



NEGOCIOS INTERNACIONALES

**Tesis previa a la obtención del título de Licenciado en
Negocios Internacionales.**

AUTORES: Martín Alejandro Cárdenas Paredes
Manuel Armando Farias Cevallos

Ingeniera en Negocios Internacionales.

AUTOR: Candida Vanessa Velasco Altuna

TUTOR: Sebastián Cordero Espinoza. MSc

“Plan de negocios para la elaboración de un snack saludable, para un sueño reparador (Nutridreams)”

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Manuel Armando Farias Cevallos, Martín Alejandro Cárdenas Paredes, Candida Vanessa Velasco Altuna; declaro(mos) bajo juramento que el trabajo aquí descrito, Plan de negocios para la elaboración de un snack saludable, para un sueño reparador (Nutridreams), es de mi(nuestra) autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo(mos) mis(nuestros) derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y demás disposiciones legales.

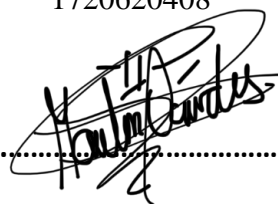


Firmado electrónicamente por:

MANUEL ARMANDO FARIAS
CEVALLOS

.....
Manuel Armando Farias Cevallos CI:

1720620408



.....
Martín Alejandro Cárdenas Paredes CI:

1724153539



.....
Candida Vanessa Velasco Altuna CI:

1722190418

Aprobación Del Tutor

Yo, Carlos Sebastián Cordero Espinosa, certifico que conozco al(los) autor(es) del presente trabajo siendo el(los) responsable(s) exclusivo(s) tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



.....
Carlos Sebastián Cordero Espinosa

DIRECTOR DE TESIS

CI. 1714634852

Agradecimientos

Mi agradecimiento eterno a Dios, a mi querida esposa, mis abuelos, padres, suegros y toda mi familia, quienes han creído en mí siempre, dándome su ejemplo de humildad, superación y sacrificio, mil gracias por su cariño y apoyo incondicional, su aporte siempre fue fundamental para no desmayar durante toda mi carrera universitaria.

A mis queridos docentes y tutor de tesis que desde el momento que ingrese a tan prestigiosa Universidad supieron guiarme y formarme profesionalmente, sin su valiosa ayuda no hubiese sido posible realizar este proyecto.

A mis queridos amigos y colegas de carrera que sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que durante este proceso universitario lograron que llegue este momento tan esperado.

Manuel Farias.

A Dios quién guio cada peldaño de mi carrera, dándome fuerzas para seguir adelante sin temor a cada obstáculo. Para mis padres y familia por su soporte, consejos, amor y ayuda en cada momento de mi vida universitaria que llevaron a no desmayar en el proceso.

A mis profesores de la UIDE, que brindaron sus conocimientos, paciencia y dedicación en cada clase brinda donde nos inculcaron a ser profesionales de calidad con principio y valores en cada de nuestros actos. Los cuáles serán un factor primordial en nuestra vida.

Vanessa Velasco

Primeramente, quisiera dar gracias a Dios y a mis padres, por guiarme en mis estudios, mi carrera y por darme fortaleza para seguir adelante, siempre incentivándome a seguir alcanzando nuevos objetivos y ser una mejor persona, también quisiera dar un agradecimiento a todas las personas que de una u otra forma me ayudaron a realizar este trabajo.

Martín Cárdenas

Dedicatorias

El plan de negocio Nutri Dreams se la dedico a todas aquellas personas que padecen de Insomnio, ansiedad y estrés, espero que este proyecto sea de gran ayuda para llevar una vida saludable y placentera.

De la misma manera esta dedico en memoria de mi padre Manuel Farias y abuelo Hipólito Cevallos que pese a su ausencia estarían muy orgullosos de este momento tan importante en vida.

Manuel Farias

A mi abuelita y mama, que han sido mi ejemplo a seguir a lo largo de mi vida, siendo el pilar para no desmayar en ningún obstáculo de mi carrera y no tener miedo ante nada.

Vanessa Velasco

Este proyecto de tesis lo dedico con mucho cariño a toda mi familia y amigos cercanos por su apoyo, sacrificios y esfuerzos a lo largo de toda mi carrera universitaria ya que gracias a sus esfuerzos he logrado concluir mis estudios, también por brindarme siempre un apoyo incondicional, para poder seguir mis sueños y siempre culminar los objetivos trazados.

Martín Cárdenas

Resumen

El presente proyecto plan de negocio para la elaboración de un snack saludable para un sueño reparador (Nutridreams), a base de los ingredientes deshidratados Badea, Maracuyá y frutos secos, Almendra, Nuez con adición de Miel, tiene como objetivo comercializar el producto a los posibles consumidores que tengan problemas de descanso y relajación, a través de nutrientes que poseen cada uno ellos y que está comprobado científicamente las propiedades que contienen cada uno.

El propósito es ofrecer un producto terminado con frutas deshidratadas que no son reconocidas a nivel mundial, esto permite que el producto final sea novedoso y lo más importante que tenga un valor agregado, que ayudara a mejorar la calidad de vida.

Se utilizo la metodología Design Thinking, que con lleva los 5 pasos (Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Testear) con esta herramienta se logró desarrollar la creación de una manera minuciosa del snack de frutas deshidratadas y frutos secos teniendo como resultado un producto libre de azúcar y sin conservantes químicos ni colorantes artificiales.

Las frutas de Badea y Maracuyá son cultivos que se encuentran en las ciudades de Manabí, el Oro, Esmeraldas y Guayaquil estas dos frutas tienen un papel importante. La Badea tiene beneficios nutrientes que ayudan a calmar la ansiedad y el insomnio, contienen flavonoides que intervienen en el funcionamiento del ácido GABA que es un neurotransmisor inhibitor del sistema central, que ayuda al momento de dormir, mientras que, la Maracuyá contiene triptófano que interviene en la síntesis de la melatonina y serotonina que son relacionadas con la conciliación del sueño.

Los ingredientes restantes que son Nuez, Almendra también engranan en el producto ya que la Nuez contiene triptófano que ayuda a generar serotonina y melatonina que están aliadas a la regulación de sueño y la Almendra contiene magnesio, melatonina y vitamina B estas propiedades ayudan a mejorar el insomnio.

Además, se estructuro una estrategia de Marketing que destaque los beneficios del producto y que muestren el total interés de consumidores e inversionistas, En el desarrollo financiero se logró realizar de una manera integral, considerando los costos de la implementación y la operación del proyecto, teniendo presente los ingresos y retornos financieros. Los resultados del proyecto financiero dan la seguridad y la transparencia y la factibilidad del proyecto. Con un VAN de \$18,426.72, una TIR de 33% y un tiempo de retorno de 3.07. teniendo en consideración los números reales presentados, demuestran que el proyecto es viable financieramente teniendo un tiempo de retorno de la inversión específica y considerable.

Esta función permitirá que el producto de 100g, tenga la demanda deseada para satisfacer las necesidades de las personas que tengan problemas de sueño. Este proyecto tiene como principio comenzar por la ciudad de Quito ya que fue la ciudad escogida para el desarrollo de la investigación y que fue importante en las encuestas; con posterior expansión a nivel nacional e internacional.

La visión de exportar está diseñada a partir del tercer al país de Estados Unidos – Nueva York. Con esta internacionalización impulsaremos a los productores y retribuiremos con beneficios especiales para poder impulsar el cambio en el país.

Summary

The present business plan project for the elaboration of a healthy snack for a restful sleep (Nutridreams), based on the dehydrated ingredients Badea, Passion Fruit and nuts, Almonds, Walnuts with the addition of Honey, aims to market the product to potential consumers who have problems of rest and relaxation, through nutrients that each of them possess and that are scientifically proven to have properties that contain each of them.

The purpose is to offer a finished product with dried fruits that are not recognized worldwide, this allows the final product to be innovative and most importantly to have an added value, which will help improve the quality of life.

The Design Thinking methodology was used, which takes the 5 steps (Empathize, Define, Ideate, Prototype and Test) with this tool we were able to develop the creation of a snack of dried fruits and nuts in a meticulous way, resulting in a product free of sugar and without chemical preservatives or artificial colors.

The fruits of Badea and Maracuyá are crops found in the cities of Manabí, El Oro, Esmeraldas and Guayaquil, these two fruits play an important role. The Badea has nutrient benefits that help to calm anxiety and insomnia, they contain flavonoids that intervene in the functioning of GABA acid which is a neurotransmitter inhibitor of the central system, which helps at the time of sleep, while the passion fruit contains tryptophan that intervenes in the synthesis of melatonin and serotonin that are related to the conciliation of sleep.

The remaining ingredients, walnuts and almonds, also fit into the product, since walnuts contain tryptophan, which helps to generate serotonin and melatonin, which are

allied to sleep regulation, and almonds contain magnesium, melatonin and vitamin B, these properties help to improve insomnia.

In addition, a marketing strategy was structured to highlight the benefits of the product and to show the full interest of consumers and investors. The financial development was carried out in a comprehensive manner, considering the costs of implementation and operation of the project, taking into account the income and financial returns. The results of the financial project give the security, transparency and feasibility of the project. With an NPV of \$10,293.24, an IRR of 36% and a payback time of 2.79. Taking into consideration the real numbers presented, they show that the project is financially viable having a specific and considerable payback time.

This function will allow the 100g product to have the desired demand to meet the needs of people who have sleep problems. This project has as a beginning to start with the city of Quito since it was the city chosen for the development of the investigation and that was important in the surveys; with later expansion at national and international level.

The export vision is designed from the third country of the United States - New York. With this internationalization we will promote the producers and we will give back with special benefits to be able to promote the change in the country.

TABLA DE CONTENIDOS

Capítulo I.....	14
1.1. Objetivo - Definición Del Problema	14
1.2. Evidenciar - 3 Pasos De Design Thinking	15
1.2.1 Empatizar:	15
1.2.2 Definir:	16
1.2.3 Idear:.....	16
Capítulo II.....	17
2.1. Marco Teórico	17
2.2. Pestel- Porter – Foda.....	26
2.3. Validación De Factibilidad- Viabilidad- Deseabilidad	33
2.3.1. Mercado objetivo (Embudo de mercado).....	33
2.3.2. Investigación de validación de prototipo	34
2.3.3. Mejora del prototipo	42
Capítulo III.....	45
3.1 Canvas o lean Canvas	45
3.2. PMV	47
3.2.1. PMV comercial y modelo de monetización	47
3.2.2. Prototipo final	48
Capítulo IV.....	52
4. Plan De Marketing.....	52
4.1. Plan de marketing con enfoque de internacionalización.	64
Capítulo V	69
5. Procesos.....	69
5.1. Organigrama	69
5.2. Mapa de Procesos.....	71
5.3. Proceso de internacionalización.....	73
5.3.1. Objetivos y metas principales de la expansión internacional.....	74
5.3.2. Forma de Internacionalización	75
5.3.3. Proveedores y socios logísticos	77

5.3.4.	Aduanas y regulaciones	81
5.3.5.	Servicio al cliente y posventa.....	83
5.4.	<i>Valoración Financiera</i>	85
5.4.1.	Presupuesto – Inversión Inicial.....	85
5.4.2.	Estados Financieros: Estado de Costos – Estado de PYG – Flujo de Caja.....	86
5.4.3.	Análisis financiero: Punto de Equilibrio - VAN – TIR – Periodo de recuperación	88
Capítulo VI.....		89
6.	Conclusiones Y Recomendaciones	89
Anexos		92
Referencias		99

Indice De Ilustración

Ilustración 1 Metodología Desing Thinking.....	16
Ilustración 2 Proceso Melatonina (Foto: http://mejorconsalud.com/)	19
Ilustración 3 Análisis del ingreso de Snack por país (En millones de dólares estadounidenses).....	25
Ilustración 4 Análisis Foda.....	33
Ilustración 5 Validación de Prototipo.....	35
Ilustración 6 Badea Foto: (Only Foods)	36
Ilustración 7 Maracuyá foto (Aldia, 2022).....	38
Ilustración 8 Nuez foto (Shutterstock,2023).....	39
Ilustración 9 Almendra foto (El correo,2019).....	41
Ilustración 10 Vista Frontal empaque Ilustración 11 Empaque vista frontal.....	50
Ilustración 12 Logotipo	51
Ilustración 13 Corrugado Final "Nutri dreams"	51
Ilustración 14 Configuración Corrugado	51
Ilustración 15 Configuración Pallet	52
Ilustración 16 Organigrama Organizacional.....	69
Ilustración 17 Mapa de Procesos	71
Ilustración 18 Flujograma de proceso de productividad	72
Ilustración 19 Etiqueta Usa	77
Ilustración 20 Etiqueta- Ecuador.....	77
Ilustración 21 Inversión Inicial	85
Ilustración 22 Estado de Costos	86
Ilustración 23 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	87
Ilustración 24 Estado de Flujo de Caja	87

Ilustración 25 Punto de equilibrio.....	88
---	----

Índice de Tabla

Tabla 1 Análisis PESTEL	26
Tabla 2 Posibles Productos Sustitutos	32
Tabla 3 Embudo de Mercado	34
Tabla 4 Mercado Potencial por Precio vs Producto	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 5 OE1.1: Producto.....	57
Tabla 6 OE2.1: Precio	59
Tabla 7 OE3.1: Plaza	61
Tabla 8 OE4.1: Promoción.....	62
Tabla 9 OE1.1: Expansión internacional	65
Tabla 10 OE2.1: Alianzas internacionales	67

Índice de Anexos

ANEXO 1 Ecuista Empathi Map	92
ANEXO 2 Detalle cálculo UN x Pallet.....	97
ANEXO 3 PORCENTAJE PIB	97
ANEXO 4 Perspectiva de la tasa de crecimiento económico a nivel mundial	98

Capítulo I

1.1. Objetivo - Definición Del Problema

Nuestro objetivo es poder mejorar la calidad de sueño mediante un snack saludable con ingredientes que aportan propiedades nutritivas y medicinales que ayuden a las personas a lograr un nivel de descanso óptimo.

Problemática: En la actualidad a nivel mundial la cantidad de personas que experimentan insomnio aumentó considerablemente, según estudios. Algunos expertos incluso tienen un término para ello: "coronasomnia" o "Covid-Sonia"(insomnio significa insomnio en inglés). Este es el fenómeno que afecta a personas de todo el mundo cuando experimentan insomnio relacionado con el estrés de la vida durante la covid-19. En el Reino Unido, un estudio de agosto de 2020 de la Universidad de Southampton mostró que la cantidad de personas que experimentan insomnio aumentó de una de cada seis a una de cada cuatro, con más problemas de sueño entre las madres, los trabajadores esenciales y los grupos de minorías étnicas. En China, las tasas de insomnio aumentaron del 14,6% al 20% durante el confinamiento más estricto. En resumen, muchos de nosotros ahora somos insomnes. El insomnio es el trastorno del sueño más habitual en Estados Unidos, como los señalan los investigadores, entre el 10% y el 15% de la población del país sufre de insomnio” (Russell K. , 2023).

“Por otro lado, en Ecuador la Universidad Espíritu Santo, ejecutó estudios en el año 2022 para analizar lo impactos pos Covid, los resultados obtenidos indican que, entre el rango de edad de 35 a 43 años, muestra ansiedad disfuncional con un 45%, continuando con el rango de 25 a 34 años con un 36%. Los dos grupos han mencionado presentar mareos o problemas para dormir, con toda la información y consecuencia de la pandemia”. Estos resultados indican que, las mujeres son afectadas por la ansiedad disfuncional (64%). Dentro de este grupo, el 21% muestra altas complicaciones para conciliar el sueño, disturbios alimenticios (pérdida de apetito) y náuseas en cotejo con el género masculino. Adicionalmente se comprobó que el 21% del personal administrativo podría sufrir de ansiedad disfuncional manifestándose en trastornos de sueño (Mendieta, 2022).

Con la pandemia en su segundo año, meses de distanciamiento social han sacudido nuestras rutinas diarias, borrado los límites de la vida laboral y traído una incertidumbre constante a nuestras vidas, con consecuencias desastrosas para el sueño. A causa de ello nuestra salud y productividad podrían enfrentar serios problemas. Tener una mala calidad de sueño frecuente a unas largas noches en vela y que en ello se refleja la depresión, ansiedad y la obesidad. Estas enfermedades graves tienden a efectuar errores al realizar cualquier actividad laboral y la reacción tardía que conlleva a un estado de ánimo deprimido.

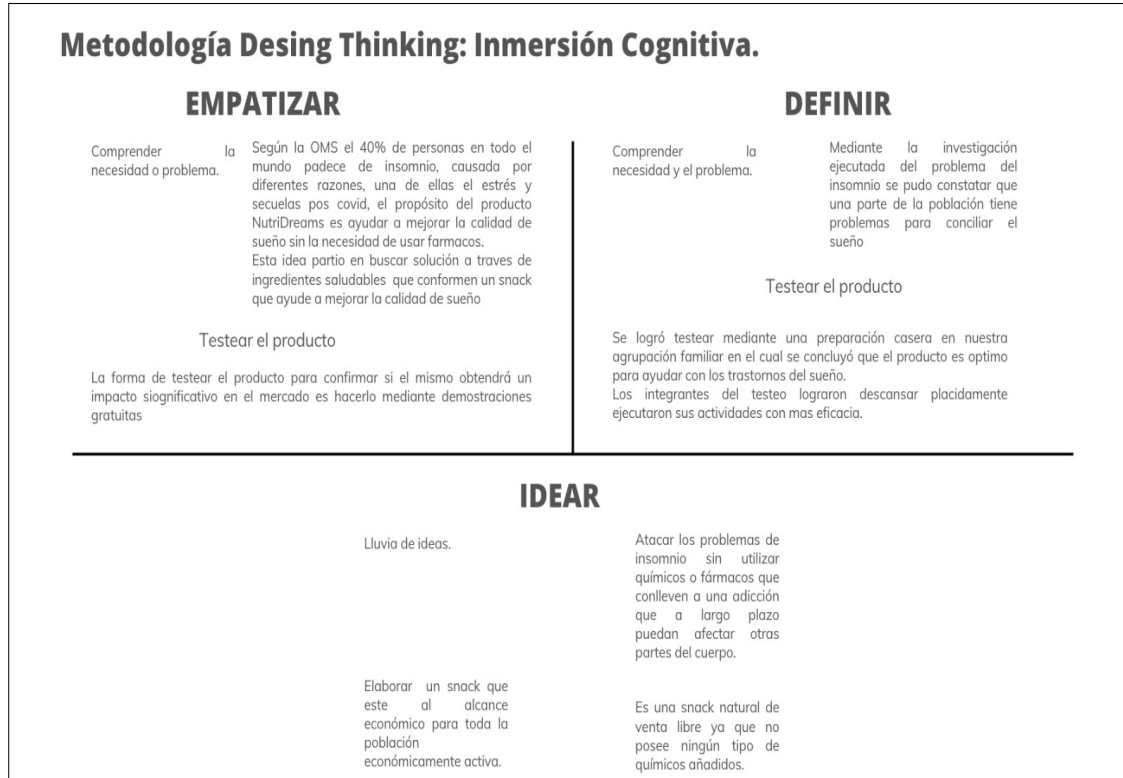
1.2. Evidenciar - 3 Pasos De Design Thinking

1.2.1 Empatizar: Para esto tuvimos que realizar investigaciones que se relacionan directamente con la falta de sueño que en la actualidad se ve en todo el mundo, de esa forma pudimos comprender sus necesidades y preferencias.

1.2.2 Definir: Se utilizó toda la información recopilada en la etapa de empatía para poder definir claramente el problema principal que deseamos solucionar en el diseño de nuestro snack. Un claro ejemplo de eso es la falta de snacks nutritivos con beneficios medicinales que sean atractivos para los consumidores.

1.2.3 Idear: Con todo lo investigado se llega a generar ideas creativas para resolver el problema identificado, para esto se realizó una lluvia de ideas con nuestros compañeros. Se pensó en hacer el snack de frutas deshidratadas con propiedades y beneficios medicinales más atractivos, sabroso y conveniente. También se consideró aspectos como el empaque, los sabores e ingredientes adicionales que ese iban a usar para la elaboración de nuestro producto.

Ilustración 1 Metodología Desing Thinking



Fuente: (Elaboración: Autores)

Capítulo II

2.1. Marco Teórico

Importancia de un Sueño Reparador

Cada 17 de marzo se recuerda el Día Mundial del Sueño, un día especialmente dedicado para sensibilizar sobre los buenos hábitos de reposo. De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), el insomnio es un problema de salud pública que afecta al 40% de personas en todo el mundo y el insomnio crónico afecta al 8-10% de la población adulta.

Es recomendable que los adultos de 18 a 60 años duerman al menos 7 horas, si esto no ocurre tienen el riesgo de quedarse sin sueño, ignorar la importancia del sueño puede afectar en la salud general porque cuando duermes, tu cuerpo produce proteínas llamadas citoquinas que tienen efectos de estimulación inmunológica y ayudan como combustible para tus glóbulos blancos. La falta de sueño reduce la fabricación de citoquinas en el cuerpo y te hace más apto a bacterias y virus. El sueño es reparador porque cuando dormimos permitimos que el cuerpo se repare y se reconstruya, en este tiempo, el cuerpo logra eliminar los desechos del sistema linfático, lo que estimula el sistema inmunológico. Suceden varios procesos importantes mientras el ser humano duerme: Reparación muscular, síntesis de proteínas, crecimiento de tejido, liberación de hormonas, reduce el estrés (Shamard, 2021).

Los síntomas del insomnio incluyen: No sentirse bien descansado después de una noche de sueño, cansancio diurno o somnolencia, irritabilidad, depresión o ansiedad, dificultad para prestar atención, concentrarse en tareas o recordar, aumento de errores o accidentes y

Preocupaciones constantes sobre el sueño. Dormir mal o la falta total de sueño eleva nuestros niveles de cortisol, los cuales son importantes a corto plazo, porque estimulan el estado de alerta y la vigilancia, crece la frecuencia cardíaca y la presión arterial, con el pasar del tiempo pueden causar inflamación sistémica y alterar nuestro equilibrio hormonal. Mayormente los niveles de cortisol bajan en las horas de la noche, como parte de la preparación natural del cuerpo para dormir. Cuando el ser humano no duerme los niveles de cortisol se conservan altos e interfieren en la liberación de melatonina, una hormona esencial para la regulación de los ciclos de sueño (Molina, 2021).

Tras las secuelas del COVID se han ejecutado varios estudios para determinar cuáles fueron estos impactos, se han ejecutado 13 estudios donde se evidencia que uno de cada cinco trabajadores de la Salud sufría ansiedad y / o depresión; y dos de cada cinco padecían de insomnio. Por otro lado, en Ecuador la Universidad Espíritu Santo, ejecutó estudios en el año 2022 para analizar lo impactos pos Covid, los resultados obtenidos indican que, entre el rango de edad de 35 a 43 años, muestra ansiedad disfuncional con un 45%, continuando con el rango de 25 a 34 años con un 36%. Los dos grupos han mencionado presentar mareos o problemas para dormir, con toda la información y consecuencia de la pandemia. Estos resultados indican que, las mujeres son afectadas por la ansiedad disfuncional (64%). Dentro de este grupo, el 21% muestra altas complicaciones para conciliar el sueño, disturbios alimenticios (pérdida de apetito) y náuseas en cotejo con el género masculino. Adicionalmente se comprobó que el 21% del personal administrativo podría sufrir de ansiedad disfuncional manifestándose en trastornos de sueño (Valenzuela, 2022).

Melatonina

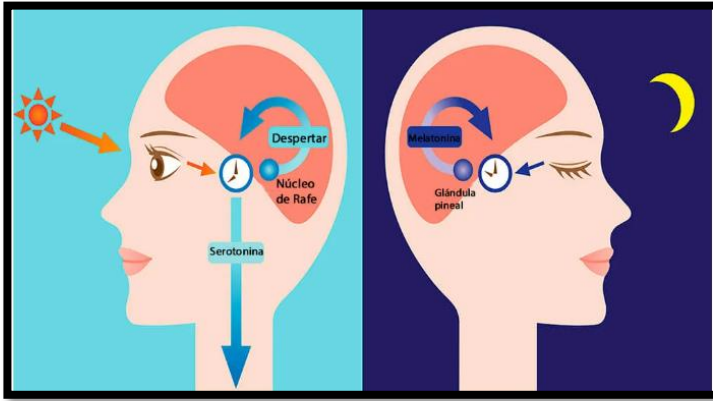


Ilustración 2 Proceso Melatonina (Foto: <http://mejorconsalud.com/>)

La melatonina es una hormona que estimula el sueño, conocida como la "hormona del sueño". La melatonina regulariza el ciclo de sueño y vigilia y responde a la luz y la oscuridad, esta se produce más cuando oscurece para ayudarlo a dormir, y menos cuando sale el sol porque los ojos están expuestos a luz para ayudarlo a despertar (Breus M. , 2023)

Los niveles de melatonina varían a lo largo de la vida del ser humano. La producción de melatonina comienza a los 3-4 meses de edad, los niveles aumentan gradualmente durante la infancia, con una cumbre entre los 8 y los 10 años. La síntesis de melatonina baja exponencialmente durante la pubertad. Pero en los 40-45 años, los niveles de melatonina descienden continuamente, y a los 70 años representan apenas el 10% de los niveles prepuberales. El ser humano sano emana una respuesta a la oscuridad, entre las 20:00 y las 22:00 horas, con un pico entre las 00:00 y las 03:00 horas. Subsiguientemente, la síntesis de melatonina baja progresivamente, conservando muy baja durante el día. Los niveles de melatonina alcanzan su punto máximo cuando la temperatura corporal es más baja. Y por la noche los niveles

máximos de melatonina en plasma fluctúan entre 100 y 200 pg/mL; las concentraciones ondean entre 10 y 30 pg/mL durante el día (Poza, 2022)

La Administración de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos (FDA) no autoriza la melatonina en niños y adolescentes con insomnio y otros trastornos del sueño. Pero algunos médicos recomiendan la melatonina para los niños que padecen de dificultad para conciliar el sueño. En niños de 5 años o menos, la dificultad para dormir se puede inclinar a factores externos como la dentición, la ansiedad por separación o los cambios en la rutina. Por eso es importante identificar estas posibles causas de las complicaciones del sueño en lugar de elegir por la melatonina u otros medicamentos sedantes de venta libre, como los tratamientos para las alergias (Nilong, 2023).

“Las investigaciones han encontrado que las personas que comen más porciones de frutas y verduras pueden dormir más tiempo y tener un sueño más reparador que aquellas que comen menos frutas y verduras. El consumo de frutas y verduras también se ha relacionado con una mejor calidad del sueño y un menor riesgo de insomnio. Si bien es difícil para los investigadores identificar la razón exacta de los beneficios de las frutas y verduras para promover el sueño, una variedad de estos alimentos contiene melatonina y algunas frutas y verduras contienen cantidades más altas de la hormona que otras. Muchas frutas y verduras con alto contenido de melatonina (Breus M. D., 2023)

Snacks Saludables

“Los snacks saludables son aquellos que aportan vitaminas, minerales, fibra, grasas saludables, carbohidratos y proteína, lo que genera un aporte nutricional equilibrado y constante

en cada porción”. Adicionalmente están exentos de productos químicos añadidos o ingredientes que aporten calorías vacías. Los snacks son aquellos alimentos que si bien no se incluyen en comidas principales se consumen en medio de ellas para reducir el tiempo entre una comida y otra, o reducir el apetito. A los snacks también se les conoce como botanas, colaciones o meriendas y con su famosa popularidad a un “gustico” que nos tomamos entre comidas para saciar el hambre, la clave está en maximizar el uso de alimentos naturales y snacks sanos para aportar a nuestro cuerpo nutrientes y evitar problemas de salud a futuro” (Sánchez, 2020).

Los Alimentos que se recomienda en un Snack Saludable son: Frutas, Verduras, Legumbres, Semillas, Granos integrales (Josefina Castelán, 2021).

El insomnio es el trastorno del sueño más habitual en Estados Unidos, como los señalan los investigadores, entre el 10% y el 15% de la población del país sufre de insomnio (Russell K. , 2023).

Conforme investigación realizada en año 2022, el 32 % de los estadounidenses dijeron que durmieron “excelente” o “muy bien”; el 35% describió su sueño como “bueno”; y el 33% dijo que su sueño fue "regular" o "pobre" (Gallup, , 2022).

En 2020, el 14,5 % de los adultos estadounidenses tuvo problemas para conciliar el sueño la mayoría de los días o todos los días del último mes. Las mujeres (17,1 %) tenían más problemas para conciliar el sueño que los hombres (11,7 %). Los adultos asiáticos no hispanos (8,1 %) tenían menos probabilidades que los adultos negros no hispanos (13,7 %), hispanos (14,3 %) y blancos no hispanos (15,1 %) de tener problemas para conciliar el sueño. El porcentaje de adultos que tenían problemas para conciliar el sueño disminuyó con la edad. Los datos recientes

del Better Sleep Council revelan que más de un tercio (44 %) de las personas que duermen bien tienen más de 55 años y el 27 % tienen más de 65 años. El (17,8%) de los que lograron conciliar el sueño tuvieron problemas para permanecer dormidos. Una vez más, las mujeres (20,7 %) tenían más probabilidades que los hombres (14,7 %) de tener problemas para permanecer dormidas y, de nuevo, hubo algunas diferencias raciales/étnicas y de edad (American Sleep Apnea Association, 2023).

Mercado de los Snacks

El mercado del mix de frutas exóticas deshidratadas tiene una gran demanda en el mercado norteamericano, esto se da ya que las frutas que se producen en América Latina es muy grande además de que su valor nutricional y su calidad en el sabor, tamaño y forma es por eso que tras investigaciones y encuestas hechas por el autor se llegó a la conclusión de que el tipo de producto que generamos aquí en Ecuador y en América Latina en general es atractiva para la forma de vida y las tendencias de consumo (Proaño , 2020).

Conforme la publicación del diario expreso en una entrevista realizada al presidente Ejecutivo de Nestlé Ecuador menciono lo siguiente “Los hábitos de consumo han cambiado, un 96 % de personas están preocupados por su alimentación con respecto a su salud”, muchas empresas y emprendedores han dado un giro de negocio a esta gama. “El que no siga esta tendencia no va a tener éxito”, Nestlé Ecuador ejecuto varios estudios para ver la tendencia de consumo donde se evidencio que el 77 % de consumidores ecuatorianos indica que lo más importante cuidar su salud y un 96 % señala que depende mucho de clase de alimentos que

consumen para tener un balance la salud, con esto quiere decir que su inclinación va por snacks saludables, (Wahli, 2022).

Por esta inclinación Arcsa ha aprobado nuevos producto de 91 alimentos procesados entre ellos, productos para de cuidar la salud: 38 sin gluten, 8 para diabéticos, 23 sin lactosa, 7 con la enzima lactasa, 6 libres de fenilalanina y 13 para fines medicinales (Expreso, 2022).

La producción de frutas puede representar un segmento de importancia para la economía de un país ya que el alto nivel de consumo en el mundo hace que las empresas productoras se enfoquen en realizar varios de estos procesos para la elaboración del producto final en este caso es la deshidratación ya que permite tener una mayor margen de rentabilidad y con eso se prolonga su vida útil manteniendo y mejorando su calidad. La dimensión del mercado mundial de snacks se valoró en USD 1450,400 millones en 2021 y la expectativa que se expanda a una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 2,7 % de 2022 a 2030. Debido a la pandemia, junto con la adopción global del trabajo desde casa ha llevado al crecimiento exponencial del mercado de snacks en los últimos dos años. La expectativa es que esta tendencia se mantenga durante los siguientes periodos, ya que las empresas se están enfocando en innovaciones de productos, como productos más saludables y orgánicos. Con la llegada del COVID-19 provocaron un aumento en el consumo de productos alimenticios en los hogares de todo el mundo (Skyquestt, 2023).

Las preocupaciones latentes sobre la salud en todo el mundo y los estilos de vida y patrones dietéticos variantes han impulsado la demanda de una variedad de opciones de refrigerios. Una tendencia importante que impulsa la industria es la sustitución cada vez mayor

de comidas por refrigerios, así como la creciente demanda de refrigerios veganos y sin alérgenos. Los consumidores han cambiado su orientación del sabor de más proteína animal a una gama más amplia de caracteres del producto, los compradores buscan una mezcla de productos frescos y procesados que les ayude a mantener una dieta sana y equilibrada. Los Snacks conocidos son cada vez más populares y las expectativas y necesidades de los clientes demográficos jóvenes están evolucionando a un ritmo rápido. Como resultado de la pandemia, se han creado muchas empresas privadas de snacks en el mercado para satisfacer la mayor demanda. Los snacks son una fuente rápida y accesible de nutrición y energía en los países desarrollados, por lo que la demanda de nuevos snacks siempre es alta (Grand View Research, 2023).

En febrero de 2020, PepsiCo compró Be & Cheery, una de las empresas de snacks online más grandes de China, de Haoxiangni Health Food Co por 705 millones de dólares. La adquisición de Be & Cherry marca un paso importante en el objetivo de la empresa de convertirse en la principal empresa de alimentos y bebidas centrada en el consumidor de China.

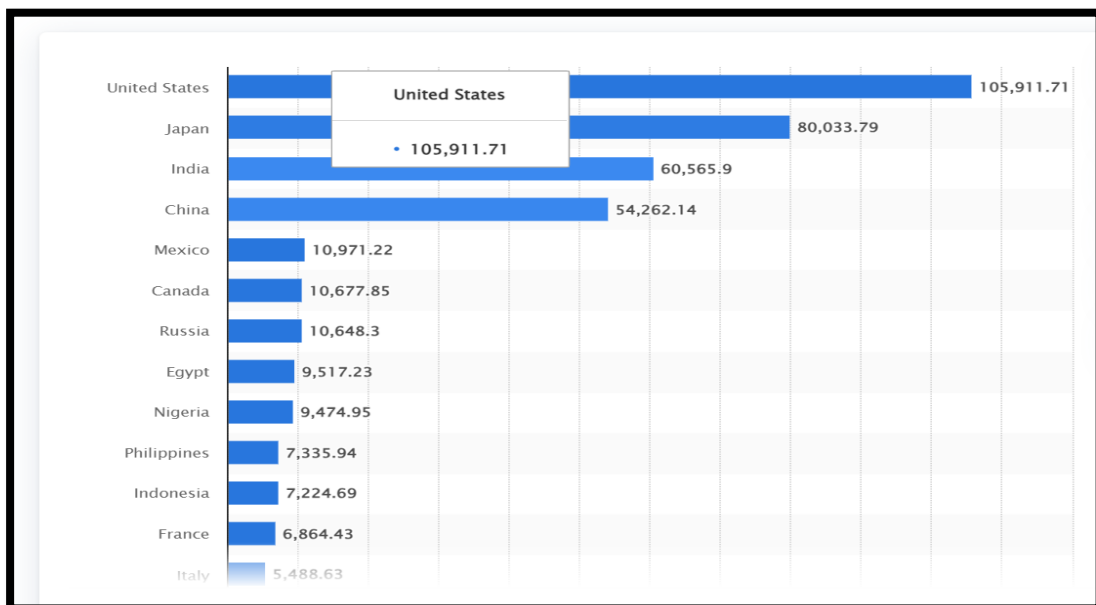
En julio de 2019, The Ferrero Group y sus empresas aliadas ("Ferrero"), un grupo mundial de confitería, adquirieron los negocios de galletas, frutas y bocadillos con sabor a frutas, conos de helado y corteza de pastel de The Kellogg Company.

En febrero de 2019, Unilever compró la marca británica de bocadillos Graze de la firma de inversión The Carlyle Group. Graze ofrece una variedad de refrigerios sin ingredientes artificiales, que incluyen nueces, semillas, mezclas de frutos secos y barras.

América del Norte tuvo la mayor participación de mercado a nivel mundial, representando alrededor del 33 % del valor global en 2021. La demanda de Snacks saludables en

los EE. UU. ha aumentado exponencialmente con el surgimiento de la pandemia de COVID-19. EE. UU. ya era un gran consumidor de snacks, pero el enfoque del consumidor ahora se ha desplazado hacia el consumo de snack saludables y nutritivos para prevenir todo tipo de riesgos relacionados con la salud. Información recolectada de (Statista Research Department, 2023).

Ilustración 3 Análisis del ingreso de Snack por país (En millones de dólares estadounidenses)



Fuente: (Statista Research Department, 2023)

Este análisis indica que, Estados Unidos lidera el ingreso de mercado de Snacks con (105,9 mil millones de dólares estadounidenses) y le sigue Japón con 80 mil millones de dólares estadounidenses. En el otro extremo del espectro se encuentra Kenia con 3200 millones de dólares estadounidenses (Revenue of the snack food market worldwide by country in 2022, 2023).

Solo en el enero 2022 las ventas subieron un 37,3 % en comparación al año y con el regreso de las clases presenciales se estima un incremento paulatino. según la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas; Los consumidores han tomado costumbre de revisar las etiquetas antes de su compra, ente las más buscadas son las que dicen “libre de”, “natural”, “sin”, “reducido”, “libre de gluten”, “sin azúcar” y “orgánico” (Zambrano, 2023).

2.2. Pestel- Porter – Foda

PESTEL

“Es una herramienta básica para poder definir estratégicamente el camino que deben tomar hoy nuestros negocios y proyectos. La utilización del análisis PESTEL nos ayuda a entender y mejorar al poder identificar los factores del entorno general”, (Ruiz, 2020)).

Tabla 1 Análisis PESTEL

Aspecto	Variable	Amenaza	Oportunidad
POLITICO - LEGAL	La organización política en Ecuador es democrática que cuenta con: la función ejecutiva, legislativa y judicial.	X	
	La organización política de Estados Unidos tiene dos sistemas de partido: partido demócrata y el partido republicano, en su sistema político de Estados Unidos está compuesta por dos poderes; poder ejecutivo y el poder legislativo.	X	
	La falta de acuerdos comerciales con Estados Unidos disminuye la competitividad para el ingreso de productos ecuatorianos, pero al momento Ecuador se encuentra en las primeras fases de negociación que ayudaron a las Pymes para exportar productos al Estados Unidos con beneficios arancelarios, ((CCQ, 2021)	X	
	La partida arancelaria 0813.50.00.00 (mezclas de frutas u otros frutos, secos de frutos de cascara), los documentos específicos para iniciar el proceso de exportación: son: registrar como un importador de acuerdo a las leyes establecidas, cumplir con los permisos que exige el país de origen y destino y en Ecuador registrar en el ECUAPASS como usuario de Operador de Comercio Exterior.		X
	Permisos para Exportar a USA.		x
	Registrarse ante la FDA, permiso de importación, producto es sometido a inspección en el puerto de entrada, y todos los requisitos generales de 7 CFR		

	319.52 pueden ser consultadas en el website del Agricultural Marketing Service, HACCP, buenas prácticas agrícolas, certificados orgánicos y de comercio, i información de referencia: para ser tratado de acuerdo con el Manual de Protección Vegetal y Tratamiento de Cuarentena, cumplimiento ley seguridad de la salud pública y preparación y respuesta ante el bioterrorismo, FDA de etiquetado, El PPB (Processed Products Branch) del USDA (OCE Nueva York, 2018).		
Económico	"De acuerdo con el Banco Central, la economía ecuatoriana creció 2,9% en 2022, impulsado principalmente por el consumo de los hogares (mismo que se apalancó en el crecimiento de las remesas, créditos, e importaciones), así como el gasto del Gobierno y las exportaciones. Además, esta institución redujo de 3,1% a 2,6% la proyección de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) para 2023, como consecuencia de la desaceleración de las exportaciones petroleras y la coyuntura internacional. Por otro lado, el Fondo Monetario Internacional prevé que Ecuador crecerá 2,9% en 2023 (su última proyección fue de 3%) convirtiéndolo en la tercera economía latinoamericana con mayor crecimiento, después de Venezuela (5%) y Paraguay (4,5%)" (Boletín macroeconómico, 2023)		X
	"En 2021, Ecuador exportó \$1M en Frutas secas, convirtiéndolo en el exportador número 77 de Frutas secas en el mundo. En el mismo año, Frutas secas fue el número 256 más enviado en Ecuador. El primordial destino de Frutas secas exportaciones de Ecuador son: Reino Unido (\$184k), Canadá (\$176k), Australia (\$176k), Panamá (\$120k), y Alemania (\$116k)", (Oec World, 2021).		x
	"La económica estadounidense avanzó a un ritmo anual de 1,1% en el primer trimestre de 2023, siendo una moderación con respecto al dato de 2,6% revisado para el último trimestre de 2022, el desempeño de la economía norteamericana fue inferior a la estimación de 2% prevista por economistas consultados por Bloomberg y enmarca una perspectiva de mayor incertidumbre en el desarrollo de la política monetaria. Dentro de las divisiones económicas que respondieron positivamente a lo largo del primer trimestre de 2023 se encuentran, en su orden, gasto de gobierno federal (+7,8%); exportaciones (+4,8%); gasto de administraciones estatales y locales (+2,9%), respectivamente. Al tiempo, el consumo, medido por el gasto del consumidor, avanzó a un ritmo anual de 3,7% y atendió, entre otros factores, a las mejores condiciones meteorológicas del invierno que tuvieron lugar al principio del año" (Cámara de Comercio Colombo Americana, 2023).		x
	"En 2021, Estados Unidos importó \$318M en Frutas secas, convirtiéndose en el importador número 2 de Frutas secas en el mundo. En el mismo año, Frutas secas fue el producto número 625 más importado en Estados Unidos" (OEC WORD, 2021).		x
Social	La alimentación saludable, hoy en día más que una tendencia, es una evolución. El consumidor ahora tiene un fin en mente comida saludable, ahora consumidor va aprendiendo e investigando y se encuentra super informado, conforme los datos The Food Navigator sólo el 34% de las personas considera que tiene una dieta saludable, aunque el porcentaje ha aumentado en un 5% en el último año, (Vidal, 2021).		x
	El salario básico en Ecuador en el 2023 es de USD 450 mensuales: un incremento de USD 25 o el equivalente a 6% más en comparación con 2022, con el 7% de los 8,2 millones de ecuatorianos en edad de trabajar recibe el salario básico, (Primicias, 2023).		x
	"Ecuador ocupa actualmente el cuarto lugar en salarios más altos con \$450; y el actual Gobierno apunta a llegar a los \$500 mensuales hasta 2025. El principal problema con esto es que los aumentos decretados no toman en cuenta la baja	x	

	productividad del país y afectan sobre todo a la contratación o generación de nuevos puestos de trabajo en las micro y pequeñas empresas” (Sisepuede, 2022).		
	El ámbito social se enfocará en generar plazas de trabajo para las familias ecuatorianas y será una de las principales prioridades de la empresa, brindando una mejor producción y estabilidad económica ayudando a agricultores.	x	
	El congreso de Estados Unidos se encarga de fijar un salario mínimo según la Ley de Estándares Laborales Justos. El salario mínimo en Nueva York es de \$14,20 por cada hora de trabajo, sin contar propinas (Cruz, 2023).		
	La ciudad de Nueva York es la más poblada de Estados Unidos, que cuenta con una población de 8.5 millones de personas, esto comprende a un incremento del - 5.3% del último censo registrado en el año 2022. El Ingreso familiar medio (en dólares de 2021), 2017-2021 es de \$70,663, (Census Bureau Quick Fast, 2023).		x
Tecnológico	Para producir el snack de mix de frutas deshidratadas, se utilizará un deshidratador de acero inoxidable con sistema de circulación de aire caliente, alta eficiencia que puede deshidratar los alimentos rápidamente que permitirán extraer la humedad de las frutas.		x
	Se va a utilizar una tecnología digital para un mayor alcance por medio de las redes sociales y la publicidad digital también de esta manera se podrá obtener un impacto en las empresas que están interesadas en nuestro producto tanto nacionales como internacionales.		x
Ecológico	Existen varias políticas medioambientales que se tome en cuenta en el país el promover productos naturales con un empaque biodegradable, dentro de estas políticas ambientales podemos encontrar en el artículo uno la sección 17 que las prácticas manufactureras de manera casera se exigirá un control menor al que si se lo hace con máquinas de gran capacidad y de gran producción.		x
	El país ofrece una oportunidad de tener un certificado de punto verde y así obtendremos un certificado de nuestro producto que va a ser tratado de manera responsable para el medio ambiente añadiendo un control ecológico en la producción.		x
	Elaboración del producto mediante el uso de maquinaria eléctrica que permitirá un menor en el medio ambiente, proceso que no se agregará productos químicos ni conservantes. Teniendo mayor oportunidad en el mercado Internacional.		x

Conclusión Análisis Pestel: El análisis de Pestel está proyectado en realizar estrategias que permitan alcanzar las metas de una empresa tanto interno y externo a nivel nacional, es por ello que se debe evaluar los puntos mencionados,

Conforme el análisis realizado en los aspectos político legal, económico, social, tecnológico y Ecológico nuestro producto tiene viabilidad en el mercado nacional debido a que

la economía ecuatoriana ha crecido un 2,9% en el año 2022; Post pandemia la gente está más enfocada en cuidar su salud física y mental, donde han adquirido hábitos alimentos que mejoren su calidad de vida y que los mismos contribuyan al cuidado del planeta.

Hacia una mira al mercado internacional con destino a Estados Unidos – New York, el análisis es aceptable, porque esta ciudad es una de la más grandes de Estado Unidos y cuenta con una población activa las 24 horas, que tiene una economía estable con ingresos destinados al consumo de Snack Saludables.

PORTER

Amenaza de nuevos entrantes

Conforme avanza la concientización en el cuidado de la salud y la nutrición, incrementa el ingreso de nuevas empresas a la industria de alimentos enfocados en cuidar la salud. Por ende, las organizaciones deberán implementar innovación en sus productos para conservar su posición. El impacto de la amenaza de producto sustitutos es medio porque en el mercado ecuatoriano no existe productos comestibles para mejorar la calidad del sueño.

Por lo antes mencionado nuestro proyecto Snack saludable “Para un sueño reparador” está compuesto de cuatro principales productos la badea, el maracuyá, la almendra y la miel que ayudan a restablecer la melatonina en el cuerpo humano favoreciendo el buen funcionamiento del sistema nervioso porque ayuda a mejorar problemas del insomnio.

El poder de Negociación de Proveedores

Sabemos que para brindar un producto de primera a nuestros futuros consumidores es importante contar con proveedores con altos estándares de calidad, los cuales nos permitan visualizar toda su cadena de producción desde la adquisición de materiales para la fabricación hasta su distribución.

Por lo cual realizaremos alianzas estratégicas con diferentes proveedores para lograr obtener el producto final; para que la negociación sea eficaz se pactará entre ambas partes acuerdos contractuales en base a las exigencias planteadas por nuestra empresa que permitan cumplir y medir: la eficacia, calidad, rapidez, confiabilidad, y cumplimiento. Se adicionará auditorías semestrales que abarque la medición de KPIS abordando los puntos arriba mencionados, sumándoles visitas en campo para su supervisión.

Principales Proveedores

- Productores y/o agricultores que produzcan maracuyá, nuez y almendras.
- Proveedores/ fabricantes de envases biodegradables.
- Distribuidora de deshidratadora de alimentos.

Por lo tanto podemos indicar que el poder de negociación con los proveedores tiene un impacto bajo, porque se cuenta con proveedores/ agricultores directos de maracuyá y badea localizados en Manabí, Guayas, Santa Elena y Esmeraldas como Ecuantropics S.A ubicado en Santa Elena, para los frutos secos almendra y nuez el proveedor será Frutecsa que abarca su distribución a

nivel nacional, para el insumo Miel el proveedor será Hadas del Valle, por lo cual todos los proveedores seleccionados cultivan con las características anteriormente indicadas.

El poder de Negociación de Clientes

El poder de negociación con nuestros futuros consumidores será anclado al beneficio adicional que nuestro producto ofrece, que permitirá mejorar el insomnio a base de productos naturales que también aportaran adicionales nutrientes por todos sus componentes del snack.

Adicionalmente nos involucraremos en el end to end de servicio con las facilidades que ofrece hoy en día la tecnología, crearemos plataformas digitales de información y compra online que nos permitirán tener una conexión directa con el cliente.

Amenaza de productos sustitutos

En el mundo de la medicina natural ha diseñado varias alternativas que ayuden y mejoren la calidad de sueño, a través de ingredientes naturales pero todos basados en pastillas compuestas de Cannabis, Te de flor de pasiflora, aceite a base de Cannabis, gomitas a base de Melatonina, valeriana a base de te o gotas, etc. Pero no existen snack saludable con ingredientes enfocados a mejorar el descanso. Por lo cual en el mercado no se encuentran productos con nuestros principales ingredientes Bada, Maracuyá, nuez, almendra y miel enfocado a una calidad del sueño.

Tabla 2 Posibles Productos Sustitutos

Empresas	Productos	Localización	Relación	Competencia Directa/Indirecta
Sugarbear Sleep-Powered by Vegan Vitamins	Gomitas veganas para dormir	Estados Unidos	Si	Indirecta
Nature's Nutrition	Sleep Vitaminas	Estados Unidos	Si	Indirecta
Manson natural	Vitaminas y Minerales para dormir	Estados Unidos	Si	Indirecta
NatureX	Aceite de extracto de CBD (Nutracannax)	Ecuador	Si	Indirecta
Aquilea	Tabletas para dormir	Ecuador	Si	Indirecta

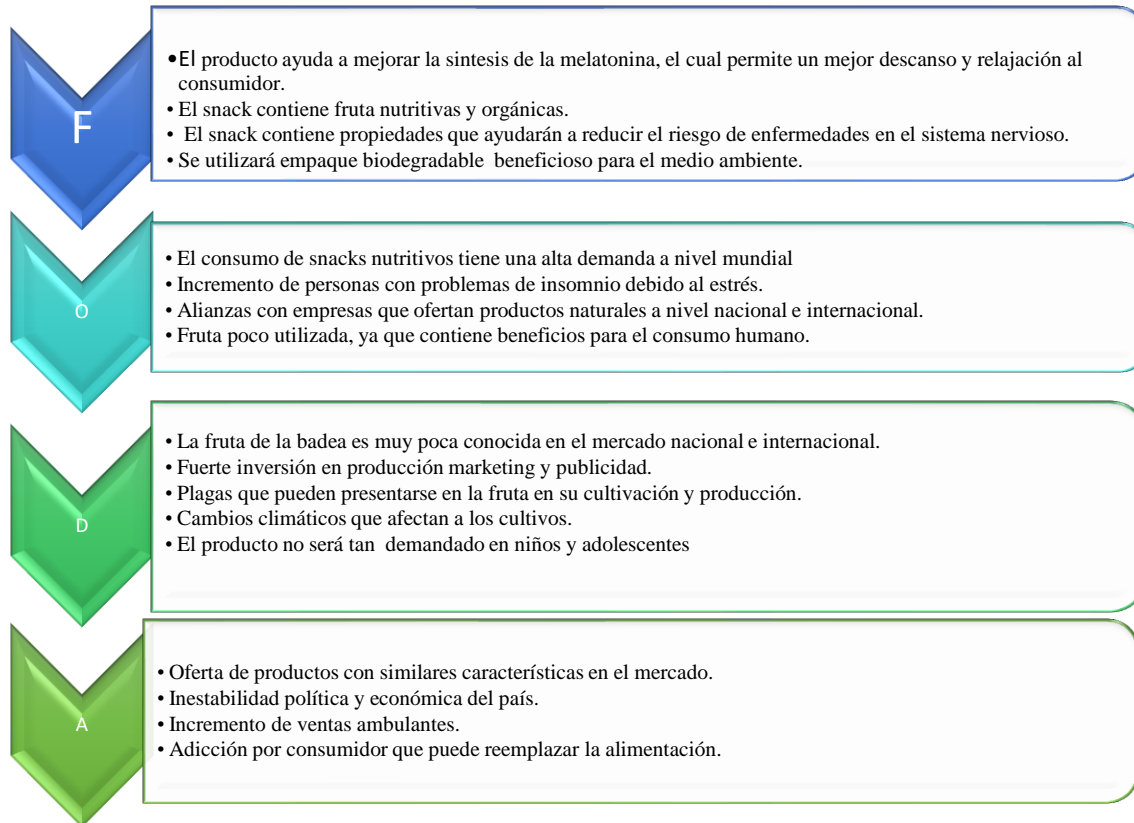
Fuente: (Sugarbear Pro. (2023), Cignarella, G. (2023), Aquilea Sueño Forte. (2023), 2023)

La rivalidad entre competidores

En la industria de alimentos saludables, la competencia puede ser ardua por la creciente demanda de productos enfocados en el cuidado de la salud. Por lo cual varias organizaciones disputan por abarcar la atención de los consumidores, lo que conlleva a una influencia sobre los márgenes de beneficio y a una necesidad de innovación frecuente para abarcar más mercado.

FODA

Ilustración 4 Análisis Foda



Fuente: (Autores)

2.3. Validación De Factibilidad- Viabilidad- Deseabilidad

2.3.1. Mercado objetivo (*Embudo de mercado*)

Nuestro mercado objetivo arranca en la ciudad de Quito considerando la población entre los 20 a 64 años que comen una dieta saludable que serían un total de 51689 personas que podrían ser los posibles consumidores para nuestra Snack para dormir “Nutri Dreams”.

Tabla 3 Embudo de Mercado

Mercado Potencial	%	Población
TOTAL, POBLACION EN QUITO	100%	2.937.407,00
DMQ el 72% de la población corresponde al area urbana	72%	2.114.933,04
PERSONAS EN EDADES DESDE 20 A 65 DMQ	65,00%	1.374.706
% Clase media y ALTA	9,40%	129222
(OMS), aproximadamente el 40 % de la población mundial padece algún tipo de alteración del sueño,	40,00%	51689
Mercado Potencial		51689

Fuente (CCQ, 2020)

Conforme las encuestas realizadas en la ciudad de Quito (ver ANEXO 1 Encuesta Empathi Map) el 40% mencionó que, compraría un snack saludable diseñado para mejorar la calidad de tu sueño con un precio entre \$3 a 5 dólares americanos. Por lo cual se considera que nuestra participación potencial es de 51689.

2.3.2. Investigación de validación de prototipo

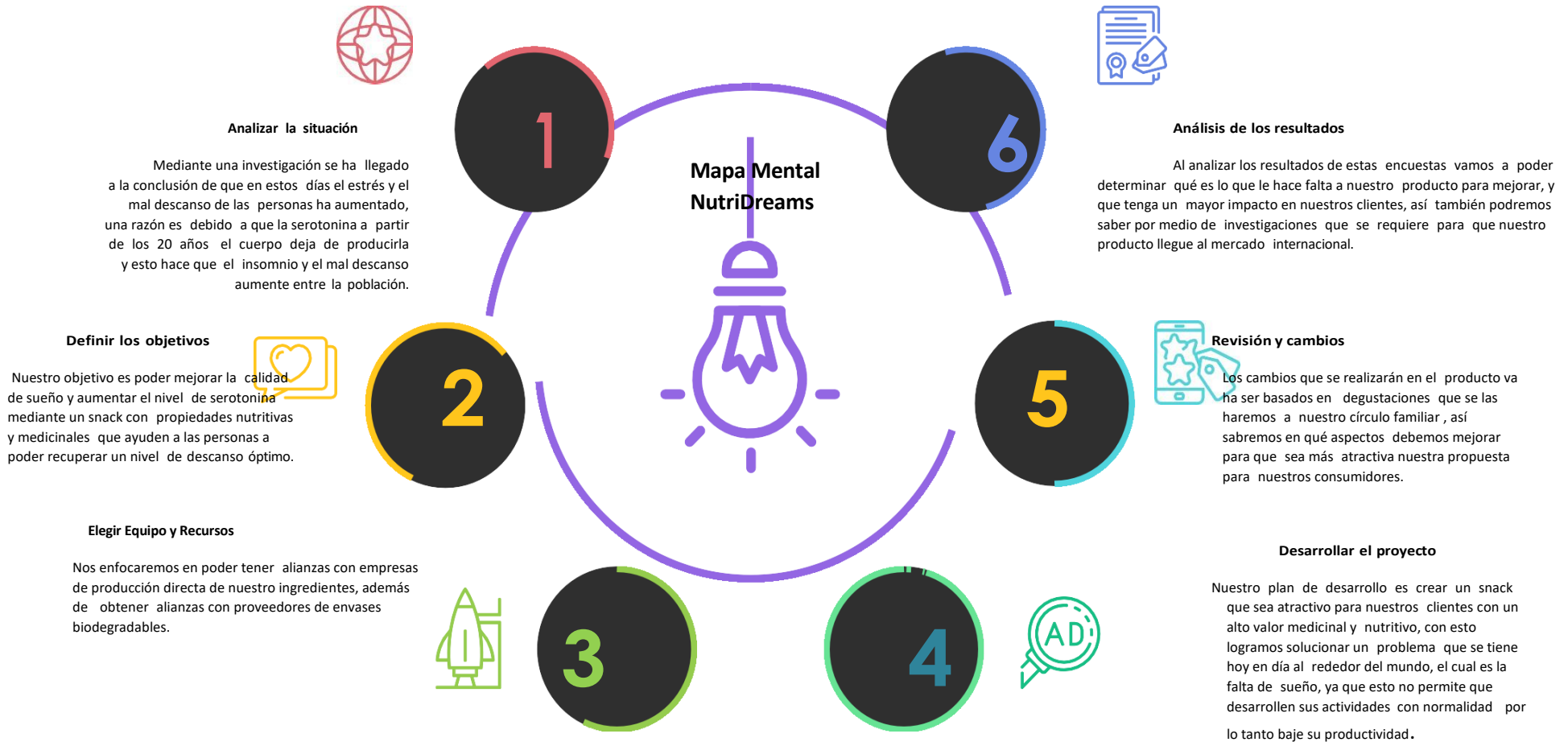


Ilustración 5 Validación de Prototipo

Compones del Snack

BADEA



Ilustración 6 Badea Foto: (Only Foods)

También conocida como granadilla gigante, es famosa debido a sus frutos de mayor tamaño (~1–3 kg) con sabor aromático, y por sus beneficios para la salud. Esta fruta se ha cultivado de forma limitada para el consumo local en algunos países, incluida Malasia, su pulpa es utilizada para la producción de jugo, mientras que el mesocarpio también es comestible (Ramaiya, 2021).

“Mientras que en la mayoría de las especies de *Passiflora* solo se come la pulpa jugosa que rodea las semillas, esta fruta es única porque también se come la pulpa. Es la fruta más grande del género, puede pesar entre 1,5 y 3 kilos, suele medir entre 20 y 30 cm de largo y entre 12 y 15 cm de ancho, con un sabor suave a melón” (Fern, 2022).

La badea tiene diferentes usos, como comestibles, la fruta inmadura se usa como verdura: se puede cocinar al vapor, hervir o agregar a las sopas, la cáscara gruesa de la fruta se cocina de varias maneras, la fruta se usa a menudo para hacer jugos, las raíces de las plantas viejas se hornean o se tuestan. El uso medicinal que tiene la badea es mediante la raíz es diurética, emética, narcótica y vermífuga, también contiene

pasiflora, un antihelmíntico que también provoca letargo, Cuando se pulveriza y se mezcla con aceite, la raíz se usa externamente como cataplasma calmante, una infusión de las hojas tiernas se usa como antiescorbútico, las hojas se pulverizan y se mezclan con aceite y luego se usan externamente como cataplasma calmante, también se utilizan de esta forma para tratar dolencias hepáticas. El fruto es antiescorbútico y estomacal, la cáscara de la fruta es sedante Se utiliza en el tratamiento de dolores de cabeza, asma, diarrea, disentería, neurastenia e insomnio. Un extracto de la fruta se utiliza como ingrediente en preparaciones cosméticas comerciales como agente calmante y protector de la piel (Tropical Theferns, 2022).

La badea o gigante Granadilla es nutritiva y contiene 100 g: agua 88 g, proteína 0,9 g, grasa 0,2 g, carbohidratos 10,1 g, ceniza 0,9 g, calcio 10 mg, fósforo 22 mg, hierro 0,6 mg, vitamina A 70 UI, niacina 2,7 mg y vitamina C 20 mg. El valor energético asciende a 170 kJ/100 g. Por tal el fruto es apreciado en los trópicos como antiescorbútico y estomacal. En Brasil, la carne se prescribe como sedante para aliviar el dolor de cabeza nervioso, el asma, la diarrea, la disentería, la neurastenia y el insomnio. Las semillas contienen un principio cardiotónico, son sedantes y, en grandes dosis, narcóticas. La decocción de las hojas es un vermífugo y se usa para bañar las afecciones de la piel. Las cataplasmas de hojas se aplican en afecciones hepáticas. La raíz se emplea como emético, diurético y vermífugo. En polvo y mezclado con aceite, se aplica como cataplasma calmante (Growables Org. LR, 2022).

Adicionalmente se indica que la badea familia de la Pasiflora ayuda calmar la ansiedad y el insomnio porque contiene flavonoides, que intervienen en el

funcionamiento del ácido GABA, el cual es neurotransmisor inhibitor del sistema nervioso central que ayuda al momento de dormir. (INFOBAE, 2022).

Maracuyá



Ilustración 7 Maracuyá foto (Aldía, 2022)

Passiflora edulis, conocida como maracuyá o fruta de la pasión, es un fruto tropical exótico nativo de América. El maracuyá de cáscara amarilla (*P. Edulis* Var. *Flavicarpa*) es el más común y de mayor importancia económica, los principales países productores de maracuyá son Brasil, Ecuador, Perú, Colombia y Kenia, En México. Está conformado por una cáscara gruesa, dura y de un color amarillo brillante, mientras que las semillas son de color café. El uso de este fruto generalmente es en jugo, pero se ha desarrollado una gran diversidad de productos a base del maracuyá como helados, mermeladas, yogures y tés, entre otros. Tradicionalmente lo utilizan en la medicina herbolaria de muchos países por sus actividades farmacológicas, las cuales son atribuidas a los compuestos bioactivos que se encuentran en la fruta. Generalmente se usa como diurético, digestivo, sedante y antidiarreico, así como para el tratamiento de la tos, constipación, insomnio, cólicos en infantes, dolor de articulaciones, etc., (González, 2022).

En los diversos estudios in vitro e in vivo han demostrado que el maracuyá presenta varias actividades benéficas para el ser humano, tales como funciones antioxidantes, antiinflamatorias, antihipertensivas, hepatoprotectoras, antidiabéticas, sedantes y antidepresivas; estas bioactividades se deben a la presencia de compuestos bioactivos como la luteolina, apigenina y quercetina, además de los ácidos clorogénico, cafeico y vanílico. El maracuyá es una fruta muy refrescante que provee de otros compuestos nutricionalmente valiosos, como altos porcentajes de vitamina A, vitamina C, fibra dietaria y minerales como potasio, fósforo y magnesio, que son importantes para la salud humana (Valencia, 2022).

El maracuyá “Contiene triptófano, un aminoácido que interviene en la síntesis de melatonina y serotonina, relacionadas con la conciliación del sueño (La Vanguardia, 2021).

NUEZ



Ilustración 8 Nuez foto (Shutterstock,2023)

Las nueces son arrugadas con forma de globo que pertenece al fruto del nogal, estas crecen en una cáscara dura que al abrirse sale el alimento llamado nuez; Las nueces se suelen comer crudas o tostadas. Como la mayoría de los frutos secos, las

nueces son ricas en grasas, pero en forma de grasas poliinsaturadas, que son una valiosa fuente vegetariana del ácido graso esencial omega-3 (Shubrook, 2023).

La Nuez consigue combatir la inflamación y reducir el riesgo de enfermedad coronaria, los polifenoles de las nueces pueden ayudar a combatir la inflamación; los polifenoles son compuestos beneficiosos que pueden ayudar a perfeccionar nuestro perfil de lípidos (grasas). Al comer una nuez ayudará enormemente a las mujeres embarazadas porque contienen grupos saludables del complejo de vitamina B como folatos, riboflavina y tiamina. Estos pueden promover la salud durante el embarazo (Tadimalla, 2023).

Al buscar comida nutricional sólida y sabrosa con beneficios respaldados por la ciencia para ayudarlo a conciliar el sueño, hay una solución aprobada por RD (Dietistas registrados) y es el consumo de la nuez, la cual se lo puede consumir antes de ir a dormir, las nueces contienen más ALA, un ácido graso omega-3 antiinflamatorio que una porción de nueces contiene 4 gramos de proteína, 2 gramos de fibra y el 11 por ciento de su requerimiento diario de magnesio. Asimismo, aportan una cantidad enorme de antioxidantes, como los polifenoles, que tienen un efecto beneficioso sobre la salud intestinal y reducen el riesgo de enfermedades crónicas, (Yang, 2021).

Las nueces contienen cuantiosos compuestos que están atados a patrones de sueño porque son una fuente de triptófano, un aminoácido que el cuerpo del ser humano usa para producir serotonina y melatonina, y ambas sustancias están involucradas en la regulación de su sueño. Asimismo, las nueces contienen melatonina, la hormona que rige el ciclo de sueño, por lo que puede decirse que, en lugar de tomar

pastillas de melatonina, puede intentar comer algunas nueces para obtener su dosis (Yang, 2021).

ALMENDRA



Ilustración 9 Almendra foto (El correo,2019)

Se parece a un melocotón hasta que se acerca a la madurez; a medida que madura, la cubierta exterior coriáceo, o casco, se abre, se enrosca hacia afuera y descarga el hoyo (Petruzzelo, 2023).

La almendra se considera una nuez, aunque técnicamente es una drupa producida por el almendro (*Prunus dulcis*; *Prunus amygdalus*). Es originaria del norte de África, el oeste de Asia y el Mediterráneo, Esta nuez popular se come cruda o tostada y se incorpora a una variedad de alimentos (Trowbridge, 2021)

Las almendras son un alimento primordial durante la comida o la merienda, y son más que una fuente alta en vitaminas con un excelente sabor. Conforme el Departamento de Agricultura de EE. UU. (USDA), las almendras son una fuente de muchos nutrientes, que incluyen fibra, proteínas, grasas saludables, magnesio y vitamina E. Se considera a la almendra en la categoría de grasas saludables, pero las almendras son una fuente sorprendente de proteínas y fibra. Al tener estas

aportaciones muchos grupos veganos y vegetarianos se inclinan por sus consumos porque son fuentes de proteínas de origen vegetal, y para el 95 % de los estadounidenses, según un artículo del American Journal of Lifestyle Medicine, que no consumen la cantidad recomendada de fibra (Muinos, 2023).

Las almendras contienen un alto valor nutricional, comer almendras ayuda a reducir los niveles del colesterol malo, llamado lipoproteína de baja densidad (LDL), y aumenta los niveles del colesterol bueno, el colesterol de lipoproteína de alta densidad (HDL). Estas también poseen propiedades antiinflamatorias y antioxidantes para ayudar a proteger de enfermedades del corazón. Adicionalmente investigaciones recientes indican que las almendras pueden proteger la salud y la inmunidad del tracto gastrointestinal, (Kathleen, 2022)

Las almendras contienen más magnesio que las nueces, estas están enriquecidas de magnesio, melatonina y la vitamina B las cuales ayudan a mejorar el insomnio y se ha demostrado en ensayos clínicos, especialmente entre las personas mayores casi el 50 por ciento de las personas mayores sufren de insomnio, (Noone, 2019).

2.3.3. Mejora del prototipo

QUE VAMOS A HACER	COMO LO VAMOS A HACER	PARA QUE LO VAMOS A HACER
Se implementará una bolsa de 100g de snack saludable, con los siguientes ingredientes: Badaea, maracuyá, almendra, nuez, miel.	Se realizará mediante demostraciones a personas del círculo familiar que tengan problemas de insomnio, ansiedad y estrés.	Para contribuir con la sociedad que esta con problemas de ansiedad, insomnio y estrés a raíz de la COVID.

Pasos ejecutados en la Mejora de prototipo.

1. Investigación y Retroalimentación:

Recopilar los comentarios de nuestros consumidores, siguiendo sus preferencias y sugerencias. Permitirá identificar en que áreas específicas mejorar.

2. Análisis Nutricional:

Evaluar la tabla nutricional de NutriDreams. Identificar si los ingredientes son equilibrados y si se puede aumentar o disminuir los ingredientes según la inclinación de salud actuales.

3. Ingredientes de Calidad:

Se asegura que los ingredientes sean de alta calidad. Se utilizó productos naturales como la almendra, nuez, miel, badea y maracuyá, así se logró minimizar el uso de aditivos artificiales.

4. Perfil de sabor:

Los sabores de NutriDreams están bien equilibrados y tienen una textura agradable conservando su atractivo visual y comestible llamando la atención del consumidor.

5. Alergenos:

Se mostrará una advertencia en la etiqueta del producto que ayudará a la gente a poder visualizar mejor cual es el contenido del producto y sus ingredientes.

6. Presentación Atractiva:

El empaque de NutriDreams es atractivo para los consumidores debido a su presentación. Compitiendo con el resto de las marcas de snacks nutritivos del mercado local e internacional.

7. Pruebas de Sabor y Aceptación:

Se realizaron pruebas de sabor con nuestro círculo familiar y se obtuvo información que ayudó a poder mejorar ciertos aspectos en el tema de sabor.

8. Pruebas de Estabilidad:

NutriDreams tiene 1 año de vida útil sin perder su sabor ni su textura.

9. Evaluación de Costos:

Se evaluaron costos considerando los cambios y las mejoras realizadas al producto, tomando en cuenta los costos de producción equilibrando la viabilidad financiera.

10. Marketing y Comunicación:

Para alcanzar el objetivo se implementó una serie de estrategias de marketing enfocadas en la segmentación y selección del mercado. Se desarrollo una campaña publicitaria integral que destaque los beneficios para mejorar el sueño y promueva los ingredientes naturales presentes en el snack.

11. Feedback Continuo:

Una vez lanzado el producto al mercado se seguirá recibiendo feedbacks de nuestros consumidores, esto ayudará a tener una mejora continua en nuestro producto.

Mediante demostraciones del producto a personas que conforman el círculo familiar se pudo verificar los siguientes aspectos: Producto poco ácido, Las porciones de cada ingrediente están alteradas, Bolsa poco amigable con el medio ambiente.

Mediante estas recomendaciones se logró una mejora del producto los cuales se detallan a continuación:

Añadir miel al maracuyá para disminuir su acidez (La miel estimula en el cerebro la producción de triptófano, que posteriormente se convierte en serotonina y favorece un sueño reparador, conforme las investigaciones el consumo de miel mejora la calidad de, incluso, en un estudio anunciado en la revista médica Pediatrics , la miel ayudó como coadyuvante en el sueño en niños con tos nocturna (Sabater, 2023).

Porciones en su respectiva medición a través de la balanza y bolsa amigable con el medio ambiente a través de la empresa Aseflex.

Capítulo III

3.1 Canvas o lean Canvas

MODELO CANVAS

SOCIOS CLAVE

La alianza con agricultores que producen estas frutas ayudará a que nuestro producto tenga una preparación más artesanal y de esa manera poder dar valor y dignificar el trabajo del agricultor, también la alianza con empresas en el extranjero que distribuyan nuestro producto.

RECURSOS CLAVE

Es un snack aparte nutritivo está pensado para mejorar el sueño de las personas.

ACTIVIDADES CLAVE

Uno de factores claves o diferenciadores es el uso de la badea y maracuyá, estas al ser frutas exótica llama la atención de los clientes debido a sus beneficios medicinales y nutritivos.

PROPUESTA DE VALOR

NutriDreams tiene como objetivo poder ayudar a las personas a tener un descanso más satisfactorio a la hora de dormir. El snack tiene un gran factor diferenciador porque está enfocado en brindar al consumidor un producto nutricional y a su vez con beneficios en mejorar la calidad de sueño.

RELACIÓN CLIENTES

Al ser un proceso natural la relación con nuestros clientes es directamente proporcional a sus necesidades.

CANALES

Los canales de distribución a utilizar son directos e indirectos mediante distribuidores, y con enfoque en la publicidad digital.

SEGMENTO CLIENTES

NutriDreams está enfocado en un segmento de clientes específico porque busca mejorar la calidad de sueño mediante productos naturales.

El consumidor principal aborda entre la edad de 20 a 65 años de edad.

COSTES DE ESTRUCTURA

El proceso de la deshidratación es relativamente sencillo y no requiere de costos elevados para su producción, esto acompañado de alianzas estratégicas puede generar grandes beneficios económicos para la empresa. Su producción eco amigable con el medio ambiente por medio de el uso empaques biodegradables son costes que no requieren de una gran inversión.

FUENTES DE INGRESO

Los frutos secos son uno de los productos que más han tenido su crecimiento en ventas en los últimos años, debido a su gran valor nutricional, con NutriDreams se podrá mejorar los hábitos de descanso por lo que generará tendencia y influirá en los hábitos de adquisición generando mayores ingresos en el tiempo.

3.2. PMV

3.2.1. PMV comercial y modelo de monetización

Según las investigaciones en el mercado nacional del producto snack saludables, se pudo verificar que estamos con un producto plus que son la badea y maracuyá, lo cual nos brinda la seguridad de estar en el mercado y tener un punto diferenciador.

En el proyecto se realizó a través de la operación del Mago de Oz, y se enfocó en utilizar a 4 personas que tengan diferentes edades, como son: Niños, Adulto, Joven, adulto mayor.

Los cuales pudieron evidenciar y degustar el producto, manifestando que al momento de ingerir el producto sintieron relajamiento con síntomas de dormir de una forma natural, (no sentirse en el punto de ser medicados).

En la presentación del producto nos dieron las siguientes recomendaciones lo cuales fueron que se tiene que mejorar el empaque y breve explicación de la información nutricional del producto para que haya mejor entendimiento.

Para lanzar el producto al mercado se requiere cumplir ciertos requisitos fundamentales bajo la ley ecuatoriana:

- RUC (como persona natural): Se incluye actividad económica y establecimiento (dirección, nombre del establecimiento)
- Categorización MIPRO: Determinar tamaño de empresa
- Permiso de funcionamiento ARCSA con actividad/actividades a desempeñar (se renueva cada año)

- Estudio de la tabla nutricional y semáforo mediante los laboratorios certificados por la SAE.
- Notificación Sanitaria por cada producto valor
- Patente
- Registro o inscripción de marca, Búsqueda fonética
- Permiso de bomberos

Nuestro modelo de negocio utilizaremos B2B, B2C, porque en B2C venderemos de empresa a clientes y en B2B venderemos el producto de empresa a empresa, con esto generaremos ingresos por dos entes, pero resaltando que nuestras ganancias fuertes serian mediante B2B, ya que nos apalancaremos con socios estratégicos y cadenas de mercado para poner en percha el producto.

Nuestras ventas directas estarán enfocadas por internet, mediante redes sociales, página web, como son: Tik Tok, Facebook, Instagram, adicionalmente obtendremos pauta en redes sociales con segmentación por lo que la red social va a ser un factor primordial para que conozcan nuestro producto terminado.

3.2.2. Prototipo final

Calidad

Métodos de Control de Calidad

Materia Prima

Se realiza una minuciosa de selección de la fruta que al momento de ingresar a la producción esta debe estar madura y sana.

Proceso

Se debe tener una temperatura adecuada para realizar los procesos de secado, para que la fruta no salga con humedad o quemada.

Producto Final

Mediante los procesos ya mencionados, se debe efectuar cada porción debe tener el porcentaje adecuado para el producto final, con el fin de brindar una efectividad de degustación para los posibles clientes.

Mantener un empaque bien sellado para que no haya filtración de oxígeno y contaminación en el producto interno.

Debe contener el peso ideal para su distribución, manteniendo los procesos de calidad, que deben estar sustentado por el laboratorio que brindan los servicios.

La vida útil del producto es de un año manteniendo en una temperatura fresco.

Seguridad e higiene ocupacional

- Normas de Higienes
- Mantener una rigurosa limpieza interna y externamente
- Aplicar buenas prácticas de higienes tanto en lo personal y en la durante el procesamiento de la materia prima.
- Realizar un lavado de manos ante, durante y después de cada proceso que se debe realizar en la producción con agua y jabón líquido.
- Mantener las uñas limpias, cortas antes de ingresar a la jornada de trabajo
- Mantener gorros de protección para el cabello mediante el lugar de trabajo

- Eliminar maquillaje, pintura de labios y ojos mientras se encuentre en el lugar de trabajo
- Usar tapabocas de manera correcta en el lugar del trabajo.
- Mantener el delantal limpio y usarlo correctamente para evitar posibles contaminaciones.

Mediante elaboración de procesos se llevó a cabo el producto final, por lo cual se llegó a la conclusión de que se brindara una porción adecuada del producto que debe tener todos los ingredientes del producto para que tener mayor degustación y efectividad.

Vista Frontal

Vista Posterior

Ilustración 10 Vista Frontal empaque

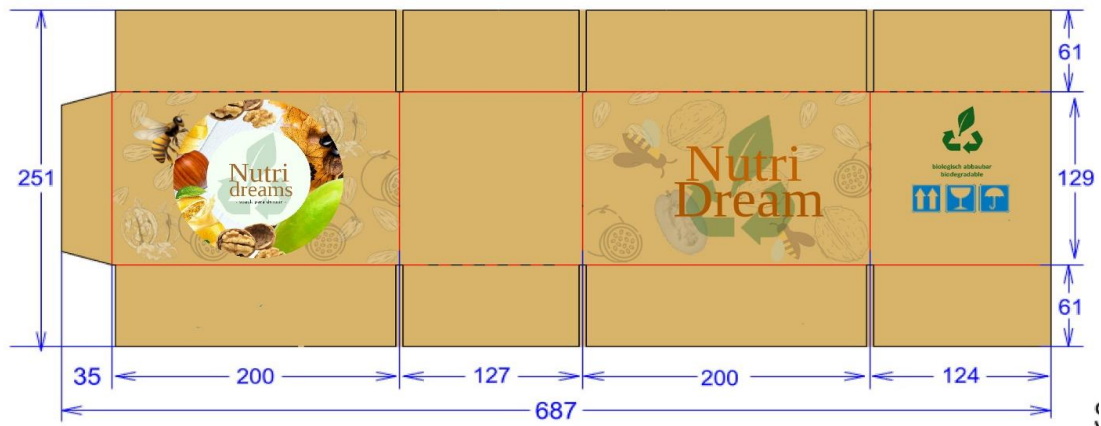
Ilustración 11 Empaque vista frontal



Ilustración 12 Logotipo



Ilustración 13 Corrugado Final "Nutri dreams"

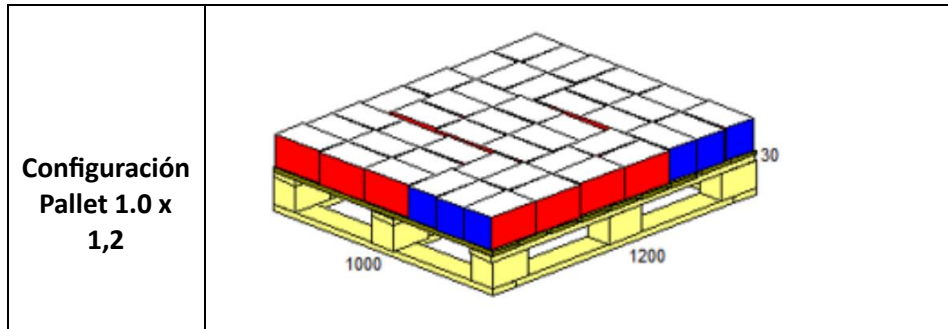


Fuente: (Autores)

Ilustración 14 Configuración Corrugado



Ilustración 15 Configuración Pallet



Capítulo IV

4. Plan De Marketing

El presente plan de marketing de Nutri Dreams tiene como objetivo principal promocionar y posicionar en el mercado nacional sus snacks saludables elaborados con frutas deshidratadas, los cuales están diseñados para mejorar la calidad del sueño.

Marketing Mix

“El marketing mix es la forma en la que lanzas un nuevo producto o servicio al mercado. Una estrategia de marketing mix te ayuda a definir tus opciones en cuanto a producto (Product), distribución (Place), precio (Price) y promoción (Promotion)”, (Phoebe, 2022).

Producto

Componente	Producto
PMV	- Snacks saludables diseñados para mejorar la calidad del sueño.
Modelo de monetización	- Ventas B2B (empresas) y B2C (clientes individuales).
Estrategias de venta	- Uso de internet, redes sociales y página web para promocionar y vender el producto.
Prototipo final	- Empaque biodegradable y atractivo con colores llamativos que representen los ingredientes.

- Diseño que genere novedad y atraiga la atención de los consumidores en su primera compra.

Precio

Componente	Precio
Estrategia	- Considerar varios factores como costos de producción, precios de la competencia y valor percibido por los consumidores. - Establecer una estrategia de precios ligeramente más alta para posicionar el producto como premium.
Margen	- Establecer un margen de rentabilidad adecuado para cubrir costos y generar ganancias. - Considerar costos de producción, marketing, promoción, gastos generales y márgenes de distribución.
Valor percibido	- Comunicar claramente el valor percibido por los clientes, destacando los beneficios medicinales y nutricionales del producto.

Plaza

Componente	Plaza (Distribución)
Canales de distribución	- Supermercados - Tiendas naturistas - Farmacias - Plataformas de comercio electrónico
Alianzas estratégicas	- Tiendas de productos orgánicos - Farmacias especializadas en medicina natural
Logística y almacenamiento	- Sistema eficiente de logística y almacenamiento - Procesos de abastecimiento y distribución
Marketing en punto de venta	- Materiales promocionales - Exhibición destacada en estanterías - Degustaciones
Presencia en línea	- Página web atractiva y funcional - Presencia en redes sociales - Estrategias de marketing digital - Utilización de plataformas de comercio electrónico
Servicio al cliente	- Líneas telefónicas de consulta - Chat en línea - Correo electrónico
Expansión geográfica	- Expansión a otras ciudades - Posible expansión a otros países, como el mercado estadounidense - Estrategia de distribución más amplia - Posibles alianzas internacionales

Promoción

Componente	Promoción
Estrategia de comunicación	- Crear una identidad de marca sólida que transmita los valores de salud, bienestar y calidad del producto.
	- Utilizar un lenguaje claro y persuasivo en todos los materiales de promoción para resaltar los beneficios del producto en la calidad del sueño.
	- Destacar la utilización de ingredientes naturales y medicinales, como la badea y el maracuyá, para generar confianza en la efectividad del snack.
	- Comunicar la propuesta de valor única del producto, enfatizando su capacidad para mejorar el descanso y aportar nutrientes esenciales.
Estrategia de promoción en línea	- Utilizar testimonios de clientes satisfechos que hayan experimentado mejoras en su calidad de sueño después de consumir el snack.
	- Crear y mantener un sitio web atractivo y fácil de navegar, donde los clientes puedan obtener información detallada sobre el producto, realizar pedidos y dejar comentarios.
	- Utilizar las redes sociales para promover el producto y generar interacción con los seguidores. Publicar contenido relevante sobre la importancia del sueño y compartir testimonios de clientes satisfechos.
	- Realizar campañas de marketing en línea, como anuncios en redes sociales y Google Ads, dirigidos específicamente a personas interesadas en mejorar su calidad de sueño y en productos saludables.
	- Colaborar con influencers y bloggers en el campo de la salud y el bienestar para que prueben y recomienden el producto a su audiencia.

Marketing Operativo

En el marketing operativo, se dirige hacia la implementación de las estrategias propuestas de manera efectiva, especialmente en el corto plazo, (Hoyos, 2021).

Objetivos y estrategias con relación al Producto

Objetivo estratégico

Aumentar la demanda y el reconocimiento de los snacks saludables diseñados para mejorar la calidad del sueño de Nutri Dreams.

Estrategia

- Estrategia de marketing digital
- Estrategia de Branding

Objetivos y estrategias en relación con el Precio

Objetivo estratégico

Maximizar el valor percibido por los clientes y garantizar una rentabilidad adecuada para los productos de NutriDreams.

Estrategia

- Estrategia de posicionamiento premium
- Gestión de costos y rentabilidad:

Objetivos y estrategias en relación a la Plaza

Objetivo estratégico

Expandir la distribución y presencia del snack saludable de Nutri Dreams en el mercado nacional, comenzando por la ciudad de Quito, Ecuador.

Estrategia

- Estrategia de canales de distribución diversificados
- Alianzas estratégicas

Objetivos y estrategias en relación a la Promoción

Objetivo estratégico

Incrementar la visibilidad y reconocimiento de la marca Nutri Dreams y su snack saludable enfocado en mejorar el sueño, captando la atención del mercado objetivo y generando demanda.

Estrategia

Estrategia de comunicación y posicionamiento de marca:

Estrategia de promoción en línea:

Tabla 4 OE1.1: Producto

OBJETIVO ESTRATÉGICO:		OE1.1: PRODUCTO: Aumentar la demanda y el reconocimiento de los snacks saludables diseñados para mejorar la calidad del sueño de Nutri Dreams				
ESTRATEGIAS:		1. Estrategia de marketing digital 2. Estrategia de Branding				
ACTIVIDADES	FECHA	FECHA	RECURSOS			
	INICIO	FIN	MATERIALES	TECNOLÓGICOS	HUMANOS	ECONÓMICOS
1.1 Crear y mantener una página web atractiva y funcional para promocionar y vender los snacks saludables.	1/10/2023	28/11/2023	Manuales de operaciones	Dominio, hosting, plataforma de comercio electrónico	Equipo de diseño web y desarrollo	\$ 180.00
1.2 Desarrollar contenido relevante y atractivo para redes sociales, incluyendo publicaciones informativas sobre los beneficios del sueño, recetas saludables y testimonios de clientes satisfechos	1/12/2023	31/12/2023	Manuales de operaciones	Herramientas de programación y gestión de redes sociales	Equipo de marketing y diseño gráfico	\$ 75.00
1.3 Implementar campañas publicitarias en línea dirigidas específicamente a personas interesadas en mejorar su calidad de sueño y en productos saludables	1/1/2024	28/2/2024	Manuales de operaciones, material impreso	Herramientas de publicidad en línea (por ejemplo, Google Ads, Facebook Ads)	Equipo de marketing y publicidad en línea	\$70
2.1 Diseñar un empaque atractivo y llamativo para los snacks saludables, utilizando colores y elementos gráficos que representen los ingredientes naturales utilizados.	1/10/2023	30/11/2023	Empaque prototipo	Software de diseño gráfico	Equipo de diseño gráfico y packaging	\$ 50
2.2 Comunicar claramente la propuesta de valor única de los productos en el empaque y en los materiales promocionales	1/11/2023	1/12/2023	Muestras	Software de diseño gráfico	Equipo de marketing y diseño gráfico	\$ 85

OBJETIVO ESTRATÉGICO:	OE2.1: PRECIO: Maximizar el valor percibido por los clientes y garantizar una rentabilidad adecuada para los productos de NutriDreams.					
METAS:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estrategia de posicionamiento premium 2. Gestión de costos y rentabilidad 					
ACTIVIDADES	FECHA	FECHA	RECURSOS			
	INICIO	FIN	MATERIALES	TECNOLÓGICOS	HUMANOS	ECONÓMICOS
2.3 Generar <i>novedad y atención</i> en los consumidores a través de campañas de marketing enfocadas en el empaque y el branding de los snacks saludables.	1/2/2024	30/04/2024	Material bibliográfico	Herramientas de marketing en línea y redes sociales	Equipo de marketing y diseño gráfico	\$ 75.00
SUBTOTAL POA-1.1:						\$ 535.00

Nota. La tabla muestra el objetivo estratégico del producto. Elaboración: Autores

Por lo tanto, como POA del objetivo estratégico del producto tiene un valor de \$ 535.00 dólares de los Estados Unidos Americanos.

Tabla 5 OE2.1: Precio

OBJETIVO ESTRATÉGICO:		OE2.1: PRECIO: Maximizar el valor percibido por los clientes y garantizar una rentabilidad adecuada para los productos de NutriDreams.				
METAS:		1. Estrategia de posicionamiento premium 2. Gestión de costos y rentabilidad				
ACTIVIDADES	FECHA	FECHA	RECURSOS			
	INICIO	FIN	MATERIALES	TECNOLÓGICOS	HUMANOS	ECONÓMICOS
1.1 Realizar un estudio de mercado para determinar la percepción de los clientes sobre los productos de NutriDreams en comparación con los snacks convencionales	1/8/2023	30/9/2023	Material bibliográfico	Software de análisis de datos	Equipo de investigación de mercado	\$ 175.00
1.2 Desarrollar un plan de comunicación que destaque los beneficios medicinales y nutricionales de los productos de NutriDreams, resaltando su capacidad para mejorar la calidad del sueño	1/10/2023	31/12/2023	Materiales promocionales	Herramientas de diseño gráfico y edición de video	Equipo de marketing y comunicación	\$ 95.00
1.3 Implementar una estrategia de precios que refleje el posicionamiento premium de los productos de NutriDreams.	1/1/2024	31/1/2024	Material bibliográfico	Software de análisis de costos y rentabilidad	Equipo de finanzas y estrategia de precios	\$55,00
2.1 Realizar un análisis detallado de los costos de producción, marketing y promoción, gastos generales y márgenes de distribución	1/2/2024	28/2/2024	Material bibliográfico	Software de gestión de costos	Equipo de finanzas y contabilidad	\$ 85.00
2.2 Establecer un margen de rentabilidad adecuado que cubra los costos y genere ganancias para la empresa	1/3/2024	31/3/2024	Material bibliográfico	Software de cálculo financiero	Equipo de finanzas y contabilidad	\$ 40.00
2.3 Realizar un seguimiento regular de los costos y rentabilidad para realizar ajustes y mejoras según sea necesario	1/4/2024	30/4/2024	Material bibliográfico	Software de cálculo financiero	Equipo de finanzas y estrategia de precios	\$ 50.00

OBJETIVO ESTRATÉGICO:	OE2.1: PRECIO: Maximizar el valor percibido por los clientes y garantizar una rentabilidad adecuada para los productos de NutriDreams.					
METAS:	1. Estrategia de posicionamiento premium 2. Gestión de costos y rentabilidad					
ACTIVIDADES	FECHA	FECHA	RECURSOS			
	INICIO	FIN	MATERIALES	TECNOLÓGICOS	HUMANOS	ECONÓMICOS
SUBTOTAL POA-1.1:						\$ 500.00

Nota. La tabla muestra el objetivo estratégico del precio. Elaboración: Autores

Por lo tanto, como POA del objetivo estratégico del precio tiene un valor de \$ 500.00 dólares de los Estados Unidos Americanos.

Tabla 6 OE3.1: Plaza

OBJETIVO ESTRATÉGICO:		OE3.1: PLAZA: Expandir la distribución y presencia del snack saludable de NutriDreams en el mercado nacional, comenzando por la ciudad de Quito, Ecuador.				
METAS:		1. Estrategia de canales de distribución diversificados. 2. Alianzas estratégicas				
ACTIVIDADES	FECHA		RECURSOS			
	INICIO	FIN	MATERIALES	TECNOLÓGICOS	HUMANOS	ECONÓMICOS
1.1 Análisis de mercado y selección de canales de distribución	1/8/2023	31/8/2023	Equipo de computación	Software de investigación de mercados	Equipo de investigación de mercado	\$ 120.00
1.2 Negociación y establecimiento de acuerdos con los canales de distribución seleccionados	1/9/2023	30/9/2023	material de presentación	Software de edición de documentos	Equipo de ventas	\$ 50.00
1.3 Implementación de estrategias de promoción en los canales de distribución	1/10/2023	31/10/2023	impresión de materiales promocionales	Software de diseño gráfico	Equipo de marketing	\$100.00
2.1 Identificación y selección de tiendas de productos orgánicos y farmacias especializadas	1/8/2023	31/8/2023	Material bibliográfico	Software de edición de documentos	Equipo de investigación de mercado	\$ 150.00
2.2 Contacto y negociación con tiendas y farmacias seleccionadas	1/9/2023	30/9/2023	material de presentación,	Software de edición de documentos	Equipo de ventas	\$ 80.00
2.3 Implementación de estrategias de promoción conjunta	1/10/2023	31/12/2023	Material bibliográfico	Software de edición de documentos	Equipo de marketing	\$ 95.00
SUBTOTAL POA-1.1:						\$ 595.00

Nota. La tabla muestra el objetivo estratégico de la plaza. Elaboración: Autores

Por lo tanto, como POA del objetivo estratégico de la plaza tiene un valor de \$ 595 dólares de los Estados Unidos Americanos.

Tabla 7 OE4.1: Promoción

ACTIVIDADES	FECHA	FECHA	RECURSOS			
	INICIO	FIN	MATERIALES	TECNOLÓGICOS	HUMANOS	ECONÓMICOS
OBJETIVO ESTRATÉGICO:	OE4.1: PROMOCIÓN: Incrementar la visibilidad y reconocimiento de la marca Nutri Dreams y su snack saludable enfocado en mejorar el sueño, captando la atención del mercado objetivo y generando demanda.					
METAS:	1. Estrategia de comunicación y posicionamiento de marca. 2. Estrategia de promoción en línea					
1.1 Creación de una identidad de marca sólida	1/8/2023	31/8/2023	Materiales de impresión	Software de diseño	Diseñador gráfico	\$ 100.00
1.2 Desarrollo de materiales de promoción persuasivos	1/9/2023	30/9/2023	Impresión de materiales	Redactor de contenido	Diseñador gráfico	\$ 120.00
1.3 Recopilación y uso de testimonios de clientes satisfechos	1/10/2023	31/10/2023	Equipos de computación, Impresión de materiales	Cámara de video	Equipo de atención al cliente	\$150.00
2.1 Creación y mantenimiento de un sitio web atractivo y funcional	1/8/2023	30/9/2023	Equipos de computación, Impresión de materiales	Sitio web, diseño gráfico, plataforma de comercio electrónico	Diseñador gráfico	\$ 50.00
2.2 Promoción en redes sociales y generación de contenido relevante	1/8/2023	31/12/2023	Equipos de computación, Impresión de materiales	Software de diseños	Gestor de redes sociales, redactor de contenido, diseñador gráfico	\$ 150.00

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE4.1: PROMOCIÓN: Incrementar la visibilidad y reconocimiento de la marca Nutri Dreams y su snack saludable enfocado en mejorar el sueño, captando la atención del mercado objetivo y generando demanda.

METAS:

1. Estrategia de comunicación y posicionamiento de marca.
2. Estrategia de promoción en línea

ACTIVIDADES	FECHA		RECURSOS			
	INICIO	FIN	MATERIALES	TECNOLÓGICOS	HUMANOS	ECONÓMICOS
2.3 Colaboración con influencers y bloggers	1/10/2023	31/12/2023	Muestras del producto	Plataformas virtuales	Equipo de relaciones públicas	\$ 150.00
SUBTOTAL POA-1.1:						\$ 720.00

Nota. La tabla muestra el objetivo estratégico de promoción. Elaboración: Autores

Por lo tanto, como POA del objetivo estratégico de promoción tiene un valor de \$ 720.00 dólares de los Estados Unidos Americanos.

4.1. Plan de marketing con enfoque de internacionalización.

Expansión en el mercado internacional

Objetivo estratégico

Expandir la presencia de los snacks saludables de Nutri Dreams en el mercado internacional.

Estrategia

- Estrategia de exportación indirecta
- Estrategia de marketing internacional en línea

Contactos con distribuidores internacionales

Objetivo estratégico

Establecer alianzas internacionales para fortalecer la presencia de Nutri Dreams en el mercado internacional.

Estrategia

- Alianzas estratégicas con distribuidores internacionales
- Participación en ferias y eventos internacionales del sector de alimentos saludables

Tabla 8 OE1.1: Expansión internacional

OBJETIVO ESTRATÉGICO:	OE1.1: Expansión internacional: Expandir la presencia de los snacks saludables de Nutri Dreams en el mercado internacional.					
ESTRATEGIAS:	1. Estrategia de exportación directa 2. Estrategia de marketing internacional en línea					
ACTIVIDADES	FECHA	FECHA	RECURSOS			
	INICIO	FIN	MATERIALES	TECNOLÓGICOS	HUMANOS	ECONÓMICOS
1.1 Investigar y seleccionar mercados internacionales con potencial de demanda para los snacks saludables.	1/6/2026	30/11/2026	Manuales de procesos y procedimientos, material bibliográfico	Herramientas de investigación de mercados y comunicación en línea	Equipo de investigación de mercados, personal de ventas y comercio internacional	\$ 2,500.00
1.2 Establecer alianzas estratégicas con distribuidores locales en los mercados objetivo para la venta y distribución de los snacks saludables.	1/10/2026	31/12/2026	Manuales de procesos y procedimientos, material bibliográfico	Herramientas de comunicación y gestión de contactos	Equipo de desarrollo de negocios, personal de negociación y gestión de alianzas	\$1, 750.00
2.1 Adaptar el sitio web existente para que esté disponible en múltiples idiomas y se ajuste a las preferencias culturales de los mercados objetivo.	1/6/2024	31/7/2024	Manuales de procesos y procedimientos, material bibliográfico	Herramientas de diseño web y localización de contenido	Equipo de diseño web y desarrollo, traductores	\$ 1,250.00

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE1.1: Expansión internacional: Expandir la presencia de los snacks saludables de Nutri Dreams en el mercado internacional.

ESTRATEGIAS:

1. Estrategia de exportación directa
2. Estrategia de marketing internacional en línea

ACTIVIDADES	FECHA		RECURSOS			
	INICIO	FIN	MATERIALES	TECNOLÓGICOS	HUMANOS	ECONÓMICOS
2.2 Realizar campañas de marketing en línea específicas para los mercados internacionales, utilizando anuncios en redes sociales y motores de búsqueda.	1/1/2027	31/12/2027	Manuales de procesos y procedimientos, material bibliográfico	Herramientas de publicidad en línea y análisis de resultados	Equipo de marketing y publicidad en línea	\$1,850.00
SUBTOTAL POA-1.1:					\$ 7,350.00	

Nota. La tabla muestra el objetivo estratégico expansión internacional. Elaboración: Autores

Por lo tanto, como POA del objetivo estratégico expansión internacional tiene un valor de \$ 7,350.00 dólares de los Estados Unidos Americanos.

Tabla 9 OE2.1: Alianzas internacionales

OBJETIVO ESTRATÉGICO:		OE2.1: Alianza internacionales: Establecer alianzas internacionales para fortalecer la presencia de Nutri Dreams en el mercado internacional.				
ESTRATEGIAS:		1. Alianzas estratégicas con distribuidores internacionales. 2. Participación en ferias y eventos internacionales del sector de alimentos saludables				
ACTIVIDADES	FECHA	FECHA	RECURSOS			ECONÓMICOS
	INICIO	FIN	MATERIALES	TECNOLÓGICOS	HUMANOS	
1.1 Identificar y establecer contactos con distribuidores	1/9/2026	31/11/2026	Manuales de procesos y procedimientos, material bibliográfico	Herramientas de comunicación y gestión de contactos	Equipo de ventas y desarrollo de negocios, personal de desarrollo de contactos internacionales	\$ 1,750.00
1.2 Negociar acuerdos comerciales con los distribuidores	1/10/2026	31/12/2026	Manuales de procesos y procedimientos, material bibliográfico	Herramientas de comunicación y gestión de contratos	Equipo de ventas y desarrollo de negocios, personal de negociación y gestión de acuerdos	\$ 1,550.00
2.1 Identificar ferias y eventos internacionales relevantes para el sector de alimentos saludables y bienestar	1/1/2027	30/6/2027	Manuales de procesos y procedimientos, material bibliográfico	Herramientas de investigación de eventos y comunicación	Equipo de investigación y desarrollo de negocios, personal de	\$ 1,250.00

OBJETIVO ESTRATÉGICO:	OE2.1: Alianza internacionales: Establecer alianzas internacionales para fortalecer la presencia de Nutri Dreams en el mercado internacional.					
ESTRATEGIAS:	1. Alianzas estratégicas con distribuidores internacionales. 2. Participación en ferias y eventos internacionales del sector de alimentos saludables					
ACTIVIDADES	FECHA INICIO	FECHA FIN	MATERIALES	TECNOLÓGICOS	RECURSOS HUMANOS	ECONÓMICOS
2.2 Preparar y participar en las ferias y eventos seleccionados, exhibiendo los productos de Nutri Dreams y estableciendo contactos con distribuidores y compradores internacionales.	1/7/2027	31/12/2027	Manuales de procesos y procedimientos, material bibliográfico	Herramientas de comunicación y presentación de productos	planificación de eventos Equipo de ventas y desarrollo de negocios, personal de exhibición y atención al cliente	\$ 1,850.00
SUBTOTAL POA-1.1:						\$ 6,400.00

Nota. La tabla muestra el objetivo estratégico de alianzas internacionales. Elaboración: Autores

Por lo tanto, como POA del objetivo estratégico de alianzas internacionales tiene un valor de \$ 6,400.00 dólares de los Estados Unidos Americanos.

Capítulo V

5. Procesos

5.1. Organigrama

ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL ADMINISTRATIVO Y OPERACIONAL DE LA EMPRESA

“SNACK DREANS”

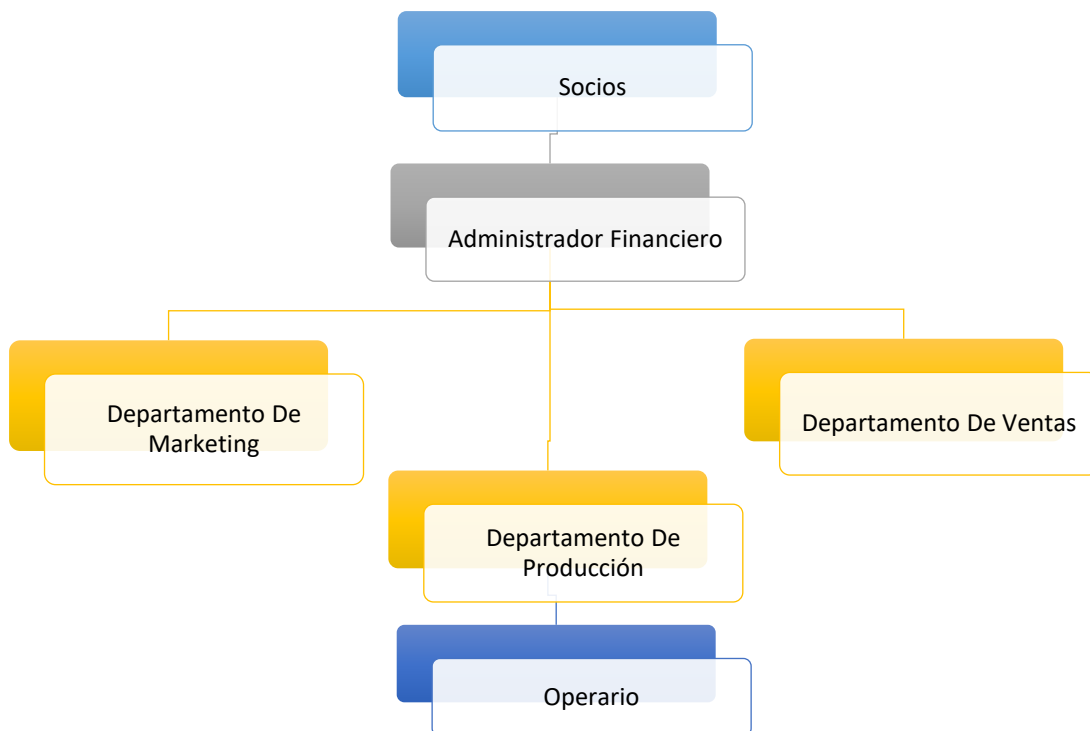


Ilustración 16 Organigrama Organizacional

Descripción de funciones

Socios

- Verificar y tomar decisiones sobre la producción y presupuesto
- Cumplir con las relaciones de la junta General de Accionistas

- Cumplir con las obligaciones de pago a sus colaboradores y a la sociedad

Administrador Financiero

- Crear informes financieros
- Trabajar en base al presupuesto y dar seguimiento para la toma de decisiones
- Optimizar recursos
- Mantener información de los procesos contables en tiempo y forma, basado en un calendario de entrega.
- Conocer los factores externos que puedan afectar a la empresa
- Prevenir pérdidas de capital
- Administrar la producción

Marketing

- Realizar estrategias para promocionar el producto
- Crear base de datos CRM
- Realizar un seguimiento exhaustivo a los clientes
- Monitorear y testear el producto en las redes sociales
- Crear contenidos en base a las propiedades del producto
- Crear relaciones públicas con otras empresas y alianzas estratégicas de comunicación

Ventas

- Cumplir con el presupuesto de ventas
- Realizar una base de datos de los posibles clientes

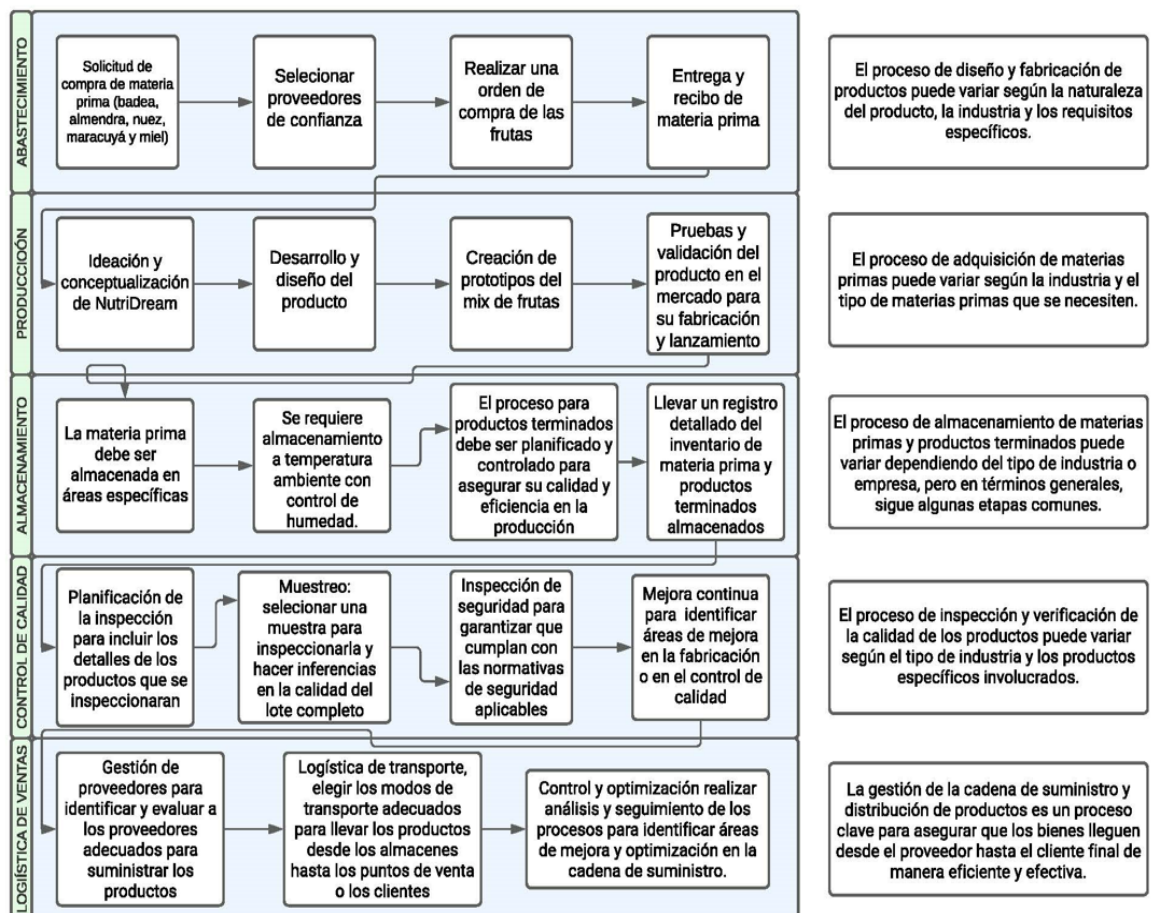
- Realizar un seguimiento exhaustivo a los clientes
- Crear empatía con el cliente

Departamento de producción Operarios

- Mantener limpio el área de trabajo
- Mantenerse con su respectivo uniforme de trabajo
- Supervisar el proceso de producción y dar información al Administrador financiero.

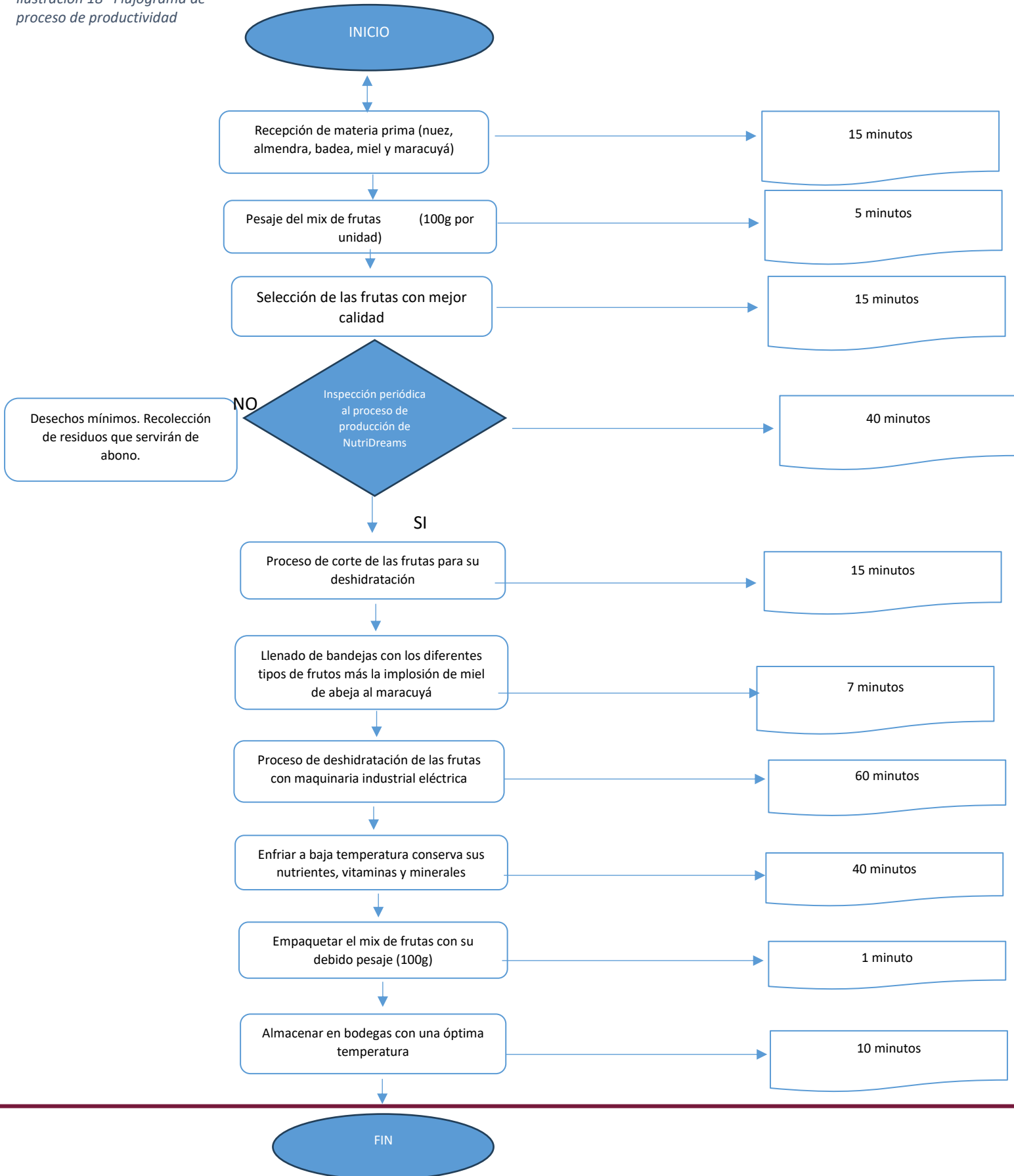
5.2. Mapa de Procesos

Ilustración 17 Mapa de Procesos



Flujograma de proceso de productividad

Ilustración 18 Flujograma de proceso de productividad



5.3. Proceso de internacionalización

Definición del negocio hacia un mercado Internacional

El plan de negocio está enfocado exportación de mix de frutas deshidratadas con beneficios para un sueño reparador (Nutri Dreams) hacia New York- Estados Unidos.

En el año 2021 las Frutas secas fue el producto más comercializado por un total de \$2,98MM, entre 2020 y 2021 las exportaciones de Frutas secas crecieron un 18,2%, el comercio de Frutas secas representa 0,014% del total de comercio mundial. El segundo comprador de en el mundo de frutas deshidratadas es Estados Unidos por un valor de 318M en importaciones, teniendo un consumo per-capital de fruta deshidratadas de 11 kg, (OEC, 2021).

“La ciudad de Nueva York es una ciudad ubicada en el condado de Nueva York, Nueva York. También es la sede del condado de Nueva York. Con una población de 7.888.121 en 2023, es la ciudad más grande de Nueva York y la ciudad más grande de los Estados Unidos. La ciudad de Nueva York actualmente está disminuyendo a una tasa de -3.48 % anual y su población ha disminuido en -10.09 % desde el censo más reciente, que registró una población de 8,772,978 en 2020. Con una extensión de más de 468 millas, la ciudad de Nueva York tiene una densidad de población de 26,261 personas por milla cuadrada. El ingreso familiar promedio en la Ciudad de Nueva York es de \$102,946 con una tasa de pobreza del 20.6%. La ciudad de Nueva York sigue teniendo una influencia y un impacto significativos en la economía, el entretenimiento,

los medios, la educación, el arte, la tecnología y la investigación científica del mundo, (Word Population, 2023)

Los frutos secos tradicionales o convencionales vendidos en el mercado estadounidense son Almendras, Avellanas, Pecanas, Pistachos, Nueces y Macadamias. En octubre de 2019, Se prevé que el mercado de frutas secas de los Estados Unidos aumente a una tasa compuesta anual de 5,34 % durante el período de pronóstico 2020 - 2027. (Renub, 2021).

Por logística internacional y factibilidad en el proceso se ha decidido exportar directamente al puerto de New York, ya que permitirá una fácil distribución a los principales distribuidores, que hay en la Ciudad.

La partida arancelaria para el producto NutriDreams se ha considerado la 0813.50.00.00 (mezclas de frutas u otros frutos, secos de frutos de cascara), la cual abarca el mix de producto que contiene nuestro NutriDreams. La falta de acuerdos comerciales con Estados Unidos disminuye la competitividad para el ingreso de productos ecuatorianos, al momento Ecuador se encuentra en las primeras fases de negociación que ayudaron a las Pymes para exportar productos al Estados Unidos con beneficios arancelarios.

5.3.1. Objetivos y metas principales de la expansión internacional.

Exportar frutas deshidratadas y frutos secos (mix de frutas) enfocado en mejorar el sueño de las personas, mediante distribuidores de New York en el año 2027-2030.

Incrementar un 2 % mensual venta de frutas de hidratadas conforme la demanda existente en la ciudad de New York. Abarcar en un 2% anual en los primeros 4 años y extendernos en todo el mercado estadounidense.

Establecer una logística de distribución eficaz para abastecer a nuestros distribuidores en los tiempos pactados conforme el transito internacional y local para evitar desabastecimiento.

5.3.2. Forma de Internacionalización

Adaptación del producto o servicio

Todo alimento importado en Estados Unidos tiene que cumplir con los mismos requisitos que los productos domésticos tales como: Inocuidad, Buenas Prácticas de Manufactura, Buenas Prácticas Agrícolas u otros según corresponda, Registro de Instalaciones, Etiquetado, Requisitos específicos para ciertos productos (Productos acidificados, productos de baja acidez estables a temperatura ambiente, leche, pescados y mariscos, jugos y pulpas de frutas) y Cumplimiento de la Ley de Modernización de la Inocuidad de los Alimentos(FSMA).

Para ejecutar la exportación las frutas de hidratadas y frutos secos a Estados Unidos es necesario cumplir con requisitos y permisos que se detallan a continuación

Para ejecutar la exportación las frutas de hidratadas y frutos secos a Estados Unidos es necesario cumplir con requisitos y permisos que se detallan a continuación

1. Registrarse ante la FDA.
2. Permiso de importación requerido:

3. https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?action=cirReportP&PERMIT_ED_ID=9079
4. Los principales certificados que se requieren para exportar al mercado estadounidense son HACCP buenas prácticas agrícolas, así como también certificados orgánicos y de comercio justo que son muy valorados en el mercado.
5. Información de referencia: para ser tratado de acuerdo con el Manual de Protección Vegetal y Tratamiento de Cuarentena se debe acceder al siguiente link
https://www.aphis.usda.gov/import_export/plants/manuals/ports/download/attachment.pdf.
6. Cumplimiento ley seguridad de la salud pública y preparación y respuesta ante el bioterrorismo.
7. El FDA es la agencia de Gobierno encargada de verificar el cumplimiento de las normativas de etiquetado.
8. El PPB (Processed Products Branch) del USDA se encarga de la calidad del producto y otorgar servicios de inspección de la planta de producción. (FDA, 2021)

Para la adaptación del etiquetado de nuestro producto al mercado estadounidense, se realizará un cambio en la tabla de información nutricional el cual debe contener el idioma Inglés, adaptándose a la normativa del FDA. La FDA exige información nutricional con base en la información científica actualizada, nuevas investigaciones nutricionales y los aportes del público que

facilitarán la selección de alimentos que contribuyan a hábitos alimenticios saludables de por vida (FDA, 2021).

Etiqueta ecuatoriana

Información nutricional	
Tamaño de la porción 1/4 de taza (113 g)	
Porciones por envase 8	
Cantidad por porción	
Calorías 100	Calorías de las grasas 20
% de valor diario *	
Grasa total 2g	3%
Grasas saturadas 1.5g	7%
Grasas trans 0g	
Colesterol 10mg	3%
Sodio 460mg	19%
Total de carbohidratos 4g	1%
Fibra 0g	0%
Azúcares 4g	
Proteína 16g	
Vitamina A 0%	Vitamina C 0%
Calcio 8%	Hierro 0%

* Los porcentajes de valores diarios se basan en una dieta de 2,000 calorías

Etiqueta Estadounidense

Nutrition Facts	
8 servings per container	
Serving size	2/3 cup (55g)
Amount per serving	
Calories	230
% Daily Value*	
Total Fat 8g	10%
Saturated Fat 1g	5%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 160mg	7%
Total Carbohydrate 37g	13%
Dietary Fiber 4g	14%
Total Sugars 12g	
Includes 10g Added Sugars	20%
Protein 3g	
Vitamin D 2mcg	10%
Calcium 260mg	20%
Iron 8mg	45%
Potassium 240mg	6%

* The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.

Ilustración 19 Etiqueta Usa

Ilustración 20 Etiqueta- Ecuador

5.3.3. Proveedores y socios logísticos

Para iniciar con el proceso de internacionalización se arrancará las ventas mediante distribuidores en la ciudad de New York, los cuales pondrán en percha nuestro producto Nutri Dreams. Para obtener los potenciales distribuidores se ha analizado las principales tiendas de distribución de producto masivo que son: Kroger CO y Walmart, mediante los cuales se introducirá nuestro producto en el mercado Estado Unidense, (Palacios, 2023).

La alianza estratégica arrancará en hacer que nuestros distribuidores testeen y aprueben el producto, mediante un envío inicial como muestra comercial. El ingreso al

mercado Estado Unidense será mediante la importación directa de nuestros distribuidores.

La venta la manejaremos bajo una negociación o CPT (Carriage Paid To), la cual nos encargaremos de los gastos de exportación en origen, Flete internacional y flete interno en New York desde aeropuerto hasta bodegas designadas del distribuidor.

Convertirse en proveedor Walmart

Cuando se trata de vender productos a través de Walmart, las marcas CPG tienen algunas opciones para elegir. Walmart ofrece una gama de puntos de entrada para los proveedores, incluida la distribución nacional y regional, así como la venta a terceros en Walmart Marketplace, una parte de Walmart.com. Comprender estos diferentes canales puede ayudar a las marcas a tomar decisiones informadas y planificar su estrategia de Walmart en consecuencia. El punto de ingreso para NutriDreams es mediante la Distribución regional: la distribución regional es un punto de entrada para posibles proveedores de Walmart que pueden demostrar un éxito demostrado en áreas geográficas particulares. Esta puede ser una opción atractiva para los CPG más pequeños que desean probar las aguas con Walmart y crear seguidores locales antes de expandirse a nivel nacional. Aun así, es importante tener en cuenta que Walmart tiene altos estándares de calidad del producto y cumplimiento de pedidos, por lo que deberá cumplir con estos requisitos para tener éxito y mantener su espacio en los estantes.

(Walmart Supplier Center, 2023)

EL proceso para convertirse en proveedor es complejo y lleva mucho tiempo el proceso, una vez aceptado se requiere seguir una serie de pasos, incluido completar un

proceso de solicitud integral. Aquí hay algunos pasos clave a tener en cuenta para completar el proceso con éxito: Establezca una conexión: antes de comenzar el proceso de solicitud, tómese un tiempo para forjar una relación inicial con un tomador de decisiones de Walmart. Una de las mejores maneras de hacer esto es trabajar con un corredor experimentado, que puede conectarse más fácilmente con uno de sus administradores de cuenta. Mientras que los gerentes de categoría tienden a tomar decisiones finales sobre las empresas que incorporan, los gerentes de cuentas ayudan a las marcas a comprender si encajan bien y pueden garantizar un proceso de solicitud exitoso. Esté preparado: a continuación, deberá asegurarse de tener los documentos y la información correctos para comenzar el proceso de solicitud. Esto incluye contar con los seguros y certificaciones necesarios, así como garantizar que los productos cumplan con los estándares de calidad y seguridad de Walmart, (Supplypike, 2020).

Como parte del proceso de solicitud, las marcas deben proporcionar detalles específicos sobre sus productos, incluidos ingredientes, tamaños, configuraciones de envío, detalles legales sobre el negocio y más. Solicite y haga un seguimiento: después de recopilar la información necesaria, designe a una persona o equipo para completar la solicitud en línea. El proceso de solicitud se lleva a cabo en Retail Link, la plataforma de intercambio de datos de Walmart.

Después de presentar la solicitud, haga que un corredor o un equipo de ventas haga un seguimiento con un administrador de cuentas o un administrador de categorías establecido para obtener más información sobre los próximos pasos. Participe en negociaciones y firme un contrato: después de enviar una solicitud, Walmart revisará la información y determinará que su producto es adecuado. Si están interesados en

incorporar su marca, se comunicarán para comenzar las negociaciones. Esto puede incluir discusiones sobre precios, surtido, logística de la cadena de suministro y más. Tener los datos correctos en las negociaciones será clave para ayudar al comprador a comprender cómo encajan los productos en su surtido y puede endulzar el trato. ¡Al llegar a un acuerdo, firmará un contrato y planificará los primeros envíos! Tenga en cuenta que el proceso para convertirse en proveedor de Walmart puede llevar meses o incluso años, desde la preparación hasta la firma de un contrato, (Walmart Supplier Center, 2023)

Convertirse en proveedor Kroger

The Kroger Co. es uno de los principales minoristas de comestibles del país. Su misión es ser líder en la distribución y comercialización de artículos de alimentación, farmacia, salud y cuidado personal, mercancías de temporada y productos y servicios relacionados. Da importancia en forjar asociaciones sólidas con los proveedores, sus proveedores son grandes o pequeños, locales o globales. Kroger Co. trabaja con proveedores, a nivel local y en todo el mundo, para ofrecer productos frescos y de la más alta calidad a los ocho millones y medio de clientes que compran en las tiendas todos los días, (Lenihan, 2023).

Para convertirse en proveedor de Kroger, se debe pasar por un proceso de calificación en el sistema de gestión de proveedores de Kroger, Centro de proveedores, mediante su portal web <https://supplier.krogerapps.com/>. Al registrarse en el Centro de proveedores como proveedor potencial, no se le otorga ni se le aprueba para hacer negocios con Kroger, pero se le permitirá participar en eventos de abastecimiento que sean relevantes para su organización. Una vez seleccionado como proveedor

precalificado se deben cumplir con todos los requisitos, estos documentos están contenidos en cinco áreas: Legal, Logística, Contabilidad, Adquisiciones y General. El área de logística internacional tiene seleccionado como en todos los orígenes es UPS-SCS el cual es el encargado de la recolección de documentación, proceso aduanero, transporte interno y transporte internacional, (Kroger Supply, 2023).

La gestión de inventarios se realizará mediante el análisis de Forecast de un mes de consumo, para con esto evitar un desabastecimiento o pérdida de producto por temas de caducidad. El distribuidor es el encargado de almacenar el producto en sus bodegas para la distribución en los diferentes puntos de venta. El distribuidor será el responsable de darnos visibilidad del stock de nuestro producto para el análisis del volumen de las exportaciones.

La exportación se la realizará por vía aérea la cual tendrá un leadtime en el proceso de tránsito y desaduanización de 5 a 8 días. Para llevar a cabo nuestra logística internacional se contratará los servicios de un Freight Forwarder (agente de carga) que será el socio estratégico que manejará el transporte internacional y local en destino, hasta llegar a las bodegas de nuestros distribuidores. Para obtener el proveedor se ejecutará una licitación mediante una invitación a los principales Agentes de carga certificados por la Aduana y tenga IATA. Como Tiba Group, DHL Global, UPS, Fast Cargo y Kuehne+Nagel.

5.3.4. Aduanas y regulaciones

Para iniciar nuestro proceso de internacionalización se realizará mediante la exportación directa régimen 40 (exportación definitiva) bajo nuestro Ruc, para lo cual

nos registraremos como importadores/ exportadores ante la SENAE mediante su herramienta Ecuapass, alineándonos a todos los requisitos impuestos.

Requisitos para exportar desde Ecuador

REQUISITOS GENERALES

- a) Contar el Registro Único Contribuyente (RUC) activo, b) Obtener el Certificado Digital de firma electrónica mediante Token (costo 42 USD anuales), el mismo se adquiere mediante el Registro Civil o , c) Instalar el sistema ECUAPASS, d) Registrarse como Operador de Comercio Exterior (OCE) mediante la plataforma Ecuapass, en la misma se registra el token y firma digital siguiendo los siguientes pasos: Ingresar al Ecuapass, dar clic en la opción “Nuevo Registro”, Seleccionar la opción “Solicitud de Registro de Usuario de Representante de Comercio Exterior» en la cual se ingresará la siguiente información: Datos de Empresa, información del Representante Legal que refleja en el SRI, Información de Operación: Elegir la opción «Imp/Exportador»., Información de Certificado Digital mediante el Registro y firma del usuario de comercio exterior, finalmente concluye con la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) con los documentos pertenecientes a la venta de exportación, (SENAE, 2021)

Permisos para la exportación.

De acuerdo a la consulta realizada en el ECUAPASS, para exportación definitiva se requiere presentar la notificación Sanitaria del producto.

5.3.5. *Servicio al cliente y posventa*

El proceso de atención al cliente que debe establecer una empresa para mejorar las etapas de comunicación y servicio al cliente que puede generar una relación positiva.

Servicio al cliente: ofrecer efectivas alternativas de comunicación como son: < electrónicos, chat en línea y llamadas telefónicas, estas alternativas ayudaran a retroalimentar los inconvenientes que se van generando día a día.

Solventar inconveniencias: Brindar soluciones de una manera eficaz y eficiencia para cualquier tipo de problema en relación al producto.

Actualizaciones y mejoras: Comunicar a los clientes de las mejoras del producto, de nuevos sabores, veneficios e innovación.

Sistema de fidelización: Ofrecer descuentos a clientes especiales que compren regularmente el producto.

Recursos de educación: Mantener informada a los clientes de los veneficios de cada producto y sus porcentajes de consumo, recetas que se incorpore en el plan nutricional de cada persona. Estas soluciones se implementarán para el buen funcionamiento de las partes, teniendo relaciones positivas y de mejoras.

Al exportar NutriDreams a un mercado internacional, la calidad del servicio al cliente y la atención posventa son fundamentales para garantizar la satisfacción del cliente e ir mejorando relaciones duraderas con ellos.

Comenzando por la calidad de los ingredientes, en necesario ofrecer frutas deshidratadas de alta primera calidad que cumplan son las expectativas gustativas y nutricionales de nuestros consumidores, socios y clientes.

Proporcionar información detallada sobre los ingredientes, procesos de deshidratación y alérgenos que podría tener nuestro producto, permite a nuestros clientes tomar las mejores decisiones y reduce la probabilidad de devoluciones.

La comunicación efectiva es fundamental nos ayuda a brindar múltiples canales de comunicación, como correos electrónicos y chats en línea, asegura que nuestros clientes tengan la oportunidad de interactuar con NutriDreams más cómoda y accesiblemente. Responder de manera rápida y eficiente a las consultas y preocupaciones de nuestros clientes reflejarán el compromiso de nuestro producto con la satisfacción del cliente internacional.

La atención personalizada es un componente clave, al reconocer a los clientes por sus nombres y ofrecer soluciones adaptadas a sus necesidades individuales crea valor y conexión personalizada. Un proceso de compra en línea intuitivo y sencillo optimiza la experiencia de compra, reduciendo la posibilidad de abandonos en el carrito de compras.

El empaquetado también tiene un papel importante, un diseño atractivo, bien elaborado y funcional asegura que nuestros ingredientes (frutas deshidratadas) lleguen en condiciones óptimas a las manos de nuestros clientes. NutriDreams en el mercado internacional se adaptará rápidamente gracias a nuestros distribuidores, reportes mensuales hará que estemos informados sobre el estado de su consumo y que experiencia tuvieron nuestros consumidores.

El seguimiento posventa asegura un interés genuino en la satisfacción de los consumidores y brinda una oportunidad para resolver cualquier tipo de problema de manera eficiente y la resolución óptima de cualquier problema de manera proactiva, la obtenemos ofreciendo reemplazos, reembolsos u otras

soluciones, demuestran nuestro compromiso con la satisfacción de nuestro cliente.

En resumen, el enfoque en el servicio al cliente y la atención posventa no garantiza solo la satisfacción y fidelización de nuestros consumidores, también contribuye al crecimiento sostenible de nuestro negocio a través de la reputación positiva que vamos generando con el tiempo.

5.4. Valoración Financiera

5.4.1. Presupuesto – Inversión Inicial

El presupuesto de inversión inicial es el recurso económico que se necesitará para iniciar el Plan de Negocio de “Nutri Dreams”. En el siguiente cuadro se puede observar el desglose presupuestario, lo cual indica un valor total de \$ 23,137.75 dólares americanos.

Ilustración 21 Inversión Inicial

PRESUPUESTOS DE INVERSIONES							
PERIODO	0	1	2	3	4	5	
INVERSIONES FIJAS	\$ 10,149.42	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria	\$ 7,267.80						
Herramientas	\$ 1,329.12						
Muebles	\$ 840.00						
Equipos de oficina	\$ 712.50						
Otros							
INVERSIONES DIFERIDAS	\$ 2,000.00	\$ -	\$ -	\$ 1,000.00	\$ -	\$ -	
Licencias y permisos	\$ 2,000.00						
Licencias internacionales				\$ 1,000.00			
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 10,988.33						
FLUJO DE INVERSIÓN	\$ (23,137.75)	\$ -	\$ -	\$ (1,000.00)	\$ -	\$ -	

Nota: Datos tomados por la investigación en el campo (fuente propia)

5.4.2. Estados Financieros: Estado de Costos – Estado de PYG – Flujo de Caja

Estado de Costos

Es un informe interno financiero que sirve para dar soporte a las cifras de inventarios, costo de producción, costos de ventas de cada periodo, lo que permitirá apoyar la gestión empresarial y facilitará la toma de decisiones.

Considerando el Costo Total de \$ 131,859.93 en el primer año, obteniendo un precio de venta unitario de \$2,68 por cada funda de 100g de Negocio de “Nutri Dreams”, considerando una proyección de 5 años.

Ilustración 22 Estado de Costos

ESTADOS DE COSTOS					
ESTADOS DE COSTOS MANUFACTURA	1	2	3	4	5
Materia Prima	\$ 48,536.58	\$ 52,288.46	\$ 73,372.21	\$ 79,120.92	\$ 85,320.04
Mano de Obra	\$ 7,405.92	\$ 7,776.22	\$ 32,660.11	\$ 34,293.11	\$ 36,007.77
CIF	\$ 37,894.80	\$ 40,495.10	\$ 52,354.29	\$ 56,079.61	\$ 60,077.97
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 93,837.30	\$ 100,559.77	\$ 158,386.61	\$ 169,493.64	\$ 181,405.78
Gastos Administrativos	\$ 21,427.60	\$ 22,498.98	\$ 24,623.93	\$ 24,805.13	\$ 26,045.38
Gastos de Ventas y MKT	\$ 15,526.08	\$ 17,879.76	\$ 25,730.39	\$ 25,276.66	\$ 19,386.33
Gastos logística y transporte	\$ -	\$ -	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Gastos Financieros (Intereses)	\$ 1,068.95	\$ 878.55	\$ 665.07	\$ 425.70	\$ 157.30
COSTO TOTAL	\$ 131,859.93	\$ 141,817.06	\$ 215,406.00	\$ 226,001.12	\$ 232,994.79

Nota: Datos tomados por la investigación en el campo (fuente propia)

Estado de Pérdidas y Ganancias

Permite analizar los detalles de ingresos, los gastos de capital y los gastos operativos mediante un tiempo determinado, se puede generar de forma trimestral, semestral o anual. Teniendo una utilidad bruta de \$ 44,615.63 en el primer año, desplegando una Utilidad Neta de \$2,996.48,

En el siguiente cuadro se observa que el Estado de Pérdidas y Ganancias para el Plan de Negocio “Nutri Dreams” es un proyecto viable según el análisis financiero proyectado a 5 años.

Ilustración 23 Estado de Pérdidas y Ganancias

	ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
		1	2	3	4	5
INGRESOS		\$ 138,452.93	\$150,326.08	\$ 230,484.42	\$ 244,081.21	\$ 253,964.33
COSTOS		\$ 93,837.30	\$100,559.77	\$ 158,386.61	\$ 169,493.64	\$ 181,405.78
UTILIDAD BRUTA		\$ 44,615.63	\$ 49,766.31	\$ 72,097.81	\$ 74,587.57	\$ 72,558.54
GASTOS OPERACIONALES						
Gastos administrativos		\$ 21,427.60	\$ 22,498.98	\$ 24,623.93	\$ 24,805.13	\$ 26,045.38
Gastos de ventas y marketing		\$ 15,526.08	\$ 17,879.76	\$ 25,730.39	\$ 25,276.66	\$ 19,386.33
Gastos logística y transporte		\$ -	\$ -	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Gastos financieros		\$ 2,639.11	\$ 2,639.11	\$ 2,639.11	\$ 2,639.11	\$ 2,639.11
Depreciaciones		\$ 1,181.19	\$ 1,181.19	\$ 1,181.19	\$ 1,181.19	\$ 1,181.19
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 3,841.64	\$ 5,567.27	\$ 17,923.18	\$ 20,685.48	\$ 23,306.53
Impuesto a la renta	22%	\$ 845.16	\$ 1,224.80	\$ 3,943.10	\$ 4,550.81	\$ 5,127.44
UTILIDAD NETA		\$ 2,996.48	\$ 4,342.47	\$ 13,980.08	\$ 16,134.68	\$ 18,179.09

Nota: Datos tomados por la investigación en el campo (fuente propia)

Estado de Flujo de caja

Define los ingresos de efectivo, como las transferencias y otros ingresos que son aplicados en gasto corriente. En el cuadro se puede observar que el financiamiento es de \$ 23,137.75 teniendo un ingreso de \$ 138,452.93 y en egresos de \$ 134,275.25 reflejando un flujo acumulado de \$ 4,177.67. Estos valores equivalen al primer año del proyecto.

Ilustración 24 Estado de Flujo de Caja

	ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas		\$138,452.93	\$150,326.08	\$ 230,484.42	\$ 244,081.21	\$ 253,964.33
Financiamiento	\$ 13,137.75					
Total ingresos	\$ 13,137.75	\$138,452.93	\$150,326.08	\$ 230,484.42	\$ 244,081.21	\$ 253,964.33
Costo de Producción						
Costo de Producción		\$ 93,837.30	\$100,559.77	\$ 158,386.61	\$ 169,493.64	\$ 181,405.78
Gastos Operación		\$ 36,953.68	\$ 40,378.74	\$ 50,354.32	\$ 50,081.79	\$ 45,431.71
Intereses		\$ 1,068.95	\$ 878.55	\$ 665.07	\$ 425.70	\$ 157.30
Amortización Préstamo		\$ 1,570.16	\$ 1,760.56	\$ 1,974.05	\$ 2,213.42	\$ 2,481.81
Impuestos		\$ 845.16	\$ 1,224.80	\$ 3,943.10	\$ 4,550.81	\$ 5,127.44
Inversión	\$ 10,000.00					
Total Egresos	\$ 10,000.00	\$134,275.25	\$144,802.42	\$ 215,323.14	\$ 226,765.35	\$ 234,604.04
Flujo Neto Financiero	\$ (23,137.75)	\$ 4,177.67	\$ 5,523.66	\$ 15,161.27	\$ 17,315.87	\$ 19,360.28
Flujo Acumulado		\$ 4,177.67	\$ 9,701.34	\$ 24,862.61	\$ 42,178.48	\$ 61,538.76

Nota: Datos tomados por la investigación en el campo (fuente propia)

5.4.3. Análisis financiero: Punto de Equilibrio - VAN – TIR – Periodo de recuperación

VAN: Esta herramienta permite realizar un análisis de un proyecto determinado indicando si es viable o no es viable. Determinando la inversión inicial más el valor actual de los posibles flujos en esta mención hace referencia al valor de \$23,137.75 como una inversión inicial

TIR: Esta herramienta determina un indicador de rentabilidad de cualquier tipo de proyecto y que hace referencia para los inversionistas. En este caso es del 33% que indica una rentabilidad atractiva.

Periodo de Recuperación: Este punto hace referencia a un tiempo en que se pueda recuperar una inversión de cualquier proyecto en este caso es de aproximadamente de 3 años.

Ilustración 25 Punto de equilibrio

VALOR ACTUAL NETO (VAN ECONÓMICO)	\$18,426.72
TIR	33%
Período de Recuperación	3.07

Nota: Datos tomados por la investigación en el campo (fuente propia)

Capítulo VI

6. Conclusiones Y Recomendaciones

Conclusiones

Las conclusiones finales de este Plan de Negocio para la creación de una empresa que va a elaborar Snack Nutritivos y Saludables enfocados en mejorar la calidad de sueño compuesto de ingredientes de Badea, Maracuyá, debido a la problemática que hoy en día se ha puesto en tendencia y aun mas con las secuelas del Covid que es la falta dificultad que hoy en día tiene determinadas personas para tener un sueño reparador son los siguientes:

Se realizo el trabajo teórico justificando la investigación para la creación de un snack saludable a base de ingredientes como: Badea, maracuyá, nuez, Almendra, que ayudarán en la estimulación del sueño, debido a que los productos contiene flavonoides, triptófano y melatonina que ayudan calmar la ansiedad y el insomnio ya que intervienen en el funcionamiento del ácido GABA, el cual es neurotransmisor inhibitor, asimismo interviene en la síntesis de melatonina y serotonina, hormonas relacionadas con la conciliación del sueño.

En base a la investigación de mercado que posee la situación comercial del Ecuador, por lo cual los productos deshidratados son una oportunidad para diversificarse y poder exportar, Envase a lo mencionado se puede determinar que el producto va a tener un impacto social, económico en el territorio ecuatoriano, los

beneficios que tienen los ingredientes de cada producto son beneficiosos para los consumidores y esto hace referencia a que el producto se ha atractivo y beneficioso para la salud.

El Ecuador al ser un país que posee frutos tropicales por su localidad y sus diversas regiones cuenta con productos de calidad para internacionalización y que tendrá la aceptación adecuada al público objetivo.

El precio de venta está acorde al mercado y al alcance a la población ecuatoriana teniendo como contribución un producto de buena calidad que permite una mejora en la salud.

Se hizo énfasis al mercado que se va a distribuir el producto de snack e infusión de mix de frutos saludables deshidratada que son: Badaea, maracuyá, almendra, nuez y miel para la ciudad de New York, Estados Unidos. Evidenciando que posee una población de 7.888.121 en 2023, y que cuenta con un consumo de alimentos de frutos secos tradicionales como son: La Almendra, Nuez, Avellana etc. Se prevee que en el año 2027 tenga un incremento de consumo de frutos secos y deshidratados.

Por esta razón decidimos encaminarnos a la internacionalización validando información del país escogido y ya mencionado, teniendo una bolsa de polietileno de 100g, con una estimación de producción del 30% anual al país mencionado.

En términos financieros el proyecto es viable y para arrancar el negocio se debe tener un monto inicial de \$ 23,137,75. Con una tasa de retorno del 33%. Y con una recuperación de la inversión en 3 años.

Recomendaciones

Al momento de iniciar el plan de negocio es recomendable realizar una inversión sobre el plan del Marketing, ya que, a través de ello, se puede establecer la marca en el mercado en sus primeros inicios, realizando el uso de las redes sociales y plataformas digitales que son caracterizadas por llegar al cliente teniendo bajos costos. Con ello se tiene la atención de los posibles clientes.

Se recomienda que la organización tenga variedades de productos de frutas y nutrición, ya que el Ecuador cuenta con diversificación de productos para su exportación.

Se sugiere que al iniciar el plan de negocio se siga los procesos que están estandarizados en la producción con las maquinas asignadas para realizar las producciones que están establecidas, también es recomendable que se incorpore a la empresa a las personas que cumplan el perfil de cada cargo en la producción.

Es recomendable iniciar con un presupuesto mínimo de parte de los socios ya que con ese valor se puede arrancar la operación.

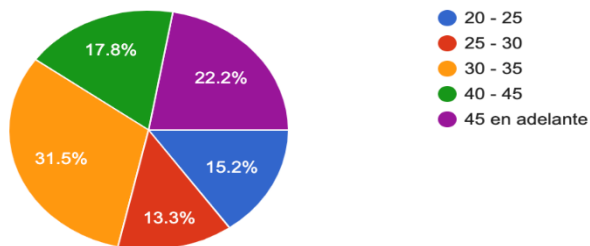
En vista que el proyecto es viable, se sugiere llevar a cabo el plan de negocio.

Anexos

ANEXO 1 Ecueta Empathi Map

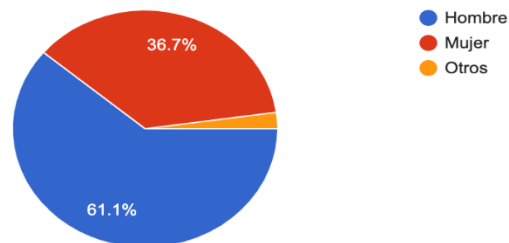
1. ¿A qué rango de edad pertenece?

270 respuestas



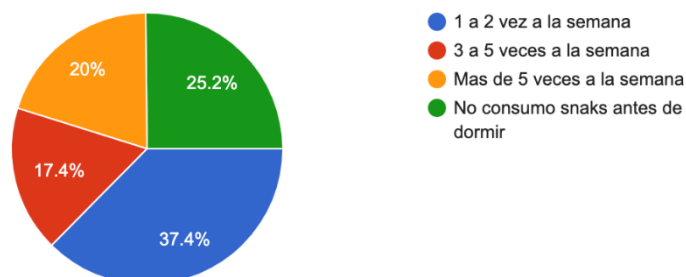
2. ¿Cuál es su Género?

270 respuestas



3. ¿Con qué frecuencia consumes snacks antes de dormir?

270 respuestas

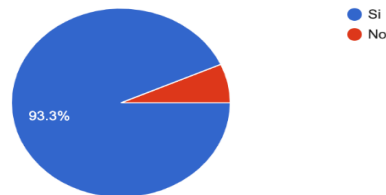


4. ¿Cuál es la marca de snack nutritivo de tu preferencia?

Natures Heart, Del Sur, Supermaxi, Granuts, Sunkao, Kitu, Cereales Andinos, Nature's Heart, Karay, Sunkoa, Wipala, Nestlé, Galletas De Avena, Kiwa, Nutrix, Granos Secos, Nueces y Almendras, Snack El Campo, La Verde, Quinoa Pops, Quinoa Pop, Quinoa Munch, Kukayitos, Quinde, Corfruit, Quacker, Grannuts, Fritolays, BraunDe, Muller, Barras De Green Valley.

5. ¿Estarías interesado/a en un snack saludable especialmente diseñado para mejorar la calidad de tu sueño?

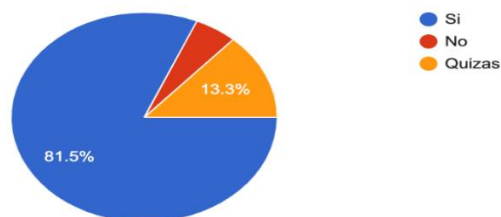
270 respuestas



6. "Sabía usted que el maracuyá y la badea tiene nutrientes que ayudan a relajarse y descansar a través de la serotonina".

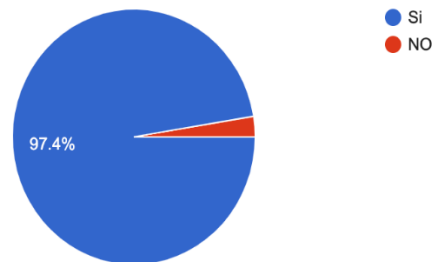
¿Te gustaría que los ingredientes de tu snack saludable para promover un sueño placentero contengan ingredientes como: ¿badea, maracuyá con miel, almendra y nuez?

270 respuestas



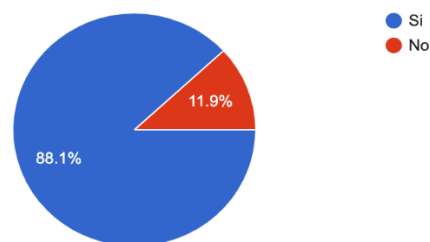
7. ¿Consideras importante que el snack saludable para antes de dormir sea bajo en calorías y grasas?

270 respuestas



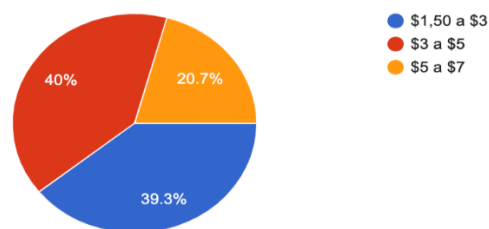
8. ¿Estarías dispuesto/a pagar un precio ligeramente más alto por un snack que promueva un sueño saludable en comparación con otros snacks convencionales?

270 respuestas



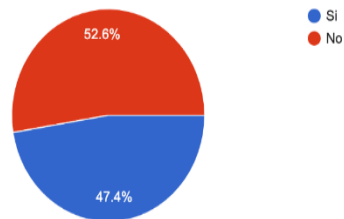
9. ¿Qué valor está dispuesto a pagar por una bolsa de 100 g de snack saludable con beneficios medicinales para un descanso optimo?

270 respuestas



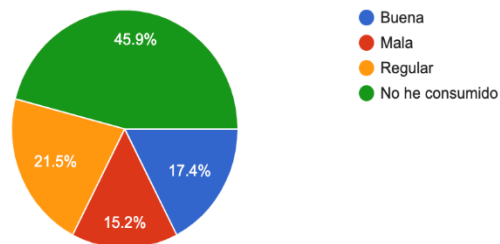
10. ¿Has probado previamente algún producto similar enfocado en mejorar la calidad del sueño?

270 respuestas



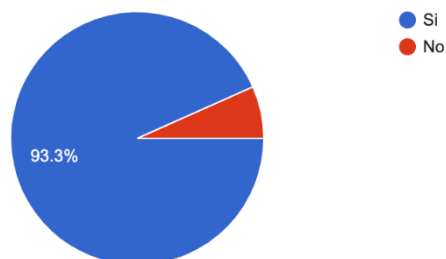
11. ¿Cuál fue tu experiencia con los productos alternativos para mejorar la calidad de sueño?

270 respuestas



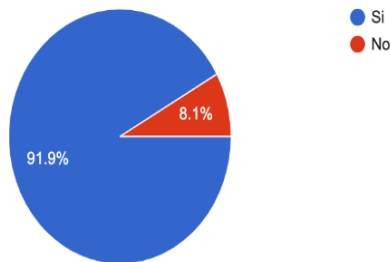
12. ¿Crees que un snack saludable para antes de dormir podría ser una ayuda conveniente y práctica para aquellos que desean mejorar su calidad de sueño?

270 respuestas



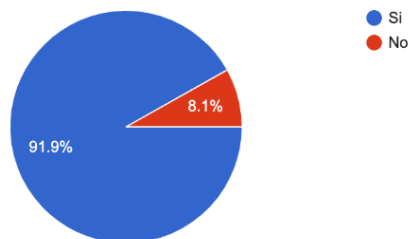
13. ¿Te gustaría recibir información adicional sobre los ingredientes y la ciencia detrás de cómo este snack promueve un sueño placentero?

270 respuestas



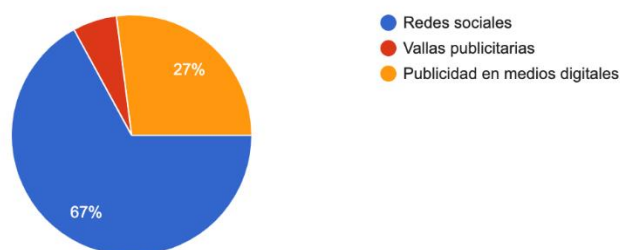
14. ¿Consideras que un snack saludable para antes de dormir podría ser una opción atractiva como regalo o producto promocional?

270 respuestas

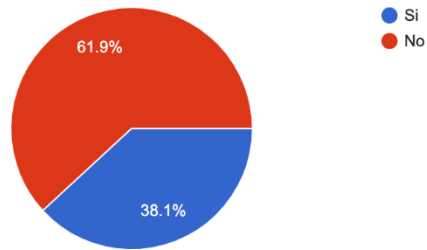


15. ¿Cómo te enteras generalmente de nuevos productos en el mercado, como snacks saludables para un sueño placentero?

270 respuestas



16. ¿Conoce usted la fruta badea y sus beneficios para el ser humano?



ANEXO 2 Detalle cálculo UN x Pallet

DETALLE	UNIDADES
Empaque secundario/ factor de empaque	12 UN
Cajas x camada/Pallet 1.0 X 1.2	45
Unidades x camada	540

ANEXO 3 PORCENTAJE PIB

Proyecciones del Banco Mundial (6 de junio de 2023)

En porcentajes del PIB

Page 1 of 2 >

Países	2020	2021	2022e	2023f	2024f	2025f
Argentina	-9.9	10.4	5.2	-2.0	2.3	2.00
Barbados	-13.7	0.7	10.0	4.9	3.9	3.10
Bahamas	-23.8	13.7	11.0	4.3	2.0	1.90
Belice	-13.4	15.2	9.6	2.4	2.0	2.00
Bolivia	-8.7	6.1	3.1	2.5	2.0	2.00
Brasil	-3.3	5.0	2.9	1.2	1.4	2.40
Chile	-6.0	11.7	2.4	-0.4	1.8	2.20
Colombia	-7.3	11.0	7.5	1.7	2.0	3.20
Costa Rica	-4.3	7.8	4.3	2.9	3.0	3.20
Dominica	-16.6	6.9	5.8	4.7	4.6	4.20
Ecuador	-7.8	4.2	2.9	2.6	2.8	2.70
El Salvador	-8.2	10.3	2.8	2.3	2.1	2.10
Granada	-13.8	4.7	5.8	3.6	3.3	3.10
Guatemala	-1.8	8.0	4.0	3.2	3.5	3.50

(EXPRESO, 2013)

ANEXO 4 Perspectiva de la tasa de crecimiento económico a nivel mundial

TABLE 1.1 Real GDP¹

(Percent change from previous year unless indicated otherwise)

Percentage point
differences from
January 2023 projections

	2020	2021	2022e	2023f	2024f	2025f	2023f	2024f
World	-3.1	6.0	3.1	2.1	2.4	3.0	0.4	-0.3
Advanced economies	-4.3	5.4	2.6	0.7	1.2	2.2	0.2	-0.4
United States	-2.8	5.9	2.1	1.1	0.8	2.3	0.6	-0.8
Euro area	-6.1	5.4	3.5	0.4	1.3	2.3	0.4	-0.3
Japan	-4.3	2.2	1.0	0.8	0.7	0.6	-0.2	0.0
Emerging market and developing economies	-1.5	6.9	3.7	4.0	3.9	4.0	0.6	-0.2
East Asia and Pacific	1.2	7.5	3.5	5.5	4.6	4.5	1.2	-0.3
China	2.2	8.4	3.0	5.6	4.6	4.4	1.3	-0.4
Indonesia	-2.1	3.7	5.3	4.9	4.9	5.0	0.1	0.0
Thailand	-6.1	1.5	2.6	3.9	3.6	3.4	0.3	-0.1
Europe and Central Asia	-1.7	7.1	1.2	1.4	2.7	2.7	1.3	-0.1
Russian Federation	-2.7	5.6	-2.1	-0.2	1.2	0.8	3.1	-0.4
Türkiye	1.9	11.4	5.6	3.2	4.3	4.1	0.5	0.3
Poland	-2.0	6.9	5.1	0.7	2.6	3.2	0.0	0.4
Latin America and the Caribbean	-6.2	6.9	3.7	1.5	2.0	2.6	0.2	-0.4
Brazil	-3.3	5.0	2.9	1.2	1.4	2.4	0.4	-0.6
Mexico	-8.0	4.7	3.0	2.5	1.9	2.0	1.6	-0.4
Argentina	-9.9	10.4	5.2	-2.0	2.3	2.0	-4.0	0.3
Middle East and North Africa	-3.8	3.8	5.9	2.2	3.3	3.0	-1.3	0.6
Saudi Arabia	-4.3	3.9	8.7	2.2	3.3	2.5	-1.5	1.0
Iran, Islamic Rep. ²	1.9	4.7	2.9	2.2	2.0	1.9	0.0	0.1
Egypt, Arab Rep. ²	3.6	3.3	6.6	4.0	4.0	4.7	-0.5	-0.8
South Asia	-4.1	8.3	6.0	5.9	5.1	6.4	0.4	-0.7
India ²	-5.8	9.1	7.2	6.3	6.4	6.5	-0.3	0.3
Pakistan ²	-0.9	5.8	6.1	0.4	2.0	3.0	-1.6	-1.2
Bangladesh ²	3.4	6.9	7.1	5.2	6.2	6.4	0.0	0.0
Sub-Saharan Africa	-2.0	4.4	3.7	3.2	3.9	4.0	-0.4	0.0
Nigeria	-1.8	3.6	3.3	2.8	3.0	3.1	-0.1	0.1
South Africa	-6.3	4.9	2.0	0.3	1.5	1.6	-1.1	-0.3
Angola	-5.6	1.1	3.5	2.6	3.3	3.1	-0.2	0.4
Memorandum items:								
Real GDP¹								
High-income countries	-4.3	5.4	2.8	0.8	1.3	2.3	0.2	-0.3
Middle-income countries	-1.2	7.1	3.4	4.2	4.0	4.1	0.8	-0.3
Low-income countries	1.4	4.2	4.8	5.1	5.9	5.9	0.1	0.3
EMDEs excluding China	-3.8	5.9	4.1	2.9	3.4	3.8	0.2	-0.2
Commodity-exporting EMDEs	-3.7	5.1	3.2	1.9	2.8	2.9	0.0	0.0
Commodity-importing EMDEs	-0.3	7.9	3.9	5.0	4.4	4.5	0.9	-0.4
Commodity-importing EMDEs excluding China	-4.0	7.0	5.3	4.2	4.2	4.8	0.4	-0.3
EM7	-0.4	7.7	3.3	4.7	4.1	4.2	1.2	-0.4
World (PPP weights) ³	-2.8	6.3	3.3	2.7	2.9	3.4	0.5	-0.3
World trade volume⁴	-7.8	11.0	6.0	1.7	2.8	3.0	0.1	-0.6
Commodity prices⁵								

Level differences from
January 2023 projections

(worldbank.org, 2023)

Referencias

- Sánchez, R. (05 de 02 de 2020). Obtenido de Qué es un snack saludable? Consejos y recetas para cuidar la alimentación de los más chicos?:
<https://www.somosohlala.com/amores/maternidad-y-crianza/que-es-un-snack-saludable-consejos-y-recetas-para-cuidar-la-alimentacion-de-los-mas-chicos-nid05022022>
- Valencia, E. (11 de marzo de 2022). Obtenido de Maracuyá: un fruto exótico saludable:
<https://www.ciad.mx/maracuya-un-fruto-exotico-saludable/>
- American Sleep Apnea Association. (2023). Obtenido de The State of sleep Health in America: <https://www.sleephealth.org/sleep-health/the-state-of-sleephealth-in-america/>
- ARCSA. (s.f.). Obtenido de Obtención de Notificación Sanitaria de Alimentos Procesados (Fabricación Nacional):
<https://www.controlsanitario.gob.ec/inscripcion-de-notificacion-sanitaria-de-alimentos-procesados-fabricacion-nacional/#:~:text=La%20Notificaci%C3%B3n%20Sanitaria%20de%20Alimentos,inocuo%20para%20el%20consumo%20humano.>
- Boletín macroeconómico. (18 de abril de 2023). Obtenido de Boletín Macroeconomico:
<https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2023/04/Boletin-macroeconomico-Abril-2023.pdf>
- Breus, M. (19 de julio de 2023). *What Happens During Sleep*. Obtenido de <https://sleepdoctor.com/sleep-faqs/what-happens-when-you-sleep/>
- Breus, M. D. (15 de junio de 2023). Obtenido de Nutrition and Sleep:
<https://sleepdoctor.com/nutrition/>
- Cámara de Comercio Colombo Americana. (02 de mayo de 2023). Obtenido de Economía de EE. UU. creció 1,1% en el primer trimestre de 2023 y sugiere señales de desaceleración : <https://amchamcolombia.co/es/noticias-eeuu/economia-de-ee-uu-crecio-1-1-en-el-primer-trimestre-de-2023-y-sugiere-senales-de-desaceleracion/>
- CCQ. (septiembre de 2020). Obtenido de Diagnóstico Estratégico del Distrito :
https://www.quitohonesto.gob.ec/images/biblioteca/RDC-CMLCC-2021/Anexo_2.pdf
- CCQ. (septiembre de 2021). Obtenido de Diagnóstico Estratégico del Distrito:
https://www.quitohonesto.gob.ec/images/biblioteca/RDC-CMLCC-2021/Anexo_2.pdf

Census Bureau Quick Fast. (01 de julio de 2023). Obtenido de QuickFacts New York city: <https://www.census.gov/quickfacts/newyorkcitynewyork>

Cruz, I. (2023). Obtenido de Tarifas de Salario Mínimo en Nueva York para el año 2023: <https://www.vandallp.com/news/articles/tarifas-de-salario-minimo-en-nueva-york-para-el-ano-2023#:~:text=Estado%20de%20Nueva%20York,por%20cada%20hora%20de%20trabajo>

EXPRESO. (junio de 2013). Obtenido de Proyecciones del Banco Mundial: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/banco-mundial-proyecta-menor-crecimiento-economico-ecuador-2023-162879.html>

Expreso. (2022). Obtenido de Los snacks recuperan ventas, pero se opta por los saludables: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/snacks-recuperan-ventas-opta-saludables-125178.html>

EXPRESO. (JUNIO de 2023). Obtenido de PIB BANCO MUNDIAL: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/banco-mundial-proyecta-menor-crecimiento-economico-ecuador-2023-162879.html>

FDA. (2021). Obtenido de Exportación de Alimentos a EE.UU: <https://www.oirsa.org/contenido/2020-2/2021/Inocuidad%20Webinar/2021%2007%2008%20Exportaci%C3%B3n%20de%20Alimentos%20a%20EEUU.pdf>

Fern, K. (20 de julio de 2022). Obtenido de Useful Tropical Plants: <https://tropical.theferns.info/viewtropical.php?id=Passiflora+quadrangularis>

Gallup, , G. (17 de enero de 2022). Obtenido de Casper-Gallup State of Sleep in America 2022 Report: <https://www.gallup.com/analytics/390536/sleep-in-america-2022.aspx>

González, G. A. (11 de marzo de 2022). Obtenido de Maracuyá: un fruto exótico saludable: <https://www.ciad.mx/maracuya-un-fruto-exotico-saludable/>

Grand View Research. (2023). Obtenido de Snacks Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product (Frozen & Refrigerated, Fruit, Bakery), By Packaging (Bags & Pouches, Boxes), By Distribution Channel, By Region, And Segment Forecasts, 2023 - 2030: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/snacks-market>

Growables Org. LR. (22 de junio de 2022). Obtenido de Giant Granadilla - Passiflora quadrangularis: <https://www.growables.org/information/TropicalFruit/Granadilla.htm>

Hoyos, R. (2021). *Plan de marketing* . Marge Books . doi:978-84-18532-80-1

- INFOBAE. (22 de abril de 2022). Obtenido de The art of good sleep: what are the 7 natural products for falling asleep that science studies:
<https://www.infobae.com/en/2022/04/22/the-art-of-good-sleep-what-are-the-7-natural-products-for-falling-asleep-that-science-studies/>
- Kathleen, M. (10 de noviembre de 2022). Obtenido de Health Benefits of Almonds:
<https://www.webmd.com/diet/health-benefits-almonds>
- Kroger Supply. (24 de mayo de 2023). Obtenido de IMPORT VENDORS:
<https://www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/import-vendors/>
- La Vanguardia. (08 de abril de 2021). Obtenido de Maracuyá: beneficios, propiedades y valor nutricional: <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20180711/45803718261/maracuya-fruta-de-la-pasion-propiedades-valor-nutricional-beneficios.html>
- Lenihan, R. (10 de 02 de 2023). Obtenido de Kroger Makes a Big Move in its Battle With Walmart, Costco, and Target: <https://www.thestreet.com/retailers/kroger-makes-a-big-move-in-its-battle-with-walmart-costco-and-target>
- Mendieta, V. R. (31 de enero de 2022). *IMPACTO DEL COVID-19 EN LA SALUD MENTAL EN TRABAJADORES ECUATORIANOS: ANSIEDAD*. Obtenido de <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/IRR/article/download/679/640?inline=1>
- Molina, E. O. (01 de octubre de 2021). *Verywell Health*. Obtenido de <https://www.verywellhealth.com/why-you-should-never-regret-a-good-night-s-sleep-5088198>
- Muinos, L. (03 de febrero de 2023). Obtenido de 7 Potential Health Benefits of Almonds: <https://www.everydayhealth.com/diet-nutrition/potential-health-benefits-of-almonds/>
- Nilong, V. D. (09 de agosto de 2023). Obtenido de Melatonin for Kids: A Guide for Parents and Caregivers: <https://www.sleepfoundation.org/melatonin/melatonin-for-children>
- Noone, Y. (07 de octubre de 2019). Obtenido de Eating a small amount of nuts every day could help keep the kilos at bay:
<https://www.sbs.com.au/language/thai/en/article/eating-a-small-amount-of-nuts-every-day-could-help-keep-the-kilos-at-bay/086hrkcj5>
- OCE Nueva York. (22 de marzo de 2018). Obtenido de Mango, piña, uvilla y banana deshidratada en el mercado de los Estados Unidos:
<https://www.proecuador.gob.ec/mango-pina-uvilla-y-banana-deshidratada-en-el-mercado-de-los-estados-unidos-marzo-2018/>
- OEC. (2021). Obtenido de OEC FRUTAS SECAS:
<https://oec.world/es/profile/hs/dried-fruits>

- OEC WORD. (2021). Obtenido de Frutas Secas en Estados Unidos:
<https://oec.world/es/profile/bilateral-product/dried-fruits/reporter/usa>
- Oec World. (diciembre de 2021). Obtenido de Frutas Secas en Ecuador:
<https://oec.world/es/profile/bilateral-product/dried-fruits/reporter/ecu>
- Palacios, K. (07 de junio de 2023). Obtenido de Cuáles son los supermercados más populares en Estados Unidos?: <https://www.america-retail.com/usa/cuales-son-los-supermercados-mas-populares-en-estados-unidos/#:~:text=En%20resumen%2C%20existen%20varios%20supermercados,precios%20competitivos%20y%20enfoces%20C3%BAnicos>
- Petruzzelo, M. (2023). Obtenido de Almond tree and nut:
<https://www.britannica.com/plant/almond>
- Phoebe, N. (23 de marzo de 2022). Obtenido de Qué es el marketing mix y cuáles son sus variables: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-variables-del-marketing-mix-que-debes-conocer>
- Poza, J. A. (septiembre de 2022). Obtenido de Melatonina en los trastornos de sueño Melatonin in sleep disorders:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0213485318302007?via%3Dihub>
- Primicias. (2023). Obtenido de Estos son los salarios básicos de Latinoamérica :
<https://www.primicias.ec/noticias/economia/salario-basico-latinoamerica-2023/#:~:text=El%20salario%20b%C3%A1sico%20en%20Ecuador,mandato%20del%20presidente%20Guillermo%20Lasso.>
- Ramaiya, S. (26 de julio de 2021). Obtenido de Organic cultivation practices enhanced antioxidant activities and secondary metabolites in giant granadilla (*Passiflora quadrangularis* L.):
<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0255059>
- Renub. (febrero de 2021). Obtenido de United States Dry Fruit Market, Volume, By Type, Production, Imports, Exports, Bearing Acreage, Company Analysis and Forecast: <https://www.renub.com/united-states-dry-fruit-market-p.php>
- Revenue of the snack food market worldwide by country in 2022. (09 de agosto de 2023). *Statista Department*. Obtenido de Consumer Goods & FMCG:
<https://www.statista.com/forecasts/758627/revenue-of-the-snack-food-market-worldwide-by-country>
- Ruiz, M. B. (26 de julio de 2020). Obtenido de Análisis Pestel:
<https://milagro.ruizbarroeta.com/analisis-pestel/#:~:text=La%20utilizaci%C3%B3n%20del%20an%C3%A1lisis%20PESTEL,hoy%20nuestros%20negocios%20y%20proyectos>

- Russell, K. (23 de Febrero de 2023). Obtenido de Estudio vincula el insomnio con un mayor riesgo de ataque al corazón:
<https://cnnespanol.cnn.com/2023/02/24/insomnio-ataque-al-corazon-riesgo-estudio-trax/>
- Russell, K. (24 de 02 de 2023). *CNN Enfermedades*. Obtenido de
<https://cnnespanol.cnn.com/2023/02/24/insomnio-ataque-al-corazon-riesgo-estudio-trax/>
- Sabater, V. (06 de julio de 2023). Obtenido de Una cucharada de miel al día y tu cerebro lo agradecerá: <https://mejorconsalud.as.com/una-cucharada-de-miel-al-dia-y-tu-cerebro-lo-agradecera/>
- SENAE. (noviembre de 2021). Obtenido de Para Importar:
<https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Shamard, C. M. (10 de enero de 2021). Obtenido de The Importance of Sleep:
<https://www.verywellhealth.com/why-you-should-never-regret-a-good-night-s-sleep-5088198>
- Shubrook, N. (11 de agosto de 2023). Obtenido de Are walnuts good for you?:
<https://www.bbcgoodfood.com/howto/guide/health-benefits-walnuts>
- Sisepuede. (01 de diciembre de 2022). Obtenido de Guillermo Lasso decide incrementar el salario basico a \$450: <https://www.sisepuedecuador.com/guillermo-lasso-decide-incrementar-el-salario-basico-a-450/>
- Skyquestt, S. (abril de 2023). Obtenido de Global Snacks Market Size, Share, Growth Analysis: <https://www.skyquestt.com/report/snacks-market>
- Statista Research Department. (09 de agosto de 2023). Obtenido de Revenue of the snack food market worldwide by country in 2022:
<https://www.statista.com/forecasts/758627/revenue-of-the-snack-food-market-worldwide-by-country>
- Sugarbear Pro. (2023), Cignarella, G. (2023), Aquilea Sueño Forte. (2023). (2023). *Sugarbear Pro, Productos - Naturex, Aquilea Sueño Forte*,. Obtenido de <https://sugarbearpro.com/>; <https://www.naturex.ec/productos?search=sue%25C3%25B1o>
- Supplypike. (10 de junio de 2020). Obtenido de 4 Simple Steps To Becoming A Walmart Supplier: <https://supplierwiki.supplypike.com/articles/4-simple-steps-to-becoming-a-walmart-supplier>
- Tadimalla, R. T. (07 de juli0 de 2023). Obtenido de 20 Health Benefits Of Walnuts, Side Effects, & Cooking Tips: <https://www.stylecraze.com/articles/top-10-health-benefits-of-walnuts/>

- Tropical Theferns. (20 de julio de 2022). Obtenido de Passiflora quadrangularis:
<https://tropical.theferns.info/viewtropical.php?id=Passiflora+quadrangularis>
- Trowbridge, P. F. (20 de julio de 2021). Obtenido de What Is an Almond?:
<https://www.thespruceeats.com/almond-fact-sheet-1807487>
- Valenzuela, M. R. (31 de enero de 2022). Obtenido de MPACTO DEL COVID-19 EN LA SALUD MENTAL EN TRABAJADORES ECUATORIANOS: ANSIEDAD. INVESTIGATIO:
<https://revistas.uees.edu.ec/index.php/IRR/article/download/679/640?inline=1>
- Vidal, N. (15 de julio de 2021). Obtenido de Alimentación saludable, 7 tendencias de consumo actual: <https://www.ainia.es/ainia-news/alimentacion-saludable-7-tendencias-consumo-actual/>
- Wahli, W. (08 de abril de 2022). Obtenido de Los snacks recuperan ventas, pero se opta por los saludables: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/snacks-recuperan-ventas-opta-saludables-125178.html>
- Walmart Supplier Center. (2023). Obtenido de We'll bring the customers:
<https://supplier.walmart.com/>
- Word Population. (2023).
- Word Population. (2023). Obtenido de Informes Internacionales:
https://www.ivace.es/Internacional_Informes-Publicaciones/Pa%C3%ADses/Estados_Unidos/EEUUtiquetadoalimentosicex2021.pdf
- worldbank.org. (JUNIO de 2023). Obtenido de Global Economic Prospects:
<https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/6e892b75-2594-4901-a036-46d0dec1e753/content>
- Yang, E. (03 de agosto de 2021). Obtenido de 'I'm a Registered Dietitian, and This Is the One Food I Always Recommend Eating Before Bed for Restful Sleep':
<https://www.wellandgood.com/walnut-benefits/>
- Zambrano, L. (08 de abril de 2023). Obtenido de Los snacks recuperan ventas, pero se opta por los saludables: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/snacks-recuperan-ventas-opta-saludables-y>