeridos por los hogares en un período determinado.

El año 2013 se observa que la inflación anual se ubica en 2,70 % y tiene una tendencia decreciente hasta llegar al 1,12% en el año 2016; en a finales del 2019 se ubica en -0,54% por lo tanto la inflación es decreciente desde el año 2013 al 2019; pero en un país dolarizado estos niveles de inflación son todavía altos, por consiguiente, se identificó la siguiente oportunidad (BCE, 2020)

- **Tasas de interés**

De marzo a junio del 2019, las tasas de interés activas mantienen variaciones mínimas, siendo para el mes de marzo del 2020 de 4,64 al año la tasa activa referencial para créditos productivos (Banco Central del Ecuador, 2020). La predisposición de las tasas de utilidad durante el primer semestre del año 2017 la directriz de las tasas de utilidad activas asumió una propensión decadente, en el segundo semestre del mismo año la tendencia se manifestó en un leve decrecimiento, condición que origino una tendencia leve decreciente en todo el año. (BCE, 2020)

- **Confianza Empresarial**

Índice de Confianza Empresarial (ICE) Global registró 1,465.3 puntos en enero de 2020, lo que significó una depreciación de 9.5 puntos en relación con el año anterior (Banco Central del Ecuador, 2020). “Esta variación se explica por la evolución positiva de los ICE de la industria, el comercio y los servicios; mientras que el ICE de la construcción presentó un comportamiento negativo” (Banco Central del Ecuador, 2020). Asimismo, se observa que el ciclo de la serie del ICE Global se

ubicó 2,8 % sobre la línea de tendencia de crecimiento de largo plazo, mostrando expansión en el agregado de los sectores económicos. (BCE, 2020)

#### **4.1.3 Factores Sociales.**

El objeto de estudio está constituido por la demografía del Cantón Durán, según el último Censo, se compone del 5,4 % del total de la Provincia del Guayas; según este mismo censo se ha desarrollado una consonancia del 6,7 % promedio anual. Del total de la población, el 2,3 % de su población ocupa en el Área Rural; de donde se define por ser una población en edad joven, debido a que el 40,5 % son menores de 20 años, datos publicados en el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos. (INEC, 2020)

#### **4.1.4 Factores Tecnológicos.**

Respecto al uso de los medios de comunicación, según indica el INEC (2019), el 40,4% de los ecuatorianos de entre 15 a 70 años se conectan a internet, siendo la publicación que se emite en estos medios un factor condicionante de la decisión de compra, teniendo actualmente los medios de comunicación digital la posibilidad de destruir o crear una marca.

Según datos de Hootsuite (2017) en el Ecuador el 87% de la población tiene un teléfono móvil, el 79% tiene acceso a internet, el 71% usa activamente las redes sociales y el 65% hace uso de las redes sociales a través de su teléfono móvil, siendo los sitios web más visitados en el Ecuador:

- 1) Google.com,
- 2) Youtube.com,
- 3) ElComercio.com,
- 4) Facebook.com y
- 5) Google.com.ec.

Respecto a las redes sociales, 12 millones de ecuatorianos miran publicidad en Facebook, 3.9 millones en Instagram, 790 mil en Twitter, 1,1 millones en

Snapchat y 2.2 millones en LinkedIn. Respecto al comercio en línea (e-commerce), el 51% tiene una cuenta en una institución financiera (banca móvil), el 2,9% tiene billetera móvil, y el 9,7% realiza compras en línea.

En el caso de las empresas, la aplicación de la tecnología se da a través de la oferta del servicio de WIFI gratuito dentro del establecimiento, puesto que para el consumidor actual este servicio es tan básico como el agua. Además, para los clientes también es importante se les brinde la posibilidad de pagar con su tarjeta de crédito y debido, y por transferencias desde el celular.

De igual manera, los expertos enfatizan en el uso de las redes sociales como portales para la presentación (Veintimilla, 2018). Por lo expuesto anteriormente, este factor es considerado una conformidad para el sector en análisis, debido a que permite la difusión de los productos ofertados, así como la posibilidad de mantener una comunicación personalizada con los clientes.

## **4.2 Análisis Foda**

Análisis DOFA para la implementación de una empresa procesadora y comercializadora de pulpa de fruta congelada en la ciudad de Durán

*Tabla 1 Análisis FODA*



- F1. Existencia de un marco legal específico para la creación y apoyo de empresas relacionadas con el emprendimiento.
- F2. Diversidad agroclimática, que proporciona la facilidad de cultivo para las actividades suministradas por la empresa.
- F3. Las empresas de agro se mantienen por sí mismas, lo que crea poca dependencia de ayuda oficial del Estado.
- F4. Altos niveles de competitividad para algunos rubros en los mercados nacionales.
- F5. Capacidad para desarrollar nuevos rubros agrícolas.
- F6. Conserva de riquezas naturales, culturales y características geográficas.
- F7. Existencia de información relacionada con los beneficios de las frutas
- F9. Incentivos por parte del gobierno para la creación de empresas nuevas de emprendimiento a través de financiamientos.
- F10. Disponibilidad de capital humano con cultura de trabajo.
- F11. Amplia variedad de oferta y Calidad de frutas.
- F12. Organización de festividades.
- F13. Productos 100% natural.



OPORTUNIDADES

- O1. El fortalecimiento de la integración económica, la apertura comercial y los procesos de globalización.
- O2. El uso de nuevas tecnologías, que permitirán una reducción de costos en la promoción de las actividades de la región.
- O3. Posibilidad de obtener financiamiento para programas específicos de emprendimiento.
- O4. Interés de las instituciones públicas y privadas en desarrollo en el sector agrícola.
- O5. Poca competencia en el ámbito de empresas procesadora de pulpa con un concepto bien implementado en el cantón.
- O6. Buena ubicación geográfica con respecto al cultivo de diversas frutas incluso exótica.
- O7. Entrada a nuevos mercados.
- O8. Aumento de cuidado de la salud, por lo tanto, acentuación del



DEBILIDADES

- D1. Ausencia de un plan agrícola en el cantón.
- D2. Falta de integración entre el sector agrícola.
- D3. Falta de distribución en algunas áreas con potencial agrícola.
- D4. Ineficiente sistema de comercialización e información de precios.
- D5. Excesiva concentración de la producción en pocos rubros.
- D6. Poco alcance de distribución



AMENAZAS

- A1. Plagas y enfermedades que podrían afectar los cultivos.
- A2. Tendencia a disminuir el apoyo oficial nacional y regional para el sector.
- A3. Inseguridad, delincuencia común
- A4. Productos tradicionales similares
- A5. Nuevas empresas entran en el mercado

### **4.3 Propuesta de Valor**

La ventaja competitiva del proyecto se basa en brindar al cliente un producto de primer nivel en la ciudad de Durán en el cual cada cliente tenga la experiencia única de disfrutar de un producto de calidad aprovechable, práctica que su preparación sea fácil y rápida y de costo accesible en un lugar exclusivo de compras y preferencias, adicionalmente con productos complementarios a que ayudaran que esta experiencia cree un valor especial y diferenciado y sea extraordinaria.

La propuesta de valor seleccionada es de más por menos, de brindar un mayor servicio a un menor precio, puesto que el tipo de negocio es producto de consumo masivo, dentro de los parámetros del hogar y alimentos, productos desechables con material compostable.

Y encontramos un fin en crear valor y experiencias en los clientes de la población de Durán y proponer gusto hacia los entes adquisitivos de compra con precios asequibles y de buen agrado.

### **Modelo Canvas**

Se detalla a continuación la propuesta de valor del plan de negocios a través de la matriz CANVAS, en donde se observará los principales beneficios de las fuerzas del mercado, industria y tendencias relevantes para la compañía.

Después de realizar el modelo Canvas, la propuesta está dirigida mediante una estrategia de “más por más”, es decir, el cliente podrá tener una experiencia de compra única y diferente dentro las de las variedades de sabores con productos de calidad, elaborados con 100% fruta natural.

(Carazo Alcalde, 2017)

Tabla 2 Modelo Canvas

<b>ASOCIADOS CLAVE -</b> Proveedores, Organismos de control, Distribuidores al menor y por mayor	<b>ACTIVIDADES CLAVE -</b> Selección de proveedores - Estrategias de comercialización - Logística - Servicio al cliente	<b>PROPUESTA DE VALOR -</b> Innovador y proveer productos con una calidad de 100% natural en la Ciudad de Durán y sus adyacencias con enfoque para exportar en el futuro	<b>RELACIÓN CON LOS CLIENTES -</b> Medios de comunicación masivos	<b>SEGMENTO DE CLIENTES -</b> Hombres y mujer de cualquier edad, nivel socioeconómico A, B, C. Personas para consumo particular, restaurante, Tiendas, supermercados, mercados
	<b>RECURSOS CLAVE -</b> Maquinaria - Mano de obra - Canales de comunicación		<b>CANALES -</b> Tienda temática	
<b>ESTRUCTURA DE COSTOS -</b> Costos de Venta - Gastos en salarios - Gastos generales			<b>FUENTE DE INGRESOS -</b> Financiamiento interno - Financiamiento Externo	

Tabla 3 Análisis FODA

<b>Potenciar las fortalezas</b>	<b>Corregir las debilidades</b>
<p>F8. F11.O5. O6. O7. Realizar programas de producción de acuerdo con las necesidades del mercado para garantizar la calidad y satisfacción de los clientes.</p> <p>F4. F5. O1. O2. O6. O7. Realizar publicidad para promocionar el producto resaltando la calidad y precio.</p> <p>F2. F3. O3. Brindar opciones de precios sean más accesibles que la competencia</p>	<p>D1. D2. O2. O6. O7. Realizar continuas publicaciones sobre promociones que posicionen a la empresa y sus productos.</p> <p>D2. O4 O5. O6. O7. Realizar publicidad para informar a la comunidad las diferencias y atributos del producto.</p> <p>D3. O3. Utilizar financiamiento de las entidades que promueven el emprendimiento.</p>
<b>Aprovechar todas las oportunidades</b>	<b>Afrontar las amenazas</b>
<p>A3. F10. Ofrecer entregas a domicilio.</p> <p>A1. F10. Invertir en máquinas de saneamiento para preservar productos.</p>	<p>D6. A2. Invertir en proyectos de cultivo de frutas</p> <p>D1. D2. D4. A4. Ofrecer precios y promociones atractivas para el mercado potencial de tal forma que se vean incentivados a acudir a la empresa.</p> <p>D2. D6. A4. A5. Realizar alianzas estratégicas con transporte para mayor distribución</p>

Elaborado por: Brigitte Vaca

#### **4.4 Desarrollo de la propuesta**

La presente propuesta corresponde a la creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa de fruta congelada en la ciudad de Durán. Cabe destacar, que en su contenido se describen los pasos para concretar la propuesta, así como los recursos que se requieren para su efectivo cumplimiento. A tal efecto, la propuesta contiene las razones y condiciones que se traducen en sustento para su futura implementación.

##### **4.4.1 Título de la Propuesta**

Creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa congelada de frutas en la ciudad Durán.

##### **4.4.2 Objetivo de la Propuesta**

Establecer la Creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa congelada de frutas en la ciudad Durán

##### **4.4.3 Descripción de la Propuesta**

La microempresa estará dedicada a la comercialización y la producción de pulpa de fruta congelada en la ciudad de Durán, a través de una marca nacional denominada “Ecu Pulp”; por lo que será una empresa dirigida al mercado ecuatoriano, en el que se utilizarán materiales e insumos de calidad y fundamentalmente fruta 100 %, con paquetes biodegradables detalladamente manufacturados, manteniendo el objetivo de satisfacer permanentemente los deseos, con un bajo precio accesible para la rentabilidad del negocio.

##### **4.4.4 Factibilidad de propuesta**

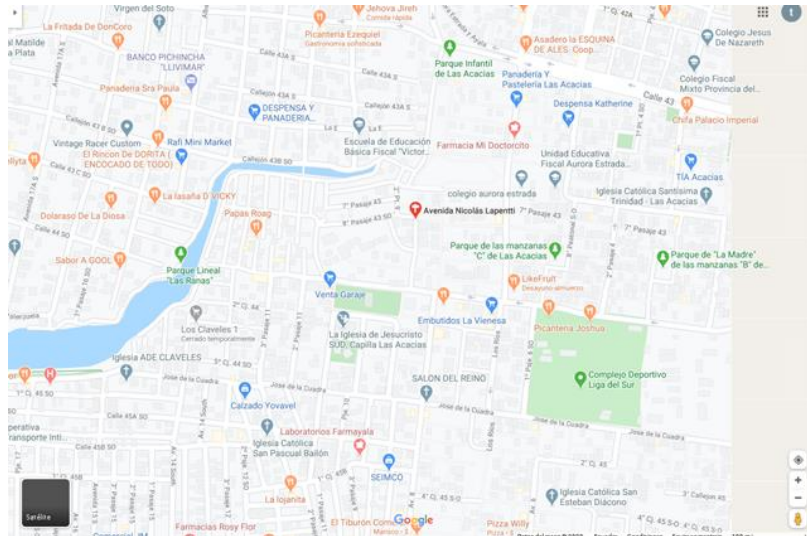
El objetivo de esta parte del trabajo de investigación es verificar la posibilidad técnica de operación del proyecto, establecer la localización y el tamaño óptimo factores de la planta, las instalaciones, los requerimientos de equipos, materia prima, insumos y servicios, la organización requerida para realizar la producción.

La presente surgió como una necesidad de la creciente valoración que la industria hace sobre la importancia de utilizar materia prima como la fruta 100% natural, como una forma de cuidado de la salud. El cual, existe un importante reto en el desarrollo de negocios sustentables, así como una importante oportunidad de posicionamiento de la marca comercial dentro de la actual tendencia de mercadeo “come sano”.

#### 4.4.5 Ubicación de la empresa

El almacén de acopio y de producción de la microempresa Ecuapulp C.A estará ubicada en la ciudad de Durán, Provincia del Guayas en el sector de las calles Nicolás Lapentti, ubicado en la urbanización la Martina.

*Ilustración 1 Mapa de ubicación. Adaptada de Google Mapa*



Elaborado por: Brigitte Vaca (2020)

#### 4.4.6 Filosofía corporativa de la empresa

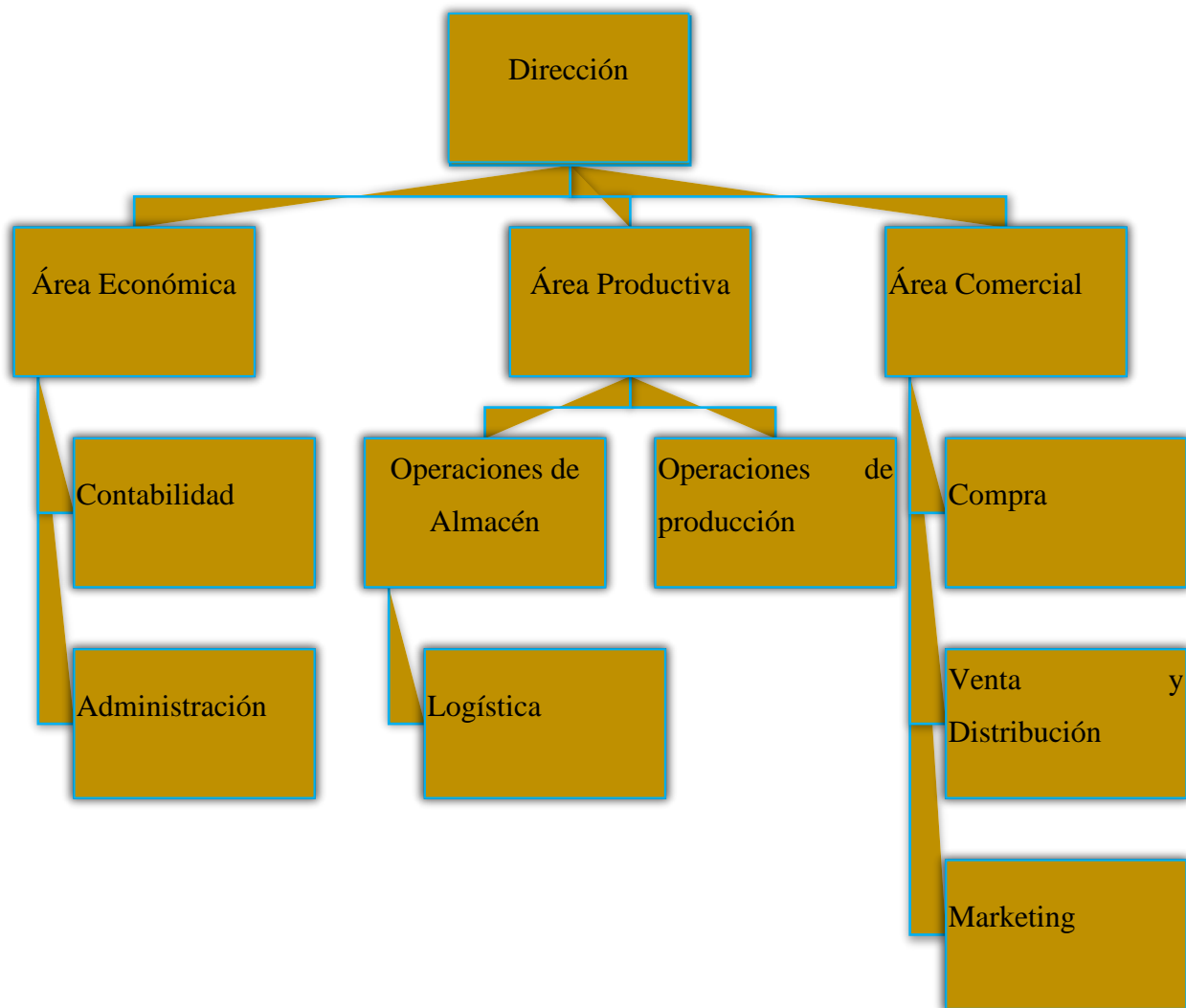
Misión y visión de la empresa

Misión: “Procesar, distribuir y comercializar productos de frutas y derivados elaborados con altos estándares de calidad y una constante innovación en sus procesos, manteniendo una excelente relación costo-beneficio, a fin de que sean de la preferencia del consumidor”.

Visión: “Convertirnos en una de las principales procesadoras y distribuidoras de pulpa frutas congeladas y sus derivados, que sean de la preferencia del consumidor, con excelente calidad y bajo costo, logrando un posicionamiento importante en el mercado del Cantón Durán de Ecuador en un plazo de tres años”.

## Estructura organizacional y requerimientos de personal

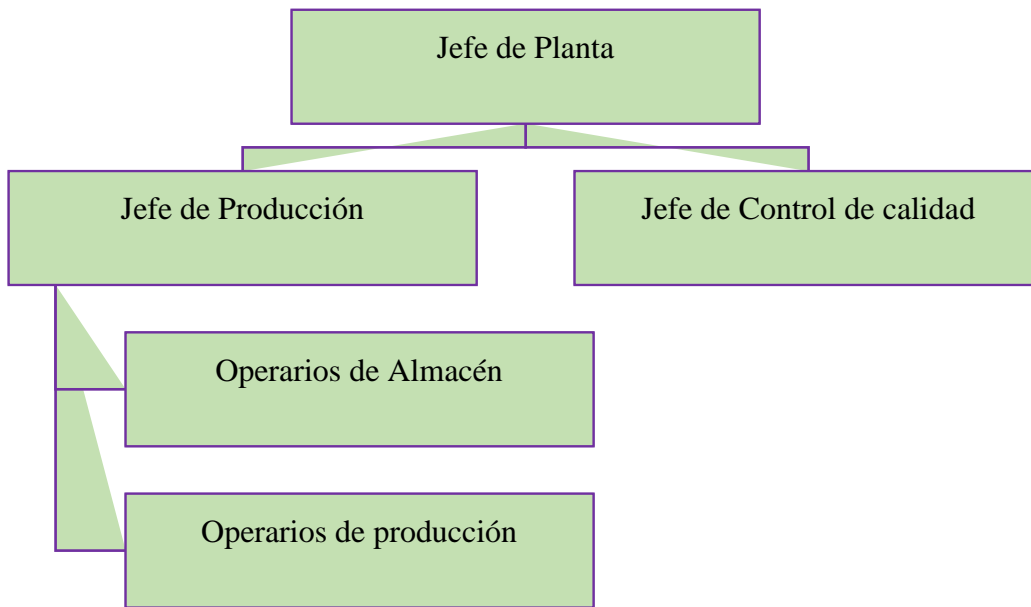
Ilustración 2 Organigrama estructural



Elaborado por: Brigitte Vaca (2020)

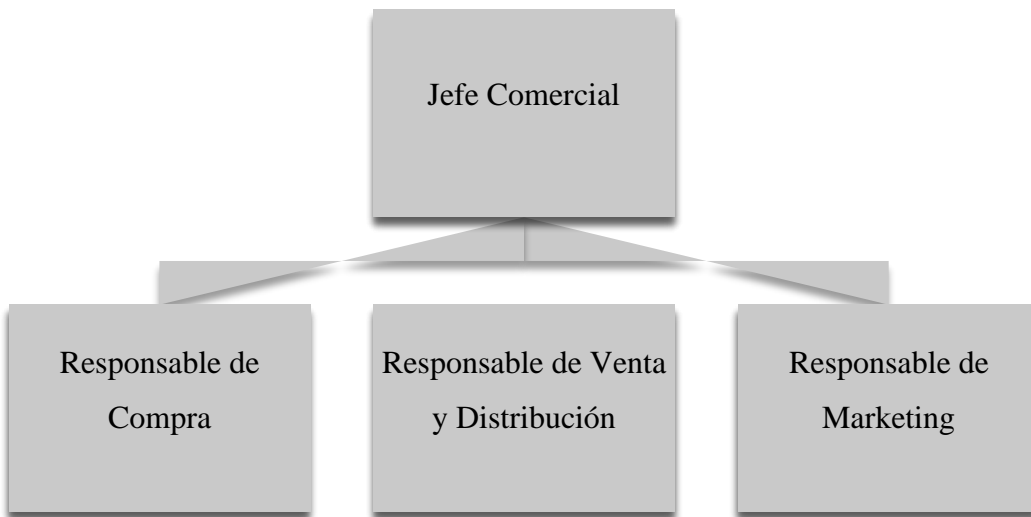
Del análisis de los requerimientos técnicos y administrativos para el funcionamiento de la empresa se establece la estructura funcional como forma organizativa de la empresa procesadora de pulpa de fruta congelada. El análisis de los requerimientos técnicos y administrativos para el funcionamiento de la empresa se establece la estructura funcional como forma organizativa de la empresa.

Ilustración 3 Estructura organizacional de producción



Elaborado por: Brigitte Vaca (2020)

*Ilustración 4 Estructura organizacional del Comercialización*



Elaborado por: Brigitte Vaca (2020)

### **Descripción de cargos de trabajo**

- **Jefe de planta:** es el encargado de planificar, gestionar y supervisar la producción respondiendo y valorando la calidad de las elaboraciones y materiales utilizados en el proceso productivo.
- **Jefe de producción:** es el encargado de gestionar, supervisar, dirigir, el funcionamiento de la producción, certificando y asegurando la calidad de la producción, constituyendo la utilización apropiada de la maquinaria y a la disposición de la materia prima.
- **Jefe de control de Calidad:** es el encargado de certificar la calidad de la producción antes y después de cada proceso de manera que forma parte de la producción.
- **Operarios de producción:** es el encargado del proceso productivo de fabricación de la pulpa de fruta.
- **Operarios de Almacén:** Recibir, inspeccionar, y registrar las entradas y salidas del almacén.

#### 4.5 Descripción del Proceso de la pulpa de frutas

Existen muchos métodos para elaborar este producto, seleccionar la mejor fruta, realizar una manipulación segura donde se lava el producto y dividir la pulpa con lo indeseable de la fruta. Para cada arquetipo de fruta hay uno o más procesos de despulpado, cada uno de los cuales exterioriza dificultades determinadas en correspondencia con el control de procesos y generación de residuos.

En la línea de procesamiento de fruta, se obtiene pulpa de durazno, mango, maracuyá y guanábana; las cuales sirven de materia prima en la formulación de jugos naturales pasteurizados.

En la siguiente tabla, se describen las enumeraciones técnicas de cada una de las pulpas que se causen en la planta, proporcionados a su descripción, tipo de embalaje, contextos de almacenaje y vida útil.

<b>Pulpa</b>	<b>Descripción</b>	<b>Embalaje</b>	<b>Almacenaje</b>	<b>Vida Útil</b>
<b>Maracuyá</b>	Es la pulpa derivada de la parte carnosa y comestible de frutas maduras de maracuyá.	Debe venir embotellado en tambores resistentes con doble funda de polietileno de baja consistencia con un comprendido neto de 180 Kg. Cada tambor corresponderá estar detallado de forma clara con el Nombre del Producto,	Corresponde almacenar en contenedores justamente cerrados a una temperatura de – 18 ° C.	Cuatro años bajo medios de almacenamiento apropiados.
<b>Naranja</b>	Es un producto natural que se consigue a través del proceso de despulpado, depuración y pasteurización del durazno, no contiene agregados aditivos, colores o sabores artificiales.	Peso Neto, Número de Lote, Fecha de Producción		Un año bajo ambientes de almacenamiento apropiados.
<b>Guanábana</b>	Se consigue del procesamiento de la parte carnosa y comestible de la fruta de la guanábana.			24 meses bajo ambientes de almacenamiento apropiadas
<b>Mango</b>	<i>Se adquiere del procesamiento de la segmento carnosa y comestible de la fruta del mango.</i>	<i>Descripciones del Producto, Fecha de caducidad y circunstancias de Almacenamiento.</i>		<i>36 meses bajo ambientes de almacenamiento apropiadas</i>

Seguidamente, se describe a continuación en la tabla de los detalles técnicos propios a las materias primas (frutas) esgrimidas en el proceso de pulpas de la planta.

*Tabla 4 Técnicas de pulpa*

Tabla 5 Descripción de la materia prima utilizada.

<i>Fruta</i>	<i>Descripción</i>	<i>Embalaje</i>	<i>Transporte</i>	<i>Almacenaje</i>	<i>Vida Útil</i>
Naranja	Es una fruta madura limpia, sin insectos, podredumbre, saludable y entera.	debe venir a granel en cestas plásticas limpias de 32 K.	La Fruta debe ser transportada en camiones limpios, libre de olores extraños, insectos y/o roedores.	La Fruta antes de procesar debe almacenarse bajo sombra a temperatura ambiente.	24 horas bajo condiciones de almacenamiento apropiadas.
Mango	El Mango (Manguitera indica) de la variedad criolla, bocado, es la fruta madura fisiológicamente limpia, libre de insectos, podredumbre, sano y entero	El mango debe venir a granel en cestas plásticas limpias de 35 K.			
Maracuyá	Maracuyá (Passiflora edulis flavicarpa.) de la variedad maracuyá, es la fruta madura fisiológicamente limpia, libre de insectos, podredumbre, sano y entero	El maracuyá debe venir en sacos tipo malla de 35 K.			De 48 a 72 horas bajo medios de almacenamiento expuestos anteriormente
<i>Mota de Guanábana</i>	<i>La Mota de Fruta de Guanábana (Anona muricata.) es la pulpa sana, congelada y con presencias de semillas.</i>				

Fuente: Elaboración propia

## 4.6 Mercado Objetivo

Tabla 6 Mercado

SEGMENTACIÓN	INFORMACIÓN
Geográfica	Durán unidad administrativa: Guayas
Demográfica	Personas para consumo particular, restaurante, Tiendas, supermercados, mercados Nivel Socioeconómico A, B, C+ Bimestral (40%)
Demográfica	
Frecuencia de Compra	
POBLACIÓN	230 800

Elaborado por: Brigitte Vaca (2020)

## 4.7 Plan de marketing

### 4.7.1 Estrategia General de Marketing

Según Kotler el plan de marketing es un documento de naturaleza escrita donde se seleccionan los objetivos, las estrategias y los planes de acción referentes a los compendios del marketing, combinación que facilitará y posibilitará el desempeño de la estrategia a nivel colectivo, en el paso del tiempo. (ALCIVAR CEDEÑO, 2016)

De acuerdo con el análisis del cliente segmentación de consumidor conducente a los adultos de género femenino, d

he edades comprendidas entre 18 a 65 años de clase media alta, con gusto o preferencia por obtener productos naturales 100% frutas, que tengan un costo accesible, que viven en la ciudad de Durán, la estrategia general de marketing que se desarrollará para el proyecto es la de diferenciación, tomada en cuenta los resultados de la investigación realizada, el cual no existe ningún proyecto de este entorno a base una despulpadora o procesadora de fruta en la ciudad, y con este negocio se desea brindar al cliente un servicio con una experiencia única y diferente.

El motivo esencial de utilizar esta estrategia se debe a la necesidad de sobresalir de la multitud de productos similares, a través del personal, los implementos, la tecnología, y los servicios complementarios serán de primera calidad y de un buen nivel. Adicionalmente, la ciudad de Durán es una ubicación estratégica para las personas que se encuentra enfocado el negocio, de esta forma obteniendo y llegando a ser exclusivo para los clientes, en las

encuestas y entrevista planteada, por ende, busca cumplir con las expectativas y criterios seleccionados. El servicio está basado en 4 bases importantes que garantizan su diferenciación y posicionamiento en la mente de los consumidores.

- Calidad
- 100% Fruta
- Costo accesible

Además, el lugar donde va a estar ubicado y con la posibilidad para obtener una mayor cuota de mercado para atraer a los clientes potenciales que son los consumidores de frutas y sus derivados y por ende la población que cumplan con las regulaciones del Estado, como agentes de poder de compra, estimulando así que el producto lo adquieran como dando un precio cómodo o a su vez disminuyendo sus precios.

#### 4.7.2 Mercado Meta

El proyecto se enfoca a la ciudad de Durán, Ecuador y actualmente no existe una empresa que produzca y comercialice pulpa de fruta congelada en la ciudad. El mercado objetivo del proyecto se fijó en personas que se encuentran en un rango de edad entre 18 a 65 años con gusto o preferencia por obtener productos naturales y poder de compra.

El mercado objetivo será concentrado ya que el negocio es para todos, pero especialmente enfocado hacia a las personas que se preocupen por el cuidado de la salud, restaurantes, mercados, supermercados, ambiente, y que consideren las preferencias por consumo de productos de fruta.

*Tabla 7 Mercado Meta*

	<b>Información</b>	<b>Mercado Meta</b>
<b>Geográfica</b>	Durán unidad administrativa: Guayas	230.800
	Población Duran (INE, 2019)	
<b>Demográfica</b>	Rangos de edad 18 a 65 años	
	Personas para consumo particular, restaurante, Tiendas, supermercados, mercados	
	Clase social media (49,3%), media alta (22,8%)	
<b>Psicográfica</b>	Inclinación hacia compras frecuentes de pulpa de fruta	

Fuente: Tomado de: INEC y encuestas

### 4.7.3 Marketing Mix

#### Producto

El presente plan de negocio surgió como una necesidad de la creciente valoración que la industria hace sobre la importancia de utilizar y consumir productos naturales como una forma de cuidar la salud. El cual, existe un importante reto en el desarrollo de negocios sustentables con el medio ambiente, así como una importante oportunidad de posicionamiento de la marca comercial dentro de la actual tendencia de mercadeo “como sano”.

**Nombre: Ecuapulp**



*Ilustración 5. Logo de la empresa*

**Elaborado por: Brigitte Vaca**



*Ilustración 6 Etiquetado*

**Elaborado por: Brigitte Vaca**



*Ilustración 7. Etiqueta*

**Elaborado por:** Brigitte Vaca



*Ilustración 8 Uniformes*

**Elaborado por:** Brigitte Vaca



*Ilustración 9 Elementos de Bioseguridad*

**Elaborado por:** Brigitte Vaca

## **Slogan**

El slogan de la empresa; “¡El mundo cambia con tu ejemplo, cuidemos nuestra salud!

De igual manera, se enfoca en utilizar la estrategia de distribución exclusiva de canal de intermediarios al por mayor, ya que las ventas de la pulpa de fruta congelada se realizarán a través de los proveedores de los almacenes de cadena de la ciudad en la ciudad de Durán, Ecuador para su respectiva distribución.

### **4.7.4 Tipo de canal de distribución.**

A través de los intermediarios proveedores de los almacenes de cadena el producto tendrá representación en: Supermercados, restaurantes, mercados, tiendas, teniendo la cobertura de la ciudad de Durán. (Toala, 2019)

## **Punto de Venta.**

El punto de venta se realizará de manera directa, se usará canal de distribución indirecta, pues en la recepción de las instalaciones, existirá una persona la cual estará capacitada para ayudar al cliente en el proceso de información y pagos de los correspondientes productos. De igual manera, los puntos de ventas en los supermercados a través de los intermediarios, del cual fueron uno de los puntos en que la segmentación meta considera como alta preferencia para localizar las pulpas de frutas congeladas.

## **Estrategia Promocional.**

Se efectuará a través de la estrategia de atracción conocida como PULL, esta estrategia tiene como finalidad captar la mayor atención al mercado objetivo a través de actividades promocionales a los clientes con el fin de que ellos sientan la necesidad de obtener el servicio. De igual forma, se debe solicitar colaboración de las organizaciones locales en la ciudad de Durán para que se comprometan a formar parte de este plan promocional y dispongan de personal encargado de entregar muestras en supermercados. Del mismo modo, en conjunto con el recurso del sector privado se obsequiarán camisetas y material P.O.P que posicione el mensaje clave en la mente del público objetivo.

## **Estrategia de comunicación.**

Se propone de igual manera, la estrategia de comunicación a través de Eco-Briefing que defina un mensaje clave a transmitir y cuyos datos sirven para la realización de una campaña. El mensaje debe tener como características que sea vivo, personalizado y concreto.

## **Publicidad.**

La publicidad es parte fundamental de la comercialización pulpa de fruta congelada, mediante la publicidad que se realice se logrará crear un vínculo de comunicación con el mercado objetivo y así persuadir al cliente a adquirir el servicio, entre los canales que usarán son los siguientes:

- Medios impresos con lonas
- Flyers
- Medios digitales a explotar todas las redes sociales.

### **4.7.5 Medios Digitales**

#### **Redes Sociales**

El uso de las redes sociales forma parte esencial en la publicidad hoy en día es por esto por lo que el producto se encontrará principalmente en las redes como son Facebook, Instagram que actualmente son las redes que tienen mayor aceptación dentro de los usuarios a nivel mundial. En Facebook por medio de la fan page en donde se pautará por publicidad con campañas continuas y emitiendo un mensaje claro para así obtener mayor alcance de mercado.

En Instagram de la misma forma mediante la página oficial se publicará las diferentes promociones, estas contendrán un material audiovisual e imágenes, eventos promocionales, concursos premios, lo que será más llamativo para los usuarios y así pueda llegar a atraer más clientes. WhatsApp considerada como la aplicación más usada a nivel mundial, permitirá hacer uso y como información de datos de los clientes para enviar cualquier información principal y adicional acerca de nuestros eventos y promociones.

## **Mail Marketing**

El uso del mail permitirá enviar masivamente a los clientes donde se detalla la información de los diferentes atributos y diversos sabores de las pulpas de frutas, en el cual se puntualiza precios, tamaño y especificaciones, del cual se adjuntará algunas imágenes sea de las instalaciones, el personal corporativo o algún evento, promoción.

## **Estrategia Creativa**

Elementos para considerar en la campaña:

Se plantea la utilización de elementos racionales, emocionales, morales y no verbales. Los elementos racionales serán aquellos que se utilicen para transmitir el valor del uso de productos naturales de fruta. Por su parte, los elementos emocionales conectarán al público objetivo para que sientan el reciclaje como parte de sus vidas. Por otra parte, los elementos morales apelan a las normas de convivencia y de defensa de valores ambientales. Finalmente, incorporar algún elemento no verbal en la comunicación; como un símbolo mundial comer sano o cuidar tu salud.

## **Estrategia de Medios**

Dadas las características de la estrategia creativa planteada y del público objetivo seleccionado, se considera que los medios de comunicación masivos no son apropiados para esta campaña. Es por ello por lo que se propone:

En lo que refiere a entes gubernamentales, sector privado y organizaciones civiles, visitar personalmente sus instalaciones y exponer la campaña a cada uno de ellos. Del mismo modo, entregar dípticos informativos del plan promocional de la campaña para lograr las alianzas estratégicas planteadas. (Izurrieta, 2017)

### **4.7.6 Promoción de Ventas.**

#### **Relaciones Públicas.**

Aquí se desarrollará mediante charlas para promover e incentivar conciencia ecológica, con demostraciones en las que se utilizará material audiovisual y eventos en vivo.

Es indispensable que la empresa tenga una persona que se encargue de las relaciones públicas de la tienda temática, esto con el fin de que la marca tenga mayor credibilidad, mejor realce y valor dentro del mercado.

El departamento lo manejará la coordinación de marketing, el cual, realizará diferentes actividades que a continuación serán detalladas, con el fin de generar contenido e información para el mercado objetivo, además, con la intención de crear relaciones con los medios de comunicación para poder tener mayor cercanía entre las dos partes, logrando una mejor información de la tienda y sus productos, para que el cliente potencial esté bien comunicado.

*Tabla 8 Actividades de relaciones públicas*

<b>Actividades de Relaciones Públicas</b>				
Concepto	Actividad	Duración	Lugar	Costo Anual
Pre-Inauguración en supermercados	Lanzamiento en medios de comunicación	1 día	Redes Sociales, Radio, Página web	\$ 1,200
Inauguración	Lanzamiento de la marca	1 día		
Exhibición	Colección (Modelos)	2 veces al año		\$ 300
Relación cliente – marca	Actividades interactivas vinculadas	1 vez al mes		
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1,500</b>

#### **4.7.7 Marketing Directo.**

El marketing directo está enfocado en lo siguiente:

- Marketing por correo electrónico: con el fin de crear relaciones más cercanas con los clientes más fieles, se utilizará este medio, para que estos clientes sean los primeros en enterarse de cualquier información de la tienda.

- Marketing por catálogo: En redes sociales, página web y correo electrónico, se tendrá un catálogo sobre los productos que ofrece la empresa, con sus precios, y los respectivos cambios de temporadas.

#### 4.7.8 Presupuesto de Promoción.

Se detalla las tareas contempladas en el plan promocional a cargo, que pretende comunicar a la población objetivo sobre los beneficios del producto, el incentivar a la misma a ser participe de este a través de la clasificación y recolección de dichos desechos para su posterior reciclaje. De igual forma se indica el tiempo tentativo en el cual se estarán realizando cada una de estas actividades:

*Tabla 9 Actividades de publicidad OTL*

#### Actividades de publicidad OTL

Plataforma	Frecuencia	Duración	Costo por día	Costo Mensual	Costo Anual
Facebook	2 veces al día	11 meses	\$ 4,00	\$120	\$ 1.440
Instagram	2 veces al día	12 meses	\$ 4,00	\$120	\$ 1.440
Twitter	2 veces al día	13 meses	\$ 4,00	\$120	\$ 1.440
Mail corporativo	1 vez a la semana	15 meses	\$ 4,00	\$ 22,50	\$ 270
Página Web	1 vez a la semana	16 meses	\$ 4,00	\$ 19,50	\$ 234
	<b>TOTAL</b>			\$402,00	\$4,824

Dentro de las actividades ATL, se tendrá presencia publicitaria en radios y en prensa los precios son estimados en moneda local con la correspondiente conversión.

#### Plan de medios actividades ATL

*Tabla 10 ACTIVIDADES ATL*

#### ACTIVIDADES ATL

Medio	Canal	Acción	Frecuencia	Duración	Costo Mensual	Costo Anual
Radio	Radio Ecuador	Cuña publicitaria	3 veces al día	12 meses	\$ 300	\$3,600
Radio	Radio Durán	Cuña publicitaria	3 veces al día	12 meses	\$ 360	\$4,320

		a				
Prensa	Diario Español	Imagen publicitaria	1 vez a la semana	12 meses	\$ 140	\$1,680
	TOTAL				\$800	\$9,600

### **Precio.**

#### **Costo de Ventas.**

La fijación de precios de la pulpa de fruta congelada de los cinco tamaños se procede a obtener los costos.

#### **Precio Definitivo.**

La fijación de precio del presente estudio se basó en dos métodos, precio fundamentado en costos y el modelo de estimación de precios, el cual se obtuvo que el precio de la pulpa de fruta congelada es de un rango de 2.50\$ por unidad.

#### **Estrategias de Precios.**

La estrategia de precios que se utilizará para la pulpa de fruta congelada es la estrategia de penetración en la que menciona poner un precio bajo para ganar mercado y ganar un número de público objetivo. El cual se enfatiza que la estrategia de penetración indica que luego el precio subirá a su valor normal. Únicamente es más bajo al inicio para atraer público a precio normal por cantidad.

#### **Estrategia de Entrada.**

Más por Menos (mayor valor/menor precio); la estrategia de más por menos va acorde al producto que se ofrecerán en cada diferente tamaño, ya que se cobrará un precio de menos valor asequible, los beneficios que reciben son menores al de la competencia.

#### **Estrategia de Ajustes**

Se seleccionó la estrategia de fijación de precio, el cual será menor a la competencia, asimismo se obtendrán más beneficios por la materia complementaria para uso. A través de esta estrategia se quiere hacer ver a la población objetivo que el costo de personal de las acciones propuestas es menor que los beneficios obtenidos gracias al cambio de comportamiento que se propone. En este plan de acción los costos están vinculados a los

tamaños de los paquetes, clasificado por tamaño o por kilos el precio de venta para intermediario es por 2\$.

### **Cliente**

La empresa adoptará un posicionamiento asentado en la integración con el cliente de manera eficiente para mejorar la rentabilidad del cliente, creando un ajuste entre el cliente y la empresa, el principal objetivo de la empresa, el cual trata de crear y consolidar las relaciones con sus clientes actuales y futuros, logrando así alcanzar el nivel de intimidad que se desea con los mismos. Teniendo como enfoque en el mercado existente, con disposición de explorar otros mercados alternativos centrándose en la atención para fortalecer la relación con los clientes., de igual gorma teniendo como complementos la búsqueda permanente de alianzas que permitan incrementar el valor y la calidad del producto. (UNID, 2017)

#### **4.7.9 Proyección de venta**

La proyección de ventas es también conocido como previsión, es una previsión de ingresos basada en tendencias de consumo y estimaciones de ventas de productos durante un período de tiempo específico. Utilizaremos estas previsiones para generar objetivos de ventas departamentales e individuales, presupuestos para todas las divisiones y previsiones para lograr crecimiento económico para los inversores.

Para crear esta proyección de ventas se requiere de un informe financiero completo. Los pronósticos deben desglosarse en períodos mensuales durante un año, según el calendario o el año fiscal y además se debe:

##### **1. Investigar el perfil de tu público objetivo**

Esto le permite generar informes sobre los hábitos de compra de sus clientes. Tu público objetivo es el que crees que es tu cliente potencial, y la tendencia es cambiar los hábitos de compra de ese público objetivo. Para hacer esto, es importante realizar una investigación de mercado para averiguar cómo su nuevo producto cumple con las expectativas del cliente.

##### **2. Recolectar datos históricos de la empresa**

Recopilar los datos históricos sobre cuántos ingresos genera su empresa a partir de productos similares con un público objetivo similar. Utilice esta información como guía para pronosticar las ventas de nuevos productos.

### **3. Ubicación geográfica de venta**

La orientación geográfica de las ventas es el tercer paso, ya que el lugar donde vende sus productos puede ser un factor importante en los ingresos que generan sus productos.

Para hacer esto, asegúrese de que su empresa llegue a su público objetivo y que tenga un sistema de ventas para maximizar el alcance de sus clientes potenciales.

### **4. Analizar a la competencia**

Examine la competencia en su campo de ventas y determine cómo afectará sus ventas. Para hacer esto, compare el producto con el de su competidor más cercano y use las cifras de participación de mercado para determinar cómo la competencia afecta las ventas.

### **5. Investiga productos y nuevos lanzamientos**

Consulte los productos de la competencia y los nuevos lanzamientos para ver si hay alguno que la tienda no ofrezca. Si es así, es una poderosa herramienta de marketing para impulsar las ventas.

### **6. Recopila la información**

Reúna la mayor cantidad de información posible sobre los pronósticos del próximo año a partir de los datos recopilados del análisis minorista.

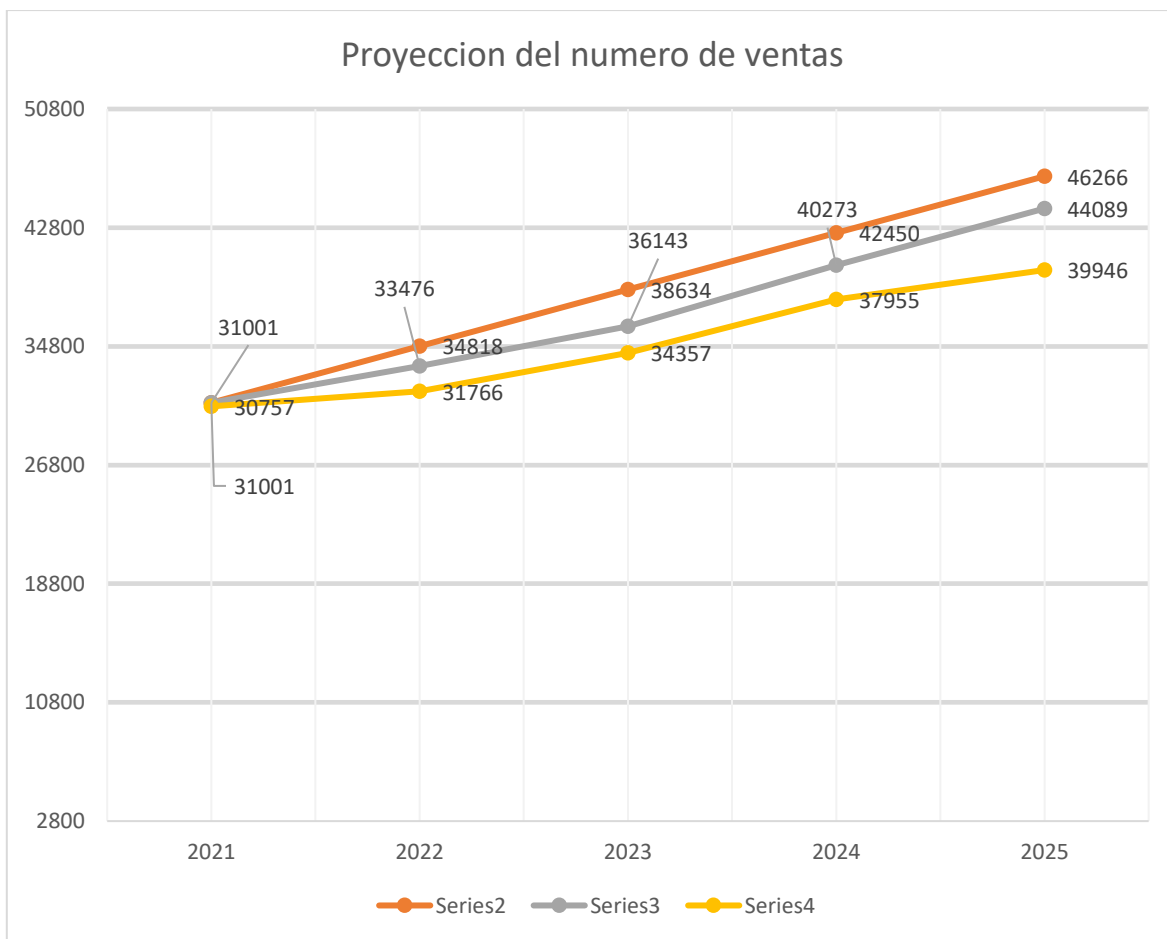
### **7. Medir previsiones de venta**

Por último, es muy importante utilizar los datos que recopila para medir los pronósticos de los empleados y determinar los pronósticos mensuales para el año siguiente.

Con los 7 puntos establecidos y tomado como referencia los primeros 3 años de ventas de una empresa competidora, nos servirá de base para lograr proyectar las ventas de nuestra

empresa por ello, esta proyección se basa en 3 métodos conocidos el promedio, de incremento y de tendencia, para determinar cuál es el método que más se ajusta o que más es probable en la empresa:

<b>Años</b>	<b>Ventas /promedio</b>	<b>Ventas / Incremento</b>	<b>Ventas / Tendencia</b>
2021	31001	31001	30757
2022	34818	33476	31766
2023	38634	36143	34357
2024	42450	40273	37955
2025	46266	44089	39946



Una vez obtenido los datos se determina que la proyección de tendencia es la mas optima para el desarrollo de metas futuras en nuestra empresa.

#### **4.7.10 Retorno de inversión**

Uno de los mejores indicadores del crecimiento de nuestro negocio es el retorno de la inversión (ROI). Esta es una métrica que debe conocer cada vez que su empresa lanza una campaña. Finalmente, el ROI revela si está ganando más dinero del que invirtió en la campaña. Entonces, si el total es positivo, el negocio avanzará, pero si es negativo, se estancará. El ROI se calcula con fórmulas simples, por lo que puede usar plantillas de Excel para calcular el ROI de manera fácil y eficiente.

Para calcular el ROI se necesita el beneficio bruto de las unidades vendidas en la campaña y la inversión de marketing en esa campaña. Dado que invertir en marketing es parte de su presupuesto, aquí hay dos piezas de información que están fácilmente disponibles. Realice un seguimiento de sus ventas a diario para ver rápidamente cuál es el beneficio bruto de su campaña.

Fórmula para calcular el ROI

$$\text{ROI} = \frac{\text{Ganancia} - \text{Inversión de Marketing}}{\text{Inversión de Marketing}}$$

Si el resultado es positivo, se concluye que se ha ganado más de lo invertido,

Si el resultado es negativo, se concluye que ha generado pérdidas.

$$\text{ROI} = \frac{\$30757 - \$4,824}{4.824} = 5.38 \quad \text{en el año 2021}$$

Nuestro ROI, en el año 2021 es de 5.38 es positivo es decir se ha ganado mas de lo que se ha invertido en publicidad.

## CONCLUSIONES

El proyecto es económicamente rentable ya que el valor actual para el capital propio es de 19.037,5\$ y para el capital total de 38.075,00\$. Igualmente, el tiempo de pago de proyecto es de cinco años y la tasa interés 11.83% para el capital propio es de 50% y financiado 50% de 24.825\$.

El precio mínimo de venta para no tener ni ganancias ni pérdidas del paquete de pulpa de fruta congelada es de 1,20\$ de cinco sabores frecuentes tomado para el análisis. Simultáneamente, se puede llegar al punto de equilibrio manteniendo constante el precio de la pulpa de fruta.

El objetivo principal del plan de negocios es el de evaluar la iniciativa de negocio de una empresa procesadora y comercializadora de pulpa de fruta congelada; y establecer las actividades que se ejecutarán para ponerla en funcionamiento el cual está basado en un comienzo artesanal y con una inversión inicial por parte del propietario baja, pero con un producto de alto valor agregado.

De igual forma, este estudio permitió identificar que los productos de pulpa de fruta congelada que más comercialización tendría en el mercado de acuerdo con lo que las encuestas arrojaron.

La aceptación del producto, se puede decir que es válido desde el punto de vista de su aplicabilidad y puede ser llevado a otros casos donde se plantee crear un plan estratégico para crear un negocio o donde se intente mejorar la posición competitiva del mismo.

La población está dispuesta a comprar y probar el emprendimiento, utilizando como medio de compra o información del producto a través de las redes sociales.

## **RECOMENDACIONES**

1. Se debe desarrollar una investigación más amplia sobre las estadísticas de producción nacional, importación y exportación de la pulpa de fruta.
2. Realizar una compilación más específica sobre los posibles usos de la línea de producción de la planta para establecer un mercado más amplio y no depender de sólo de la venta de dos productos.
3. Elaborar un plan de negocios antes de realizar cualquier inversión y/o emprendimiento, ayuda a ver todas las dimensiones del negocio, detectar problemas a tiempo e invertir mejor los recursos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía de Guayaquil. (2019). *Alcaldía de Guayaquil*. Obtenido de <http://alcaldiadeguayaquil.blogspot.com/p/guia-de-tramites.html>
- ALCIVAR CEDEÑO, F. G. (JUNIO de 2016). *UIDE*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1142/1/T-UIDE-1064.pdf>
- Arevalo, O. (2016). *SIMPLESITE*. Obtenido de <http://evaluaciondeproyectos10205929.simplesite.com/>
- BCE. (2018). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/search/?searchword=pib&s>
- BCE. (2020). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>
- BCE. (2020). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/317-informe-de-inflaci%C3%B3n>
- Carazo Alcalde, J. (2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
- CEPAL.ORG. (2017). *CEPAL.ORG*. Obtenido de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>
- Coba, G. (2019). *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/wanabana-pure-fruta-ecuador-china/>
- Congreso Nacional. (2012). *Trabajo.Gov.Ec*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- COPCI. (2018). *Correos del Ecuador*. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

Corte Constitucional del Ecuador. (2012). *Constitución de la Republica del Ecuador*. QUITO: BIVICCE.

Del Alcázar Ponce, C. (2019). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de <https://notimundo.com.ec/ministerio-de-comercio-exterior-trabaja-en-contra-de-la-tasa-de-fracaso-de-emprendimientos-del-80-en-el-ecuador/>

Delgado, D. D., & Chávez Granizo, G. P. (abril de 2018). *Eumed*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>

El universo. (19 de septiembre de 2020). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/09/18/nota/7981960/feria-euro-virtual-corpei-compradores-ecuador/>

Equipo Editorial Etecé. (05 de Agosto de 2021). *Concepto de*. Obtenido de Concepto de: <https://concepto.de/organigrama/>

Franklin, E. B. (1999). *Organización de Empresas*. New York: McGraw Hill / Interamericana de Mexico.

Garcia, I. (07 de Noviembre de 2017). *Economia Simple*. Obtenido de Economía Simple: <https://www.economiasimple.net/glosario/distribucion>

Gob.ec. (2021). *Portal unico de tramites ciudadanos*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae#:~:text=La%20Licencia%20Metropolitana%20%20C3%9Anica%20para,e1%20Distrito%20Metropolitano%20de%20Quito.>

Gomez, L. (2004). *Revistas líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/frozen-tropic-10-anos-posiciono.html>

INEC. (2020). *Inec*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/produccion-industria-manufacturera/#:~:text=El%20%20C3%8Dndice%20de%20Producci%C3%B3n%20de,manufacturera%20en%20el%20corto%20plazo.>

Izurrieta, J. (2017). *Asomedios*. Obtenido de <http://www.asomedios.com/medios-digitales/>

- Jacome, H. (2011). *Flacso*. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/f3aum4sgz8ls6rsximf6khej5eeefz.pdf>
- Jimenez Araujo, K. (05 de febrero de 2017). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>
- León Gavonel, J. J. (2017). *Usil*. Obtenido de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3121/1/2017\\_Barrenechea\\_Leon.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3121/1/2017_Barrenechea_Leon.pdf)
- López-Roldan, P. (2015). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION SOCIAL CUANTITATIVA*. ESPAÑA: UNIVERSITAT AUTONOMA DE BARCELONA .
- Mata, L. (2019). *Investigalia*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/marco-metodologico-de-investigacion/>
- Ministerio de salud. (2018). *ELABORACiÓN DEL MANUAL DE ORGANIZACiÓN Y FUNCIONES (MOF)*. Quito: Ministerio de salud.
- Ministerio de salud pública. (2019). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento-para-establecimientos-de-servicios-de-salud/>
- Ministro de Estado de Agricultura y Abastecimiento. (2017). *REGLAMENTO TECNICO GENERAL PARA LA FIJACION DE PATRONES DE IDENTIDAD Y CALIDAD*. Bogota: D.O.U.
- Montaño, J. (03 de abril de 2020). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/aportaciones-de-henri-fayol/>.
- Muñoz V, G., & García L, J. (2019). *Grupo Faro*. Obtenido de <https://grupofaro.org/wp-content/uploads/2019/03/AN%C3%81LISIS-DE-LA-PARTICIPACI%C3%93N-POL%C3%8DTICA-EN-ECUADOR.pdf>
- Perez Porto, J., & Gardey, A. (11 de Enero de 2021). *Definicion de* . Obtenido de Definicion de : <https://definicion.de/empresa/>

Raffino, M. E. (05 de octubre de 2020). *Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/tipos-de-investigacion/>

Raffino, M. E. (13 de NOVIEMBRE de 2020). *CONCEPTO*. Obtenido de <https://concepto.de/emprendimiento/>

SRI. (2018). *Reglamento para la aplicación de la ley de Registro unico de contribuyentes*. Quito.

SRI.gob. (2021). *SRI*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Toala, B. (2019). *Content.com*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-distribucion/>

UNID. (2017). *Universidad Interamericana para el desarrollo*. Obtenido de [http://brd.unid.edu.mx/recursos/Ejecutivas/Mezcla\\_promocional/MP\\_apoyovisual02.pdf](http://brd.unid.edu.mx/recursos/Ejecutivas/Mezcla_promocional/MP_apoyovisual02.pdf)

Villalva Garcia, R. (10 de JULIO de 2019). *Asepyme*. Obtenido de <https://asepyme.com/motivacion-para-emprender/>

## ANEXO

### Anexos I Entrevista a Empresarios

Ítems	Descripción
1	¿Quiénes son los socios actuales de su empresa?
2	¿Cuál es su mayor competencia en este momento?
3	¿Cómo piensa aumentar el nivel de confianza entre consumidor y productor después de la emergencia sanitaria Covid 19?
4	¿Qué grado de experiencia tiene su equipo de trabajo para la manipulación de artefactos y alimento?
5	¿Qué aspira de su empresa en los próximos 5 años?

Ítems	Descripción
1	¿Cómo nació la idea de un emprendimiento que se basa en la producción y comercialización de fruta?
2	¿Cuál es el método de selección para contratar su personal?
3	¿Por qué eligió elaborar su producto de manera industrial?
4	¿Cuál es el objetivo de promocionar el empaque de su producto ecológico?
5	¿Considera que el modelo de su negocio es rentable?

Ítems	Descripción
1	¿Conoce usted la pulpa de fruta congelada?
2	¿Compra usted pulpa de fruta congelada?
3	¿Con que frecuencia compra usted pulpa frutas congelada?
4	¿Dónde realiza las compras de las pulpas de fruta congelada?
5	¿Si el producto ya estuviera disponible, lo compraría?
6	¿Cómo calificaría la relación calidad- precio del producto
6	¿Si el producto ya estuviera disponible, lo compraría?
7	¿Cuáles son las características o alternativas que nuestros competidores ofrecen y nosotros no?
8	¿Está satisfecho con el desempeño de nuestros representantes de entrega?
9	¿Le gusta la idea de que el empaque del producto sea ecológico?
10	¿El precio del producto le parece accesible?