

## NEGOCIOS INTERNACIONALES

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

**AUTOR:** Johnn Patricio Pesantez Picoita

**TUTOR:** MBA. Doris Salomé Segarra Villa

Elaboración y Comercialización de Granola Haya en la  
Ciudad y Provincia de Loja

## Resumen

Una de las expresiones que en la actualidad es muy escuchada es “calidad de vida” es por eso que este proyecto está enfocado en una investigación primaria y secundaria en los diferentes barrios del cantón Loja, con un muestreo aleatorio simple mediante entrevistas y buscando contenido que ayude en los diferentes sitios web y libros entre otros, una vez recopilada la información se procederá a analizar los datos obtenidos, obteniendo como conclusión cuán importante es para las personas el cuidado de su salud al momento de alimentarse, pero por falta de tiempo, por falta de costumbre, por motivos laborales, entre otros; se dificulta poder tener una alimentación adecuada, dando como resultado complicaciones de salud a largo plazo como por ejemplo el sobrepeso o la obesidad.

Con este análisis y en base a la investigación se determinó, que el sobrepeso o la obesidad afecta en el diario vivir de las personas, impidiendo el poder realizar sus actividades normales y que esto a largo plazo podría causar graves complicaciones en la salud de las personas al igual que podrían presentar anomalías muchas de las veces que serían irreversibles.

**PALABRAS CLAVES:** calidad de vida, alimentación adecuada, sobrepeso, obesidad, salud, afectaciones, anomalías.

## Abstract

One of the expressions that is currently widely heard is “quality of life”, which is why this project is focused on primary and secondary research in the different neighborhoods of the Loja canton, with a simple random sampling through interviews and searching for content that help in the different websites and books among others, once the information is collected, the data obtained will be analyzed, reaching a conclusion how important it is for people to take care of their health when eating, but due to lack of time, for lack of habit, for work reasons, among others; It is difficult to have an adequate diet, resulting in long-term health complications such as overweight or obesity.

With this analysis and based on the research, it was determined that overweight or obesity affects people's daily lives, preventing them from being able to carry out their normal activities and that in the long term this could cause serious complications in people's health. just as they could present anomalies many times that would be irreversible.

**KEYWORDS:** quality of life, adequate nutrition, overweight, obesity, health, disorders, anomalies.

## Dedicatoria

Para mi mamá y mi papá quienes son el pilar fundamental para cumplir mis objetivos y seguir adelante, quienes desde el primer día de vida se han esforzado para que yo pueda salir adelante, siempre han estado a mi lado brindándome su apoyo y cariño incondicional, a mis hermanos, mi familia y amigos, que siempre me dan sus consejos y me incentivan todos los días a ser una mejor persona.

## Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios por darme fuerza y sabiduría necesaria para cumplir día a día mis objetivos. A mi padre José Pesantez, a mi madre Cristina Picoita y a mis hermanos Ana y José, quienes siempre estuvieron a mi lado dándome apoyo y fortaleza para poder cursar esta etapa de mi vida profesional. A mis tíos, primos y amigos quienes siempre me incentivaron a seguir adelante y no decaer. Un agradecimiento especial a mi tutora la Ing. Salomé Segarra, por ser una guía y brindarme sus conocimientos para poder cumplir con el desarrollo de esta presente investigación.

## Aprobación del tutor

### APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Doris Salomé Segara Villa, certifico que conozco al autor del presente trabajo de titulación “Elaboración y Comercialización de Granola Haya en la Ciudad y Provincia de Loja”, Johnn Patricio Pesantez Picoita, siendo la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

.....

MBA. Doris Salomé Segarra Villa

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

## Certificación de Autoría

### CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Johnn Patricio Pesantez Picoita declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.



---

Johnn Patricio Pesantez Picoita

## Contenido

Resumen .....	2
Abstract.....	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento .....	5
Aprobación del tutor.....	6
Certificación de Autoría .....	7
Introducción.....	14
Objetivo .....	16
Objetivo General.....	16
Objetivos Específicos .....	16
1. Fase de Empatía.....	17
1.1. Aplicación Design Thinking .....	20
1.1.1. Empatizar .....	20
1.1.2. Buyer Person.....	21
1.1.3. Entrevistas.....	22
1.1.4. Mapa de empatía .....	26
2. Identificación del Problema.....	27



2.1.1.	Customer Journey .....	29
2.1.2	Árbol de Problemas .....	31
3.	Idea de Negocio .....	32
3.1.	Técnica How Might We .....	32
3.2.	Brainstorming.....	33
3.3.	Técnica de selección.....	34
3.4.	Idea .....	35
3.5.	Prototipo .....	35
3.5.1.	Nombre - Marca.....	36
3.5.2.	Formulación .....	37
3.5.3.	Empaque y Presentación.....	38
3.5.4.	Características del Producto.....	38
3.6.	Propuesta de valor. ....	39
3.7.	Modelo de Monetización.....	39
3.8.	Lean Canvas .....	40
3.9.	Análisis PESTEL.....	41
3.10.	Análisis PORTER .....	42
3.11.	Análisis FODA .....	43

3.11.1.  Cruze CAME .....	44
4.    Validación de factibilidad – Viabilidad – Deseabilidad.....	45
4.1.    Investigación de mercado.....	45
4.2.    Planteamiento del Mercado Objetivo.....	46
4.2.1.  Descripción del mercado.....	46
4.2.2.  Tamaño del mercado objetivo .....	47
4.3.    Validación del segmento de mercado.....	47
4.4.    Testing.....	47
4.5.    Adaptación de la propuesta de valor con el perfil del cliente (Product-Market Fit). .....	48
4.6.    Prototipo 2.0.....	49
4.7.    Medir datos y análisis de resultados de investigación de mercado ...	50
4.8.    PMV (Producto Mínimo Viable).....	50
4.9.    Landing Page.....	51
5.    Plan de Marketing.....	51
5.1  Establecimiento de Objetivos .....	51
5.2  Estrategia de Marketing Mix .....	52
5.3  Estrategia de marketing digital.....	53

5.4 Estrategias de Diferenciación .....	54
5.5 Presupuesto .....	54
6. Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional .....	55
6.1. Localización .....	55
6.2. Operaciones (Mapa de procesos) .....	56
6.3. Diseño Organizacional (Organigrama) .....	57
6.3.1. Manual de funciones .....	58
6.3. Diseño de Proceso Productivo o Servicio (Flujograma) .....	62
6.4. Conformación Legal.....	64
7. Evaluación Financiera .....	66
7.1. Inversión Inicial.....	66
7.2. Presupuesto de ventas.....	67
7.3. Punto de Equilibrio.....	69
7.4. Estados financieros.....	70
7.4.1. Estado de Costos .....	71
7.4.2. Estado de Pérdidas y Ganancias .....	72
7.4.3. Estado de Flujo de efectivo.....	74
7.5. Indicadores Financieros.....	77

7.5.1. Valor Actual Neto (VAN).....	77
7.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	78
7.5.3. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	79
8. Conclusiones y Recomendaciones. ....	80
8.1. Conclusiones. ....	80
8.2. Recomendaciones.....	81
9. Bibliografía.....	82

<i>Tabla 1 Presupuesto de Marketing.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 2 Funciones del Gerente General.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 3 Funciones del Departamento Financiero .....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 4 Funciones del Departamento de Recursos Humanos.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 5 Funciones del Departamento de Producción y Control de Calidad .....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 6 Funciones del Departamento de Marketing, Ventas y Distribución. ....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 7 Presupuesto Inicial.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 8 Presupuesto de Ventas .....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 9 Punto de Equilibrio.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 10 Punto de Equilibrio.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 11 Estado de Costos.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 12 Estado de Pérdidas y Ganancias .....</i>	<i>73</i>
<i>Tabla 13 Flujo de Efectivo.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 14 VAN.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 15 TIR.....</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 16 PRI.....</i>	<i>79</i>

## Introducción

Algunos autores definen al sobrepeso u obesidad como la ingesta en exceso de calorías que el cuerpo demanda, dando como resultado niveles altos de tejido adiposo o grasa corporal, otros autores dicen que las causas de esta enfermedad muchas de las veces son por un desequilibrio múltiple, entre estos factores intervienen los factores genéticos, ambientales, psicosociales, entre otros.

Durante un extenso período, la obesidad anteriormente asociada con la falta de determinación y autocontrol, ha pasado a ser reconocida por la comunidad médica como un dilema de salud pública. Ahora se la considera una epidemia a nivel global, constituyendo una enfermedad crónica y grave con diversas causas subyacentes. Además, presenta numerosas condiciones asociadas que resultan en una mayor incidencia de enfermedades y tasas de mortalidad superiores en comparación con la población en general.

Otro de los factores que incrementa esta problemática es el sedentarismo o inactividad física que en Ecuador ha sido un tema de preocupación en los últimos años, la población ecuatoriana ha experimentado cambios en sus patrones de actividad física, con un aumento en el estilo de vida sedentario asociado a factores como la urbanización, la disponibilidad de tecnología y la naturaleza de empleos que implican largos períodos de tiempo frente a computadoras o escritorios.

Una de las soluciones para este diagnóstico médico es mejorar la alimentación para mantener la salud y el bienestar, con esto se refiere al

consumo de una variedad de alimentos en cantidades equilibradas para poder obtener de mejor manera los nutrientes esenciales que nuestro cuerpo necesita para su correcto funcionamiento.

Con este antecedente el consumo de alimentos ricos en fibra ofrece múltiples beneficios para la salud, entre ellos se menciona la mejora de la salud digestiva, ayuda a controlar el peso, así mismo la regulación de niveles de azúcar en la sangre que va de la mano con la reducción de enfermedades cardiacas, dando como resultado la contribución al bienestar en general y garantizar el correcto funcionamiento del sistema digestivo y la absorción eficiente de nutrientes.

## Objetivo

### Objetivo General

Desarrollar una alternativa innovadora, que contenga productos naturales que ayude con uno de los problemas que está afectando actualmente a la sociedad, como es el sobrepeso y la obesidad, permitiendo mejorar la alimentación y las condiciones de vida de las personas con este tipo de diagnósticos.

### Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado de las personas con diagnóstico de sobrepeso y problemas digestivos con una investigación primaria (encuestas o entrevistas) e investigación secundaria.
- Analizar las diferentes alternativas actuales que se utilizan para contrarrestar este problema y buscar una propuesta de valor que ayude a mejorar nuestro producto.
- Elaborar el análisis financiero y económico que determine la rentabilidad del modelo de negocio.
- Ingresar al mercado local (Loja), y posterior adentrarse en el mercado nacional (Ecuador).
- Establecer una relación positiva con proveedores de materia prima.



## 1. Fase de Empatía

Se estima que el sobrepeso y la obesidad causan aproximadamente 4 millones de muertes en todo el mundo (OMS).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) afirma que uno de cada cinco adultos sufre obesidad. Ecuador es parte de esta realidad, una encuesta escalonada realizada por el Ministerio de Salud establece que la incidencia de la enfermedad está aumentando entre las personas mayores de 30 años, con un 67,4% de mujeres y un 59,7% de hombres afectados.

Así lo reveló la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). ha señalado que, a pesar de las alarmantes cifras, la obesidad sigue siendo uno de los signos más sutiles de malnutrición en este país y en América del Sur. En América del Sur, las tasas de obesidad entre niños menores de cinco años aumentaron del 7% al 8,2% entre 2000 y 2020, sin embargo, en Ecuador la tasa de aumento fue aún mayor, pasando del 4,5% en 2000 al 9,8% en 2020.

Según la OMS, los problemas digestivos pueden afectar significativamente la calidad de vida de las personas. Algunos de los síntomas más comunes de los problemas digestivos incluyen distensión abdominal, acidez estomacal, náuseas, vómitos, estreñimiento, gases, y pérdida o aumento de peso. Estos síntomas pueden ser debilitantes y afectar la capacidad de una persona para llevar a cabo sus actividades diarias.

Además, los problemas digestivos pueden tener un impacto en la salud mental de una persona, ya que pueden causar estrés, ansiedad y depresión, al

igual afectan la posibilidad de que las persona puedan tener una alimentación saludable, por consiguiente, puede aumentarse el riesgo de padecer enfermedades más graves como la diabetes, enfermedades cardíacas y ciertos tipos de cáncer.

Juan Desmonts especializado en Farmacología nos dice: “Los problemas digestivos se han vuelto altamente frecuentes, más de lo que se puede imaginar, modificando negativamente el bienestar de las personas, disminuyendo su desempeño en su trabajo y su ámbito personal, estudios realizados comprueban que los problemas del tránsito digestivo están presentes en la mayoría de la colectividad, molestias como la irritación, ardor y dolor en el estómago con las más frecuentes, normalmente son provocadas por el helicobacter pylori, pero son muchos los causales” (Salazar, 2019)

La granola saludable, al estar hecha con ingredientes como avena, frutos secos y semillas, es rica en fibra, lo que puede contribuir a una mayor sensación de saciedad y a un mejor tránsito intestinal. Además, puede aportar una variedad de nutrientes, como vitaminas, minerales y ácidos grasos saludables, que son importantes para el correcto funcionamiento del organismo. Esto puede ayudar a mantener un adecuado equilibrio nutricional durante un proceso de pérdida de peso.

Por otro lado, la pitahaya es una fruta que tiene goza de características medicinales y nutricionales que son de gran beneficio para el organismo, entre ellos se mencionan el fosforo, calcio, vitamina B2, vitamina C y fibra, lo que conlleva a un fortalecimiento de huesos y dientes siendo de gran ayuda para niños y jóvenes. (Verona Ruiz, Urcia Cerna, & Paucar Menacho, 2020).

La pitahaya tiene propiedades antiinflamatorias y antioxidantes, lo que puede ser beneficioso para la salud en general, mejora el sistema digestivo y

ayuda a prevenir problemas digestivos, como el estreñimiento. (AGRARIA-INIA, 2020)

La pitahaya ayuda a controlar el peso debido a su alto contenido de fibra y su capacidad para generar una sensación de saciedad, además, refuerza el sistema inmunológico al estimular la producción de glóbulos blancos, rojos y plaquetas. (Vizuete, 2022)

En resumen la granola con los componentes adecuados es rica en proteína y fibra dietética, es saludable y te genera energía sostenida para realizar actividades físicas a lo largo de tu día, y al combinarlo con la pitahaya que es un fruto muy nutritivo y saludable que ofrece una amplia variedad de beneficios para la salud, incluyendo mejorar el sistema digestivo, ayudar a controlar el peso, fortalecer el sistema inmunológico y tener efectos antiinflamatorios se podría abarcar y ayudar a los problemas que están arraigados a nuestra sociedad como es el sobrepeso y los problemas digestivos los más comunes que son: distensión abdominal y estreñimiento. Con la elaboración de Granola Haya, que se basa en la combinación de una granola saludable sin azúcares y sin edulcorantes con la pitahaya que es alta en fibra y rica en nutrientes y aprovechando su sabor dulce darle un toque de dulzura al producto sin incluir azúcares y así ser un alimento saludable enfocado en el beneficio personal de sus consumidores que en este caso serán todo tipo de personas que busquen el cuidado de su salud y mejorar su apariencia física. (Ma. Fernanda Ricalde & José Luis Andrade, LA PITAHAYA UNA DELICIA TROPICAL , 2009)

## 1.1. Aplicación Design Thinking

Es el proceso el cual permite solucionar un problema, mediante soluciones creativas y desarrollo de productos. Este método consiste en cinco fases las cuales son: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar.

En el presente proyecto la información fue recolectada de fuentes primarias mediante entrevistas con el objetivo de observar y evaluar la expresión corporal de los entrevistados, además también se recurrió a fuentes secundarias para conocer más acerca de problemas digestivos, sobre peso, estreñimiento, entre otros.

### 1.1.1. Empatizar

Esta se considera una etapa clave de esta metodología y aborda el descubrimiento y la comprensión de las necesidades clave de los consumidores. este proceso empático se centra en analizar exhaustivamente al cliente, comprender sus verdaderas motivaciones y hacerlas suyas para realizar esta investigación no basta simplemente con observar a los usuarios, también es necesario interactuar con ellos. (Conexión Esan, 2019)

Para prepararse para la etapa de empatía, dirigida a personas entre 30 y 60 años, el proyecto adoptó una metodología de contacto con clientes potenciales a través de una investigación primaria por medio de entrevistas en lugares estratégicos de la ciudad de Loja, era necesario comprender los efectos y los problemas del grupo objetivo, por lo que se llevaron a cabo investigaciones secundarias en forma de artículos, libros y sitios web para recopilar información sobre problemas digestivos: estreñimiento, hinchazón y distensión abdominal,

obesidad, a continuación, con este antecedente se procede a realizar el buyer person en donde se encuentran especificadas las características de nuestros segmentos, luego de presentar los principales resultados de la entrevista, se genera un mapa de empatía que incluye los aspectos más importantes como estabilidad laboral y/o financiera, salud, ejercicio y buenos hábitos alimentarios.

### 1.1.2. Buyer Person

Seguidamente, en la ilustración 1 muestra buyer person, esta herramienta le permite crear una representación gráfica ficticia de sus clientes, usuarios o beneficiarios en función de sus datos demográficos, objetivos, quejas, comportamientos y pasatiempos.

Ilustración 1 Buyer Person



Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la ilustración 1, se muestra el buyer person, esta herramienta se enfoca a un grupo de personas entre 30 y 60 años con las siguientes características: adultos que tienen educación, tienen negocio propio, son emprendedores o están empleados en el sector público o privado y tienen un trabajo permanente que, no tiene suficiente tiempo, no come adecuadamente, no hace suficiente ejercicio, por ende, con las características obtenidas se identifican tanto las debilidades como las fortalezas para atraer futuros clientes.

### 1.1.3. Entrevistas

Después de definir el buyer person, como resultado de la adaptación del Desing Thinking, se procede a ejecutar la fase de entrevista, en esta fase se propone un bosquejo en el que las entrevistas se realizan en un entorno real, dependiendo de la información obtenida en el buyer person, a partir de la ilustración 2 se podrá evidenciar los resultados obtenidos.

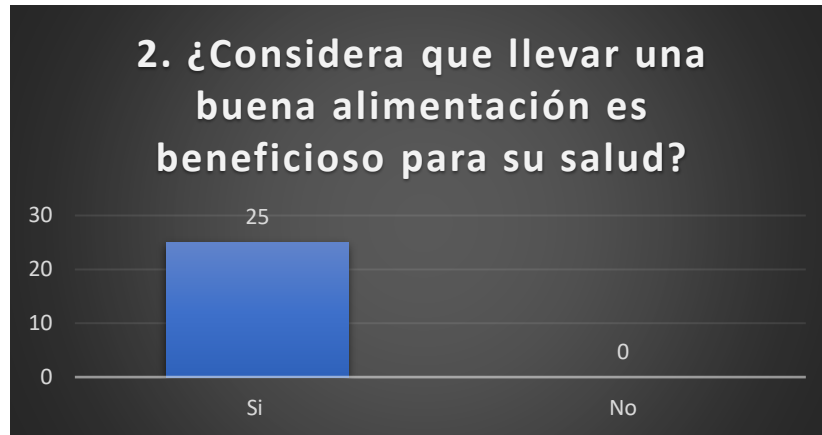
*Ilustración 2 ¿Considera que el cuidado de su salud es importante?*



Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

La ilustración 2 se puede observar que la totalidad de encuestados se preocupan por el cuidado de su salud y lo consideran de gran importancia.

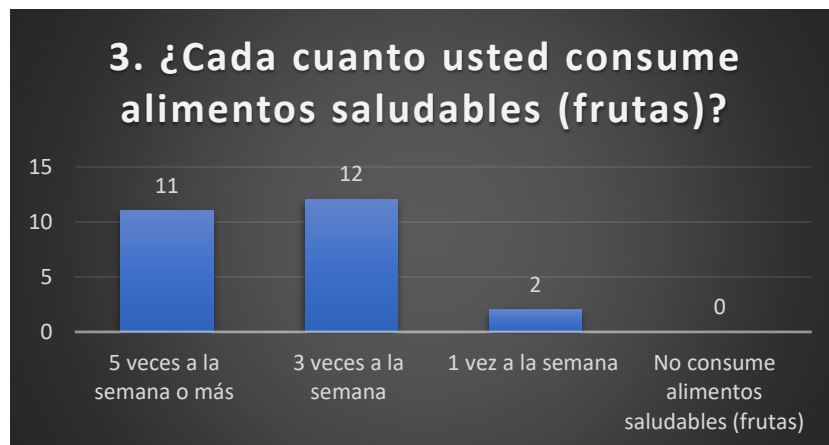
*Ilustración 3 ¿Considera que llevar una buena alimentación es beneficioso para su salud?*



Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la ilustración 3 se visualiza que en su totalidad las personas consideran que llevar una buena alimentación es beneficioso para su salud.

*Ilustración 4 ¿Cada cuanto usted consume alimentos saludables (frutas)?*

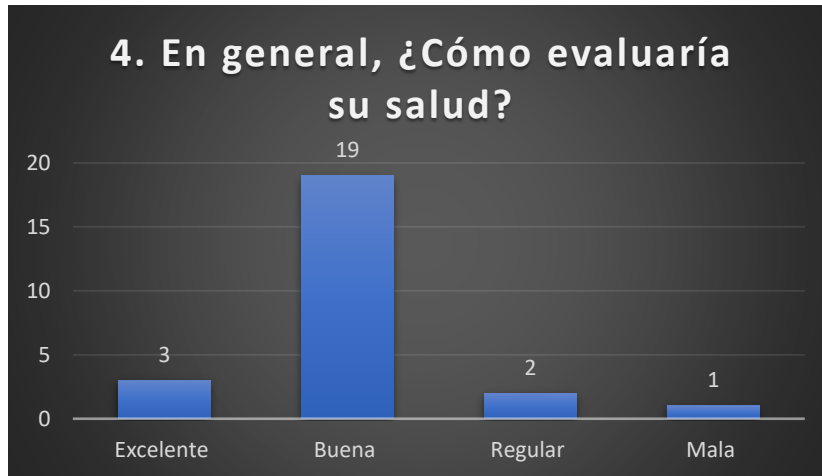


Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la ilustración 4 se observa que 11 personas consumen alimentos que contengan fibra 5 veces o más a la semana mientras que 12 que es la mayoría lo hacen 3 veces a la semana son los valores más representativos. Dando como

resultado que el 48% del segmento consumen frutas con una frecuencia de 3 veces a la semana.

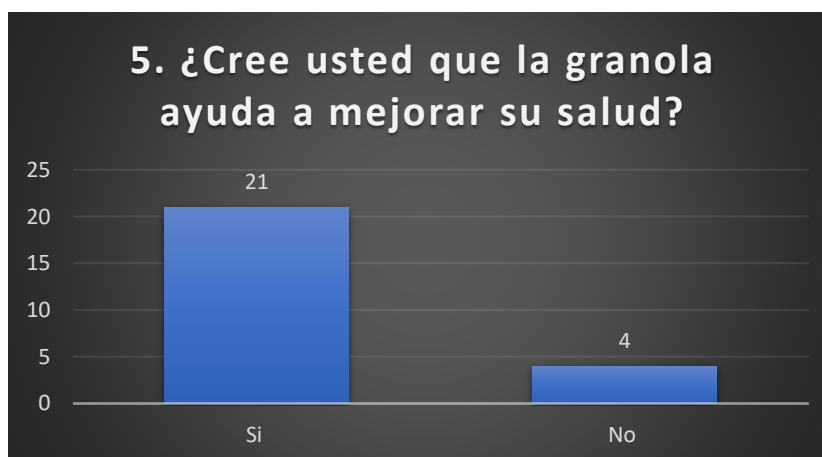
Ilustración 5 En general, ¿Cómo evaluaría su salud?



Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la ilustración 5 se visualiza los valores más representativos que son 19 personas consideran que su salud es buena, 3 que es excelente dando como resultado que el 76% de las personas consideran que tienen buena salud.

Ilustración 6 ¿Cree usted que la granola ayuda a mejorar su salud?

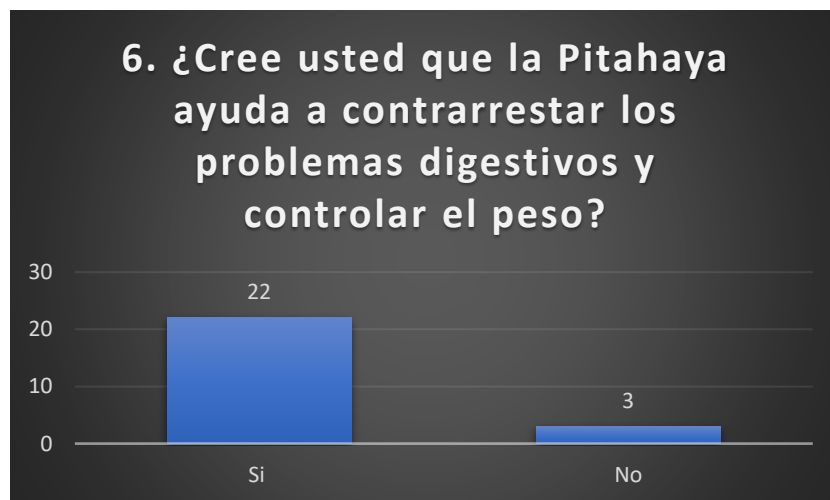




Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la ilustración 6 se visualiza que 21 personas opinan que la granola puede ayudar a mejorar su salud y 4 personas no lo consideran así, dando como resultado que el 84% del segmento consideran que la granola ayuda a mejorar su salud.

*Ilustración 7 ¿Cree usted que la Pitahaya ayuda a contrarrestar los problemas digestivos y controlar el peso?*



Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la ilustración 7 se visualiza que 22 personas consideran que la pitahaya es beneficiosa para la salud y 3 personas no lo consideran así dando como resultado que un 88% del segmento conoce las propiedades de la pitahaya y consideran que ayuda a contrarrestar problemas digestivos y controlar el peso.

En efecto de la entrevista se puede resumir que las personas consideran que la alimentación es un punto muy importante para mantenerse saludable, es por eso que todas las personas entrevistadas respondieron que consideran que la alimentación que tienen actualmente sirve de beneficio para su salud, ingiriendo cantidades balanceadas de carbohidratos, vegetales, proteínas y frutas en

general, para encontrar un equilibrio y sirvan como fuentes nutritivas para el cuerpo humano, de la misma manera en el ítem 4 de la entrevista la mayoría de las respuestas son favorables en cuanto a un buen estado de salud actual y una aceptable consideración referente a la ingesta de granola y pitahaya para ayudar a disminuir el problema al que se enfoca la presente investigación.

#### 1.1.4. Mapa de empatía

Una vez recopilados los datos de la entrevista, los resultados obtenidos serán utilizados para la elaboración del mapa de empatía, esta herramienta ayudara como guía para determinar los aspectos a tomarse en cuenta de los futuros clientes potenciales, para efectos del mapa de empatía se muestra la ilustración 8.

*Ilustración 8 Mapa de Empatía*

#### Mapa De Empatía



Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

La ilustración 8 muestra el mapa de empatía el cual ayuda a entender que nuestro público objetivo está interesado en tener una buena calidad de vida y dentro de esto esta tener una buena alimentación y mejorar sus hábitos para cumplir con sus objetivos.

## 2. Identificación del Problema

La problemática del sobrepeso y la obesidad se percibe como una seria preocupación para la salud pública, especialmente debido a su asociación con enfermedades crónicas como las cardiovasculares y la diabetes. Estas condiciones afectan cada vez más a personas de bajos recursos y en mayor medida a mujeres. Con el propósito de motivar a las personas a modificar su estilo de vida para combatir y revertir esta epidemia de obesidad, se critica que esta perspectiva responsabiliza únicamente a los individuos, sin considerar la influencia de la estructura social. Dado que la obesidad y el sobrepeso trascienden la óptica puramente biomédica, siendo en realidad problemas de desigualdad social y de género, se propone adoptar un enfoque social para comprender sus raíces, considerando el estilo de vida como una cualidad colectiva en lugar de individual.

Entre las principales afectaciones de sobrepeso y la obesidad, las enfermedades crónicas a las cuales se puede llegar a padecer como enfermedades cardiovasculares o la diabetes, otra de las afectaciones que se puede llegar a tener es un impacto en la salud mental ya que personas que sufren de este diagnóstico experimentan estigma social o discriminación, lo que podría

conllevar a presentar efectos negativos en la salud mental conllevando a tener una baja autoestima, ansiedad o depresión, uno de los problemas más generales de este diagnóstico es que puede afectar directamente a la calidad de vida de las personas, ya que una persona con sobrepeso u obesidad puede reducir su movilidad y disminuir su calidad de vida, reduciendo la participación plena en sus actividades diarias, otra de las afectaciones es la salud reproductiva, ya que afecta directamente a la fertilidad tanto de hombre como mujeres y aumenta las complicaciones durante el embarazo y la obesidad en padres puede aumentar el riesgo de obesidad en sus hijos, generando problemas de peso y salud en los mismos.

Una vez realizada la fase de empatizar y analizando la información recolectada tanto en el contacto con las personas (entrevistas) como en fuentes secundarias se procedió a definir el problema con mayor claridad; **el sobrepeso y la obesidad en personas de 30 a 60 años**, ya que según las investigaciones que se ha realizado este problema aumenta sus efectos en personas a partir de los 30 años, conllevando a tener efectos muy negativos en la salud de las personas como se lo menciona en la presente investigación, además, aumenta en personas sedentarias que no tienen una alimentación adecuada ya sea por falta de buenos hábitos como por ejemplo deportivos, alimenticios y falta de tiempo.

En la actualidad, existen varias fundaciones u organizaciones quienes ayudan a disminuir este problema, entre ellas se destaca el la OPS (Organización Panamericana de la Salud) y la OMS (Organización Mundial de la Salud) mismas que promueven políticas que dan opciones a las personas para mejorar su alimentación, actividad física y la salud en general, por la razón de que este problema ha alcanzado cifras muy altas que desde 1975 a la actualidad se han

triplicado en adultos y en niños y adolescentes ha sido casi cinco veces mayor afectando a personas de todas las edades de todos los grupos sociales a nivel de América y todo el mundo.

América Latina tiene una de las tasas más altas de las regiones a nivel mundial con un 62.25% de los adultos con sobrepeso u obesidad (60.9% de los hombres y 64.1% de las mujeres) Si se examina únicamente la obesidad se estima que afecta a un 28% de la población adulta a nivel mundial (ORGANIZACION PANAMERICANA DE LA SALUD, 2023)

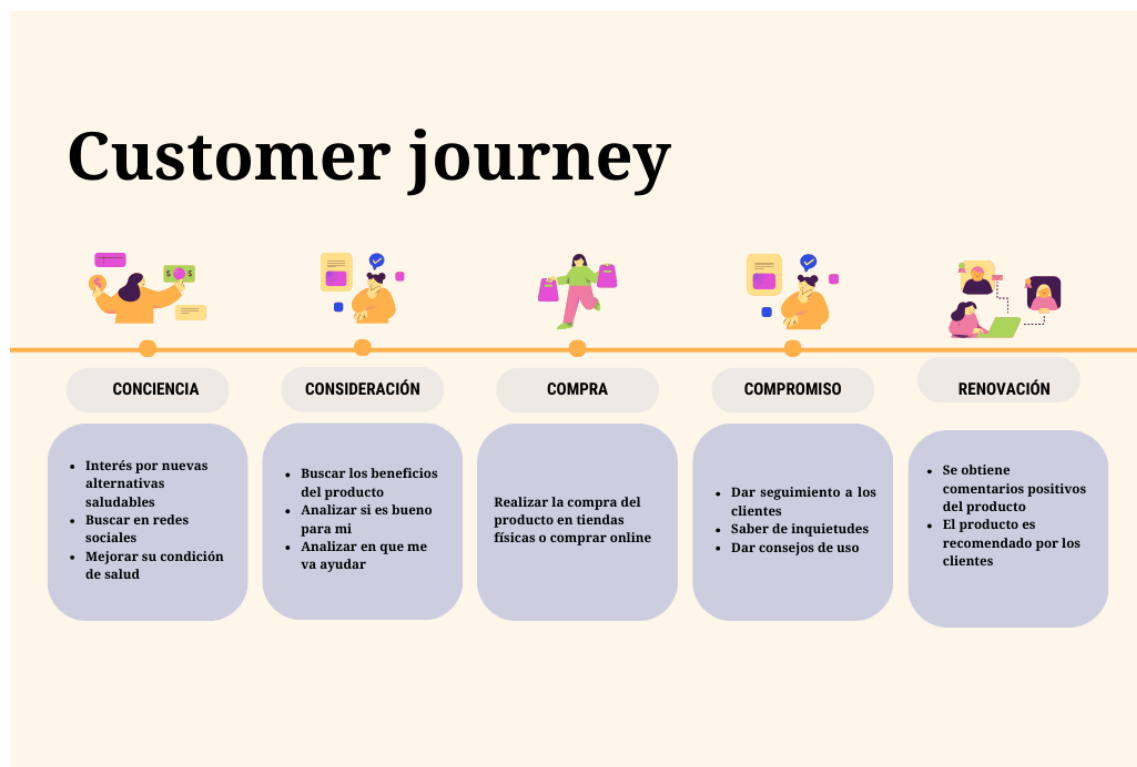
Hay muchos factores que influyen en el sobrepeso y la obesidad, de los cuales incluyen el estilo de vida y los hábitos alimentarios, personas con un desorden alimenticio, sedentarias o por efectos ambientales, conductuales, genéticos y sociales, son quienes padecen de esta enfermedad, por ende, son propensas a futuras complicaciones, partiendo de la reducción de la calidad de vida lo que conlleva a sufrir un mayor riesgo en cuanto a enfermedades como por ejemplo, enfermedades cardiacas, diabetes, cáncer, inclusive hasta la muerte. (Ingrid Adriana Rivera Pérez, 2019)

#### 2.1.1. Customer Journey

En este apartado se realiza un análisis más profundo del consumidor para saber cuáles son sus tendencias, sus metas, sus objetivos para poder comprender de mejor manera las necesidades del mismo y con esto poder lograr que el consumidor sea fiel a nuestro producto.

El Customer Journey del cliente da inicio con las necesidades que presenta actualmente y busca una alternativa para poder cubrir la mismas. Con el apoyo de promotores o impulsores se realiza un acercamiento inicial promocionando tu producto, destacando sus beneficios y el cómo puede ayudar a disminuir sus problemas, por consiguiente, el cliente tiene la sensación de felicidad al saber que existe una alternativa que ayudara a contrarrestar sus problemas. Al continuar con sus compras cotidianas, nace la incertidumbre en el cliente por motivo de que piensa en los problemas de salud que se encuentra pasando (sobre peso y obesidad). Al momento de elegir el producto con alto contenido en vitaminas, y fibra tiene la esperanza de mejorar su situación, cuenta con una experiencia positiva, para efectos de esta técnica se observa la ilustración 9.

*Ilustración 9 Customer Journey*



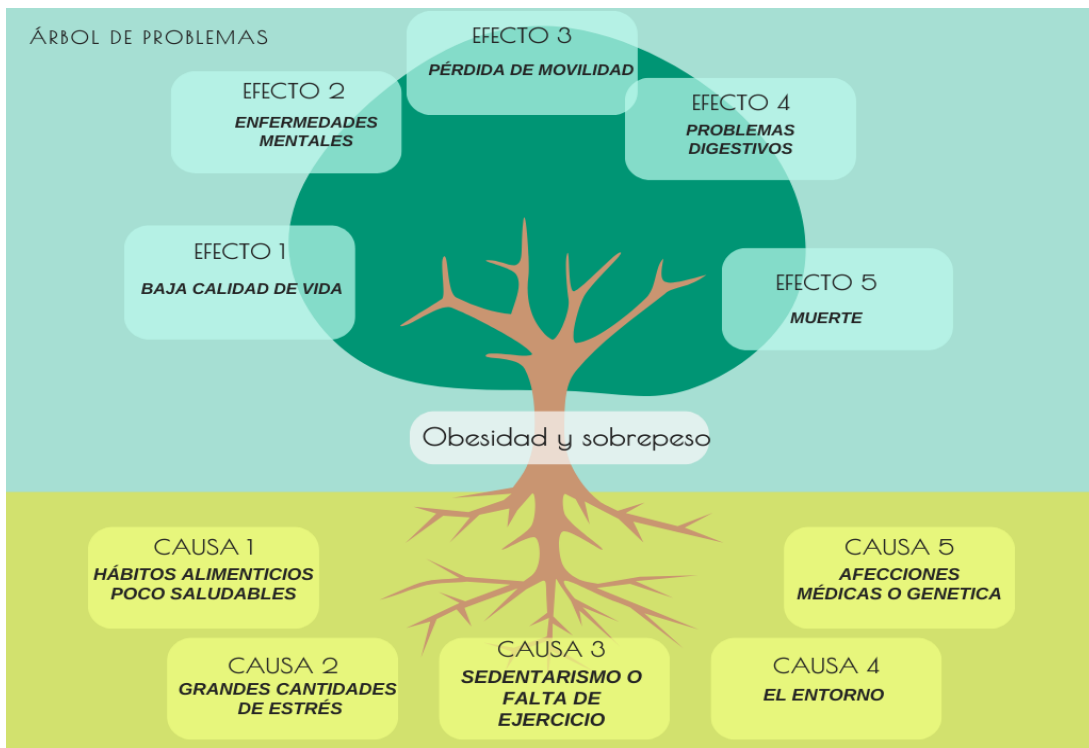
Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

La ilustración 9 muestra, el proceso de compra del producto (Granola Haya) es decir como el cliente evidencia que el producto ayuda a contrarrestar sus problemas en este caso el sobrepeso, y digestivos, por lo tanto, la experiencia de compra con el producto va a ser positiva sintiendo la sensación de satisfacción.

### 2.1.2 Árbol de Problemas

Esta técnica ayuda analizar de una mejor manera la naturaleza y el contexto de la problemática que busca una solución mediante estrategias, en donde se detecta las causas más importantes que conllevan a este problemas y los efectos más destacables del mismo a corto o largo plazo, con estos datos se mejora la identificación y definición de las estrategias a implementar en la investigación y seguir dando forma a todos los componentes de la misma, la ilustración 10 brinda un mejor enfoque a el problema de la investigación.

Ilustración 10 Árbol de Problemas



Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

La ilustración 10 da un detalle gráfico de las causas y los efectos del problema, siendo sus principales causales los hábitos alimenticios poco saludables, las grandes cantidades de estrés, el sedentarismo, el entorno que rodea a cada persona y las afecciones medicas o genética, todo esto conlleva a la aparición de este problema y esto da lugar a complicaciones que afectan la salud de las personas entre ellas, la baja calidad de vida, enfermedades mentales o psicológicas, una perdida significativa en la movilidad, problemas digestivos como el estreñimiento, distención abdominal, entre otros, y todas estas dificultades podrían terminar con la muerte, es por eso la importancia de tomar conciencia de las graves consecuencias que puede incurrir no hacer cambios en el estilo de vida.

### 3. Idea de Negocio

#### 3.1. Técnica How Might We

Para esta técnica se establece una pregunta que ayude a dar solución al problema, con el objetivo de obtener alternativas que colaboren a cubrir la necesidad, esta técnica es indispensable para la fase de ideación, siendo las siguientes preguntas opciones:

¿Considera que consumir un producto saludable todos los días a base granola y pitahaya, le ayudaría a bajar de peso?

La siguiente pregunta ayudara a realizar nuestra siguiente técnica como es el Brainstorming.



¿Cómo se podría mejorar la digestión y controlar el sobrepeso de las personas a través de la pitahaya?

### 3.2. Brainstorming

Esta fase se la aplicara con el uso de la técnica Brainstorming o lluvia de ideas, la cual radica en recolectar ideas o posibles soluciones para cubrir las necesidades de los problemas que se encontraron en la investigación.

Una de los pasos previos al Brainstorming es analizar la pregunta que mejor se acople y ayude como guía para ser aplicada al entorno, la pregunta presentada para la presente investigación es: ¿Cómo podríamos mejorar la digestión y controlar el sobrepeso de las personas a través de la pitahaya?, con este antecedente se procede a realizar el Brainstorming, aplicándolo de forma digital, con un total de 100 respuestas y esto lo puede evidenciar en la ilustración 11.

Ilustración 11 Brainstorming





En el apartado de selección de las ideas, la ilustración 12 brinda la facilidad de poder dividir las ideas que se obtuvieron, con esta información se da el enfoque en uno de los grupos con mayor porcentaje siendo este los alimentos, esto servirá de guía para tomar decisiones en cuanto a la solución más viable del problema.

#### 3.4. Idea

Una vez realizada la clasificación de las ideas obtenidas en la técnica Brainstorming y aplicando los principios de viabilidad, deseabilidad y factibilidad se ha podido llegar a una idea final, con efecto de este procedimiento se llegó a la conclusión de elaborar una granola con pitahaya deshidratada.

#### 3.5. Prototipo

Una vez identificada la idea, se puede dar paso a el diseño del prototipo, para este bosquejo se consideró los siguientes puntos: beneficios, usos, ventajas, presentación, marca, fórmula, paquete, acoplándose a las regulaciones de las entidades públicas que regulan el ámbito de emprendimiento, la granola con pitahaya deshidratada está elaborada con avena, nueces, frutos secos, especias y con pitahaya, y su presentación será en un empaque de 250 gramos.

Para efectos de este proyecto se presenta el siguiente prototipo en la ilustración 13.

*Ilustración 13 Prototipo*



Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

La ilustración 13 destaca el prototipo nro. 1 del producto a producirse con miras a mejoras que se puedan realizar en el transcurso de la investigación.

### 3.5.1. Nombre - Marca

Una vez que el prototipo empieza a tomar forma, el nombre para poder identificarlo es un punto muy importante a tomarse en cuenta, es por eso que identificando el producto principal que es la granola y tomando en cuenta la parte final del nombre de la fruta pitahaya, se ha concluido que **GRANOLA HAYA** será la marca que identificara el producto.

### 3.5.2. Formulación

En cuanto a los componentes que integran el producto a producirse, su principal característica es que son ingredientes 100% naturales, disminuyendo considerablemente los contenidos calóricos y endulzantes, con este antecedente en la siguiente lista se podrá evidenciar los principales ingredientes que componen el producto.

- Avena sin gluten.
- Semillas de girasol.
- Semillas de calabaza.
- Arándanos crudos.
- Almendras.
- Avellanas.
- Nueces.
- Stevia.
- Clara de huevo
- Aceite de oliva extra virgen.
- Chía.
- Pitahaya deshidratada.

La combinación y preparación de estos ingredientes da la posibilidad de crear el producto que ayudara a disminuir el diagnostico presentado en el proyecto de investigación.

### 3.5.3. Empaque y Presentación.

El producto GRANOLA HAYA estará empaquetado en una funda de papel reciclado, esto se lo hace con una mirada ecológica para poder ayudar a disminuir la contaminación ambiental, en el contenido de información del empaque contará con la tabla de información nutricional, el semáforo nutricional, los ingredientes, el aviso alérgico, el modo de uso o consumo, la fecha de elaboración y caducidad y el logo, todo esto será presentado en un empaque con una capacidad de 250 gramos.

### 3.5.4. Características del Producto

Entre las características de la granola, es una mezcla de avena, semillas y frutos secos, endulzados con Stevia, y horneados hasta que se tornen crujientes, esta combinación aporta nutrientes con múltiples beneficios, entre los más destacados la fibra, que asiste a la salud del tracto intestinal, ayuda a moderar el colesterol, es rica en vitaminas que varían según las frutas y semillas (calabaza rica en vitaminas A, C, D, y E), las grasas insaturadas de las nueces que ayudan al rendimiento cardiovascular y minerales como el calcio, potasio, zinc, entre otros. ( Carolina Baldini García, 2017)

En cuanto a la pitahaya es una fruta que contiene componentes medicinales y nutricionales que benefician la salud de las personas, entre ellos está el fósforo, calcio, vitamina C y fibra, sus propiedades antioxidantes previenen el envejecimiento prematuro de la piel, posee efectos antiinflamatorios gracias a su aporte de grasas esenciales como el omega 3 y ayuda a regular el tránsito intestinal ya que es una fruta con efectos laxantes. (Ma. Fernanda Ricalde & José Luis Andrade, La Pitahaya, una delicia tropical, 2009)

Es por esto que se presenta una alternativa que ayude a disminuir el sobre peso y la obesidad, siendo la mezcla de estos dos productos una propuesta de fácil acceso para personas que no cuentan con las facilidades para poder tener una alimentación adecuada.

### 3.6. Propuesta de valor.

La presente investigación brinda información de los beneficios que la granola posee para poder contrarrestar el problema planteado como es el sobrepeso y la obesidad, es por eso que la propuesta de valor de GRANOLA HAYA es la pitahaya deshidratada que aparte de ayudar a disminuir el problema presentado, ayuda también a disminuir problemas digestivos que en la actualidad las personas sufren a diario, como es la distensión abdominal, estreñimiento, entre otros y los múltiples beneficios que esta fruta brinda para mejorar la salud de las personas.

### 3.7. Modelo de Monetización

El modelo de monetización que se utilizará para la distribución de este producto es B2B, ya que se ofertará con empresas grandes de distribución, como supermercados, tiendas, entre otros.

Otro modelo de monetización que se utilizará el B2C, el cual consta en la venta directa al cliente final, por medio de redes sociales o directamente de la fábrica.

### 3.8. Lean Canvas

A continuación, la herramienta Lean Canvas, es una herramienta que ayudará a identificar la idea de negocio para poder dar solución a nuestro problema, se puede observar en la ilustración 14.

Ilustración 14 Lean Canvas

Problema	Solución	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Customer Segments
Sobrepeso y obesidad en personas adultas.	Crear un alimento saludable, 100% natural a base de granola y Pitahaya.	la propuesta de valor del producto es la combinación de la granola con pitahaya deshidratada, fruta que por su gran contenido nutricional ayuda a contrarrestar múltiples problemas digestivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supermercados</li> <li>• Tiendas de barrio</li> <li>• Ventas en línea</li> <li>• Ventas personales</li> </ul>	Personas adultas con problemas de sobrepeso y obesidad. Empleados públicos y privados. Personas sedentarias. Personas con desórdenes alimenticios.
	<b>Métricas clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de Vistas en redes sociales (facebook e instagram)</li> <li>• Porcentaje de compras en línea</li> </ul>		<b>Canales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> <li>• Instagram</li> <li>• Recomendaciones de los usuarios</li> </ul>	
<b>Estructura de costos</b>			<b>Flujo de ingresos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alquiler de local</li> <li>• Mano de obra</li> <li>• Materia prima</li> <li>• Servicios básicos</li> <li>• Marketing y publicidad</li> <li>• Costos de distribución</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas directas</li> <li>• Ventas a distribuidores</li> <li>• Ventas en línea</li> </ul>	

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la ilustración 14 se observa la herramienta Lean Canvas que ayuda a simplificar la planificación para poder tener una mejor visión y comprender con más claridad el modelo de negocio e identificar posibles inconvenientes o desventajas de manera oportuna.



### 3.9. Análisis PESTEL

Para efectos del siguiente proyecto se realizará el análisis PESTEL, esta es una herramienta que ayuda a identificar las fuerzas externas del macroentorno mismas que pueden influir sobre un negocio o empresa, estos factores son políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, que se observa en la ilustración 15.

Ilustración 15 PESTEL



Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la ilustración 15 se observa el análisis del macroentorno que actualmente se podría enfrentar la solución al problema de la presente investigación.

### 3.10. Análisis PORTER

El análisis PORTER creado por el profesor Michael Porter ayudará a comprender de mejor manera el nivel de competitividad que tiene la empresa y poder establecer una posición estratégica dentro del mercado, a continuación, en la ilustración 16 se puede observar las cinco fuerzas de PORTER.

Ilustración 16 PORTER

## LAS CINCO FUERZAS DE PORTER



### Amenaza de nuevos competidores entrantes

- Alta: La granola es un producto relativamente fácil de producir, lo que significa que hay pocas barreras de entrada para nuevos competidores.



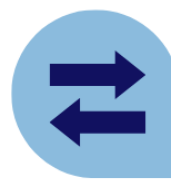
### Poder de negociación de los proveedores

- Alto: en el país existe una gran cantidad de productores de pitahaya, teniendo opciones y no dependiendo de un solo proveedor.



### Poder de negociación de los clientes

- Alto: Los consumidores tienen un alto poder de negociación debido a la gran variedad de productos de granola disponibles en el mercado.



### Amenaza de nuevos productos sustitutos

- Alta: Existe una gran variedad de productos sustitutos de la granola, como cereales, barras energéticas.



### Rivalidad entre los competidores

- Alta: Existe una gran cantidad de empresas que producen y comercializan granola.

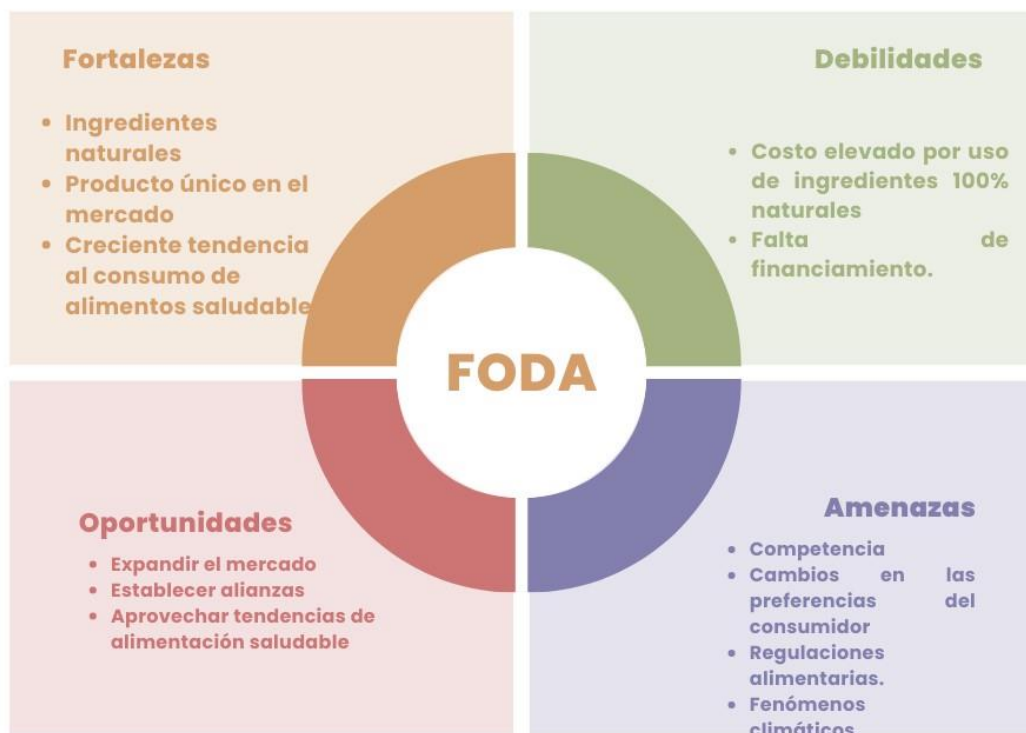
Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la ilustración 16 se observa el análisis del microentorno al que se enfrenta el producto solución de esta investigación.

### 3.11. Análisis FODA

El análisis FODA es una técnica que permite identificar las fortalezas, debilidades, oportunidad y amenazas, con el fin de poder establecer estrategias para las empresas, se lo puede observar en la ilustración 17.

Ilustración 17 FODA



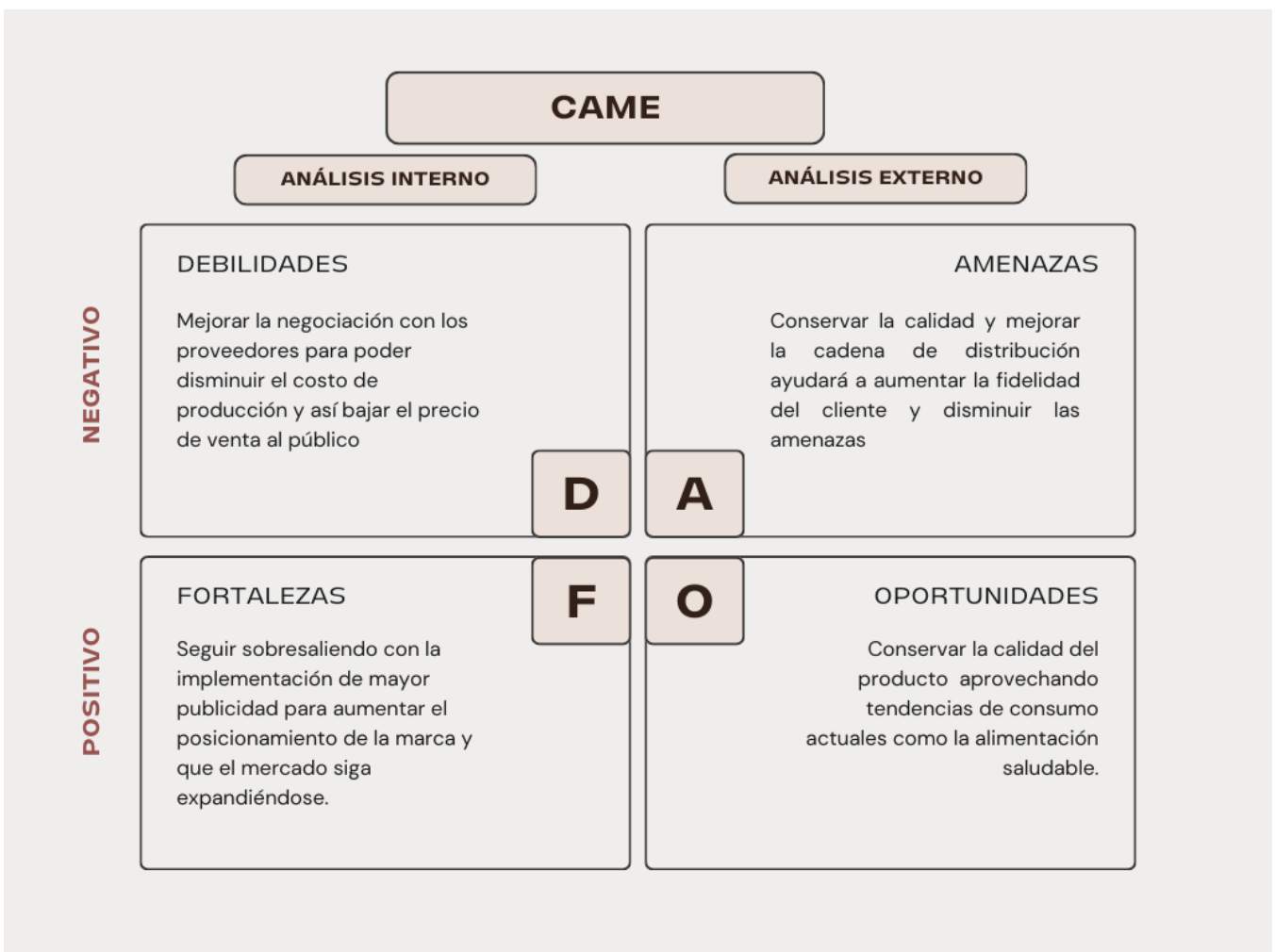
www.unsitiogenial.es

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

La ilustración 17 ayuda a tener un mejor enfoque para poder establecer estrategias ante las posibles amenazas o debilidades a las que se enfrenta el producto.

### 3.11.1. Cruce CAME

Ilustración 18 Cruce CAME



Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la ilustración 18 se observa el cruce CAME el cual, brinda una mejor visión de análisis FODA, con el objetivo de poder ampliar las estrategias de trabajo para el cumplimiento de metas, en el cual se corrigen las debilidades de la empresa, se afronta las amenazas con el mantenimiento de las fortalezas y poder explotar las oportunidades poniendo en práctica las estrategias y poder convertirlas en oportunidades futuras.

## 4. Validación de factibilidad – Viabilidad – Deseabilidad

### 4.1. Investigación de mercado

La presente investigación propone el problema del sobrepeso y la obesidad en personas adultas de 30 a 60 años, se ha identificado este rango de edad por la razón de que a partir de los 30 años esta enfermedad se vuelve más propensa en las personas y por lo general son personas que la mayoría de tiempo pasan en sus puestos de trabajo, siendo difícil para ellos poder tener una alimentación saludable, al igual que su tiempo es limitado para poder realizar actividad física, gracias a la investigación primaria que se realizó mediante encuestas a personas en diferentes puntos de la ciudad de Loja y a la investigación secundaria en sitios web, libros, artículos científicos, entre otros; y gracias a la ayuda de la técnica BRAINSTORMING, se pudo tomar decisiones con respecto a una alternativa que ayude a contrarrestar el problema que se ha planteado en la presente investigación.

## 4.2. Planteamiento del Mercado Objetivo.

La investigación planteada está enfocada a clientes con dificultades para poder tener una buena calidad de vida, ya sea por falta de tiempo o por falta de una alimentación adecuada que este acorde a las actividades que realice cada persona, es por eso que el producto solución que presenta esta investigación, se centra en personas en un rango de edad de 30 a 60 años, sin distinción de género, personas que perciban una remuneración y que estén dispuestos a mejorar su calidad de vida, en primera instancia se lo distribuirá en la ciudad de Loja, con miras a la expansión de mercado.

### 4.2.1. Descripción del mercado.

Siendo la granola un super producto gracias a los beneficios que brinda y al mezclarlo con pitahaya una fruta llena de nutrientes que aporta a disminuir el sobrepeso y los problemas digestivos, siendo esta la propuesta de valor, se busca que personas que presenten sobrepeso u obesidad tengan una alternativa saludable para poder contrarrestar esta enfermedad, siendo un producto de fácil movilidad sin dificultad para ser transportada, que no emana olores, que se lo puede comer en cualquier lugar y a cualquier horario, ya que produce un efecto de saciedad para evitar el consumo de alimentos dañinos, en si brinda muchas facilidades y beneficios para ser tomados en consideración por los clientes.

#### 4.2.2. Tamaño del mercado objetivo

Según datos del INEC en la provincia de Loja existen 110.614 personas con un rango de edad de 30 a 60 años dando un rango de 29.6% de la población actual en la provincia. (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS , 2023)

#### 4.3. Validación del segmento de mercado

Una vez analizado el porcentaje general de personas en Loja con un rango de 30 a 60 años, se puede decir que de las 110,614 personas antes mencionado, solo el 59.9% cuentan con un trabajo estable ya que tienen algún tipo de seguro IESS/ISSFA/ISSPOL dando un total de 66,257 personas quienes podrían ser los clientes objetivo de la presente investigación.

#### 4.4. Testing

Una vez realizada la investigación analizando las necesidades del mercado objetivo y teniendo claro los beneficios del producto, se puede fortalecer nuestra evidencia a partir de nuestra hipótesis.

¿Cree que la granola mezclada con pitahaya (GRANOLA HAYA) ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas, gracias a los beneficios que aporta para su salud?

Obteniendo una respuesta positiva ya que en su totalidad el producto ofrece bienestar para personas con problemas digestivos y da una alternativa saludable para el consumo de las personas en sus desayunos o su break.

4.5. Adaptación de la propuesta de valor con el perfil del cliente  
(Product-Market Fit).

Esta herramienta brinda la posibilidad de que la empresa pueda definir quién será el público objetivo y se podrá estimar la demanda que se tendrá del producto.

A continuación, se puede observar en la ilustración 19.

Ilustración 19 Product-Market Fit

SEGMENTO DEL CONSUMIDOR		PRODUCTO O SERVICIO
<b>CARACTERISTICAS Y TRABAJOS A REALIZAR.</b> Los clientes son personas adultas de 40 a 60 años, empleados públicos o privados, que buscan mejorar su calidad de vida, implementando alternativas saludables para su alimentación.	↔	<b>ALTERNATIVAS.</b> La materia prima utilizada para la elaboración del producto es 100% natural, con esto se ofrece un producto de calidad que cubra las necesidades del cliente
<b>PROBLEMAS Y NECESIDADES</b> Los beneficios que GRANOLA HAYA ofrecen para contrarrestar el sobrepeso y para disminuir los problemas digestivos, son muy eficaces por tal razón se recomienda su consumo.	↔	<b>CARACTERISTICAS CLAVE</b> Empaque de fácil movilidad Se lo puede ingerir en cualquier lugar y a cualquier hora No pierde beneficios
<b>CANAL</b> Redes sociales Tiendas físicas Supermercados	↔	<b>EVALUACION PARA LOS CANALES</b> Numero de visitas en redes Numero de compras online Consumo en tiendas o supermercados
<b>EXPERIENCIA DEL USUARIO</b> Una vez que el cliente consuma el producto y sea testigo de los beneficios que brinda, seguirá consumiendo y recomendando.	↔	<b>KEY METRICS</b> Evaluar por que canal se vende mas Comentarios en redes sociales Recomendaciones Fidelidad del cliente

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez



La ilustración 19 da un enfoque más claro de quien será el público objetivo, con sus características y las alternativas que se tiene para mejorar el producto, también muestra los canales por donde se comercializara y con esto poder evaluar la experiencia del consumidor.

#### 4.6. Prototipo 2.0

Para este apartado el prototipo se lo mejorara el empaque señalando la tabla nutricional y la semaforización nutricional como lo estipulan los reglamentos, además de la fecha de caducidad y su respectiva receta.

A continuación, se presenta el siguiente prototipo en la ilustración 20.

Ilustración 20 Prototipo 2.0



Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

La ilustración 20 brinda una mejor visualización a detalle del contenido del producto, con su tabla nutricional, su semáforo nutricional y receta.

#### 4.7. Medir datos y análisis de resultados de investigación de mercado

Continuando con la investigación y basándose en los resultados obtenidos, se ha determinado que la edad del cliente comprende de 30 a 60 años, sean estos empleados públicos o privados, que cuenten con algún tipo de remuneración, anteriormente mencionado y que comprendería el 8.77% de la población de la provincia de Loja siendo personas que cuentan con un trabajo estable, siendo nuestros clientes potenciales.

Se recomienda consumir un total de 40 gramos de granola por día, que equivale a 7 u 8 cucharadas.

Actualmente la competencia es bastante fuerte, ya que existe una variedad de granolas en el mercado, pero la propuesta de valor ayudara a fidelizar clientes y mejorar día a día la cadena de distribución para poder disminuir los riesgos de la competencia.

#### 4.8. PMV (Producto Mínimo Viable)

GRANOLA HAYA es un producto elaborado a base de avena, semillas y frutos secos 100% naturales combinada con pitahaya deshidratada, la cual

cuenta con propiedades nutritivas para el control del peso y ayuda a los problemas digestivos de las personas, esta investigación tiene como iniciativa ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas, ofreciendo una alternativa saludable para su alimentación, con este fin nace GRANOLA HAYA y gracias a sus beneficios ayudara a mejorar la salud de nuestro público objetivo escogido que son en un rango de edad de 30 a 60 años.

#### 4.9. Landing Page

A continuación, con el siguiente link

[https://www.instagram.com/granola\\_haya?igsh=MThxaXR1eXZsOGIkeA==](https://www.instagram.com/granola_haya?igsh=MThxaXR1eXZsOGIkeA==))

se podrá ingresar a la página oficial de Instagram de la empresa, en donde se publicará información importante sobre el producto.

## 5. Plan de Marketing

### 5.1 Establecimiento de Objetivos

Objetivo general:

Posicionar a Granola HAYA como la marca líder de granola saludable con pitahaya en el mercado nacional a lo largo de 2 años, reconocida por su alta calidad, sabor único y beneficios para la salud.

### **Objetivos específicos:**

- Penetrar en el mercado local con la granola HAYA, alcanzando una participación de mercado del 3% en el primer año a nivel local (Loja).
- Incrementar el alcance del producto a nivel nacional con un crecimiento del 3% en las ventas en el segundo año.
- Posicionar la marca granola HAYA como un producto innovador, saludable y delicioso.
- Aumentar la visibilidad de la marca en un 10% en el primer año.

## 5.2 Estrategia de Marketing Mix

### **Producto**

Granola HAYA es un producto natural y saludable elaborado con ingredientes de alta calidad 100% naturales combinado con pitahaya deshidratada resaltando sus beneficios y atributos contribuyendo a contrarrestar el problema de la presente investigación. El empaque es atractivo y ecológico teniendo en cuenta las tendencias medio ambientales, con colores llamativos que representan lo natural del producto, indicando a detalle los requerimientos y normativas, así mismo la receta con los ingredientes que la componen, sus modos de uso, tabla y semáforo nutricional, además se resalta la granola con la pitahaya por motivo de ser el valor agregado del mismo.

## **Precio**

Granola HAYA es un producto innovador, la estrategia de precios se definió por lineamiento es decir basada en precios actuales de productos similares en el mercado local, además de la retroalimentación obtenida por parte del público objetivo en el testeado del producto en relación a lo que estaría dispuesto a pagar por Granola HAYA que es un rango de \$2 a \$3. En base a esto se escogió un precio de \$2,50 para su respectiva comercialización.

## **Plaza**

La distribución del producto se realizará mediante los diferentes modelos de negocios B2B y B2C, los cuales consisten en una relación directa entre productor y negocio (B2B) vender el producto tiendas de barrio y supermercados como: SUPERMAXI y TIA, para su comercialización y una conexión entre productor y consumidor (B2C), es decir vender el producto directamente al consumidor final.

## **Promoción**

La publicidad del producto se dará a través de campañas de marketing digital en redes sociales, el apoyo de influencers, además publicidad en medios tradicionales como televisión, radio, prensa escrita. Stand de degustaciones en puntos de venta.

### 5.3 Estrategia de marketing digital

- Redes sociales: marketing de contenidos mediante publicaciones atractivas y relevantes en Facebook, Instagram, videos llamativos en Tik Tok,

- Influencers: marketing por influencers, personajes relevantes en el ámbito de la salud como un doctor, o una persona fitness, que pueda servir de motivación para el consumo del producto.
- Optimizar motores de búsqueda mediante campañas SEO y SEM.
- Email marketing: envío de correos electrónicos con información sobre el producto, beneficios, promociones, recetas, formas de consumo, entre otros.

#### 5.4 Estrategias de Diferenciación

La principal diferenciación que tiene el producto es el uso de la pitahaya, resaltando los beneficios para la salud, su alto contenido en vitaminas, antioxidantes y su valiosa colaboración a la pérdida de peso. Además, es un producto 100% natural con ingredientes de alta calidad, el empaque es ecológico y biodegradable siempre considerando el impacto medio ambiental y social mediante el apoyo a pequeños productores de pitahaya contribuyendo al desarrollo de la localidad.

#### 5.5 Presupuesto

Para continuar con la investigación en la tabla 1 se observa el presupuesto inicial a invertir en marketing y publicidad

*Tabla 1 Presupuesto de Marketing*

<b>Tipo</b>	<b>Actividad</b>	<b>Plataforma</b>	<b>Responsable</b>	<b>Presupuesto</b>
Redes sociales	Marketing de contenidos	Facebook, Tik tok.	Marketing	\$50,00
Redes sociales	Videos llamativos	Tik tok	Diseñador	\$50,00
Marketing por influencers	Contenido llamativo con influencers	Facebook, Tik tok.	Marketing	\$100,00
Motores de búsqueda	Marketing SEM	Google.	Marketing	\$100,00
Motores de búsqueda	Marketing SEO	Google.	Marketing	\$20,00
Email marketing	Envíos de correos.	Google.	Marketing	\$20,00
				\$340,00

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la tabla 1 se destaca el presupuesto a utilizarse para marketing y publicidad especificando cada una de las actividades a realizar, dando como resultado un valor de \$340 dólares americanos.

## 6. Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional

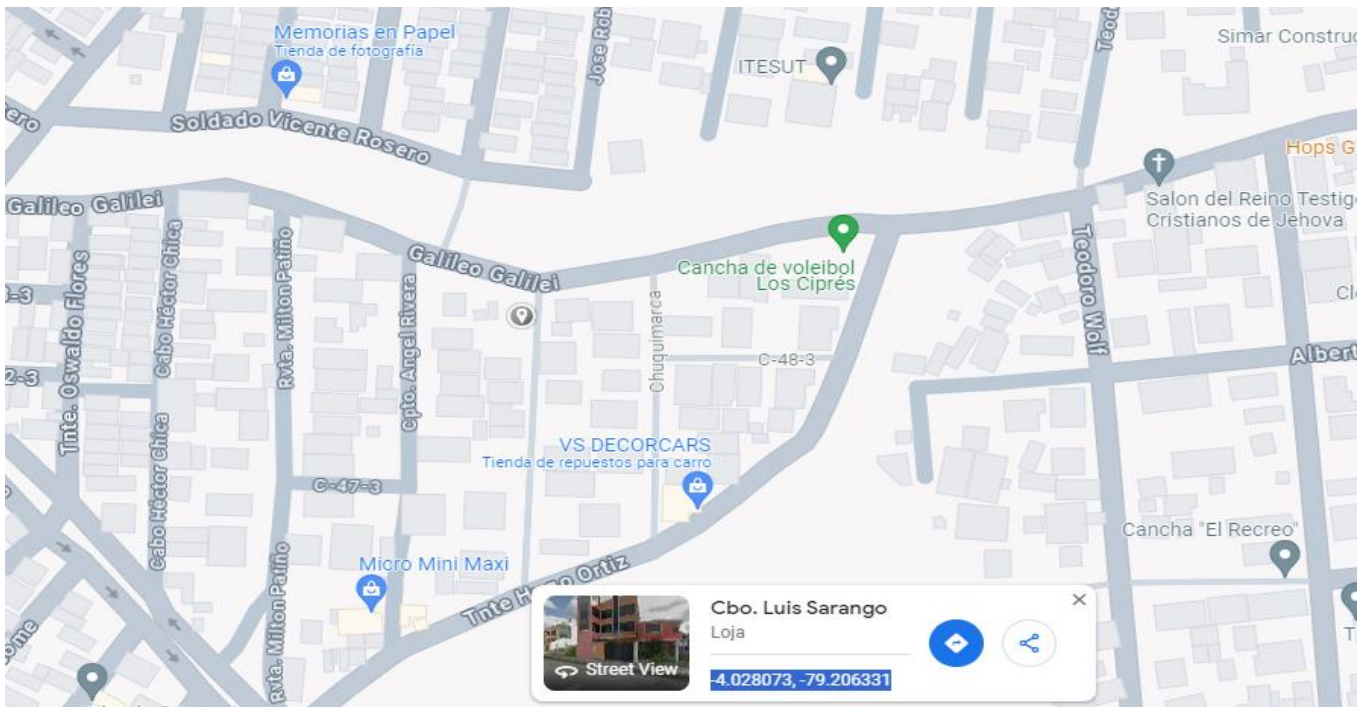
### 6.1. Localización

La empresa para empezar sus funciones, estará ubicada al norte del cantón Loja, en la ciudadela Los Ciprés, específicamente en las calles Galileo Galilei y Cabo Luis Sarango.

Este lugar brinda las comodidades necesarias como, servicios básicos necesarios para el correcto funcionamiento de los procesos a emplearse, así como también cuenta con varias vías de acceso con un elevado flujo de vehículos que permitirán una accesibilidad para futuros clientes y una mejor logística para proveedores y distribución.

La ilustración 21 proporciona la dirección exacta de la empresa.

Ilustración 21 Localización



Nota. Adaptado de: (maps, 2024)

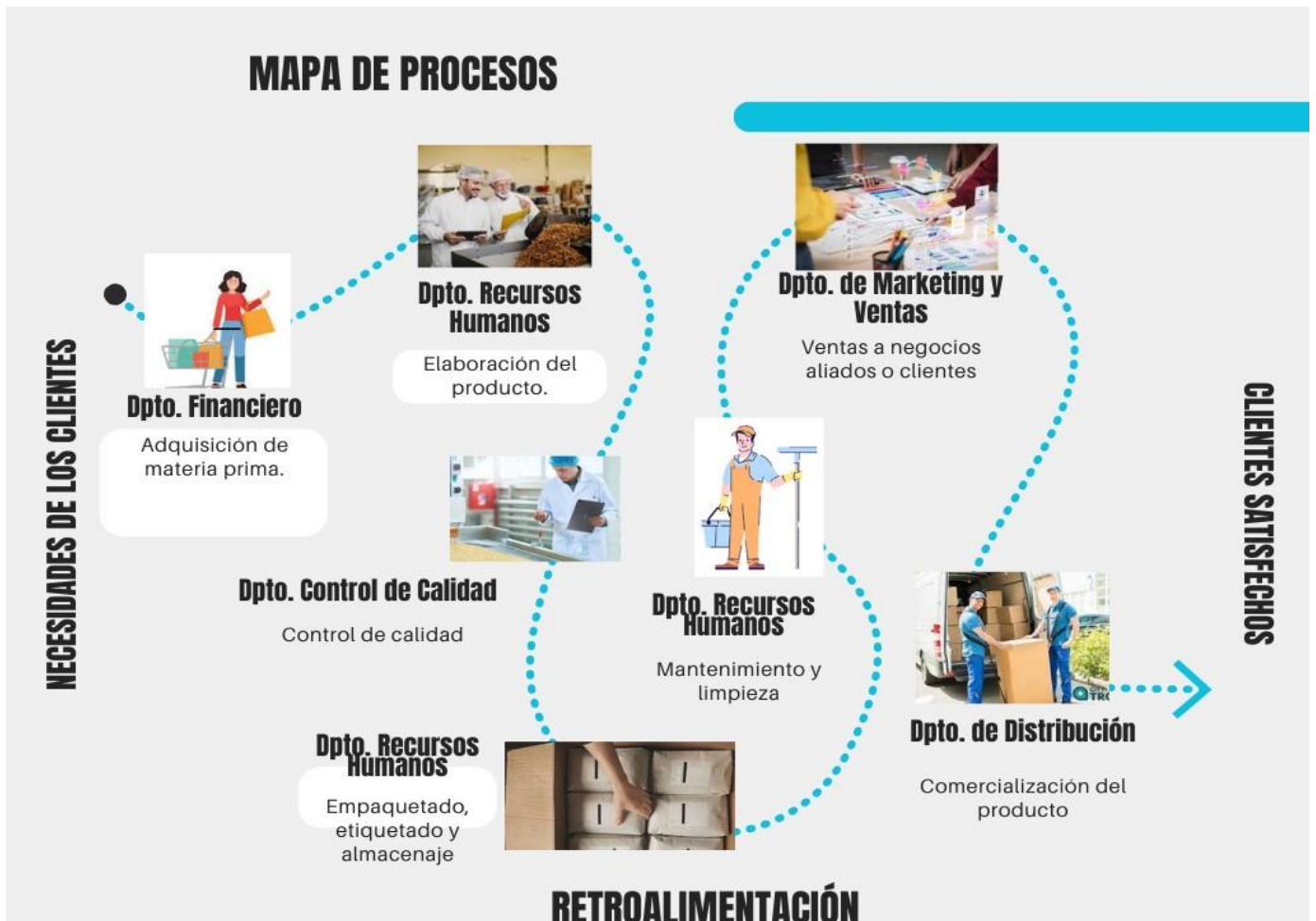
En la ilustración 21 se observa la captura de pantalla de Google Maps con la dirección exacta de la empresa y el link para buscar (-4.028073, -79.206331), de manera más eficiente.

## 6.2. Operaciones (Mapa de procesos)

El mapa de procesos es una representación gráfica que ayuda a identificar la relación que tienen cada uno de los procesos y su importancia para elaborar un producto para poder tener un correcto funcionamiento de la empresa.

A continuación, se muestra el mapa de procesos en la ilustración 21





Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la ilustración 21 se observa a detalle el mapa de procesos especificando cada paso a realizarse para que el cliente obtenga su producto.

### 6.3. Diseño Organizacional (Organigrama)

El diseño organizacional es un organigrama que muestra la estructura que define los puestos de trabajo en una empresa, en donde se establecerán las tareas, responsabilidades y las relaciones de autoridad, todo esto para colaborar al cumplimiento de metas y objetivos planteados.

Para efectos del diseño organizacional se muestra la ilustración 22

*Ilustración 23 Diseño Organizacional*



Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la ilustración 22 se evidencio las diferentes áreas, con sus respectivos cargos y sus dependencias para tener en claro cada una de sus funciones.

#### 6.3.1. Manual de funciones

Una vez realizado el diseño organizacional de la empresa, cada área tiene que saber cuáles son sus obligaciones en la empresa, con esta premisa se presenta a continuación el manual de funciones de la empresa.

Tabla 2 Funciones del Gerente General

<b>MANUAL DE FUNCIONES LABORALES</b>
<b>GERENTE GENERAL</b>
<b>Nivel Jerárquico:</b> Directivo
<b>Código:</b> 001
<b>Jefe inmediato:</b> Ninguno
<b>Naturaleza del trabajo:</b> La persona encargada de este puesto es responsable de gestionar y de direccionar la parte administrativa de la empresa, además participa de la toma de decisiones que garanticen el buen funcionamiento de la organización.
<b>FUNCIONES</b>
<p>Análisis y planificación de estrategias para cumplimiento de objetivos</p> <p>Mantener a los empleados motivados y asesorados</p> <p>Tomar las decisiones organizativas necesarias para un determinado periodo</p> <p>Establecer un buen equipo de trabajo, ya que como gerente no puede realizar todas las funciones de la empresa por sí solo</p> <p>Conjuntamente con el equipo de trabajo cuidar a los clientes para mantener e incrementar las ganancias</p> <p>Regirse a un presupuesto para obtener los mejores resultados</p> <p>Establecer una estructura organizativa de la empresa</p> <p>Dar rumbo y ser guía para cumplir con los objetivos fijados</p>
<b>HABILIDADES</b>
Resiliencia, innovación y creatividad, capacidad para tomar riesgos, resolución de conflictos, pensamiento crítico, escucha activa.
<b>REQUISITOS</b>
Título en administración de empresas o pública o afines

Tabla 3 Funciones del Departamento Financiero

<b>MANUAL DE OBLIGACIONES LABORALES</b>
<b>DEPARTAMENTO FINANCIERO</b>
<b>Nivel Jerárquico:</b> Administrativo
<b>Código:</b> 002
<b>Jefe inmediato:</b> Gerente General
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Este departamento es de vital importancia para la empresa, ya que tiene que tener una gestión eficaz y eficiente de los recursos financieros de la empresa.
<b>FUNCIONES</b>

Fijar una planificación financiera con objetivos financieros claros y alcanzables a corto, mediano y largo plazo
Elaborar un presupuesto para la gestión eficiente de los recursos financieros
Gestión de efectivo para que la empresa tenga liquidez
Tener una contabilidad precisa de las transacciones de la empresa
Evaluar el rendimiento financiero.
Identificar, evaluar y mitigar los riesgos financieros asociados con las operaciones de la empresa
Identificar y evaluar las oportunidades de inversión rentables
Cumplir con las regulaciones financieras
<b>HABILIDADES</b>
Facilidad para negociar, manejo de recursos, organización, manejo de programas informáticos, pensamiento analítico, facilidad con los números, compañerismo, lealtad.
<b>REQUISITOS</b>
Título en contabilidad y auditoría, banca y finanzas o afines

*Tabla 4 Funciones del Departamento de Recursos Humanos*

<b>MANUAL DE OBLIGACIONES LABORALES</b>
<b>DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS</b>
<b>Nivel Jerárquico:</b> Administrativo
<b>Código:</b> 003
<b>Jefe inmediato:</b> Gerente General
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Este departamento es de vital importancia para la empresa, ya que tiene que tener una gestión eficaz y eficiente de los recursos financieros de la empresa.
<b>FUNCIONES</b>
Delegar funciones claras a cada uno de los departamentos de la empresa
Reclutar al personal más adecuado para cada función
Formación y capacitación de los empleados
Realizar un programa de objetivos, dar seguimiento y evaluar
Contratos, nominas, seguro social, etc.
Dar las medidas de protección y previsión a los empleados
<b>HABILIDADES</b>

Relaciones interpersonales, negociación y resolución, ser accesible y empático, ser confidencial, trabajo en equipo, organización, pensamiento analítico.
<b>REQUISITOS</b>
Título en trabajo social, talento humano, relaciones laborales o afines

*Tabla 5 Funciones del Departamento de Producción y Control de Calidad*

<b>MANUAL DE OBLIGACIONES LABORALES +C4:G22</b>
<b>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN Y CONTROL DE CALIDAD</b>
<b>Nivel Jerárquico:</b> Administrativo
<b>Código:</b> 004
<b>Jefe inmediato:</b> Dpto. Financiero y de Recursos Humanos
<b>Naturaleza del trabajo:</b> El departamento de producción y control de calidad es el encargado de realizar el producto y que conserve cada una de las especificaciones de calidad.
<b>FUNCIONES</b>
<p>Analizar los productos o servicios</p> <p>Medir los tiempos de ejecución</p> <p>Seguridad e Higiene</p> <p>Formas de ejecutar los trabajos</p> <p>Control de calidad</p> <p>Control de inventarios</p>
<b>HABILIDADES</b>
<p>Prontitud en toma de decisiones, gestión de tiempo, generador de estrategias, flexibilidad, supervisión del personal.</p>
<b>REQUISITOS</b>
Ingeniero industrial, ingeniero en alimentos o afines

*Tabla 6 Funciones del Departamento de Marketing, Ventas y Distribución.*

<b>MANUAL DE OBLIGACIONES LABORALES</b>
<b>DEPARTAMENTO DE MARKETING, VENTAS Y DISTRIBUCION</b>
<b>Nivel Jerárquico:</b> Administrativo
<b>Código:</b> 005
<b>Jefe inmediato:</b> Dpto. Financiero y de Recursos Humanos

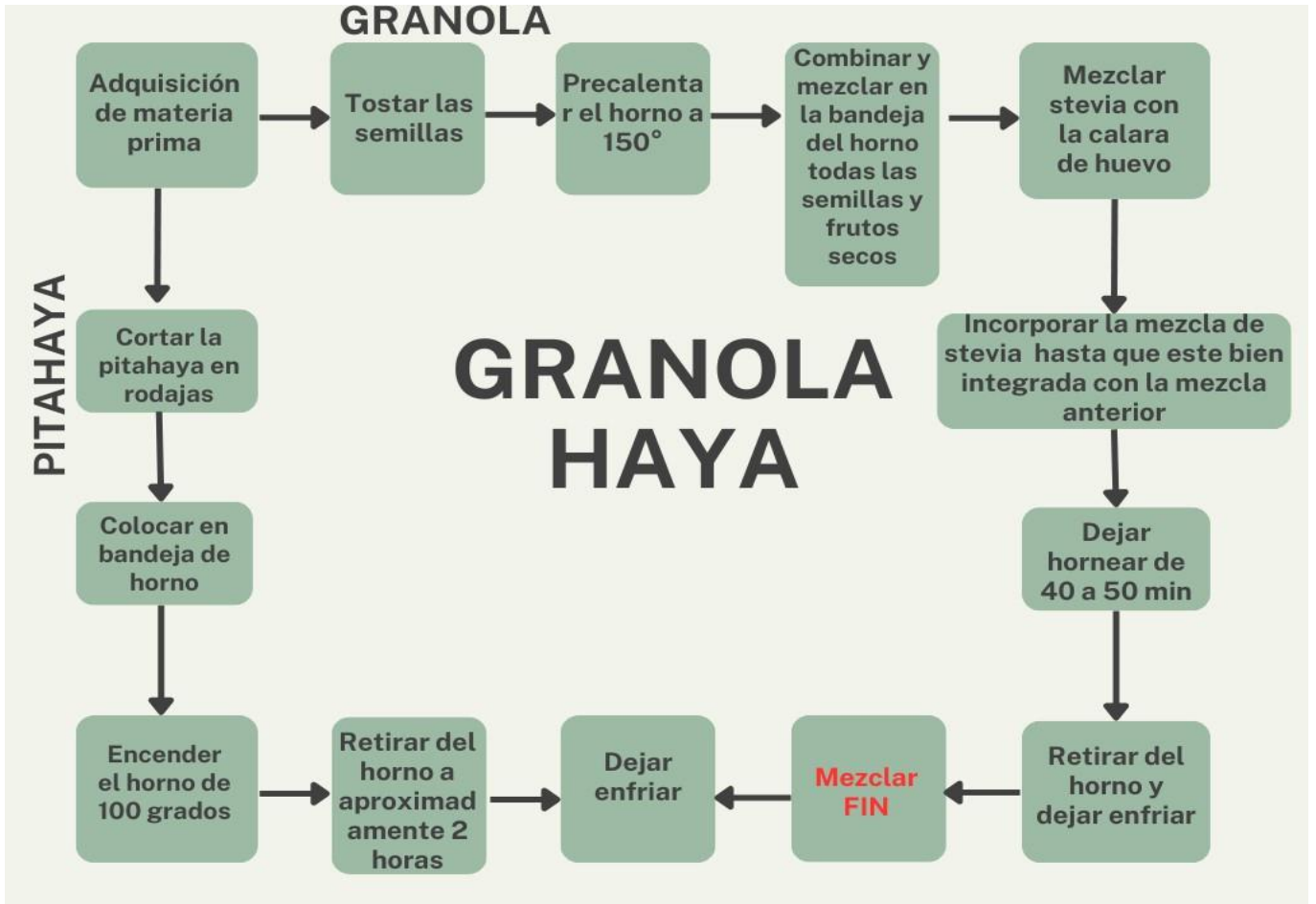
<p><b>Naturaleza del trabajo:</b> El departamento de marketing, ventas y distribución es el encargado de promocionar a la empresa y hacer que el cliente obtenga su producto.</p>
<p><b>FUNCIONES</b></p>
<p>Realizar investigaciones de mercado  Evaluar la competencia  Implementar estrategias de marketing e implementarlas  Promover las ventas  Comunicación con los clientes  Evaluar la recepción del público  Establecer metas de ventas  Atención al cliente  Controlar el movimiento de la producción  Encargarse de los pedidos y despacharlos  Organizar y programar los vehículos para que lleguen a tiempo a su sitio de entrega</p>
<p><b>HABILIDADES</b></p>
<p>Comunicación, empatía, atención al cliente, escucha activa, manejo de conflictos, paciencia, control del lenguaje corporal, trabajo en equipo, gestión de tiempo, organización, puntualidad, buena presencia.</p>
<p><b>REQUISITOS</b></p>
<p>Título en marketing, transporte y logística, comercio o afines</p>

### 6.3. Diseño de Proceso Productivo o Servicio (Flujograma)

El diseño de proceso productivo o servicio se enfoca en el paso a paso que guiará a la creación de los bienes o servicios para ofrecer las especificaciones establecidas y el producto sea de calidad.

Con este antecedente se muestra la ilustración 23 especificando el proceso para la elaboración del producto.

Ilustración 24 Diseño de proceso productivo

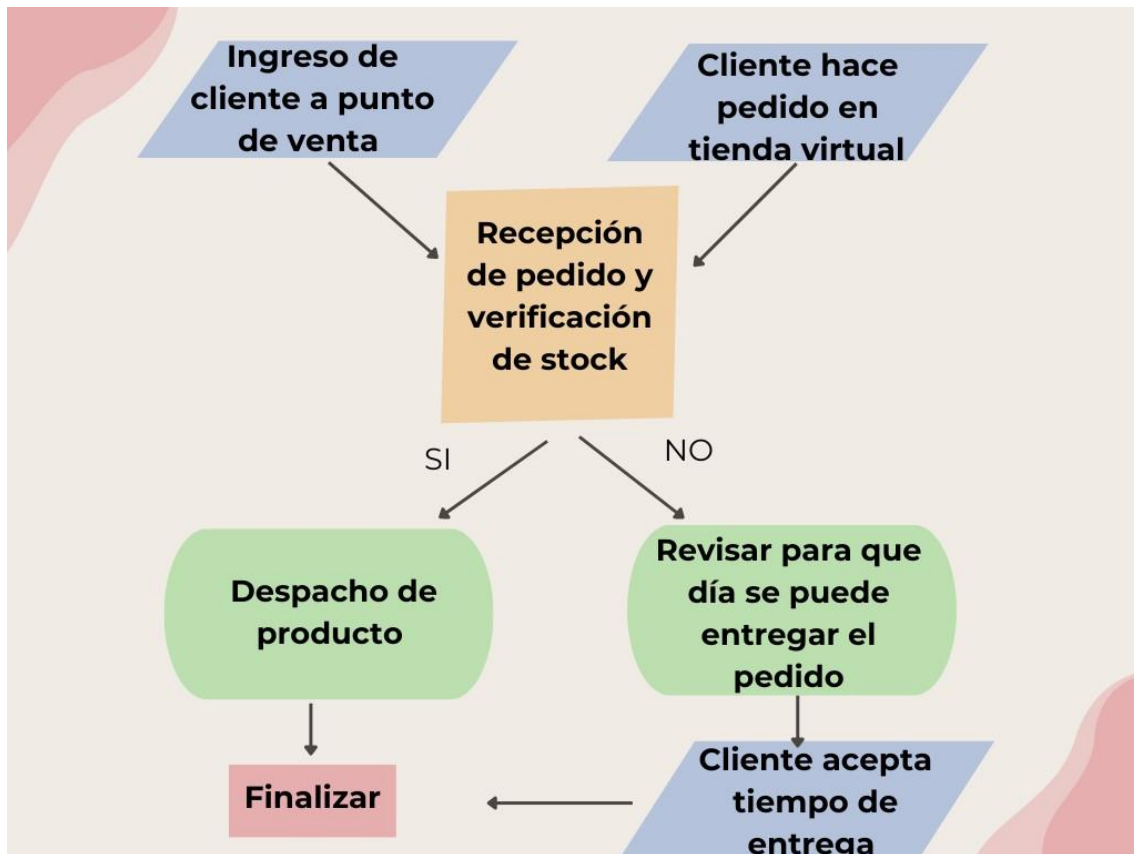


Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la Ilustración 23 se observa paso a paso el proceso para la elaboración del producto tanto de la pitahaya deshidratada como de la granola.

El diseño de procesos también ofrece el poder conocer el paso a paso que tienen que realizar los clientes para obtener un producto y se lo observa a continuación en la ilustración 24.

Ilustración 25 Proceso de compra



Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la ilustración 24 se observa el proceso por el cual el cliente tiene que pasar para adquirir el producto ya sea de forma física o de manera online.

#### 6.4. Conformación Legal

En Ecuador es un requisito obligatorio la conformación legal de una empresa y con esto se refiere a los trámites y gestiones legales para llegar a que la empresa se formalice, con este antecedente la empresa se estructurará con el siguiente detalle.



En la actualidad existen varias maneras para clasificar a las empresas, como la conformación jurídica, sector de la actividad, si es pública o privada, número de empleados, la facturación anual, el patrimonio o su nivel de innovación, la ley de compañías del Ecuador establece 5 tipos de empresas que se pueden constituir, pero la escogida para la presente investigación, es la de persona natural ya que existe un único e independiente propietario de la empresa, responsabilizado con el pago de las obligaciones tributarias y respetando las normativas laborales, civiles, familiares y ambientales.

Una vez constituida la empresa se procede a registrar la misma en el **SRI**, obteniendo el **RUC**, con las actividades comerciales que se realizara (C1061.21 Elaboración de alimentos a base de cereales tostados, insuflados, o macerados, hojaldrados, granos pulidos y cereales partidos o triturados, cereales para el desayuno y snacks a base de cereales) y sujetos a régimen RIMPE obligados a emitir facturas, documentos complementarios y comprobantes de retención de ser necesario.

Una vez elegida la actividad económica de la empresa se procede a solicitar la categorización del RUM (Registro Único de Mipymes) siendo el MIPRO (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca)

Otro de los requisitos necesarios para la comercialización del producto es obtener el registro sanitario que es otorgado por la ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria) entre los requisitos básicos a presentar a continuación se detalla:

- Copia de Ruc
- Categorización emitida por el MIPRO

- Interpretación del lote
- Carta del proveedor del material de envase apto para el contacto con alimentos (ficha técnica)
- Proceso de elaboración
- Etiqueta del producto
- Contratación de un técnico Ing. en alimentos o bioquímico

Y el valor aproximado del registro sanitario es de \$104.53 dólares y tiene una vigencia de 5 años.

Ya que la empresa cuente con estos documentos se procederá a solicitar los documentos municipales correspondientes, entre ellos; el permiso de bomberos, el permiso municipal y patente para el correcto funcionamiento de la empresa y evitar inconvenientes a futuro.

## 7. Evaluación Financiera

### 7.1. Inversión Inicial

La inversión inicial es el monto de dinero que se requiere para poder iniciar las funciones de la empresa, para calcular este valor es necesario que el emprendedor conozca los recursos que tiene y cuáles serán los gastos que incurrirá con su actividad comercial

Para efectos del presupuesto inicial se presenta la tabla 7.

Tabla 7 Presupuesto Inicial

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Sueldos y salarios	900	10800
Servicios básicos	40	480
Gas	15	180
Insumos de oficina	30	360
Marketing y publicidad	60	720
Mantenimiento de maquinaria	20	240
Arriendos	200	2400
Depreciación de Maquinaria y equipo	29	351,24
Depreciación equipos de oficina	58	696
Gastos de constitución	220	220
<b>COSTO FIJO TOTAL</b>	<b>1572,27</b>	<b>18867,24</b>
<b>COSTO VARIABLE</b>		
Materia prima	1100	13200
Utensilios e insumos para producción	35	420
Empaque	50	600
<b>COSTO VARIABLE TOTAL</b>	<b>1185</b>	<b>14220</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>2757,27</b>	<b>33087,24</b>

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la tabla 7 se observa a detalle el presupuesto con el que iniciará las funciones la empresa, especificando los costos fijos con un valor de \$1572.27 y los variables con \$1185, dando como resultado que la empresa incurrirá en un mes en cuanto a costos el valor de \$2.757,27 dólares, obteniendo como resultado que en un año la empresa tendrá un valor anual de \$33.087.24 dólares referente a los costos para producir el producto.

## 7.2. Presupuesto de ventas

El presupuesto de ventas se define como un plan financiero que la empresa se impone como objetivos de rentabilidad durante un periodo determinado y con esto poder controlar el cumplimiento de los mismos.

A continuación, se presenta el presupuesto de ventas en la tabla 8.

Tabla 8 Presupuesto de Ventas

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b>			
<b>MES</b>	<b>CANTIDAD DE UNIDADES</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ENERO</b>	500	2,5	1250
	1000	2,25	2250
<b>FEBRERO</b>	500	2,5	1250
	1000	2,25	2250
<b>MARZO</b>	500	2,5	1250
	1000	2,25	2250
<b>ABRIL</b>	500	2,5	1250
	1000	2,25	2250
<b>MAYO</b>	500	2,5	1250
	1000	2,25	2250
<b>JUNIO</b>	500	2,5	1250
	1000	2,25	2250
<b>JULIO</b>	500	2,5	1250
	1000	2,25	2250
<b>AGOSTO</b>	500	2,5	1250
	1000	2,25	2250
<b>SEPTIEMBRE</b>	500	2,5	1250
	1000	2,25	2250
<b>OCTUBRE</b>	500	2,5	1250
	1000	2,25	2250
<b>NOVIEMBRE</b>	500	2,5	1250
	1000	2,25	2250
<b>DICIEMBRE</b>	500	2,5	1250
	1000	2,25	2250
<b>TOTAL</b>			<b>42000</b>

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la tabla 8 se evidencia el número de unidades que la empresa producirá mes a mes durante un año, inicialmente se empezará con 1500 unidades, 500 unidades serán vendidas con el 25% de utilidad en el modelo de negocio Business to Customer (B2C) con un precio de venta al público de \$2,50 dólares, y las 1000 unidades tendrán una utilidad del 15% en el modelo de

negocio Business to Business (B2B) con un precio de venta al distribuidor de \$2,25 dólares. Obteniendo como resultado \$42000 dólares de utilidad bruta.

### 7.3. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio mide el ingreso total que compensa los costos totales que se invierten para realizar el producto y se obtiene de la suma de los costos fijos y los variables.

A continuación, se muestra el punto de equilibrio de la empresa en la tabla 9.

*Tabla 9 Punto de Equilibrio*

$Q_e = \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{Precio venta unitario} - \text{Costo variable unitario})}$
$Q_e = \frac{1048,18}{(2,25 - 0.79)}$
$Q_e = 718$

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la tabla 9 se observa que los costos fijos de la empresa son \$1048,18 mensuales con el objetivo de producir 1000 unidades en el modelo de negocio B2B, con un margen de utilidad del 15% el precio de venta es de \$2,25 dólares dando como resultado que para tener un punto de equilibrio ingreso costo mensual se tiene que producir y comercializar mínimo 718 unidades.

Tabla 10 Punto de Equilibrio

$Q_e =$	$\frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{Precio venta unitario} - \text{Costo variable unitario})}$
$Q_e =$	$\frac{524}{(2,5 - 0.79)}$
$Q_e =$	306

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la tabla 10 se observa que los costos fijos de la empresa son \$524,09 mensuales con el objetivo de producir 500 unidades en el modelo de negocio B2C, con un margen de utilidad del 25% el precio de venta es de \$2,50 dólares dando como resultado que para tener un punto de equilibrio ingreso costo mensual se tiene que producir y comercializar mínimo 306 unidades.

Debido a que la empresa cuenta con dos modelos de negocio B2B y B2C se tiene que comercializar con dos márgenes de ganancia 15% y 25%, el punto de equilibrio general es de 1024 de 1500 unidades que se producirán de manera mensual.

#### 7.4. Estados financieros

Los estados financieros ayudan a saber el estado en el que se encuentra una empresa en un determinado periodo, por lo general es un año, está compuesto por diversos documentos con información de la situación financiera de una empresa o negocio en cuanto a la parte económica como de la parte patrimonial.

#### 7.4.1. Estado de Costos

El estado de costos es un indicador que ayuda a identificar el valor que la empresa incurre en cuanto a los inventarios, costos de producción y los costos de venta en un periodo determinado, mismos que darán las facilidades a las autoridades para poder tomar decisiones en el caso de encontrar alguna inconformidad.

En la tabla 10 se observa a detalle el estado de costos.

*Tabla 11 Estado de Costos*

<b>GRANOLA HAYA</b>	
<b>ESTADO DE COSTOS</b>	
<b>1 ENERO 2024 -31 DIC 2024</b>	
Inventario Inicial de materia prima	\$ 12.000,00
(+) Compras de materia prima	\$ 1.600,00
(-) Devolución en compras de materia prima	\$ 400,00
<b>MATERIA PRIMA DISPONIBLE PARA LA PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 13.200,00</b>
(+) Mano de obra directa (Salarios de producción)	\$ 10.800,00
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 24.000,00</b>
(+) Inventario inicial de producto en proceso	\$ 7.740,00
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCTOS EN PROCESO</b>	<b>\$ 31.740,00</b>
(-) Inventario final de productos en procesos	\$ 4.560,00
<b>COSTO DE PRODUCTOS TERMINADOS</b>	<b>\$ 27.180,00</b>
(+) Inventario inicial de producto terminando	\$ 8.640,00
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCTOS TERMINADOS</b>	<b>\$ 35.820,00</b>
(-) Inventario final de materia productos terminados	\$ 2.732,76
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 33.087,24</b>
ELABORADO POR.	

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la tabla 10 se observa a detalle el estado de costos durante el periodo enero/diciembre 2024, el valor de materia prima disponible para la producción es de \$13.200 dólares, ya con el valor de materia prima da a conocer el monto que se utilizará en mano de obra incluido los beneficios de ley, para llegar a un costo de producción de \$24.000 dólares, a esto se le sumará el inventario inicial de productos en proceso y se le restara el inventario final de producto en proceso obteniendo un valor de \$27.180 dólares en el costo de productos terminados, a esto se le sumará el costo por inventario inicial de producto terminado y restara el inventario final de producto terminado, dando como conclusión que el costo de venta en el periodo establecido es de \$33.087,24 dólares.

#### 7.4.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias es de mucha importancia porque ayuda a tener una transparencia de las finanzas de la empresa, en donde se detalla los ingresos, los gastos operativos y de capital que la empresa tiene que incurrir en un periodo de tiempo determinado, además ayuda a identificar el crecimiento de los ingresos y analizar el área que hay más gastos para tomar las debidas precauciones y poder reducirlos.

Para efectos del estado de pérdidas y ganancias se presenta la tabla 11.



Tabla 12 Estado de Pérdidas y Ganancias

<b>GRANOLA HAYA</b>		
<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS</b>		
<b>1 ENERO 2024 -31 DIC 2024</b>		
Ventas netas	\$	42.000,00
(-) Costo de ventas	\$	33.087,24
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$</b>	<b>8.912,76</b>
(-) Gastos operacionales en administración	\$	600,00
(-) Gastos de ventas	\$	300,00
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$</b>	<b>8.012,76</b>
(-) Gastos financieros	\$	300,00
(+) Ingresos no operacionales	\$	700,00
(-) Gastos no operacionales	\$	100,00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$</b>	<b>8.312,76</b>
Provisión para impuestos	\$	500,00
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$</b>	<b>7.812,76</b>
Reserva Legal	\$	415,63
Otras Reservas	\$	207,81
<b>UTILIDAD DISPONIBLE</b>	<b>\$</b>	<b>7.189,32</b>
ELABORADO POR.		

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la tabla 12 se observa el estado de pérdidas y ganancias en el cual se aprecia una utilidad bruta de \$8.912,76 dólares, como resultado de la diferencia entre las ventas netas y el costo de venta, a este valor se le restan los gastos de operación y de venta para obtener la utilidad operacional con \$8.012,76 dólares, como siguiente se restarían los gastos financieros y no operacionales también se suma los ingresos no operacionales para saber el valor de la utilidad antes de impuestos con un valor de \$8.312,76 dólares, para proceder con el pago de impuestos y conocer la utilidad neta de \$7.812.76 dólares que tiene la empresa, a

este monto se le restara las reservas legales y otras reservas acordadas por la empresa para concluir que la utilidad disponible es de \$7.189,32 dólares.

#### 7.4.3. Estado de Flujo de efectivo

El estado de flujo de efectivo da a conocer los movimientos de efectivo en un periodo dado, donde se evidencia el efectivo que se generó en las actividades operativas, la inversión y financiamiento de la empresa

Por ende, la tabla 12 muestra el estado de flujo de efectivo.



Pago de nómina	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	10800
Pago de Seguridad social	185,27	185,27	185,27	185,27	185,27	185,27	185,27	185,27	185,27	185,27	185,27	185,27	2223,24
Pago proveedores	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	1236
Pago de impuestos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
Pago de servicios públicos	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
Pago de alquiler	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Pago de mantenimiento	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	588
Pago de publicidad	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
<b>Total Egresos</b>	<b>2757,2</b>	<b>2757,2</b>	<b>2757,2</b>	<b>2757,2</b>	<b>2757,2</b>	<b>2757,2</b>	<b>2757,2</b>	<b>2757,2</b>	<b>2757,2</b>	<b>2757,2</b>	<b>2757,2</b>	<b>2757,2</b>	<b>33087,2</b>
	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4

<b>Flujo de caja económico</b>	<b>742,73</b>	<b>1485,4</b>	<b>2228,1</b>	<b>2970,9</b>	<b>3713,6</b>	<b>4456,3</b>	<b>5199,1</b>	<b>5941,8</b>	<b>6684,5</b>	<b>7427,3</b>	<b>8170,0</b>	<b>8912,7</b>
		6	9	2	5	8	1	4	7		3	6

<b>Financiamiento</b>													
Préstamo recibido	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago de préstamos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total Financiamiento</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Flujo de caja financiero</b>	<b>742,73</b>	<b>1485,4</b>	<b>2228,1</b>	<b>2970,9</b>	<b>3713,6</b>	<b>4456,3</b>	<b>5199,1</b>	<b>5941,8</b>	<b>6684,5</b>	<b>7427,3</b>	<b>8170,0</b>	<b>8912,7</b>
		6	9	2	5	8	1	4	7		3	6

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la tabla 13 se evidencia una creciente en cuanto al flujo de efectivo con el pasar de los meses, en el periodo de tiempo establecido, aumentando de \$742,73 dólares en el primer mes a \$8912,76 dólares al terminar el periodo, siendo números muy favorables para la empresa porque muestra un constante crecimiento.

## 7.5. Indicadores Financieros

En cuanto a los indicadores financieros se puede decir que son las métricas y factores que la empresa utiliza para conocer los resultados que se va obteniendo en el periodo establecido.

### 7.5.1. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) es un recurso que concede la posibilidad de determinar si la empresa es viable económicamente, este indicador se lo obtiene de la diferencia entre la inversión inicial menos el flujo de efectivo. Para efectos del VAN, se presenta la tabla 14

Tabla 14 VAN

<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	
	-2757,27
<b>MES 1</b>	742,73
<b>MES 2</b>	1485,46
<b>MES 3</b>	2228,19
<b>MES 4</b>	2970,92
<b>MES 5</b>	3713,65
<b>MES 6</b>	4456,38
<b>MES 7</b>	5199,11
<b>MES 8</b>	5941,84
<b>MES 9</b>	6684,57
<b>MES 10</b>	7427,30
<b>MES 11</b>	8170,03
<b>MES 12</b>	8912,76

### **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

VAN=TASA DE DESCUENTO x FLUJO DE EFECTIVO-INVERSIÓN INICIAL

$$\text{VAN} = 12\% * 8912,76 - 2757,27$$

$$\text{VAN} = \quad \quad \$ 5.200,55$$

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

La tabla 14 da a conocer que si la inversión inicial de la empresa es de \$2.757,27 dólares, se obtendría una ganancia de \$5.200,55 dólares en el periodo particular establecido, con esto se puede concluir que los ingresos obtenidos son mayores a los egresos; por ende, la empresa es rentable y aceptable.

#### 7.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es un indicador que brinda los datos necesarios para saber si la empresa es rentable y facilita a los administradores la toma de decisiones o estrategias necesarias para las futuras inversiones a realizar. La tabla 15 muestra la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 15 TIR

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	-2757,27
<b>MES 1</b>	742,73
<b>MES 2</b>	1485,46
<b>MES 3</b>	2228,19
<b>MES 4</b>	2970,92
<b>MES 5</b>	3713,65
<b>MES 6</b>	4456,38
<b>MES 7</b>	5199,11
<b>MES 8</b>	5941,84
<b>MES 9</b>	6684,57
<b>MES 10</b>	7427,30
<b>MES 11</b>	8170,03
<b>MES 12</b>	8912,76

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

TIR= DIFERENCIA ENTRE LA INVERSION INICIAL Y EL FLUJO DE CAJA

TIR= 2.757,27 - (MES 1 A MES 12)

TIR = 67%

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

En la tabla 15 se observa un 67% en cuanto a la tasa interna de retorno, esto quiere decir que la empresa es bastante rentable y presenta un constante crecimiento, como resultado la empresa va por un buen camino.

#### 7.5.3. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).

El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es un indicador que permite conocer la cantidad de tiempo que la empresa necesita operar para recuperar el valor invertido inicialmente y a su vez determinar si una empresa es rentable o no.

En la tabla 16 se evidenciará el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).

Tabla 16 PRI

<b>GRANOLA HAYA</b>			
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>			
<b>AÑO 0</b>	<b>INVERSION</b>	<b>\$33.667,24</b>	<b>PENDIENTE POR RECUPERAR</b>
<b>AÑO 1</b>	FLUJO 1	\$8.912,76	\$24.754,48
<b>AÑO 2</b>	FLUJO 2	\$17.825,52	\$6.928,96
<b>AÑO 3</b>	FLUJO 3	\$26.738,28	-\$19.809,32
<b>AÑO 4</b>	FLUJO 4		

<b>VALOR</b>	<b>AÑO</b>	<b>MES</b>
\$6.928,96	2	5

Nota. Fuente: Autor: Johnn Pesantez

La tabla 16 indica que, en 2 años y 5 meses, la empresa tiene que operar con normalidad para poder recuperar el valor de inversión inicial; es decir, que a partir del segundo año se empezará a recibir una utilidad.

## 8. Conclusiones y Recomendaciones.

### 8.1. Conclusiones.

- En cuanto a los resultados que se obtuvo del presente proyecto se encontró que el uso de alternativas para ayudar a disminuir el sobre peso y obesidad, muchas de las veces son por falta de tiempo, las personas por temas laborales y familiares no cuentan con las facilidades necesarias para complementar su día a día con una alimentación sana y ejercicio, por este motivo, les impide poder mejorar sus estilos de vida y su vida se vuelve sedentaria; por ende, este ayuda a que el problema aumente.
- La demanda de productos saludables que ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas, cada día aumenta, gracias a que brindan el poder tener al alcance de su mano una alternativa que beneficie la salud al momento de alimentarse y que esta sea 100% natural.
- El uso de productos saludables con múltiples beneficios que ayudan a la mejora en la salud de las personas, actualmente se encuentran en tendencia.



- La elaboración de productos bajos en grasas y azúcares no solo son una opción saludable, sino que son inspiraciones para los emprendedores a seguir innovando en cuanto a la alimentación saludable para cubrir las necesidades de un público que día a día es más consciente de la importancia de cuidar su alimentación.
- Al término de la presente investigación se analizaron indicadores que muestran que el producto cumple con funciones de deseabilidad porque es un producto que gusta a la gente, de factibilidad puesto que es posible cubrir con la demanda de la localidad que se ha propuesto y tiene un buen alcance y en cuanto a viabilidad se ha estudiado los estados financieros que demuestran que la empresa es fuerte y estable dentro de temas contables, con efectos de lo antes mencionado se concluye que el proyecto es deseable, factible y viable.

## 8.2. Recomendaciones

- Que la investigación que conlleve a la mejora de calidad de vida de las personas gracias a una buena alimentación siga creciendo y elaborando nuevas alternativas.
- Concientizar a las personas sobre los problemas a los que se podrían enfrentar si presentan este tipo de diagnóstico (Sobrepeso y obesidad) mediante campañas, casas abiertas, charlas o talleres con temas de nutrición, buenos hábitos saludables, alimentación adecuada y la importancia del ejercicio en la vida diaria.

## 9. Bibliografía

Carolina Baldini García. (2017). *Reformulación de una granola artesanal utilizando tocoferoles como agentes antioxidantes para prolongar su vida de anaquel*. Tlaquepaque, Jalisco.

AGRARIA-INIA, I. N. (11 de ENERO de 2020). *GUIA TECNICA DEL CULTIVO DE PITTAHAYA*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.inia.gob.pe/wp-content/uploads/2020/01/Pitahaya.pdf

Anggie Verona Ruiz, J. U. (16 de Marzo de 2020). *Pitahaya (Hylocereus spp.): Cultivo, características fisicoquímicas, composición nutricional y compuestos bioactivos*. Obtenido de Scientia Agropecuaria: [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2077-99172020000300439#:~:text=Otros%20de%20sus%20beneficios%20es,al%20alivio%20de%20problemas%20estomacales](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-99172020000300439#:~:text=Otros%20de%20sus%20beneficios%20es,al%20alivio%20de%20problemas%20estomacales).

Blasco, E. M. (23 de Mayo de 2023). *12 beneficios sorprendentes de desayunar granola cada día*. Obtenido de Mejor con Salud: <https://mejorconsalud.as.com/12-beneficios-de-desayunar-granola/>

Conexión Esan. (7 de Febrero de 2019). *El proceso del Design Thinking: los pasos principales para desarrollarlo*. Obtenido de Conexión Esan: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-proceso-del-design-thinking-los-pasos-principales-para-desarrollarlo#:~:text=Empatizar.,verdaderas%20motivaciones%20y%20haci%C3%A9ndolas%20propias>.

Gómez, V. (13 de Agosto de 2023). *Más del 60% de adultos mayores sufren de sobrepeso y obesidad en Ecuador*. Obtenido de Expreso:

<https://www.expreso.ec/buenavida/60-adultos-mayores-sufren-obesidad-ecuador-169488.html>

Ingrid Adriana Rivera Pérez. (2019). La obesidad: una amenaza para nuestra salud.

*Revista Científica de FAREM-Estelí*, 6.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS . (18 de 01 de 2023).

*Poblacion Y MIGRACION* . Obtenido de

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/poblacion-y-migracion/>

Ma. Fernanda Ricalde , & José Luis Andrade. (2009). LA PITAHAYA UNA DELICIA

TROPICAL . *CIENCIA*, 15.

Ma. Fernanda Ricalde , & José Luis Andrade. (2009). La Pitahaya, una delicia tropical.

*Pitanova* , 8.

Manchado, J. (26 de Enero de 2023). *Ecuador es el país con mayor aumento de*

*sobrepeso en niños*. Obtenido de Revista PRIMICIAS:

<https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/sobrepeso-obesidad-ninos-ecuador-fao/>

maps, G. (19 de 03 de 2024). *Google maps*. Obtenido de

<https://www.google.com/maps/@-4.0277899,-79.2069993,19z?entry=ttu>

OPS Y OMS. (DICIEMBRE de 14). *Prevención de la obesidad*.

Organización Mundial de la Salud . (9 de Junio de 2021). *Obesidad y Sobrepeso*.

Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>

ORGANIZACION PANAMERICANA DE LA SALUD. (14 de DICIEMBRE de

2023). *Prevención de la obesidad*. Obtenido de

<https://www.paho.org/es/temas/prevencion-obesidad>

Vizuite, S. N. (2022). Actividad antioxidante, fenoles totales y tamizaje fitoquímico de

Dragón Fruit roja y amarilla. *RECIAMUC*, 10.

*Anexos.*

*Anexo 1. Preguntas cuestionario*

1. ¿Considera que el cuidado de su salud es importante?
  - Si ( )
  - No ( )
  
2. ¿Considera que llevar una buena alimentación es beneficioso para su salud?
  - Si ( )
  - No ( )
  
3. ¿Cada cuanto usted consume alimentos saludables (frutas)?
  - 5 veces a la semana o más ( )
  - 3 veces a la semana ( )
  - 1 vez a la semana ( )
  - No consume alimentos saludables (frutas) ( )
  
4. En general, ¿Cómo evaluaría su salud?
  - Excelente ( )
  - Buena ( )
  - Regular ( )
  - Mala ( )
  
5. ¿Cree usted que la granola ayuda a mejorar su salud?
  - Si ( )
  - No ( )
  
6. ¿Cree usted que la Pitahaya ayuda a los problemas digestivos y controlar el peso?

- Si ( )
- No ( )

*Anexo 2. Fotografías de entrevistas*

