



**REPÚBLICA DEL ECUADOR  
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
“EL PACÍFICO”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A OBTENER EL TÍTULO  
DE TECNÓLOGA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**

**TEMA:**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE UVILLAS DESHIDRATADAS EN EL  
SECTOR LLANO GRANDE, DISTRITO METROPOLITANO DE  
QUITO**

**AUTORA**

**CARLA GABRIELA OBANDO ZARABIA**

**DIRECTOR**

**ING. MARCO A. GUERRERO N. MSC**

**QUITO –ECUADOR**

**DICIEMBRE 2023**

**QUITO – ECUADOR**

## **DECLARACIÓN**

**Yo, CARLA GABRIELA OBANDO ZARABIA, declaro que el presente trabajo es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para Ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.**

**El Instituto Superior Tecnológico “El Pacífico”, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad intelectual por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.**

-----  
**C.C. 171953443-8**

## **CERTIFICACIÓN**

El director del trabajo de Titulación, luego de revisar las sugerencias y correcciones planteadas a la señora

**CARLA GABRIELA OBANDO ZARABIA**

Con el Tema

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCION Y  
COMERCIALIZACIÓN DE UVILLAS DESHIDRATADAS EN EL  
SECTOR LLANO GRANDE, DISTRITO METROPOLITANO DE  
QUITO**

Luego de haber cumplido con todas las etapas del trabajo de titulación, el proceso investigativo realizado científicamente.

Declaro apta al presente trabajo para la presentación a la defensa final.

DMQ, a los 23 días del mes de diciembre del 2023

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por la vida por la salud, por nunca soltar mi mano y por todas las bendiciones que me envía y cumplir todos los anhelos de mi corazón, a mis padres por su amor infinito, a mi esposo por su apoyo y ser indispensable en mi vida, a mis hijos por sus locuras por sus ocurrencias que alegran la vida y por todo el amor de un hijo pueden dar a su madre, mis hermanos que siempre me han visto como una mujer luchadora y eso hace que me esfuerce más para demostrarles que si puedo.

## DEDICATORIA

Esta meta que me he propuesto, se la dedico a mi familia, mis queridos hijos Luigi y Giussepe que con su paciencia han sabido entender el poco tiempo que les puedo dar, y aun así has visto las formas de ayudarme, a mi amado esposo Dino que con su apoyo incondicional me ha sabido sacar adelante sin rendirme dándome las fuerzas necesarias para cumplir uno de mis sueños, a mis respetados padres Edu y Marthy, por su felicidad y el orgullo de padres que me demuestran hacen que cada logro sea satisfactorio para seguir adelante y de igual forma por su apoyo y ayuda en todos los aspectos. Sin ellos nada de esto sería posible, agradezco a Dios por cada uno de ustedes, padres, hijos, esposo, hermanos, sobrinos, suegra y cuñados. Sin dejar atrás a la ayuda y tutoría de mi estimado Ing. Guerrero que con sus conocimientos y sabiduría me ha enseñado mucho.

Agradezco a todos con lo más profundo de mi corazón. No me cansare de decirles gracias mil gracias.

Carla

## INDICE GENERAL

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| INTRODUCCION .....                                         | 1  |
| CAPITULO I .....                                           | 2  |
| GENERALIDADES.....                                         | 2  |
| <b>1.1 Identificación y formulación del problema</b> ..... | 2  |
| <b>1.1.1 Identificación del problema</b> .....             | 2  |
| <b>1.1.2 Formulación del problema</b> .....                | 3  |
| <b>1.2 Justificación</b> .....                             | 3  |
| <b>1.3 Objetivos</b> .....                                 | 4  |
| <b>1.3.1 Objetivo general</b> .....                        | 4  |
| <b>1.3.2 Objetivos específicos</b> .....                   | 4  |
| <b>1.4 Factibilidad</b> .....                              | 5  |
| <b>1.5 Metodología</b> .....                               | 5  |
| <b>1.6 Variables</b> .....                                 | 6  |
| <b>1.6.1 Variable independiente</b> .....                  | 6  |
| CAPITULO II .....                                          | 7  |
| MARCO TEORICO .....                                        | 7  |
| <b>2.1 Uvilla</b> .....                                    | 7  |
| <b>2.1.1 Deshidratación</b> .....                          | 9  |
| <b>2.1.2 Secado</b> .....                                  | 10 |
| <b>2.1.3 El secado por gases calientes.</b> .....          | 10 |
| <b>2.1.4 El secado por contacto o conducción.</b> .....    | 11 |
| <b>2.1.5 Deshidratación osmótica.</b> .....                | 11 |
| <b>2.2 Glosario</b> .....                                  | 12 |
| <b>2.2.1 Proceso</b> .....                                 | 13 |
| <b>2.2.2 Proceso de deshidratación.</b> .....              | 13 |
| <b>2.2.3 Proceso de deshidratación de uvilla.</b> .....    | 13 |
| <b>2.3 Empresa</b> .....                                   | 16 |
| <b>2.3.1 Plan de negocio</b> .....                         | 16 |
| <b>2.3.2 Tipos de empresa.</b> .....                       | 17 |
| <b>2.3.3 Por sectores económicos.</b> .....                | 17 |
| <b>2.3.4 Por su tamaño.</b> .....                          | 18 |
| <b>2.3.5 Por origen del capital.</b> .....                 | 18 |

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| 2.3.6 Por la explotación y conformación de su capital.....      | 18 |
| 2.3.7 Por sector al que pertenece su actividad productiva. .... | 19 |
| 2.3.8 Requisitos para la conformación de una empresa. ....      | 20 |
| 2.4 Las empresas de servicios.....                              | 23 |
| 2.4.1 Tipos y características de servicios.....                 | 24 |
| 2.5 Producto.....                                               | 24 |
| 2.6 Organigrama.....                                            | 26 |
| 2.6.2 Organigrama horizontal. ....                              | 28 |
| 2.6.3 Organigrama mixto.....                                    | 29 |
| 2.6.4 Organigrama de bloque.....                                | 30 |
| 2.6.5 Organigrama circular.....                                 | 31 |
| 2.6.6 Organigrama funcional.....                                | 32 |
| 2.7 Diagrama y flujograma productivo. ....                      | 33 |
| 2.7.1 Normas para la creación de diagramas de flujo.....        | 35 |
| 2.7.2 Flujograma productivo.....                                | 36 |
| 2.7.3 Simbología para flujograma.....                           | 38 |
| 2.7.4 Tipos de flujogramas.....                                 | 41 |
| 2.8 Muestra.....                                                | 44 |
| 2.8.1 Encuesta.....                                             | 45 |
| 2.8.2 Elaboración de la encuesta.....                           | 46 |
| 2.8.3 Procesamiento de datos.....                               | 47 |
| 2.9 Oferta, Demanda y Demanda Insatisfecha.....                 | 56 |
| 2.9.1 Análisis de la demanda actual.....                        | 56 |
| 2.9.2 Demanda Futura.....                                       | 57 |
| 2.9.3 Balance de Oferta y Demanda.....                          | 58 |
| 2.10 Marketing Mix.....                                         | 59 |
| 2.10.1 Producto o servicio.....                                 | 60 |
| 2.10.2 Precio.....                                              | 60 |
| 2.10.3 Plaza.....                                               | 60 |
| 2.10.4 Promoción.....                                           | 61 |
| CAPITULO III.....                                               | 62 |
| INGENIERÍA DEL PROYECTO.....                                    | 62 |
| 3.1 Localización.....                                           | 62 |
| 3.1.1 Macro-localización.....                                   | 62 |
| 3.1.2 Micro-localización.....                                   | 64 |
| 3.2 Conformación de la Microempresa.....                        | 65 |

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.2.1 Logo .....                                                                             | 66 |
| 3.2.2 Slogan.....                                                                            | 66 |
| 3.2.3 Misión .....                                                                           | 67 |
| 3.2.4 Visión .....                                                                           | 68 |
| 3.2.5 Valores.....                                                                           | 69 |
| 3.2.6 Organigrama Estructural .....                                                          | 70 |
| 3.2.7 Organigrama Funcional.....                                                             | 71 |
| 3.2.8 Infraestructura física de la empresa .....                                             | 73 |
| 3.2.9 Infraestructura tecnológica .....                                                      | 74 |
| 3.3 Producto .....                                                                           | 75 |
| 3.3.1 Identificación del producto.....                                                       | 75 |
| 3.3.2 Presupuestos de Costos y Gastos .....                                                  | 76 |
| 3.3.3 Costo de Recursos Humanos .....                                                        | 76 |
| 3.3.4 Costo de maquinaria y herramientas .....                                               | 77 |
| 3.3.5 Servicios básicos .....                                                                | 77 |
| 3.3.6 Materia prima y materiales .....                                                       | 77 |
| 3.4 Capacidad de producción del proyecto .....                                               | 78 |
| 3.4.1 Flujograma de proceso .....                                                            | 78 |
| 3.5 Cadena de valor .....                                                                    | 79 |
| CAPITULO IV .....                                                                            | 80 |
| ANALISIS FINANCIERO .....                                                                    | 80 |
| 4.1 Inversión Inicial.....                                                                   | 80 |
| 4.2 Financiamiento .....                                                                     | 81 |
| 4.2.1 Costo Financiero .....                                                                 | 81 |
| 4.3 Costo de materias primas y materiales por unidad .....                                   | 82 |
| 4.4 Presupuestos de costos .....                                                             | 84 |
| 4.4.1 Precio del producto o servicio .....                                                   | 85 |
| 4.5 Evaluación del proyecto .....                                                            | 86 |
| 4.5.1 Estado de pérdidas y ganancias .....                                                   | 87 |
| 4.5.2 Cálculo del VAN, TIR, PRIN .....                                                       | 87 |
| 4.5.3 Punto de Equilibrio .....                                                              | 91 |
| 4.5.3.1 Punto de Equilibrio en cantidad de fundas de uvillas<br>deshidratadas de 100gr ..... | 92 |
| CAPITULO V .....                                                                             | 94 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....                                                          | 94 |
| 5.1 Conclusiones .....                                                                       | 94 |
| 5.2 Recomendaciones.....                                                                     | 94 |

## INDICE DE ILUSTRACIONES

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Ilustración N°1: Árbol de causa - problema.....                   | 2  |
| Ilustración N°2: Uvilla en planta.....                            | 9  |
| Ilustración N°3: Uvilla cosechada.....                            | 9  |
| Ilustración N°4: Uvilla limpia .....                              | 9  |
| ilustración N°5: Proceso de producción de producto terminado..... | 15 |
| Ilustración N° 6: Proceso para conformar una empresa .....        | 20 |
| Ilustración N° 7: Flujograma de proceso.....                      | 21 |
| Ilustración N° 8: Flujograma de Proceso .....                     | 22 |
| Ilustración N° 9: Obtención de RUC.....                           | 23 |
| Ilustración N° 10: Organigrama Vertical .....                     | 27 |
| Ilustración N° 11: Organigrama Horizontal .....                   | 28 |
| Ilustración N° 12: Organigrama Mixto .....                        | 29 |
| Ilustración N° 13: Organigrama de Bloque .....                    | 30 |
| Ilustración N° 14: Organigrama Circular .....                     | 31 |
| Ilustración N° 15: Organigrama Funcional.....                     | 32 |
| Ilustración N° 16: Flujograma Productivo .....                    | 34 |
| Ilustración N° 17: Ejemplo de un flujograma productivo .....      | 35 |
| Ilustración N° 18: Simbología de flujograma .....                 | 38 |
| Ilustración N° 19: Flujograma .....                               | 39 |
| Ilustración N° 20: Flujograma Vertical.....                       | 41 |
| Ilustración N° 21: Flujograma Horizontal .....                    | 42 |
| Ilustración N° 22: Flujograma Panorámico .....                    | 42 |
| Ilustración N° 23: Encuesta.....                                  | 46 |
| Ilustración N° 24 consumo de uvillas .....                        | 48 |
| Ilustración n° 25 considera alimento a la uvilla .....            | 49 |
| Ilustración n° 26 propiedades de la uvilla .....                  | 50 |
| Ilustración n° 27 frecuencia de consumo de la uvilla.....         | 51 |
| Ilustración n° 28 le agradaría consumir uvilla .....              | 52 |
| Ilustración n° 29 le agradaría la presentación de 100 g .....     | 53 |
| Ilustración 30 que valor pagaría por 100 g de uvilla.....         | 54 |
| Ilustración n° 31 donde le gustaría que se distribuya.....        | 55 |
| Ilustración n° 32 oferta demanda .....                            | 59 |
| Ilustración n° 33 quito urbano y parroquias rurales .....         | 63 |
| Ilustración n° 34 logo empresarial.....                           | 66 |
| Ilustración N° 35 organigrama estructural de la empresa.....      | 70 |
| Ilustración n° 36 organigrama funcional de la empresa .....       | 71 |
| Ilustración n° 37 infraestructura de la empresa Ecuauvilla .....  | 73 |
| Ilustración n° 38 flujo de proceso.....                           | 78 |
| Ilustración n° 39 cadena de valor .....                           | 79 |
| Ilustración N° 40: Grafico TIR.....                               | 90 |
| Ilustración N° 41: Grafico Punto de Equilibrio .....              | 93 |

## INDICE DE TABLAS

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1 lineamiento al Plan Nacional "el Encuentro" .....                                    | 4  |
| Tabla 2 encuestados divididos por sexo.....                                                  | 47 |
| Tabla 3 consumo de uvillas .....                                                             | 48 |
| Tabla 4 considera alimento la uvilla.....                                                    | 49 |
| Tabla 5 propiedades de la uvilla.....                                                        | 50 |
| Tabla 6 frecuencia de consumo de la uvilla .....                                             | 51 |
| Tabla 7 agradecería comer uvilla deshidratada.....                                           | 52 |
| Tabla 8 cual es el valor que pagaría por 100 g de uvilla <b>Error! Bookmark not defined.</b> |    |
| Tabla 9 donde le gustaría que se distribuya .....                                            | 55 |
| Tabla 10 donde le gustaría que se distribuyera..... <b>Error! Bookmark not defined.</b>      |    |
| Tabla 11: Oferta.....                                                                        | 56 |
| Tabla 12 crecimiento del sector agrícola Ecuador.....                                        | 57 |
| Tabla 13: Demanda Futura.....                                                                | 57 |
| Tabla 14: Demanda Insatisfecha.....                                                          | 58 |
| Tabla 15: Micro-localización .....                                                           | 65 |
| Tabla 16: Valor nutritivo .....                                                              | 75 |
| Tabla 17: Salario Operativo .....                                                            | 76 |
| Tabla 18: Salario administrativo .....                                                       | 76 |
| Tabla 19: Costo de maquinaria y herramientas .....                                           | 77 |
| Tabla 20: Servicios Básicos.....                                                             | 77 |
| Tabla 21: Materia Prima.....                                                                 | 77 |
| Tabla 22: Capacidad de Producción.....                                                       | 78 |
| Tabla 23: Inversión .....                                                                    | 80 |
| Tabla 24: Financiamiento.....                                                                | 81 |
| Tabla 25: amortización.....                                                                  | 81 |
| Tabla 26: Costos de producción.....                                                          | 82 |
| Tabla 27: porcentaje de la capacidad instalada.....                                          | 82 |
| Tabla 28: Presupuesto de costos.....                                                         | 84 |
| Tabla 29: presupuesto de Ingresos.....                                                       | 85 |
| Tabla 30: Precio.....                                                                        | 85 |
| Tabla 31: Estado de pérdidas y ganancias .....                                               | 87 |
| Tabla 32: Método de extrapolación.....                                                       | 89 |
| Tabla 33: Costos fijos y Variables .....                                                     | 91 |
| Tabla 34: Punto de equilibrio .....                                                          | 92 |

## INTRODUCCION

Esta empresa se especializa en la producción y comercialización de uvillas para el mercado nacional.

El motivo de este trabajo es brindar un producto que mantenga intactas las características del fruto, en este caso de la uvilla, haciéndolo exitoso a nuestra empresa.

Además, se busca brindar otra alternativa para que los consumidores tengan variedad y puedan elegir y esto se logrará mediante la realización de estudios de mercado que brinden pautas sobre las cuales crecerá el negocio.

Este estudio tiene como objetivo demostrar que la producción y comercialización de uvillas constituye una oportunidad para iniciar un nuevo negocio, que contribuirá al crecimiento económico del país.

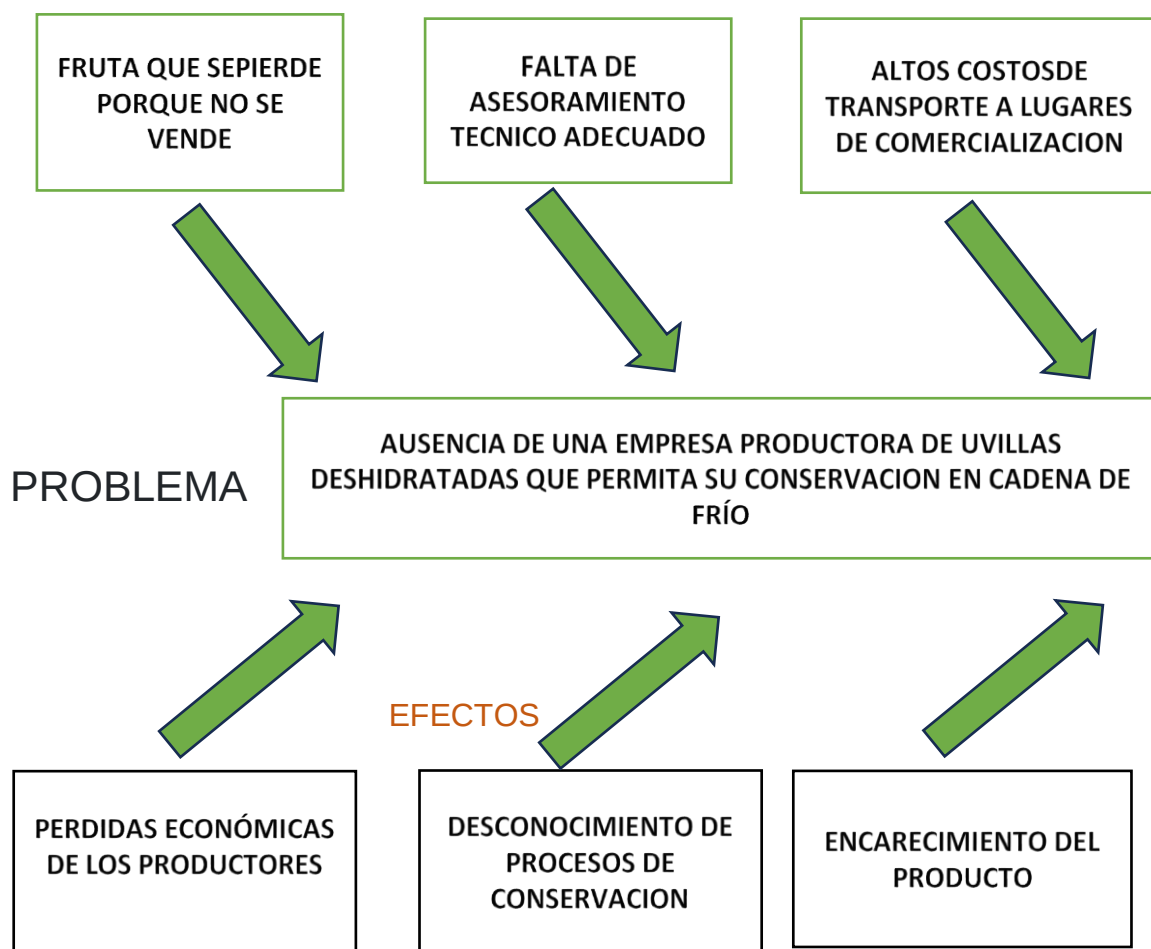
Brindará con el pasar del tiempo más fuentes de trabajo.

## CAPITULO I GENERALIDADES

### 1.1 Identificación y formulación del problema

#### 1.1.1 Identificación del problema

**ILUSTRACIÓN N°1: ÁRBOL DE CAUSA - PROBLEMA**  
**CAUSAS**



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Obando

- La fruta que no se vende es una gran pérdida para los productores.
- La empresa debe dar capacitaciones de asesoramiento técnico adecuado para que no haya desconocimiento de procesos de conservación.
- El costo alto de transporte hacia los lugares de comercialización hace que el valor del producto suba

### **1.1.2 Formulación del problema**

En el sector de Llano Grande, perteneciente a la parroquia de Calderón, en el D.M.Q., se cultiva la uvilla en considerables cantidades, por tanto, se hace necesario la creación de una empresa productora de uvillas deshidratadas, para el mercado del D.M.Q.

### **1.2 Justificación**

El presente proyecto para la creación de una empresa productora y comercializadora de la uvilla deshidratada tiene como finalidad encontrar futuros inversionistas y consumidores tanto nacionales como extranjeros, permitiendo la reactivación económica nacional con un producto agrícola no tradicional como es la *Physalis Peruviana*, conocida en nuestro medio con el nombre de uvilla ; especie vegetal nativa de los Andes cuyo fruto no ha sido cultivado de manera técnica en nuestro país, si no de manera tradicional.

## 1.3 Objetivos

### 1.3.1 Objetivo general

Elaborar un plan de negocio para la producción y comercialización de uvillas deshidratadas en el sector Llano Grande, Distrito Metropolitano de Quito.

**TABLA 1 LINEAMIENTO AL PLAN NACIONAL "EL ENCUENTRO"**

| TEMA                                                                                                                                         | LINEAMIENTO CARRERA | LINEAMIENTO AL PLAN NAC. DESARROLLO "EL ENCUENTRO"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ZONA DE INFLUENCIA                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Plan de negocio para la producción y comercialización de uvillas deshidratadas en el sector de Llano Grande en la parroquia de Calderón, DMQ | Emprendimiento      | Los objetivos del eje económico:<br>Generar más y mejores empleos, a través del emprendimiento y el apoyo a negocios populares.<br>Crear oportunidades laborales a partir de reformas que permitan y faciliten el emprendimiento, el perfeccionamiento de las modalidades contractuales, salarios competitivos.<br>Impulsar un sistema económico con reglas claras.<br>Fortalecer los vínculos comerciales con el mundo.<br>Promover un entorno de negocios que atraiga las inversiones, la asociación público-privada y la generación empleos. | Zona No.9, comuna llano grande Parroquia Calderón del Cantón Quito, DMQ |

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Obando

### 1.3.2 Objetivos específicos

- Definir la demanda insatisfecha.
- Elaborar el plan de marketing.
- Establecer la estructura de la organización y sus funciones.
- Planear el financiamiento
- Presupuestar costos y gastos.
- Evaluar el proyecto financiera y económicamente mediante calculo VAN, TIR, PRIN, Y PUNTO DE EQUILIBRIO.

### **1.4 Factibilidad**

La realización de la investigación de este plan de negocios, es factible pues aparte de los conocimientos en el área administrativa, se cuenta con los recursos necesarios para ejecutar la investigación de campo y encuestas para el estudio de mercado. Así mismo, se conoce muy bien el sector y los productores de uvillas en la zona.

Se tiene acceso a los proveedores de equipo y maquinaria para la deshidratación y el empacado al vacío, así como la disponibilidad de datos correspondientes a consumos de servicios básicos, en el sector.

Así mismo, para la realización del trabajo, se utilizará los conocimientos impartidos en la Carrera de Administración, del Instituto Tecnológico Superior “El Pacífico”, en las disciplinas de matemáticas, contabilidad, administración, investigación, marketing, proyectos, entre otras

### **1.5 Metodología**

Nuestra investigación será cuantitativa tomando la encuesta como nuestro instrumento de medición y análisis de frecuencias

Se implementará métodos de investigación inductiva-deductiva, para recolectar datos sobre gustos y preferencias del consumo de la uvilla deshidratada.

Ejecutar la investigación de campo y encuestas para el estudio de mercado. Se realizará la investigación de mercado, para conocer las necesidades y requerimientos del consumidor.

Se implementará métodos de investigación inductiva – deductiva, para recolectar datos sobre gustos y preferencias para tomar una decisión.

Se realizará investigación documental, a partir de fuentes primarias: revistas especializadas, entrevistas, periódicos y libros especializados.

Se hará la investigación directa mediante encuestas, cuyos datos serán procesados en cuadros, gráficos e interpretaciones.

Los tipos de software que se utilizará para el procesamiento de datos son, Word, Excel y Power Point.

## **1.6 Variables**

### **1.6.1 Variable independiente**

Productora y comercializadora

### **1.6.2 Variables dependientes**

- Estructuras orgánica y funcional de la empresa
- Capacidad instalada del negocio
- Procesos productivos, canales de distribución
- Inversiones y financiamiento
- Análisis de costos y gastos
- Costos totales y costos unitarios
- Evaluación del plan de negocio para cinco años
- Rendimiento financiero mediante las variables VAN, TIR, PRIN, Punto de Equilibrio Económico y Productivo.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1 Uvilla**

La uvilla, también conocida como la ‘uva serrana’, es una fruta que se está expandiendo en el campo agrícola del Ecuador. Actualmente se producen 700 hectáreas para la exportación.

Su forma esférica, su color amarillo y su sabor agridulce han hecho que las uvillas sean reconocidas como frutas exóticas en el extranjero.

La uvilla es una fruta que fue conocida por los incas. La historia cuenta que es nativa del Perú y que llegó al Ecuador como un fruto silvestre, ya que sus semillas se propagan fácilmente. Crece en un clima templado, de entre ocho y 20 grados centígrados y a una altura de 1 000 a 3 500 metros sobre el nivel del mar.

El cultivo de las semillas tiene dos facetas. Primero, las semillas son sembradas en camas (cajas de tierra). Una vez que han brotado plantas de 15 centímetros de alto son trasplantadas al terreno definitivo.

Las plantas crecen en forma de arbusto. En seis meses, pueden llegar a medir hasta 2,50 metros de alto. Se las debe sembrar a 2,50 metros de distancia una de otra para evitar que las ramas se enreden entre ellas y formen matorrales que pueden hacer que la producción se pierda porque se dificulta la cosecha.

“Además, si se siembra muy de cerca, los frutos salen más pequeños”, afirma Jorge Ortiz, técnico de una finca en la zona de Tabacundo, en Pichincha.

El crecimiento de la planta va acompañado de abonos que la fortalezcan. El abono orgánico debe implementarse al principio de la siembra para que la planta crezca más resistente a los hongos que puedan atacarla. Hay que

chequear los tallos y las hojas periódicamente y colocar fungicidas para evitar que se enfermen o se pudran.

“Para que la planta no se estrese, hay que cosechar las uvillas semanalmente”, explica Juan Jáuregui, propietario de la finca. Si los frutos se maduran demasiado, consumen más alimento y por ende la planta se desgasta más. Su vida útil es de ocho meses, promedio.

La flor de la que nace la uvilla mide dos centímetros. Sus colores son negro y amarillo. Cuando la flor cae, se forma un capuchón que recubre la uvilla hasta el momento de cosecharla. Esto es cuando la fruta haya tomado un color entre verde y amarillo.

En seis hectáreas de cultivo, Jáuregui obtiene 1 000 kilogramos de uvillas cada semana. “Las plantas crecen y dan frutas todo el año”, asegura.

Él, como muchos otros productores, vende las uvillas a fábricas para que las comercialicen deshidratadas. También se extrae la pulpa para venderla congelada. Jáuregui espera llegar a producir mínimo 8 000 kilogramos para poder exportar.

Sus propiedades nutricionales las hacen más cotizadas. Según, Ortiz, las uvillas son ricas en vitamina C (en 100 gramos de uvillas, hay 20 miligramos de vitamina C), regula el nivel de azúcar en los diabéticos y ayuda a eliminar los parásitos intestinales.

**ILUSTRACIÓN N°2: UVILLA EN PLANTA**

Fuente: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/cultivo-de-uvilla-crece-pais.html>  
Elaborado por: Carla Obando

**ILUSTRACIÓN N°3: UVILLA COSECHADA**

Fuente: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/cultivo-de-uvilla-crece-pais.html>  
Elaborado por: Carla Obando

**ILUSTRACIÓN N°4: UVILLA LIMPIA**

Fuente: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/cultivo-de-uvilla-crece-pais.html>  
Elaborado por: Carla Obando.

**2.1.1 Deshidratación**

Se considera el proceso en el cual se logra eliminar la totalidad del agua, esto impide el crecimiento microbiano y reduce la actividad enzimática, sin alterar los nutrientes, vitaminas y minerales manteniendo el mismo sabor.

Recibe diferentes denominaciones como secado, desecado.

La deshidratación de alimentos nos dará un sinfín de posibilidades gastronómicas.

### **2.1.2 Secado**

1. Secaderos solares directos. En líneas generales constan de una superficie de secado cubierta por un material transparente, que protege al producto de la lluvia y de la contaminación. Generalmente se utilizan para el secado de productos agrícolas.
2. Secaderos solares indirectos. En este tipo de secaderos, la radiación solar no incide directamente sobre el producto a secar.
3. Secaderos solares asistidos. Se trata de secaderos convencionales que se han modificado para poder utilizar energía térmica en sustitución de la energía solar.

### **2.1.3 El secado por gases calientes.**

Con este método los gases calientes se ponen en contacto con el material húmedo a secar para facilitar la transferencia de calor y de masa. En general son aparatos sencillos y de fácil manejo.

- Sistema de impulsión de aire.
  - Sistema de calefacción.
  - Recinto de secado, generalmente está calorifugado.
1. Secaderos de bandejas. Están formados por una cámara metálica rectangular, en cuyo interior se disponen unos bastidores móviles.
  2. Secaderos de túnel. El producto a secar se coloca sobre unas bandejas que se transportan con carretillas por el interior del túnel.
  3. Secaderos de cinta sinfín. Son secaderos continuos con circulación de aire a través del material, que se traslada sobre un transportador de cinta perforada.

4. Secaderos rotatorios. Son secaderos de funcionamiento continuo que constan de una carcasa cilíndrica ligeramente inclinada que gira sobre unas bandas de rodadura.
5. Secaderos de lecho fluidizado. En este tipo de secaderos el aire caliente se utiliza simultáneamente como agente de secado y de fluidización al ser forzado a pasar a través del lecho de partículas del alimento.

#### **2.1.4 El secado por contacto o conducción.**

En estos secaderos la transmisión de calor hasta el producto húmedo tiene lugar por conducción a través de una pared, generalmente metálica.

1. Secaderos de rodillos. En estos secaderos el producto se seca sobre la superficie de un rodillo giratorio calentado interiormente.
2. Secado a vacío. Este secadero consiste en una cámara a vacío conectada a un condensador y una bomba de vacío.
3. Secado a vacío de cinta sinfín. En estos secaderos el alimento a secar se distribuye en forma de pasta sobre una cinta transportadora de acero que circula en una cámara a vacío sobre dos rodillos huecos.

#### **2.1.5 Deshidratación osmótica.**

Si se sumergen frutas y hortalizas frescas en una solución azucarada o salina, que tiene una presión osmótica mayor que la del alimento, el agua pasa del alimento a la solución por la influencia del gradiente de la presión osmótica, por lo que la actividad de agua del alimento disminuye. La deshidratación osmótica no reduce suficientemente la actividad de agua como para impedir la proliferación de los microorganismos. El proceso aumenta, en cierta forma, la vida útil del alimento, pero no la preserva.

Los alimentos obtenidos por este método presentan ciertas ventajas:

1. Están disponibles para comer, no requieren rehidratación.
2. La cantidad de sustancia osmoactiva que penetra en el tejido puede ajustarse a requerimientos individuales.

3. La composición química del alimento se puede regular conforme a necesidades.
4. La masa de materia prima se reduce, usualmente a la mitad.

## 2.2 Glosario

- Nutrientes: Es decir, los nutrientes son algunas de las sustancias contenidas en los alimentos que participan activamente en las reacciones metabólicas para mantener todas las funciones del organismo.
- Vitaminas: Las vitaminas son sustancias químicas que no pueden ser sintetizadas por el organismo, y que están presentes en pequeñas cantidades en los alimentos siendo indispensables para la vida y las actividades cotidianas que realizan las personas. Por ejemplo: vitamina A, vitamina B3, vitamina C.
- Beneficios alimenticios: ayuda a mantener una buena salud y a prevenir enfermedades no transmisibles como la diabetes, las cardiopatías, los accidentes cerebrovasculares y el cáncer.
- Fruta exótica: son todas aquellas que provienen de países, sea para su consumo y/o cultivo, o son frutas nativas cuyo cultivo y consumo ha quedado a un nivel limitado, de tal gado que en el propio país tienen imagen de exóticas.
- Propiedades alimenticias: El valor nutricional se compone de macronutrientes esenciales: proteínas, grasas e hidratos de carbono, de micronutrientes como vitaminas y minerales y de los valores energéticos que nos aporta el alimento.
- Secado: El secado es una de las técnicas más antiguas, utilizadas en la conservación de alimentos, que consiste en quitar el agua de un alimento impidiendo así el crecimiento microbiano y retardando o inhibiendo las reacciones enzimáticas.

### **2.2.1 Proceso**

Un proceso es un conjunto de actividades planificadas que implican la participación de un número de personas y de recursos materiales coordinados para conseguir un objetivo previamente identificado.

### **2.2.2 Proceso de deshidratación.**

Los alimentos deshidratados y/o desecados son aquellos alimentos frescos a los que se les ha extraído el agua mediante métodos artificiales o naturales con el fin de disminuir el riesgo de contaminación y aumentar la vida útil.

### **2.2.3 Proceso de deshidratación de uvilla.**

El secado o deshidratado es una de las tecnologías más frecuentes de la agroindustria y consiste en la eliminación del agua del producto procesado. Esto se realiza mediante la evaporación del agua a través de una corriente de aire caliente permitiendo mantener el producto por más tiempo, reduciendo costos de transporte, de empaque y almacenamiento (Monsalve & Machado, 2007)

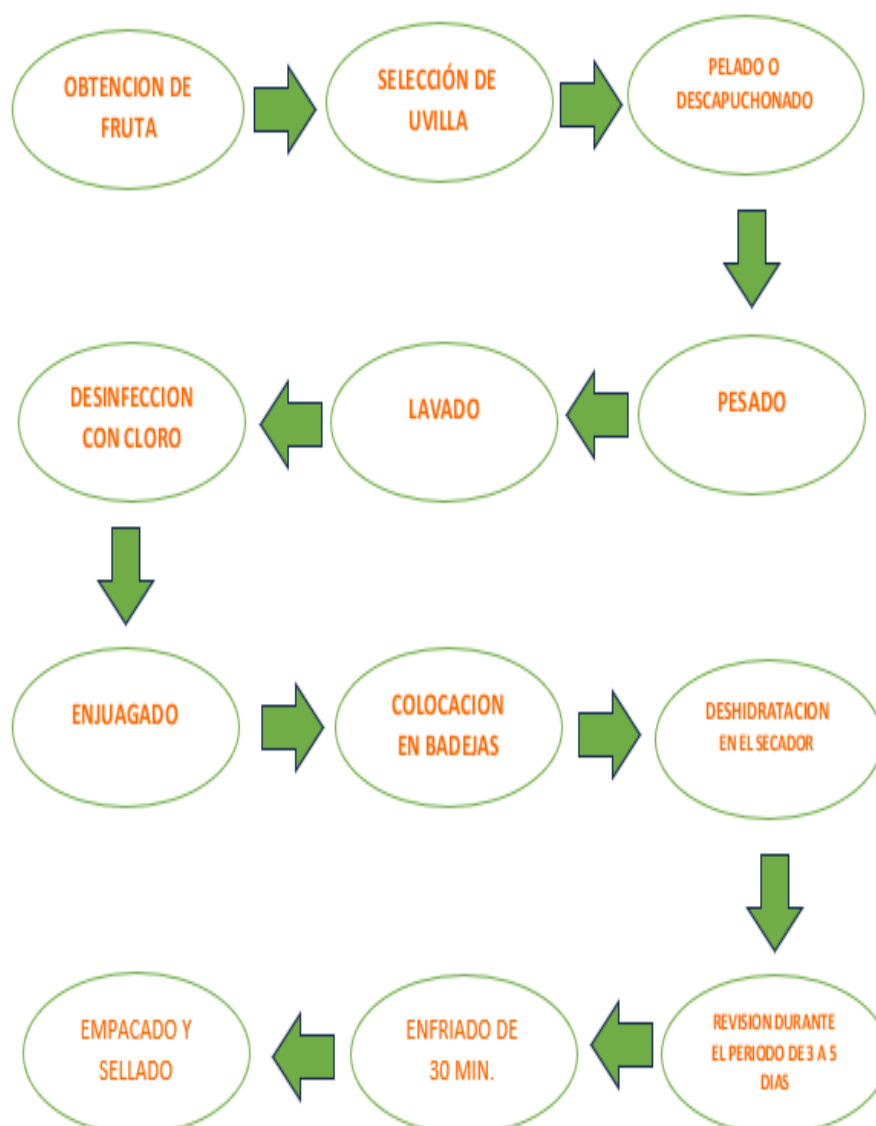
1. Recepción: La recepción de las materias primas trata de todos los productos que se adquiere de proveedores externos, donde se debe retirar todo producto de mala calidad como fruta demasiado madura o verde (Fernández & Fazquez, 1993).
2. Lavado: lavado se usa para retirar las impurezas del campo como la tierra y la suciedad que están adheridas a la superficie de la fruta.
3. Procesado: En general, la fruta debe ser pelada y se debe retirar las semillas y tallos según sea el caso. La importancia del pelado de la fruta es que el deshidratado pondrá la cascará más amarga y más dura durante este proceso. Una vez pelada debe cortarse por la mitad, cuartear o rebanar, teniendo en cuenta que los cortes deben tener el mismo grosor para que toda la fruta seque al mismo tiempo (Valdés, 2008).

4. Escaldado: el escaldado comúnmente conocido como “cocinar” o “sancochar” es la inmersión de frutas y hortalizas ya sea enteras o en trozos durante 3 a 5 minutos en agua hirviendo con la finalidad de ablandar los tejidos y reducir la carga microbiana (Gascon , Muravnick, & Andreuccetti, 2013), la siguiente tabla presenta la recomendación del tiempo de escaldado específico para diferentes frutas.
5. Temperatura de deshidratación La temperatura adecuada para deshidratar alimentos es de 50-60 °C, temperaturas mayores cocina la fruta en su exterior manteniendo agua en el interior (Valdés, 2008).

Producto temperatura Hierbas recomendada Mayor que 35° C Vegetales Mayor que 42° C Frutas Mayor que 50° C

El tiempo de secado en término medio demanda de 7 a 14 días para frutas con alto contenido de agua también de factores como grosor de la fruta, humedad relativa y temperatura ambiente (Gascon , Mu-ravnick, & Andreuccetti, 2013).

Uvilla en 40 C° Y 50 C° de 12 a 14 horas.

**ILUSTRACIÓN N°5: PROCESO DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTO TERMINADO**

Fuente: investigación directa  
Elaborado por: Carla Obando

## **2.3 Empresa**

Una empresa es la entidad organizada donde hay una actividad transformadora o productiva: a partir de unos recursos o factores (insumos) obtienen unos beneficios (productos), que pueden ser bienes o servicios, tangibles o intangibles, que son de mayor valor y utilidad, que separados y antes e la transformación.

Las empresas realizan actividades que crean utilidad por lo tanto riqueza, en el sentido de que la utilidad de los beneficios es superior a la de los insumos.

### **2.3.1 Plan de negocio**

Un plan de negocio es un documento formal de objetivos empresariales, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. Se emplea internamente por la administración para la planificación de las tareas, y se evalúa la necesidad de recurrir a bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al consorcio.

El plan de negocio puede ser una representación comercial del modelo que seguirá la empresa. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador o empresario, intentará organizar una labor empresarial y llevar a cabo las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha.

Empresa , administrador o empresario intentara organizar una labor empresarial y llevar a cabo las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito.

En conclusión, el plan de negocio es un proyecto explicado de cómo va a funcionar y proceder la empresa para poder llevarla a cabo.

### 2.3.2 Tipos de empresa.

- **Empresa unipersonal.** Son las que pertenecen a un único dueño.
- **Sociedad mercantil.** Son las empresas que pertenecen a un grupo de socios. Pueden ser una Sociedad Anónima (SA), una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) o una Sociedad en Comandita por Acciones (SCA).
- **Cooperativas.** Son las empresas que forman parte de los modelos comunitarios de economía social.

### 2.3.3 Por sectores económicos.

- **Sector primario.** Son las empresas que se dedican a la explotación de los recursos naturales para extraer materias primas. Por ejemplo: las empresas petroleras, las mineras o las agrícolas.
- **Sector secundario.** Son las empresas que se dedican a transformar las materias primas en productos terminados o productos semielaborados. Por ejemplo: las empresas textiles, las alimenticias o las automotrices.
- **Sector terciario.** Son las empresas que se dedican a los servicios comerciales y operativos, tanto para otras industrias como para el consumidor final. Por ejemplo: los bancos, las empresas de seguro, las empresas de telefonía e internet.
- **Sector cuaternario.** Son empresas que se dedican a la comercialización de la información y del conocimiento, es decir, brindan servicios que se basan en trabajos intelectuales o de la economía del conocimiento. Por ejemplo: las empresas dedicadas a la investigación de mercados, de consultoría o de medios de comunicación.

#### 2.3.4 Por su tamaño.

- **Microempresas.** Son las que tienen menos de 10 empleados.
- **Empresas pequeñas.** Son las que tienen entre 10 y 49 empleados.
- **Empresas medianas.** Son las que tienen entre 50 y 250 empleados.
- **Empresas grandes.** Son las que tienen más de 250 empleados.
- 

#### 2.3.5 Por origen del capital.

- **Público:** Su capital proviene del Estado o Gobierno.
- **Privado:** Son aquellas en que el capital proviene de particulares.
- **Economía Mixta:** El capital proviene una parte del Estado y la otra de Particulares.

#### 2.3.6 Por la explotación y conformación de su capital

- **Empresas locales.** Son las que ejercen su actividad comercial de forma exclusiva en la región o localidad en la que está ubicada la empresa. Por ejemplo: una panadería de barrio.
- **Empresas nacionales.** Son las que ejercen su actividad en todo el territorio nacional, de manera indistinta a la ubicación de su sede o locales. Por ejemplo: una empresa textil que confecciona ropa de trabajo y comercializa en diferentes puntos del país y a través del comercio electrónico.
- **Empresas multinacionales.** Son las que están registradas en un territorio determinado y pueden ejercer su actividad comercial en diferentes países. Por ejemplo: La empresa de tecnología Microsoft es de origen estadounidense, pero tiene sedes en diferentes países del mundo, y distribuye sus productos y servicios en casi todo el planeta.

- **Empresas tradicionales.** Son las que ejercen actividades comerciales a través de oficios o labores que requieren conocimientos que se transmiten entre las familias de generación en generación. Por ejemplo: un artesano, un matricero o un mecánico.

### 2.3.7 Por sector al que pertenece su actividad productiva.

- **Sector primario.** Son las empresas que se dedican a la explotación de los recursos naturales para extraer materias primas. Por ejemplo: las empresas petroleras, las mineras o las agrícolas.
- **Sector secundario.** Son las empresas que se dedican a transformar las materias primas en productos terminados o productos semielaborados. Por ejemplo: las empresas textiles, las alimenticias o las automotrices.
- **Sector terciario.** Son las empresas que se dedican a los servicios comerciales y operativos, tanto para otras industrias como para el consumidor final. Por ejemplo: los bancos, las empresas de seguro, las empresas de telefonía e internet.
- **Sector cuaternario.** Son empresas que se dedican a la comercialización de la información y del conocimiento, es decir, brindan servicios que se basan en trabajos intelectuales o de la economía del conocimiento. Por ejemplo: las empresas dedicadas a la investigación de mercados, de consultoría o de medios de comunicación.

### 2.3.8 Requisitos para la conformación de una empresa.

Para la constitución de una microempresa o de una gran industria, los procesos pueden ser largos y complejos. Sin embargo, la gratificación vendrá cuando tengas el respaldo legal para que pueda funcionar.

#### Estructura legal de la empresa

Si tu idea es tener una empresa de tipo familiar o con personas allegadas, puedes crear una compañía limitada. Esta se conforma por mínimo 2 y máximo 15 socios y tiene “capital cerrado” (capital con un número limitado de acciones que no se podrán cotizar en la Bolsa de Valores).

Si quieres que tu empresa no tenga límite de socios y tenga “capital abierto” (número ilimitado de acciones que sí se pueden cotizar en la Bolsa de Valores), puedes crear una compañía anónima.

**ILUSTRACIÓN N° 6: PROCESO PARA CONFORMAR UNA EMPRESA**



Fuente: <https://www.calameo.com/read/004388243ecc876818f04>  
Elaborado por: Carla Obando

Reserva un nombre. Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo debes revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que has pensado para la tuya. Elabora los estatutos. Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

Abre una “cuenta de integración de capital”. Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima (valores referenciales)
- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
- Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio
- Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.
- Eleva a escritura pública. Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

#### ILUSTRACIÓN N° 7: FLUJOGRAMA DE PROCESO



Fuente: <https://www.calameo.com/read/004388243ecc876818f04>  
Elaborado por: Carla Obando.

Se aprueba el estatuto. Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

Publica en un diario. La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

Obtén los permisos municipales. En el municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, deberás:

- Pagar la patente municipal

- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
- Inscribire tu compañía. Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa para inscribir una sociedad.

ILUSTRACIÓN N° 8: FLUJOGRAMA DE PROCESO



Fuente: <https://www.calameo.com/read/004388243ecc876818f04>  
Elaborado por Carla Obando.

Realiza la Junta General de Accionistas. Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

Obtén los documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

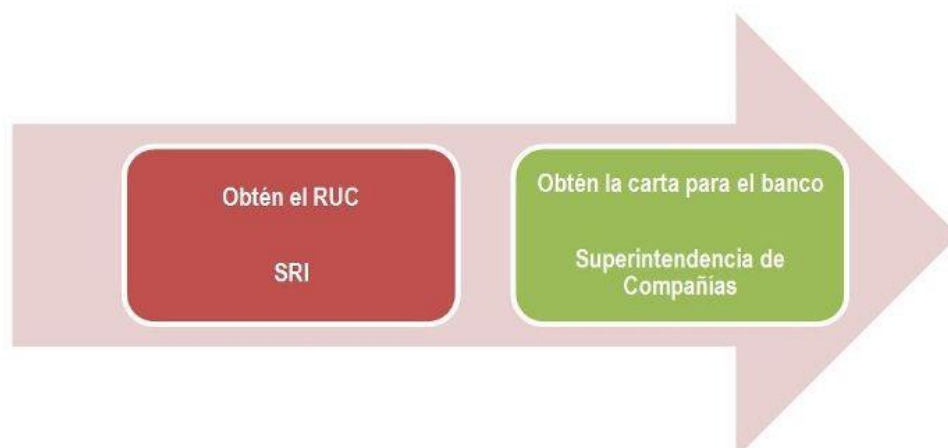
Inscribe el nombramiento del representante. Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

Obtén el RUC. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución

- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.

**ILUSTRACIÓN N° 9: OBTENCIÓN DE RUC**



Fuente: <https://lourdeschica.wordpress.com/encuestas/>  
Elaborado por Carla Obando.

Obtén la carta para el banco. Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

## **2.4 Las empresas de servicios**

Una empresa de servicios es un tipo de organización con fines de lucro, que ofrece a sus clientes bienes inmateriales para satisfacer ciertas necesidades puntuales. Este tipo de empresas se distingue de las empresas productivas o industriales, las cuales generan productos y bienes tangibles, que se pueden tocar y utilizar.

Los servicios son actividades y procedimientos destinados a satisfacer necesidades concretas y especializadas, que pueden tener que ver con el consumo, con el mantenimiento, con el transporte de personas o

mercancías, o con recursos esenciales para la vida, como es el caso de los servicios básicos: electricidad, gas, aseo urbano, entre otros.

Las empresas de servicios constituyen, naturalmente, parte del llamado sector terciario de la economía o sector servicios.

#### 2.4.1 Tipos y características de servicios

- **Son bienes intangibles.** La principal diferencia entre los servicios y otros tipos de bienes (como los productos) radica en que los primeros no se pueden tocar, es decir, no son objetos concretos, sino que son procesos y dinámicas que pueden involucrar diferentes objetos, lugares y elementos.
- **Son inseparables.** A diferencia de los bienes, que pueden en muchos casos descomponerse en sus elementos que los conforman, los servicios se reciben como un todo integrado, que se brinda y se consume en una misma ubicación. Por ejemplo, el servicio que brinda un restaurante no puede desplazarse hacia otros lugares.
- **Son efímeros.** Los servicios son perecederos, o sea, tienden a desaparecer en el tiempo una vez que son consumidos, de modo tal que no se puede guardar la porción no consumida del servicio (como sí se puede hacer de un bien físico) para más tarde.
- **Son heterogéneos.** Por su propia naturaleza, los servicios son muy variados y comprenden factores distintos entre sí, lo cual implica que existen diferencias en el servicio prestado y en la situación del cliente y la percepción que tiene de lo que recibe, ya que los servicios no se repiten de forma exacta.

#### 2.5 Producto

Del latín productus, se conoce como producto a aquello que ha sido fabricado (es decir, producido). Esta definición del término es bastante

amplia y permite que objetos muy diversos se engloben dentro del concepto genérico de producto.

El marketing establece que un producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor. El producto no material, por su parte, se denomina servicio. Los atributos de cada producto son aquellas características que motivan a un consumidor a probarlo; Un producto no necesariamente es algo físico y tangible; con que proporcione la satisfacción a los deseos de los clientes es suficiente. Puede tratarse por tanto de un servicio, una idea o incluso un lugar.

En la mercadotecnia se habla de producto para referirse al conjunto de atributos tangibles fácilmente identificables donde se incluyen color, precio, fabricante, empaque, etc., y que poseen un nombre que cualquier persona puede comprender.

Los productos pueden clasificarse en tres grupos diferentes, teniendo en cuenta su durabilidad y tangibilidad:

- Bienes no duraderos: son productos tangibles que se consumen con el uso (bebidas, jabón, sal, etc.).
- Bienes duraderos: aquellos productos tangibles que, si bien sufren un desgaste, no tienen un tiempo de vida limitado (refrigeradores, herramientas y ropa).
- Bienes de consumo: aquéllos que compran los consumidores finales para consumo propio.
- Bienes básicos: productos que los consumidores compran regularmente.

Bienes industriales: los que se compran para ser utilizados en el manejo de una empresa.

La diferencia entre éstos y los bienes de consumo radica en la finalidad por la se adquiere cada uno; por eso, un mismo producto puede convertirse en un bien industrial o de consumo.

Producto se entiende el resultado de un proceso que influye sobre la materia prima y es entregado a quien necesita para satisfacer una necesidad, por el cual cancela un reconocimiento monetario.

El producto es tangible cando se puede medir, tocar y usar; e intangible, cuando es parte de un proceso para entregar el bien intermedio a bien final, o que entregue a quien lo requiere para lograr un fin o satisfacción de una necesidad.

## **2.6 Organigrama**

El organigrama es un diagrama o representación gráfica que muestra la estructura interna de una empresa. Esta herramienta ayuda a entender cómo está integrada una compañía, ya que detalla áreas, funciones, niveles jerárquicos, relaciones de autoridad y nombre de los responsables de cada uno de los departamentos.

Los empleados y sus cargos se representan con rectángulos y otras figuras, a veces incluyen fotos, información de contacto, correo electrónico y enlaces a páginas web, íconos e ilustraciones. Las líneas rectas o con un ángulo de 90 grados unen los niveles. Esto crea una representación visual clara de la jerarquía y los rangos de todos los empleados, trabajos y departamentos que conforman la organización.

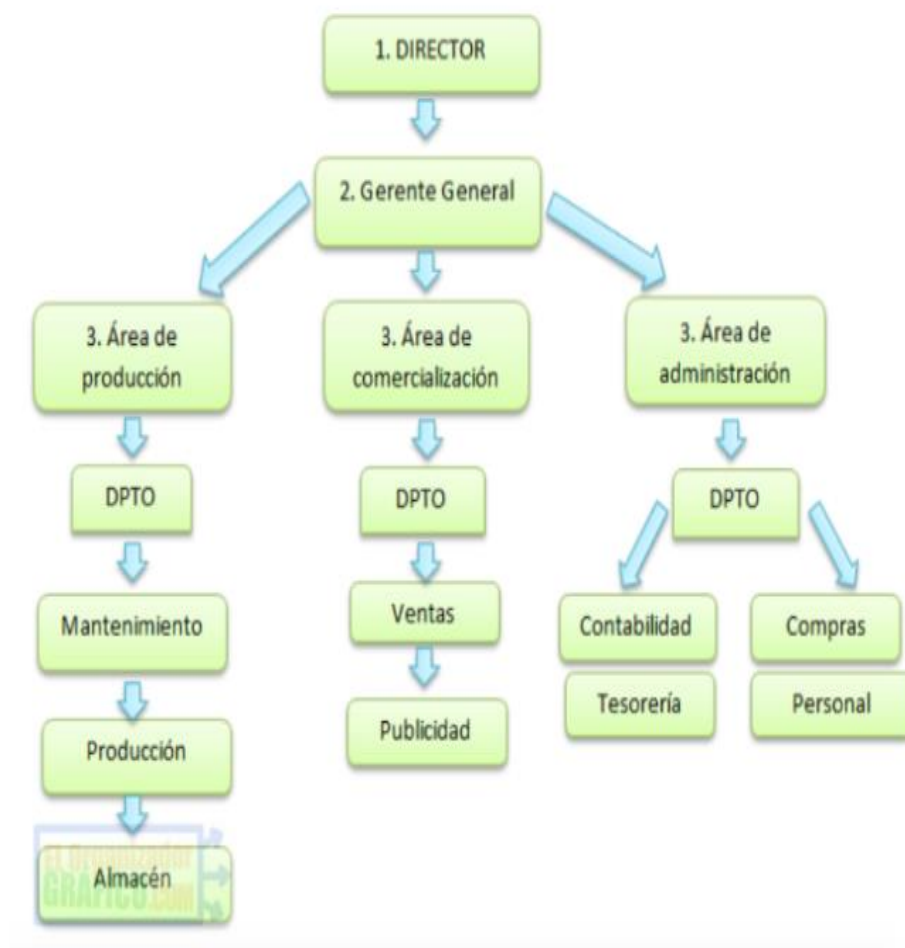
Los organigramas también se conocen con otros nombres, como diagramas de organización, diagramas organizativos o gráficos de

jerarquía. No te dejes engañar: aunque tienen nombres diferentes, se trata del mismo diagrama.

### 2.6.1 Organigrama vertical.

Es una representación gráfica que sirve para mostrar los niveles de jerarquía en una empresa y que tiene el objetivo final de identificar cuál es la cadena de mandos y quiénes son los miembros del equipo.

ILUSTRACIÓN N° 10: ORGANIGRAMA VERTICAL

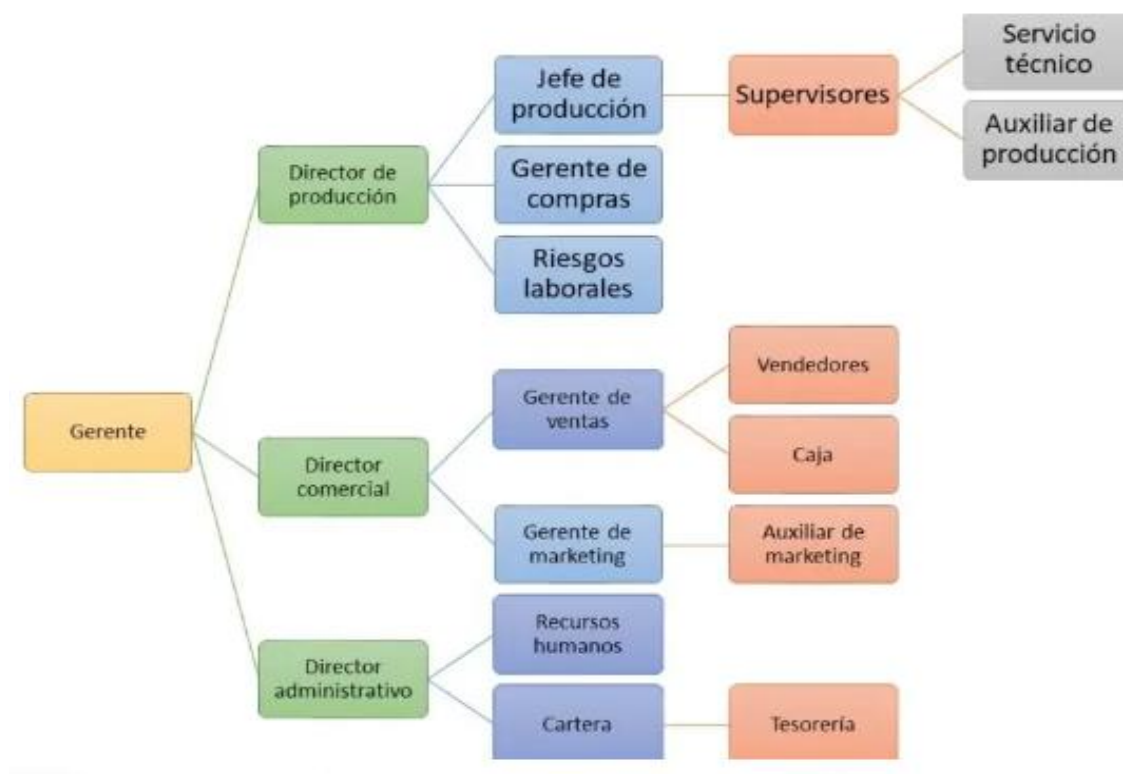


Fuente: <https://www.elorganizadorgrafico.com/organigrama-de-una-empresa-de-ropa/>  
 Elaborado por: Carla Obando.

### 2.6.2 Organigrama horizontal.

Es aquel que representa la estructura de una empresa de izquierda a derecha, en lugar de hacerlo de forma vertical. En otras palabras, se trata de un esquema que nos muestra, mediante celdas y flechas o líneas, cuáles son los componentes de la organización según su importancia.

ILUSTRACIÓN N° 11: ORGANIGRAMA HORIZONTAL

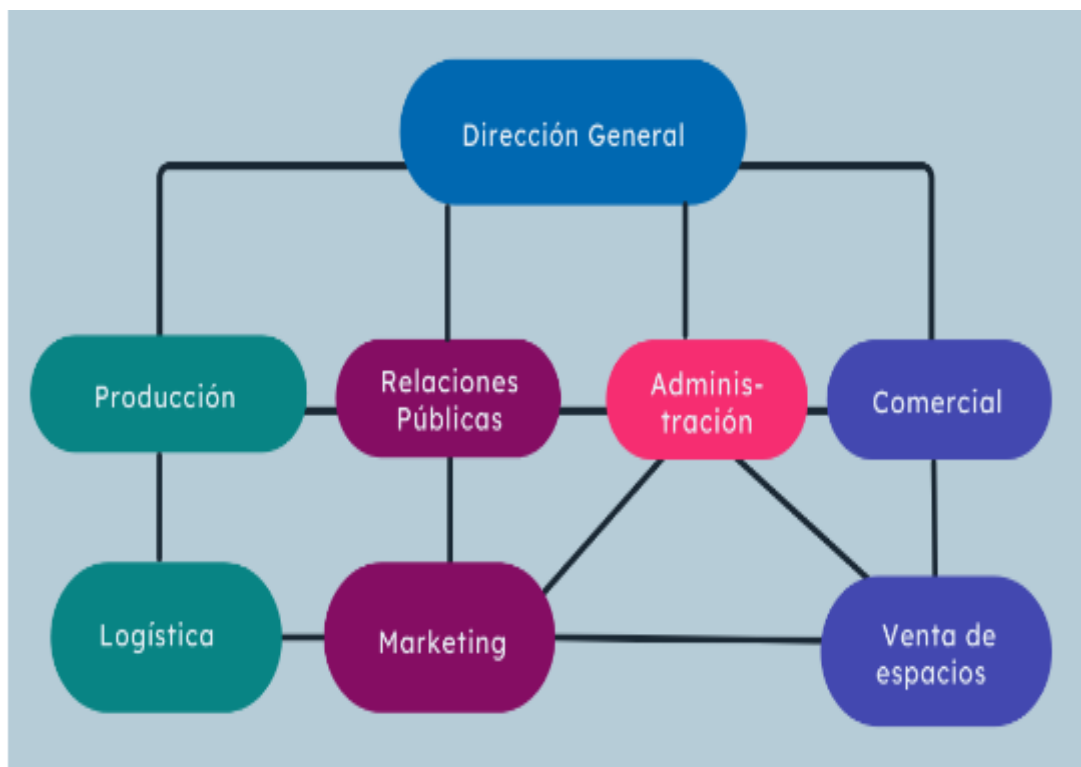


Fuente: <https://eladminis.com/organigrama-de-una-empresa/>  
Elaborado por: Carla Obando.

### 2.6.3 Organigrama mixto

Parte de un área principal que actúa como líder y se despliega de arriba hacia abajo con las diferentes áreas. De forma horizontal se despliegan los departamentos que componen cada área. Este tipo de organigrama es común en organizaciones de gran tamaño, con elevado número de empleados y divisiones.

ILUSTRACIÓN N° 12: ORGANIGRAMA MIXTO

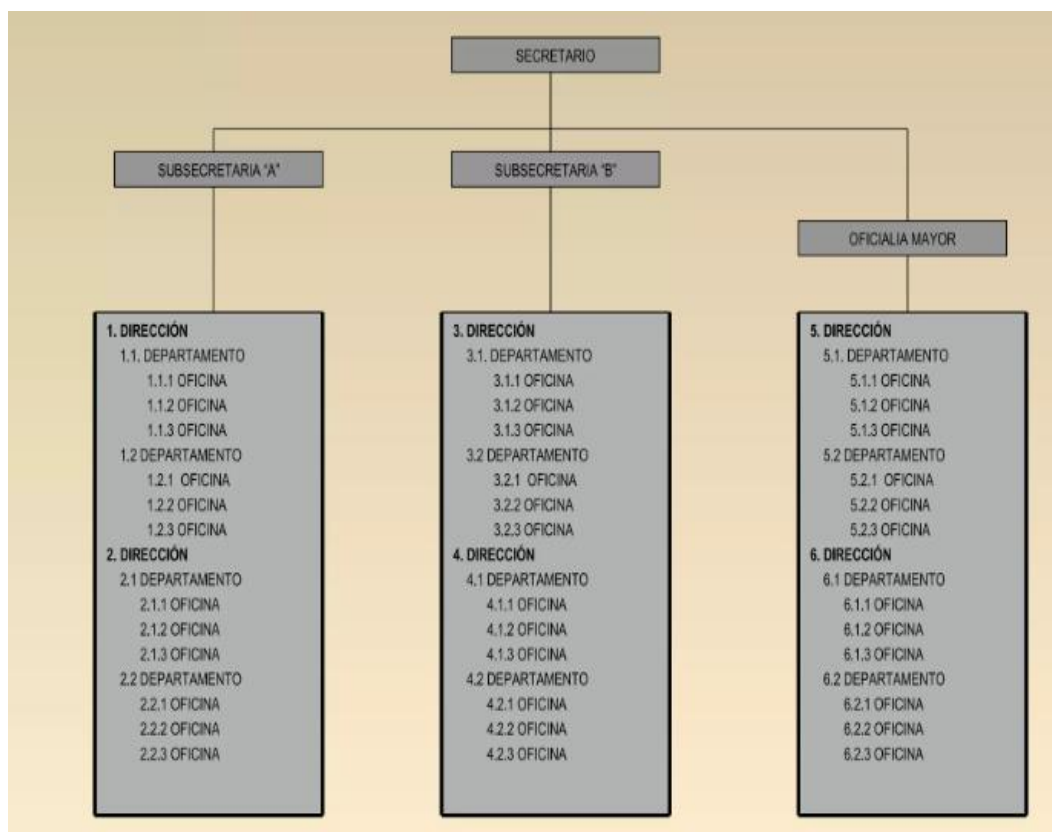


Fuente: <https://blog.hubspot.es/sales/organigrama-mixto>  
Elaborado por: Carla Obando.

## 2.6.4 Organigrama de bloque

Es una variante del organigrama clásico de tipo piramidal o jerárquico. Fluye desde la cima en orden vertical descendente. En la cima se encuentra el director general y en la base se encuentra el eslabón formado por los empleados.

**ILUSTRACIÓN N° 13: ORGANIGRAMA DE BLOQUE**



Fuente: <https://www.elorganizadorgrafico.com/tipos-de-organigramas/>  
Elaborado por: Carla Obando.

### 2.6.5 Organigrama circular

es aquel en el que los diferentes trabajadores o departamentos de una empresa se organizan en forma de círculos concéntricos, por lo que no existe una estructura jerárquica. Este tipo de organigrama se centra en las relaciones humanas y, generalmente, coloca a los clientes en el centro.

ILUSTRACIÓN N° 14: ORGANIGRAMA CIRCULAR



Fuente: <https://www.econfinados.com/post/los-organigramas>  
Elaborado por: Carla Obando.

### 2.6.6 Organigrama funcional

Este tipo de organigrama además de representar la estructura organizacional de la empresa, indica las funciones que debe cumplir cada departamento. Esto permite dividir el trabajo de una manera eficiente y evitar confusiones durante la división de tareas. Además, facilita la comunicación dentro de la empresa y ayuda a los empleados a saber cuál es su rol.

ILUSTRACIÓN N° 15: ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Fuente: <https://blog.hubspot.es/sales/organigrama-funcional>  
Elaborado por: Carla Obando.

## **2.7 Diagrama y flujograma productivo.**

Diagramar es representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo por medio de símbolos.

International Organization for Standardization (ISO), La Organización Internacional para la Normalización –ISO por sus siglas en inglés- es el organismo encargado de promover el desarrollo de normas internacionales de fabricación, comercio y comunicación para todas las ramas industriales a excepción de la eléctrica y la electrónica.

Las normas desarrolladas por ISO son voluntarias, comprendiendo que ISO es un organismo no gubernamental y no depende de ningún otro organismo internacional, por lo tanto, no tiene autoridad para imponer sus normas a ningún país.

La Norma ISO 9000 establece otro tipo de simbología necesaria para diseñar un diagrama de flujo, siempre enfocada a la Gestión de la Calidad Institucional, son normas de "calidad" y "gestión continua de calidad", que se pueden aplicar en cualquier tipo de organización o actividad sistemática, que esté orientada a la producción de bienes o servicios.

Se componen de estándares y guías relacionados con sistemas de gestión y de herramientas específicas como los métodos de auditoría.

Dicha simbología se muestra en el cuadro siguiente:

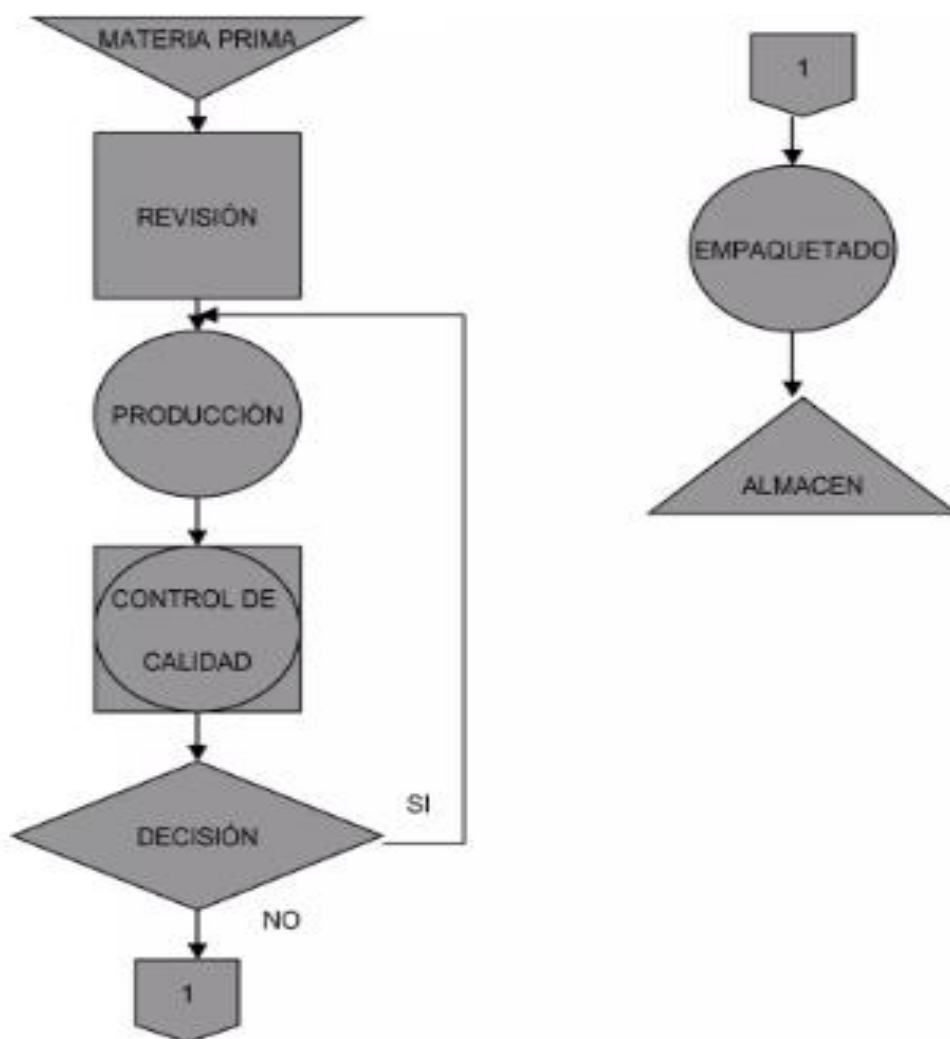
ILUSTRACIÓN N° 16: FLUJOGRAMA PRODUCTIVO

| Símbolo                                                                             | Significado                   | ¿Para que se utiliza?                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <b>Operación</b>              | Indica las principales fases del proceso, método o procedimiento.                                                                                        |
|    | <b>Operación e Inspección</b> | Indica la verificación o supervisión durante las fases del proceso, método o procedimiento de sus componentes.                                           |
|    | <b>Inspección y Medición</b>  | Representa el hecho de verificar la naturaleza, cantidad y calidad de los insumos y productos.                                                           |
|    | <b>Transporte</b>             | Indica cada vez que un documento se mueve o traslada a otra oficina y/o funcionario.                                                                     |
|    | <b>Entrada de bienes</b>      | Indica productos o materiales que ingresan al proceso.                                                                                                   |
|    | <b>Almacenamiento</b>         | Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.                                                                        |
|   | <b>Decisión</b>               | Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos.                                                                        |
|  | <b>Líneas de flujo</b>        | Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.                                                              |
|  | <b>Demora</b>                 | Indica cuando un documento o el proceso se encuentra detenido, ya que se requiere la ejecución de otra operación o el tiempo de respuesta es lento.      |
|  | <b>Conector</b>               | Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.       |
|  | <b>Conector de página</b>     | Representa la continuidad del diagrama en otra página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente en la que continua el diagrama de flujo. |

Fuente: [https://formaciontecnica.net/index.php?Option=com\\_sppagebuilder&view=page&id=89](https://formaciontecnica.net/index.php?Option=com_sppagebuilder&view=page&id=89)

Elaborado: Carla Obando

ILUSTRACIÓN N° 17: EJEMPLO DE UN FLUJOGRAMA PRODUCTIVO



Fuente: [https://formaciontecnica.net/index.php?Option=com\\_sppagebuilder&view=page&id=89](https://formaciontecnica.net/index.php?Option=com_sppagebuilder&view=page&id=89)  
 Elaborado por: carla Obando.

### 2.7.1 Normas para la creación de diagramas de flujo.

Diagrama de flujo tiene como objetivo hacer las cosas más claras, demostrar gráficamente cómo funciona un proceso.

Además, usted puede utilizar programas sencillos, disponibles en la mayoría de las computadoras, para hacer estos diagramas de flujo. Incluso con PowerPoint o Excel es posible hacer esto.

### 1. Defina los componentes de un proceso.

Si usted desea aprender cómo dibujar un diagrama de flujo para entender mejor un proceso, el primer paso es determinar sus componentes.

Entrada o inputs: son documentos, información, tablas, materiales, artículos, etc. que se utilizarán durante el procesamiento y serán transformados en una salida

Procesamiento: Son las acciones, que a través de las herramientas y técnicas se aplican a las entradas para transformarlas en salidas o productos.

Salida u outputs: Resultado del procesamiento que, de la misma manera que las entradas, pueden ser documentos, información, tablas, materiales, artículos, productos, servicios, la salida de un proceso generalmente es la entrada de otro?

### 2- Coloque cada procesamiento en el orden en que se producen

Se debe notar que a veces, algunos procesamientos pueden surgir en paralelo, o tienen que esperar a la salida de otros anteriores. Este tipo de detalle será más claro en los próximos pasos.

### 3- Haga las flechas que conectan los procesamientos

En este punto, usted se dará cuenta que quizás tenga que rediseñar el orden de los procesos. Pero tómese su tiempo: basta con escribir la secuencia de lo que está sucediendo. En el siguiente paso, usted indicará por medio de símbolos lo que se produce en cada paso del proceso: si hay que esperar otra tarea, si es necesario tomar una decisión, esperar datos, documentos, etc.

## 2.7.2 Flujograma productivo

El diagrama de flujo, también conocido como flujograma, es una herramienta utilizada para representar la secuencia de las actividades en un proceso.

Para ello, muestra el comienzo del proceso, los puntos de decisión y el final del mismo.

proporciona una visualización del funcionamiento del proceso, volviendo la descripción más intuitiva y analítica. Esta herramienta también expresa el flujo de la información, los materiales, las derivaciones del proceso y el número de pasos.

Es una de las siete herramientas básicas de gestión de calidad. Su objetivo principal es asegurar la calidad y aumentar la productividad del equipo. El diagrama de flujo se puede utilizar para desarrollar y mejorar la presentación gráfica de un proceso y para identificar el costo de la calidad (COQ). Estos son sus beneficios para la gestión de calidad:

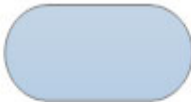
1. Control de calidad. El diagrama de flujo se utiliza como una herramienta para identificar actividades sin valor agregado en la ejecución del proceso y, de ese modo, mejorar el rendimiento.
2. Visión transparente. El diagrama de flujo mejora la comprensión del proceso. La diagramación hace posible aprender el conjunto de actividades, relaciones e incidencias de un proceso, enfocándose en aspectos específicos del mismo.
3. Identificación de clientes. Gracias al diagrama de flujo, es más fácil conocer las necesidades de los clientes y ajustar el proceso hacia la satisfacción de sus necesidades y expectativas.
4. Comunicación eficaz. El diagrama introduce un lenguaje común que mejora la comunicación de todo el equipo. Para ello, se deben realizar capacitaciones a los profesionales que lo administrarán.
5. Mejora de tiempos y costes. El diagrama de flujo facilita la aplicación de acciones en la optimización del tiempo y los costes de actividad. De esta manera, mejora la eficacia y la eficiencia del proceso.

El uso de un diagrama de flujo ayudará a mejorar los resultados del negocio en varias áreas o departamentos. Es una herramienta genérica que puede adaptarse para una amplia variedad de propósitos y para describir varios

procesos, como un proceso de fabricación, un proceso administrativo o de servicio, o un plan de proyecto.

### 2.7.3 Simbología para flujograma

ILUSTRACIÓN N° 18: SIMBOLOGÍA DE FLUJOGRAMA

| Símbolo                                                                             | Nombre           | Función                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Inicio / Final   | Representa el inicio y el final de un proceso                                                  |
|    | Línea de Flujo   | Indica el orden de la ejecución de las operaciones. La flecha indica la siguiente instrucción. |
|  | Entrada / Salida | Representa la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida              |
|  | Proceso          | Representa cualquier tipo de operación                                                         |
|  | Decisión         | Nos permite analizar una situación, con base en los valores verdadero y falso                  |

Fuente: <https://www.smartdraw.com/flowchart/simbolos-de-diagramas-de-flujo.htm>  
Elaborado por: Carla Obando.

ILUSTRACIÓN N° 19: FLUJOGRAMA



Fuente: <https://www.significados.com/diagrama-de-flujo/>  
 Elaborado por: Carla Obando.

- **Inicio o fin:** el óvalo o elipse se emplea para indicar el inicio y final del diagrama.
- **Paso, etapa o actividad:** el rectángulo posee información relativa al tipo de actividad que se realiza.
- **Decisión:** el rombo formula una pregunta o decisión a tomar. Usualmente, de esta figura surgen dos líneas de flujo, una cuando la respuesta es "Sí", y otra si la respuesta es "NO".
- **Entrada o salida de datos:** el rectángulo en cursiva se utiliza para mostrar cuándo se introducen o envían datos en el proceso.
- **Terminal:** el rectángulo redondeado tiene una función similar al de Inicio/Fin, pero sirve para ilustrar el inicio o final de un subproceso.
- **Flecha:** se utiliza para indicar el sentido de las acciones y la conexión entre los pasos.

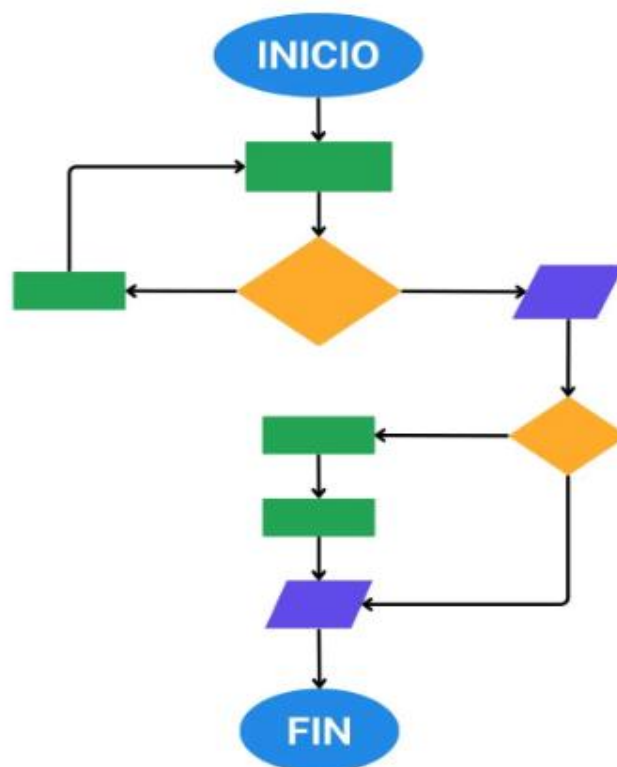
- **Comentarios y anotaciones:** la línea (sin flecha) y rectángulo abierto sirven para anotar comentario relacionado con un paso del diagrama.
- **Proceso predefinido:** el doble rectángulo sirve para incluir un proceso o subproceso ya definido en otra parte, ya sea dentro o fuera del diagrama.
- **Preparación:** el hexágono alargado ilustra un paso de preparación o inicialización de otro paso posterior.
- **Operación manual:** es un símbolo que indica una operación que debe activarse manualmente.
- **Entrada manual:** es un símbolo que indica una entrada de datos que se introduce de forma manual.
- **Documento:** este símbolo se usa cuando se imprime o guarda un documento con información del proceso. En ocasiones, se utiliza tres de estos símbolos de forma intercalada para mostrar que se guardan varios documentos.
- **Archivo temporal:** el triángulo indica que se trata de un archivo que se guarda temporalmente.
- **Archivo permanente:** el triángulo inverso indica que se trata de un archivo que permanece durante el resto del proceso.
- **Retraso:** el símbolo que mezcla el rectángulo con una elipse ilustra que, antes de realizar el siguiente paso, hay un retraso o demora en el proceso.
- **Conector on-page:** el círculo funciona como conector entre dos puntos del diagrama de flujo. Este símbolo se utiliza como mínimo en parejas, con letras que identifican la conexión entre los puntos. Es útil para diagramas de flujo complejos, pues puedes ahorrar flechas.
- **Conector off-page:** es un símbolo con una función similar al anterior, pero para conectar con otros diagramas de flujo.

#### 2.7.4 Tipos de flujogramas

**Flujograma lineal.** Son aquellos cuyo proceso puede seguirse de manera simple y secuencial, ya que los pasos o instancias se encuentran uno después del otro. Es el tipo más sencillo y rápido de flujograma, pero permite abarcar una cantidad de información muy moderada. Estos flujogramas, a su vez, pueden ser de varios tipos:

- **Flujogramas verticales**, cuando la secuencia de operaciones va de arriba a abajo, como una lista ordenada de pasos para completar un proceso.

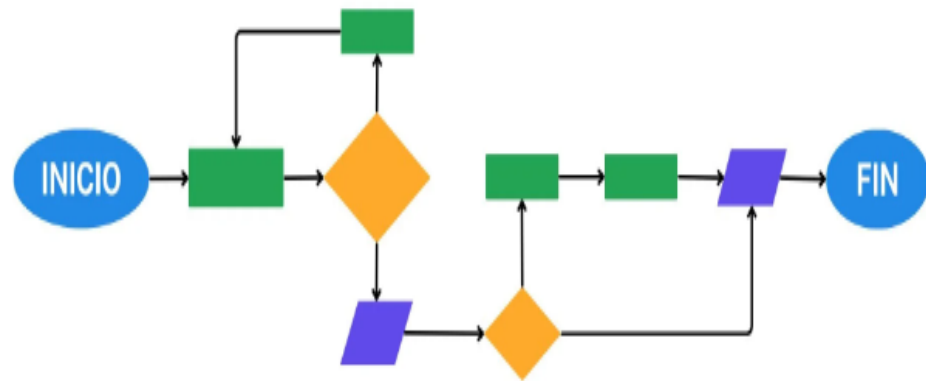
ILUSTRACIÓN N° 20: FLUJOGRAMA VERTICAL



Fuente: <https://www.significados.com/diagrama-de-flujo/>  
Elaborado por: Carla Obando.

- **Flujogramas horizontales**, cuando la secuencia de operaciones va de la izquierda a la derecha, en el sentido de la lectura.

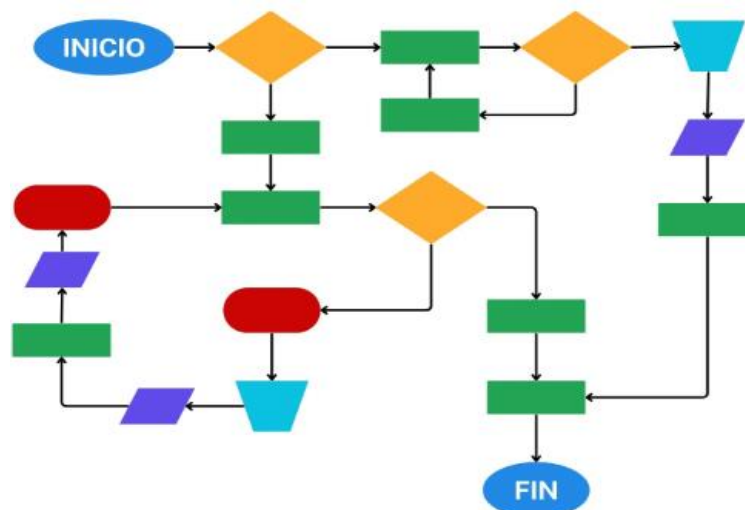
### ILUSTRACIÓN N° 21: FLUJOGRAMA HORIZONTAL



Fuente: <https://www.significados.com/diagrama-de-flujo/>  
Elaborado por: Carla Obando.

- **Flujogramas panorámicos**, cuando abarcan el proceso completo a través de la combinación de disposiciones verticales y horizontales.

## ILUSTRACIÓN N° 22: FLUJOGRAMA PANORÁMICO



Fuente: <https://www.significados.com/diagrama-de-flujo/>  
Elaborado por: Carla Obando.

- **Diagrama de flujo arquitectónico.**

El diagrama de flujo arquitectónico incluye el dibujo del espacio físico donde se desarrollará la sucesión de operaciones. Algunos ejemplos son realizar un diagrama de flujo sobre el plano de un circuito eléctrico, o al planificar la posición de reactores y sensores en un plano industrial.

- **Flujograma matricial.** Son aquellos en los que se establecen visualmente puntos de conexión lógica entre los elementos de un proceso (características, funciones, actividades), empleando para esto matrices, en lugar de secuencias lineales.

## 2.8 Investigación de mercado

La investigación de mercados es el proceso mediante el cual las empresas buscan hacer una recolección de datos de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones, pero su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor.

La industria está cambiando, los consumidores tienen nuevos hábitos de consumo, otras necesidades o preferencias.

¿Qué circunstancias los lleva a actuar de tal o cual manera, qué determina que elijan un producto u otro? La investigación de mercados nos indica hacia donde enfocar nuestros esfuerzos y recursos.

Para hacer esta investigación se recurre a métodos estadísticos y analíticos y de diversas técnicas para obtener los datos o información que necesitemos.

Los informes realizados luego de realizar dicha investigación nos dan las bases para actuar a favor del cliente y tener éxito en la compañía, también para definir, por ejemplo, campañas de publicidad y marketing, lanzar nuevos productos.

## 2.8 Muestra

Es la selección de un grupo homogéneo de una población para obtener criterios que representen al universo de la población y permita tomar una decisión.

Se aplicará la fórmula de cálculo de población infinita de acuerdo a las siguientes variables:

|                          |        |
|--------------------------|--------|
| Varianza                 | = 1,96 |
| Probabilidad éxito       | =0,95  |
| Probabilidad de no éxito | =0,05  |
| Error estadístico        | =0.05  |
| ¿Muestra                 | =?     |

$$m = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$m = \frac{(1,96)^2 * 0,95 * 0,05}{0,05^2}$$

$$m = \frac{0.1824}{0.0025}$$

$$m = 72$$

La muestra a la que se deberá solicitar información es de 72 personas.

### **2.8.1 Encuesta**

es un método de investigación que recopila información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas específicas. La mayoría de las encuestas se realizan con la intención de hacer suposiciones sobre una población, grupo referencial o muestra representativa.

sirve para recopilar información valiosa de un grupo de interés, cuyas respuestas te servirán para analizarlas, interpretarlas y tener un panorama que te ayude a tomar decisiones o a generar alguna estrategia o acción específica.

Hay varios tipos de encuesta en este caso vamos a utilizar la encuesta de investigación de mercados con la encuesta de opinión pública.

## 2.8.2 Elaboración de la encuesta

### ENCUESTA

Agradezco por el tiempo concedido para facilitar los datos que se requiere para realizar la investigación del trabajo de titulación para obtener el título tecnólogo en administración, sus datos se mantendrán en confidencialidad.

#### ILUSTRACIÓN N° 23: ENCUESTA

Edad:

Sexo: M ☐ F ☐

Ocupación:

1. ¿Consume Ud. uvillas?

SI

NO

2. ¿Considera Ud. que la uvilla es una fruta saludable?

SI

NO

3. ¿Conoce Ud. de las propiedades de la uvilla?

- Vitamina C ☐
- Vitamina A ☐
- Calcio, fosforo y hierro ☐

4. ¿Con que frecuencia Ud. consume la uvilla?

- 1 vez al mes ☐
- 2 veces al mes ☐
- 3 veces al mes ☐
- 4 veces al mes ☐

5. ¿Les gustaría consumir uvilla deshidratada, sin que haya perdido sus características alimenticias?

SI

NO

6. ¿Como le gustaría que sea la presentación de 100 gramos de uvilla deshidratada?

- Empaque al vacío ☐
- Envase plástico ☐

7. Cuanto pagaría Ud. Por 100 gramos de uvilla deshidratada como snack.?

\$ \_\_\_\_\_

8. Le gustaría que este producto esté disponible en:

- Tiendas ☐
- Supermercados ☐
- Vía online ☐
- Todas al anteriores ☐

### 2.8.3 Procesamiento de datos

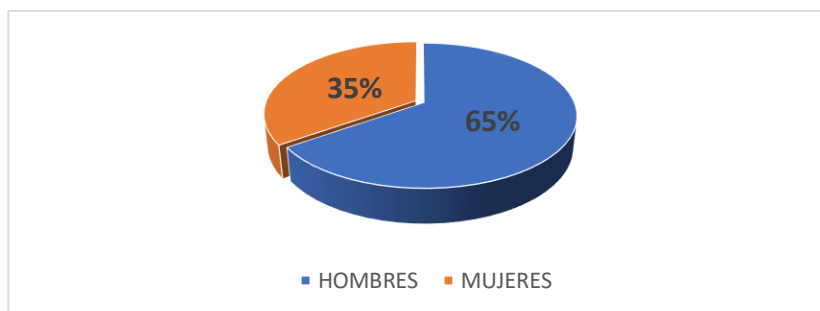
Después de haber realizado las encuestas dependiendo de la muestra designada se obtiene los siguientes datos estadísticos.

**TABLA 2 ENCUESTADOS DIVIDIDOS POR SEXO**

| Variable | Encuestados | Porcentaje |
|----------|-------------|------------|
| Hombres  | 47          | 65%        |
| Mujeres  | 25          | 35%        |
| Total    | 72          | 100%       |

Fuente: investigación directa  
Elaborado por Carla Obando

**ILUSTRACIÓN 24 ENCUESTADOS DIVIDIDOS POR SEXO**



Fuente: investigación directa  
Elaborado por Carla Obando

#### **Interpretación:**

Se procede a encuestar a 72 personas de varios sectores de la ciudad incluyendo la comuna llano grande, el resultado es del 35% mujeres y el 65% hombres, siendo mayor el número de hombres

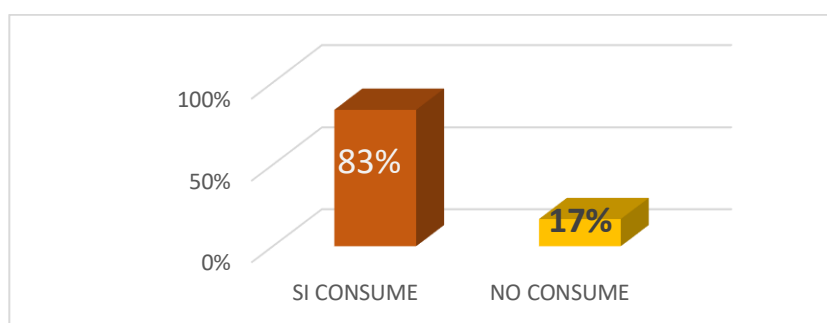
## 1. ¿Consume Ud. uvillas?

**TABLA 3 CONSUMO DE UVILLAS**

| Variables    | Encuesta  | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Si consume   | 60        | 83%         |
| No consume   | 12        | 17%         |
| <b>Total</b> | <b>72</b> | <b>100%</b> |

Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

**ILUSTRACIÓN N° 24 CONSUMO DE UVILLAS**



Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

### **Interpretación:**

De las 72 personas encuestadas el 83% dijeron que sí, pero al 17% que dijeron que no y siguieron con la encuesta por el interés en las siguientes preguntas.

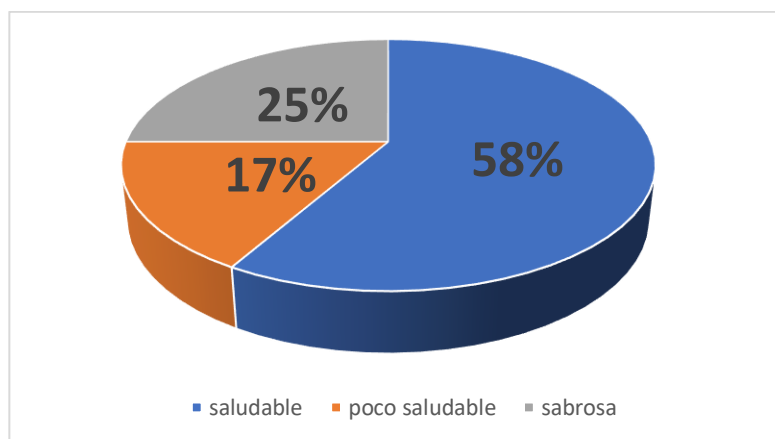
## 2. ¿Considera Ud. que la uvilla es una fruta saludable?

**TABLA 4 CONSIDERA ALIMENTO LA UVILLA**

| Variables      | Encuestados | Porcentaje  |
|----------------|-------------|-------------|
| Saludable      | 35          | 58%         |
| Poco saludable | 10          | 17%         |
| Sabrosa        | 15          | 25%         |
| <b>Total</b>   | <b>60</b>   | <b>100%</b> |

Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

**ILUSTRACIÓN N° 25 CONSIDERA ALIMENTO A LA UVILLA**



Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

### **Interpretación:**

El resultado de la encuesta se obtiene que el 58% de personas tienen el conocimiento de los beneficios de la uvilla, el 17% cree es poco saludable y el 25% reconoce que es sabrosa la uvilla.

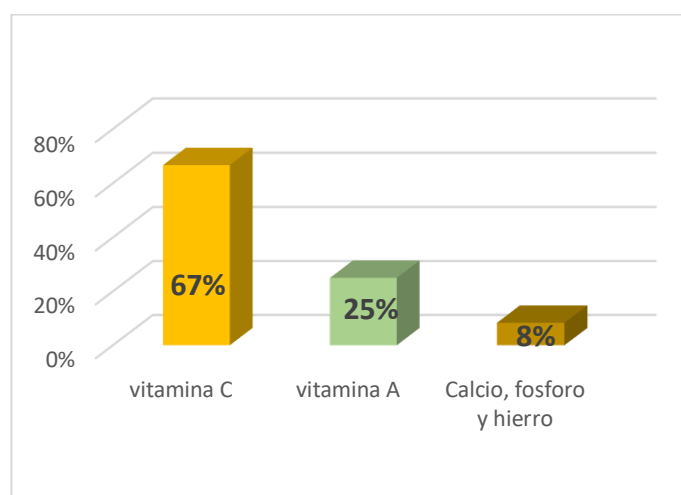
### 3. ¿Conoce Ud. de las propiedades de la uvilla?

**TABLA 5 PROPIEDADES DE LA UVILLA**

| Variables                | Encuestados | Porcentaje  |
|--------------------------|-------------|-------------|
| Vitamina c               | 40          | 67%         |
| Vitamina a               | 15          | 25%         |
| Calcio, fosforo y hierro | 5           | 8%          |
| <b>Total</b>             | <b>60</b>   | <b>100%</b> |

Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

**ILUSTRACIÓN N° 26 PROPIEDADES DE LA UVILLA**



Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

#### **Interpretación:**

El conocimiento de las propiedades de la uvilla es muy satisfactorio para la Vitamina C con 67% la vitamina A con un 25% y con un 8% para la el restante de propiedades como son el calcio, fosforo y hierro.

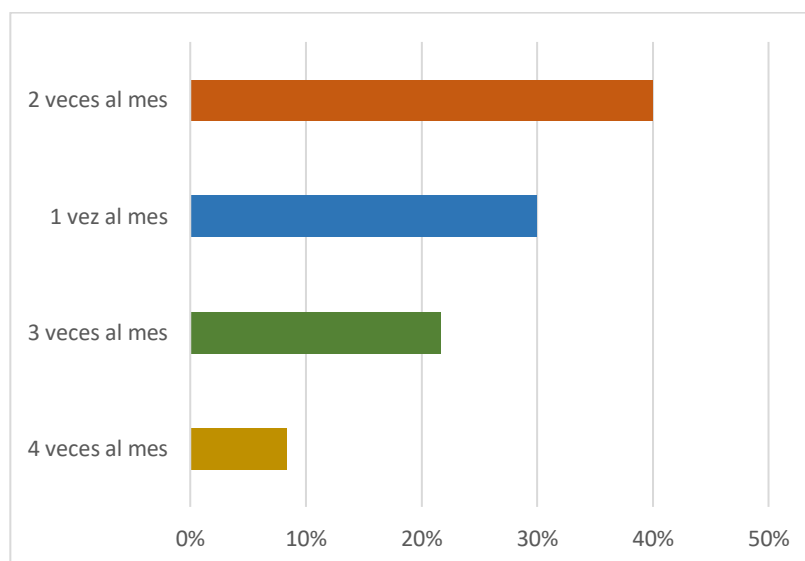
#### 4. ¿Con que frecuencia Ud. Consume la uvilla?

**TABLA 6 FRECUENCIA DE CONSUMO DE LA UVILLA**

| Variables      | Encuestados | Porcentaje |
|----------------|-------------|------------|
| 4 veces al mes | 5           | 8%         |
| 3 veces al mes | 13          | 22%        |
| 1 vez al mes   | 18          | 30%        |
| 2 veces al mes | 24          | 40%        |

Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

**ILUSTRACIÓN N° 27 FRECUENCIA DE CONSUMO DE LA UVILLA**



Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

#### **Interpretación:**

Es importante saber cuánto se consume la uvilla en la ciudad, obteniéndose los siguientes datos: el 40% consume 2 veces al mes, el 30% por lo menos una vez al mes, el 22% tres veces al mes y el 8% 4 veces al mes.

## 5. ¿Le agradaría consumir uvilla deshidratada?

**TABLA 7 AGRADARÍA COMER UVILLA DESHIDRATADA**

| Variables       | Encuestado | Porcentaje |
|-----------------|------------|------------|
| Si le agradaría | 53         | 88%        |
| No le agradaría | 7          | 12%        |
| Total           | 60         | 100%       |

Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

**ILUSTRACIÓN N° 28 LE AGRADARÍA CONSUMIR UVILLA**



Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

### Interpretación:

La preferencia de consumo de uvilla deshidratada sin que pierda sus propiedades alimenticias es de 88% mientras que el 12% dijo que no.

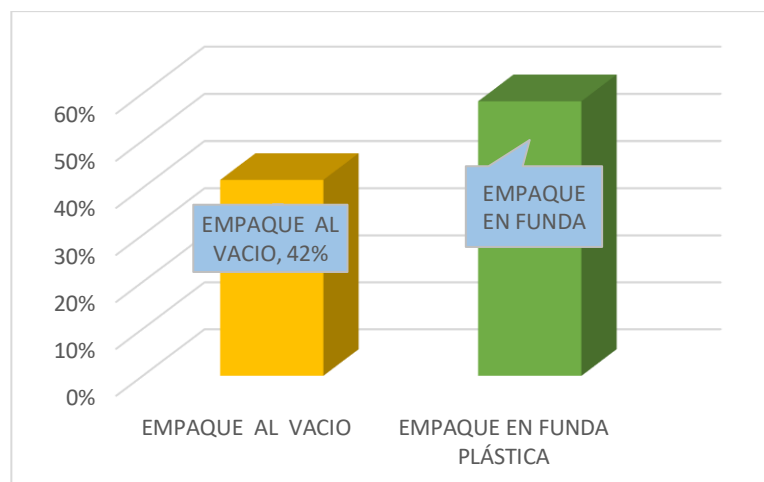
6. ¿Cómo le gustaría que sea la presentación de 100g de uvilla deshidratada?

**TABLA 8 ACOGERÍA LA PRESENTACIÓN DE 100 G DE UVILLA**

| Variables                        | Encuestados | Porcentaje  |
|----------------------------------|-------------|-------------|
| <b>Empaque al vacío</b>          | <b>25</b>   | <b>42%</b>  |
| <b>Empaque en funda plástica</b> | <b>35</b>   | <b>58%</b>  |
| <b>Total</b>                     | <b>60</b>   | <b>100%</b> |

Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

**ILUSTRACIÓN N° 29 LE AGRADARÍA LA PRESENTACIÓN DE 100 G**



Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

**Interpretación:**

El 42% de las personas encuestadas prefieren empaque al vacío por espacio y facilidad mientras que el 58% de personas prefieren en funda plástica por resistencia.

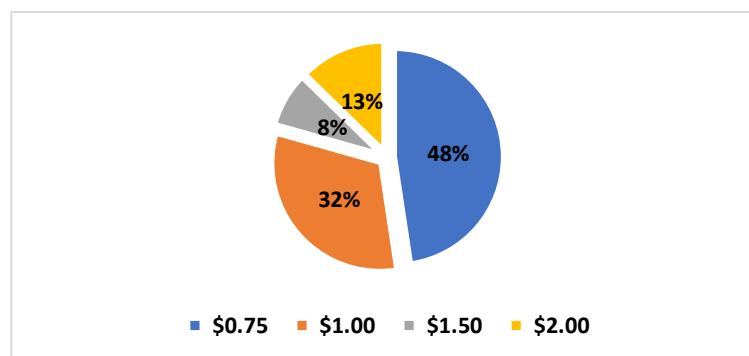
## 7. ¿Cuánto pagaría Ud. por 100g de uvilla deshidratada como un snack?

**TABLA 9 QUE VALOR QUE PAGARÍA POR 100 G DE UVILLA**

| Costo por 100 gr. | Encuestados | Porcentaje  |
|-------------------|-------------|-------------|
| \$ 0,75           | 30          | 48%         |
| \$ 1              | 20          | 32%         |
| \$ 1,5            | 5           | 8%          |
| \$ 2              | 8           | 12%         |
| <b>Total</b>      | <b>63</b>   | <b>100%</b> |

Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

**ILUSTRACIÓN 30 QUE VALOR PAGARÍA POR 100 G DE UVILLA**



Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

### Interpretación:

El costo es sumamente importante para las personas por lo tanto las personas con la mayoría de porcentaje con un 48% por ciento valora el costo del producto con un valor de \$0.75 seguido con un 32% con el valor de \$1.00, un 13% el valor de \$2.00 y con el valor de \$1.50 el 8%.

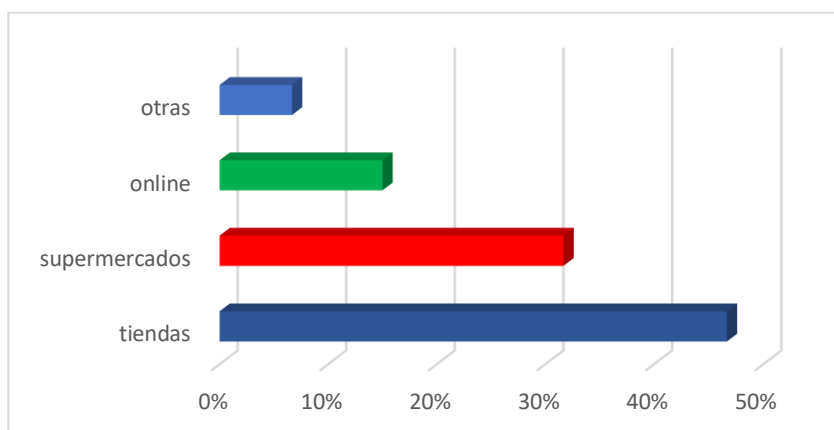
## 8. ¿Le gustaría que este producto esté disponible en:

**TABLA 8 DONDE LE GUSTARÍA QUE SE DISTRIBUYA**

| Variables     | Encuestados | Porcentaje  |
|---------------|-------------|-------------|
| Tiendas       | 28          | 47%         |
| Supermercados | 19          | 32%         |
| Online        | 9           | 15%         |
| Otras         | 4           | 6%          |
| <b>Total</b>  | <b>60</b>   | <b>100%</b> |

Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

**ILUSTRACIÓN N° 31 DONDE LE GUSTARÍA QUE SE DISTRIBUYA**



Fuente: investigación directa  
Elaborado por carla Obando

### Interpretación:

La facilidad de adquirir el producto para los encuestados favoreció en un 47% que sea comercializado en tiendas, mientras que un 32% desean que sea en supermercados, un 15% vía-online y el 7% por otros medios.

## 2.9 Oferta, Demanda y Demanda Insatisfecha

La oferta de este producto se refiere a la cantidad de uvilla que los productores están dispuestos a ofrecer al mercado tanto nacional como internacional a un determinado precio; al analizar la oferta se determina las condiciones que requiere la mora que se dispondrá en un mercado con fines económicos.

**TABLA 9: OFERTA**

| Oferentes        | Cantidad       | Porcentaje del total |
|------------------|----------------|----------------------|
| Pimanfruit       | 260000         | 22%                  |
| Collina product  | 285000         | 24%                  |
| Frunchis         | 325000         | 27%                  |
| Otras provincias | 320000         | 27%                  |
| <b>TOTALES</b>   | <b>1190000</b> | <b>100%</b>          |

Fuente: investigación directa.  
Elaborado: Carla Obando

### 2.9.1 Análisis de la demanda actual.

Es importante señalar que Colombia se constituye en el principal competidor del Ecuador. El producto en estos dos países presenta similitudes en:

- a) especie de uvilla y sus características,
- b) condiciones climáticas para su producción,
- c) producción durante todo el año.

Lo cual puede significar una gran oportunidad de mercado para nosotros, ya que si competimos con un producto de calidad podremos expandir nuestro mercado internacional y lograr un buen posicionamiento del producto.

Otros importantes productores son Chile y Sudáfrica.

SE ESTIMA QUE EL SECTOR AGRICOLA CRECERA EN UN 2,7 % ANUAL

SEGÚN INEC BASE: 1190000

**TABLA 10** CRECIMIENTO DEL SECTOR AGRÍCOLA ECUADOR

| Años | Cantidad | Tasa de crecimiento |
|------|----------|---------------------|
| 2024 | 1222130  | 2,7%                |
| 2025 | 1255128  | 2,7%                |
| 2026 | 1289016  | 2,7%                |
| 2027 | 1323819  | 2,7%                |
| 2028 | 1359563  | 2,7%                |

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Obando

### 2.9.2 Demanda Futura

Para estimar la demanda futura, se tomará en cuenta la población urbana de Distrito Metropolitano de Quito del 2022 cuyos datos provisionales son proyectados por el INEC, y presentan una tasa de crecimiento promedio anual del 1.30%.

**TABLA 11: DEMANDA FUTURA**

EN: Fundas de 100 g.

| Rubros                         | Cantidad         | Unidad |
|--------------------------------|------------------|--------|
| Consumo aparente de 30-64 años | 1,179.293        | 100g   |
| consumidores potenciales       | 766.540          | 100g   |
| consumen una vez por mes (12)  | 9198.485         | 100g   |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>9,198.485</b> |        |

Fuente: Investigación directa  
Elaborado: Carla Obando.

Consumo aparente

1,179.293 personas potenciales consumidores de 30-65 años que si consumirán.

Según lo encuestado es 65%

$1,179.293 * 0.65 = 766.540$  1 vez almes según lo encuestado

$766.540 * 12 \text{ mese} = 9,198.485$  fundas de 100g por año.

La presentación de las uvillas deshidratadas se lo hará en empaques de 100 gramos cada uno lo que comprendería una demanda de 9.198.485 empaques de 100 gramos al año.

Estimación de la demanda insatisfecha.

**TABLA 12: DEMANDA INSATISFECHA**

| <b>Años</b> | <b>Oferta</b>  | <b>Demanda</b>  | <b>Deficit</b>  |
|-------------|----------------|-----------------|-----------------|
| <b>2024</b> | <b>1222130</b> | <b>9318065</b>  | <b>-8095935</b> |
| <b>2025</b> | <b>1255128</b> | <b>9597607</b>  | <b>-8342480</b> |
| <b>2026</b> | <b>1289016</b> | <b>9885535</b>  | <b>-8596520</b> |
| <b>2027</b> | <b>1323819</b> | <b>10182102</b> | <b>-8858282</b> |
| <b>2028</b> | <b>1359563</b> | <b>10487565</b> | <b>-9128002</b> |

Fuente: Investigación directa  
Elaborado: Carla Obando.

### **2.9.3 Balance de Oferta y Demanda**

Demanda Insatisfecha, término usado en todo proyecto que engloba los siguientes conceptos:

Demanda no atendida, es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada.

Demanda atendida, es aquella donde se brinda el servicio y/o producto a casi la totalidad del mercado, pero se satisface en forma parcial la necesidad identificada, por lo que también representa una demanda insatisfecha. Aquí el proyecto debe brindar un nuevo servicio que incorpore esos requerimientos, por lo tanto, la oferta actual del nuevo servicio sería nula.

Entonces, la «demanda insatisfecha» es aquella que incluye una de las demandas antes mencionadas o su combinación; en este caso, el proyecto cubrirá la demanda no atendida y/o la demanda atendida pero no satisfecha.

En términos operativos la comparación de lo que se requiere (demanda) y lo que se está satisfaciendo (oferta) es la demanda insatisfecha, por lo que ambas deben estar expresadas en las mismas unidades.

ILUSTRACIÓN N° 32 OFERTA DEMANDA



Fuente: Industrial Data, revista investigadora  
Elaborado por: Carla Obando.

## 2.10 Marketing Mix.

Diversos factores y transformaciones influyen en la conducta de los consumidores, lo cual obliga a las empresas a mantener en evolución constante sus productos o servicios, a fin de seguir cumpliendo con las expectativas de sus clientes.

El marketing mix tiene por objeto determinar cuáles son las acciones que debe emprender una empresa o marca para satisfacer a los clientes en torno a una oferta comercial. Para lograrlo, es necesario que las empresas sepan qué producto van a lanzar, cuál es la estrategia de precios que utilizarán, en qué puntos de venta se ofrecerán y cómo se promocionarán al cliente. Estos aspectos son también conocidos como las 4 P del marketing.

La Visión de la empresa Ecuauvilla se ha planteado cumplir con las 4Ps clásicas, como son:

#### **2.10.1 Producto o servicio**

La distribuidora para poderse posesionar en el mercado aplicará la planificación de brindar un buen servicio, impartiendo la distribución de un alimento que garantice la calidad cuidando no afectar la salud.

Emitirá mensualmente promociones de la mercadería actualizada.

Se utilizará canales de distribución para mantener abastecido a las pequeñas y grandes empresas.

#### **2.10.2 Precio**

Los precios deben ser competitivo, así como podremos elaborar las funditas de g. también podríamos aumentar la cantidad a un menos costo por el mismo hecho de empaque que nos saldría más económico si lo importante es poder alcanzar al bolsillo de todos los clientes potenciales, se podrá en conocimiento promociones por la compra al por mayor con un porcentaje de descuento.

#### **2.10.3 Plaza**

Al haberse propuesto ser líder en el mercado de distribución de un alimento saludable, se recurrirá a la publicidad de radios, prensa, redes sociales, exposiciones y boleteado de trípticos con las garantías de la calidad del producto.

#### **2.10.4 Promoción.**

A más de las ofertas, mejoras de servicio por los canales de distribución y promociones que se realizarán, se debe difundir mediante una estrategia de mensajería o redes sociales para una mayor acogida.

Se realizará en exhibición parte del proceso de la elaboración del producto como tal para que observen los principales pasos y materiales y vean que los beneficios no se pierden durante el proceso.

Se examinará trimestralmente el impacto que alcance el plan de marketing mix de los productos como también la acogida a la distribuidora.

Se realizará propagandas con la exhibición del producto dando un plus a las ventajas que tenga para nuestra salud.

Se entregará muestras de productos con el debido empaque y su sello para que la gente pueda reconocer en cualquier parte de la ciudad.

## **CAPITULO III**

### **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

#### **3.1 Localización**

De acuerdo a González Gómez (2012), manifiesta “La localización de una instalación es el proceso de elegir un lugar geográfico entre varios para realizar las operaciones de una empresa. Los gerentes de empresas tienen que sopesar muchos factores cuando evalúan la conveniencia de un sitio en particular.”

La decisión de en donde se desarrollará las operaciones de una empresa, es una muy importante decisión, por su posible impacto y las implicaciones, por lo que se requiere de una atención adecuada por parte de la dirección. La decisión sobre la localización es escoger entre algunas opciones donde se da particular importancia a los sitios que nos puedan contribuir en mejorar costos, rentabilidad, tiempo de respuesta, cercanía a determinados lugares, entre otros

##### **3.1.1 Macro-localización**

De acuerdo a Fabiola, C. M., & Maribel, G. Q. (2016), manifiesta que “la Macro-localización, consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región”. De esta manera podríamos detallar los principales aspectos a evaluar:

- a) Ubicación de los consumidores o usuarios
- b) Localización de la Materia Prima y demás insumos
- c) Vías de comunicación y medios de transporte
- d) Infraestructura de servicios públicos
- e) Políticas, planes o programas de desarrollo
- f) Normas y Regulaciones Específicas

- g) Tendencias de desarrollo de la región
- h) Condiciones climáticas, ambientales, suelos
- i) Interés de fuerzas sociales y comunitarias.

La localización del proyecto será en la ciudad de Quito, parroquia de Calderón, comuna de Llano Grande, para lo cual se presenta la siguiente información geográfica:

**ILUSTRACIÓN N° 33 QUITO URBANO Y PARROQUIAS RURALES**



Fuente:  
[https://www.quito.gob.ec/documents/rendicion\\_cuentas/2020/AZ\\_CALDERON\\_informe2020.pdf](https://www.quito.gob.ec/documents/rendicion_cuentas/2020/AZ_CALDERON_informe2020.pdf)  
 Elaborado por: Carla Obando

### **Características de la comuna de Llano Grande:**

- Nombre completo: Parroquia Calderón comuna de Llano Grande
- Ciudad: Quito
- Población: 10.000, según estimación de la Junta Parroquial de Calderón
- Actividades Económicas en su mayoría a elaboración de artesanías, bordados y mazapán

La comuna de Llano grande, se encuentra ubicada al norte de Quito, junto a la panamericana norte, vía que une a la ciudad de Quito con el aeropuerto internacional Sucre de Tababela, su ubicación esta dentro de la zona industrial del norte de Quito, lugar que varias empresas han decidido ubicar sus bodegas y plantas por su estratégica ubicación cerca de las principales vía de Quito que unen a toda la ciudad, Av. Simón Bolívar, Av. Occidental, 10 de Agosto, entre otras.

Su característica de uso de suelo es tanto para vivienda como para industria, lo cual favorece a la obtención de permisos para instalación de plantas procesadoras.

#### **3.1.2 Micro-localización**

De acuerdo a Jerouchalmi (2003), manifiesta que “Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.”

En algunos proyectos la localización está predeterminada, como en los casos de silvicultura, la agricultura, la industria petrolera, las plantas hidroeléctricas, etc. En otros proyectos, la localización está limitada por el requerimiento de alguna condición geográfica, o la existencia de un recurso abundante. (Cignoli 1967).

Para el caso de estudio de una planta deshidratadora de uvillas tiene requerimientos como acceso a servicios básicos, cercanía al mercado, costo de terrenos y arriendos, transporte urbano, vías, etc.

Con la finalidad de poder analizar la micro-localización más adecuada para el proyecto y los requerimientos del proceso, se detalla la siguiente tabla.

**TABLA 13: MICRO-LOCALIZACION**

|                                               | Ubicación calle García Moreno |              |                        |
|-----------------------------------------------|-------------------------------|--------------|------------------------|
|                                               | Peso                          | Calificación | Calificación Ponderada |
| Disponibilidad de servicios                   | 0,10                          | 8            | 0,80                   |
| Cercanía del Mercado                          | 0,18                          | 7            | 1,23                   |
| Costo y disponibilidad de terrenos            | 0,13                          | 8            | 1,00                   |
| Condiciones legales, sociales y culturales    | 0,15                          | 6            | 0,90                   |
| Transporte de personal                        | 0,15                          | 9            | 1,35                   |
| Disponibilidad de vía                         | 0,15                          | 9            | 1,35                   |
| Disponibilidad de recolección de desperdicios | 0,15                          | 7            | 1,05                   |

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Obando

La calificación ponderada obtenida del análisis es 7,68 sobre 10, por lo cual me demuestra que la localización escogida es la correcta para el inicio de actividades del proyecto.

### 3.2 Conformación de la Microempresa

La creación de la empresa será mediante una sociedad de acciones simplificada (SAS), el capital pertenece solo al dueño, quien a su vez será el que represente legal y gerente de la empresa, se realizará el respectivo registro de creación en línea en la Superintendencia de Compañías, luego de esto se registrara la compañía en el Registro Mercantil, SRI y Municipio.

La empresa se dedicará a la deshidratación y empaque de uvilla para la distribución al mercado minorista.

El nombre que selecciona es:

**Ecuauvilla**

### 3.2.1 Logo

ILUSTRACIÓN N° 34 LOGO EMPRESARIAL



Fuente: Investigación directa:  
Elaborado por: Carla Obando

### 3.2.2 Slogan

*“Nutrientes para tu día a día”*

### 3.2.3 Misión

Las características fundamentales de la misión deben:

- Definir lo que es la organización

Una empresa deshidratadora y empacadora

- Definir cómo aspira servir a la comunidad vinculada  
Que comercializa snacks de uvilla
- Ser suficientemente amplia para permitir el crecimiento creativo ¿Para quién lo hacemos?  
Para toda aquella persona que desea alimentarse de manera sana y fácil
- Diferenciar a la organización de todas las demás ¿Cómo lo hacemos?  
Con materias primas de calidad que permitirán elaborar un producto que no se malogra con facilidad, manteniendo sus cualidades nutricionales por más tiempo
- Servir de marco para evaluar actividades en curso ¿Por qué lo hacemos?  
Mejorar la alimentación de toda la familia
- Ser expresada con claridad para ser entendida igualmente por todos ¿En qué creemos?  
Elaborando un snack saludable lleno de vitaminas y excelente sabor
- Generar credibilidad en aquellos que la lean

### **MISIÓN**

Somos una empresa deshidratadora y empacadora, que comercializa snacks de uvilla para toda aquella persona que desea alimentarse de manera saludable y fácil, utilizamos materias primas de calidad que permitirán elaborar un producto que no se malogra con facilidad, manteniendo sus cualidades nutricionales por más tiempo, mejorando la alimentación de toda la familia, creamos el snack saludable lleno de vitaminas y excelente sabor.

### 3.2.4 Visión

La visión Para Jack Fleitman, en el mundo empresarial, se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad, por lo que podríamos decir que la visión se centra en visualizar a la empresa en el futuro

Para desarrollar una visión efectiva se deberá considerar lo siguiente:

- 1.Tener una ideología central que motiva hacer cambios
- 2.Proyectar a la organización al futuro
- 3.Ser simple, clara y comprensible
- 4.Ser ambiciosa, convincente y realista
- 5.Definir un horizonte de tiempo
- 6.Proyectar un alcance geográfico
- 7.Ser conocida por todos
- 8.Crear un sentido de urgencia
- 9.Desarrollar una idea clara de a dónde desea ir la organización y porqué

Los principales enunciados para desarrollar la visión son:

- Metas claras y posibles  
Posicionar a Ecuauvilla como una marca de Snacks saludables y nutritivo
- Tiempo medible  
Mediano plazo
- Flexibilidad de tiempo  
De cuatro años
- Recursos medibles

Incrementando el portafolio de productos a ofertar

- Capital esperado  
Ser una empresa reconocida por sus estándares de calidad
- Imagen aproximada de la empresa a futuro  
Generadora de salud y bienestar a precio accesible

Resumimos lo expuesto en la siguiente redacción de la Visión:

### **VISIÓN**

*Posicionar a la empresa Ecuauvilla como una marca de Snacks saludables y nutritivos, en el mediano plazo de cuatro años, incrementando el portafolio de productos a ofrecer, llegando a ser una empresa reconocida por sus estándares de calidad, con productos que generan salud y bienestar a precios accesibles a la sociedad.*

### **3.2.5 Valores**

Los Valores constituyen el patrón de actuación que guía el proceso de toma de decisiones en una organización, según García, 2002, indica para organizaciones y empresas, unos “Criterios de idoneidad de los valores instrumentales”, con lo que la empresa trabajará constantemente en la implementación y desarrollos de valores empresariales con algunas observaciones, deben ser pocos: no más de 3 y fáciles de recordar, combinación de valores éticos y valores de competencia.

### **Responsabilidad social**

La empresa trabajará principalmente con mujeres perteneciente a grupos vulnerables, madres solteras, con alguna discapacidad, con la finalidad de brindarles el apoyo necesario para sacar adelante a su familia.

### **Estricto cumplimiento laboral**

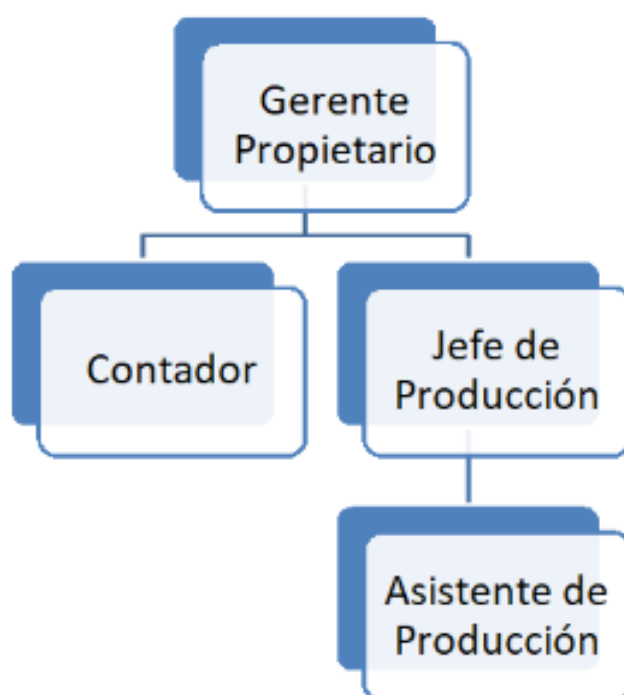
La empresa cumplirá a cabalidad todas las exigencias y normativas vigentes en relación al ámbito laboral.

### **Negociaciones justas**

La empresa trabajará con sus proveedores de manera adecuada, pagando los precios justos por las materias primas de calidad, adicional creará cursos de capacitación para que el proveedor pueda mejorar la calidad de su producto.

### **3.2.6 Organigrama Estructural**

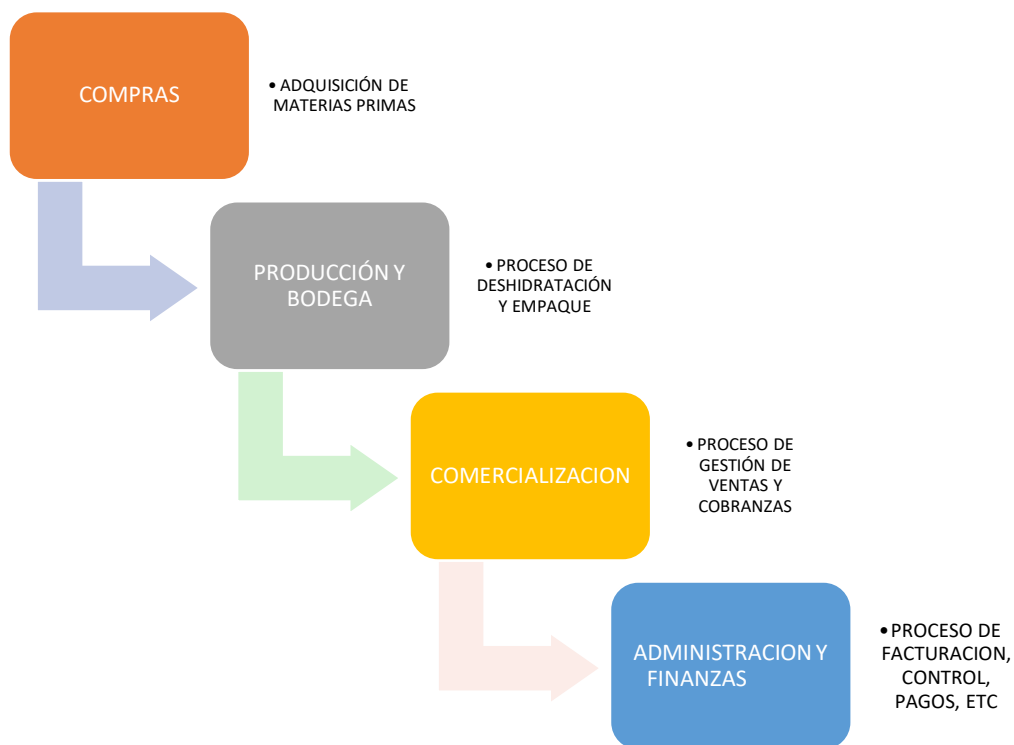
ILUSTRACIÓN N° 35 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Obando

### 3.2.7 Organigrama Funcional

ILUSTRACIÓN N° 36 ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Obando

#### A) Administrador Vendedor

Funciones específicas: Planificar, decidir, vender, control y ejecutar el plan

Establecer convenios de distribución

Contactar con proveedores de materias primas

Financiar el proyecto

Funciones complementarias: Realizar pagos a proveedores

Ser el representante legal de la empresa

Perfil:

Ingeniero comercial, Tecnólogo en Administración

### **B) Jefe de Producción**

Funciones específicas: Planificar y solicitar a administración un cronograma de requerimiento de materias primas  
Realizar un correcto almacenamiento de materias primas  
Verificar la calidad de la materia prima recibida  
Cumplir con los cronogramas de producción establecidos

Funciones complementarias: Realizar cronograma de mantenimientos  
Desarrollar el proceso y la ejecución de manuales de buenas prácticas de manufactura

Perfil: Tecnólogo en Alimentos

### **C) Ayudante de Producción**

Funciones específicas: Seleccionar la materia prima, desechando producto que no cuente con la calidad adecuada  
Deshidratado del producto  
Empaque de producto

Funciones complementarias: Manejo de bodegas  
Limpieza de planta procesadora  
Mantenimiento de maquinaria

Perfil: Técnico industrial

### **D) Contador**

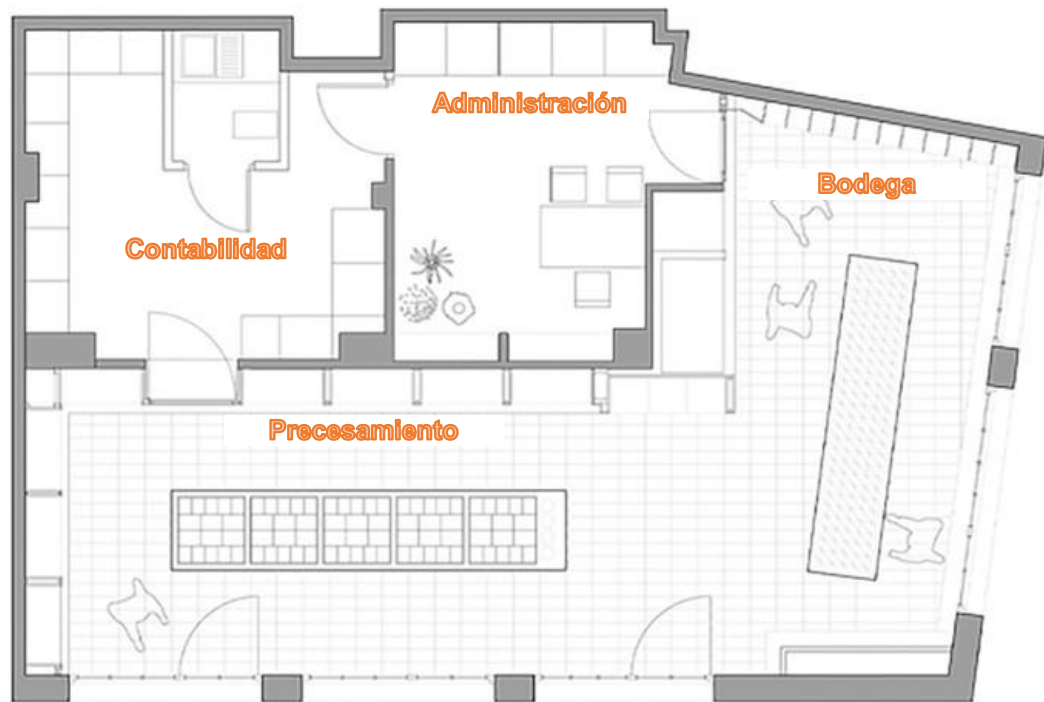
Funciones específicas: Creación del plan de cuentas  
Registro de movimientos contables  
Generación y pago de impuestos

Funciones complementarias: Emisión de cheques  
Manejo de nómina

Perfil: Contador CPA

### 3.2.8 Infraestructura física de la empresa

ILUSTRACIÓN N° 37 INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA ECUAUVILLA



Fuente: <https://www.archdaily.cl/cl/902832/tiendas-de-menos-de-100-m2-ejemplos-de-arquitectura-en-planta-y-seccion>

Elaborado por: Carla Obando

Oficinas Administración: contará con un solo espacio, con sillas ejecutivas y un escritorio tipo ejecutivo, tendrá un espacio para reuniones.

Oficina de contabilidad – En esta oficina permaneceré el contador, contara con cubículos para impresión, anaqueles para guardar documentos.

Bodega: Contará con un espacio adecuado tanto para recibir la materia prima como para mantener el producto terminado, contará con anaqueles específicos en acero inoxidable, temperatura adecuada para evitar el malogro, gavetas y refrigerador.

Procesamiento: Contara con una mesa en acero inoxidable para escoger la fruta, luego pasarán a unas bandejas y entrarán al proceso de deshidratación, posterior pasar por balanza para mantener el peso adecuado para culminar en el empackado al vacío.

### **3.2.9 Infraestructura tecnológica**

La empresa contara con una infraestructura básica a nivel tecnológico mismo que se detalla a continuación:

#### **Hardware**

Tres (3) Ordenadores

Empacadora

Impresora laser

Central telefónica

#### **Software**

Sistema de facturación electrónica

Sistema contable

### 3.3 Producto

#### 3.3.1 Identificación del producto

El producto es la uvilla deshidratada, una de las frutas con importantes propiedades vitamínicas, entre las más importantes se puede mencionar que contiene vitaminas A y C. Su valor nutritivo por cada 100 g de pulpa de uvilla es el siguiente:

**TABLA 14: VALOR NUTRITIVO**

| <b>Componente</b>       | <b>Unidad</b> | <b>Valor</b> |
|-------------------------|---------------|--------------|
| <b>Agua</b>             | <b>g</b>      | <b>82,4</b>  |
| <b>Valor energético</b> | <b>cal</b>    | <b>64</b>    |
| <b>Proteína</b>         | <b>g</b>      | <b>0,3</b>   |
| <b>Grasas</b>           | <b>g</b>      | <b>0,3</b>   |
| <b>Carbohidratos</b>    | <b>g</b>      | <b>16,7</b>  |
| <b>Fibras</b>           | <b>g</b>      | <b>0,9</b>   |
| <b>Cenizas</b>          | <b>g</b>      | <b>0,3</b>   |
| <b>Potasio</b>          | <b>mg</b>     | <b>127</b>   |
| <b>Calcio</b>           | <b>mg</b>     | <b>34</b>    |
| <b>Fósforo</b>          | <b>mg</b>     | <b>10</b>    |
| <b>Hierro</b>           | <b>mg</b>     | <b>0,6</b>   |
| <b>Riboflavina</b>      | <b>mg</b>     | <b>0,22</b>  |
| <b>Niacina</b>          | <b>mg</b>     | <b>0,3</b>   |
| <b>Ácido ascórbico</b>  | <b>mg</b>     | <b>0,6</b>   |

Fuente: fruit gardene california rare fruit. Inc  
Elaborado por: Carla Obando

Su presentación será en empaques de 100gr realizados al vacío para mantener su frescura y sabor intactos, el producto cumplirá con todas las normas y reglamentos del país.

### 3.3.2 Presupuestos de Costos y Gastos

La estimación de los costos de inversión se los detalla a continuación dependiendo de los diferentes requerimientos que se necesita para poner en funcionamiento la planta.

Activos fijos

Detallar maquinaria, cantidad, valor unitario y valor total

### 3.3.3 Costo de Recursos Humanos

**TABLA 15: SALARIO OPERATIVO**

| ROL DE SALARIO PERSONAL OPERATIVO |                  |                 |                 |                  |                    |
|-----------------------------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|--------------------|
| Cargo                             | Sueldo           | Décimo tercero  | Décimo cuarto   | IESS             | Salario mensual    |
| JEFE PRODUCCION                   | \$ 500,00        | \$ 41,67        | \$ 37,50        | \$ 56,25         | \$ 635,42          |
| AYUDANTE PRODUCCION               | \$ 450,00        | \$ 37,50        | \$ 37,50        | \$ 50,63         | \$ 575,63          |
| <b>Total</b>                      | <b>\$ 950,00</b> | <b>\$ 79,17</b> | <b>\$ 75,00</b> | <b>\$ 106,88</b> | <b>\$ 1.211,04</b> |

Elaborado por: Carla Obando

Fuente: Investigación directa

**TABLA 16: SALARIO ADMINISTRATIVO**

| ROL DE SALARIO PERSONAL ADMINISTRATIVO |                    |                 |                 |                 |                  |
|----------------------------------------|--------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Cargo                                  | Sueldo             | Décimo tercero  | Décimo cuarto   | IESS            | Salario mensual  |
| GERENTE                                | \$ 800,00          | \$ 66,67        | \$ 37,50        | \$ 90,00        | \$ 994,17        |
| CONTADOR                               | \$ 300,00          | \$ -            | \$ -            | \$ -            | \$ 300,00        |
| <b>Total</b>                           | <b>\$ 1.100,00</b> | <b>\$ 66,67</b> | <b>\$ 37,50</b> | <b>\$ 90,00</b> | <b>\$ 994,17</b> |

Elaborado por: Carla Obando

Fuente: Investigación directa

### 3.3.4 Costo de maquinaria y herramientas

**TABLA 17: COSTO DE MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS**

| Unidades | Maquinaria y herramientas              | Valor total  |
|----------|----------------------------------------|--------------|
| 4        | Equipos de deshidratado de 50 kg. (por | \$ 3.120,00  |
| 1        | Lavadora de fruta                      | \$ 550,00    |
| 2        | Mesas de acero inoxidable de (1,8x2,4) | \$ 1.200,00  |
| 1        | Empacadora al vacío de 2 kilos         | \$ 2.300,00  |
| 4        | Estanterías de acero inoxidable        | \$ 1.800,00  |
| 1        | Equipo de refrigeración industrial     | \$ 800,00    |
| 1        | Balanzas                               | \$ 250,00    |
| 1        | Herramienta de equipos                 | \$ 300,00    |
| 1        | Herramientas eléctricas                | \$ 150,00    |
| 1        | Utensilios                             | \$ 120,00    |
|          | <b>Total</b>                           | <b>10590</b> |

Elaborado por: Carla Obando

Fuente: Investigación directa

### 3.3.5 Servicios básicos

**TABLA 18: SERVICIOS BÁSICOS**

| Servicio Básico | Valor         |
|-----------------|---------------|
| Luz             | \$ 60         |
| Agua            | \$ 55         |
| Internet        | \$ 20         |
| <b>Total</b>    | <b>\$ 135</b> |

Fuente Investigación directa

Elaborado por: Carla Obando

### 3.3.6 Materia prima y materiales

**TABLA 19: MATERIA PRIMA.**

| PRODUCTO                               | PRECIO  |
|----------------------------------------|---------|
| Uvilla sin hojas y tallos (400 gramos) | \$ 0,40 |
| Funda para empacado al vacío estampada | \$ 0,02 |
| Embalaje caja de cartón                | \$ 0,03 |
| Costo Unitario x funda 100gr           | \$ 0,45 |

Fuente Investigación directa

Elaborado por: Carla Obando

### 3.4 Capacidad de producción del proyecto

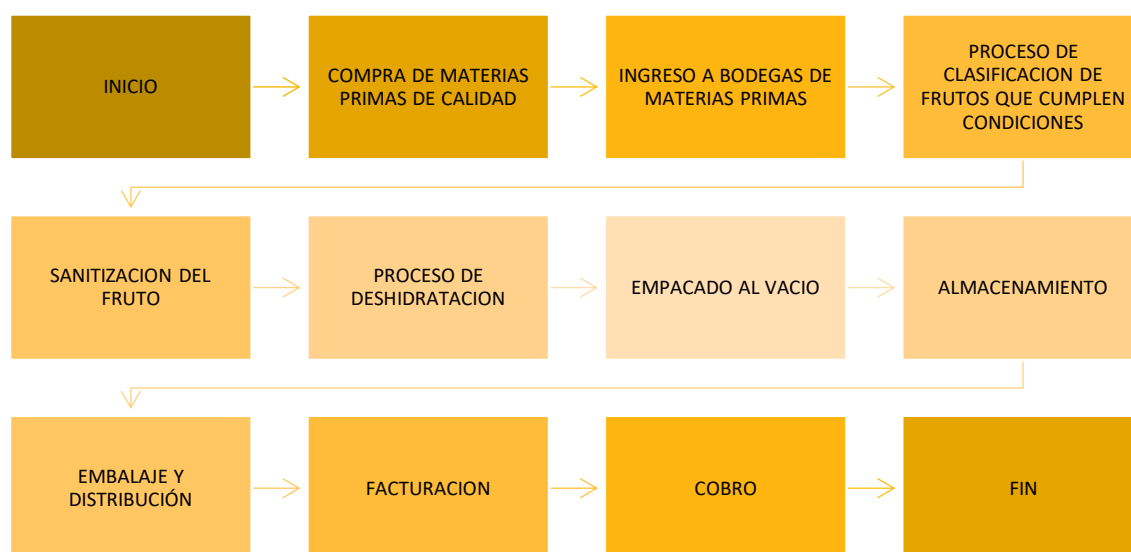
**TABLA 20: CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.**

| Año  | Incremento | Producción |
|------|------------|------------|
| 2024 |            | 72000      |
| 2025 | 10%        | 79200      |
| 2026 | 10%        | 87120      |
| 2027 | 10%        | 95832      |
| 2028 | 10%        | 105415     |

Fuente Investigación directa  
Elaborado por: Carla Obando

#### 3.4.1 Flujograma de proceso

**ILUSTRACIÓN N° 38 FLUJO DE PROCESO**

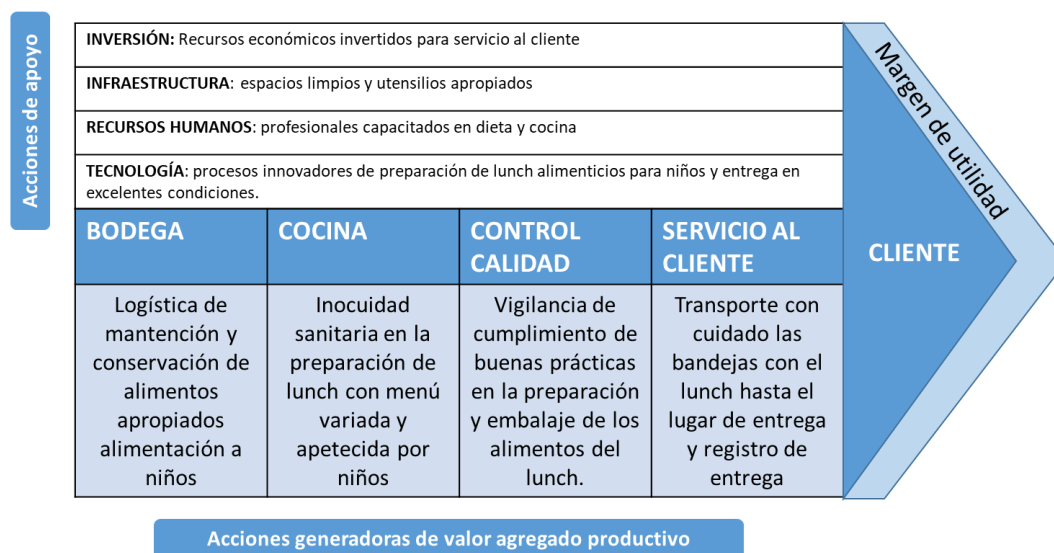


Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Autor

### 3.5 Cadena de valor

#### ILUSTRACIÓN N° 39 CADENA DE VALOR

##### CADENA DE VALOR DEL SERVICIO A DOMICILIO DE LUNCH PARA NIÑOS



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

## CAPITULO IV

### ANALISIS FINANCIERO

#### 4.1 Inversión Inicial

TABLA 21: INVERSIÓN

| INVERSIONES                                 |                |                 |
|---------------------------------------------|----------------|-----------------|
| <b>1.- ACTIVO FIJO</b>                      |                |                 |
| RUBROS                                      |                |                 |
| - Equipo y maquinaria                       |                | 6220.00         |
| - Vehículos                                 |                | 17500.00        |
| - Muebles y enseres                         |                | 1800.00         |
| - Equipos electrónicos                      |                | 1800.00         |
| - Montaje e instalaciones                   |                | 2000.00         |
| - Decoración                                |                | 1200.00         |
| - Utensilios                                |                | 400.00          |
|                                             | <b>TOTAL</b>   | <b>30920.00</b> |
| <b>2.- ACTIVOS DIFERIDOS</b>                |                |                 |
|                                             |                | <b>VALOR</b>    |
| - Elaboración del estudio técnico económico |                | 1400.00         |
| - Constitución legal de la compañía         |                | 350.00          |
| - Gastos preoperacionales                   |                | 300.00          |
|                                             | <b>TOTAL</b>   | <b>2050.00</b>  |
| <b>3.- CAPITAL DE OPERACIÓN 2 MESES</b>     |                |                 |
|                                             | <b>POR MES</b> | <b>VALOR</b>    |
| - Materias primas y materiales              | 2700.00        | 5400.00         |
| - Mano de obra                              | 1211.04        | 2422.08         |
| - Servicios básicos, aseo y u. Oficina      | 360.00         | 720.00          |
| - Arriendos                                 | 300.00         | 600.00          |
| - Sueldos administrativos                   | 1294.17        | 2588.33         |
| - Publicidad                                | 350.00         | 700.00          |
|                                             | <b>TOTAL</b>   | <b>12430.42</b> |
| <b>4.- RESUMEN DE LA INVERSION</b>          |                |                 |
| RUBROS                                      |                | VALOR           |
| ACTIVOS FIJOS                               |                | 30920.00        |
| ACTIVOS DIFERIDOS                           |                | 2050.00         |
| CAPITAL DE OPERACIÓN                        |                | 12430.42        |
|                                             | <b>TOTAL</b>   | <b>45400.42</b> |

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

Para la Inversión inicial el proyecto requiere, activos fijos el valor de USD 30920.00; activos diferidos por el valor de USD 2050.00 y como capital

operativo, es de USD 12430.00; sumando un total de inversión de USD 45400.42

## 4.2 Financiamiento

**TABLA 22: FINANCIAMIENTO**

**SE FINANCIARÁ EL 33.00 % DE LA INVERSION TOTAL**

### **CAPITAL DE USOS Y FUENTES**

| USOS                   | FUENTES         |                 | RESUMEN DE INVERSIONES |
|------------------------|-----------------|-----------------|------------------------|
|                        | CAPITAL PROPIO  | CAPITAL AJENO   |                        |
| - ACTIVOS FIJOS        | 20920.00        | 10000.00        | 30920.00               |
| - ACTIVOS DIFERIDOS    | 2050.00         |                 | 2050.00                |
| - CAPITAL DE OPERACIÓN | 6110.00         | 6320.42         | 12430.42               |
| <b>TOTAL</b>           | <b>29080.00</b> | <b>16320.42</b> | <b>45400.42</b>        |

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

### 4.2.1 Costo Financiero

El financiamiento se conseguirá mediante un crédito PYMES de USD16.248,17 que representa el 40% del total de inversión requerida, a un plazo de 5 años con una Tasa Anual Fija de 10,19% anual.

**TABLA 23: AMORTIZACIÓN**

**MONTO USD16248.17 PLAZO EN 5 AÑOS  
TASA ANUAL CTE.10.19%**

| AÑOS | INTERES | CAPITAL | ANUALIDAD | SALDO    |
|------|---------|---------|-----------|----------|
| 1    | 1655.69 | 3249.63 | 4905.32   | 12998.54 |
| 2    | 1324.55 | 3249.63 | 4574.18   | 9748.90  |
| 3    | 993.41  | 3249.63 | 4243.05   | 6499.27  |
| 4    | 662.28  | 3249.63 | 3911.91   | 3249.63  |
| 5    | 331.14  | 3249.63 | 3580.77   | 0        |

**TOTALES    4967.06557    16248.17    21215.23557**

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

### 4.3 Costo de materias primas y materiales por unidad

Los costos de producción se realizan en base a 3 materias primas requeridas para la elaboración del producto.

**TABLA 24: COSTOS DE PRODUCCIÓN**

| <b>COSTOS MATERIAL UNITARIO</b>               |                |
|-----------------------------------------------|----------------|
| <b>PRODUCTO</b>                               | <b>PRECIO</b>  |
| <b>Uvilla sin hojas y tallos (400 gramos)</b> | <b>\$ 0,40</b> |
| <b>Funda para empacado al vacío estampada</b> | <b>\$ 0,02</b> |
| <b>Embalaje caja de cartón</b>                | <b>\$ 0,03</b> |
| <b>Costo Unitario x funda 100gr</b>           | <b>\$ 0,45</b> |

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

**TABLA 25: PORCENTAJE DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

| <b>AÑOS</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>PORCENTAJE DE LA CAPACIDAD INSTALADA</b> |
|-------------|-----------------|---------------------------------------------|
| <b>2024</b> | <b>72000</b>    | <b>60%</b>                                  |
| <b>2025</b> | <b>79200</b>    | <b>70%</b>                                  |
| <b>2026</b> | <b>87120</b>    | <b>80%</b>                                  |
| <b>2027</b> | <b>95832</b>    | <b>90%</b>                                  |
| <b>2028</b> | <b>144000</b>   | <b>100%</b>                                 |

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

Interpretación: Como podemos observar en la tabla 27 la capacidad de producción de uvillas deshidratada de 100 g. es de 72000 en el primer año, llegando al quinto año a 144000 con la utilización del 100%

#### 4.4 Presupuestos de costos

TABLA 26: PRESUPUESTO DE COSTOS

| RUBROS                                       | AÑOS             |                 |                 |                 |                 |
|----------------------------------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                                              | 2024             | 2025            | 2026            | 2027            | 2028            |
| <b>a.- COSTO DE PRODUCCION</b>               |                  |                 |                 |                 |                 |
| - Materias primas y materiales               | 32400.00         | 34020.00        | 35721.00        | 37507.05        | 39382.40        |
| - Mano de obra                               | 14532.50         | 15259.13        | 16022.08        | 16823.19        | 17664.34        |
| - Servicios basicos                          | 4320.00          | 4536.00         | 4762.80         | 5000.94         | 5250.99         |
| - Mantenimiento                              | 3092.00          | 2247.20         | 1685.40         | 1123.60         | 561.80          |
| - Arriendos                                  | 3600.00          | 3780.00         | 3969.00         | 4167.45         | 4375.82         |
| - Depreciacion                               | 2059.50          | 2059.50         | 2059.50         | 2059.50         | 2059.50         |
| - Otros                                      | 360.00           | 360.00          | 360.00          | 360.00          | 360.00          |
| <b>SUBTOTAL COSTO PRODUCCION</b>             | <b>60364.00</b>  | <b>62261.83</b> | <b>64579.78</b> | <b>67041.73</b> | <b>69654.86</b> |
| <b>b.- COSTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS</b> |                  |                 |                 |                 |                 |
| - Sueldos de personal administrativo         | 15530.00         | 16306.50        | 17121.83        | 17977.92        | 18876.81        |
| - Otros costos administrativos               | 480.00           | 504.00          | 529.20          | 555.66          | 583.44          |
| - Publicidad                                 | 4200.00          | 4410.00         | 4630.50         | 4862.03         | 5105.13         |
| - Otros                                      | 360.00           | 378.00          | 396.90          | 416.75          | 437.58          |
| <b>SUBTOTAL COSTO ADM. VENTAS</b>            | <b>20570.00</b>  | <b>21598.50</b> | <b>22678.43</b> | <b>23812.35</b> | <b>25002.96</b> |
| <b>c.- COSTOS FINANCIEROS</b>                | <b>1655.69</b>   | <b>1324.55</b>  | <b>993.41</b>   | <b>662.28</b>   | <b>331.14</b>   |
| <b>d.-COSTOS TOTALES</b>                     | <b>82589.69</b>  | <b>85184.88</b> | <b>88251.62</b> | <b>91516.35</b> | <b>94988.96</b> |
| <b>e.- CANTIDAD / AÑO</b>                    | <b>72,000.00</b> | <b>79,200</b>   | <b>87,120</b>   | <b>95,832</b>   | <b>144,000</b>  |
| <b>f.- COSTO USD</b>                         | <b>1.15</b>      | <b>1.08</b>     | <b>1.01</b>     | <b>0.95</b>     | <b>0.66</b>     |

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

Luego de realizar el presupuesto de costos se obtiene el primer año un costo de la unidad de funda de uvillas de USD1,15, siendo la proyección al quinto año considerando un crecimiento de la producción y una inflación de 5% en cada año, el costo del paquete de uvillas de USD 0.66 que responde a una disminución del pago de costo financiero, amortización de los activos e incremento de unidades producidas.

#### 4.4.1 Precio del producto o servicio

Para calcular el precio al mercado, considerando una utilidad individual de 10%, se tiene:

**TABLA 27: PRESUPUESTO DE INGRESOS.  
EN DOLARES**

| AÑOS | CANTIDAD / AÑO | PRECIO / U /AÑO | TOTAL      |
|------|----------------|-----------------|------------|
| 2024 | 72000.00       | 1.27            | \$ 91,766  |
| 2025 | 79200.00       | 1.34            | \$ 105,990 |
| 2026 | 87120.00       | 1.41            | \$ 122,419 |
| 2027 | 95832.00       | 1.55            | \$ 148,126 |
| 2028 | 144000.00      | 1.70            | \$ 244,837 |

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

**TABLA 28: PRECIO**

|                                                 |             |
|-------------------------------------------------|-------------|
| <b>PRECIO=COSTO UNITARIO/(1-UTILID.DESEADA)</b> |             |
| <b>COSTO UNITARIO</b>                           | <b>1.15</b> |
| <b>UTILIDAD DESEADA</b>                         | <b>0.1</b>  |
| <b>PRECIO =</b>                                 | <b>1.27</b> |

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

#### **4.5 Evaluación del proyecto**

La evaluación de un proyecto de inversión tiene como objetivo determinar su viabilidad económica, financiera y social para que satisfaga una necesidad humana de manera eficiente, segura y rentable y asigne los recursos económicos disponibles a la mejor alternativa.

Actualmente una inversión inteligente requiere de un proyecto bien estructurado y evaluado que especifique los lineamientos a seguir, tales como: B. la correcta asignación de recursos, la correspondencia del valor de compra de la moneda actual con la moneda futura y la certeza de que la inversión es realmente rentable. , decide el orden de múltiples proyectos en función de su rentabilidad y toma una decisión de aceptación o rechazo.

La evaluación de proyectos se ha convertido en una herramienta principal para que los actores económicos involucrados en la asignación de recursos implementen iniciativas de inversión. Esta técnica debe utilizarse como una forma de proporcionar más información a quien tiene que tomar la decisión, de modo que sea posible rechazar un proyecto no rentable y aceptar uno rentable.

La realización de proyectos de inversión es importante para el trabajo multidisciplinario de administradores, contables, economistas, ingenieros, psicólogos, etc., con el objetivo de poner en marcha una nueva iniciativa de inversión y aumentar las posibilidades de éxito.

#### 4.5.1 Estado de pérdidas y ganancias

**TABLA 29: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

|     |                                  | AÑOS      |            |            |            |            |
|-----|----------------------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|
|     | RUBROS                           | 2028      | 2027       | 2026       | 2027       | 2028       |
| 1   | INGRESOS TOTALES                 | 91,766.32 | 105,990.10 | 122,418.57 | 148,126.46 | 244,837.13 |
| (-) |                                  |           |            |            |            |            |
| )   | COSTO DE PRODUCCION              | 60,364.00 | 62,261.83  | 64,579.78  | 67,041.73  | 69,654.86  |
| 2   | UTILIDAD BRUTA                   | 31,402.32 | 43,728.28  | 57,838.78  | 81,084.74  | 175,182.28 |
| (-) |                                  |           |            |            |            |            |
| )   | COSTO ADMINIST. Y VENTAS         | 20,570.00 | 21,598.50  | 22,678.43  | 23,812.35  | 25,002.96  |
| 3   | UTILIDAD OPERACIONAL             | 10,832.32 | 22,129.78  | 35,160.36  | 57,272.39  | 150,179.31 |
| (-) |                                  |           |            |            |            |            |
| )   | COSTO FINANCIERO                 | 1,655.69  | 1,324.55   | 993.41     | 662.28     | 331.14     |
|     | UTIL. ANTES DE REPART. A TRABAJ. | 9,176.63  | 20,805.22  | 34,166.95  | 56,610.12  | 149,848.17 |
| (-) |                                  |           |            |            |            |            |
| )   | 15% A TRABAJADORES               | 1,376.49  | 3,120.78   | 5,125.04   | 8,491.52   | 22,477.23  |
| 5   | UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO       | 7,800.14  | 17,684.44  | 29,041.90  | 48,118.60  | 127,370.95 |
| (-) |                                  |           |            |            |            |            |
| )   | 25% DE IMPUESTO                  | 1,950.03  | 4,421.11   | 7,260.48   | 12,029.65  | 31,842.74  |
| 6   | UTILIDAD NETA USD                | 5,850.10  | 13,263.33  | 21,781.43  | 36,088.95  | 95,528.21  |

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

Al realizar el cálculo de ingreso totales para los cinco años, mediante el estado financiero del Estado de Pérdidas y Ganancias, se tiene como resultados positivos, en el primer año tenemos una Utilidad Neta de USD 5,850.10 el segundo año USD 13,263.33, el tercero USD 21,781.43, el cuarto USD 36,088.95, llegando a un quinto año con una Utilidad Neta de USD 95,528.21.

#### 4.5.2 Cálculo del VAN, TIR, PRIN

Las siglas VAN corresponden al valor presente neto, mientras que la TIR es la tasa interna de retorno. Ambas fórmulas están directamente relacionadas con el flujo de caja de las empresas (beneficio neto + depreciación) y pretenden hacer más preciso el cálculo del tiempo que tarda una empresa en recuperar su inversión inicial.

Para que una empresa sea verdaderamente rentable, el valor actual neto siempre debe ser mayor que cero. Esto indica que dentro de un periodo de tiempo estimado podremos recuperar la inversión con la que se fundó la empresa y obtener mayor beneficio que si el dinero se hubiera invertido en títulos de renta fija.

La TIR se refiere a la tasa de interés a la que el VAN es cero. Su función es indicar la tasa a la que se recupera la inversión inicial de la empresa después de un determinado período de tiempo.

Lo anterior significa que cuanto menor sea la TIR, más rentable será un proyecto. Por el contrario, si su valor es superior al esperado significa que es un proyecto no rentable y es vulnerable a los tipos de interés actuales.

La sigla PRIN hace referencia al periodo en el que se recupera la inversión original. Su cálculo corresponde al recíproco de la TIR, d hasta 3 si se supera. Se supone que la empresa crecerá muy lentamente, lo que no es un proyecto financiero a corto plazo.

La matriz de interpolación se utiliza para calcular NPV, TIR y PRIN, es decir h. un punto positivo (VAN) y un punto negativo (VAN), cuya intersección muestra gráficamente la tasa interna de retorno, como se muestra en la siguiente tabla.

TABLA 30: MÉTODO DE EXTRAPOLACIÓN

## METODO DE EXTRAPOLACION (TANTEO)

|                          |               |
|--------------------------|---------------|
| <b>TIR %</b>             | 0.46          |
| <b>PRI=1/TIR/100</b>     | 2.20          |
| <b>INVERSION INICIAL</b> | USD 45.400.42 |

| AÑO | utilidad neta | depreciaciones | inversiones | FLUJOS    | 30%                         | flujos/(1+r) <sup>n</sup> | 50%                         | flujos/(1+r) <sup>n</sup> |
|-----|---------------|----------------|-------------|-----------|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|
|     |               |                |             |           | (1+r) <sup>n</sup>          |                           | (1+r) <sup>n</sup>          |                           |
|     |               |                |             |           | 1.3                         |                           | 1.5                         |                           |
| 0   |               |                | -45400.42   | -45400.42 |                             | -45400.42                 |                             | -45400.42                 |
| 1   | 5,850.10      | 2059.50        |             | 7909.60   | 1.30                        | 6084.31                   | 1.50                        | 5273.07                   |
| 2   | 13,263.33     | 2059.50        |             | 15322.83  | 1.69                        | 9066.76                   | 2.25                        | 6810.15                   |
| 3   | 21,781.43     | 2059.50        |             | 23840.93  | 2.20                        | 10851.58                  | 3.38                        | 7063.98                   |
| 4   | 36,088.95     | 2059.50        |             | 38148.45  | 2.86                        | 13356.83                  | 5.06                        | 7535.50                   |
| 5   | 95,528.21     | 2059.50        |             | 97587.71  | 3.71                        | 26283.21                  | 7.59                        | 12851.06                  |
|     |               |                |             |           | TOTAL                       | \$ 65,642.70              | TOTAL                       | 39,533.75                 |
|     |               |                |             |           | (SF/(1+r) <sup>n</sup> )-II | \$20,242.28               | (SF/(1+r) <sup>n</sup> )-II | - 5,866.67                |

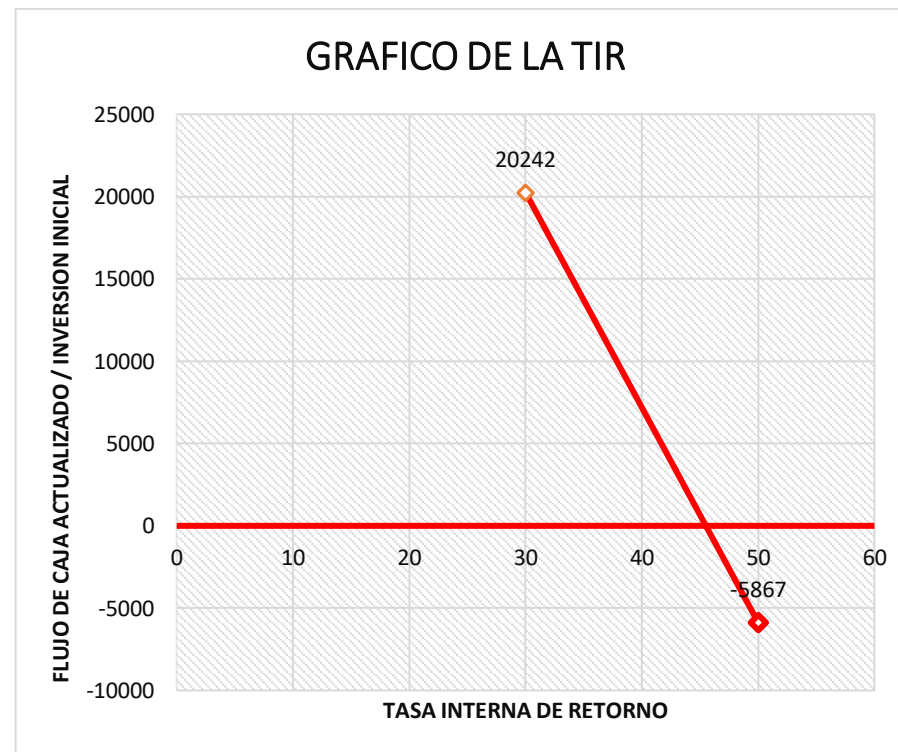
|            |              |
|------------|--------------|
| <b>TIR</b> | <b>45.51</b> |
|------------|--------------|

## PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PRI)

|                    |            |             |
|--------------------|------------|-------------|
| <b>PRI = 1/TIR</b> | <b>PRI</b> | <b>2.20</b> |
|--------------------|------------|-------------|

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

ILUSTRACIÓN N° 40: GRAFICO TIR



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

### 4.5.3 Punto de Equilibrio

El Punto de Equilibrio me ayuda a calcular cuánto tengo que vender para cubrir mis Costos Totales. Refleja la situación en que los ingresos son iguales a los costos, y no hay ni pérdida ni utilidad en el negocio, se lo puede obtener de dos maneras, en unidades y dinero.

**TABLA 31: COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

|                                      | 2024      |           | 2025      |           | 2026      |           | 2027      |           | 2028      |           |
|--------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| RUBROS                               | CF        | CV        | CF        | CV        | CF        | CV        | CF        | CV        | CF        | CV        |
| - MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES       |           | 32,400.00 |           | 34,020.00 |           | 35,721.00 |           | 37,507.05 |           | 39,382.40 |
| - MANO DE OBRA                       | 14,532.50 |           | 15,259.13 |           | 16,022.08 |           | 16,823.19 |           | 17,664.34 |           |
| - SERVICIOS BASICOS                  |           | 4,320.00  |           | 4,536.00  |           | 4,762.80  |           | 5,000.94  |           | 5,250.99  |
| - MANTENIMIENTO                      |           | 3,092.00  |           | 2,247.20  |           | 1,685.40  |           | 1,123.60  |           | 561.80    |
| - ARRIENDOS                          | 3,600.00  |           | 3,780.00  |           | 3,969.00  |           | 4,167.45  |           | 4,375.82  |           |
| - DEPRECIACION                       | 2,059.50  |           | 2,059.50  |           | 2,059.50  |           | 2,059.50  |           | 2,059.50  |           |
| - OTROS                              |           | 360.00    |           | 360.00    |           | 360.00    |           | 360.00    |           | 360.00    |
| - SUELDOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO | 15,530.00 |           | 16,306.50 |           | 17,121.83 |           | 17,977.92 |           | 18,876.81 |           |
| - OTROS COSTOS ADMINISTRATIVOS       |           | 480.00    |           | 504.00    |           | 529.20    |           | 555.66    |           | 583.44    |
| - PUBLICIDAD                         |           | 4,200.00  |           | 4,410.00  |           | 4,630.50  |           | 4,862.03  |           | 5,105.13  |
| - OTROS                              |           | 360.00    |           | 378.00    |           | 396.90    |           | 416.75    |           | 437.58    |
| COSTOS FINANCIEROS                   | 1,655.69  |           | 1,324.55  |           | 993.41    |           | 662.28    |           | 331.14    |           |
| SUBTOTALES                           | 37,377.69 | 45,212.00 | 38,729.68 | 46,455.20 | 40,165.82 | 48,085.80 | 41,690.33 | 49,826.03 | 43,307.62 | 51,681.34 |
| TOTAL                                | 82,589.69 |           | 85,184.88 |           | 88,251.62 |           | 91,516.35 |           | 94,988.96 |           |

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

#### 4.5.3.1 Punto de Equilibrio en cantidad de fundas de uvillas deshidratadas de 100gr

PEQ= (CF total/Precio unitario – Cv unitario) = Margen de contribución

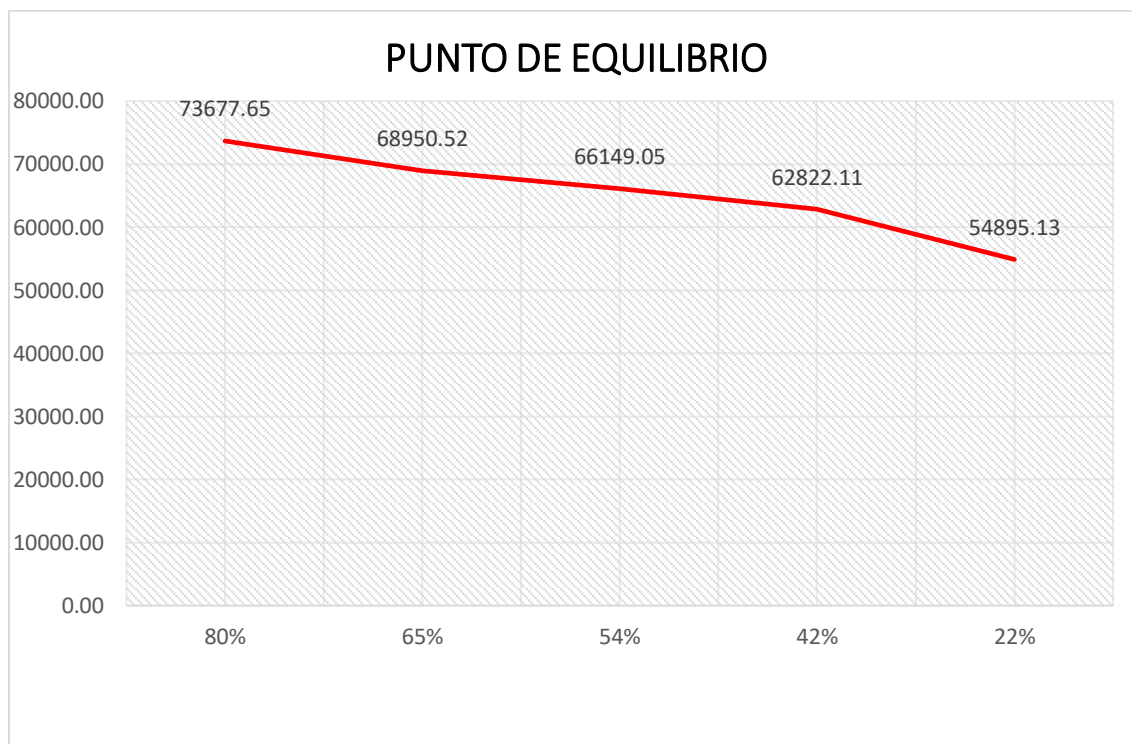
**TABLA 32: PUNTO DE EQUILIBRIO**

|                    |      | AÑOS     |           |           |           |           |
|--------------------|------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                    |      | 2024     | 2025      | 2026      | 2027      | 2028      |
| RUBROS             |      |          |           |           |           |           |
| - INGRESOS TOTALES | (VT) | 91766.32 | 105990.10 | 122418.57 | 148126.46 | 244837.13 |
| - COSTOS FIJOS     | (CF) | 37377.69 | 38729.68  | 40165.82  | 41690.33  | 43307.62  |
| - COSTOS VARIABLES | (CV) | 45212.00 | 46455.20  | 48085.80  | 49826.03  | 51681.34  |
| - COSTO TOTAL      | (CT) | 82589.69 | 85184.88  | 88251.62  | 91516.35  | 94988.96  |

|                      |              |              |              |              |              |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| PE \$ = CF/(1-CV/VT) | \$ 73,677.65 | \$ 68,950.52 | \$ 66,149.05 | \$ 62,822.11 | \$ 54,895.13 |
| PE% = PE \$ / VT     | 0.80         | 0.65         | 0.54         | 0.42         | 0.22         |

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

ILUSTRACIÓN N° 41: GRAFICO PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: Carla Obando.

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 Conclusiones**

El estudio de mercado determino una alternativa hacia el consumo de uvillas deshidratadas, puesto que consideran una alternativa con varios beneficios para la salud.

La implantación adecuada de las estrategias de negocio permitirá alcanzar una participación estable en el mercado de Llano Grande.

A nivel técnico se encontró que la implementación del proyecto es factible ya que la adquisición de equipos y materiales es sencilla. Las materias primas se pueden adquirir en el mercado local.

El análisis financiero ha demostrado que el proyecto es económica y financieramente viable. Esto significa que la ejecución del proyecto, con una gestión técnica adecuada que garantice la calidad y el volumen de ventas, permita al inversor recuperar la inversión inicial al año 8 meses y asegurar una rentabilidad adecuada según el nivel de riesgo asumido.

La evaluación financiera determino que la implantación del proyecto es viable debido a que la tasa interna de retorno presenta un porcentaje mayor al costo promedio ponderado de capital.

#### **5.2 Recomendaciones**

Ejecución del proyecto teniendo en cuenta todos los requisitos técnicos y de mercado necesarios, lo que implica el establecimiento de un control de calidad

constante durante todo el proceso productivo.

## Bibliografía

QUEZADA, Nel (2015) “Metodología de la Investigación, estadística aplicada en la investigación” Edición Primera, Editorial Macro, Lima-Perú, pág. 334

MEZA, Jhonny de Jesús (2020) “Evaluación financiera de proyectos” Edición Tercera, Editorial Ecoe, Ediciones, Bogotá- Colombia, pág.356.

SERGI, Miquel (2017) “Gestión de proyectos complejos, Una guía para la Innovación y el emprendimiento” Editorial PIRAMIDE, Barcelona-España, pág.215.

SAPAG CHAIN NASSIR, SAPAG CHAIN Reinaldo, preparación y evaluación de proyectos  
Fuente: FRUIT GARDENE CALIFORNIA RARE FRUIT. INC

Fuente: Fabiola, C. M., & Maribel, G. Q. (2016). Estudio de localización de un proyecto. Ventana Científica Vol. 7.

## Linkografía:

<https://www.ceupe.com/blog/la-deshidratacion-de-los-alimentos.html>

<https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW?locations=EC>

<https://lourdeschica.wordpress.com/encuestas/>

<https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW?locations=EC>

<https://www.significados.com/diagrama-de-flujo/>

<https://www.smartdraw.com/flowchart/simbolos-de-diagramas-de-flujo.htm>

<https://www.calameo.com/read/004388243ecc876818f04>

<https://www.elorganizadorgrafico.com/organigrama-de-una-empresa-de-ropa/>

<https://eladminis.com/organigrama-de-una-empresa/>

<https://www.econfinados.com/post/los-organigramas>