



NEGOCIOS INTERNACIONALES

**Proyecto de titulación para la obtención del título de
Licenciatura de Negocios Internacionales**

AUTOR: Xavier David García Moreira

TUTOR: Econ. Jorge Andrés Izaguirre Olmedo

**Plan de Negocio para la creación de una empresa dedicada a la
elaboración snack e infusión de pitahaya orgánica deshidratada y su
exportación a Estados Unidos**

DECLARACIÓN EXPRESA

Yo, XAVIER DAVID GARCÍA MOREIRA, en calidad de autor del trabajo de investigación titulado PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN SNACK E INFUSIÓN DE PITAHAYA ORGÁNICA DESHIDRATADA Y SU EXPORTACIÓN A ESTADOS UNIDOS, autorizo a la Universidad Internacional del Ecuador - UIDE para hacer uso del contenido de la presente obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos de uso de este trabajo corresponden a la Universidad Internacional del Ecuador. La responsabilidad legal del contenido del documento corresponde exclusivamente al autor.

XAVIER DAVID GARCÍA MOREIRA
131019076-2

CERTIFICACIÓN

Yo, XAVIER DAVID GARCÍA MOREIRA, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación titulado PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN SNACK E INFUSIÓN DE PITAHAYA ORGÁNICA DESHIDRATADA Y SU EXPORTACIÓN A ESTADOS UNIDOS, es de mi autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

XAVIER DAVID GARCÍA MOREIRA
131019076-2

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

Gustavo Vega, PhD.

Rector

Ramiro Canelos, PhD.

Vicerrector Académico

Patricio Torres, PhD.

Decano Facultad de Ciencias Administrativas

MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

María Auxiliador Guerrero, PhD.

Directora Académica

Cristina Plúa Muñoz, MBA.

Coordinadora carrera Negocios Internacionales

Viviana Medina Vergara, MBA.

Coordinadora carrera Administración de Empresas

Tania Palacios Sarmiento, MGS.

Coordinadora carrera Marketing

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento eterno a Dios, a toda mi familia, mi abuela paterna “Melliza” y mi abuela materna “Pochita”, mi abuela de corazón “Maricusa”, mi hermana Karla María, mis sobrinos, mis tíos y tías que de alguna y otra forma formaron parte de este proceso; motivándome e incentivándome para que culmine este proyecto Universitario.

A mis colegas de carrera, que participaron en las investigaciones, talleres y proyectos, por su franqueza, amistad; y con quienes compartí momentos de mucho enriquecimiento académico y vida. Gracias infinitas por toda su ayuda y buena voluntad.

A las autoridades, profesores que me guiaron y me brindaron todo su apoyo y contingente para realizar esta investigación.

DEDICATORIA

A mis padres, quienes me enseñaron el largo camino de la vida, me dieron la base para poder llegar a ser quien soy ahora.

Me hubiera gustado que está no sea una dedicatoria sin tu presencia física Padre, porque este logro es tan mío como tuyo; quise, intenté y me esforcé para hacerte sentir orgulloso de todo lo que con tu ejemplo, aprendí. Esta Tesis está dedicada a tu memoria y a tus enseñanzas. Padre, dicen que solo se muere cuando se olvida y yo no te olvido.

A mi padre Xavier Alfredo, quien me inició en este camino de vida, me enseñó a valorar los resultados de un gran esfuerzo, a conocer el precio de tener una gota de sudor en la frente, por ser mi "amigo", maestro, mi ejemplo a seguir, mi líder; y, darme palabras de aliento, me dejaste trazado un camino lleno de bondades, sabiduría, y amor para amar todo lo sencillo y bueno de la vida; a ser un ejemplo, padre mío ocupas un lugar muy especial en mi corazón.

A mí madre Karla quien me ayuda a seguir caminando, para hacer de mí una mejor persona a través de sus consejos, enseñanzas y amor. Por ser la fortaleza de nuestra familia y mi impulso para no darme por vencido, enseñándome a valorar todo lo que soy.

INDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN EXPRESA	II
CERTIFICACIÓN	III
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR	IV
MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
INDICE DE CONTENIDO	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE FIGURA.....	XVI
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	1
1.1. Introducción	1
1.2. Antecedentes	2
1.3. Declaración del problema.....	3
1.4. Propósito de la Investigación	4
1.5. Importancia del estudio	4
1.6. Formulación del problema	5
1.7. Sistematización de preguntas	5

1.8.	Objetivos de la investigación	5
1.8.1.	Objetivo general	5
1.8.2.	Objetivos específicos	5
1.9.	Asunciones	6
1.10.	Limitaciones	6
1.11.	Delimitaciones.....	6
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO Y DIAGNÓSTICO		7
2.1.	Marco Teórico.....	7
2.2.	Resultados de Estudio de Mercado	9
2.3.	Situación Comercial del Ecuador.....	9
2.4.	Estructura Estratégica del Negocio: Principios y Valores; Misión; Visión; etc	11
2.4.1.	Misión	11
2.4.2.	Visión.....	11
2.4.3.	FODA.....	11
2.4.4.	Matriz PESTEL.....	12
2.4.5.	Plan de Marketing	13
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		17
3.1.	Diseño de la Investigación	17
3.1.1.	Investigación documental	17
3.1.2.	Investigación de campo.....	17
3.1.3.	Investigación mixta	18
3.2.	Técnicas de investigación	18

3.2.1. Análisis bibliográfico.....	18
3.2.2. Encuesta	18
3.2. Hipótesis	19
3.3. Población.....	19
3.4. Características de la Muestra	19
3.5. Confidencialidad	20
3.6. Localización Geográfica	20
3.7. Instrumentación.....	21
3.7.1 Recolección de datos.....	21
3.7.2. Análisis de datos	25
3.8. Validez y confiabilidad:	41
CAPITULO IV: PROPUESTA	42
4.1 Estudio Técnico.....	42
4.1.1 Infraestructura producción y Logística	42
4.1.2. Alcance Estudio Ingeniería y Efectos Económicos (equipos y maquinarias).....	44
4.1.3. Cantidad de fruta deshidratada que se producirá	46
4.2. Estudio Organizacional.....	50
4.2.1. Organigrama	50
4.2.2. Perfiles de puestos.....	50
4.2.3. Manual de funciones.....	53
4.3. Sistemas de Información.....	65
4.3.1. Sistemas de Información Gerencial	67

4.3.2. Administración.....	67
4.4. Estudio Legal	69
4.4.1. Creación de la compañía.....	69
4.4.2. Impuestos	71
4.5. Permisos de Funcionamiento	73
CAPÍTULO V: FINANCIACIÓN	76
5.1. Viabilidad financiera del proyecto	76
5.1.1. Supuestos	76
5.1.2. Inversión en activos fijos (Planta).....	77
5.1.3. Capital de trabajo	78
5.1.4. Depreciación	79
5.1.5. Capacidad de producción	79
5.1.6. Costos de producción.....	79
5.1.7. Sueldos.....	80
5.1.8. Gastos	81
5.1.9. Precio de venta y proyección.....	83
5.1.10. Estados financieros	83
5.1.11. Payback.....	87
5.1.12. TIR y VAN	87
5.2. Punto de equilibrio	88
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
Conclusiones.....	89
Recomendaciones	91

Bibliografía 92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 FODA.....	11
Tabla 2 <i>Presupuesto Estrategia de marketing</i>	16
Tabla 3 <i>Consumidor habitual</i>	25
Tabla 4 <i>Consumidor de la fruta Pitahaya</i>	26
Tabla 5 <i>Conocimientos sobre las propiedades nutritivas de Pitahaya</i>	27
Tabla 6 <i>Producto procesado a base de pitahaya</i>	28
Tabla 7 <i>Comida deshidratada como forma de consumo habitual</i>	29
Tabla 8 <i>Consumo en el día</i>	30
Tabla 9 <i>La comida deshidratada</i>	31
Tabla 10 <i>Satisfacción de sus necesidades en cuanto a su alimentación</i>	32
Tabla 11 <i>Posible frecuencia de consumo el producto ya transformado</i>	33
Tabla 12 <i>Presentación de producto</i>	34
Tabla 13 <i>Recepción del producto</i>	35
Tabla 14 <i>Precio a pagar por el producto</i>	36
Tabla 15 <i>Preferencia del lugar para adquirir el snack de pitahaya deshidratada</i>	37
Tabla 16 <i>Momento del día le gustaría consumirlo</i>	38
Tabla 17 <i>Disposición de consumir este producto como infusión (té)</i>	39
Tabla 18 <i>Medio para recibir información sobre alimentos deshidratado para su consumo</i>	40
Tabla 19 <i>Maquinarias y equipos</i>	45
Tabla 20 <i>Tiempo de producción</i>	47

Tabla 21 <i>Cantidad de producción</i>	47
Tabla 22 <i>Personal contratado</i>	48
Tabla 23 <i>Costo de producción</i>	48
Tabla 24 <i>Cálculo de flete</i>	71
Tabla 25 <i>Valor de procedencia</i>	73
Tabla 26 <i>Supuestos de inflación proyectada</i>	76
Tabla 27 <i>Muebles y enseres</i>	77
Tabla 28 <i>Equipo de computación</i>	77
Tabla 29 <i>Maquinaria</i>	77
Tabla 30 <i>Total de activos fijos</i>	78
Tabla 31 <i>Capital de trabajo</i>	78
Tabla 32 <i>Depreciación</i>	79
Tabla 33 <i>Depreciación acumulada</i>	79
Tabla 34 <i>Capacidad de producción</i>	79
Tabla 35 <i>Costo de Valor Unitario (CVU)</i>	80
Tabla 36 <i>Costo de producción anual</i>	80
Tabla 37 <i>Sueldos</i>	80
Tabla 38 <i>Proyección Sueldos Anual Administrativos</i>	81
Tabla 39 <i>Gastos de Ventas</i>	81
Tabla 40 <i>Gastos de ventas proyectadas</i>	81
Tabla 41 <i>Gastos administrativos</i>	81
Tabla 42 <i>Gastos administrativos proyectados</i>	82
Tabla 43 <i>Gastos de exportación</i>	82

Tabla 44 <i>Gastos de exportación proyectados</i>	82
Tabla 45 <i>Gastos proyectados</i>	82
Tabla 46 <i>Precio de venta</i>	83
Tabla 47 <i>Proyección de venta</i>	83
Tabla 48 <i>Estado de situación financiera</i>	84
Tabla 49 <i>Estado integral de resultados</i>	85
Tabla 50 <i>Flujo efectivo</i>	86
Tabla 51 <i>Payback</i>	87
Tabla 52 <i>Capital propio</i>	87
Tabla 53 <i>TIR y VAN</i>	87

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1	Localización de la empresa	21
Figura 2	<i>Consumidor habitual</i>	25
Figura 3	<i>Consumidor de la fruta Pitahaya</i>	26
Figura 4	<i>Conocimientos sobre las propiedades nutritivas de Pitahaya</i>	27
Figura 5	<i>Producto procesado a base de pitahaya</i>	28
Figura 6	<i>Comida deshidratada como forma de consumo habitual</i>	29
Figura 7	<i>Consumo en el día</i>	30
Figura 8	<i>La comida deshidratada</i>	31
Figura 9	<i>Satisfacción de sus necesidades en cuanto a su alimentación</i>	32
Figura 10	<i>Posible frecuencia de consumo el producto ya transformado</i>	33
Figura 11	<i>Presentación de producto</i>	34
Figura 12	<i>Recepción del producto</i>	35
Figura 13	<i>Precio a pagar por el producto</i>	36
Figura 14	<i>Preferencia del lugar para adquirir el snack de pitahaya deshidratada</i>	37
Figura 15	<i>Momento del día le gustaría consumirlo</i>	38
Figura 16	<i>Disposición de consumir este producto como infusión (té)</i>	39
Figura 17	<i>Medio desea recibir información sobre alimentos deshidratado para su consumo</i>	40
Figura 18	<i>Proceso de producción de la fruta deshidratada (Pitahaya)</i>	42
Figura 19	<i>Proceso de exportación</i>	43
Figura 20	<i>Infraestructura de la empresa</i>	44

Figura 21 *Empaque del producto*

49

Figura 22 *Organigrama*

50

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1.Introducción

La presente investigación se enfoca en estudiar la situación de exportación de frutos de pitahaya y sus derivados como snacks e infusiones al mercado de los Estados Unidos. De esta forma, con el fin de introducir este producto hacia el mercado estadounidense, es relevante analizar de manera minuciosa si el producto es acogido de acuerdo a las culturas, costumbres, religión, entre otros, que posea cada uno de ellos, todo ello con el propósito de alcanzar un excelente crecimiento económico para el producto.

Las exportaciones de productos no tradicionales aumentaron gracias a la alta demanda en el consumo de los alimentos saludables. Hoy en día, la fruta exótica es la más buscada por los consumidores extranjeros, debido a que no tienen en el país las condiciones climáticas y ambientales para que la fruta crezca en su tierra. Por eso los extranjeros las quieren tanto y no dudan en pagar el precio de tenerlas. De acuerdo a Haro (2021), las exportaciones de Pitahaya amarilla al mercado estadounidense en los últimos años se han dinamizado, causando un aumento en las exportaciones hacia el país del norte desde Ecuador, esto debido a que esta fruta ha tenido mucha fama gracias a su exótica presentación, textura y sabor.

En cuanto a la pitahaya, se logra mencionar que es una fruta no tan aceptada por el mercado nacional por su alto precio. Los cultivadores en Ecuador tuvieron que investigar, crear e imaginar técnicas de cultivo diferentes para asegurar que la fruta fuera aceptada en los mercados extranjeros.

Dado a lo anteriormente expuesto, el presente estudio tiene como objetivo general diseñar un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la elaboración snack e infusión de

pitahaya orgánica deshidratada y su exportación a Estados Unidos, para ello, este estudio se encuentra constituida por cinco capítulos, dentro de los cuales:

- ✓ El primer capítulo detalla el problema de la investigación, propósito, importancia, sistematización, objetivos, limitaciones y delimitaciones.
- ✓ En el segundo capítulo, se encuentra el marco teórico y conceptual de la investigación, el diagnóstico y la estructura estratégica del negocio a fin de demostrar la relevancia del tema.
- ✓ Por su parte, en el tercer capítulo, se encuentra la metodología utilizada, la cual permitió obtener resultados claves en el estudio.
- ✓ En el cuarto capítulo, se encuentra la propuesta de estudio.
- ✓ Y por último, en el quinto capítulo se encuentran el análisis financiero que demuestra la viabilidad del estudio.

1.2. Antecedentes

Por lo que se refiere a la pitahaya, conocida como fruta del dragón es una fruta exótica. Ha evolucionado en todo el hemisferio occidental, su origen de cultivo proviene de la cultura azteca del siglo XIII y. Hay dos tipos de pitahaya: la roja (*Cereus Ocampis*) de pulpa blanca y rosada según la época de maduración; y el color amarillo (*Selenicereus meanthus*) con pulpa blanca. Para el desarrollo del plan de negocios utilizamos la pitahaya amarilla orgánica, que es la más comercial y de sabor dulce; vitaminas, fibra, calcio, hierro y fósforo se conservan mejor en estado deshidratado. (Huachi, y otros, 2015).

La agricultura ecuatoriana tiene reconocimiento a nivel mundial por las características de nuestro suelo y nuestros frutos tradicionales de exportación, sin embargo, la industria ha

descubierto otras opciones frutícolas que generan más retornos económicos, dinamizan el mercado y satisfacen la demanda internacional.

El proyecto se enfoca en utilizar materias primas que brinda la agricultura para innovar productos terminados con la marca ecuatoriana; y crear un snack de pitahaya orgánica deshidratada para consumo o infusión como opción nutricional para un mercado actualmente enfocado en el consumo de alimentos saludables y orgánicos, así como oportunidades de generación de empleo, promover el cultivo de niños y grandes productores, atender el mercado, y también contribuir a la economía nacional.

1.3. Declaración del problema

Actualmente, según estudios las enfermedades humanas se deben a una dieta deficiente y, con el tiempo, la mayoría de las personas se han dado cuenta de que comer suficientes alimentos puede mejorar su calidad de vida. Incluso los problemas digestivos o problemas relacionados con el estreñimiento son causados por una mala alimentación y por no consumir productos nutritivos que favorezcan la buena salud, asimismo existe una gran demanda en los EE. UU., una oportunidad importante para el consumo de productos orgánicos y saludables, y actualmente se pueden identificar cambios en las dietas de los residentes. Teniendo en cuenta los acuerdos internacionales y el hecho de que el gobierno ecuatoriano actualmente está impulsando las negociaciones y el comercio exterior, el acceso al mercado estadounidense es alto.

Asimismo Ecuador es un país caracterizado como un proveedor de productos primarios o materias primas, siendo reconocido en el exterior, en la que se tiene la oportunidad de industrializar productos derivados de la agricultura como la pitahaya. La exportación lógicamente contribuirá a la balanza de pagos y por ende es una oportunidad económica para Ecuador.

1.4. Propósito de la Investigación

El propósito primordial de esta investigación es diseñar un plan de negocio para constituir una empresa que elabore snack de pitahaya orgánica deshidratada que pueda ser utilizado como infusión de té, esto con el fin de que el negocio se enfoque en la internacionalización de este producto por medio de exportaciones hacia Estados Unidos, aprovechando la riqueza e historia de la agroindustria del país ecuatoriano, las cuales se analizarán en este proyecto.

Para ello, es necesario recolectar la información suficiente de factores internos y externos que pueden incidir en su funcionamiento, con el fin de precisar la factibilidad del plan. La investigación a su vez, busca brindar una alternativa de solución al consumo de los residentes de Estados Unidos, ya que al brindar un alimento orgánico y saludable garantizará una mejora en la dieta de estas personas.

1.5.Importancia del estudio

En cuanto al plan de negocios ofrece una alternativa en la dieta saludable, la pitahaya es una fruta exótica enriquecida por propiedades, beneficios y valor nutricional. El consumo de pitahaya orgánica se ofrece como fruta deshidratada para conservar mejor sus nutrientes, y se brinda un snack para facilitar el consumo entre horas e incluso infusiones.

Además, Ecuador es considerado un productor de materias primas agrícolas, dando oportunidad de tecnificar y desarrollar productos terminados, derivados de los frutos. Es necesario comenzar la búsqueda de nuevos nichos que permitan crecer la cartera de productos exportables, de manera que puedan contribuir a la generación de ingresos, particularmente de aquellos productos cuya demanda genere salud y bienestar en los Estados Unidos. Es importante mencionar y es relevante para el país de destino y su población, debido a que hay un alto nivel de

obesidad en los Estados Unidos, y está asociado con el estreñimiento (Gómez et al. (2020). Por ello, un producto derivado de la pitahaya sería una solución natural a este problema.

1.6. Formulación del problema

¿De qué forma contribuye el diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la elaboración snack e infusión de pitahaya orgánica deshidratada en la exportación de productos orgánicos y saludables hacia Estados Unidos?

1.7.Sistematización de preguntas

- ¿Qué fundamentos teóricos, aportes académicos y bases legales se relacionan con los planes de negocio y estudios de mercado?
- ¿Cuál es la situación actual sobre el mercado y la venta de snack e infusión de pitahaya deshidratada en Guayaquil?
- ¿Cómo se puede determinar el estudio técnico del proceso de producción y del proceso de exportación hacia los Estados Unidos?
- ¿Cuál es la viabilidad económica del plan de negocio?

1.8.Objetivos de la investigación

1.8.1. Objetivo general

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

1.8.2. Objetivos específicos

- Realizar una fundamentación teórica para conocer aportes académicos y bases legales que se relacionan con los planes de negocio y estudios de mercado.

- Diagnosticar la situación actual sobre el mercado y la venta de snack e infusión de pitahaya deshidratada en Estados Unidos.
- Determinar el estudio técnico, definiendo así el proceso de producción y el proceso de exportación hacia los Estados Unidos.
- Estimar la viabilidad económica del plan de negocio.

1.9.Asunciones

Siendo Estados Unidos una de las economías más grandes del mundo, el mercado ofrece una importante oportunidad para internacionalizar un producto ecuatoriano, con ventajas económicas, logísticas y legales.

1.10. Limitaciones

- Competencia con variedad de productos y precios en supermercados americanos.
- Estados Unidos importa este producto principalmente desde China y Serbia.
- Poca experiencia como exportador de productos.
- La producción de la pitahaya es estacional.
- Desconocimiento de las propiedades de la pitahaya.

1.11. Delimitaciones

La materia prima para la elaboración del snack de pitahaya orgánica será obtenida mediante una alianza con los productores de fincas en Manabí y Guayas, dedicados al cultivo de pitahaya orgánica en las provincias de Guayas y Manabí.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO Y DIAGNÓSTICO

2.1. Marco Teórico

En cuanto a las referencias a investigaciones realizadas por otros autores. Respecto a la exportación de fruta deshidratada al mercado norteamericano, Recalde (2019), en su trabajo, empleó la encuesta para estudiar la factibilidad de exportación de pitahaya deshidratadas a Nueva York, Estados Unidos. El autor menciona que Ecuador está bien posicionado para cultivar una gama de productos agrícolas que son populares en los mercados internacionales, tales como; la piña, pero su oferta se concentra principalmente en principalmente una nueva introducción. Como el gobierno está interesado en diferenciar la oferta es importante exportar el valor agregado, y generar más exportaciones. Los derivados ideales son procesados aprovechando el potencial agrícola del país.

Por ello los extranjeros las desean tanto y no dudan en pagar el precio de tenerlas, menciona que las tendencias de los consumidores norteamericanos en el interés del cuidado de la salud y por comer frutas, incluidos sus derivados, se convirtió en una oportunidad para un país como Ecuador, esto evidencia su viabilidad comercial además de acuerdo a viabilidad financiera, indicando que el proyecto es rentable cuando se alcanza la tasa interna de retorno, asimismo a tasa de rendimiento fue de 3,84% y el valor actual neto es positivo, por lo que debe ser considerado para ser utilizado como la materia prima solo pitahaya, se sugiere agregar otros materiales en este estudio para hacer más atractiva la oferta (Recalde, 2019).

Hay poca investigación sobre la exportación de esta fruta deshidratada y como refrigerio al mercado norteamericano. (Aquino, Barboza, Jamanca, & Ruiz, 2022), se centraron en la oportunidad de exportar aguaymanto deshidratado de Perú a Canadá, es una fruta equivalente a Uvilla.

Asimismo, investigadores indican que el proceso de deshidratación permite que las frutas conserven sus beneficios, impulsa a los consumidores norteamericanos a comprarlas. Los autores justifican el proyecto por su contribución al desarrollo de una pequeña zona de Fincas en Perú que se especializa en Uvilla, pero no tienen valor en el mercado agregado, restringiendo sus ingresos y contribuyendo a sus condiciones de vida incorrectas. Por otra parte, se mencionó que Estados Unidos está mostrando una tendencia creciente del consumo de frutas y sus derivados, especialmente frutas exóticas y nutricionalmente importantes.

Con relación al proyecto se centrará únicamente en la viabilidad comercial, no en la viabilidad financiera, y muestra que las importaciones de uvilla desde Estados Unidos han ido en aumento, así como de fruta deshidratada con un consumo anual per cápita de 11 kg. Además, se muestra un crecimiento económico promedio anual del 2% y ocupando la posición 14 entre los mejores del mundo.

Con relación al análisis de factibilidad y la implementación para procesar las frutas deshidratadas también hay estudios en Colombia que exporta al mercado americano. Serrato y Jiménez (2017) muestran que las exportaciones de Uvilla en Colombia se concentran en presentación fresca, muy sensible al medio ambiente, lo que motivó a tener más cuidado, ya que esto aumenta el costo al exportar para evitar su rápida degradación.

Lo anterior limita el ingreso que recibirá el productor, por lo tanto, al someterlo a la deshidratación minimizará el riesgo de degradación rápida, además el consumo de fruta deshidratada en Estados Unidos está aumentando a medida que la gente cuida más su salud.

Igualmente en Estados Unidos es evaluado como un mercado de oportunidad para la comercialización de pitahaya, incluyendo derivados como fruta deshidratada. Las razones de lo que estos autores revelan es el interés por la ingesta de frutas de alta concentración nutricional,

exóticas y sus derivados pueden ganar espacio en el mercado, este último se come como snack. También mencionaron la estabilidad económica. Introduce el mercado objetivo, uno de los más fuertes del mundo.

2.2. Resultados de Estudio de Mercado

De acuerdo a los datos obtenidos del Trade Map los países de Colombia y Guatemala, son los países actuales que lidera las exportaciones de pitahaya y cubren el 25% de la demanda total del mercado internacional, (Trade Map, 2019). Los países consumidores principales de esta fruta internacionalmente son Asia, Europa y Estados Unidos; creando así la oportunidad para el desarrollo del presente proyecto.

Además el territorio nacional, cuenta con el clima y como también de la tierra fértil para cosechar esta fruta, lo cual nos permite competir con otros países exportadores de América Latina. Colombia es un fuerte productor y exportador de esta fruta, en su variedad de color amarilla. Hay países que ya son exportadores o están desarrollando esta actividad como Nicaragua, Guatemala y el sur de México.

Asimismo, para satisfacer la demanda creciente del mercado internacional, es necesario alcanzar altos niveles de productividad agrícola y estándares de calidad, indispensable para relaciones comerciales internacionales.

2.3. Situación Comercial del Ecuador

Por otra parte, Ecuador se beneficia del Sistema Generalizado de Preferencias otorgado por Estados Unidos, segundo destino de nuestras exportaciones, con arancel cero o reducción de impuestos a más de 300 exportaciones ecuatorianas. Los Países Menos Desarrollados disfrutan de trato preferencial y reducciones sustanciales en los aranceles de ciertos productos. El sistema

está diseñado para aumentar los ingresos de exportación de estos países, impulsar su industrialización y acelerar el ritmo de su crecimiento económico.

Teniendo en cuenta este acuerdo, en septiembre de 2017, nuestra cartera de exportación a los países del norte antes mencionados se amplió con el ingreso de la pitahaya, el organismo de regulación y control ecuatoriano negoció con su homólogo estadounidense, en el que se espera exportar 8000 toneladas (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2020). además la aprobación de la importancia fundamental del sector agropecuario en el contexto de crecimiento y sustentabilidad, además de ser un producto con múltiples beneficios y demandas del mercado en Estados Unidos. Este acuerdo le presenta a Ecuador desafíos que pueden ser vistos como oportunidades de mejora, siendo los más importantes que tenemos los siguientes:

- Asegurar los volúmenes de producción, para lo cual es importante fortalecer la capacidad de producción de los productos que se venderán, para cumplir con los compromisos y asegurar una asociación a largo plazo. Conocer las regulaciones y certificaciones del producto que está vendiendo antes de que esto se convierta en un revés en la negociación.
- Optimizar los costos de producción, en este punto es importante recalcar que la apreciación del dólar brinda cierta desventaja frente a países de la misma región que ofrecen el mismo producto, por lo que generar un valor agregado único se vuelve crucial no volverse sensible al precio. Los productos derivados de la pitahaya son una oportunidad para diversificarse de los productos tradicionales e incursionar en la exportación de productos industrializados.

2.4. Estructura Estratégica del Negocio: Principios y Valores; Misión; Visión; etc

2.4.1. Misión

“Ser proveedores de los mejores productos derivado de la pitahaya en el mercado estadounidense, fortaleciendo la nutrición saludable a través de productos que cuentan con altos estándares de calidad y que satisfagan a cada uno de nuestros clientes.”

2.4.2. Visión

“En el 2030, liderar la exportación de snack e infusiones de pitahaya como empresa ecuatoriana en al mercado norteamericano y ser reconocida por su calidad, confiabilidad, estabilidad, e innovación.”

2.4.3. FODA

Tabla 1
FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Conservación larga del producto como fruta deshidratada.- Empaque dosificado para el consumo y recomendaciones saludables.- Producto nuevo industrializado desde la materia prima.- Producto orgánico.- Forma de consumo como snack o té de infusión.- Las propiedades, nutrientes y vitaminas se conservan una vez deshidratada la fruta.- Provee una mayor digestión y mejor absorción de nutrientes.	<ul style="list-style-type: none">- Obtención de menos peso en gramos al deshidratar las frutas.- Desconocimiento de las propiedades de la pitahaya.- Poca promoción del producto en el exterior.- La producción de pitahaya es estacional.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS

-
- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">- Tendencia de los snacks saludables.- Alta demanda mundial por el mercado potencial Estados Unidos.- Expandir el portafolio de productos ecuatorianos vendidos al exterior.- Estados Unidos se encuentra en vanguardia en consumo de productos saludables. | <ul style="list-style-type: none">- Competencia con variedad de productos y precios en supermercados americanos.- Estados Unidos importa este producto principalmente desde China.- Poca experiencia como exportador de productos. |
|--|--|
-

Elaborado por el Autor

2.4.4. Matriz PESTEL

Político: Gobierno federal de los Estados Unidos y el gobierno local son los principales entes reguladores, desreguladores, por lo que esto puede representar oportunidades o amenazas clave para la organización.

Hoy en día el clima político es poco alentador en el Ecuador puesto que existe descontento general, protestas constantes es el punto primordial que produce malestar en el panorama actual (Lara et al. (2022).

Económico: En el país se pronostica el crecimiento económico tras las recuperaciones luego de la pandemia, las cuales muestran que en el 2021 con un alza de 4.2%, esperándose una expansión del 2.8% en el 2022 (Candelo & Oviedo, 2021).

además si las tasas de interés suben, el costo para la producción y puesta en marcha de nuestro producto aumentaría sus costos; por esto se debe analizar los tipos de interés, nivel de tasa de empleo, inflación, perspectivas a largo plazo del PIB.

Social: Las tendencias sociales, culturales y demográficas, están dando forma a la manera en que se vive, trabaja, produce y se consume. Estas nuevas tendencias dan lugar a un tipo diferente de consumidor, por lo que gracias a nuevas orientaciones y formas de consumos existe la probabilidad de aceptación del snack de pitahaya orgánica deshidratada.

Tecnológico: La tecnología representa una importante oportunidad al momento de formular las estrategias, ya que la tecnología es importante para poder competir como ventaja en los mercados globalizados. Por lo que resulta imperiosa la actualización indeleble de los recursos humanos de la empresa, búsqueda y armonía de la tecnología idónea para manejar información necesaria para innovar.

Ecológico: La compañía asumirá importantes compromisos ambientales, por lo que los envases serán biodegradables, habrá un control responsable de la gestión de residuos y otros procesos que ayuden a reducir el impacto ambiental. Asimismo, las empresas tendrán una gran responsabilidad social al brindar empleo a las madres solteras para promover el trabajo justo.

Legal: además Ecuador se beneficia del Sistema Generalizado de Preferencias otorgado por Estados Unidos, segundo destino de nuestras exportaciones, con arancel cero o reducción de impuestos a más de 300 exportaciones ecuatorianas. Los Países Menos Desarrollados reciben un trato preferencial y reducciones sustanciales en los aranceles de ciertos productos.

2.4.5. Plan de Marketing

En cuanto al objetivo principal de la empresa se centra en proveer productos de calidad derivados de la pitahaya en el mercado de EEUU, ayudando con una nutrición

saludable que compensen a cada uno de los clientes, para ello se hará un enfoque en el primer año para realizar los primeros embarques hacia Estados Unidos.

Asimismo a mediano plazo tener un crecimiento en ventas de al menos 15% en el segundo año de operatividad y a largo plazo abrir un primer punto de venta hacia minoristas en los Estados Unidos para mejor comercialización y tener presencia en al menos 5 tiendas retails.

Igualmente se necesita una estrategia para conquistar este segmento de mercado, haciendo atractivo el producto por sus múltiples beneficios ya que el sector de los snacks existe innumerables competidores. Para desarrollar la comercialización de este snack en el mercado norteamericano se hará uso del marketing mix en el cual se incluirán las 4 P's del mercado.

Producto:

El snack de pitahaya tendrá un aspecto de fresca, colores intensos y brillantes, un empaque llamativo y dirigido para un mercado exigente como el norteamericano, así lograremos que se vea atractiva para el consumidor.

Precio:

El precio se logra en función del estudio de mercado, considerando que está en la fase de inicio se hará uso de un precio promocional para captar el mercado.

Precio normal por unidad	\$ 0.35
Precio promocional por unidad	\$ 0.27
Precio promocional al por mayor	\$ 0.25

Plaza:

Se seleccionará los puntos de venta del producto en base a la segmentación del mercado, se manejarán canales de distribución indirecta que va de la producción a los diferentes supermercados y mayoristas de los Estados Unidos.

Promoción:

La compañía realizará publicidades dirigiéndose a los consumidores con hábitos saludables y quienes desean buscar un estilo de vida más saludable, con enfoques de nutrición y buena alimentación. Se realizarán campañas y activaciones dentro de los supermercados, degustaciones y demostraciones del producto como snack y como infusión para té; buscando generar atracción por probar lo que conlleva al consumo de la misma.

Además de ello, la principal idea es hacer uso de estrategias digitales ya que actualmente se vive en un mundo digital, por lo que un sitio web es ahora una necesidad para que una empresa, grande o pequeña, pueda crecer. Por esta razón se creará una página web para que las personas tengan la oportunidad de conocer el producto y sus beneficios, así como también la empresa y los precios que ofrece para su compra.

Asimismo otro punto de contacto prometedor son los canales en línea. Los trabajadores de oficina y el público objetivo son usuarios activos de las redes sociales, periódicos en línea y otros. Luego, se hará uso de la publicidad digital en Facebook, YouTube e Instagram que puedan aumentar la popularidad del producto en línea.

Tabla 2*Presupuesto Estrategia de marketing*

Estrategia de Marketing	Estrategia específica	Tiempo	Cantidad	Costo Unitario	Costo al mes
Promoción y comunicación	Creación de página web	Indefinido	1	\$350	---
	Actualización de página web y posicionamiento SEO	Trimestralmente	4	\$250	\$250
	Publicidad en Redes Sociales	Trimestralmente	4	\$250	\$250

Elaborado por el Autor

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la Investigación

3.1.1. Investigación documental

El diseño de esta investigación es de tipo documental. Las investigaciones de este tipo son teóricas. En este tipo de trabajos la recopilación de información y el análisis de los resultados son pocos susceptibles de comprobar por medios físicos y tienen un grado de carácter de muy poca investigación de campo por lo general abstractas apoyando lo encontrado en el entorno (Benassini & Muñoz, (2010)).

A través de información encontrada en textos, se analiza teorías, realizados archivos, reportes investigativos etc., es decir se investiga sobre algo que ya está hecho, la investigación se afirma en información o datos encontrados por otras personas.

3.1.2. Investigación de campo

En el desarrollo de este tipo de los trabajos, el levantamiento de información como las aplicaciones prácticas, análisis, comprobaciones y métodos utilizados para emitir conclusiones, se ejecutan de manera que se desenvuelve el fenómeno o hecho en estudio en breve análisis documental. En estas investigaciones, el trabajo se efectúa directamente en el campo y solo se utiliza un estudio de carácter documental para avalar o complementar los resultados (Benassini & Muñoz, (2010)).

La investigación se despliega en el lugar de los hechos, se lo verifica en el sitio donde se da la problemática, con el objeto de tener de cerca todos los datos que nos lleven al entendimiento del fenómeno. Se utiliza mucho la observación en este tipo de investigación.

3.1.3. Investigación mixta

Se combinan en forma equitativa dos tipos de investigación la documental y de campo, pueden variar su tendencia según las condiciones y necesidades de la idónea investigación (Benassini & Muñoz, (2010)).

Asimismo el diseño de investigación mixto, requiriendo datos que han encontrado otros investigadores, de igual forma como datos que se deben encontrar aplicando distintas técnicas de investigación.

3.2. Técnicas de investigación

3.2.1. Análisis bibliográfico

Según Herrera (2018), comprende el interpretar texto y analizar permite de manera válida, ya sea de forma explícita o implícita, dándole sentido a los planteamientos desde un contexto nacional e internacional, en la cual se estudia el mercado objetivo, la demanda y las cualidades necesarias para la aceptación de la propuesta de valor.

3.2.2. Encuesta

Asimismo, se utilizó la encuesta con la intención de identificar las variables que ayude a predecir el comportamiento de compra, sobre el mercado y la venta de snack e infusión de pitahaya orgánica deshidratada en EEUU y conocer a fondo a los clientes del modelo de negocio

para la elaboración y exportación de este producto saludable, como parte de un proceso para caracterizar la demanda que se pretende satisfacer.

3.2. Hipótesis

El diseño de un plan de negocio contribuye a la creación de una empresa dedicada a la elaboración snack e infusión de pitahaya orgánica deshidratada y su exportación a Estados Unidos.

3.3. Población

En cuanto a la población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación (López, 2014). Para el análisis de estudio se toma la Ciudad de Florida – Estado Unidos, que, de acuerdo a cifras del censo de 2020, se registró a 21.733.312 habitantes (Datosmacro, 2020). Se investigó sobre las preferencias, hábitos, e intereses que tienen los habitantes hacia el consumo de pitahaya deshidratada.

3.4. Características de la Muestra

Acerca del grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia (Hernández, 2014).

Para el caso de estudio se trata de una muestra finita, la cual para su obtención debe cumplir con la siguiente formula:

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Total de la población, se considera un valor de 21.733.312

Z: Grado de confianza, se considera un valor de 1,96 (95%. nivel de confianza)

p: Probabilidad de que un individuo encuestado tenga el atributo considerado.

e: error permisible. Para este caso se considera un valor de 5%

q: Probabilidad complementaria de p, es decir, es la probabilidad de que no tenga dicho atributo.

$$n = \frac{21.733.312 * (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}{(0,05)^2(21.733.312 - 1) + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}$$
$$n = 385 \text{ personas.}$$

además la cantidad de personas se les realizaron preguntas sobre sus preferencias, hábitos, e intereses que tienen los habitantes hacia el consumo de pitahaya deshidratada.

3.5. Confidencialidad

Dado que la información es obtenida desde fuentes externas de empresas mayoristas, minoristas y de supermercados de los estados unidos no se necesita mayor grado de confidencialidad en esta investigación por lo que la información es generalizada.

3.6. Localización Geográfica

La ubicación de la empresa en estudio, se encuentra en el cantón Durán en el kilómetro 16 vía Durán-Tambo. A continuación, se muestra en la figura su localización geográfica:

Figura 1
Localización de la empresa



Elaborado por el Autor

3.7. Instrumentación

Asimismo, se empleará información online, computadoras portátiles, cuestionarios para la recolección de datos para el desarrollo de la presente investigación además la información online fue manejada para encontrar información sobre exportaciones e importaciones realizadas por los Estados Unidos del producto que se desea exportar, de igual manera se utilizó para encontrar información de costos de ciertos productos y materiales necesarios para la elaboración del producto.

3.7.1 Recolección de datos

Por otra parte, los datos recolectados se tomarán directamente al grupo objetivo investigado “La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables” (Palella & Martins, Metodología de la investigación cualitativa. FEDUPEL., 2010).

Asimismo, se empleará la técnica, de recolección de datos a la encuesta, ya que mediante preguntas elaboradas a expertos sobre el tema se puede obtener una mayor información del mismo y se puede comprobar lo que se está planteando en capítulos anteriores.

Igualmente en la encuesta se estructuraron 16 preguntas con el fin de conocer los gustos e intereses de las personas en la adquisición de snack e infusión de pitahaya orgánica deshidratada, como una alternativa de solución para el consumo de comida saludable, nutritiva y accesible. A continuación, se indica el siguiente modelo de cuestionario:



Este instrumento es aplicado para interés académico, como trabajo de grado en la Universidad Internacional del Ecuador.

“Somos DRAGONFIT, empresa dedicada a la elaboración de snacks saludables de PITAHAYA, acorde a las nuevas necesidades del mercado. Por lo tanto, la presente encuesta tiene como objetivo evaluar las respuestas del consumidor ante el producto presentado.”

Indicaciones: Lea detenidamente la pregunta y marque el recuadro de la respuesta que considere apropiada

Fecha: _____

Edad del encuestado: _____

1. ¿Es consumidor habitual de productos saludables?

Sí__ No__

2. ¿Ha consumido la fruta Pitahaya?

Sí__ No__

3. ¿Conoce usted las propiedades nutritivas de la fruta?

Sí__ No__

4. ¿Le gustaría consumir un producto procesado a base de pitahaya?

Sí__ No__

5. ¿Adquiere comida deshidratada como forma de consumo habitual?

Sí__ No__

6. ¿Qué cantidad de comida deshidratada consume en el día?

- 1 Funda de comida deshidratada___
- 3 Fundas de comida deshidratada__
- 5 Fundas de comida deshidratada__
7. ¿Sabía usted que la comida deshidratada, mantiene sus componentes naturales siendo ricos en nutrientes y vitaminas?
- Sí__ No__
8. ¿Le gustaría adquirir snacks de pitahaya deshidratada para satisfacer sus necesidades en cuanto a su alimentación?
- Sí__ No__
9. ¿Con qué frecuencia consumiría el producto ya transformado?
- Nunca__ Casi nunca__ En ocasiones__ Casi siempre__ Siempre__
10. ¿En qué presentación les gustaría adquirir su producto?
- ___Funda de 70 gr ___ Funda de 100gr
11. ¿Le gustaría conocer este producto?
- Sí__ No__
12. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este producto?
- 5\$__ 7\$__ 10\$__
13. ¿En dónde le gustaría adquirir el snack de pitahaya deshidratada?
- ___ En supermercados ___Abastos
- ___Tienda online
14. ¿En qué momento del día le gustaría consumirlo?
- Mañana__ Tarde___ Noche___
15. ¿Estaría dispuesto a consumir este producto como infusión (té)?

Sí__ No__

16. ¿Por qué medio desea recibir información sobre alimentos deshidratado para su consumo?

____Folleto ____Redes Sociales ____Correo Electrónico

3.7.2. Análisis de datos

1. ¿Es consumidor habitual de productos saludables?

Tabla 3

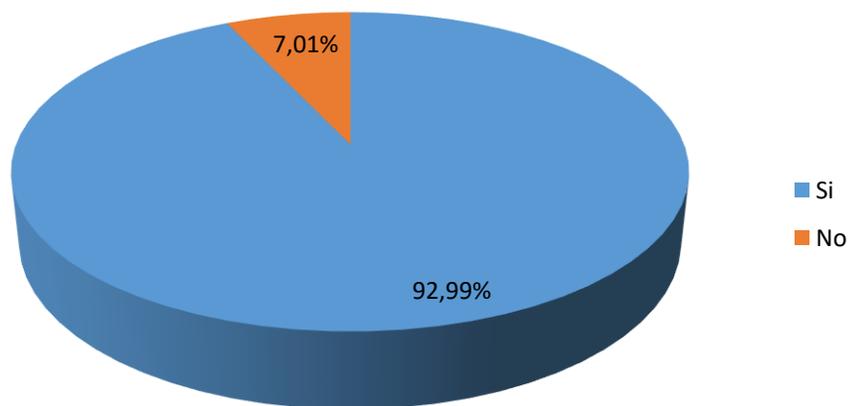
Consumidor habitual

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	358	92,99%
No	27	7,01%
Total	385	100,00%

Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Figura 2

Consumidor habitual



Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Análisis

El 92.99% de los encuestados afirman que si es consumidor habitual de productos saludables, sin embargo, el 7,01% indica que no.

2. ¿Ha consumido la fruta Pitahaya?

Tabla 4

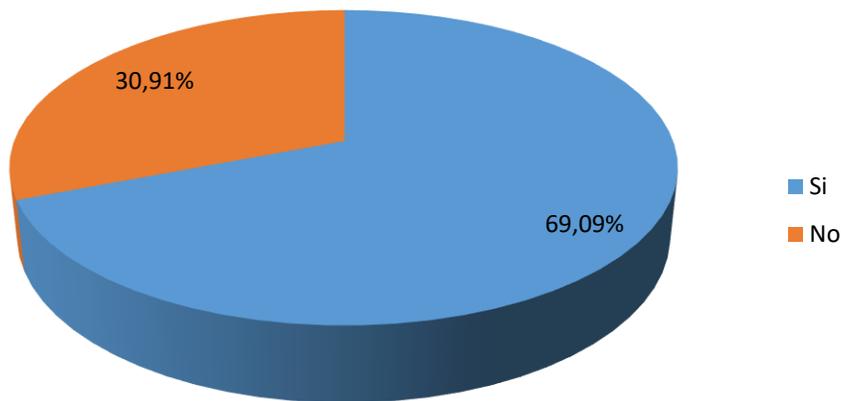
Consumidor de la fruta Pitahaya

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	266	69,09%
No	119	30,91%
Total	385	100,00%

Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Figura 3

Consumidor de la fruta Pitahaya



Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Análisis

El 69,09% considera que si ha consumido la fruta Pitahaya, no obstante, el 31,91% indica que no la ha consumido.

3. ¿Conoce usted las propiedades nutritivas de la fruta?

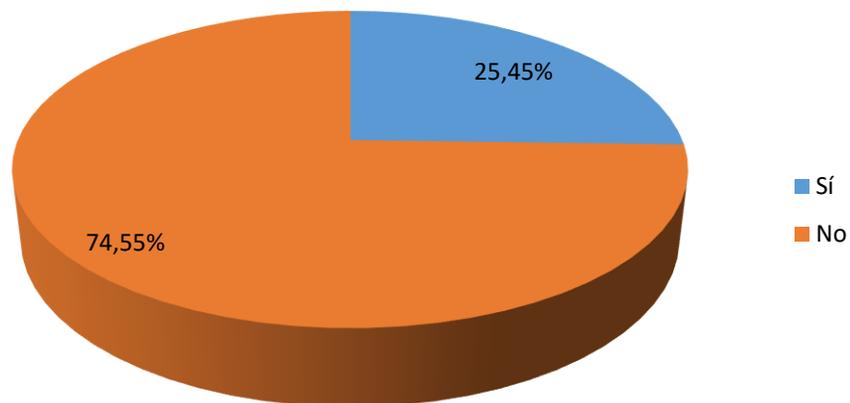
Tabla 5

Conocimientos sobre las propiedades nutritivas de Pitahaya

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	98	25,45%
No	287	74,55%
Total	385	100,00%

Figura 4

Conocimientos sobre las propiedades nutritivas de Pitahaya



Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 74,55% afirma que no conoce las propiedades nutritivas de la fruta, sin embargo, el 25,45% indica que sí.

4. ¿Le gustaría consumir un producto procesado a base de pitahaya?

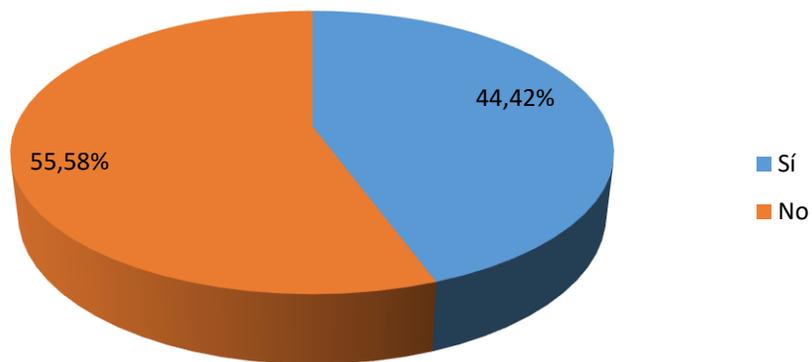
Tabla 6

Producto procesado a base de pitahaya

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	171	44,42%
No	214	55,58%
Total	385	100,00%

Figura 5

Producto procesado a base de pitahaya



Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Análisis

El 55,58% afirma que, si le gustaría consumir un producto procesado a base de pitahaya, mientras que el 44,42% indican que no.

5. ¿Adquiere comida deshidratada como forma de consumo habitual?

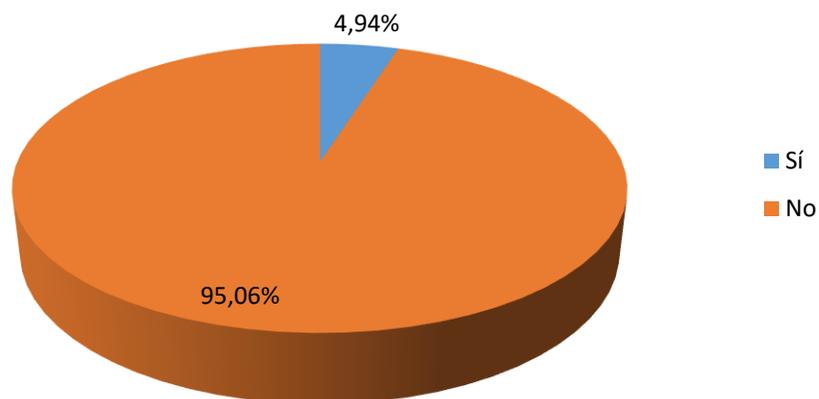
Tabla 7

Comida deshidratada como forma de consumo habitual

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	19	4,94%
No	366	95,06%
Total	385	100,00%

Figura 6

Comida deshidratada como forma de consumo habitual



Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Análisis

El 95,06% de los encuestados consideran que no adquiere comida deshidratada como forma de consumo habitual, no obstante, el 4,94% afirma que sí.

6. ¿Qué cantidad de comida deshidratada consume en el día?

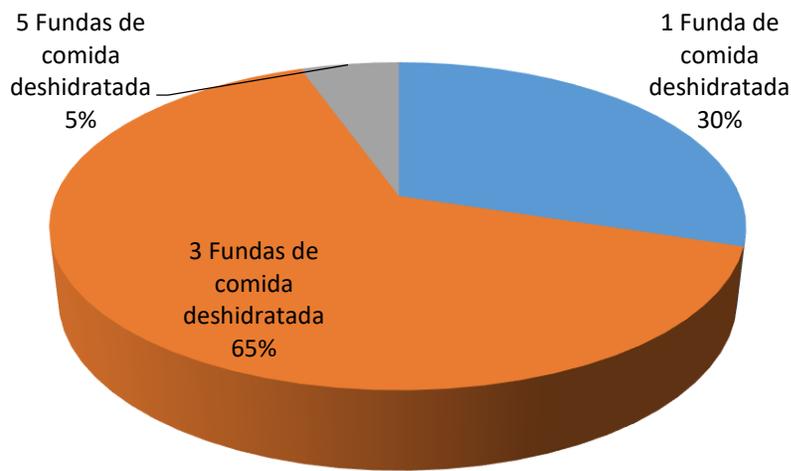
Tabla 8

Consumo en el día

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 Funda de comida deshidratada	115	30,39%
3 Fundas de comida deshidratada	249	69,61%
5 Fundas de comida deshidratada	21	5%
Total	385	100,00%

Figura 7

Consumo en el día



Análisis

El 65% de los encuestados afirman que el consumo promedio es de 3 fundas de comida deshidratada, seguido del 30% que consume 1 al día. Finalmente, el 5% indica que consume 5 fundas de comida deshidratada.

7. ¿Sabías usted que la comida deshidratada, mantiene sus componentes naturales siendo ricos en nutrientes y vitaminas?

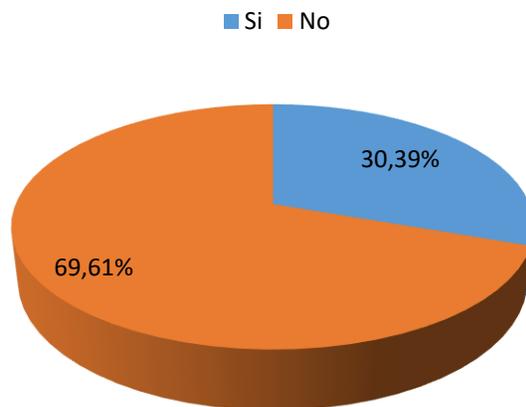
Tabla 9

La comida deshidratada

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	117	30,39%
No	268	69,61%
Total	385	100,00%

Figura 8

La comida deshidratada



Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Análisis

El 69,61% de los encuestados afirman que no saben que la comida deshidratada, mantiene sus componentes naturales siendo ricos en nutrientes y vitaminas, sin embargo, el 30,39% si lo saben.

8. ¿Le gustaría adquirir snacks de pitahaya deshidratada para satisfacer sus necesidades en cuanto a su alimentación?

Tabla 10

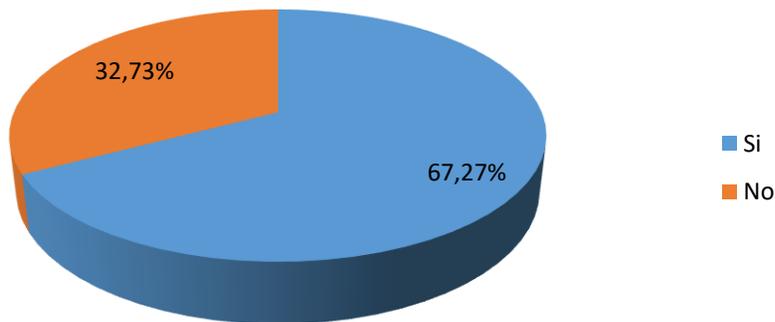
Satisfacción de sus necesidades en cuanto a su alimentación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	259	67,27%
No	126	32,73%
Total	385	100,00%

Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Figura 9

Satisfacción de sus necesidades en cuanto a su alimentación



Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 67,27% afirma que si le gustaría adquirir snacks de pitahaya deshidratada para satisfacer sus necesidades en cuanto a su alimentación, no obstante, el 32,73% indica que no.

9. ¿Con qué frecuencia consumiría el producto ya transformado?

Tabla 11

Possible frequency of consumption of the transformed product

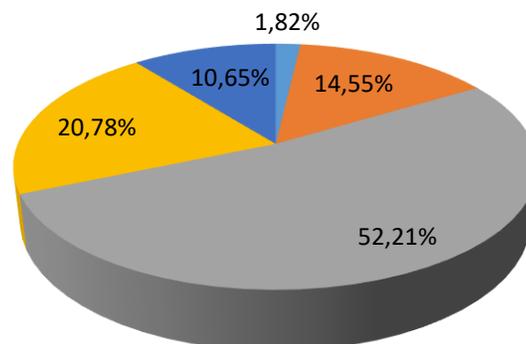
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	1,82%
Casi nunca	56	14,55%
En ocasiones	201	52,21%
Casi siempre	80	20,78%
Siempre	41	10,65%
Total	385	100,00%

Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Figura 10

Possible frequency of consumption of the transformed product

■ Nunca ■ Casi nunca ■ En ocasiones ■ Casi siempre ■ Siempre



Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Análisis

El 52,21% consideran que en ocasiones consumiría el producto ya transformado, mientras que el 20,78% afirma que casi siempre, el 14,55% casi nunca, el 10,65% siempre y finalmente, el 1,82% indica que nunca lo consumiría.

10. ¿En qué presentación les gustaría adquirir su producto?

Tabla 12

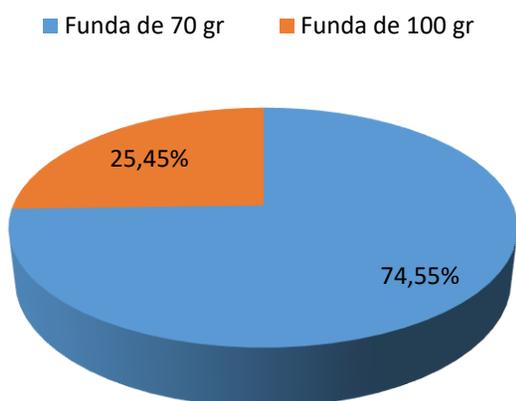
Presentación de producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Funda de 70 gr	287	74,55%
Funda de 100 gr	98	25,45%
Total	385	100,00%

Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Figura 11

Presentación de producto



Análisis

El 74,55% de los encuestados afirman que les gustaría adquirir su producto con presentación de funda de 70gr, no obstante, el 25,45% indica que le gustaría adquirirlo en una funda de 100gr.

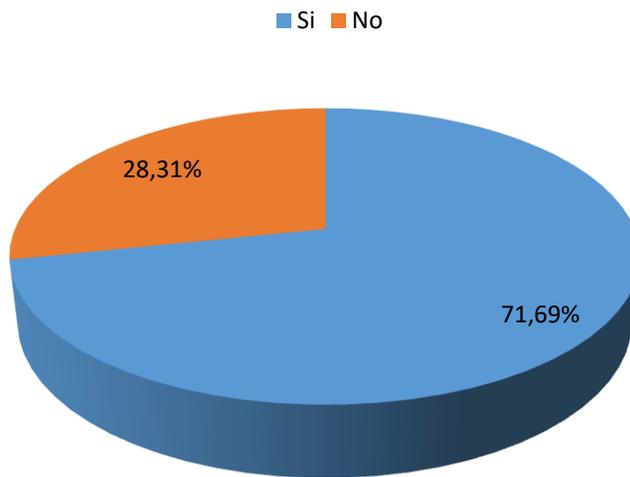
11. ¿Le gustaría conocer este producto?

Tabla 13
Recepción del producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	276	71,69%
No	109	28,31%
Total	385	100,00%

Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Figura 12
Recepción del producto



Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Análisis

El 71,69% afirma que le gustaría conocer este producto, sin embargo, el 28,31% indica que no.

12. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este producto?

Tabla 14

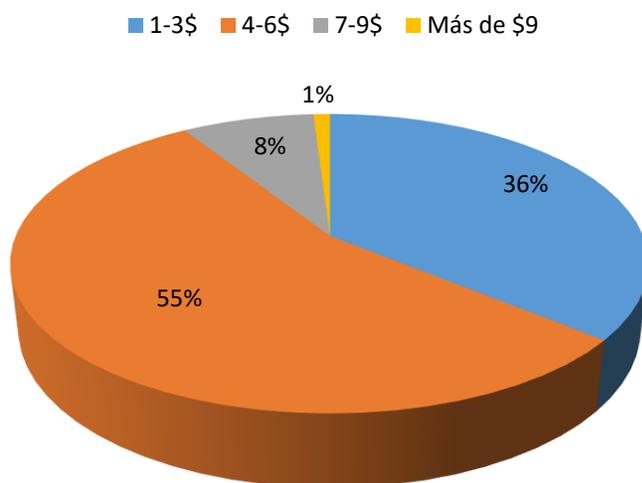
Precio a pagar por el producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1-3\$	210	55%
4-6\$	34	9%
7-9\$	139	36,10%
Más de \$9	2	0,52%
Total	385	100,00%

Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Figura 13

Precio a pagar por el producto



Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Análisis

El 55% de los encuestados afirma estar dispuesto a pagar entre 4 a 6 dólares por el producto, mientras que el 36% considera que pagaría entre 1 a 3 dólares, el 8% refiere que adquiriría el producto a un precio entre el rango de 7 a 9; finalmente el 1% indica que pagaría más de 9 dólares.

13. ¿En dónde le gustaría adquirir el snack de pitahaya deshidratada?

Tabla 15

Preferencia del lugar para adquirir el snack de pitahaya deshidratada

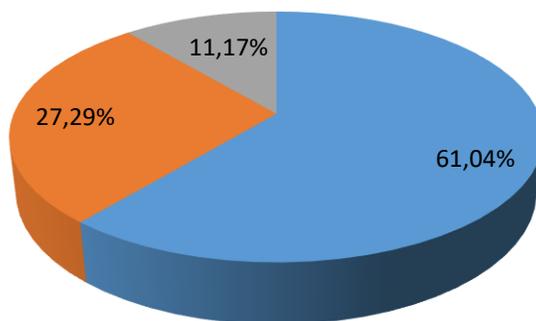
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
En supermercados	235	61,04%
Abastos	107	27,79%
Tiendas online	43	11,17%
Total	385	100,00%

Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Figura 14

Preferencia del lugar para adquirir el snack de pitahaya deshidratada

■ En supermercados ■ Abastos ■ Tiendas online



Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Análisis

El 61,04% de los encuestados considera que le gustaría adquirir el snack de pitahaya deshidratada en supermercados, el 27,29% afirma que le gustaría adquirirlo en abastos y finalmente, 11,7% en tiendas online.

14. ¿En qué momento del día le gustaría consumirlo?

Tabla 16

Momento del día le gustaría consumirlo

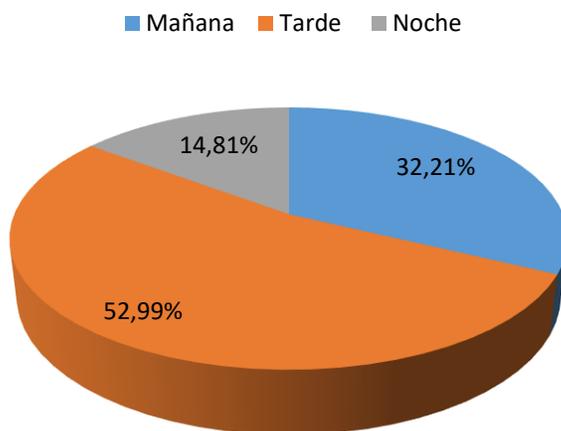
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	124	32,21%
Tarde	204	52,99%
Noche	57	14,81%
Total	385	100,00%

Fuente: Obtenido a partir de encuestas

realizadas.

Figura 15

Momento del día le gustaría consumirlo



Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Análisis

El 52,09% de los encuestados afirman que le gustaría consumir el producto en la tarde, no obstante, el 32,21% considera que en la mañana, y finalmente el 14,81% en la noche.

15. ¿Estaría dispuesto a consumir este producto como infusión (té)?

Tabla 17

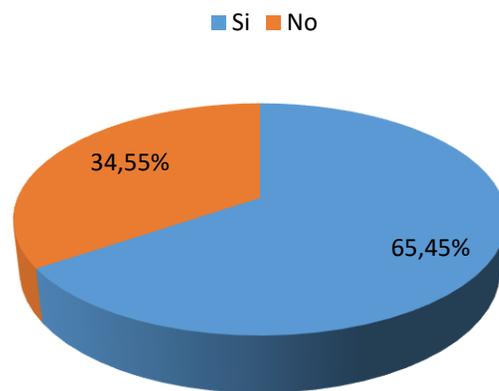
Disposición de consumir este producto como infusión (té)

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	252	65,45%
No	133	34,55%
Total	385	100,00%

Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Figura 16

Disposición de consumir este producto como infusión (té)



Análisis

El 65,45% de los encuestados afirman que si estaría dispuesto a consumir este producto como infusión (té), sin embargo, el 34,55% indica que no estaría dispuesto.

16. ¿Por qué medio desea recibir información sobre alimentos deshidratado para su consumo?

Tabla 18

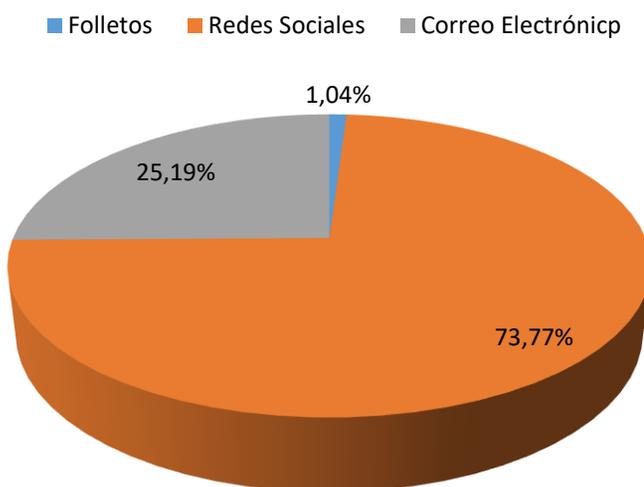
Medio para recibir información sobre alimentos deshidratado para su consumo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Folletos	4	1,04%
Redes Sociales	284	73,77%
Correo Electrónico	97	25,19%
Total	385	100,00%

Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Figura 17

Medio desea recibir información sobre alimentos deshidratado para su consumo



Fuente: Obtenido a partir de encuestas realizadas.

Análisis

El 73,77% de las personas encuestadas afirman que el medio deseado para recibir información sobre alimentos deshidratados para su consumo es a través de las Redes Sociales, no obstante, el 25,19% considera que mediante correo electrónico, finalmente el 1,04% indica que por medio de folletos.

3.8. Validez y confiabilidad:

Además, se efectuó las entrevistas a habitantes de la Florida en Estados Unidos para obtener el perfil de dos clientes potenciales, que consuman el producto propuesto en el desarrollo de este plan de negocio.

Asimismo, evidenciando dos tipos de clientes potenciales, se recalca dentro de todos los atributos generales, una persona de 50 años que su principal meta es jubilarse con buena salud, y sus hábitos de compra es por los canales tradicionales; y una persona de 32 años cuyo objetivo lograr mantener un peso adecuado y sus hábitos de compra es online, no visita locales físicos.

CAPITULO IV: PROPUESTA

4.1 Estudio Técnico

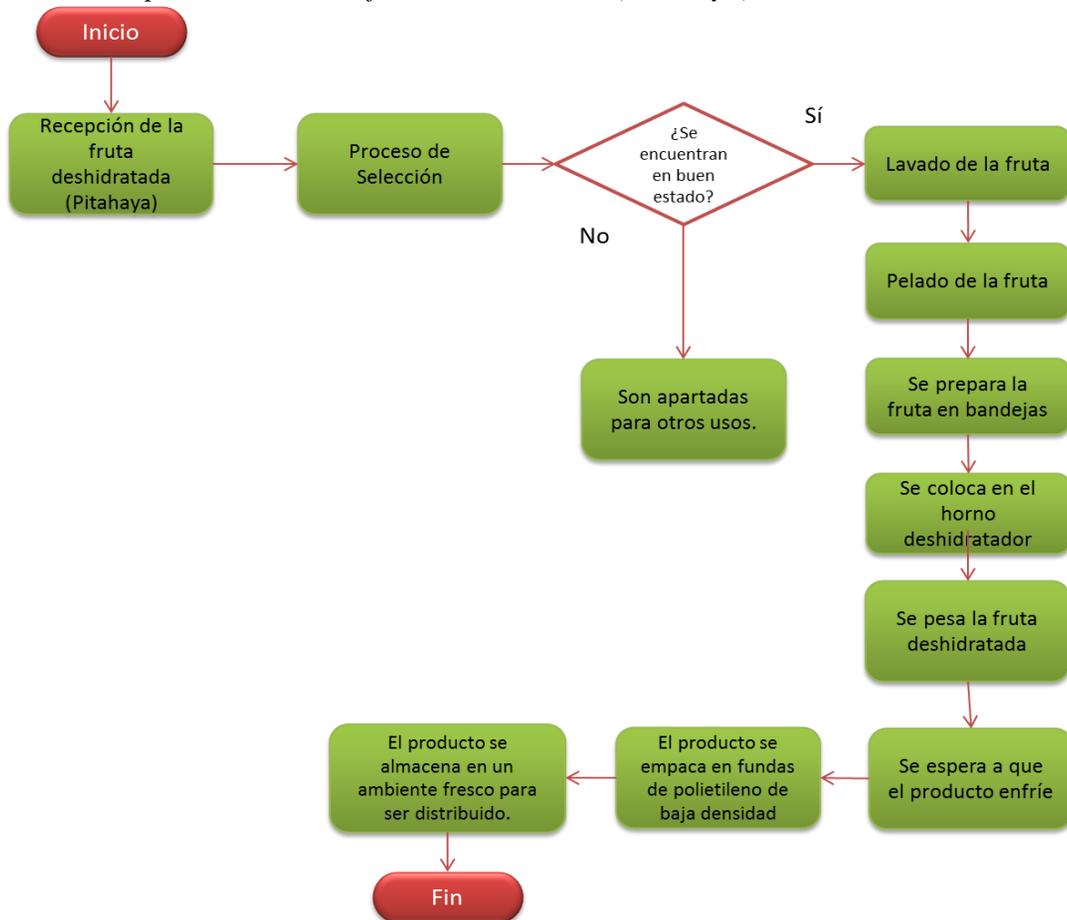
4.1.1 Infraestructura producción y Logística

4.1.1.1 Flujo De Procesos.

Para la producción y exportación del snack e infusión de pitahaya orgánica deshidratada es necesario seguir los siguientes diagramas de flujo:

Figura 18

Proceso de producción de la fruta deshidratada (Pitahaya)



Elaborado por el Autor

Figura 19
Proceso de exportación

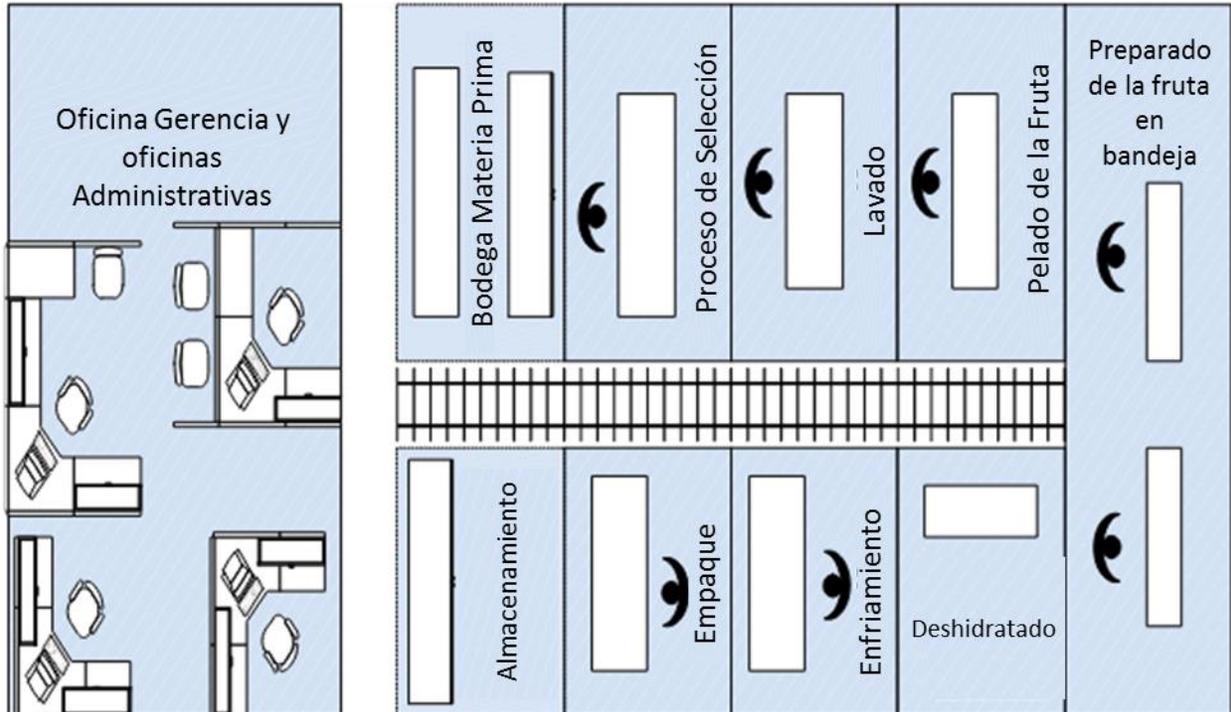


Elaborado por el Autor

El diseño de la construcción de la empresa, toma en consideración que la producción y exportación de pitahaya deshidratada se ejecutará en una zona industrial del cantón Durán en el kilómetro 16 vía Durán-Tambo. De manera que el establecimiento contará con un área física de 350 m2 ubicada en una zona de muy poca humedad a fin de evitar la propagación de parásitos e

insectos en la fruta y una vez pasada por el proceso de deshidratación. Por ello, esta instalación permitirá una mejor gestión de la logística del producto, como se indica en la figura 4 que se muestra a continuación, aunado a ello, el espacio contará con servicios básicos como agua, electricidad, teléfono e internet.

Figura 20
Infraestructura de la empresa



Elaborado por el Autor

4.1.2. Alcance Estudio Ingeniería y Efectos Económicos (equipos y maquinarias)

La implementación de este proyecto requiere el uso de varias máquinas para procesar materias primas y obtener el producto final, entre esto se utilizarán las siguientes máquinas o equipos:

4.1.3.1 Maquinaria Para La Producción.

Para la elaboración de la pitahaya deshidratada utilizar los siguientes equipos:

Tabla 19

Maquinarias y equipos

Maquinarias y equipos	Cantidad	Imagen de la maquinaria o equipo
Horno deshidratador de frutas (32 bandejas)	1	
Balanza electrónica	2	
Bandejas de acero inoxidable	10	
Juego de cuchillo para cortar la fruta (pitahaya)	2	

Mesón en acero inoxidable	2	
Espátula de cocina	4	
Etiquetadora	1	
Tanque de agua	1	

Elaborado por el Autor

4.1.3. Cantidad de fruta deshidratada que se producirá

A continuación, se establece el nivel productivo que la empresa podrá producir acorde a su subestructura y recurso humano disponible, valores que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 20*Tiempo de producción*

Actividad a desarrollar proceso productivo	Tiempo	Personal
Orden de trabajo	20 minutos	1
Solicitar materia prima	16 minutos	1
Efectuar proceso productivo (lote)	420 minutos	2
Empaquetado del producto	60 minutos	1
Almacenar el producto (producto terminado)	25 minutos	1
Total jornada de trabajo	541 minutos	

Elaborado por el Autor

4.1.3.1. Cantidad de producción

A continuación, se muestra, el número de unidades que podrá producir la empresa en un periodo:

Tabla 21*Cantidad de producción*

Capacidad de producción	Cantidad	Unidades
Producción diaria	4.800,00	Funda de fruta deshidratada deshidratado
Producción mensual (22 días)	105.600,00	Funda de fruta deshidratada
Producción anual	1.267.200,00	Funda de fruta deshidratada

Elaborado por el Autor

4.1.3.2. Inversiones En Obras Físicas.

Las inversiones en obras físicas se refieren a todas las actividades relacionadas con la mejora y construcción de oficinas la cual se dividirá en toda la parte gerencial, administración general, producción y habrá estacionamiento para empleados, proveedores y clientes.

- Mano de obras

Tabla 22

Personal contratado

Descripción	Cantidad personal	del Sueldo	Mensual	Anual
Gerente general	1	\$800,00	\$800	\$9.000,00
Contabilidad y finanzas	2	\$600,00	\$1200,00	\$13.200,00
Publicidad	1	\$450,00	\$450,00	\$5.400,00
Ventas	1	\$450,00	\$450,00	\$5.400,00
Control de calidad	1	\$500,00	\$500,00	\$6.600,00
Producción	2	\$425,00	\$850,00	\$9.600,00
Almacén	2	\$425,00	\$850,00	\$9.600,00
Total			\$4.950,00	\$58.800,00

Elaborado por el Autor

4.1.3.3. Costo De Producción Para Una Unidad De Producto

Tabla 23

Costo de producción

Materiales	Cantidad	Descripción	Costo Unitario Variable	Costo total
Pitahaya Natural	1.267.200,00	funda	\$0,18	\$230.118,48
Total				\$230.118,48

Elaborado por el autor (2022)

Empaque del producto

El empaque para la fruta pitahaya deshidratada será una funda de polietileno con capacidad de 70 gramos:

Figura 21
Empaque del producto



Elaborado por el Autor

4.1.3.4. Estimaciones De Venta.

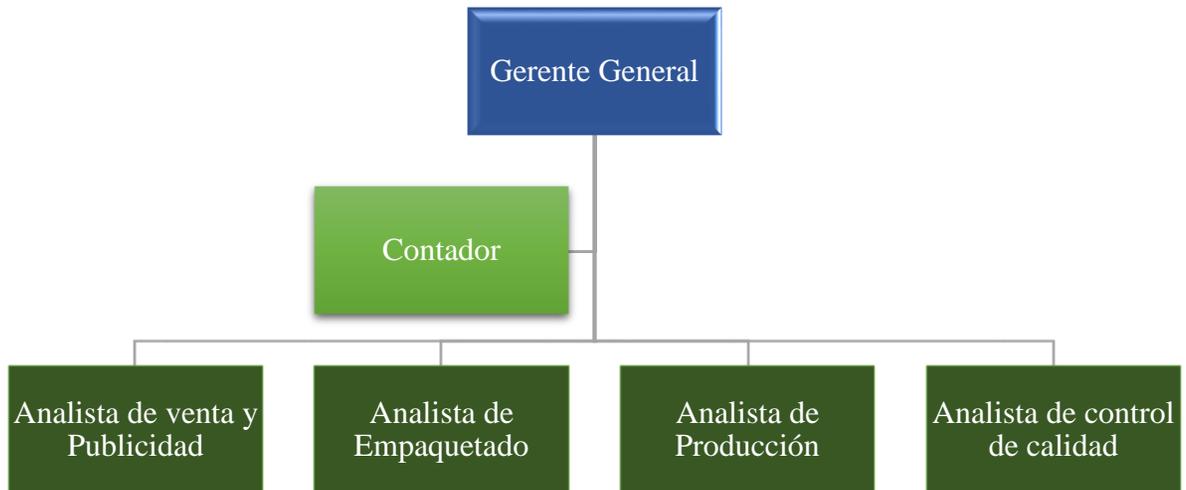
La estimación de ventas de este producto, son:

- Unidades producidas: Se estima que la producción mensual de fundas de pitahaya deshidratada será de 105.600,00 unidades.
- Frecuencia de compra: De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta se determina que el consumo es de 2 fundas/día de fruta deshidratada mensualmente.
- Precios: El precio elegido será estima en función al margen de ganancia del 35% sobre el costo unitario variado que cuesta producir una funda de 70g, para su comercialización en el mercado.
- Venta total: Las ventas proyectadas para un año son de \$310.659,95s, con una producción de 1.267.200,00 unidades producidas anualmente.

4.2. Estudio Organizacional

4.2.1. Organigrama

Figura 22
Organigrama



Elaborado por el Autor

4.2.2. Perfiles de puestos

4.2.2.1. Gerente General.

- **Misión del puesto:** Planificación y consecución de los objetivos estratégicos establecidos por la compañía.
- **Denominación del puesto:** Gerente General.
- **Experiencia:** 5 años.
- **Rol del puesto:** Encargado de mantener una adecuada organización de funciones realizadas en la empresa.

4.2.2.2. Contador

- **Misión del puesto:** Brindar al departamento financiero, la información útil y oportuna para la toma de decisiones y el control gerencial.
- **Denominación del puesto:** Contador.
- **Experiencia:** 3 años.
- **Rol del puesto:** Encargado de llevar el estado financiero y los libros contables de la empresa.

4.2.2.3. Analista de Venta y Publicidad

- **Misión del puesto:** Tiene la responsabilidad de hallar nuevos nichos de mercado, relacionarse con los clientes y pactar negociaciones con distribuidores en el mercado exterior.
- **Denominación del puesto:** Analista de Venta y Publicidad.
- **Experiencia:** 5 años.
- **Rol del puesto:** Llevar a cabo las ventas programadas por la empresa y cumplir con la promoción y publicidad del producto, analizando así las estadísticas digitales.

4.2.2.4. Analista de Producción.

- **Misión del puesto:** Llevar actividades de apoyo administrativo y técnico en el proceso de producción, supervisando que los controles estén correctamente, realizando un constante seguimiento de la documentación emitida por la gerencia.

- **Denominación del puesto:** Analista de Producción.
- **Experiencia:** 3 años.
- **Rol del puesto:** Producción de pitahaya deshidratada, esto involucra: procesamiento de la materia prima.

4.2.2.5. Analista de Control de Calidad.

- **Misión del puesto:** Garantizar y evaluar el proceso productivo.
- **Denominación del puesto:** Analista de Control de Calidad.
- **Experiencia:** 3 años.
- **Rol del puesto:** Supervisar las fases del proceso de producción para obtener la fruta deshidratada estén siendo adecuadamente realizadas.

4.2.2.6. Analista de Empaquetado

- **Misión del puesto:** Se encarga de empaquetar el producto y de la logística del mismo.
- **Denominación del puesto:** Analista de Empaquetado.
- **Experiencia:** 2 años.
- **Rol del puesto:** Empaquetar el producto en las fundas de polietileno, despachar y hacer entrega del producto. Se asegura que el producto esté adecuadamente empaquetado.

4.2.3. Manual de funciones

4.2.3.1. Cargo Gerente General.

Cargo	Gerente General
Nivel	Gerencial
Área	Administrativa
Puesto al que reporta	Dirección
Puestos que le reportan	Contador, analista comercial, producción control de calidad.
Comunicación interna	Si
Comunicación externa	Si

- Objetivos del Perfil.

Planificar, organizar, dirigir, controlar todos los recursos de la empresa para el logro de metas propuestas, potencializando el recurso humano. Planificar, organizar, dirigir, controlar todos los recursos de la empresa para el logro de las metas propuestas.

- Escolaridad.

NIVEL ACADÉMICO				Área y/o Especialidad
Medio Básico	Medio Superior	Superior	Posgrado	Carreras Administrativas y Afines.
Culminado	Culminado	Titulado y Certificado	Titulado y Certificado	

- Conocimientos Especiales.

Especificar los conocimientos especiales que se requieren para desempeñar las funciones del puesto:

Análisis, interpretación y elaboración de estados financieros, conocimientos fiscales y legales, contabilidad general.

- Habilidades conductuales y competencias relacionales

COMPETENCIAS PERSONALES	Autocontrol Motivación Adaptabilidad Seguridad Creatividad Cooperación Apego a las Normas Visión Comunitaria
COMPETENCIAS INTELECTUALES	Orientación al aprendizaje Atención y concentración Análisis y síntesis Articulación Lógica Abstracción Razonamiento matemático Memoria selectiva
COMPETENCIAS LABORALES	Planeación Organización Seguimiento de instrucciones Liderazgo Responsabilidad Ejecución simultánea Confiabilidad Responsabilidad Social Manejo de conflictos Rendimiento bajo presión Trabajo en equipo Asertividad

4.2.3.2. Cargo Contador.

Cargo	Contador
Nivel	Contador
Área	Administrativa
Puesto al que reporta	Gerencia General
Puestos que le reportan	Auxiliares contables.
Comunicación interna	Si
Comunicación externa	Si

- Objetivos del Perfil.

Coordinar, registrar y aplicar los conocimientos, proporcionando información financiera, contable y fiscal a la dirección administrativa y a la gerencia, para la planeación, organización, presupuesto y toma de decisiones.

- Escolaridad.

NIVEL ACADÉMICO				Área y/o Especialidad
Medio Básico	Medio Superior	Superior	Especialización	Contador público.
Culminado	Culminado	Titulado y Certificado	Titulado y Certificado	

- Conocimientos Especiales.

Especificar los conocimientos especiales que se requieren para desempeñar las funciones del puesto:

Análisis, interpretación y elaboración de estados financieros, conocimientos fiscales y legales, contabilidad general.

-

Habilidades conductuales y competencias relacionales

<p>COMPETENCIAS PERSONALES</p>	<p>Autocontrol Motivación Adaptabilidad Seguridad Creatividad Cooperación Apego a las Normas Visión Comunitaria</p>
<p>COMPETENCIAS INTELECTUALES</p>	<p>Orientación al aprendizaje Atención y concentración Análisis y síntesis Articulación Lógica Abstracción Razonamiento matemático Memoria selectiva</p>
<p>COMPETENCIAS LABORALES</p>	<p>Planeación Organización Seguimiento de instrucciones Liderazgo Responsabilidad Ejecución simultánea Confiabilidad Responsabilidad Social Manejo de conflictos Rendimiento bajo presión Trabajo en equipo Asertividad</p>

4.2.3.3. Cargo Analista de Venta y Publicidad

Cargo	Analista de Venta y Publicidad
Nivel	Venta y Publicidad
Área	Comercial
Puesto al que reporta	Gerencia General
Puestos que le reportan	Contador
Comunicación interna	Si
Comunicación externa	Si

- Objetivos del Perfil.

Recopila y analiza la información sobre ventas, además hace una evaluación y predicción de las tendencias en el mercado con el objeto de optimizar sus estrategias de publicidad.

- Escolaridad.

NIVEL ACADÉMICO				Área y/o Especialidad
Medio Básico	Medio Superior	Superior	Especialización	Analista Comercial.
Culminado	Culminado	Titulado y Certificado	Titulado y Certificado	

- Conocimientos Especiales.

Especificar los conocimientos especiales que se requieren para desempeñar las funciones del puesto:

Análisis e interpretación de datos de ventas. Desarrolla métodos y estrategias para evaluar la información clave necesaria para vender servicios o producto.

- Habilidades conductuales y competencias relacionales

<p>COMPETENCIAS PERSONALES</p>	<p>Autocontrol Motivación Adaptabilidad Seguridad Creatividad Cooperación Apego a las Normas Visión Comunitaria</p>
<p>COMPETENCIAS INTELLECTUALES</p>	<p>Puntualidad Respeto, Adaptabilidad. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Delegación. Trabajo bajo presión Liderazgo. Planificación y organización. Trabajo en equipo, tenacidad. Responsabilidad</p>
<p>COMPETENCIAS LABORALES</p>	<p>Análisis de ventas Establecer adecuadas estrategias de publicidad Análisis de tendencias del mercado Liderazgo Responsabilidad Ejecución simultánea Confiabilidad Responsabilidad Social Manejo de conflictos Rendimiento bajo presión Trabajo en equipo Asertividad</p>

4.2.3.4. Cargo Analista de Producción.

Cargo	Analista de Producción
Nivel	Manufactura
Área	Producción
Puesto al que reporta	Gerencia General
Puestos que le reportan	Analista de empaquetado, analista de control de calidad.
Comunicación interna	Si
Comunicación externa	Si

- Objetivos del Perfil.

Realizar monitoreo de cumplimiento de las políticas operativas, directivas y procedimientos, para la gestión eficiente de la producción del producto.

- Escolaridad.

NIVEL ACADÉMICO				Área y/o Especialidad
Medio Básico	Medio Superior	Superior	Especialización	Analista de Producción.
Culminado	Culminado	Titulado y Certificado	Titulado y Certificado	

- Conocimientos Especiales.

Especificar los conocimientos especiales que se requieren para desempeñar las funciones del puesto:

Trabajar, en coordinación con el personal de producción y demás unidades orgánicas, en aquellas actividades requeridas para el buen funcionamiento de los procesos para la obtención del producto final.

- Habilidades conductuales y competencias relacionales

COMPETENCIAS PERSONALES	Autocontrol Motivación Adaptabilidad Seguridad Creatividad Cooperación Apego a las Normas Visión Comunitaria
COMPETENCIAS INTELECTUALES	Puntualidad Respeto, Adaptabilidad. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Delegación. Trabajo bajo presión Liderazgo. Planificación y organización. Trabajo en equipo Responsabilidad
COMPETENCIAS LABORALES	Análisis de los procesos productivos Autocontrol Comunicación de forma oral y escrita Control Cortesía Organización de información

4.2.3.5. Cargo Analista de Control de Calidad.

Cargo	Analista de Control de Calidad
Nivel	Calidad
Área	Control de Calidad
Puesto al que reporta	Analista de Producción
Puestos que le reportan	Analista de empaquetado
Comunicación interna	Si
Comunicación externa	Si

-

Objetivos del Perfil.

Verificar por el cumplimiento de los estándares de calidad y eficiencia en el producto terminado de tal forma que la empresa desarrolle confiabilidad respecto a la calidad de su producto.

- Escolaridad.

NIVEL ACADÉMICO				Área y/o Especialidad
Medio Básico	Medio Superior	Superior	Especialización	Analista de Control de Calidad.
Culminado	Culminado	Titulado y Certificado	Titulado y Certificado	

- Conocimientos Especiales.

Especificar los conocimientos especiales que se requieren para desempeñar las funciones del puesto:

- ✓ Realizar un control y seguimiento del producto terminado.
- ✓ Vigilar que los equipos y materia prima que se utilizan para realizar el producto se encuentren en buen estado para el eficiente funcionamiento del área.

- Habilidades conductuales y competencias relacionales

COMPETENCIAS PERSONALES	Autocontrol Motivación Adaptabilidad Seguridad Creatividad Cooperación Apego a las Normas Visión Comunitaria
COMPETENCIAS INTELECTUALES	Puntualidad Respeto, Adaptabilidad. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Delegación. Trabajo bajo presión Liderazgo. Planificación y organización. Trabajo en equipo Responsabilidad
COMPETENCIAS LABORALES	Documentar todos los procesos involucrados en el aseguramiento de la calidad. Autocontrol Comunicación de forma oral y escrita Detectar anomalías. Cortesía Aplicación de estándares.

4.2.3.6. Cargo Analista de Empaquetado.

Cargo	Analista de Empaquetado
Nivel	Empaque del producto
Área	Análisis y empaque
Puesto al que reporta	Analista de Producción
Puestos que le reportan	Analista de Control de Calidad
Comunicación interna	Si
Comunicación externa	Si

- Objetivos del Perfil.

Realizar actividades específicas para el cumplimiento de todo lo relacionado con el empaquetado eficaz del producto.

- Escolaridad.

NIVEL ACADÉMICO				Área y/o Especialidad
Medio Básico	Medio Superior	Superior	Especialización	Analista de material de empaque.
Culminado	Culminado	Titulado y Certificado	Titulado y Certificado	

- Conocimientos Especiales.

Especificar los conocimientos especiales que se requieren para desempeñar las funciones del puesto:

- ✓ Revisar y actualizar las especificaciones de los materiales de empaque
- ✓ Empacar el producto terminado siguiendo las normas de inocuidad.

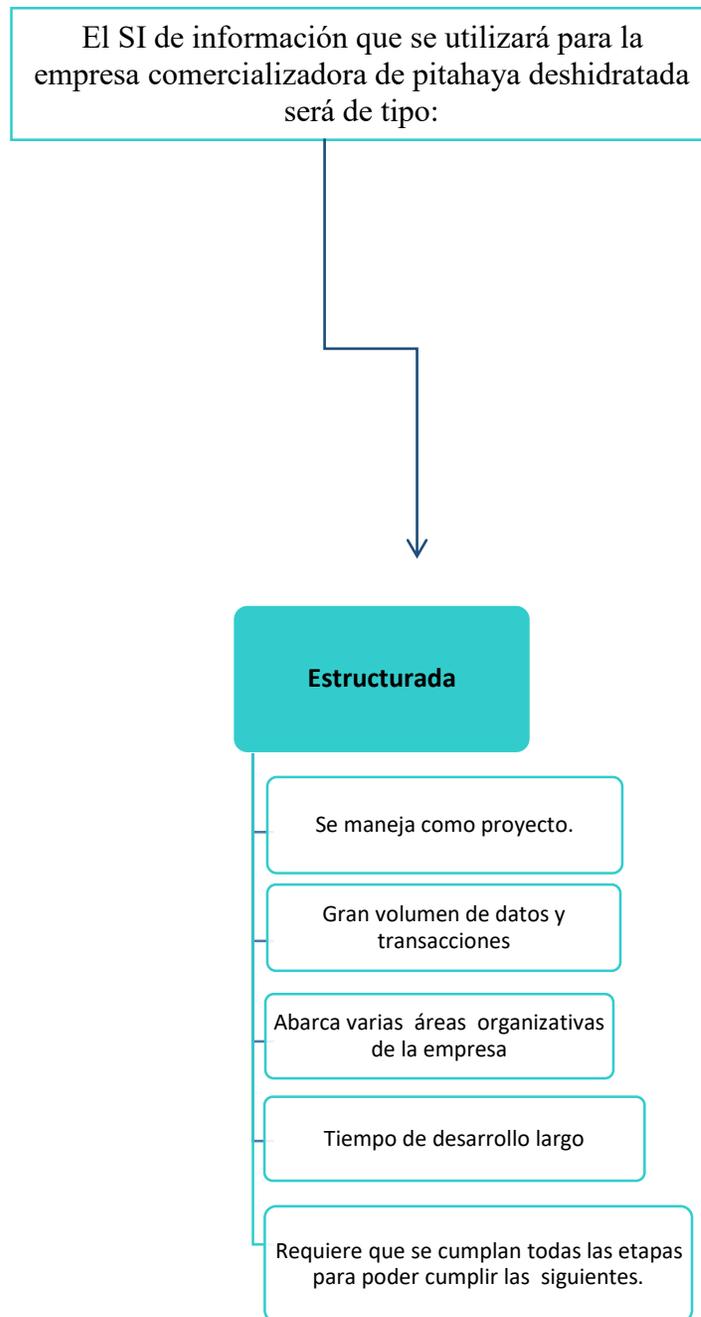
- Habilidades conductuales y competencias relacionales

COMPETENCIAS PERSONALES	Autocontrol Motivación Adaptabilidad Seguridad Creatividad Cooperación Apego a las Normas
COMPETENCIAS INTELECTUALES	Puntualidad Respeto, Adaptabilidad. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Delegación. Trabajo bajo presión Liderazgo. Trabajo en equipo Responsabilidad
COMPETENCIAS LABORALES	Emitir de los reportes analíticos Autocontrol Empacar el producto de acuerdo a estándares de inocuidad. Comunicación de forma oral y escrita Detectar anomalías. Cortesía Aplicación de estándares

4.3. Sistemas de Información

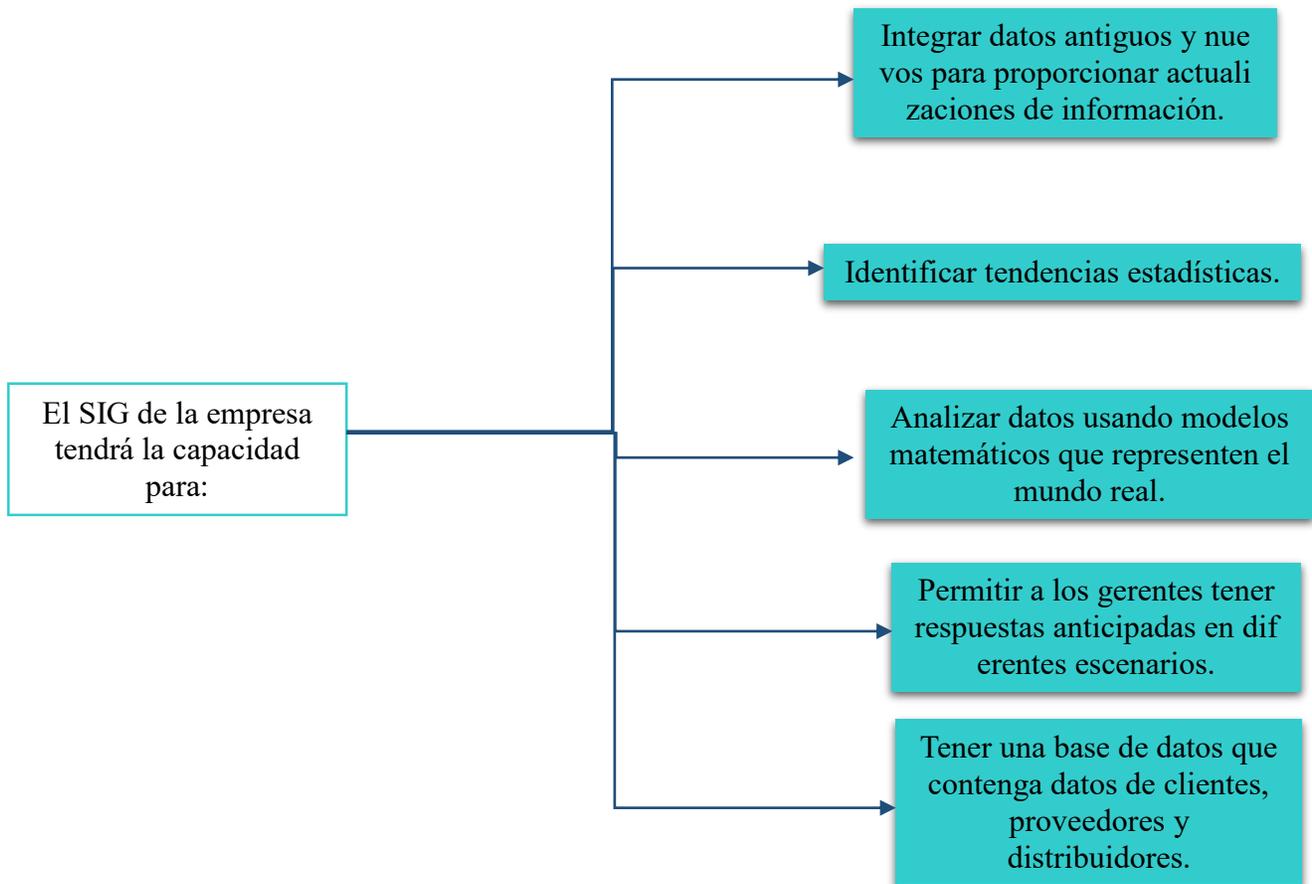
Son un conjunto de actividades que se llevan a cabo para el desarrollo y ejecución de Sistemas de Información. Estas mismas siguen un conjunto de procedimientos para que SI funcione de una forma correcta.

También deben contener un ciclo de vida y normas de calidad a fin de que se puedan realizar alguna mejora al SI.



4.3.1. Sistemas de Información Gerencial

La empresa contará con Sistemas de Información Gerencial (SIG) consiste en un conjunto de subsistemas racionalmente integrados los cuales se encargan de almacenar y procesar los datos para transformarlos.



4.3.2. Administración

Para que la empresa pueda actualizar automáticamente los registros contables de la es necesario definir los recursos generales que serán elementos claves para que se efectúe de manera eficiente la interrelación con las demás áreas de la empresa, los mismos se detallan a continuación:

- ✓ Contar con la instalación de un Software contable, en este caso se eligió DOBRA el cual es un sistema de negocios que ofrece una solución completa para las necesidades financieras, administrativas y operativas de la empresa. Además, es un sistema multiusuario que permite la colaboración en línea al proporcionar herramientas en pantalla para registrar y calcular transacciones, ingresar y mantener datos o parámetros comerciales, implementar procesos especiales y generar una variedad de informes disponibles en todos los niveles.
- ✓ Es necesario que la empresa contrate los servicios de un Profesional Contable a fin de que interprete la información contable para el planeamiento y servicio, el control y la toma de decisiones

Con este software, el usuario está autorizado por la contraseña y los derechos de acceso, así como a los módulos y procesos internos que forman parte de sus actividades diarias. Además, la información financiera de la empresa, clientes y proveedores es confidencial y no será divulgada sin su consentimiento. Entre los servicios que oferta están:

- Fact. de productos y servicios
- Crédito y Cobranzas
- Cajas y Bancos
- Compras de prods. y suministros
- Activos Fijos
- Servicios de terceros
- Pagos a proveedores
- Retenciones en la fuente

- Notas de crédito
- Pagos a empleados
- Toma de inventarios
- Impuestos y Anexos
- Estados financieros
- Etc.

4.4. Estudio Legal

4.4.1. Creación de la compañía

Para la constitución de la empresa, deberá considerarse la esquematización técnica que identifique todas y cada uno de los aspectos para su conformación, puesto que las consecuencias de la implementación de un modelo de negocio sin medir su formalidad, por lo general termina en fracaso. Por lo tanto, a continuación, se realizarán los siguientes trámites pertinentes:

4.4.1.1. Servicio de Rentas Internas / SRI.

Para legalizar la empresa productora de pitahaya deshidratada y tener permiso del SRI se debe tener los siguientes documentos:

- a) Cédula de identidad (Presentación).
- b) Certificado de votación (Presentación).
- c) Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.
- d) Escritura pública de constitución.
- e) Nombramiento del representante legal.
- f) Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de

Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público.

4.4.1.2. Patente Municipal

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio, ésta exige los siguientes requisitos:

- a) Formulario de declaración de patente o declaración inicial de Actividad Económica;
- b) Cédula y certificado de votación del representante legal (nombramiento);
- c) Copia del Registro Único de Contribuyentes;
- d) Copia del acta de constitución, para sociedades sin fines de lucro;
- e) Certificado de no adeudar al Municipio;
- f) Declaración del impuesto a la renta en el SRI del año inmediato anterior;
- g) Formulario del impuesto del 1.5 por mil a los Activos Totales;
- h) Copia de la declaración del impuesto a la renta realizado al SRI del año inmediato anterior; y,
- i) Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos.
- j) Pago del impuesto de patentes y servicios administrativos
- k) Copia de certificado de uso de suelo (en caso de ser primera vez que solicita patente)

4.4.1.3. IEES (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

De acuerdo al IEES (2022) para la obtención del registro de nuevo empleador, se debe realizar una serie de requisitos contemplados, los cuales no posee ningún costo, estos son los siguientes:

- a) Ingresar a la página web del IEES www.iess.gob.ec.

- b) Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- c) Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- d) Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- e) Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- f) Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

4.4.2. Impuestos

Cálculo del flete por parte de la empresa exportadora

Para el cálculo de los costos de envío y seguro, se solicita a las empresas internacionales que ingresen los costos de exportación e importación de bienes.

Tabla 24
Cálculo de flete

Transporte	Marítimo	Régimen	Exportación definitiva
Descripción del producto	Pitahaya deshidratada		
Procedencia	Guayaquil	Cant. Contenedores	1
Valores de procedencia	Gastos administrativos	USD	490
	Gastos portuarios	USD	350,2
	Aduana exportación	USD	292,5
	Handling	USD	170
	Subtotal procedencia		1.302,7

Elaborado
por el Autor

Valor de flete	Flete marítimo	USD	3.592
	Derechos portuarios	USD	175
	Subtotal flete	USD	3.767,2
Total flete+origen	Subtotal flete+origen		5.069,9
	IVA		811,2
	TOTAL		5.880

Las variables establecidas por el puerto de salida vienen determinadas por los cálculos de pronóstico de 5 años que estarán contenidos en el análisis financiero (Capítulo 5). De modo que, se recolectan los datos de inflación de los últimos 5 años para Ecuador, arrojando una tasa de inflación de 3.81%. Al momento de realizar la exportación se tendrá en consideración la capacidad existente de los proveedores.

Tabla 25
Valor de procedencia

Valores De Procedencia	Gastos administrativos	USD	695
	Costos portuarios	USD	490
	Servicio de aduana Exportación	USD	250
	Handling	USD	245
	Subtotal origen		1.680

Elaborado por el Autor

4.5. Permisos de Funcionamiento

Según el Portal único de Trámites Ciudadanos Gob.Ec (2022), los propietarios de locales y establecimientos dedicados a actividades económicas en establecimientos regulados por el Ministerio de Gobierno deben cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Registro del representante legal del establecimiento en la página Web del Ministerio de Gobierno.
- b) Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- c) Informe de Inspección.
- d) Patente Municipal, licencia única de actividad económica o su equivalente.
- e) Permiso de uso de suelo.
- f) Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- g) Declaración juramentada del representante legal del establecimiento.
- h) Permiso de la Agencia Nacional de Regulación y Control Sanitario (únicamente para la categoría 1).
- i) Comprobante de Ingreso por Recuperación de Costos Anual por concepto de otorgamiento de Permiso de Funcionamiento.

Por otro lado, Gob.Ec (2022) indica lo que se debe hacer si la persona jurídica desea crear una cuenta y registrarse en el sistema, deberá realizar los siguientes pasos:

- 1) El usuario debe crear una cuenta en el sistema SITMINT, la cual puede crearla de dos formas:
- 2) Abrir un explorador web e ingresar la siguiente dirección:
<https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/permiso-anual-de-funcionamiento/>
- 3) Ingresar a la página del Ministerio del Interior (www.mdi.gob.ec) y seleccionar la opción “Permisos de Funcionamiento”

Independientemente de la alternativa que utilice para acceder al sistema, una vez que lo haga, se visualiza el formulario donde se solicitan los datos para ingresar, mismos que corresponden a:

- 1) Su país de origen (nacionalidad),
- 2) Tipo de documento (cédula de identidad o pasaporte),
- 3) Número de documento y clave.
- 4) En el caso de personas jurídicas, deberán acercarse al departamento de Recaudación Fiscal adscrito a la Intendencia General de Policía de cada provincia, donde se les proporcionará un usuario y contraseña para gestionar el trámite en línea mencionado anteriormente.

Para el registro de requisitos en el sistema e impresión del permiso de funcionamiento, debe cumplir con lo siguiente:

- 1) Ingresar a la página del Ministerio del Interior (Ministerio de Gobierno)
<https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/permiso-anual-de-funcionamiento/>.

- 2) Ingresar los requisitos del establecimiento.
- 3) Verificación de requisitos.
- 4) Con su nombre de usuario y contraseña revisar las notificaciones recibidas en el sistema para conocer la fecha de pago del permiso en el Banco del Pacifico, el usuario debe llevar número de cédula o RUC y el código de pago.
- 5) El sistema habilito automáticamente el documento para que el usuario pueda imprimir el permiso de funcionamiento.

CAPÍTULO V: FINANCIACIÓN

5.1. Viabilidad financiera del proyecto

Para el cálculo del TIR, el VAN y el punto de equilibrio es indispensable que se realice un análisis donde se recopile toda la información cuantificada de los objetivos que desarrollará la empresa. Para ello, es necesaria la evaluación de los siguientes indicadores:

5.1.1. Supuestos

En la siguiente tabla se detalla la inflación proyectada el cual servirá para el cálculo de precios para los periodos fiscales desde el presente año hasta el año 2033, donde de acuerdo a Datosmacro (2022) la inflación acumulada en agosto 2022 es del 3,1%. Tomando en cuenta, que el valor del salario básico se fundamenta por la proyección establecida del Banco Central del Ecuador sobre la inflación proyectada por el año actual donde el salario básico es de \$425.

Tabla 26

Supuestos de inflación proyectada

Inflación proyectada	
2022	3,10%
2023	2,50%
2024	1,83%
2025	1,50%
2026	1,30%
2027	1,00%
2028	1,00%
2029	1,00%
2030	1,00%
2031	1,00%
2032	1,00%

Fuente: Tomado de Datosmacro (2022)

5.1.2. Inversión en activos fijos (Planta)

La inversión de los activos fijos se expone de forma detallada en la siguiente tabla:

Tabla 27

Muebles y enseres

Muebles y enseres			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Escritorios	2	\$120,00	\$240,00
Sillas de oficina de personal administrativo	2	\$63,99	\$127,98
Silla gerencial	1	\$150,00	\$150,00
Sillas de plástico	2	\$10,00	\$20,00
Total	7	\$343,99	\$537,98

Elaborado por el Autor

Tabla 28

Equipo de computación

Equipo de computación			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Laptops	3	\$700,00	\$2.100,00
Computador personal	1	\$500,00	\$500,00
Impresora Multifuncional	1	\$500,00	\$500,00
Total	5	\$1.700,00	\$3.100,00

Elaborado por el Autor

Tabla 29

Maquinaria

Maquinaria			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Horno deshidratador de frutas (32 bandejas)	1	\$3.250,00	\$3.250,00
Balanza electrónica	1	\$95,00	\$95,00
Bandejas de acero inoxidable	10	\$8,00	\$80,00
Juego de cuchillo para cortar la fruta (pitahaya)	2	\$20,00	\$40,00
Mesón en acero inoxidable	2	\$120,00	\$240,00
Espátula de cocina	4	\$7,00	\$28,00
Etiquetadora	1	\$950,00	\$950,00
Tanque de agua	1	\$160,00	\$160,00
Total	22	\$4.610,00	\$4.843,00

Elaborado por el Autor

Tabla 30*Total de activos fijos*

Total de activos fijos	Valor
Muebles y enseres	\$537,98
Maquinaria	\$4.843,00
Equipo de computación	\$3.100,00
Total	\$8.480,98

Elaborado por el Autor

5.1.3. Capital de trabajo

En la siguiente tabla se observa que para el primer mes la inversión en Capital de Trabajo es de \$19.085,02.

Tabla 31*Capital de trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO	
Descripción	Valor total
Mano de obra directa	1.090,78
Materiales directos	17.888,64
Materiales indirectos	105,60
Total por 1 mes	19.085,02

Elaborado por el Autor

En el análisis del cálculo del capital de trabajo se consideró 22 días lo que equivale a un mes de trabajo, lo cual es el tiempo prudente para llevar a cabo las promociones y publicidad de la pitahaya deshidratada que tendrá una presentación de 70gr. Todo esto con el propósito de posicionar la marca y que sea conocida por los clientes, de esta forma el producto contará con mayor recepción. Estas cantidades corresponden a los gastos que la empresa tiene que incurrir pese a que no se cuenta con los primeros ingresos, no obstante, luego del tiempo indicado, que normalmente es el segundo año, se estima que la empresa contará con sus primeros ingresos.

5.1.4. Depreciación

Tabla 32
Depreciación

ACTIVO FIJO	COSTO	DEPRECIACION	TOTAL ANUAL
Muebles y enseres	\$537,98	10	\$89,66
Maquinaria	\$4.843,00	10	\$484,30
Equipo de computación	\$3.100,00	3	\$310,00
Total	\$8.480,98		\$883,96

Elaborado por el Autor

Tabla 33
Depreciación acumulada

DEPRECIACION ACUMULADA				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-\$883,96	-\$2.651,89	-\$5.303,78	-\$8.839,63	-\$17.956,59

Elaborado por el Autor

5.1.5. Capacidad de producción

Tabla 34
Capacidad de producción

Detalle	Unidades
Producción por hora de funda de 70gr	200,00
Producción por día de funda de 70gr (24 horas)	4.800,00
Producción por mes de funda de 70gr (22 días)	105.600,00
Producción por año de funda de 70gr	1.267.200,00

Elaborado por el Autor

5.1.6. Costos de producción

En la siguiente tabla se detalla el total de costos variables anuales, el cual comprende los costos de mano de obra directa, materiales directos e indirectos; tomando en cuenta que el Costo

Variable Unitario (CVU). Esto representa que el costo de producción de un una funda de fruta deshidratada posee un valor de \$0,62.

Tabla 35

Costo de Valor Unitario (CVU)

Detalle	Valor
Unidades mensuales	105600
Unidades anuales	1267200
Costo Variable	\$230.118,48
CVU	\$0,18

Elaborado por el Autor

Por su parte el costo de producción anual tendrá un valor de \$230.118,48.

Tabla 36

Costo de producción anual

DESCRIPCION	UNIDAD
Costo operativo anual	\$230.118,48
COSTO TOTAL	\$230.118,48

Elaborado por el Autor

5.1.7. Sueldos Tabla 37

Sueldos

Nómina	Sueldo mensual	Cantidad de empleados	13er Sueldo	14to Sueldo	Aporte Patronal al 12,15 %	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total por empleado	Total del personal
Gerente General	\$800,00	1	\$66,67	\$33,33	\$97,20	\$0,00	\$33,33	\$1.030,53	\$1.030,53
Contabilidad y Finanzas	\$600,00	2	\$50,00	\$33,33	\$72,90	\$0,00	\$25,00	\$781,23	\$1.562,47
Venta	\$425,00	1	\$35,42	\$34,33	\$51,64	\$1,00	\$17,71	\$565,10	\$565,10
Almacén	\$425,00	2	\$35,42	\$35,33	\$51,64	\$2,00	\$17,71	\$567,10	\$1.134,19
Publicidad	\$450,00	1	\$37,50	\$33,33	\$54,68	\$0,00	\$18,75	\$594,26	\$594,26
Total Personal Administrativo	\$2.700,00	\$7,00	\$225,00	\$169,67	\$328,00	\$3,00	\$112,50	\$3.538,22	\$4.886,55

Elaborado por el Autor

La proyección de sueldos a 5 años de los sueldos sería:

Tabla 38*Proyección Sueldos Anual Administrativos*

Proyección Sueldos Anual Administrativos				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$58.638,55	\$59.776,14	\$60.870,04	\$61.783,09	\$62.586,27

Elaborado por el Autor

5.1.8. Gastos**Tabla 39***Gastos de Ventas*

GASTOS DE VENTAS			
Detalle	Total mensual	Total anual	
Luz	\$80,00	\$960,00	
Agua	\$20,00	\$240,00	
Internet	\$40,00	\$480,00	
Mantenimiento de maquinaria	\$80,00	\$960,00	
Alquiler de local	\$600,00	\$7.200,00	
Total	\$820,00	\$9.840,00	

Elaborado por el Autor

Tabla 40*Gastos de ventas proyectadas*

GASTOS DE VENTAS PROYECTADOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	\$960,00	\$978,62	\$996,53	\$1.011,48	\$1.024,63
Agua	\$240,00	\$244,66	\$249,13	\$252,87	\$256,16
Internet	\$480,00	\$489,31	\$498,27	\$505,74	\$512,32
Mantenimiento de maquinaria	\$960,00	\$978,62	\$996,53	\$1.011,48	\$1.024,63
Alquiler del local	\$7.200,00	\$7.339,68	\$7.474,00	\$7.586,11	\$7.684,73
Total	\$9.840,00	\$10.030,90	\$10.214,46	\$10.367,68	\$10.502,46

Elaborado por el Autor

Tabla 41*Gastos administrativos*

Gastos administrativos		
Detalle	Total mensual	Total anual
Gerente General	\$1.030,53	\$12.366,40
Contabilidad y Finanzas	\$1.562,47	\$18.749,60
Venta	\$565,10	\$6.781,15
Almacén	\$1.134,19	\$13.610,30
Publicidad	\$594,26	\$7.131,10
Total	\$4.886,55	\$58.638,55

Elaborado por el Autor

Tabla 42*Gastos administrativos proyectados*

Gastos administrativos					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	\$12.366,40	\$12.606,31	\$12.837,00	\$13.029,56	\$13.198,94
Contabilidad y Finanzas	\$18.749,60	\$19.113,34	\$19.463,12	\$19.755,06	\$20.011,88
Venta	\$6.781,15	\$6.912,70	\$7.039,21	\$7.144,79	\$7.237,68
Almacén	\$13.610,30	\$13.874,34	\$14.128,24	\$14.340,16	\$14.526,59
Publicidad	\$7.131,10	\$7.269,44	\$7.402,47	\$7.513,51	\$7.611,19
Total	\$58.638,55	\$59.776,14	\$60.870,04	\$61.783,09	\$62.586,27

Elaborado por el Autor

Tabla 43*Gastos de exportación*

Gastos de Exportación		
Detalle	Total mensual	Total anual
Flete	\$490,00	\$5.880,00
Valores de procedencia/origen	\$840,00	\$1.680,00
Total	\$1.330,00	\$7.560,00

Elaborado por el Autor

Tabla 44*Gastos de exportación proyectados*

GASTOS DE EXPORTACIÓN					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flete	\$5.880,00	\$5.994,07	\$6.103,76	\$6.195,32	\$6.275,86
Valores de procedencia/origen	\$1.680,00	\$1.712,59	\$1.743,93	\$1.770,09	\$1.793,10
Total	\$7.560,00	\$7.706,66	\$7.847,70	\$7.965,41	\$8.068,96

Elaborado por el Autor

Tabla 45*Gastos proyectados*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de venta	\$9.840,00	\$10.030,90	\$10.214,46	\$10.367,68	\$10.502,46
Gastos de exportación	\$7.560,00	\$7.706,66	\$7.847,70	\$7.965,41	\$8.068,96
Gastos administrativos	\$58.638,55	\$59.776,14	\$60.870,04	\$61.783,09	\$62.586,27
Total	\$76.038,55	\$77.513,69	\$78.932,2	\$80.116,18	\$81.157,69

Elaborado por el Autor

5.1.9. Precio de venta y proyección

El precio de venta del producto es de \$0,25 debido a que se espera tener un margen de ganancia del 30%.

Tabla 46
Precio de venta

Detalle	Cantidad
Precio de venta	\$0,25
Margen de ganancia	35%
Capacidad de producción anual (unidades)	1267200
Ingreso anual	\$310.659,95

Elaborado por el Autor

Tabla 47
Proyección de venta

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$310.659,95	\$326.192,95	\$342.502,59	\$359.627,72	\$377.609,11
Total	\$310.659,95	\$326.192,95	\$342.502,59	\$359.627,72	\$377.609,11

Elaborado por el Autor

5.1.10. *Estados financieros*

Tabla 48

Estado de situación financiera

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos						
Activos corrientes						
Caja/ bancos	\$19.085,02	\$23.403,12	\$35.284,59	\$55.369,97	\$84.781,06	\$124.429,44
Total activos corrientes	\$19.085,02	\$23.403,12	\$35.284,59	\$55.369,97	\$84.781,06	\$124.429,44
Activos no corrientes						
Muebles y enseres	\$537,98	\$537,98	\$537,98	\$537,98	\$537,98	\$537,98
Maquinaria	\$4.843,00	\$4.843,00	\$4.843,00	\$4.843,00	\$4.843,00	\$4.843,00
Equipo de computación	\$3.100,00	\$3.100,00	\$3.100,00	\$3.100,00	\$3.100,00	\$3.100,00
		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Depreciación acumulada		-\$883,96	-\$2.651,89	-\$5.303,78	-\$8.839,63	-\$17.956,59
Total activos no corrientes	\$8.480,98	\$7.597,02	\$5.829,09	\$3.177,20	-\$358,65	-\$9.475,61
Total activos	\$27.566,00	\$31.000,13	\$41.113,68	\$58.547,17	\$84.422,41	\$114.953,83
Pasivos						
Pasivos corrientes						
Préstamo bancario C/P	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total pasivos corrientes	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Pasivos no corrientes						
Préstamo bancario l/p		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total pasivos no corrientes	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total pasivos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Patrimonio						
Capital social	\$27.566,00	\$27.566,00	\$27.566,00	\$27.566,00	\$27.566,00	\$27.566,00
Utilidad del Ejercicio	\$0,00	\$3.434,14	\$10.113,55	\$17.433,48	\$25.875,24	\$30.531,42
Utilidades retenidas	\$0,00	\$0,00	\$3.434,14	\$13.547,69	\$30.981,17	\$56.856,42
Total patrimonio	\$27.566,00	\$31.000,13	\$41.113,68	\$58.547,17	\$84.422,41	\$114.953,83
Pasivo + patrimonio	\$27.566,00	\$31.000,13	\$41.113,68	\$58.547,17	\$84.422,41	\$114.953,83
Total	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

Elaborado por el Autor

Tabla 49*Estado integral de resultados*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas netas	310.659,95	326.192,95	342.502,59	359.627,72	377.609,11
Costos operativos	230.118,48	234.582,78	238.875,64	242.458,78	245.610,74
Utilidad bruta	80.541,47	91.610,17	103.626,95	117.168,94	131.998,37
Gastos de exportación	7.560,00	7.706,66	7.847,70	7.965,41	8.068,96
Flete	5.880,00	5.994,07	6.103,76	6.195,32	6.275,86
Valores de procedencia/origen	1.680,00	1.712,59	1.743,93	1.770,09	1.793,10
Gastos de ventas	9.840,00	10.030,90	10.214,46	10.367,68	10.502,46
Luz	960,00	978,62	996,53	1.011,48	1.024,63
Agua	240,00	244,66	249,13	252,87	256,16
Internet	480,00	489,31	498,27	505,74	512,32
Mantenimiento de maquinaria	960,00	978,62	996,53	1.011,48	1.024,63
Alquiler del local	7.200,00	7.339,68	7.474,00	7.586,11	7.684,73
Gastos administrativos	58.638,55	59.776,14	60.870,04	61.783,09	62.586,27
Gerente General	12.366,40	12.606,31	12.837,00	13.029,56	13.198,94
Contabilidad y Finanzas	18.749,60	19.113,34	19.463,12	19.755,06	20.011,88
Venta	6.781,15	6.912,70	7.039,21	7.144,79	7.237,68
Almacén	13.610,30	13.874,34	14.128,24	14.340,16	14.526,59
Publicidad	7.131,10	7.269,44	7.402,47	7.513,51	7.611,19
Gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Interés del préstamo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros gastos	883,96	2.651,89	5.303,78	8.839,63	17.956,59
Depreciación	-883,96	-2.651,89	-5.303,78	-8.839,63	-17.956,59
Total gastos	75.154,59	75.745,77	76.280,31	76.580,33	76.737,88
Utilidad operativa	5.386,88	15.864,40	27.346,64	40.588,62	55.260,49
Participación de trabajadores (15%)	808,03	2.379,66	4.102,00	6.088,29	8.289,07
Impuesto a la Renta (25%)	1.144,71	3.371,18	5.811,16	8.625,08	16.440,00
Utilidad neta	3.434,14	10.113,55	17.433,48	25.875,24	30.531,42

Elaborado por el Autor

Tabla 50
Flujo efectivo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$0,00	\$310.659,95	\$326.192,95	\$342.502,59	\$359.627,72	\$377.609,11
Costos operativos	\$0,00	\$230.118,48	\$234.582,78	\$238.875,64	\$242.458,78	\$245.610,74
Gastos de Ventas		\$9.840,00	\$10.030,90	\$10.214,46	\$10.367,68	\$10.502,46
Luz		\$960,00	\$978,62	\$996,53	\$1.011,48	\$1.024,63
Agua		\$240,00	\$244,66	\$249,13	\$252,87	\$256,16
Internet		\$480,00	\$489,31	\$498,27	\$505,74	\$512,32
Mantenimiento de maquinaria		\$960,00	\$978,62	\$996,53	\$1.011,48	\$1.024,63
Alquiler del local		\$7.200,00	\$7.339,68	\$7.474,00	\$7.586,11	\$7.684,73
Gastos de exportación		\$7.560,00	\$7.706,66	\$7.847,70	\$7.965,41	\$8.068,96
Flete		\$5.880,00	\$5.994,07	\$6.103,76	\$6.195,32	\$6.275,86
Valores de procedencia/origen		\$1.680,00	\$1.712,59	\$1.743,93	\$1.770,09	\$1.793,10
Gastos administrativos		\$58.638,55	\$59.776,14	\$60.870,04	\$61.783,09	\$62.586,27
Gerente General		\$12.366,40	\$12.606,31	\$12.837,00	\$13.029,56	\$13.198,94
Contabilidad y Finanzas		\$18.749,60	\$19.113,34	\$19.463,12	\$19.755,06	\$20.011,88
Venta		\$6.781,15	\$6.912,70	\$7.039,21	\$7.144,79	\$7.237,68
Almacén		\$13.610,30	\$13.874,34	\$14.128,24	\$14.340,16	\$14.526,59
Publicidad		\$7.131,10	\$7.269,44	\$7.402,47	\$7.513,51	\$7.611,19
Gastos Financieros		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Interés del préstamo	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Otros Gastos		-\$883,96	-\$2.651,89	-\$5.303,78	-\$8.839,63	-\$17.956,59
Depreciación	\$0,00	-\$883,96	-\$2.651,89	-\$5.303,78	-\$8.839,63	-\$17.956,59
Flujo antes de participación	\$0,00	\$5.386,88	\$16.748,36	\$29.998,53	\$45.892,39	\$68.797,26
Participación de trabajadores		\$808,03	\$2.512,25	\$4.499,78	\$6.883,86	\$10.319,59
Flujo antes de impuesto		\$4.578,85	\$14.236,11	\$25.498,75	\$39.008,53	\$58.477,67
Impuesto a la renta		\$1.144,71	\$3.559,03	\$6.374,69	\$9.752,13	\$14.619,42
Flujo después de impuesto		\$3.434,14	\$10.677,08	\$19.124,06	\$29.256,40	\$43.858,26
(+) Depreciaciones		\$883,96	\$2.651,89	\$5.303,78	\$8.839,63	\$17.956,59
(-) Pago de Capital Préstamo		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Capital de trabajo	-\$19.085,02	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Activos Fijos en inversión	-\$8.480,98	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Flujo de Efectivo Neto	-\$27.566,00	\$4.318,10	\$13.328,97	\$24.427,84	\$38.096,03	\$61.814,85

Elaborado por el Autor

5.1.11. Payback

Tabla 51

Payback

Descripción	Año 0	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Neto		\$4.318,10	\$13.328,97	\$24.427,84	\$38.096,03	\$61.814,85
Inversión Fija	-\$8.480,98					
Inversión Corriente	-\$19.085,02					
Resultado	-\$27.566,00	\$4.318,10	\$13.328,97	\$24.427,84	\$38.096,03	\$61.814,85
Payback	-\$27.566,00	-\$23.247,89	-\$9.918,93	\$14.508,92	\$52.604,95	\$114.419,79

Elaborado por el Autor

Se espera que haya un retorno de la inversión pasado los 3 años de operación de la empresa

Tabla 52

Capital propio

Fuente	Inversión	Peso	Ponderación
Capital propio	\$27.566,00	100%	19,80%
Préstamo	\$0,00	0%	0%
	TMAR		19,80%

Elaborado por el Autor

Se toma para la TMAR la tasa mínima de interés en préstamo bancarios, fijada para mayo del presente año en 19,80% (Diario Primicias, 2022)

5.1.12. TIR y VAN

Tabla 53

TIR y VAN

TIR Y VAN	
TMAR	19,80%
TIR	56,40%
VAN	\$43.077,97

Elaborado por el Autor

El Valor Actual Neto que arroja el presente análisis financiero es de un valor de \$43.077,97 y una TIR positiva de 56,40% que se compara con la tasa de interés bancario

(TMAR) de 19,80% lo que significa el plan de negocio para la creación y exportación de pitahaya deshidratada hacia EEUU, es viable o factible.

5.2.Punto de equilibrio

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{(\text{Precio de venta} - \text{Costo de venta})}$$

$$PE = \frac{\$68.478,55}{(\$0,25 - \$0,18)} =$$

Las unidades mínimas que deberá vender la empresa de forma anual anualmente serán de 1.077.407,96 Unds anuales.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Las conclusiones finales de este Plan de Negocios para la creación de una empresa productora y exportador de pitahaya deshidratada, son las siguientes:

- Se llevó a cabo la fundamentación teórica el cual permitió el desarrollado un proceso de investigación de mercado que establece la situación comercial del Ecuador, de manera que los productos derivados de la pitahaya son una oportunidad para diversificarse a partir de los productos tradicionales e incursionar como empresa en la exportación de productos industrializados.
- Se diagnosticó la situación actual sobre el mercado y la venta de snack e infusión de pitahaya deshidratada en Florida – Estado Unidos, evidenciando que el 69,09% considera que, si ha consumido la fruta Pitahaya, lo que significa que esta población conoce esta fruta exótica y la ha consumido, lo que permite que se tenga una buena recepción del producto en esta nueva presentación.
- Se determinó el estudio técnico el cual permitió definir el proceso de producción y el proceso de exportación hacia los Estados Unidos, de manera que se determinó que el empaque para la fruta pitahaya deshidratada será una funda de polietileno con capacidad de 70 gramos. La estimación de producción fue de 1.267.200 unidades producidas anualmente, sin embargo, para que el estudio financiero fuera viable fue necesario obtener una producción anual de 1.077.407,96 unidades al año.
- El proyecto es totalmente viable en términos en términos financieros, al haber dado un Valor Presente Neto superior a cero: \$43.077,97 y una Tasa Interna de Retorno de

56,40%. Por otra parte, para poner en marcha el proyecto se requiere de un monto inicial de \$27.566,00 para inversión de activo y capital de trabajo.

Recomendaciones

- ✓ Se recomienda que la empresa siga diversificando la fruta, es decir, pueda obtener otro producto a parte de la fruta deshidratada, ya que actualmente el Ecuador para existe cabida para incursionar en la diversificación y exportación de productos industrializados.
- ✓ Se recomienda que a la hora de llevar a cabo el Plan de Negocio se ejecute en primera instancia, una inversión de marketing, con el fin de que la marca sea conocido en el momento en que ingresa al mercado, haciendo uso de las redes sociales, las cuales se caracterizan por tener un bajo costo y alta penetración. De esta forma, la recepción del producto será mayor.
- ✓ Es recomendable que al poner en marcha la empresa esta cumpla con los pasos del proceso de producción y con la maquinaria establecida para dicho proceso, así como también se recomienda contratar únicamente a personas que cumplan con el perfil de cada cargo establecido en el manual de funciones.
- ✓ Dado que el proyecto es viable, se recomienda llevar a cabo el plan de negocio y al mismo tiempo una evaluación de la satisfacción de los clientes, para identificar falencias y de esta forma ser detectadas a tiempo, de esta forma se pueden establecer estrategias que permitan mantener a los clientes localizados en Florida-EEUU, satisfechos con el producto.

BIBLIOGRAFÍA

- Abad et al. (2020). El cacao en la Costa ecuatoriana: estudio de su dimensión cultural y económica. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*, (7), 59-83.
- Abdelkafi, N., & Pero, M. (2018). Supply chain innovation-driven business model; exploratory analysis and implications for management. *Business Process Management Journal*, 24(2), 589-608.
- Agencia EFE. (2022). *Piden evaluar la posibilidad de decretar el estado de excepción en Guayaquil*. <https://www.efe.com/efe/america/sociedad/piden-evaluar-la-posibilidad-de-decretar-el-estado-excepcion-en-guayaquil/20000013-4713022>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2020). *Requisitos para la obtención del certificado de registro sanitario de dispositivos médicos de nivel de riesgo I*. <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/03/Requisitos-DM-Riesgo-I-1.pdf>
- Agenda APD. (28 de 05 de 2019). *¿Qué es economía de escala y qué tipos existen?* <https://www.apd.es/que-es-economia-de-escala-y-tipos/>
- Agudelo Viana, L. G. (2008). *Diseños de investigación experimental y no-experimental*.
- Aguilar, A. N., & Barragán, M. I. (2020). *Caracterización clínica, imagenológica y de laboratorio en pacientes pediátricos con dengue con signos de alarma, estudio por realizarse en el Hospital Universitario de Guayaquil período 2017-2020 (Doctoral dissertation, Universidad de Guayaquil. Faculta. Universidad de Guayaquil*.

- Aguilar, P. M., Maldonado, D., & Solorzano, S. (2020). Incidencia de la balanza comercial en el crecimiento económico del Ecuador: análisis econométrico desde Cobb Douglas, período 1980-2017. *Espacios*, 41(3), 10.
- AITE. (2022). *Historia y Actualidad*. <https://www.aite.com.ec/industria.html>
- Alletruded. (2022). *Alimentos para Mascotas, Proyecciones y Tendencias para la Industria en 2021*. alletruded.com: <https://alletruded.com/entrada/alimentos-para-mascotas-proyecciones-y-tendencias-para-la-industria-en-2021-24259>
- Almeida, J. (2015). *Análisis y validación de la factibilidad de un plan de negocios para la elaboración de barras energéticas como producto alternativo, a base de cacao fino de aroma, su comercialización nacional e internacional*.
- Alonso Dos Santos, A. (2018). *Investigación de mercados: manual universitario*. Ediciones Díaz de Santos.
- Alvarado, J. (2014). Evolución macroeconómica del Ecuador: un análisis de sensibilidad del sector externo. . *Revista Economía y Negocios*, 5(15).
- Álvarez, Á., Grecio, Á., Huapaya, T., Huamán, A., Ramos, E., Romero, M., & Romero, R. (2020). *Plan de negocio la producción y comercialización de mascarillas con fibra de cobre con diseños étnicos en lima metropolitana*. Universidad Científica del Sur: <https://hdl.handle.net/20.500.12805/1423>
- Andrade, D. A. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Revista ean*, 80, 59-72. *Revista ean*.
- Andrade, X., Pisco, I., Quinde, L., & Coronel, C. (2021). *Industria farmacéutica: desempeño de mercado en el contexto de la pandemia*. <https://revistaindustrias.com/industria-farmaceutica-desempeno-de-mercado-en-el-contexto-de-la-pandemia/>

- Apunte, A., & Francisco, J. (2017). Calidad en la Gestión Preanalítica de un laboratorio clínico de derivación de muestras biológicas. *Ágora de heterodoxias*, 68-88.
- Aquino, C. F., Barboza, J. S., Jamanca, H. C., & Ruiz, J. J. (2022). *Plan de negocio para la exportación de conserva de aguaymanto en almíbar para el mercado alemán*.
- Araoz, P. M., & Quispe, V. L. (2021). *Sistema de control de inventarios perpetuo en base a la NIC 2 y su efecto en la rentabilidad de las estaciones de servicios de Arequipa, caso: Servicentro El Amanecer SAC-2019*.
- Araujo, D. C. (2020). *Herramientas financieras para evaluación y análisis de propuestas en una empresa productora de mascarillas quirúrgicas 2020*.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/15845>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Arias, F. (2013). *El proyecto de investigación*. Episteme.
- Arreguín, S. (2010). La microempresa en el desarrollo. . *Perspectivas*, (25), 271-282.
- Artigas, W., & Robles, M. (2010). Metodología de la investigación. *Revista Digital Universitaria*, 9-17.
- Astudillo, G. (2020). *La industria tecnológica local se desarrolla durante la pandemia*.
<https://www.revistalideres.ec/lideres/industria-tecnologica-ecuador-desarrolla-pandemia.html>
- Ayala, A., Serna, L., & Mosquera, E. (2010). Liofilización de pitahaya amarilla (*Selenicereus megalanthus*). *Vitae*, 17(2), 122-127.
- Baéz, E. A., & Mejía, C. (20 de agosto de 2021). *Universidad Técnica del Norte*.
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11470>

- Banco Central del Ecuador. (2020). *El covid -19 pasa factura a la economía ecuatoriana: Decrecerá entre 7.3 % y 9.6 % en 2020*. <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1366-el-covid-19-pasa-factura-a-la-economia-ecuatorianadecrecera-entre-73-y-96-en-2020>
- Banco Mundial . (2022). *Ecuador: panorama general*.
<https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- Banco Mundial. (2021). *Ecuador, el país que venció la pesadilla de la pandemia en 100 días*.
<https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2021/10/18/ecuador-the-country-that-vanquished-the-nightmare-pandemic-in-100-days>
- Barrios, M. (2010). Modelo de negocio. . *Universidad Americana*, 11-26.
- Barrios, M. (2016). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales*. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (FEDUPEL).
- Bartis, P. (2004). *La tradicion popular y la investigacion de campo: una introduccion a las tecnicas de investigacion*.
- Bastidas, G., Hernández, A., & Plested, L. (2020). Implementación del método de costos basados en actividades (ABC) en unidad de laboratorio médico. *Revista MAYA. Administración y Turismo*, 2(2), 22 -30 .
- BBC News. (2021). *Coronavirus: los gráficos que muestran la caída global sostenida de casos y muertes por covid-19 (y que hay detrás del descenso)*.
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-56183986>
- BCE. (2020). *Estadísticas*. www.bce.fin.ec

- Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de mercados: Enfoque para América Latina*. México: Pearson Educación .
- Benassini, M., & Muñoz, C. (2010). *Como elaborar y asesorar una Investigación de Tesis*. México: Prentice Hall Hispanoamérica S.A.
- Blacio, C., & Bueno, V. (2019). *Canal de marketing en mipymes del sector agrícola Ecuatoriano. Propuesta de Una Red de Comercialización para la Provincia del Guayas*. Guayaquil: Tesis de Grado, Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas.
- Brume, M. (2017). Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia.
- Brume, M. J. (2017). Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia. Obtenido de . *Espacios*, 38(51), 20. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n51/17385120.html>
- Bustamante, J., León, J., Montañez, W., & Sánchez, D. (2019). *Plan de negocio para la venta de alimentos y productos para mascotas bajo el modelo de un e-business en el mercado de Lima Norte, Lima Centro y en el distrito de San Juan de Lurigancho*. Reposotiro ESAN Graduate School Business.
- Bustamante, R., & Villacreses, K. (2018). Las microempresas y la necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la zona sur de Manabí, Ecuador. . *Revista Universidad y Sociedad*, 10(5), 323-326.
- Cacaotero, S. (29 de 12 de 2015). *Superintendencia de Control del Poder de Mercado*. Superintendencia de Control del Poder de Mercado: <https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/03/ESTUDIO-DEL-CACAO-IZ7-version-publica-ultima.pdf>

- Cadena, C., & Salazar, C. (2021). *Efectos en las importadoras del DMQ por la implementación de la tarifa arancelaria 0% a insumos médicos para atender la emergencia sanitaria en el Ecuador, suscrita en la Resolución No. 004-2020, en los periodos 2020 -2021*. Universidad Politécnica Salesiana . <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/20977>
- Camara de Comercio de Guayaquil . (2019). *Cifras Macroeconómicas del Ecuador*. <https://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2018/02/Entorno-economico-ccg.pdf>
- Candelo, J. M., & Oviedo, A. (2021). La tasa de cambio y sus impactos en los agregados económicos colombianos. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 29(2), 121–142.
- Cantú, P. C. (2016). *Los nuevos desafíos del desarrollo sustentable*. <http://eprints.uanl.mx/11001/1/Documento6.pdf>
- Carrer, I., Valor, C., & Redondo, R. (2015). Los determinantes de la compra de productos con etiquetas de contenido social y ambiental. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, 83, 235-250.
- Carrero, I., Valor, C., & Redondo, R. (2015). Los determinantes de la compra de productos con etiquetas de contenido social y ambiental. . *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, 83, 235-250.
- Carrión et al. (2021). Calidad en los procesos de comercialización de cacao en marco de emergencia sanitaria COVID 19. *CIENCIAMATRIA*, 7(12), 97-123.
- Carter, C., & Rogers, D. (2008). A framework of sustainable supply chain management: moving toward a new theory. *International journal of physical distribution & logistics management*, 38(5), 360-387.

- Caruci, J., & Caruci, N. (2005). *Nutrición y salud: Principios prácticos para una vida saludable*. Grupo Nelson.
- Castellanos, R. (2020). *Plan de Negocios, Marketing, Inversiones*. Independently Published.
- Catalina, M. M. (2014). *Técnicas e instrumentos de recogida y análisis de datos*. Editorial UNED.
- CDC. (2022). *Effectiveness of Face Mask or Respirator Use in Indoor Public Settings for Prevention of SARS-CoV-2 Infection — California, February–December 2021*.
<https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/71/wr/mm7106e1.htm>
- CEDIA. (2020). *Sector farmacéutico Ecuatoriano*. Retrieved 31 de 01 de 2022, from
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://blogs.cedia.org.ec/obesit/wp-content/uploads/sites/7/2020/12/Sector-farmaceutico-final-tres.pdf&ved=2ahUKEwjC0f3xkdz1AhV_STABHUmpCuEQFnoECAUQAQ&usg=AOvVaw3HpGNL8l7bo8kxlC8vByXc
- Centro Europeo de Másteres y Posgrados. (2022). *Historia de los análisis clínicos*. CEMP:
<https://cemp.es/noticias/historia-analisis-clinicos/>
- Cevallos, M. (2017). *La desigualdad de género y sus principales características en el entorno laboral*. Lima.
- CFN. (2018). *Ficha sectorial: Hiladura, Tejedura y acabados de productos textiles*.
<https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/04/Ficha-Sectorial-Hiladura-Tejedura-y-Acabados-de-Productos-Textiles.pdf>
- Charles, L., Hair, J., & McDaniel, C. (2002). *Marketing*. International Thomson Editores S.A.

- Chavez, L. (2018). *Características de la asociatividad aplicada a la producción de tuna en comunidad de la Huaraclla distrito de Jesús para la exportación de cosméticos a la ciudad de Quebec-Canadá, 2017.*
- Congreso Nacional. (2020). *Código de trabajo*. Retrieved 25 de julio de 2021, from https://www.derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file_1604679569_1604679577.pdf
- Consulado General de España en Guayaquil. (2020). *Nuevas medidas COVID Gobierno Ecuador.*
<http://www.exteriores.gob.es/Consulados/GUAYAQUIL/es/Consulado/Paginas/Articulos/Nuevas-medidas-COVID-Gobierno-Ecuador.aspx>
- Control Sanitario de Ecuador. (2020). *Mascarillas aprobadas durante la emergencia sanitaria.* Retrieved 31 de 01 de 2022, from <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/07/Mascarillas-aprobadas-por-Arcsa-durante-la-emergencia-sanitaria-04-jul-2020.pdf&ved=2ahUKEwio4t33gNz1AhWESjABHSrGAhgQFnoECAcQAQ&u>
- COPCI. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.*
www.correosdeecuador.gob.ec: <https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Coronado, Y., Carballo, M., Abreu, M., Garbosa, K., Fariñas, O., & García, A. (2014). Importancia de la fase preanalítica en el laboratorio clínico de la Atención Primaria de Salud. *Revista de Medicina: Isla de la Juventud*(15), 3-21.
- Corredor, A. (2021). *Diseño tu modelo Canvas*. Ediciones Merakiu.

- Crespo, M. J., Crespo, J. D., Andrade, J. E., & Barros, M. R. (2021). Impacto de la pandemia COVID-19 en el consumo de productos de primera necesidad. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(9), 1861-1874. Retrieved 15 de julio de 2021, from <http://davidtejo.com/2016/06/la-nueva-piramide-de-maslow-el-cambio-en-las-necesidades-basicas-en-el-siglo-xxi-y-su-influencia-en-el-lifestyle-actual/>
- Crespo, M. J., Crespo, J. D., Andrade, J., & Barros, M. R. (2021). Impacto de la pandemia COVID-19 en el consumo de productos de primera necesidad. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(9), 1861-1874. Retrieved 15 de julio de 2021, from <http://davidtejo.com/2016/06/la-nueva-piramide-de-maslow-el-cambio-en-las-necesidades-basicas-en-el-siglo-xxi-y-su-influencia-en-el-lifestyle-actual/>
- Datosmacro. (2020). *Comparar Estados de Estados Unidos: Florida vs Texas*.
<https://datosmacro.expansion.com/paises/usa-estados/comparar/florida/texas>
- Datosmacro. (2022). *En agosto cayó el IPC en Ecuador. IPC General Ecuador Agosto 2022*.
<https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/ecuador>
- David, F. (2008). *Conceptos de Administración Estratégica* (Décimoprimer ed.). México: Pretnice Hall.
- De Jesús, Y., Celi, Y. M., Largo, N. Z., & Maldonado, M. B. (2022). Contabilidad y costos: enfoque de costos por procesos y costos estándar. *Revista Científica FIPCAEC*, 7(2), 62-79.
- Del Ecuador, A. C. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Tribunal Constitucional del Ecuador. Registro oficial Nro, 449, 79-93.: Quito.

Diario Primicias. (2020). *Diario Primicias del Ecuador*.

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/negocios/animales-ventas-inversiones-industria-mascotas/>

Diario Primicias. (11 de abril de 2022). *asas de interés suman 11 meses de reducción en*

Ecuador. www.primicias.ec: [https://www.primicias.ec/noticias/economia/tasas-interes-reduccion-ecuador-](https://www.primicias.ec/noticias/economia/tasas-interes-reduccion-ecuador-banca/#:~:text=La%20tasa%20de%20inter%C3%A9s%20activa,8%25%20en%20marzo%20de%202022.)

[banca/#:~:text=La%20tasa%20de%20inter%C3%A9s%20activa,8%25%20en%20marzo%20de%202022.](https://www.primicias.ec/noticias/economia/tasas-interes-reduccion-ecuador-banca/#:~:text=La%20tasa%20de%20inter%C3%A9s%20activa,8%25%20en%20marzo%20de%202022.)

DOBRA. (2020). *DOBRA Empresarial*. <http://www.next593.com/Productos>

Domínguez, G. (2019). *Cómo entender y elaborar un plan de negocios sin ser especialista*.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Doubront, M. A., & Doubront, L. G. (2020). Impacto del contexto económico, social y político

de Venezuela en el docente universitario. Análisis desde la Pirámide de Maslow. .

Dissertare Revista de Investigación en Ciencias Sociales, 5(2), 1-15.

DUQUE ALDAZ, F. J., PÉREZ BENÍTEZ, H. A., FIERRO AGUILAR, J. P., & Emma, G. .

(2020). Design of a business model based on Canvas method for the marketing of Smoothie Bowls in the Guayaquil's city (. *Revista Espacios*, 20, 1-16.

Duque, F. (2012). *Identificación de los errores que se cometen con más frecuencia en las*

diferentes fases de control del laboratorio clínico y el impacto en la seguridad del paciente.

Ecuador en Cifras. (2017). *Guayaquil en cifras*. www.ecuadorencifras.gob.ec:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/guayaquil-en-cifras/>

Editorial Buenos Negocios. (24 de Febrero de 2014). *https://www.buenosnegocios.com/7-ventajas-del-modelo-canvas-n694*. Retrieved 04 de Mayo de 2019, from Buenos Negocios: *https://www.buenosnegocios.com/7-ventajas-del-modelo-canvas-n694*

Educaonline S.L. (2020). *Veterinario*. Retrieved 25 de julio de 2021, from *https://www.educaweb.com/secciones/informacion-legal/proteccion-contenidos/*

El Comercio. (29 de Diciembre de 2021). *Ecuador recupera poco a poco la economía en 2021*. *https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ecuador-economia-reforma-tributaria-inversiones.html*

El Universo. (2021). *Estos son los productos que ya no pagarán IVA, según proyecto de Ley para el Desarrollo Económico. No todos los pañales tendrán tarifa cero*. *https://www.eluniverso.com/noticias/economia/estos-son-los-productos-que-ya-no-pagaran-iva-segun-proyecto-de-ley-para-el-desarrollo-economico-no-todos-los-panales-tendran-tarifa-cero-nota/*

El Universo. (2022). *Por qué dar comida natural a los gatos y cómo lograr que les guste*. Diario El Universo: *https://www.eluniverso.com/larevista/sociedad/por-que-dar-comida-natural-a-los-gatos-y-como-lograr-que-les-guste-nota/*

Elcomercio. (2020). *El comité de Comercio Exterior prohíbe temporalmente exportación de mascarillas*. Retrieved 13 de 09 de 2021, from *http://elcomercio.com/actualidad/negocios/ecuador-prohibe-exportacion-mascarillas-coronavirus.html*

eltelegrafo. (2019). *Acuerdo busca dinamizar el empleo y fortalecer los emprendimientos..* *https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/acuerdo-competitividad-fortalecimiento-emprendimiento*

Emprendedores: Plan de negocio para montar una tienda para mascotas. (29 de 03 de 2020).

Emprendedores. <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/plan-de-negocio-tienda-mascotas/>

Encalada, H. (2016). *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la distribución exclusivamente de alimentos para mascotas (perros y gatos) en la provincia de Pichincha*. Repositorio UDLA.

<https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5303/1/UDLA-EC-TIC-2016-44.pdf>

Espinosa, R. (09 de 06 de 2019). *ROBERTO ESPINOSA*. Pirámide de Maslow ¿Qué es ? niveles y ejemplos: <https://robertoepinosa.es/2019/06/09/piramide-de-maslow/#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20de%20la%20piramide,que%20tienen%20para%20nuestro%20bienestar.>

Esquivel, P., & Araya, Y. (2012). Características del fruto de la pitahaya (*Hylocereus* sp.) y su potencial de uso en la industria alimentaria. *Revista Venezolana de Ciencia y Tecnología de Alimentos*, 13(1), 113-129.

EUFIC. (06 de 08 de 2020). *CUIDATE*. CUIDATE:

<https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/diccionario/cacao.html>

Expansión: El e-commerce de productos para mascotas recibe un fuerte empujón con la crisis del coronavirus. (30 de 06 de 2020). *Expansión* . <https://www.expansion.com/ofertas-regalos/empresas/2020/06/30/5ef0c8ba468aeb277d8b457c.html>

Facchin, J. (2016). *Modelo Canvas*. <https://josefacchin.com/modelo-canvas-de-negocio/>:

<https://josefacchin.com/modelo-canvas-de-negocio/>

- FDA. (2021). *N95 Respirators, Surgical Masks, Face Masks, and Barrier Face Coverings*.
<https://www.fda.gov/medical-devices/personal-protective-equipment-infection-control/n95-respirators-surgical-masks-face-masks-and-barrier-face-coverings>
- Fernandez, F. (2017). *Estudio de Mercado*. New York: CEE: Ciudad Real.
- Figüeroa, A. (2016). *Evaluación económica de estrategias de cobertura en las exportaciones de cacao ecuatoriano en los mercados de futuros. Período 2008-2013*.
- Gabrica Colombia. (2022). *LA INDUSTRIA LATINOAMERICANA EN MASCOTAS ESTÁ EN CRECIMIENTO*. www.gabrica.co: <https://www.gabrica.co/noticiasesp/la-industria-latinoamericana-en-mascotas-esta-en-crecimiento/>
- García, A. (2021). *La Innovación en los Mercados Financieros*.
- García, A. F., Rodríguez, Y. C., Vega, J. C., & Marcel, E. A. (2015). Intervalos de referencia de los niveles de colesterol en estudiantes de la Universidad de Guayaquil, Ecuador. *Revista Mexicana de Patología Clínica y Medicina de Laboratorio*, 62(1), 40-45.
- García, J. (2002). Situación actual y perspectivas de la agricultura orgánica en y para Latinoamérica. . *Acta Académica*, 27-46.
- García, L., Narváez, C., & Erazo, J. (2019). Gestión integral de activos fijos con enfoque en el control contable administrativo. 3(1), 305-328.
- García, M., & González, M. (2012). *Bases teórico-prácticas de la orientación profesional*. Editorial UNED.
- Gob.Ec. (2022). *Emisión de permisos de funcionamiento a establecimientos categoría 1, 2,3 y 8: centros de diversión para mayores de edad, centros de tolerancia, licorerías, depósitos de bebidas alcohólicas, pensiones, residenciales y moteles*.
<https://www.gob.ec/mdg/tramites/emision-permisos-funcionamiento-establecimientos->

categoria-1-23-8-centros-diversion-mayores-edad-centros-tolerancia-licorerias-depositos-bebidas-alcoholicas-pensiones-residenciales-moteles

Gob.Ec. (2022). *Emisión de permisos de funcionamiento a establecimientos categoría 1, 2,3 y 8: centros de diversión para mayores de edad, centros de tolerancia, licorerías, depósitos de bebidas alcohólicas, pensiones, residenciales y moteles.*

<https://www.gob.ec/mdg/tramites/emision-permisos-funcionamiento-establecimientos-categoria-1-23-8-centros-diversion-mayores-edad-centros-tolerancia-licorerias-depositos-bebidas-alcoholicas-pensiones-residenciales-moteles>

Gómez Rodríguez, D. T. (2016). Revisión documental, una herramienta para el mejoramiento de las competencias de lectura y escritura en estudiantes universitarios. *Chakiñan*, 46-56.

Gómez, D., Carranza, Y., & Ramos, C. (2017). Revisión documental, una herramienta para el mejoramiento de las competencias de lectura y escritura en estudiantes universitarios. *Chakiñan*,. *Revista Chakiñan*(1), 46-56.

Gómez, J. M., Mejía, M. I., & Cardona, J. A. (2020). Revisión sistemática de evaluaciones económicas en salud para el tratamiento de la obesidad en adultos, 2009-2019. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 44.

Gonzalez, T. (3 de noviembre de 2020). *La Vanguardia*.

<https://www.lavanguardia.com/vida/20201103/49202846348/mascarillas-kn95-mas-eficaces-filtrar-particulas-ultrafinas-coronavirus-covid19-cambridge-northwestern.html>

Goodwin, G. (2021). *Luchas comunales por el agua a través de la coproducción: Experiencias pandémicas en la Sierra de Ecuador con una perspectiva histórica.*

<http://www.alternautas.net/blog/2021/7/28/luchas-comunales-por-el-agua-a-travs-de-la>

coproducción-experiencias-pandémicas-en-la-sierra-de-ecuador-con-una-perspectiva-histórica

Google Maps. (2022). *Flor de Bastión*.

[https://www.google.com/maps/place/Flor+de+basti%C3%B3n,+Guayaquil,+Ecuador/@-2.1035117,-](https://www.google.com/maps/place/Flor+de+basti%C3%B3n,+Guayaquil,+Ecuador/@-2.1035117,-79.9604163,17z/data=!3m1!4b1!4m9!1m2!2m1!1sGuayas,+cat%C3%B3n+Guayaquil,+Parroquia+Tarqui,+en+el+sector+Flor+de+Basti%C3%B3n+al+noroeste+de+la+ciudad+de+Guayaquil,+Coo)

[79.9604163,17z/data=!3m1!4b1!4m9!1m2!2m1!1sGuayas,+cat%C3%B3n+Guayaquil,+Parroquia+Tarqui,+en+el+sector+Flor+de+Basti%C3%B3n+al+noroeste+de+la+ciudad+de+Guayaquil,+Coo](https://www.google.com/maps/place/Flor+de+basti%C3%B3n,+Guayaquil,+Ecuador/@-2.1035117,-79.9604163,17z/data=!3m1!4b1!4m9!1m2!2m1!1sGuayas,+cat%C3%B3n+Guayaquil,+Parroquia+Tarqui,+en+el+sector+Flor+de+Basti%C3%B3n+al+noroeste+de+la+ciudad+de+Guayaquil,+Coo)

Guanoluisa, C. (2020). *Características socioculturales de subsistencia de los comerciantes ambulantes del Centro Histórico de Quito*.

Gurumendi, Y. (2018). *La producción y comercialización de cacao con valor agregado en el cantón Vinces, provincia de Los Ríos y su incidencia en la matriz productiva del Ecuador período 2011-2016*. Guayaquil: Tesis de Grado, Universidad de Guayaquil.

Hansen, D., & Mowen, M. (2010). *Administración de costos*. Cengage learning editores.

Haro, M. P. (2021). *Plan de exportación de Pitahaya amarilla al mercado estadounidense estado de New York*. Universidad Internacional del Ecuador.

Haro, M. P. (2021). *Plan de exportación de Pitahaya amarilla al mercado estadounidense estado de New York*. Universidad Internacional del Ecuador.

Heredia, J., & Iturbe, T. (2019). *Manual de práctica de medicina de gatos*. México: UNAM.

Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*.

Herrera, C. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. *Revista general de información y documentación*, 28(1), 119.

- Herrera, C. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. . *Revista general de información y documentación*, 28(1), 119.
- Herrera, D. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & desarrollo*, 23(107).
- Herrera, D. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & desarrollo*, 23(107). <https://dspace.ort.edu.uy/>: Disponible en:
- Huachi, L., Santamaría, P., Verdugo, K., Yugsi, E., Paredes, M., & Coronel, D. (2015). Desarrollo de la pitahaya (*Cereus sp.*) en Ecuador. LA GRANJA. *Revista de Ciencias de la Vida*, 22(2), 50-58.
- Ibáñez, A. A. (2004). *El proceso de la entrevista: conceptos y modelos*. Editorial limusa.
- Ibáñez, M. (2000). En *Canis et Felis. N° 43. Bases para la gestión en centros veterinarios* (pág. 12). Madrid, España: Ediciones Luzán.
- ICEX. (2020). *El mercado farmacéutico en Ecuador*. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/estudio-mercado-farmaceutico-ecuador-2020-doc2021868250.html?idPais=EC>
- IEES. (2022). *Registro de nuevo empleador*. <https://www.iess.gob.ec/en/web/empleador/registro-de-empleador>
- IEES. (2022). *Registro de nuevo empleador*. <https://www.iess.gob.ec/en/web/empleador/registro-de-empleador>
- INEC. (2012). *Flor de Bastión, zona con 65 mil habitantes que no tiene UPC*.
- INEC. (2017). *Guayaquil en cifras*.

INEC. (2021). *Producción de la Industria Manufacturera*.

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/produccion-industria-manufacturera/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2018). *Tecnologías de la Información y Comunicación. Encuesta Multipropósito-TIC*.

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

[inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2018/201812_Principales_resultados_TIC_Multiproposito.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2018/201812_Principales_resultados_TIC_Multiproposito.pdf)

Juste, V. B., & Redondo, Y. P. (2006). Marketing de relaciones en los canales de distribución: un análisis empírico ***. *Cuadernos De Economía Y Dirección De La Empresa*(29), 5-30.

Retrieved 9 de 9 de 2021, from

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2385976>

Kotler, Y. A. (2008). *Fundamentos de marketing*. Mexico DF: Pearson Octava Educación.

Lara, D. M., Argothy, L. A., Martínez, J. P., & Mejía, M. A. (2022). El impacto de las crisis en el desempeño del sector agropecuario del Ecuador. *Revista Finanzas y Política Económica*, 14(1), 167-186.

LEGISCOMEX. (2014). *Textiles y confecciones en Ecuador*.

<https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/estudio-textil-confecciones-ecuador-listo.pdf>

Líderes. (2021). Tras adquirir la operación de Glovo, el delivery PedidosYa opera en nueve ciudades de Ecuador. *Líderes*.

Loor, S. G. (2020). *Errores Preanalíticos en el Laboratorio Clínico y su Efecto en el Diagnóstico Médico del Hospital Padre Alberto Buffoni de Quinindé (Doctoral*

- dissertation, Ecuador-PUCESE-Escuela de Laboratorio Clínico*). Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- López, L. (2014). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69-74.
- Lucas, D., & Rojas, M. (2017). *Índice de competitividad en el análisis comparativo de las diferencias empresas atuneras de Manta, Montecristi y Jaramijó*. [Tesis de Ingeniería, Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí. Repositorio ULEAM. .
- Lucas, D., & Rojas, M. (2017). *Índice de competitividad en el análisis comparativo de las diferencias empresas atuneras de Manta, Montecristi y Jaramijó*. [Tesis de Ingeniería, Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí. Retrieved 11 de Julio de 2022, from ULEAM: <http://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/511>
- Lucero, K. (2020). Los desechos COVID-19, la otra realidad de la basura en Quito. *Gestión Digital*. <https://www.revistagestion.ec/sociedad-analisis/los-desechos-covid-19-la-otra-realidad-de-la-basura-en-quito>
- Lucero, K. (2021). El sector textil, un puntal de la industria que busca levantarse. Economía y finanzas. *Gestión Digital*. <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-sector-textil-un-puntal-de-la-industria-que-busca-levantarse>
- M., C., Cheng W., G. S., J., K., B., L., J., L., L., M., . . . Yang. (2020). Face Masks in the New COVID-19 Normal: Materials, Testing, and Perspectives. *eCollection*. <https://doi.org/10.34133/2020/7286735>
- Macías, E. (2016). *Diagnóstico de las exportaciones de cacao 2010-2014 y la importancia de la promoción permanente caso: Anecacao*. Guayaquil: Tesis de Grado, Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas.

- Mankiw, G. (2014). *Los flujos internacionales de capitales y la balanza comercial*. En G. Mankiw, *Macroeconomía*. Barcelona: Antonio Bosch editor.
- Marden, O. (2018). *Marketing y plan de negocio: Planificación e iniciativa emprendedora en la microempresa*. Grupo Adams Ediciones de la U.
- Mariño, A., Cortáz, F., & Garzón, L. A. (2008). Herramienta de software para la enseñanza y entrenamiento en la construcción de la matriz DOFA. 28(3), 159-164.
- Mariño, A., Cortés, F. A., & Garzón, L. A. (2008). Herramienta de software para la enseñanza y entrenamiento en la construcción de la matriz DOFA. *Revista ingeniería e investigación. Ingeniería e Investigación*, 28(3).
- Mariño, A., Cortés, F., & Garzón, L. (2008). Herramienta de software para la enseñanza y entrenamiento en la construcción de la matriz DOFA. *Revista ingeniería e investigación*. . 28(3).
- Martín, F. A. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. CIS.
- Martín, S. (2019). *Teoría vs. Práctica en la organización y el tratamiento de la*. Buenos Aires: Biblioteca Nacional Mariano Moreno.
- Martínez, A. (2021). *¿Cómo vender en Amazon desde Ecuador?* www.metroecuador.com.ec:https://www.metroecuador.com.ec/ec/estilo-vida/2021/05/26/como-vender-en-amazon-desde-ecuador.html#:~:text=Para%20empezar%20a%20vender%20en,y%20n%C3%BAmero%20de%20ruta%20bancaria
- Massachusetts General Hospital. (29 de abril de 2020). *La diferencia entre las mascarillas N95, las mascarillas quirúrgicas y las mascarillas de tela*.

- <https://www.massgeneral.org/es/coronavirus/la-diferencia-entre-las-mascarillas-N95-las-mascarillas-quirurgicas-y-las-mascarillas-de-tela>
- MatrizFODA. (2015). *MAtrizFODA*. <https://www.matrizfoda.com/dafo/>
- Maxwell, J. A. (2019). *Diseño de investigación cualitativa*.
- Maza, M. E., Guzmán, D. M., & Andrade, J. E. (2020). Control y valoración de inventarios con aplicación de NIC 2 en comercializadoras de insumos agrícolas. . *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 5(4), 473-503.
- Mena, K., & Gutiérrez, N. (2021). Efecto del Covid-19 y su incidencia financiera en las exportaciones del sector cacaotero. *CIENCIA UNEMI*, 14(36), 34-44.
- Mendez, M., Morocho, C., Espinoza, M., & Abril, V. (2022). Compra y consumo de alimentos después del confinamiento por la pandemia de COVID-19: percepciones de adultos en Cuenca, Ecuador. *CSSN*, 13(Ed. Esp.), 821-838.
- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca . (2020). *Comex notifica al Senae prohibición temporal de exportación de mascarillas de protección*.
<https://www.produccion.gob.ec/comex-notifica-al-senae-prohibicion-temporal-de-exportacion-de-mascarillas-de-proteccion/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información . (2021). *Agenda digital Ecuador 2021-2022*. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Agenda-Digital-del-Ecuador-2021-2022-222-comprimido.pdf>
- Mir, J. (2019). *Cómo crear un Plan de Negocio útil y creíble: Guía para elaborar un Plan de negocio útil y creíble*. Serveis Editorial.
- Molina, D. (2021). *Qué es el modelo Canvas y ejemplos de Canvas reales*.
<https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu->

- protocols. *South African Medical Journal*, 111(3), 234-239.
- <https://doi.org/10.7196/SAMJ.2021.v111i3.15381>
- Nebreda, M. (2021). *Historia del laboratorio clínico*.
- <https://www.campustraining.es/noticias/historia-laboratorio-clinico/>
- Nicholls, C., & Altieri, M. (2011). Modelos ecológicos y resilientes de producción agrícola para el siglo XXI. *Agroecología*, 6, 28-37.
- Ochoa, L. (2019). *Plan de negocios para la comercialización de cacao orgánico al mercado canadiense*.
- OMS. (8 de mayo de 2020). *Organización Mundial de la Salud*. <https://www.who.int/es/news-room/q-a-detail/q-a-on-on-covid-19-for-older-people>
- Oñate, J. A., Flores, X., & Ordoñez, J. E. (2021). Identificación de sectores agroindustriales alimenticios en el Ecuador que han sido afectados por la pandemia COVID-19. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 65-73.
- Ordinola, M., & Horton, D. (2018). *SEPIA XVII Mesa Temática: Experiencias latinoamericanas de aplicación del enfoque de cadenas de valor inclusivas*.
- Osterwalder, A. (2011). *Modelo Canvas*. Barcelona: Deusto SA Ediciones.
- Pacheco, E. M. (2008). *Métodos y Técnicas de la Investigación*.
- Palella, S. (2010). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL.
- Palella, S., & Martins, F. (2010). *Metodología de la investigación cualitativa*. FEDUPEL.
- Palma, K. (2016). *Análisis del canal de comunicación “el semáforo” (sistema de etiquetado de alimentos) como estrategia de difusión del mensaje central de la campaña “elige bien para vivir bien”, promovida por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador*.

- Palominio, L. (2019). *Barreras no arancelarias y proceso de exportación de cacao en grano a la Unión Europea 2018-2019*.
- Parlamento Andino. (2021). *Principales medidas adoptadas por el gobierno ecuatoriano frente a la emergencia provocada por la COVID-19. Datos oficiales*.
<https://www.parlamentoandino.org/images/actualidad/informes-covid/Ecuador/Principales-medidas-adoptadas-por-el-gobierno-ecuatoriano.pdf>
- Parra, I., López, K., De la Rosa, G., Ramírez, R., Viveros, R. T., Vázquez, A., & López, B. (2020). Optimización del volumen sanguíneo en pruebas de laboratorio (citometría hemática, tiempos de coagulación y cuantificación de factores) en pacientes pediátricos. *Revista Mexicana de Patología Clínica y Medicina de Laboratorio*, 66(4), 212-220.
- Peñaloza, M. (2008). Administración del Capital de Trabajo. *Perspectivas*, 161-172.
- Pérez, G., Cruz, E., Torres, M., & Santiago, D. (2021). El sistema de mercadotecnia como apoyo para lograr la ventaja competitiva. *Revista RELAYN.*, 5(3), 191-211.
- Pesantes, K. (2020). *La industria de la moda encuentra opciones para sobrevivir a la pandemia*.
<https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/industria-moda-encuentra-como-sobrevivir-pandemia/>
- Plaza, J., Uriguen, P., & Bejarano, H. (2017). validez y confiabilidad en la investigación cualitativa. *ARJÉ. Revista de Postgrado FaCE-UC*, 11(21), 352-357.
- Ponce, J. (2020). *Estadísticas Digitales Ecuador Ene/20*.
https://www.academia.edu/43127441/Estad%C3%ADsticas_Digitales_Ecuador_20
- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. .
https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf

- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. .
https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf
- Preciado, M., & Oliva, E. (2011). Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad. . *Administración & desarrollo*, 39(53), 23-34.
- Prieto, A. M. (2020). *Análisis de la Fruta Exótica Pitahaya Producto no tradicional del Ecuador y su incidencia en el Mercado de Estados Unidos en el periodo 2017-2019 (Doctoral dissertation)*.
- Ramírez, L., & Palacín, M. (2018). EL ESTADO DEL ARTE SOBRE LA TEORÍA DE LA ESTRUCTURA DE CAPITAL DE LA EMPRESA. *Cuadernos de Economía*, 37(73).
- Rappi. (2022). <https://www.rappi.com.ec/>
- Recalde, M. (2019). *Plan de Negocio para la Producción y Exportación de Snack e Infusión de Pitahaya Orgánica Deshidratada a Estados Unidos (Master's thesis, Universidad Casa Grande. Departamento de Posgrado)*.
- Rodríguez, L. M. (2019). Apuntes éticos y bioéticos a considerar en la etapa pre analítica del laboratorio clínico. *Revista Cubana de Medicina del Deporte y la Cultura Física*, 14(3).
- Rodríguez, M. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. *Revista médica sanitas*.
- Rodríguez, M. C. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Enfermería Universitaria*, 35-38.
- Rodríguez, R., & Pérez, D. (2018). Perfeccionamiento de la gestión por procesos en una universidad. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 22(2).
- Rodríguez, R., & Pérez, D. (2018). Perfeccionamiento de la gestión por procesos en una universidad. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 22(2), 25-60.

Romero, A. (2017). *La mezcla de Marketing para Alimentos para Mascotas*.

www.engormix.com: <https://www.engormix.com/mascotas/articulos/mezcla-marketing-alimento-mascotas-t40912.htm>

Ronceros, D. (2021). *Estudio de factibilidad de un nuevo proceso comercial para adquirir productos de primera necesidad, a través de la sinergia del comercio electrónico y la logística de distribución enfocada en el concepto de última milla, mediante el modelo de negocio*. Universidad Santo Tomás.

Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. Mc-Graw Hill.

Selman, H. (2017). *Marketing digital*. . Ibukku.

Serrato, & Jimenez. (2017). *Elaboración de un estudio de pre factibilidad para el montaje de una empresa de producción y exportación de uchuva deshidratada en Colombia*.

ESCUELA COLOMBIANA DE INGENIERIA JULIO GARAVITO, Bogota.

Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN . (2021). *Proceso de importación de mascarillas y demás insumos médicos se priorizó y optimizó, en el INEN*.

<https://www.normalizacion.gob.ec/proceso-de-importacion-de-mascarillas-y-demas-insumos-medicos-se-priorizo-y-optimizo-en-el-inen/>

Shephard, B. (2013). *Análisis de la industria agropecuaria en el Austro ecuatoriano y definición de estrategias de ventas de productos agrícolas*.

SNAE. (2022). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. www.aduana.gob.ec/: <https://para-exportar/>

Socconini, L., & Reato, C. (2019). *Lean Six Sigma. Sistema de gestión para liderar empresas*. Editorial Marget Books.

- Steiner, R., & Ramírez, T. (2019). *Análisis de experiencias de modelos asociativos como mecanismo para el desarrollo empresarial en la ruralidad*.
- Suardíaz, M. E., Aguirre, J., Garcíarena, Q., & Alonso, C. Á. (2021). Importancia de la fase preanalítica para el laboratorio clínico. *ECIMED*, 22(1), 1-16.
- Suárez, R. (2020). *Regimen impositivo y su aplicacion en las microempresas del ecuador*.
- Talaya, Á. E. (2014). *Investigación de mercados*. Esic Editorial.
- Tamayo y Tamayo, M. (2006). *El proceso de la investigación científica*.
- Timetoast. (2022). *Historia del laboratorio clinico*.
<https://www.timetoast.com/timelines/historia-del-laboratorio-clinico>
- Trade Map. (2019). *Exportaciones*. <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Uber Eats. (2022). <https://www.ubereats.com/ec/location>
- Universidades, S. (22 de 06 de 2022). *Santander Becas* . Macroentorno: los factores externos que condicionan a las empresas.: <https://www.becas-santander.com/es/blog/macroentorno.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20macroentorno%3F,sector%20o%20regi%C3%B3n%20en%20particular>.
- Urbina, E. (2020). Investigación cualitativa. *Applied Sciences in Dentistry*, 1(3).
- Velazquez, E. V. (2012). *Canales de Distribución y Logística Primera Edision*. Viveros de Asís 96, Col. Viveros de la Loma, Tlalnepantla, C.P. 54080, Estado de México: Red Tercer Milenio.
- Villena, N. (2015). El Ecuador y el proceso de cambio de la matriz productiva: consideraciones para el desarrollo y equilibrio de la balanza comercial. *Latinoamericana*, 1-10. Obtenido de. *Observatorio de la Economía*.

Villón, J. (2021). *La plataforma de Amazon está abierta para exportar desde Ecuador.*

www.eluniverso.com: <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/la-plataforma-de-amazon-esta-abierta-para-exportar-pero-hay-retos-para-estimular-envios-nota/>

Viteri, N. C. (2012). La investigación mixta, estrategia andragógica fundamental para fortalecer las capacidades intelectuales superiores. *Revista científica.*

Zambrano, S. (2018). *Elaboración de chocolate de siete cruces internacionales de cacao (Theobroma cacao L.) seleccionados en la finca experimental la Represa.*

Zorita, E., & Huarte, S. (2016). *El Plan de Negocio.* Madrid: ESIC.

Zott, C., & Amit, R. (2009). Innovación del modelo de negocio: creación de valor en tiempos de cambio. . *Universia Business Review*, (23), 108-121.