



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LEMAS
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

TEMA TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR:

Plan de negocio para la comercialización de frutas y
elaboración de bebidas.

AUTORA:

DELFINA INÉS PAUCAR MIRANDA

Previo a la obtención del Grado Académico de:
TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN
FINANCIERA

DOCENTE GUÍA:

ING. ROLANDO XAVIER FARFÁN VERA, MAE

Guayaquil, Ecuador

2022



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LEMAS
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Sra. Delfina Inés Paucar Miranda como requerimiento previo a la obtención del Grado Académico de **Tecnólogo Superior en Administración Financiera**.

DOCENTE GUÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Ing. Rolando Farfán Vera, MAE

COORDINADORA DE LA CARRERA

Lcda. Martha Consuelo Pinos Mora, Mtr.

Guayaquil, a los 17 días del mes de mayo del año 2022



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LEMAS

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Delfina Inés Paucar Miranda

DECLARO QUE:

El Trabajo de Integración Curricular **Plan de negocio para la comercialización de frutas y elaboración de bebidas** previo a la obtención del **Grado Académico de Tecnólogo Superior en Administración Financiera**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 17 días del mes de mayo del año 2022

AUTOR (A)

Delfina Inés Paucar Miranda



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LEMAS

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

AUTORIZACIÓN

Yo, Delfina Inés Paucar Miranda

Autorizo al Instituto Superior Tecnológico LEMAS, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Trabajo de Integración Curricular de la Carrera Tecnología Superior en Administración Financiera** titulada: Plan de negocio para la comercialización de frutas y elaboración de bebidas, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 17 días del mes de mayo del año 2022

AUTOR (A)

Delfina Inés Paucar Miranda



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LEMAS

**TECNOLOGÍA SUPERIOR EN
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

INFORME URKUND

AGRADECIMIENTO

A Dios por guiarme en cada paso que doy en mi vida, por ayudarme en la adversidad y por los triunfos que me ha ayudado a alcanzar.

A mis padres que me han acompañado y me han dado los ánimos para culminar esta etapa de mi vida.

A mis hermanos que han sido los mejores compañeros de vida y los cuales les estaré muy agradecidos por amarme y comprenderme.

A mis compañeros de clase con los cuales compartí muchos momentos memorables.

A los docentes los cuales me han inculcado conocimientos para poder enfrentar el mundo profesional.

Delfina Inés Paucar Miranda

DEDICATORIA

A mis amados padres José Paucar y Josefa Miranda a mis hermanos cuales me han brindado su apoyo y consejos, a mis hijos Jael, Sebastián y Mathías que son el motor que me impulsa a seguir y superarme cada día y con su gran amor me dan la energía suficiente para seguir mis sueños.

A mi familia que han sido de gran motivación y ejemplo dándome ánimos para culminar con mi carrera.

Delfina Inés Paucar Miranda

Resumen

En el desarrollo de este plan de negocios se propuso determinar la creación de una empresa comercializadora de frutas en la Urbanización Villa España 1, teniendo como fuente diferenciador la asesoría a los clientes de los valores nutricionales de los productos que oferta la comercializadora, se eligió como metodología usar fuentes secundaria y primarias realizando una investigación en el sector por la zona donde se ubicaría la comercializadora, la cual conto primeramente con la observación de la competencia ubicada por el sector, en donde se pudo determinar que los negocios tienen el enfoque solo en la venta y no en la asesoría, se realizó una encuesta orientada a los posibles cliente para determinar sus hábitos de consumo.

Posteriormente se realizó el análisis de los precios de los productos en el mercado para determinar el presupuesto necesario para la puesta en marcha tomando en cuenta también los elementos necesarios para la misma, posterior se procedió a realizar la proyección de los ingresos y costos de la comercializadora donde también se incluyeron los valores de los impuestos que generarían los flujos de efectivo, además se aplicaron los indicadores de evaluación para determinar la viabilidad de la implementación de esta empresa .

Abstract

In the development of this business plan, it was proposed to determine the creation of a fruit marketing company in the Villa España 1 Urbanization, having as a differentiating source the advice to customers of the nutritional values of the products offered by the marketer, it was chosen as methodology using secondary and primary sources conducting an investigation in the sector by the area where the marketer would be located, which had first of all the observation of the competition located by the sector, where it was possible to determine that the businesses have the focus only on the sale and not in consulting, a survey was conducted aimed at potential customers to determine their consumption habits.

Subsequently, the analysis of the prices of the products in the market was carried out to determine the necessary budget for the start-up, also taking into account the necessary elements for it, later the projection of the income and costs of the marketer was carried out. where the values of the taxes that would generate the cash flows were also included, in addition the evaluation indicators were applied to determine the viability of the implementation of this company.

Contenido

Resumen	VIII
Abstract.....	IX
Introducción.....	1
Justificación	2
Objetivo general	2
Objetivos específicos	2
Delimitación del tema	3
Empresa	3
Metodología	5
Análisis de Mercado.....	10
Matriz FODA.....	11
Estrategia DA	12
Descripción del producto/servicio a ofrecer.	12
Análisis legal	14
Plan operaciones.....	17
Plan de organización y recursos humanos.....	23
Aspectos económicos para iniciar con la comercializadora de frutas	26
Presupuesto en ventas	29
Punto de equilibrio en ventas	32
Proyección en ventas anual y retorno.....	32
Cálculo del impuesto	35
Conclusión.....	36
Recomendaciones	37
Referencia	38
Anexos	38

Índice de tablas

Tabla 1 Estrategia DA.....	12
Tabla 2 Productos a ofrecer.....	21
Tabla 3 Recursos materiales.....	21
Tabla 4 Activos fijos	26
Tabla 5 Equipo y elementos.....	26
Tabla 6 Maquinaria y equipo	27
Tabla 7 Muebles y enseres	27
Tabla 8 Puesta en marcha.....	27
Tabla 9 Gastos Preoperativos.....	28
Tabla 10 Inversión inicial.....	28
Tabla 11 Presupuesto gastos fijos	28
Tabla 12 Nómina de personal	29
Tabla 13 Ventas.....	30
Tabla 14 Precios de frutas	31
Tabla 15 Proyección de ventas mensual	32
Tabla 16 índices de inflación	33
Tabla 17 Flujo de efectivo.....	34
Tabla 18 Tabla RIMPE	35
Tabla 19 Calculo del impuesto RIMPE	35

Índice de figuras

Ilustración 1 valores institucionales	4
Ilustración 2 Rango de Edad	6
Ilustración 3 Elaboración propia	7
Ilustración 4 Preferencia de frutas.....	8
Ilustración 5.....	8
Ilustración 6.....	9
Ilustración 7 Elaboración propia	9
Ilustración 8 Elaboración propia	10
Ilustración 9 Análisis FODA.....	11
Ilustración 10 Imago tipo Alpihappy	13
Ilustración 11 Uniforme y varios Alpihappy	14
Ilustración 12 Modelo Canvas	16
Ilustración 13 Distribución del local	20
Ilustración 14 balanza electrónica.....	22
Ilustración 15 estanterías.....	22
Ilustración 16 Refrigerador de vidrio transparente	22
Ilustración 17 Modelo de funda	23
Ilustración 18 Plan de organización y recursos humanos	23

Introducción

La desnutrición genera muchos problemas de salud, es así como a través de los años la salud se va deteriorando, y el cuerpo pierde ciertos nutrientes.

De acuerdo con la empresa de seguros de SALUDSA, los 10 principales riesgos en salud se producen debido a la mala alimentación de las personas, lo cual genera hospitalizaciones que requieren tratamiento médico o incluso hasta cirugías. (SALUDSA, 2018)
(OMS, SF)

El sedentarismo, y el consumo excesivo de comidas rápidas y alimentos procesados aumentan el riesgo para esta problemática.

El factor común en los adultos ecuatorianos es la persistencia del sobrepeso y obesidad. Tales problemas están directamente relacionados con la alimentación y actividad física. (GESTIÓN DIGITAL, 2020).

A pesar de que en el Ecuador la producción de alimentos es suficiente, se identifica que las personas siguen una dieta “poco diversa y baja en calidad nutricional”. (GESTIÓN DIGITAL, 2020).

Justificación

El consumo de frutas es esencial para tener una dieta saludable, según lo recomienda la OMS

Con respecto a la dieta aumentar el consumo de frutas y hortalizas, así como de legumbres, cereales integrales y frutos secos (OMS, SF)

Al analizar esta problemática se puede deducir que la prevención sería un factor que reduciría el riesgo de este tipo de enfermedades y para esto se lo realizaría mediante la alimentación saludable.

Esta investigación se realizará, con el objetivo de crear la empresa Alpihappy dedicada a la comercialización de frutas, teniendo como prioridad informar a sus clientes los nutrientes que componen el producto, así como también brindar un servicio de calidad y ofrecer bebidas nutricionales.

Se evidencia la necesidad de tener un establecimiento donde se informe al consumidor sobre el producto que va a adquirir o consumir promoviendo una dieta saludable.

Uno de los factores por lo cual surgió la idea es la carencia de conocimiento acerca de los nutrientes que tienen las frutas, por lo tanto, se puede recomendar a las personas que tengan una dieta saludable.

Objetivo general

Analizar la factibilidad de la comercialización de frutas y elaboración de bebidas de acuerdo con su valor nutricional

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para la comercialización de la fruta en la zona de estudio
- Definir los aspectos legales del negocio
- Realizar un análisis de marketing

- Elaborar las estructuras organizacionales y operacionales necesarios para la creación de la empresa
- Evaluar la viabilidad financiera utilizando las herramientas financieras TIR y el VAN

Delimitación del tema

El estudio investigativo se realizará en la ciudad de Guayaquil, en la zona norte, parroquia Tarqui, urbanización Villa España 2

Empresa**Misión.**

Ser una empresa innovadora en la venta de frutas dando productos de calidad, contamos con personal capacitado, la cual brindará asesoría de manera personalizada de los nutrientes que contiene nuestros productos.

Visión:

En el año 2025 la frutería, se convierta en la tienda de frutas más reconocidas a nivel local, a través de su calidad en los productos y excelentes servicios en asesoría nutricional de las frutas.

Valores

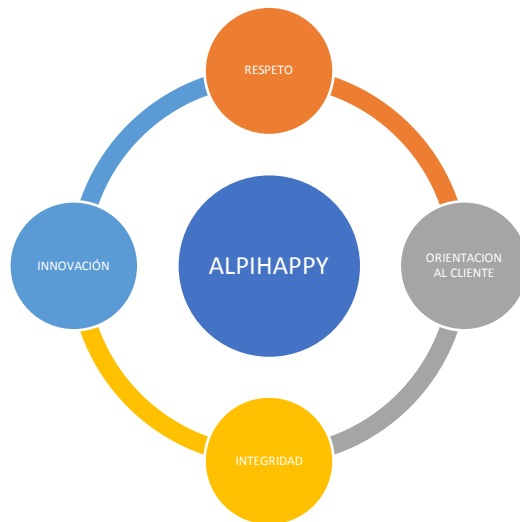


Ilustración 1 valores institucionales

Innovación

La creación de nuevos productos y la mejora continua del servicio

Respeto

Reconocer y aceptar a todas las personas que están en la organización

Orientación al cliente

Conocer las necesidades de los clientes para satisfacerlas adecuadamente y desarrollar productos de acuerdo con estas necesidades

Integridad

Actuar de manera ética, transparente y con espíritu de servicio para generar confianza con el cliente.

Nuestra Filosofía:

El nombre de la empresa sea nuestro sello personal y estamos comprometidos con entregar producto de calidad y un excelente servicio.

Que nuestros colaboradores y clientes se sienten en familia y que sepan que amamos lo que hacemos

Dar gracias a Dios por el nuevo día e involucrar a nuestros colaboradores

Dar reconocimientos al personal que muestre ánimo y deseo de servicio

Tener en cuenta que la capacitación continua lleva a la excelencia

Metodología

La metodología para implementar está basada en lo siguiente:

Análisis de mercado, demanda y competencia, para esto se realizó la recopilación de información primaria y secundaria.

La información primaria es la investigación efectuada en el sector, en este caso la zona norte de la ciudad de Guayaquil en la Urbanización Villa España 1.

Se utilizaron datos secundarios como es la proveniente de internet para el análisis del sector.

El objetivo principal fue la realización un estudio de mercado en la urbanización Villa España 1.

Las actividades que se desarrollaron para este objetivo fueron los siguientes.

Encuesta y recopilación de datos para el desarrollo de gráficas y el análisis de estas

Resultado de encuesta

Las encuestas fueron efectuadas a los habitantes de la urbanización Villa España 1, en una encuesta puerta a puerta, qué en su mayoría fueron amas de casa.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos por medio de gráficos estadísticos.

Cuál es su rango de edad

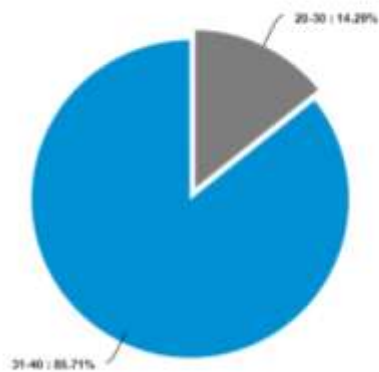
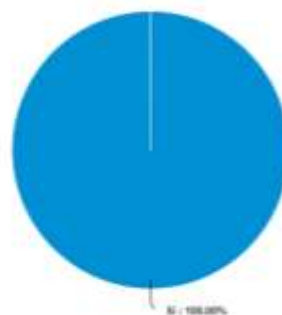


Ilustración 2 Rango de Edad

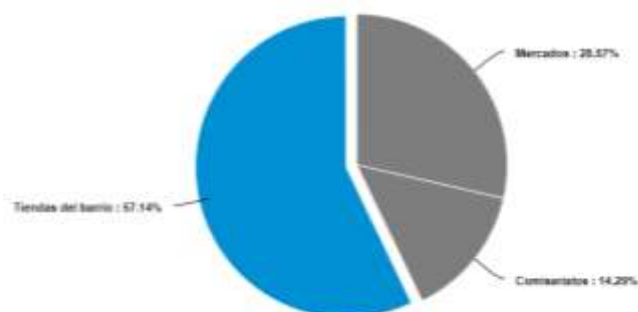
El 85,71% de personas del sector tienen un rango de edad de 31-40, esto servirá, para el desarrollo de kits nutricionales de acuerdo con los rangos de edad.

¿Compra frutas y ...



El 100% de las personas encuestadas informó que adquiere frutas para su consumo.

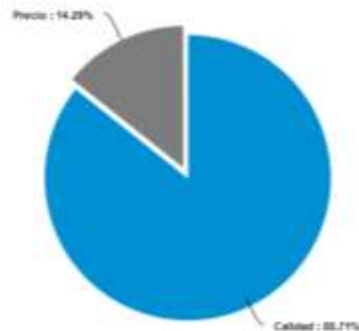
¿Cuándo usted va a comprar frutas y verduras prefiere adquirirlos en?



El 57,14% de encuestados informó que adquiere las frutas en tiendas de barrio, el 28,57% lo adquiere en mercados y el 14,29% lo adquiere en los comisariatos, esto

quiere decir que los habitantes adquieren su producto en el lugar más cercano a su hogar.

A la hora de elegir el lugar de compra lo determina de acuerdo con:



En el gráfico se puede observar que la gran mayoría de personas eligen su producto de acuerdo con la calidad y precio.

6. De los factores que se toman en cuenta al momento de adquirir frutas y verduras ,enumere del 1 al 6 de acuerdo al grado de preferencia, siendo el 1 el más preferido y el 6 el menos preferido

Average Rank



Ilustración 3 Elaboración propia

En el gráfico se puede observar que los habitantes, en primer lugar, prefieren productos de calidad, en segundo lugar, se ha seleccionado la variedad, tercer puesto los productos frescos con un precio justo y un lugar con una higiene constante.

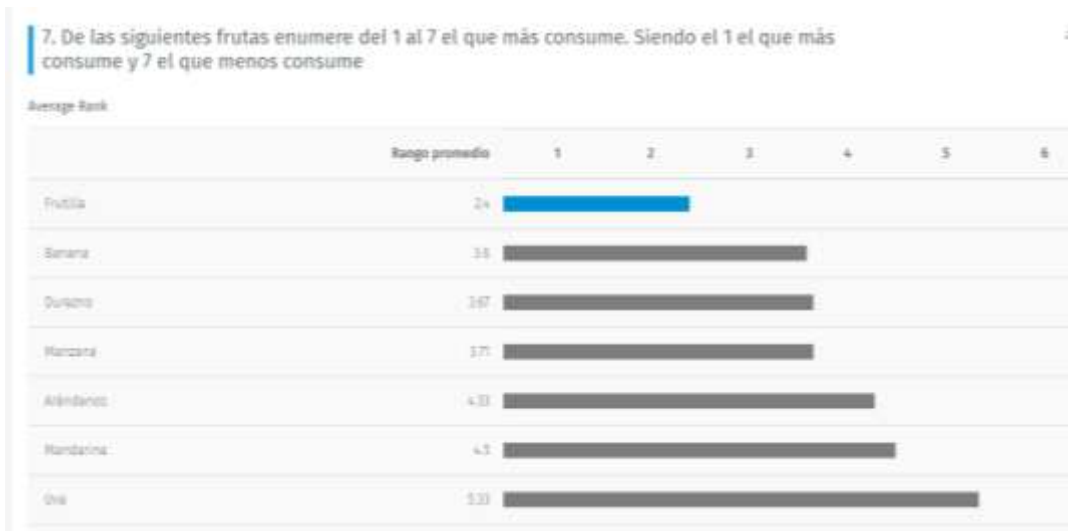


Ilustración 4 Preferencia de frutas

Para el correcto desarrollo de presupuesto se elaboró una pregunta de preferencia de frutas, ocupando los primeros lugares la frutilla, banana y el durazno, que serían las frutas con más demanda.

¿Con que frecuencia adquiere usted las frutas?

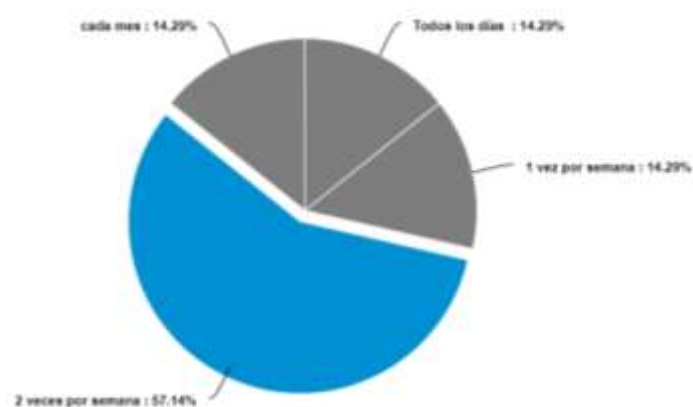


Ilustración 5

Para el análisis de demanda se desarrolló una pregunta acerca de la frecuencia de adquisición de frutas, en donde se puede observar que la mayoría de las habitantes, el 57,14% adquiere las frutas dos veces por semana

De las frutas y vegetales que a continuación se le indican, cuál es la cantidad en libras que adquiere de acuerdo con la frecuencia de la pregunta anterior



Ilustración 6

Se puede observar que los productos anteriormente preferidos son los más adquiridos por kilos.

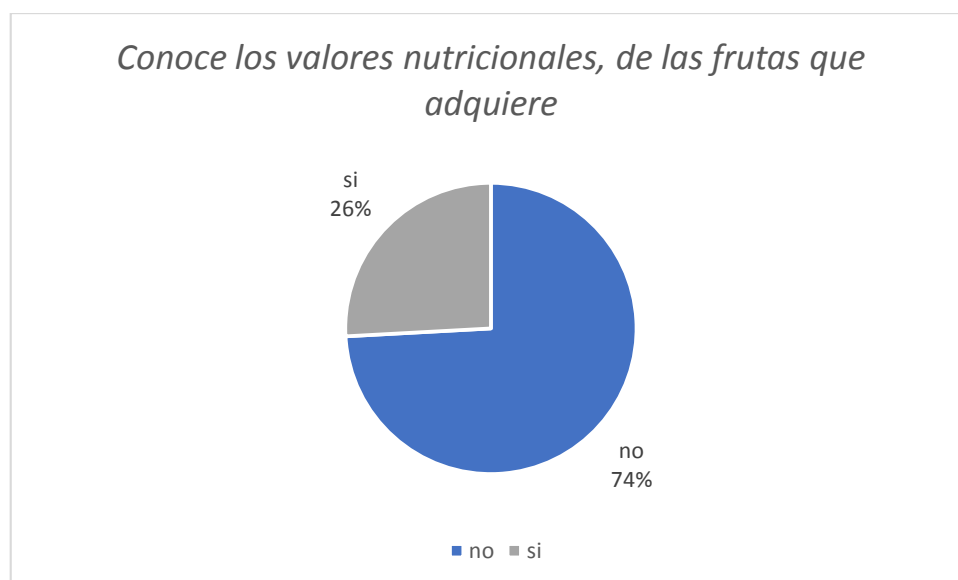


Ilustración 7 Elaboración propia

El 74% de encuestados respondió desconocer los valores nutricionales de las frutas que adquiere.

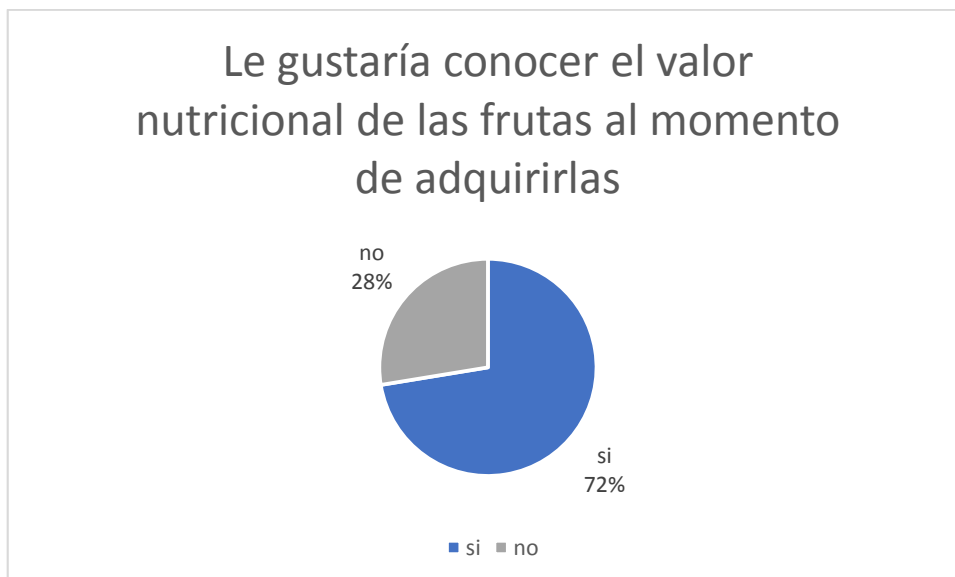


Ilustración 8 Elaboración propia

El 72% de encuestados respondió que le gustaría saber el valor nutricional de las frutas al momento de adquirirlas, el 28% informó que no tiene ningún interés en conocer el valor nutricional.

Análisis de Mercado

El propósito de este estudio es investigar el mercado de las frutas en la ciudad de Guayaquil, específicamente en la zona norte, en la Urbanización Villa España.

Para el desarrollo del análisis FODA se realizó una visita al sector para el análisis de la competencia.

Se visitaron los negocios que ofertaban frutas en el sector, donde estará ubicado el local, encontrando 7 negocios similares, en un radio de 1000 metros.

Se pudo observar que la mayoría de los negocios solo se enfoca en la venta y no en la asesoría de valores nutricionales de las frutas a sus clientes, está sería una fortaleza para la empresa, debido a que ese sería el valor agregado.

Los locales visitados no eran locales especializados en la venta de frutas, sino tiendas locales, que no brindan comodidad ni información acerca del producto a adquirir, lo que la empresa lo utilizaría como una fortaleza debido a que no hay atención personalizada ni un local especializado de frutas.

Debido a que la empresa es nueva, los habitantes del sector no tienen conocimiento de esta, lo cual, sería una debilidad para tomar en cuenta

Al realizar la encuesta se tuvo conocimiento de la preferencia a conocer los valores nutricionales de las frutas al momento de su adquisición, esto se puede emplear como una fortaleza debido a que la empresa se enfocaría en la venta mediante la asesoría de valores nutricionales de las frutas.

Para el desarrollo del presupuesto del producto se escogieron las mejores cotizaciones encontradas en el Mercado de transferencia de víveres, también se informó que en la temporada de lluvia los productos tienden a no tener la misma duración, esta sería una amenaza para la empresa.

Debido a que el producto es novedoso, es posible crear directamente nuevos competidores.

Matriz FODA



Ilustración 9 Análisis FODA

Estrategia DA

Se desarrollará la estrategia, la cual estará enfocada en disminuir las debilidades y amenazas que el plan de negocios pueda tener, para esto crea la tabla de debilidades y amenazas con su respuesta estratégica.

Debilidad	Estrategia
- Poco conocimiento de la marca porque la empresa es nueva - Precios pocos competitivos - Frutas con corto periodo de vida	Realizar campañas promocionales de lanzamiento de la marca por el sector y promocionar el producto mediante las redes sociales Realizar combos nutricionales para atraer la atención de los clientes Se elaborará una tabla donde se indicará los tiempos de cada fruta, las frutas que ya estén maduras se les extraerá la pulpa para la elaboración de los jugos naturales
Amenazas	
Venta de productos similares	Hay que destacar el servicio de asesoría nutricional como diferenciador del producto

Tabla 1 Estrategia DA

Descripción del producto/servicio a ofrecer.

Alpihappy es una empresa que tiene como objetivo asesorar a sus clientes sobre los valores nutricionales existentes en sus frutas, así como también ofertar jugos nutricionales. Para realizar una buena selección de producto, la empresa investigará la vida útil de cada fruta y así poder ofrecer productos de calidad.

La empresa se identificará por la calidad de las frutas y el buen servicio en cuanto a asesoramiento de sus valores nutricionales y así poder generar confianza y seguridad a los clientes.

Los productos están catalogados en:

Frutas

Las frutas es la parte comestible de algunas plantas, estas se suelen consumir en los desayunos, como postres y jugos.

Fruta fresca

Se consume directamente sin ninguna preparación, solo el lavado correcto de la misma.

Fruta seca

Son frutas con baja humedad, lo que permite que se conserven por más tiempo

Jugos naturales de fruta

Estas son hechas de la pulpa de la fruta extraída de los frutos maduros

Imago tipo empresarial

Es una forma de comunicación visual que transmite la imagen corporativa de la empresa o marca.

Alpihappy

la alegría de comer sano



Ilustración 10 Imago tipo Alpihappy



Ilustración 11 Uniforme y varios Alpihappy

Análisis legal

En el país, los emprendimientos pueden llevarse a cabo mediante la aplicación de dos figuras legales, esto es, como persona natural o como persona jurídica.

- Como persona natural, el emprendedor ejerce derechos y contrae obligaciones por sus propios derechos, es decir, que asume directa y personalmente la responsabilidad sobre las obligaciones y deudas que genere la empresa.
- Como persona jurídica, es la nueva sociedad la que asume los derechos y obligaciones generados en la operación de la empresa, quedando a salvo la responsabilidad personal de los socios o accionistas.

No obstante, en ambos casos, existen obligaciones formales con entes de control, las cuales deben ser necesariamente cumplidas desde el inicio del emprendimiento.

Esta empresa va a ser operada como persona natural, para lo cual se deberán seguir los siguientes pasos

- a.** Disponer de un establecimiento físico
- b.** Obtener el RUC o el RISE de la persona natural en el SRI
- c.** Obtener la patente de la persona natural en el Municipio de Guayaquil
- d.** Imprimir facturas

Requisitos tributarios

Registro único de Contribuyentes, RUC

Para obtener el RUC, que corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica, es necesario presentar la siguiente documentación:

- I.** Persona natural
 - a.** Formulario 01-A debidamente lleno y suscrito por el contribuyente.
 - b.** Original y copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación del contribuyente.
 - c.** Planilla de servicio básico de los últimos tres meses, del lugar en donde operará el establecimiento, a nombre del contribuyente, cónyuge, padres, hermanos o hijos.
 - d.** Contrato de arrendamiento inscrito, si es el caso, o carta de uso gratuito de inmueble, en caso de que el local esté a nombre de terceros.
 - e.** Copia de cédula y certificado de votación del propietario del inmueble.

Requisitos municipales

- Formulario de declaración de patente para persona natural, debidamente lleno y firmado
- Copia de cédula y certificado de votación
- Copia del RUC
- Acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos

Registro de marca

Para registrar la marca es recomendable que previo a la presentación de la solicitud de registro, el interesado realice una Búsqueda Fonética, la cual permite verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro. La tasa por esta verificación es de 16 dólares, misma que debe ser cancelada en el Banco del Pacífico.

Una vez que se cuente con la búsqueda fonética y proceda el registro, debe ingresarse la solicitud a través de la plataforma virtual del IEPI, <https://registro.propiedadintelectual.gob.ec/solicitudes/>, creando un casillero virtual (que requiere el patrocinio de un abogado), cargando la documentación requerida por

el sistema, efectuando el pago de la tasa administrativa por 208 dólares en el Banco del Pacífico, y generando el número de expediente para dar seguimiento al trámite.

El proceso concluye con la emisión de una resolución que acepta o rechaza el registro, y en caso de concesión, con la emisión del correspondiente título de registro.
(CÁMARA DE COMERCIO, 2022)

Modelo CANVAS



Ilustración 12 Modelo Canvas

Aliados clave

Proveedores de frutas

Colaboradores

Actividades clave

Ofertas de productos, incluido su valor nutricional

Ofertas de productos por temporadas

Batidos nutricionales y proteínas

Opción de selección de frutas por peso

Personal capacitado en cuanto a nutrición

Recursos clave

Inversión de capital propio

Propuesta de valor

Servicio personalizado al cliente mediante la asesoría de los colaboradores

Relación con clientes

Servicio personalizado

Atención al cliente

Canales

Marketing digital mediante las redes sociales

Segmento de clientes

Dirigido a la clase social media a alta de la ciudad de Guayaquil residentes en la zona norte.

Personas fitness

Personas que desea alimentarse saludablemente

Personas de clase media

18-45 promoción proteína

46-70 promoción salud

Plan operaciones

Dentro del plan de operaciones se involucrará los aspectos técnicos para la comercialización y elaboración de jugos nutricionales

Este plan está dividido en: calidad y procesos.

Calidad

Esta área se enfocará a la mejora continua del aspecto organizativo, donde cada uno de los trabajadores están comprometidos con los objetivos de la empresa.

Para el éxito de Alpihappy en la atención al cliente, se considera los siguientes ítems

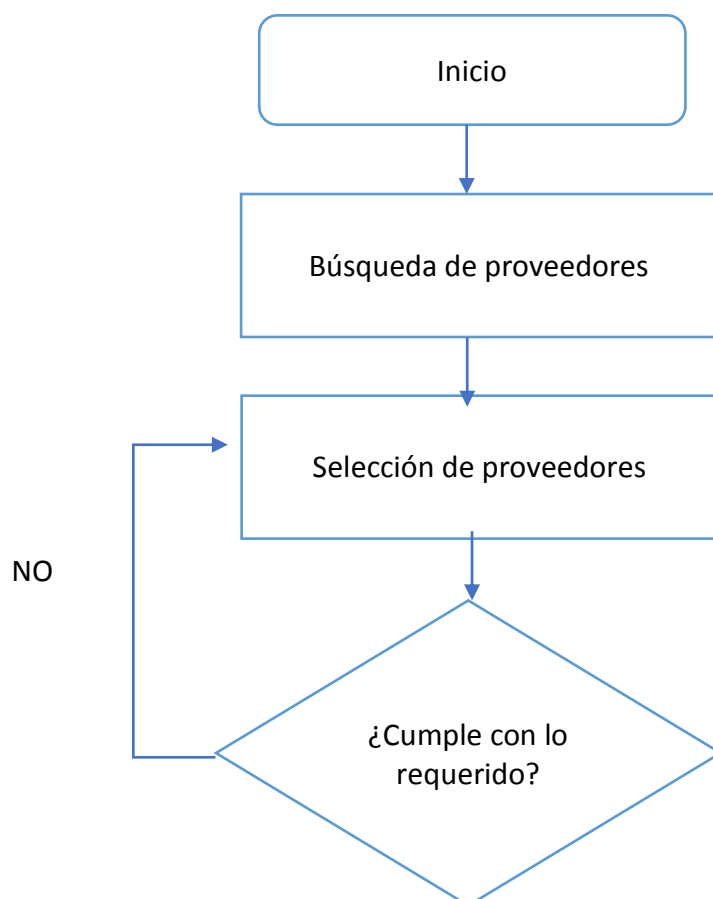
- La atención al cliente deberá ser cordial y respetuosa, siempre pensando en las necesidades del cliente.
- Los trabajadores deben conocer las características nutricionales de cada uno de los productos que se ofrecen.
- El local debe permanecer siempre limpio y en buenas condiciones, con un ambiente agradable
- La satisfacción del cliente se medirá mediante encuestas de manera continua.

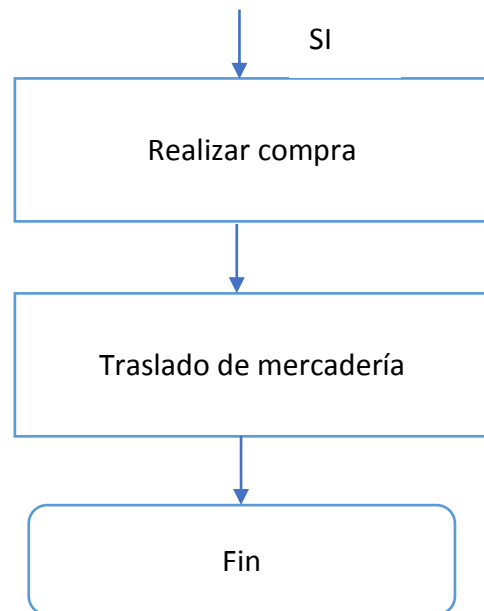
Procesos

Todos los procesos serán elaborados mediante un flujograma que permitirá visualizar cada una de las actividades dentro de los procesos

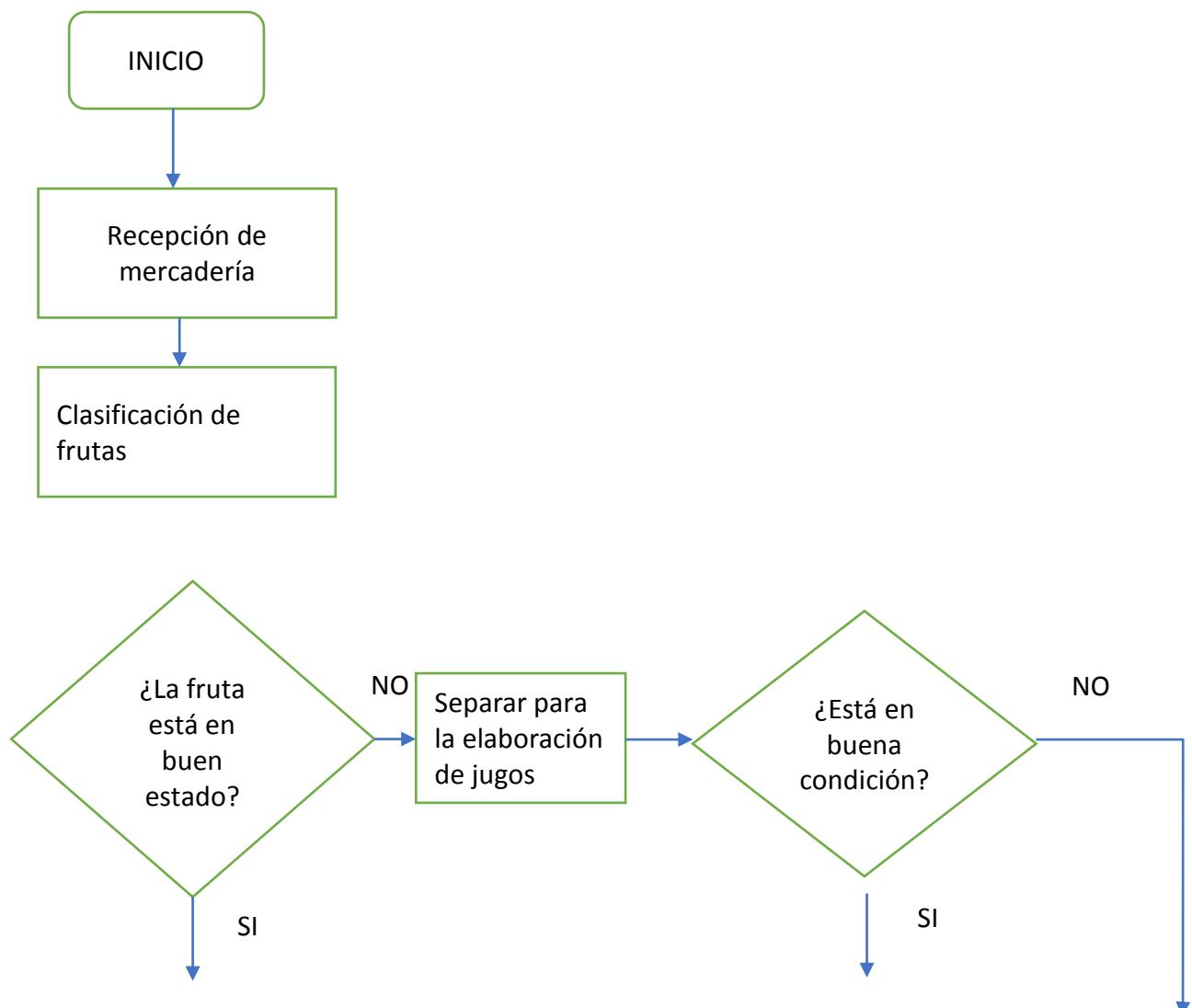
A continuación, se detallan los procesos de compra de mercadería, recepción

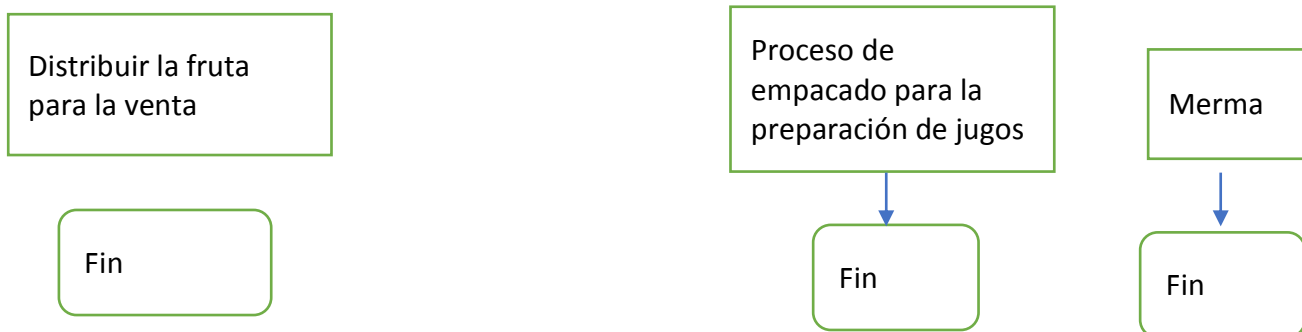
Proceso de compra de mercadería





Proceso para la recepción de la mercadería





Distribución del local

Para la comercialización de las frutas se buscó un local con las medidas idóneas para la organización y distribución.

El local tiene 6 metros de frente y 12 metros de fondo y está ubicado en la Urbanización Villa España 1



Ilustración 13 Distribución del local

Productos

N°	Productos
1	Sandia
2	Melones
3	Aguacates
4	Guineo
5	Oritos
6	Naranjas
7	Naranjas chilenas
8	Pitajaya
9	Papaya
10	Durazno
11	Manzanas
12	Manzanas de colada
13	Manzana verde
14	Manzana gala
15	Manzana roja
16	Granadilla
17	Uva verde
18	Uva roja
19	Uva negra
20	Arándanos
21	Mangos
22	Tomatillo
23	Guanábana
24	Piña
25	Papaya hawaiana

Tabla 2 Productos a ofrecer

Recursos materiales necesarios

cantidad	Detalle
1	Balanza electrónica
1	Mostradores, estanterías y muebles de frutas
1	Frío transparente
1	Fundas con nombres

Tabla 3 Recursos materiales



Ilustración 14 balanza electrónica



Ilustración 15 estanterías



Ilustración 16 Refrigerador de vidrio transparente



Plan de organización y recursos humanos

Ilustración 17 Modelo de funda

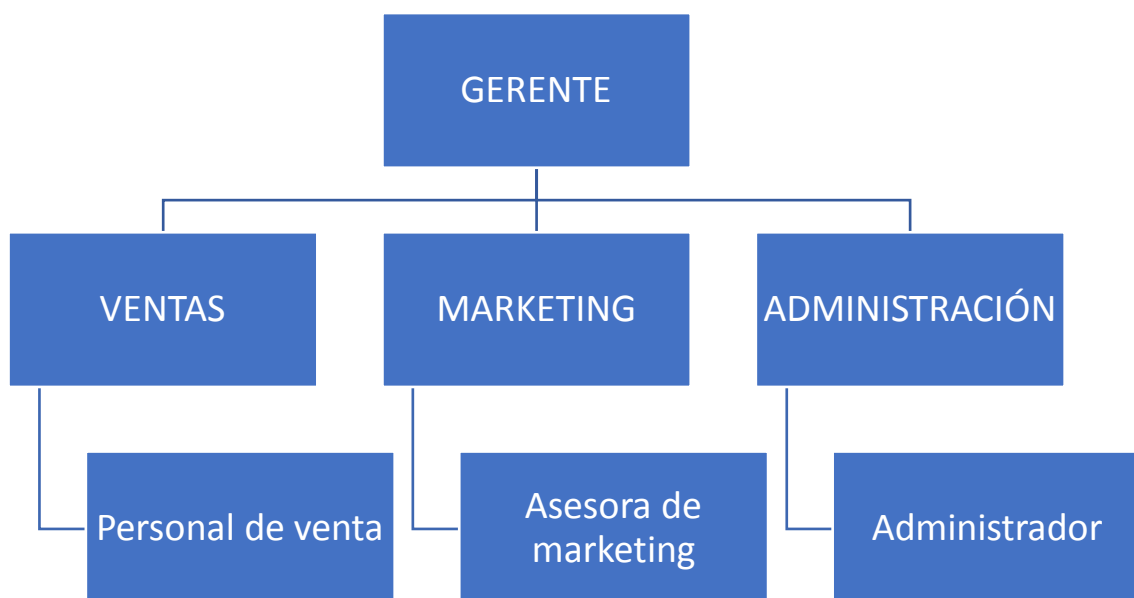


Ilustración 18 Plan de organización y recursos humanos

Gerente propietaria**VENTAS****Personal de ventas****Funciones**

Encargada del arreglo diario de los estantes de frutas

Encargada de dar la información de los valores nutricionales de los productos.

Encargada de informar sobre el stock de los productos

Revisión de la tabla de la vida útil de los productos para la extracción de la pulpa de fruta.

Perfil

- Educación Mínima: Bachillerato / Educación Media
- Mínimo dos años de experiencia en el área de ventas y atención al público
- Idiomas: español
- Edad: entre 25 y 35 años

Asesora nutricional(eventual)**Funciones**

Encargada de la elaboración de los valores nutricionales por fruta

Encargada de la innovación de productos nuevos dependiendo la acogida de los clientes.

Elaboración de tabla de los productos con su vida útil.

Perfil

- Educación: Lic. En Nutrición.
- 2 años de experiencia laboral
- Idiomas: español
- Edad: entre 25 y 35 años
- Proactivo

MARKETING**Asesora de marketing**

Funciones

Evaluación de la acogida de la marca a nivel local

Coordinar las actividades del equipo comercial, planes de comercialización y mercadeo, a fin de lograr el posicionamiento de la marca, abrir nuevos canales y el desarrollo del negocio.

Evaluación de la acogida de la marca a nivel local

Perfil

- Formación: Titulado en la carrera de marketing
- Experiencia: 3 años en áreas comerciales, ventas y marketing •
- Conocimientos adicionales: Plan de marketing
- Estrategias de marketing, comunicación y campañas publicitarias

ADMINISTRACIÓN

Administrador

Funciones

Controlar los inventarios para garantizar el stock adecuado que satisfaga las necesidades de venta.

Supervisar la implementación de campañas de visual merchandising, limpieza, colocación de productos e imagen del personal.

Administrar el personal a su cargo.

Mantener una comunicación abierta y constante con su equipo para asegurar el correcto flujo de información y la solución de problemas.

Perfil

- Formación: Título de Tercer Nivel en Ingeniería Comercial o tecnólogo en Administración financiera
- Experiencia: 3 años en puestos similares
- Manejo de MICROSOFT OFFICE
- Manejo de presupuestos, costos de personal

- Manejo de proveedores

Aspectos económicos para iniciar con la comercializadora de frutas

Un plan financiero es esencial para un plan de negocios, ya que ayuda a analizar e identificar los recursos económicos necesarios para iniciar un negocio de frutas y verduras.

Se presentarán la inversión inicial, costos, gastos y ventas requeridas para obtener utilidades y servirán como guía para que la empresa funcione y, dependiendo de las ventas, comenzará a dar los pasos necesarios para lograr el cumplimiento financiero. Un plan de generación de utilidades y estabilización de la economía, regulación y operación en el mercado.

Inversión Inicial

Para iniciar este plan de negocios es requerido un capital de \$ 34.009 para adquirir las herramientas y puesta en marcha. A continuación, se detalla lo necesario para la inversión inicial.

Tabla 4 Activos fijos

Descripción	Valor	Años de depreciación
Vehículo	\$ 15.000	5
TOTAL	\$15.000	

Tabla 5 Equipo y elementos

Descripción	Valor	Años de Depreciación
Computador y software	\$ 3.000	3
Impresora	\$ 700	3

Cámaras de seguridad	\$ 800	3
Aire acondicionado	\$ 1.000	3
Caja registradora, pantalla táctil e impresora matricial	\$ 1.700	3
Balanza electrónica	\$ 50	3
TOTAL	\$ 7.250	

Tabla 6 Maquinaria y equipo

Descripción	Valor	Años de Depreciación
Refrigeradora vitrina	\$ 4.000	5
Congelador	\$ 1.500	5
TOTAL	\$ 5.500	

Tabla 7 Muebles y enseres

Descripción	Valor	Años de depreciación
Punto de pago	\$ 500	10
Silla ejecutiva	\$ 200	10
Escritorio	\$ 400	10
	\$ 1.100	

Tabla 8 Puesta en marcha

Descripción	Valor
Adecuaciones de local	\$ 2.000,00
Celular	\$ 500,00
kit de limpieza	\$ 70,00
Escobas	\$ 10,00
Productos de aseo	\$ 20,00
Guantes de aseo	\$ 7,00
Guantes para la manipulación de frutas	\$ 7,00
Toalla microfibra	\$ 15,00

Estantes de madera	\$	500,00
Fundas	\$	100,00
Efectivo para caja	\$	500,00
Inventario inicial	\$	1.000,00
TOTAL	\$	4.729,00

Tabla 9 Gastos Preoperativos

Descripción	Valor
Licencia de funcionamiento	\$ 140
Constitución de la empresa	\$ 250
Publicidad redes sociales	\$ 40
TOTAL	\$ 430

Tabla 10 Inversión inicial

Descripción	Valor
Activos fijos	\$ 15.000
Equipos y elementos	\$ 7.250
Maquinaria	\$ 5.500
Muebles y enseres	\$ 1.100
Puesta en marcha	\$ 4.729
Gastos preoperativos	\$ 430
	\$ 34.009

Presupuestos gastos

En este ítem permitirá tener un valor aproximado destinado para un funcionamiento normal de la empresa y la toma de decisiones para el control de esta, en el siguiente cuadro se determina los gastos específicos para operar la empresa.

Tabla 11 Presupuesto gastos fijos

Descripción	Mensual	Anual
Arriendo	\$ 300,00	\$3.600,00

Total	\$ 300,00	\$3.600,00
Gastos operativos		
Servicios básicos	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Internet y teléfono	\$ 50,00	\$ 600,00
Papelería	\$ 50,00	\$ 600,00
Gastos de gasolina	\$ 50,00	\$ 600,00
Gastos de venta	\$ 20,00	\$ 240,00
Elementos de Aseo	\$ 50,00	\$ 600,00
Publicidad	\$ 50,00	\$ 600,00
Total	\$ 420,00	\$ 5.040,00

Tabla 12 Nómina de personal

Descripción	Mensual	Anual
Nómina administración	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Nómina Operacional	\$ 425,00	\$ 5.100,00
Marketing(eventual)	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Asesora Nutricional-capacitadora(eventual)	\$ 200,00	\$2.400,00
Total	\$ 1.375,00	\$ 16.500,00

Presupuesto en ventas

La comercializadora de frutas, tendrá varios productos para la venta, por lo cual se presupuesta el ofrecer diferentes productos.

La compra de inventario se la realizará tres veces a la semana para conservar la frescura de la fruta, en el cuadro se visualiza los costos de los precios de la fruta de acuerdo con los costos identificados en Mercado de transferencia de Víveres Montebello.

Los precios pueden sujetarse a cambios que se pueda presentar, para el cálculo de precio se tomó en cuenta el costo del producto y el margen del 50% de utilidad.

Tabla 13 Ventas

CANT	DETALLE	PRESENTACIÓN	PESO EN KILOS	Ventas	MENSUAL
12	Claudia mango	Caja de madera	15,4	\$ 30,00	\$ 360,00
16	Durazno	Caja de madera	13,4	\$ 18,00	\$ 288,00
10	Abridor	Caja	15,4	\$ 18,00	\$ 180,00
16	Aguacate	Caja	15,4	\$ 36,00	\$ 576,00
4	Babaco	Caja	11,4	\$ 24,00	\$ 96,00
4	Babaco	Caja	11,4	\$ 27,00	\$ 108,00
4	Capulí	Caja de madera	14,5	\$ 42,00	\$ 168,00
20	Frutilla 1	Balde	12,3	\$ 42,00	\$ 840,00
4	Frutilla 2	Balde	12,3	\$ 39,00	\$ 156,00
16	Granadilla	Cartón	13,6	\$ 24,00	\$ 384,00
4	Guanábana	Cartón	42,2	\$ 30,00	\$ 120,00
4	Guanábana	Cartón	42,2	\$ 33,00	\$ 132,00
20	Mandarina	Caja	9,1	\$ 16,50	\$ 330,00
4	Mandarina	Caja	9,1	\$ 13,50	\$ 54,00
20	Manzana verde	Caja	20	\$ 52,50	\$ 1.050,00
24	Manzana roja	Caja	20	\$ 49,50	\$ 1.188,00
24	Manzana gala	Caja	20	\$ 45,00	\$ 1.080,00
12	Banana	Caja		\$ 18,00	\$ 216,00
12	Uva Roja	Caja	8	\$ 21,00	\$ 252,00
12	Uva verde	Caja	10	\$ 28,50	\$ 342,00
12	Uva negra	Caja	8	\$ 21,00	\$ 252,00
72	Piña	Unidad		\$ 1,20	\$ 86,40
72	Sandia	Unidad		\$ 3,75	\$ 270,00
12	Naranja	Saco (100)		\$ 9,00	\$ 108,00
12	Mango	Caja		\$ 22,50	\$ 270,00
12	Tomatillo	Caja		\$ 12,00	\$ 144,00
72	Melón	Unidad		\$ 1,05	\$ 75,60
12	Naranja chilena	Cartón	20	\$ 52,50	\$ 630,00
12	Papaya hawaiana	Caja		\$ 13,50	\$ 162,00
	Total				\$ 9.918,00

Costo de venta

Los costos de los diferentes productos pueden variar de acuerdo con las circunstancias climáticas, organización de protestas, los precios expuestos son de acuerdo con los costos

actuales en el mercado de transferencia de Víveres “Montebello”, en el siguiente cuadro se presenta los costos de venta.

Tabla 14 Precios de frutas

CANT	DETALLE	PRESENTACIÓN	PESO EN KILOS	PRECIO	MENSUAL	ANUAL
12	Claudia mango	Caja de madera	15,4	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
16	Durazno	Caja de madera	13,4	\$ 12,00	\$ 192,00	\$ 2.304,00
10	Abridor	Caja	15,4	\$ 12,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
16	Aguacate	Caja	15,4	\$ 24,00	\$ 384,00	\$ 4.608,00
4	Babaco	Caja	11,4	\$ 16,00	\$ 64,00	\$ 768,00
4	Babaco	Caja	11,4	\$ 18,00	\$ 72,00	\$ 864,00
4	Capulí	Caja de madera	14,5	\$ 28,00	\$ 112,00	\$ 1.344,00
20	Frutilla 1	Balde	12,3	\$ 28,00	\$ 560,00	\$ 6.720,00
4	Frutilla 2	Balde	12,3	\$ 26,00	\$ 104,00	\$ 1.248,00
16	Granadilla	Cartón	13,6	\$ 16,00	\$ 256,00	\$ 3.072,00
4	Guanábana	Cartón	42,2	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 960,00
4	Guanábana	Cartón	42,2	\$ 22,00	\$ 88,00	\$ 1.056,00
20	Mandarina	Caja	9,1	\$ 11,00	\$ 220,00	\$ 2.640,00
4	Mandarina	Caja	9,1	\$ 9,00	\$ 36,00	\$ 432,00
20	Manzana verde	Caja	20	\$ 35,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00
24	Manzana roja	Caja	20	\$ 33,00	\$ 792,00	\$ 9.504,00
24	Manzana gala	Caja	20	\$ 30,00	\$ 720,00	\$ 8.640,00
12	Banana	Caja		\$ 12,00	\$ 144,00	\$ 1.728,00
12	Uva Roja	Caja	8	\$ 14,00	\$ 168,00	\$ 2.016,00
12	Uva verde	Caja	10	\$ 19,00	\$ 228,00	\$ 2.736,00
12	Uva negra	Caja	8	\$ 14,00	\$ 168,00	\$ 2.016,00
72	Piña	Unidad		\$ 0,80	\$ 57,60	\$ 691,20
72	Sandia	Unidad		\$ 2,50	\$ 180,00	\$ 2.160,00
12	Naranja	Saco(100)		\$ 6,00	\$ 72,00	\$ 864,00
12	Mango	Caja		\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
12	Tomatillo	Caja		\$ 8,00	\$ 96,00	\$ 1.152,00
72	Melón	Unidad		\$ 0,70	\$ 50,40	\$ 604,80
12	Naranja chilena	Cartón	20	\$ 35,00	\$ 420,00	\$ 5.040,00
12	Papaya hawaiana	Caja		\$ 9,00	\$ 108,00	\$ 1.296,00
	Total				\$ 6.612,00	\$ 79.344,00

Punto de equilibrio en ventas

Este instrumento financiero permitirá establecer las ventas mínimas, para cubrir los costos y gastos de la empresa, se utilizará para esto la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{costos fijos y gastos}}{1 - \left(\frac{\text{costos variables}}{\text{ventas totales}}\right)}$$

Reemplazando fórmula

$$\frac{\$ 2.095}{1 - \left(\frac{\$ 6.612}{\$ 9.918}\right)}$$

Punto de equilibrio=\$ 6.285

La comercializadora de frutas Alpihappy tendrá que vender de manera mensual el siguiente valor: \$ 6.285

Proyección en ventas mensual

Se realizó una proyección de ventas mensual, con base a la inflación anual del año 2023, que es del 1,83%.

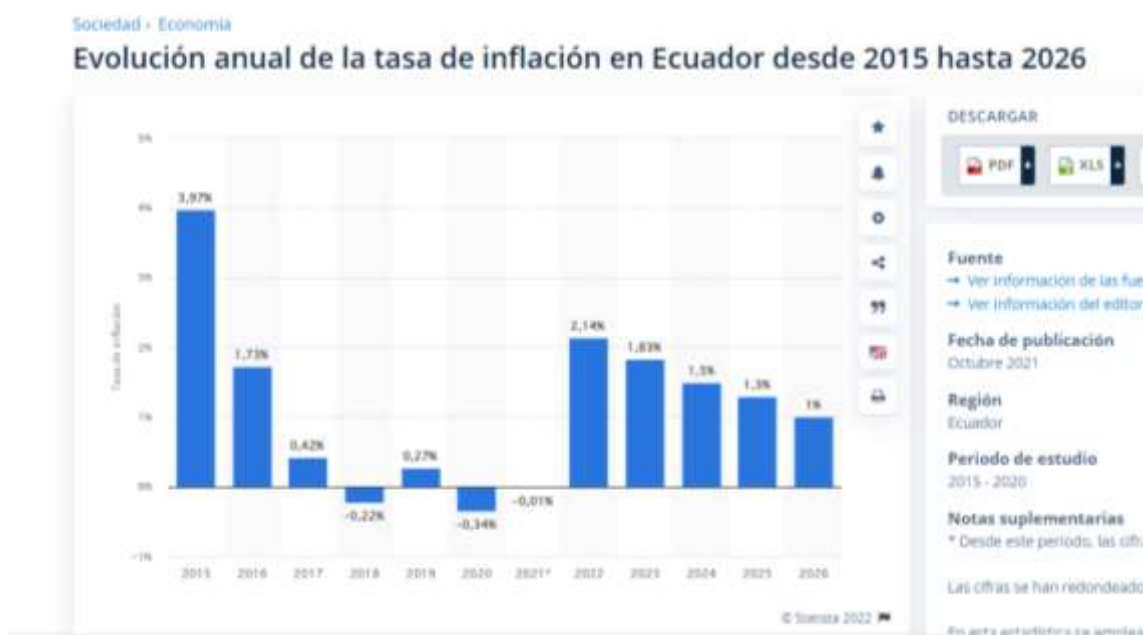
PROYECCIÓN DE VENTAS MENSUAL		
MES	VALOR	VALOR
1	0,001525	\$ 9.918,00
2	0,001525	\$ 9.933,12
3	0,001525	\$ 9.948,27
4	0,001525	\$ 9.963,44
5	0,001525	\$ 9.978,64
6	0,001525	\$ 9.993,86
7	0,001525	\$ 10.009,10
8	0,001525	\$ 10.024,36
9	0,001525	\$ 10.039,65
10	0,001525	\$ 10.054,96
11	0,001525	\$ 10.070,29
12	0,001525	\$ 10.085,65
	1,83%	\$ 120.019,34

Tabla 15 Proyección de ventas mensual

Proyección en ventas anual y retorno

Con los datos investigados anteriormente, se realizó una proyección para los próximos 5 años, para esto se tomó en cuenta el índice de inflación existente en el país.

Tabla 16 índices de inflación



(STATISTA, 2022)

AÑOS	0	1	2	3	4	5
Ventas		120.019,34	122.215,69	124.048,93	125.661,57	126.918,18
Costo fijo		\$ 5.040,00	\$ 5.147,86	\$ 5.225,07	\$ 5.293,00	\$ 5.345,93
Costo variable		79.344,00	79.344,00	79.344,00	79.344,00	79.344,00
Costo total		84.384,00	84.491,86	84.569,07	84.637,00	84.689,93
Utilidad bruta en Vtas.		35.635,34	37.723,84	39.479,86	41.024,57	42.228,25
Vta. De activos						
Total ingresos		35.635,34	37.723,84	39.479,86	41.024,57	42.228,25
Gastos operativos						
Sueldos		16.500,00	16.801,95	17.053,98	17.275,68	17.448,44
Arriendo		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Deprec Vehículo	15000	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Deprec Equipos y elementos	7250	2.416,67	2.416,67	2.416,67		

Deprec maquinaria	5500,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
Deprec muebles y enseres	1100,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
Otros egresos						
Gastos financieros						
Total gastos Operativos		26.726,67	27.028,62	27.280,65	25.085,68	25.258,44
Utilidad operativa		8.908,67	10.695,22	12.199,21	15.938,88	16.969,81
Aporte al IEES patrono		1.839,75	1.873,42	1.901,52	1.926,24	1.945,50
Imptos.		1.397,84	1.436,27	1.468,36	1.496,58	1.518,57
Utilidad neta		5.671,08	7.385,53	8.829,33	12.516,07	13.505,74
Depreciaciones						
Deprec Vehículo		3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Deprec Equipos y elementos		2.416,67	2.416,67	2.416,67		
Deprec maquinaria		1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
Deprec muebles y enseres		110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
Valor en libros Vehículo						-
Valor en libros equipos y elementos						-
Valor en libros maquinaria						-
Valor en libros muebles y enseres						550,00
Inversiones puesta en marcha	- 5.159,00					
Vehículo	- 15.000,00					
Equipo	- 7.250,00					
Maquinaria	- 5.500,00					
Muebles y enseres	- 1.100,00					
Flujo de Efectivo Neto	-34.009,00	12.297,75	14.012,20	15.456,00	16.726,07	18.265,74
	TIR	32,20%				
	VAN	\$0,00				

Tabla 17 Flujo de efectivo

Cálculo del impuesto

Para el cálculo anual de impuesto se tomó en consideración la nueva ley tributaria para el pago de impuesto.

Tabla 18 Tabla RIMPE

<i>Límite inferior</i>	<i>Límite superior</i>	<i>Impuesto a la fracción básica</i>	<i>Tipo marginal</i>
-	20,000	60	0.00%
20,000,01	50,000	60	1.00%
50,000,01	75,000	360	1.25%
75,000,01	100,000	672.50	1.50%
100,000,01	200,000	1,047.50	1.75%
200,000,01	300,000	2,797.52	2.00%

Tabla 19 Cálculo del impuesto RIMPE

VENTAS ANUALES				
\$ 120.019,34	\$ 122.215,69	\$ 124.048,93	\$ 125.661,57	\$ 126.918,18
\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
\$ 20.019,34	\$ 22.215,69	\$ 24.048,93	\$ 25.661,57	\$ 26.918,18
1,75%	1,75%	1,75%	1,75%	1,75%
\$ 350,34	\$ 388,77	\$ 420,86	\$ 449,08	\$ 471,07
\$ 1.047,50	\$ 1.047,50	\$ 1.047,50	\$ 1.047,50	\$ 1.047,50
1397,8	1436,3	1468,4	\$ 1.496,58	\$ 1.518,57

Cálculo del TMAR

Para el cálculo de la TMAR se tomó en cuenta los 5 primeros años de inflación, el retorno de inversión propuesto por el inversionista es del 10%

$$\text{TMAR} = i + f + (i * f)$$

$$\text{TMAR} = 7,77\% + 15\% + (7,77\% * 15\%)$$

$$\text{TMAR} = 23,94\%$$

Conclusión

Al realizar el estudio en la Urbanización villa España 2, se pudo determinar los hábitos de consumo a la hora de comprar las frutas, donde se pudo determinar una preferencia mayor en las tiendas de barrio, las compras las realizan de en su mayoría dos veces por semana, por lo cual es conveniente ubicar una frutería cerca a los habitantes de la Urbanización.

Al realizar el diagnostico se pudo realizar estrategias para contrarrestar las debilidades encontradas en donde se deberá hacer un énfasis en las campañas publicitarias y la atención personalizada como diferenciador para la fidelización de los clientes ya que en su mayoría son personas interesadas en mantener una buena salud.

La empresa contara con una estructura organizacional de manera jerárquica, donde se realizarán las funciones establecidas y los procesos indicados para el correcto funcionamiento de la empresa esta contara con una persona encargada de la administración y persona en la parte operacional un profesional en marketing y una asesora nutricional los cuales trabajaran de manera eventual

En el aspecto económico se evalúa y plante a inversión inicial en un valor de \$34.009 para realizar la puesta en marcha, el punto de equilibrio para cubrir gastos y costos seria de \$6.285, su valor de TIR es de 32,20% siendo rentable y viable

Recomendaciones

Es importante realizar el registro de la marca para que los clientes se sientan identificados, y distinguirse entre sus clientes.

Se debe mantener una alianza con los proveedores de los productos para garantizar la buena calidad de la fruta.

Es importante contar con valores para la logística de la campaña de ingreso del producto al mercado, la campaña publicitaria debe ser creativa y enfocada a llamar la atención del consumidor.

Referencia

CÁMARA DE COMERCIO. (14 de 04 de 2022). *CAMARA DE COMERCIO*. Obtenido de <https://ccq.ec/wp-content/uploads/2019/01/Instructivo-legal-pra%CC%81ctico-para-emprendedores-DEF..pdf>

GESTIÓN DIGITAL. (16 de 09 de 2020). *MULTIPLICA EDICIONES*. Obtenido de <https://www.revistagestion.ec/sociedad-analisis/el-ecuatoriano-transita-entre-la-desnutricion-y-el-sobrepeso>

OMS. (SF). *Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud*. Obtenido de https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/WHA57/A57_R17-sp.pdf

SALUDSA. (2018 de 06 de 2018). *SALUDSA*. Obtenido de <https://blog.saludsa.com/mayores-riesgos-salud-ecuador>

STATISTA. (26 de 02 de 2022). *STATISTA*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/1190037/tasa-de-inflacion-ecuador/>

Anexos

Encuesta

1. Cuál es su rango de edad

20-30

31-40

41-50

51-60

Más de 60

2. ¿Compra frutas y verduras?

Si

No

3. ¿Cuándo usted va a comprar frutas y verduras prefiere adquirirlos en?

- Mercados
- Comisariatos
- Tiendas del barrio

4. A la hora de elegir el lugar de compra lo determina de acuerdo con:

- Calidad

- Precio
- Cercanía
- Servicio al cliente

5. De los factores que toma en cuenta al adquirir frutas y vegetales, enumere del 1 al 7 de acuerdo con el grado de preferencia, siendo el 1 el más preferido y 7 el menos preferido

Precio
 Higiene
 Comodidad
 Productos frescos
 Calidad
 Variedad de productos
 Accesibilidad

6. De las siguientes frutas enumere del 1 al 7 el que más consume. Siendo el 1 el que más consume y 7 el que menos consume

Durazno _	Manzana _
Frutilla _	Banano _
Arándanos _	Uva _
Mandarina _	

7. ¿Con qué frecuencia adquiere usted las frutas?

Todos los días
 1 vez por semana
 2 veces por semana
 3 veces por semana
 Cada mes

8. De las frutas y vegetales que a continuación se le indican, cuál es la cantidad en libras que adquiere de acuerdo con la frecuencia de la pregunta anterior.

Durazno _	Manzana _
Frutilla _	Banano _
Arándanos _	Uva _
Mandarina _	

9. Conoce los valores nutricionales de las frutas que adquiere

si
 no

10. Le gustaría conocer el valor nutricional de las frutas al momento de adquirirlas

si
 no
 —

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Delfina Inés Paucar Miranda**, con C.C: # 1719428805 autor(a) del trabajo de titulación: **Plan de negocio para la comercialización de frutas y elaboración de bebidas** previo a la obtención del grado de **TECNÓLOGO Administración Financiera** en el Instituto Superior Tecnológico LEMAS.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 17 de mayo del 2022

f. _____
Nombre: **Delfina Inés Paucar Miranda**
C.C: 1719428805

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE GRADUACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Plan de negocio para la comercialización de frutas y elaboración de bebidas		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Paucar Miranda Delfina Inés		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ing. Rolando Xavier Farfán Vera, MAE		
INSTITUCIÓN:	Instituto Superior Tecnológico Lemas		
UNIDAD/FACULTAD:	Tecnología Superior En Administración Financiera		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Administración Financiera		
GRADO OBTENIDO:	Tecnólogo Superior En Administración Financiera		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	28 de Mayo de 2022	No. DE PÁGINAS:	55
ÁREAS TEMÁTICAS:	Administración Financiera		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Inversión, transacción, negocio		
RESUMEN/ABSTRACT			
En el desarrollo de este plan de negocios se propuso determinar la creación de una empresa comercializadora de frutas en la Urbanización Villa España 1, teniendo como fuente diferenciador la asesoría a los clientes de los valores nutricionales de los productos que oferta la comercializadora, se eligió como metodología usar fuentes secundaria y primarias realizando una investigación en el sector por la zona donde se ubicaría la comercializadora, la cual conto primeramente con la observación de la competencia ubicada por el sector, en donde se pudo determinar que los negocios tienen el enfoque solo en la venta y no en la asesoría, se realizó una encuesta orientada a los posibles cliente para determinar sus hábitos de consumo. Posteriormente se realizó el análisis de los precios de los productos en el mercado para determinar el presupuesto necesario para la puesta en marcha tomando en cuenta también los elementos necesarios para la misma, posterior se procedió a realizar la proyección de los ingresos y costos de la comercializadora donde también se incluyeron los valores de los impuestos que generarían los flujos de efectivo, además se aplicaron los indicadores de evaluación para determinar la viabilidad de la implementación de esta empresa.			
ADJUNTO PDF:	☒ SI	☐ NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono:	E-mail: alpihappy@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: : Información TecLemas		
	Teléfono: (593-4) 3811200		
	E-mail: info@teclemas.edu.ec		