



ESCUELA DE NEGOCIOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
FRUTILLAS ORGÁNICAS EN SISTEMAS HORIZONTALES PARA LA CIUDAD DE
QUITO**

PROFESOR

JESSENIA VERDESOTO

AUTOR

CAJILEMA ÑAMIÑA MARIA EMILIA

2023

Resumen

| Este plan de negocios tiene como objetivo visualizar la viabilidad de un proyecto para la apertura de una compañía que produzca y comercialice fresas en sistemas horizontales en la ciudad de Quito.

En esta investigación se realizó por medio del análisis macroeconómico PESTEL y de la industria agrícola. Adicionalmente, se realizó un análisis cualitativo y cuantitativo, seguido de un plan de marketing, operacional, comercial y financiero.

Nuestra propuesta de valor del presente plan de negocios se basa en la diferenciación. La fresa es una fruta con un alto valor nutritivo, tal y como lo indica un estudio de la Washington State University. Estas frutas evidenciaron tener altos niveles de anticancerígenos.

Después del COVID 19 se busca satisfacer las necesidades relacionadas con el cuidado de la salud, el consumo de alimentos saludables al cual está enfocado este plan.

La inversión inicial tiene una parte de financiamiento bancario y capital propio. Una vez calculada la inversión financiera el resultado del VAN fue de 35829,52 y del TIR de 27,8%. Con los valores evidenciados anteriormente, el proyecto aquí presentado se consideraría como viable.

Abstract

This business plan aims to visualize the viability of a project for the opening of a company that produces and markets strawberries in horizontal systems in the city of Quito.

This research was carried out through the PESTEL macroeconomic analysis and the agricultural industry. Additionally, a qualitative and quantitative analysis was carried out, followed by a marketing, operational, commercial and financial plan.

Our value proposition of this business plan is based on differentiation. The strawberry is a fruit with a high nutritional value, as indicated by a study by Washington State University. These fruits were shown to have high levels of anticarcinogens.

After COVID 19, it seeks to satisfy the needs related to health care, the consumption of healthy foods to which this plan is focused.

The initial investment has a part of bank financing and own capital. Once the financial investment was calculated, the VAN result was 35,829.52 and the IRR was 27.8%. With the values shown above, the project presented here would be considered viable.

Índice

1.	1. Introducción	10
2.	2. REVISIÓN DE LITERATURA RELACIONADA AL PROBLEMA	11
	2.1. Hallazgos De La Revisión De La Literatura Académica.....	11
	2.1.1. ¿Qué Son Los Sistemas Horizontales?	11
	2.2. Proyectos Similares Que Se Hayan Diseñado Previamente.	12
3.	3. Identificación Del Objeto De Estudio.....	14
4.	4. Planteamiento del Problema	15
5.	5. Objetivo general.....	16
6.	6. Objetivos específicos	17
7.	7. Justificación y aplicación de la metodología a utilizar – Análisis de la industria	18
	7.1. Entorno Macroeconómico Y Político	18
	7.1.1. Análisis PESTEL	18
	7.2. Análisis Del Sector	22
	7.2.1. Tamaño De La Industria	23
	7.2.2. Ciclos Económicos.....	25
	7.3. Análisis De La Competencia	27
	7.3.1. Amenaza De Entrada De Nuevos Competidores	27
	7.3.2. Poder De Negociación De Los Clientes.....	28
	7.3.3. Amenaza De Productos Sustitutos.....	29
	7.3.4. Poder De Negociación Proveedores.....	29
	7.4. Análisis Del Mercado/ Investigación Del Mercado/Mercado Objetivo	29
	7.4.1. Perfil del Consumidor.....	29
	7.4.2. Matriz De Operacionalización De Variable.....	33
	7.4.3. Segmento De Mercado.....	38
	7.5. Análisis FODA.....	38

7.5.1.Estrategias FO	39
7.5.2.Estrategias DO	39
7.5.3.Estrategias FA	39
7.5.4.Estratégicas DA	39
7.6.Definición de la estrategia genérica específica del negocio	39
7.7.Conclusiones del capítulo	40
8. 8.CAPÍTULO 3: Propuesta de solución del problema planteado – Naturaleza del negocio	
40	
8.1.Naturaleza, Filosofía Del Negocio Y Estilo Corporativo	40
8.1.1.Filosofía Del Negocio	40
8.1.2.Estilo Corporativo.....	41
8.2.Misión Y Visión.....	41
8.2.1.Misión	41
8.2.2.Visión.....	41
8.3.Objetivos De Crecimiento Y Financieros Considerando El Análisis De La Industria.	41
8.4. Información Legal.....	42
8.4.1.Actividad Económica.....	42
8.4.2.Estado Legal.....	42
8.4.3.Gastos De Constitución.....	43
8.4.4.Legislación Vigente (Ventajas Y Desventajas)	43
8.5.Estructura Organizacional.....	43
8.6.Ubicación	44
8.7.Ventaja Competitiva Y Propuesta De Posicionamiento Considerando La Estrategia Genérica Definida.	44
8.8.Estrategias De Mercadeo	45
8.8.1.Producto O Servicio.....	45

8.8.2.Descripción Del Producto	45
8.8.3.Información Nutricional.....	48
8.8.4.Comparación Con La Competencia	48
8.8.5.Estrategias De Distribución	49
8.8.6.Estrategias De Precios.....	49
8.8.7.Análisis Del Precio Del Producto O Servicio	50
8.8.8.Estrategias De Promoción Y Comunicación.....	50
8.8.9.Promoción de Ventas	51
8.9.Presupuesto	52
8.10.Proyecciones De Ventas	52
8.11.Conclusiones del capítulo	54
9. 9.CAPÍTULO 4: Propuesta de solución al problema planteado - Operaciones.....	54
9.1.Gestión Táctica De Operaciones.....	54
9.1.1.Diferenciación.....	54
9.2.Descripción Del Proceso.....	56
9.2.1.Logística de Entrada	56
9.2.2.Logística De Salida	57
9.3.Necesidades Y Requerimientos/Capacidad Instalada.....	57
9.3.1.Detalle De Infraestructura.....	57
9.3.2.Detalle De Inversión Para Los Sistemas Verticales.....	59
9.3.3.Detalle De Materia Prima En El Proceso De Producción.....	60
9.3.4.Detalle de Materia Prima Para Cosecha Y Comercialización	61
9.3.5.Detalle De Mano De Obra	62
9.3.6.Detalle De CIF	62
9.3.7.Resumen De Inversión Y Costos	64

9.4.Plan De Producción.....	65
9.5.Plan De Compras	66
9.5.1.Identificación De Proveedores	66
9.5.2.Plan De Compras	67
9.6. KPI De Desempeño De La Gestión Táctica	68
9.7.Conclusiones del Capítulo	69
10. 10.CAPÍTULO 5: Propuesta de solución al problema planteado - Plan financiero	69
10.1.Supuestos A Considerar Para La Elaboración Del Plan Financiero	69
10.2.Estados Financieros Proyectados	70
10.2.1.Estado De Resultados	70
10.2.2. Estado De Situación O Balance General	72
10.2.3Estado de flujos de caja.....	74
10.2.4.Análisis De Relaciones Financieras.....	75
10.3.Impacto Económico, Regional, Social Y Ambiental	78
10.4.Conclusiones Del Capítulo	78
11. 11.CAPÍTULO 6: Conclusiones Generales y Recomendaciones	79
11.1. Conclusiones	79
11.2 .Recomendaciones	80
12. Referencias.....	81
13. ANEXOS	86

Índice de tablas

Tabla 1	23
Tabla 2	24
Tabla 3	34
Tabla 4	36
Tabla 5	38
Tabla 6	50
Tabla 7	52
Tabla 8	53
Tabla 9	55
Tabla 10	59
Tabla 11	60
Tabla 12	60
Tabla 13	61
Tabla 14	61
Tabla 15	62
Tabla 16	62
Tabla 17	63
Tabla 18	64
Tabla 19	65

Índice de figuras

Figura 1	24
Figura 2	26
Figura 3	27
Figura 4.	31
Figura 5	31
Figura 6	43
Figura 7	48
Figura 8	49
Figura 9	56
Figura 10.	58
Figura 12	66
Figura 13	68
Figura 14	70
Figura 15	71
Figura 16	71
Figura 17	73
Figura 18	74
Figura 19	74
Figura 20	75
Figura 21	76
Figura 22	76
Figura 23	77
Figura 24	77

1. INTRODUCCIÓN

Este proyecto tiene como finalidad desarrollar un estudio para la producción y comercialización de fresas orgánicas en sistemas horizontales para la ciudad de Quito. Para determinar y realizar este proyecto se hicieron las respectivas investigaciones de mercado, tendencias de consumo, las capacidades de producción y por último el desarrollo de la parte financiera para la determinación de la viabilidad de este nuevo proyecto.

En el primer capítulo se estudiaron a varios autores con proyectos similares para ir determinando la viabilidad de hacer el proyecto en la ciudad de Quito, el objetivo principal y cuales serían los objetivos secundarios.

En el segundo capítulo se determinó el estudio de mercado, para establecer la propuesta de valor del mismo, se encontró que si existen programas similares pero que casi ninguno en la ciudad de Quito realiza en sistemas horizontales lo que da una economía de escala y diferenciación al producto.

Adicionalmente se analizó, la capacidad operativa de la producción, si los niveles de producción, eran suficientes para satisfacer las necesidades de las ventas propuestas, si el mercado estaba dispuesto a pagar por este producto orgánico.

Finalmente se realizó un análisis financiero para evaluar la factibilidad del proyecto, se evaluaron costos, gastos, ingresos, flujos de caja traídos a valor presente, y así determinar si el proyecto es viable.

En conclusión, se determinó que el proyecto es viable y que es una oportunidad de negocio de una inversión que será rentable sobre la tasa de descuento.

2.REVISIÓN DE LITERATURA RELACIONADA AL PROBLEMA

2.1. Hallazgos De La Revisión De La Literatura Académica

Según, Comisión del Codex Alimentarius, (1999)

La agricultura orgánica es un sistema holístico de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del agroecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo. Hace hincapié en el empleo de prácticas de gestión prefiriéndolas respecto al empleo de insumos externos a la finca, teniendo en cuenta que las condiciones regionales requerirán sistemas adaptados localmente. Esto se consigue empleando, siempre que sea posible, métodos culturales, biológicos y mecánicos, en contraposición al uso de materiales sintéticos, para cumplir cada función específica dentro del sistema.

2.1.1. ¿Qué Son Los Sistemas Horizontales?

Según Promix (2022), “la agricultura vertical es una práctica donde las plantas son producidas en capas apiladas verticalmente. Esta metodología busca maximizar el uso del espacio de producción al incrementar la superficie del piso lo que permite producir más plantas”.

El sistema orgánico de producción ayuda a la salud de las personas, no se utiliza plaguicidas, y esto mejora la calidad del producto. El sabor de los alimentos orgánicos es mucho mejor que el del sistema tradicional.

Los alimentos orgánicos según algunos estudios fortalecen el sistema inmunológico, mejora la calidad del sueño y contribuye con el medio ambiente.

2.2. Proyectos Similares Que Se Hayan Diseñado Previamente.

Guerrero, Gomez & Cepeda (2019), se basaron en la implementación de “un sistema alternativo para cultivo hidropónico de fresa, que permita, en un período a partir del 1 año, incrementar producción, reducir costos y obtener una fruta orgánica competitiva en el mercado”. El método de estudio fue cuantitativo a través de encuestas, recolección de producción de datos estadísticos y mediciones, en la ciudad de Bogotá. La evaluación financiera arrojó un TIR de 14%, y un VNA de 172.192.072.

En el plan de negocios Vega, Cifuentes y Ardila (2017) estuvo enfocado en “la producción y exportación de fresa orgánica, que tendrá lugar en una finca ubicada en el municipio de Chiquinquirá Boyacá”; además, se evidencia la viabilidad y factibilidad del proyecto. Este plan escogió una muestra de 100 personas. Los resultados fueron: TIR del 14%, VNA positivo del \$172.192.072.

Erreis (2020), indica que el objetivo es aumentar las ventas de módulos horizontales a través de adquirir de nuevos clientes. Así, se utilizó el método cuantitativo y cualitativo, por medio de 384 encuestas y entrevistas a personas expertas. En los resultados se puede observar que “el proyecto es viable, el VAN, TIR son positivos; de igual manera, el índice de rentabilidad nos demuestra que por cada dólar que invierte la empresa se obtendrá una ganancia de 1,22 dólares. Por otro lado, el PayBack es cercano a 2 años y medio, lo que indica que se podrá recuperar la inversión en un período corto”.

El plan de negocio de Cela & Maldonado (2021), cuyo objetivo principal es “Diseñar un plan de negocios para la creación de un mercado verde que comercialice productos orgánicos en el sector norte de Guayaquil”, utiliza el método cuantitativo con una encuesta a 500 personas al

norte de la ciudad de Gye. Como resultado se presenta un TIR 80% y VAN 95161,40. La TIR esta expresado en el margen del proyecto, en este caso es alrededor de 5 años.

El autor, Guevara (2016), en su proyecto, señala que el objetivo es establecer la factibilidad de la creación de una empresa distribuidora de alimentos orgánicos. Así, en este utiliza el método cuantitativo de 400 entrevistas en la ciudad de Lima. El resultado se muestra un total de \$ 85,201 el cual nos manifiesta que la implementación del proyecto es viable. Se da a conocer que la TIR es del 17.33%.

3. IDENTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

La producción orgánica “en la última década, un crecimiento sostenido, estimado en un 20-25 % anual atribuido fundamentalmente a un mayor desarrollo de la conciencia ecológica en la sociedad y a la creciente preocupación de los individuos por su salud y la contaminación ambiental” (Rodríguez, Gentile, Lupín & Garrido, 2002).

Rodriguez y Velez (2018), refieren el siguiente que:

La tendencia a nivel mundial de consumir productos orgánicos ha ido creciendo a tal punto que en el mercado global para sus exportaciones necesitan una certificación orgánica. Para el caso de Ecuador, dicha certificación la emite la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario, esto demuestra que existe mayor preocupación por parte del Estado y de los Gobiernos a que dentro de los procesos de producción se apliquen tecnologías amigables con el medio ambiente y que dentro de sus insumos se utilicen productos orgánicos (p. 1).

El proyecto de producción y comercialización de frutillas es importante porque permite una alternativa de alimentación sana, sustentable; de esta manera, se ha creado la cultura de consumo de productos orgánicos.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En los últimos años se ha ido desarrollando enfermedades que se han ido desarrollando con el tiempo, muchas de las mismas han sido por la mala alimentación que la vida sedentaria de este siglo nos atrae.

En tal sentido y a raíz de la pandemia existe una sociedad más consiente por desarrollar hábitos más saludables y ecológicos . Por ello se desarrolla el siguiente proyecto para contribuir al desarrollo de productos orgánicos que ayuden a la alimentación del ser humano y también que genere fuentes de ingresos para los desarrolladores del mismo.

5. OBJETIVO GENERAL

Producción y comercialización Frutillas orgánicas en la ciudad de Quito a través de MiPymes para mayo 2023.

6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Obtener el 4% de ventas en el sector de MiPymes dentro del primer año en la Ciudad de Quito.
- Alcanzar un margen neto del 10% a partir del segundo año.
- Obtener financiamiento del 50% para nuestros clientes a través de la herramienta Insotec.
- Producir cierta cantidad de frutillas que no generen un nivel de desperdicio del 5%.
- Contar con un óptimo inventario (10%) para evitar desabastecimiento en la ciudad de Quito.

7. JUSTIFICACIÓN Y APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA A UTILIZAR – ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

7.1. Entorno Macroeconómico Y Político

7.1.1. Análisis PESTEL

Político.

En Ecuador existen facilidades para la creación de nuevas empresas. A partir de la reforma a la Ley de Compañías del 2020, se creó una nueva figura societaria conocida como Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) que permite que cualquier emprendimiento pequeño o mediano pueda formalizarse como compañía.

Este tipo de compañías, no solamente tienen la facilidad de constituirse electrónicamente, sino que además para su constitución, no se requiere realizar gastos notariales y de inscripción.

Así también, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), por medio del programa de Innovación Agrícola, instaló 23 invernaderos con el propósito de impulsar y fortalecer la agricultura orgánica (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, s.f.).

La (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario, 2022) en El Ecuador cuenta con un “Sistema de Control de Producción Orgánica fortalecido en el que Agrocalidad, el Servicio de Acreditación Ecuatoriana (SAE) y los organismos de certificación acreditados vigilan el cumplimiento de la normativa vigente”

Así también, Ecuador es el país con el más alto nivel de emprendimiento, esto es un resultado arrojado de acuerdo de las políticas del Gobierno que motivan a la MiPymes.

La (Presidencia de la República del Ecuador, 2022), detalla como un ejemplo es “el concurso ‘Liga de Emprendedores’ de la Corporación Financiera Nacional (CFN) con el apoyo de la Vicepresidencia; que busca fomentar el emprendimiento y la innovación”

Los ejes antes mencionados impulsan la economía de Ecuador de manera positiva, permiten tener un crecimiento año tras año.

Económico.

El Banco Mundial (2022) señala:

“Ecuador aun requiere impulsar un crecimiento inclusivo que se pueda sostener en el mediano y largo plazo. Esto se podría lograr mediante una mejora sistemática del ambiente de inversiones que permita retomar una senda de crecimiento menos dependiente del petróleo que, en el mediano plazo, podría verse desplazado por energías renovables. En este sentido, es fundamental adoptar medidas para impulsar la inversión privada, atraer inversiones extranjeras a nuevos sectores, y permitir que los factores productivos, principalmente el trabajo, tengan la flexibilidad de fluir a los sectores emergentes de mayor productividad”.

En Latinoamérica, Uno de los principales desafíos que enfrentan los negocios son la poca confianza en el gobierno y su política económica y la corrupción. Ecuador lidera la lista de países A nivel LATAM que han mejorado el tema de negocios a través del tiempo. Así lo revela un informe del centro brasileño de estudios económicos Fundación Getulio Vargas (FGV) (PRIMICIAS, 2021).

Para fortalecer la producción agrícola y pecuaria, a través de BAN ECUADOR entregó USD 914,7 millones para el progreso económico y social de 129.290 familias en todo el país.

El crédito otorgado por (BANECUADOR, 2019), permitirá otorgar financiamiento” capital de trabajo para las necesidades durante todo el ciclo productivo, como siembra, cosecha, y post cosecha, mejora genética y tecnológica movimiento de tierras, sistemas de drenaje y riego compra y arreglo de maquinarias, control de plagas y enfermedades”

De acuerdo con el Banco Central del Ecuador (2022), se colige que existe un mayor consumo de los hogares y menos restricciones por la pandemia de Covid-19 han permitido que 14 de las 18 actividades económicas registren crecimiento en el tercer trimestre de 2022.

Dentro de los sectores que se recuperaron fueron acuicultura y pesca de camarón, alojamiento y servicios de comida y suministro de electricidad y agua (Primicias, 2022).

Social.

Las diferentes enfermedades que se generaron a través de la pandemia COVID-19 según (Impactos del COVID-19 en la agricultura y la seguridad alimentaria, 2021) de “origen viral que han sobrevenido a la humanidad conmocionaron la economía, el medio ambiente y cualquier labor humana, como ganadería, agricultura, turismo, transporte, educación, salud, pesca, minería, industria, comercio, etc.”.

En el estudio de (Food and Agriculture Organization, 2019), existe “ 105 millones de personas padecen obesidad; un 24% de la población de la región, que se coloca así a la cabeza de la ingesta excesiva de calorías en todo el mundo”, con este motivo se debe reducir el consumo de productos procesados en la actualidad.

Adicionalmente, los reportes de la OMS sobre índices de mortalidad por sobrepeso y obesidad han permitido al gobierno del Ecuador darse cuenta que necesitan planes saludables en las escuelas lo que ayuda que introducir productos orgánicos en la dieta de los estudiantes.

En la actualidad hay mayor conciencia con la salud alimenticia de las personas lo que exige a las personas en consumir productos orgánicos.

Tecnología.

La tecnología en el mundo actual es lo que apalanca al crecimiento y cubre ciertos temas que nos detalla (Diario de Sevilla, 2020), donde detalla que " la digitalización agrícola que puede evitar la pérdida de cosechas por factores externos como la climatología o la aparición de patógenos, así como mejorar la calidad del alimento"

En el artículo de (Intagri, 2018), La producción bajo ambientes protegidos es una "tecnología que se ha adoptado mayormente en cultivos hortícolas (tomate, pimiento y pepino), así como en las berrys (fresa y arándano, principalmente)" La producción de fresa en macro y micro túneles es una técnica muy socializada, y es por esta razón este tipo de tecnificación en el cultivo ha ido avanzando en pasos gigantes ya que en el día de hoy es posible encontrar sistemas de producción en invernadero. El objetivo de este sistema es aprovechar al máximo el espacio, el agua, los fertilizantes y la radiación

El avance de la tecnología en Ecuador, en cuanto al cultivo ha ido evolucionando, porque se aplica una técnica de Riego Israelí, fungicidas orgánicos, lo cual es favorable a fin de llegar de la manera más económica a las MiPymes.

Ambiental.

La agricultura sostenible persigue "satisfacer las necesidades humanas de alimentación saludable mediante los siguientes principios básicos: la mejora de la calidad en el medio ambiente, la preservación de los recursos naturales, el uso eficiente de los recursos agrícolas y de las fuentes de energía no renovables, la adaptación a los ciclos naturales biológicos, así como el

apoyo al desarrollo económico rural y a la calidad de vida de los agricultores” (Eos Data Analytic, 2020).

En Ecuador hay la normativa Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) para los sectores de producción, ya que es fundamental preservar el ambiente con las nuevas tendencias y directrices de reciclaje, donde haya nuevas opciones de plantación orgánicas el correcto uso del agua.

7.2. Análisis Del Sector

Según datos del INEC, “este país tiene una superficie de 7,3 millones de hectáreas destinadas al sector agrícola, una parte se utiliza para el consumo interno y otra para el sector externo”.

La producción de Fresa en tuvo PVC en sistemas horizontales es una solución alternativa que se da, frente al cultivo tradicional de Fresa, este método hace que las plantas se expongan esencialmente a las plagas, requiriendo del uso de químicos para neutralizarlas, esto implica una asignación alta de tiempo.

A través de la historia “el crecimiento económico del Ecuador se ha visto sustentado por la producción agrícola, ya que este sector aporta a la balanza comercial con superávit comercial al país. En el área rural del Ecuador reside el 36.18% de la población, de este gran número de habitantes está conformado por productores agrícolas, los mismos que habitan en el mismo lugar donde realizan sus actividades de agrícolas. El 20% de la población en el Ecuador está enfocada en el sector agropecuario y se estima que un 54% se encuentra desempeñando actividades agrícolas” (Revista Científica y Tecnológica UPSE, 2021).

Pakcha Organic Strawberries está en la siguiente clasificación:

Tabla 1*Clasificación CIU*

Clasificación	Detalle
A01	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.
A012	Cultivo de plantas perennes.
A0125	Cultivo de otros frutos y nueces de árboles y arbustos.
A0125.0	Cultivo de otros frutos y nueces de árboles y arbustos.
A0125.01	Cultivo de bayas grosellas, grosellas espinosas, kiwis, frambuesas, fresas (frutillas), moras, mortiños (arándanos), uvilla y otras bayas.

Nota. Recuperado de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

El CIUU Clasifica a las entidades en función de la actividad económica principal que realizan.

Este plan está desarrollado para la producción y comercialización de fresa orgánica, y es importante conocer los aspectos para el desarrollo del mismo. En los países de América latina la fresa se da en grandes extensiones de terreno que lo destinan para la producción.

7.2.1. Tamaño De La Industria

A nivel de industrias, 13 de los 18 sectores registraron una variación positiva. Entre los más relevantes destacan: acuicultura y pesca de camarón en 20,3%, alojamiento y servicios de comida en 7,9%, comunicaciones en 5,8%, suministro de electricidad y agua en 5,5%, transporte en 5,0%, comercio en 4,3% (BCE, 2022).

De acuerdo a los datos obtenidos en las estadísticas presentadas por el Servicio de Rentas Internas (SRI), correspondientes a la declaración del Impuesto al valor agregado las ventas del sector agricultor fueron crecientes hasta el año 2021, sobre todo entre los años 2020 y 2021.

Tabla 2

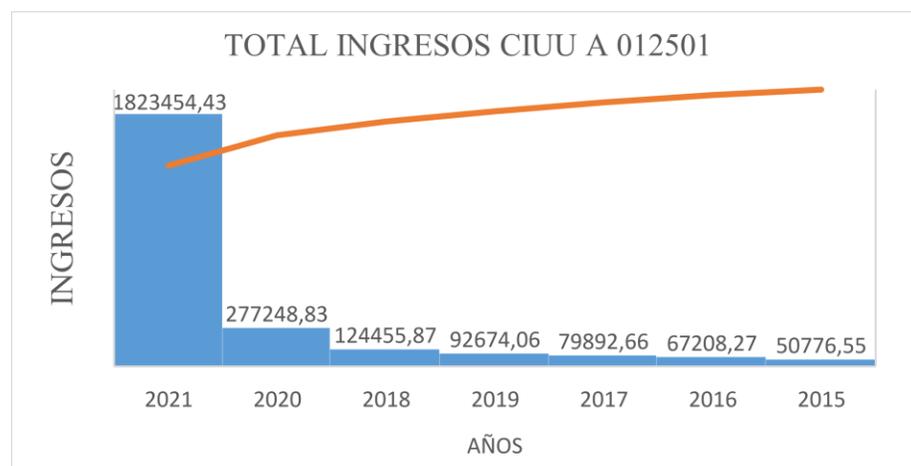
Detalle de ventas: Código CIU A0125.01

AÑO FISCAL	TOTAL INGRESOS (699)
2015	50,777
2016	67,208
2017	79,893
2018	124,456
2019	92,674
2020	277,249
2021	1,823,454

Nota. Recuperado del Servicio de Rentas Internas. Expresado en miles de dólares.

Figura 1

Total Ingresos CIU A012501



Nota. Recuperado del Servicio de Rentas Internas. Expresado en miles de dólares

7.2.2. Ciclos Económicos

En Ecuador la fresa se da en lugares que están entre los 1.300 y 2.600 metros sobre el nivel del mar, las variedades son: Oso Grande, Diamante, Monterrey, San Andreas y Albión.

“Las frutillas, tienen texturas y pesos similares y se diferencian por su tamaño. En los últimos años los agricultores están dedicados a la producción de fresas, las cuales tienen un corto ciclo de desarrollo lo que convierte en la razón principal para que se haya optado por este tipo de cultivo; es importante señalar que un cultivo de fresas puede ser cosechado una vez al mes, mientras que en la mora solo se podrá como máximo dos veces al año” (Chimborazo, 2014).

La mayor producción está en Pichincha-Quito con 400 hectáreas, seguido de Tungurahua con 240 hectáreas y en Cotopaxi, Imbabura y Azuay, la producción no excede las 40 hectáreas (Castillo, Guerra, & Torres, 2020).

En cualquier clima las fresas se adaptan, por ello se pretende que los procesos productivos sean mucho más sencillos.

Adicionalmente, los pronósticos según el (BCE, 2021), “son alentadores en términos de la balanza fiscal y el balance de oferta de utilización final, dando como resultado una previsión del crecimiento para el 2022 de 2.54% (70.406 millones de USD base 2007”

Figura 2*Tasas de variación*

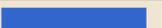
Balance Oferta Utilización Final
Tasas de variación (a precios 2007)

Variables / Años	2020 (prelim)	2021 (prev)	2022 (prev)
P I B (pc)	-7,75	3,55	2,54
Importaciones	-7,88	10,96	2,93
OFERTA FINAL	-7,78	5,23	2,64
CONSUMO FINAL TOTAL	-6,82	3,63	2,43
Administraciones públicas	-6,12	-0,34	-0,83
Hogares	-6,99	4,61	3,20
Formación Bruta de Capital Fijo	-11,91	2,63	4,90
Variaciones de existencias	-290,75	-187,33	-59,20
Exportaciones	-2,13	4,70	3,31
DEMANDA FINAL	-7,78	5,23	2,64

Nota. Tomado en formato del Banco Central del Ecuador

La tasa de variación anual del IPC Índice del precio de Consumidor en Ecuador en octubre de 2022 ha sido del 4%, 1 décima inferior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 0,1%, de forma que la inflación acumulada en 2022 es del 3,6% (DATOSMACRO, 2022).

Figura 3*IPC Ecuador Octubre 2022*

IPC Ecuador Octubre 2022						
	Interanual		Acum. desde Enero		Variación mensual	
IPC General [+]	4,0%		3,6%		0,1%	
Alimentos y bebidas no alcohólicas [+]	7,4%		7,2%		0,4%	
Bebidas alcohólicas y tabaco [+]	7,7%		6,5%		0,7%	
Vestido y calzado [+]	-0,8%		-0,6%		0,0%	
Vivienda [+]	2,1%		1,7%		0,1%	
Menaje [+]	5,6%		5,3%		0,6%	
Medicina [+]	2,6%		1,9%		0,7%	
Transporte [+]	5,1%		2,8%		-0,6%	
Comunicaciones [+]	-1,1%		1,8%		0,1%	
Ocio y Cultura [+]	-0,8%		-0,6%		-0,5%	
Enseñanza [+]	4,7%		4,7%		0,0%	
Hoteles, cafés y restaurantes [+]	3,4%		3,1%		0,2%	
Otros bienes y servicios [+]	3,9%		3,5%		0,2%	
< IPC 2022-09					IPC 2022-11 >	

Nota. Recuperado de IPC Ecuador.

7.3. Análisis De La Competencia

Para analizar la competencia utilizaremos a Porter, detallado a continuación:

7.3.1. Amenaza De Entrada De Nuevos Competidores

La barrera de entrada para nuevos competidores dentro de este sector de la comercialización de fresas es alta, debido a que existen proveedores en todo el país, principalmente comerciantes informales que se dedican a producir y comercializar estos productos.

Según el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 300 empresas ya cuentan con el sello de 'Punto Verde', con el objetivo de que se utilicen mejores prácticas productivas.

Sin embargo, Packha Organic Berrys está enfocada en tener un diferenciador, esto es, que son productos orgánicos fabricados en sistemas verticales en Tubos PVC, donde a través de MiPymes.

Por esta razón, la amenaza de entrada de nuevos competidores es media, pero podría aumentar a medida que las personas conozcan el sistema de fabricación en PVC o sistema vertical y sea explotada por grandes empresas.

7.3.2. Poder De Negociación De Los Clientes

La fuerza de negociación con el cliente es muy sensible porque está destinado para el mercado interno, los cuales son más rígidos en lo que se refiere a calidad, precio y volumen.

Adicionalmente, los compradores pertenecen al sector de medianas y pequeñas empresas (MiPymes), en estos lugares es donde se mercadea la mayora cantidad de fresas.

En este mismo orden, este entorno es cada vez más tecnológico lo que permite al cliente obtener variedad de información acerca de los proveedores provocando que sea fácil el cambio de marca y proveedor.

La integración por parte de los clientes es muy poco realizable, y el poder de los compradores es alto, ya que están concentrados principalmente en los mercados, granjas, algunas de ellas organizadas por el Ministerio de Agricultura, Acuacultura, Ganadería y Pesca (MAGAP).

7.3.3.Amenaza De Productos Sustitutos

El principal producto sustituto son las frutillas silvestres. Depende de la estrategia de inducción que se haga entre recolectores y productores de este producto, la respectiva aceptación del cliente, con esto concluimos que hay una amenaza alta de entrada en productos sustitutos.

No existen sustitutos con iguales características, únicamente hay productos parecidos en sus propiedades, uvillas, claudias, capulí, pitahaya.

7.3.4.Poder De Negociación Proveedores

Existe un alto número de productores y comercializadores informales y la baja tecnificación, concluye que ellos no tengan ninguna fuerza para negociar. Es decir, el poder de los proveedores es bajo.

7.4.Análisis Del Mercado/ Investigación Del Mercado/Mercado Objetivo

7.4.1Perfil del Consumidor. Investigación Cuantitativa Focus Group

El grupo que hizo parte del focus Group tuvo como objetivo conocer al mercado objetivo y su posible comportamiento.

Se reunió a 6 personas representantes de distintas medianas y pequeñas empresas (MiPymes), para poder sacar conclusiones de calidad, precios, necesidades, preferencias del producto, etc.

En los factores que toman en cuenta al momento de adquirir los productos, es el tiempo de entrega, calidad y precio. La marca del producto al momento de la compra no es un aspecto importante. El promedio de consumo en los diferentes locales es en promedio 60 libras semanales.

Sobre los beneficios y el componente nutricional muy pocos los conocían. Por esta razón, estos factores no son importantes al momento de la compra.

Adicionalmente, se mencionó que el medio para colocar sus pedidos, son las llamadas, correos electrónicos que contienen las órdenes de compra.

También, se plantea el método de muestreo cuantitativo de encuesta en línea. Por lo que, la tabulación de la encuesta se realizó en este medio. Las encuestas fueron resueltas en Google Forms y el tamaño de la muestra fue de 145 personas representantes de medianas y pequeñas empresas (MiPymes).

Se conoce como MiPymes, a las micro, pequeñas y medianas empresas que son definidos por su número de colaboradores y ventas:

Microempresa: Tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US \$ 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América”.

Pequeña empresa: Tiene entre 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil unos (US \$ 100.001,00) y un millón (US \$ 1000.000,00) de dólares.

Mediana empresa: En este tipo de compañías existe 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre millón uno (USD 1'000.001,00) y cinco millones (USD 5'000.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.)

El Ecuador, “según datos del 2016 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), está constituido por 843.745 empresas, de las cuales las Mipymes representan aproximadamente el 99.5 % del total de empresas registradas.” (Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN, 2022)

Para la estimación de la muestra se toma los siguientes datos:

Total de Empresas= 846265 (2020).

Figura 4.

Evolución del número de empresas



Nota. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Distribuidos en los siguientes grupos, según la dinámica del sector:

Figura 5

Dinámica del sector

		2020					
Transición entre sector económico		Agricultura	Minas	Manufatura	Comercio	Construcción	Servicios
2019	Agricultura	58.659	6	51	447	25	393
	Minas	3	1.516	3	7	1	12
	Manufatura	74	2	58.871	643	56	518
	Comercio	282	8	460	234.005	77	1.680
	Construcción	35	0	84	198	20.981	301
	Servicios	356	6	544	2.656	279	311.666
	Inactivas 2019, Activas 2020	21.375	197	10.436	52.679	5.336	61.337
Subtotal 2020		80.784	1.735	70.449	290.635	26.755	375.907

Nota. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Con base a los gráficos de arriba tenemos:

Total de compañías; 846265

95% son microempresas, pequeñas y medianas empresas=803951

Según el sector de Comercio son: 243005

Creadas en Pichincha 18%= 43740

Utilizamos la siguiente fórmula para determinar la muestra a la que se le aplicará la encuesta de estudio de mercado de la marca de Café Don Julián.

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

Donde:

n= población para aplicar la muestra

N= Población total

e= Porcentaje de error de la muestra

$$n = \frac{43740}{0.083^2(43740 - 1) + 1}$$

$$n = 145$$

Como resultado se obtiene que la muestra para aplicar la encuesta es de 145 personas.

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 45% de la población conoce de los beneficios de productos orgánicos, lo que hace que podamos plantearnos un enfoque de marketing para potencializar nuestro producto.

En cuanto al precio el 75% de los locales encuestados nos dijo que estarían dispuestos a pagar entre 2,50 a 3,00 por kilo de frutilla.

Se puede evidenciar también que los factores que predominan para la toma de decisión en la compra de frutillas para la venta son: Precio, calidad y entrega inmediata. Con esta información plantearemos las estrategias de marketing y operaciones.

El 80% de encuestados prefieren fresas de tamaño grande, el tamaño de Fresa que se propone es grande, lo cual indica que estamos dentro de las preferencias del adquiriente.

Los encuestados en un 45% prefiere empaques de baldes, un 25% en cajas, lo que no indica que la estrategia de empaquetado y venta debe direccionarse por este tipo.

El 75% de los encuestados prefieren hacer sus pedidos por WhatsApp y llamada. Nuestra estrategia de Marketing va a estar direccionada a estos medios.

Finalmente evidenciamos que si estuvieran dispuestos a consumir los productos con el 71% de aceptación de estos.

7.4.2. Matriz De Operacionalización De Variable

A continuación, se detallan las principales variables tomadas en cuenta para poder cumplir con los objetivos específicos, mismos que se evidencian en los indicadores principales del proyecto, y que permitirán evaluar la viabilidad de este.

Tabla 3.*Matriz de Variable 1*

OBJETIVO	VARIABLE	SUB VARIABLE	INDICADORES	INSTRUMENTO
Obtener el 10% de ventas en el sector de mayorista dentro del primer año en la Ciudad de Quito.	10% ventas en la ciudad de Quito	Ventas	dólares vendidos	Informes de ventas
		Benchmarking	% participación	Encuestas, focus group
		# sectores	# Ventas en el sector mayorista	informe de ventas sector
		% participación	dólares vendidos/dólares de la competencia	investigación de mercado
OBJETIVO	VARIABLE	SUB VARIABLE	INDICADORES	INSTRUMENTO
Generar una rentabilidad del 10% durante el primer año	10% rentabilidad	Margen bruto	costo de MP+MOD+CIF/Ventas utilidad neta + depreciaciones y	balance de Resultado
		Ebitda	amortizaciones	balance de Resultado

OBJETIVO	VARIABLE	SUB VARIABLE	INDICADORES	INSTRUMENTO
		Gasto	presupuesto de gastos	detalle de gastos por áreas
		Punto de Equilibrio	utilidad =0	Proyecciones mensuales
Obtener financiamiento del 50% para nuestros clientes a través de la herramienta	financiamiento del 50%	créditos otorgados	número de líneas aperturadas	informes
		calificación de clientes	número de clientes aprobados	informe de créditos
	Herramienta Insofec	Financiamiento	líneas de créditos a mayoristas	Informe de Insofec

Tabla 4*Matriz de Variable 2*

OBJETIVO	VARIABLE	SUB VARIABLE	INDICADORES	INSTRUMENTO
Producir cierta cantidad de frutillas y no generar desperdicios	Producción	Producción diaria	kilos producidos	reporte diario
				ordenes despachadas/órdenes recibidas
		calidad	Entrega a tiempo	Reporte de Notas de crédito
			# Devoluciones	
			dólares	
	Desperdicio	dólares desperdicio	desperdiciados/venta	reporte diario
		kilos desperdiciados	kilos/venta	reporte diario

	Eficiencia de las operaciones	Capacidad Inventarios	# Capacidad instalada rotación de inventario	reportes de producción días de inventario
OBJETIVO	VARIABLE	SUB VARIABLE	INDICADORES	INSTRUMENTO
Contar con un óptimo inventario para evitar desabastecimiento en la ciudad de Quito	Inventario Optimo	Inventario adecuado stock mínimo	días de Inventario # de stock mínimo	reporte de días de inventario inventario reporte de inventario

7.4.3. Segmento De Mercado

Geográfica. La investigación se realizará en la provincia de Pichincha.

Demográfica. Medianas y pequeñas empresas (MiPymes) según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

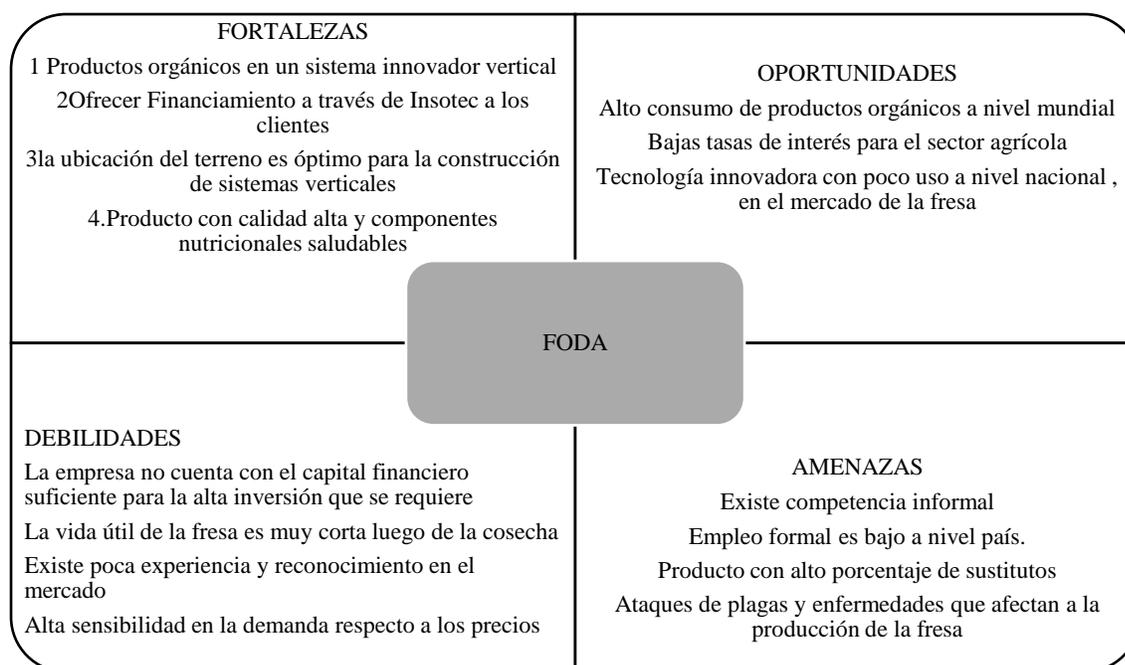
Socio económica. Personas naturales y jurídicas con ingresos brutos anuales de hasta USD 5'000.000 . Denominadas microempresas, pequeñas y medianas empresas.

Sector. Comercio.

7.5. Análisis FODA

Tabla 5

Análisis FODA



Nota. Elaboración propia

7.5.1.Estrategias FO

F1O1 Aprovechar el auge en crecimiento del mercado ecológico para incrementar la participación dentro del sector orgánico.

F2O2 Aprovechamiento de los incentivos de entidades público en financiamientos para el sector.

7.5.2.Estrategias DO

D1O2 Aprovechar los financiamientos a corto plazo ofrecidos por el gobierno para emprendimientos en el sector agrícola.

D3O3 Implementar la asesoría y capacitación para los productores.

D4O3 Realizar precios competitivos con productos de calidad, al hacer uso de la tecnología, se reducen costos.

7.5.3.Estrategias FA

F1A1 Asociatividad con los distintos canales de distribución para reducir el impacto de entrada de competencia informal

F3A4 Optimizar las características de producción en la región para cumplir con estándares requeridos.

7.5.4.Estratégicas DA

D3A2 Alianzas nacionales con empresas que lideran el sector orgánico.

D4A3 Realizar promociones, donde se muestre que el producto es amigable con el medio ambiente para cautivar a más consumidores, y así diferenciar del producto sustituto.

7.6.Definición de la estrategia genérica específica del negocio

La estrategia que se va a utilizar es la diferenciación la cual es desarrollada a lo largo del presente documento. Esta estrategia será llevada de la siguiente manera: ofrecer fresas orgánicas, realizados en sistemas verticales, que contribuyen con el ambiente.

7.7.Conclusiones del capítulo

Dentro de este capítulo, es un entorno muy favorable ya que observa un mercado que desea tener un mejor estilo de vida, el consumo de alimentos nutritivos y orgánicos es una tendencia de los consumidores.

El entorno político, social, tecnológico y ambiental, en Ecuador se está tornando positivo y eso hace que existan oportunidades nuevas de Negocio como Pakcha.

8.CAPÍTULO 3: PROPUESTA DE SOLUCIÓN DEL PROBLEMA PLANTEADO – NATURALEZA DEL NEGOCIO

8.1.Naturaleza, Filosofía Del Negocio Y Estilo Corporativo

Es una empresa de Producción y Comercialización de fresas orgánicas se llama PAKCHA ORGANICS STRAWBERRYYS, el segmento que se enfoca son los micro mercados de la ciudad de Quito. Ofrece fresas de calidad, cultivadas con buenas prácticas agrícolas y ambientales.

8.1.1.Filosofía Del Negocio

Responsabilidad. - Asumimos plena responsabilidad de nuestros actos.

Compromiso: Implementar buenas prácticas, generando producto sano y orgánico.

Innovación: Impulsamos productos orgánicos para contribuir con la vida de las personas.

Trabajo en equipo: Comprometidos con la misión de la compañía

Integridad: Somos éticos y dignos de confianza

8.1.2. Estilo Corporativo

“Nunca, nunca, nunca está mal comer más fruta”

8.2. Misión Y Visión.

8.2.1. Misión

Producir y comercializar Fresas en Sistema horizontal, con el uso adecuado de recursos naturales, generando un producto sano, orgánico y de mayor calidad, de alta aceptación y competitividad en el mercado, comprometida con el medio ambiente.

8.2.2. Visión

Dentro de un período de 5 años ser una empresa reconocida a nivel Nacional como productora y comercializadora de Fresas orgánicas, de alta calidad, orgánica, rentable y competitiva en el mercado.

8.3. Objetivos De Crecimiento Y Financieros Considerando El Análisis De La Industria.

- Obtener el 4% de ventas en el sector de MiPymes dentro del primer año en la Ciudad de Quito.
- Generar una rentabilidad del 10% a partir del Segundo año.
- Obtener financiamiento del 50% para nuestros clientes a través de la herramienta Insotec.
- Producir cierta cantidad de frutillas que no generen un nivel de desperdicio del 5%.
- Contar con un óptimo inventario (10%) para evitar desabastecimiento en la ciudad de Quito.

8.4. Información Legal

Las compañías SAS, según la SCVS (S/A), la define como:

Un tipo de compañía que se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante un trámite simplificado sin costo. Tiene como objetivo impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos productivos (p. 1).

Para constituirla, nos señala la ley que el interesado debe reservar un nombre, a través del portal web de la SCVS.

Luego de obtener la reserva, se tiene tres opciones para constitución de SAS:

La compañía Pakcha usará la forma electrónica.

Constituir de manera electrónica: Es “Proceso automático de inscripción y registro cuando el usuario completa el formulario. No hay revisión por parte de un funcionario de la SCVS, porque el sistema contempla validaciones y formatos preestablecidos”. (SCVS, 2022).

8.4.1. Actividad Económica

Código CIU A0125.01

Descripción: CULTIVO DE BAYAS GROSELLAS, GROSELLAS ESPINOSAS, KIWIS, FRAMBUESAS, FRESAS (FRUTILLAS), MORAS, MORTIÑOS (ARÁNDANOS), UVILLA Y OTRAS BAYAS.

8.4.2. Estado Legal

Proyecto de constitución

8.4.3. Gastos De Constitución

	<i>Valor</i>
<i>Aporte</i>	\$ 2500

Número de socios: 2 (DOS)

Socios: Cajilema Ñamiña María Emilia y Timoteo Guamán Guamán

Capital Social: 2.500 usd (100%)

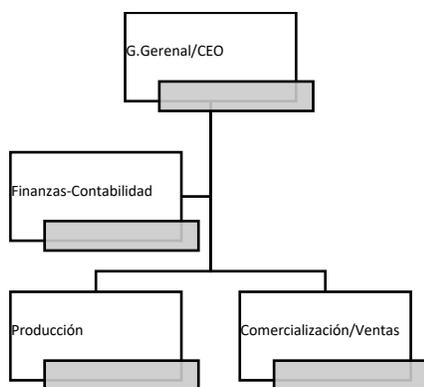
8.4.4. Legislación Vigente (Ventajas Y Desventajas)

- Constitución de la República del Ecuador. (“la Constitución”)
- Servicio de Rentas Internas-(SRI)
- Superintendencia de compañías
- Agrocalidad

8.5. Estructura Organizacional

Figura 6

Organigrama



Nota. Elaboración propia

Gerente General: Encargado de Elaborar el presupuesto de la organización, Controlar las actividades de la empresa y cumplimiento de las estrategias para llegar a los objetivos.

Finanzas/Contabilidad: Encargado del flujo de la compañía, controlar los presupuestos de cobros, costos y gastos.

Producción: Encargado de Planificar los procesos productivos, el Plan agregado de producción, y calidad de los productos

Comercialización/Ventas: Preparar los planes de ventas y presupuestos.

8.6.Ubicación

El proyecto se ubicará en la ciudad la provincia de Pichincha, cantón Quito en la parroquia de Llano Chico y sector San José de Cocotog. En este lugar los accionistas cuentan con un terreno 3000 metros cuadrados para elaborar el proceso de producción y comercialización de las frutillas.

El sector de Llano chico tiene grandes ventajas por su ubicación geográfica y el clima y suelo, esto permite que durante los 12 meses de año haya producción

8.7.Ventaja Competitiva Y Propuesta De Posicionamiento Considerando La Estrategia Genérica Definida.

El autor Michael Porter define 3 diferentes estrategias competitivas (Porter, 1982), las cuales son las siguientes:

Diferenciación: Que se refiere a la innovación y a la singularidad del proceso.

Liderazgo en Costos: A través de economías de escala y la optimización de operaciones.

Especialización o enfoque en prioridades: Esta estrategia se basa en que las empresas deben ser flexibles, fiables y rápidas.

Pakcha Organic StrawBerrys va a utilizar la estrategia de Diferenciación, a través de la producción y comercialización de productos orgánicos en tubo PVC por medio de sistemas Horizontales que contribuyen con el medio ambiente y utilización de un mejor espacio aéreo.

8.8.Estrategias De Mercadeo

8.8.1.Producto O Servicio

La semilla de fresa “San Andreas” es un Producto con estándares muy alto, de calidad y componentes nutricionales muy altos, se va a producir en sistemas horizontales en tubos PVC con sistema de riego.

Ofrece a los clientes un sistema de financiamiento con Insofec.

8.8.2.Descripción Del Producto

<p>Producto</p> 	<p>La venta de fresas, un fruto de color rojo brillante. Son fácilmente digestibles y tienen un gran efecto laxante debido a su fibra, pigmentos, ácidos y enzimas. Su riqueza en minerales básicos le confiere la propiedad de estimular el metabolismo.</p> <p>Variedad de productos: San Andreas</p>
<p>Diseño</p>	<p>Se comercializará al granel (baldes de 20 libras), por cajas de 10 libras las cajas son de material biodegradable</p>

	 <p style="text-align: right;">0</p>																										
<p>Calidad</p>	<p>La calidad de la fresa debe llevar un correcto control y cumplir con todas las medidas sanitarias.</p> <p>La calidad se basa en la forma y el color.</p> <p>Esto se medirá con el medidor de acidez PAL-Easy ACID4.</p> <p>De acuerdo con la siguiente tabla:</p> <table border="1" data-bbox="829 932 1390 1591"> <thead> <tr> <th>Especificaciones</th> <th>Medidor PAL-Easy ACID4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Rango de medida</td> <td>de 0.10 a 3.50% (de 1.0 a 35.0 g/l) (Concentración Ácido Cítrico)</td> </tr> <tr> <td>Temperatura de medición</td> <td>de 10.0 a 40.0 °C</td> </tr> <tr> <td>Resolución</td> <td>Acidez: 0.01% 0.1 °C</td> </tr> <tr> <td>Exactitud de medida</td> <td>Acidez: ±0.10% (0.10 a 1.00%) ±10% (1.01 a 3.50%) ±1 °C</td> </tr> <tr> <td>Temperatura de la muestra</td> <td>de 10 a 40 °C</td> </tr> <tr> <td>Temperatura Ambiente</td> <td>de 10 a 40 °C</td> </tr> <tr> <td>Volumen de la muestra</td> <td>0.2 ml.</td> </tr> <tr> <td>Tiempo de medida</td> <td>Aprox. 3 segundos</td> </tr> <tr> <td>Iluminación</td> <td>La luz permanece durante 30 segundos después de que cualquier botón sea presionado</td> </tr> <tr> <td>Alimentación</td> <td>2 baterías AAA Aprox. 11.000 mediciones</td> </tr> <tr> <td>Protección</td> <td>IP65</td> </tr> <tr> <td>Dimensiones / Peso</td> <td>55x31x109 mm. / 100 g.</td> </tr> </tbody> </table>	Especificaciones	Medidor PAL-Easy ACID4	Rango de medida	de 0.10 a 3.50% (de 1.0 a 35.0 g/l) (Concentración Ácido Cítrico)	Temperatura de medición	de 10.0 a 40.0 °C	Resolución	Acidez: 0.01% 0.1 °C	Exactitud de medida	Acidez: ±0.10% (0.10 a 1.00%) ±10% (1.01 a 3.50%) ±1 °C	Temperatura de la muestra	de 10 a 40 °C	Temperatura Ambiente	de 10 a 40 °C	Volumen de la muestra	0.2 ml.	Tiempo de medida	Aprox. 3 segundos	Iluminación	La luz permanece durante 30 segundos después de que cualquier botón sea presionado	Alimentación	2 baterías AAA Aprox. 11.000 mediciones	Protección	IP65	Dimensiones / Peso	55x31x109 mm. / 100 g.
Especificaciones	Medidor PAL-Easy ACID4																										
Rango de medida	de 0.10 a 3.50% (de 1.0 a 35.0 g/l) (Concentración Ácido Cítrico)																										
Temperatura de medición	de 10.0 a 40.0 °C																										
Resolución	Acidez: 0.01% 0.1 °C																										
Exactitud de medida	Acidez: ±0.10% (0.10 a 1.00%) ±10% (1.01 a 3.50%) ±1 °C																										
Temperatura de la muestra	de 10 a 40 °C																										
Temperatura Ambiente	de 10 a 40 °C																										
Volumen de la muestra	0.2 ml.																										
Tiempo de medida	Aprox. 3 segundos																										
Iluminación	La luz permanece durante 30 segundos después de que cualquier botón sea presionado																										
Alimentación	2 baterías AAA Aprox. 11.000 mediciones																										
Protección	IP65																										
Dimensiones / Peso	55x31x109 mm. / 100 g.																										
<p>Garantía</p>	<p>Cambio de producto en caso de que el rango de medida no sea el acordado (Concentración de</p>																										

	Ácido Cítrico), de hasta un 2% del total entregado.
Post venta.	Satisfacción al producto, encuestas a los clientes.
Brandig	<p>Este plan de negocios de frutilla tiene el nombre de Pakcha Organic Berrys, que significan Fresas Orgánicas con el siguiente</p>  <p>logotipo</p>
Método de Pago	Transferencia, tarjeta de crédito, crédito directo hasta 30 días .

8.8.3. Información Nutricional

Figura 7

Información Nutricional

Info. Nutricional		
Tamaño de la Porción	100 g	
Por porción % IR*		
Energía	134 kJ	2%
	32 kcal	
Grasa	0,3g	0%
Grasa Saturada	0,015g	0%
Grasa Monoinsaturada	0,043g	
Grasa Poliinsaturada	0,155g	
Carbohidratos	7,68g	3%
Azúcar	4,66g	5%
Fibra	2g	
Proteína	0,67g	1%
Sal	0,00g	0%
Colesterol	0mg	
Potasio	153mg	8%

* Ingesta de referencia de un adulto medio (8400 kJ / 2000 kcal)

Nota.Fatsecret

8.8.4. Comparación Con La Competencia

Uno de los comercializadores más importantes en Quito es:

La compañía ELFRUTON CIA. LTDA. Se encuentra en Ecuador con 10 años de experiencia, se dedica a “proveer frutas y vegetales Premium a todas las empresas, catering, restaurantes, hoteles, hospitales y hogares. Los productos son seleccionados, cortados, lavados y empacados, cuidando siempre que cumplan los estándares de calidad y seguridad alimentaria”(EL FRUTON, 2023).

La ventaja que tienen los productos orgánicos de fresas frente a este tipo de competidores es el ser orgánicos en sistemas Horizontales.

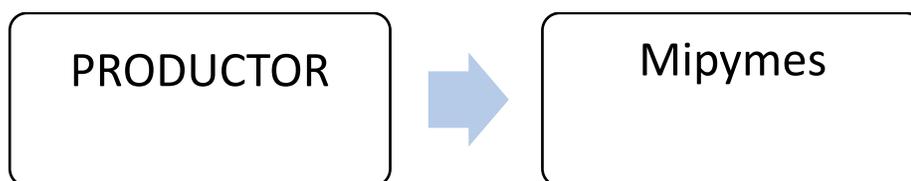
8.8.5.Estrategias De Distribución

Alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física internacional, estrategias de ventas, presupuesto, tácticas relacionadas con distribución.

El canal de Distribución es de productor a MiPymes

Figura 8

Distribución del producto



8.8.6.Estrategias De Precios

De acuerdo a (Kotler Armstrong, Marketing, 2012.p.292) “La estrategia de fijación de precios por un buen valor se fundamenta en la correcta combinación de calidad y buen servicio a un precio justo”.

De acuerdo al costo analizado, el precio será el siguiente:

El costo es de 0.47 por libra, el pvp por libra será de \$1.10 y kilo \$2.40

En base al costo que manifestamos que es el siguiente:

Tabla 6*Detalle de Costo de Producción*

Detalle de Costo de Producción	
Materia Prima	\$ 8,126.00
Mano de Obra	\$ 9,980.00
Cif	\$ 1,164.00
Total	\$ 19,270.00
número de libras producidas	\$40,612.00
costo unitario por libra promedio	\$ 0.49

Nota. Elaboración propia

Lo esencial con este costo es la obtención de clientes y captación de nuevos mercados por volúmen.

8.8.7. Análisis Del Precio Del Producto O Servicio

Según las encuestas realizadas, el valor que pagarían por el kilo \$ 2.50 a 3.00. Con este dato, el valor comercial que se optará en Pakcha es de \$ 2.18 kilo, con un incremento de inflación de 2%.

El precio es competitivo para pago de contado, transferencia, cheque. en el caso que sea con tc será un 5% de incremento.

8.8.8. Estrategias De Promoción Y Comunicación

Desde el punto de vista Kotler Armstrong, Marketing, 2015, es “importante definir claramente la estrategia de marketing” para Packha organic StrawBerries a fin de conseguir que nuestros clientes se fidelicen.

Marketing es donde las empresas generan valor a sus clientes a través de sus dolores, necesidades y deseos.

Se ha escogido la estrategia de diferenciación, ya que en la actualidad y debido a la tendencia de mantener una vida saludable, con la comercialización de frutillas a través de MiPymes que será el canal directo.

Adicionales redes sociales y Mailyng y página web.

Dentro de los objetivos la estrategia que se ha percibido por nuestros clientes es como única, además de los informativos de todos los beneficios que proporcionan las fresas.

Una de las cosas que nos distingue es la calidad, control constante en el proceso de producción, trato profesional de las tierra y control del empaquetado para la distribución.

Para construir una ventaja sobre los competidores es la estrategia de posicionamiento que en este caso es “más por lo mismo” Definida por Kotler en el año 2012, ofreceremos un producto con calidad superior y saludable a un precio justo.

Tomando en cuenta que el mercado si paga más por la producción orgánica.

8.8.9.Promoción de Ventas

Se incentivará al los compradores de las Mipymes a la degustación de los productos en el lugar de fabricación, además también a presenciar el cultivo en sistema vertical en tubos PVC.

Página Web. El comprador podrá usar la página para colocar sus pedidos, revisar su cartera, ver videos de la producción de sistemas verticales, información nutricional.

Redes Sociales. Las redes sociales han facilitado el comercio en los últimos años . Promocionaremos nuestros productos por Facebook, instagram y Whatsapp.

Marketing Directo. Visita a los clientes con promociones . Se obtendrá datos de contacto para tener una base de e-mails y enviar actividades y ofertas.

Trípticos. Estos serán entregados a las personas del sector y también a las personas que vendrán a observar el sistema vertical.

Esta diferenciación se basa pensando en la barrera de entrada de nuestros competidores, por lo que al tratarse de producción propia tendría buena aceptación en nuestros clientes.

Nuestro mercado objetivo es la 43740 que existen en la ciudad de Quito, la propuesta de valor consiste en facilitar a los clientes potenciales detalles que satisfagan sus necesidades, las cuales según el estudio son entregas inmediatas, calidad, precio, servicio a domicilio, valor nutricional orgánico, beneficios para la salud y ahora el tema del medio ambiente por los empaques biodegradables, reusables. Etc.

También es importante mencionar que el avance tecnológico ha ido tomando fuerza las transacciones en línea en los últimos años luego de pandemia han surgido muchas transacciones por este medio.

Por ello también a nuestros clientes es importante facilitar la comercialización por medio de página web.

8.9.Presupuesto

Tabla 7

Presupuesto de estrategias

Detalle	Decisiones tácticas/estraté	Presupuesto					
		corto plazo	mediano plazo	largo plazo			
Abastecimiento	compras, mrp	excell	sistema Datil	ERP	\$ 100.00	\$ 120.00	\$ 15,000.00
Promoción	demanda	pronósticos	aumento d ela capacidad	Robots	\$ 100.00	\$ 500.00	\$ 10,000.00
Volúmen	producción orgánica						
Comunicación	Directa	redes sociales	eventos en vivo	posicionamiento de n	\$ 100.00	\$ 1,200.00	\$ 5,000.00
		webinar					
		Visitas a la planta					
		dashboard					
CRM	Revisión de Un sistema	excel	datil	ERP	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 1,000.00
					\$ 500.00	\$ 2,020.00	\$ 31,000.00

8.10.Proyecciones De Ventas

La capacidad de producción es de 40612 libras en 6 meses sería 3384 libras mensuales, y se proyecta colocar el 100% de la capacidad al mercado objetivo, el valor sería \$ 3722 dólares.

En el segundo y tercer año la producción es completa de los dos bloques en libras serían 47376.

Para el cuarto año se plantea colocar el bloque 3 y 4 para así llegar a ventas de \$ 104 mil dólares con una producción de 94752 libras

El punto de equilibrio es donde tus costos y gastos con tus ingresos se vuelven 0 por año sería el siguiente:

Tabla 8

Proyección de ventas

venta fresas por
libras

	20304	47376	47376	94752	94752
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$29,779.20	\$52,113.60	\$52,113.60	\$104,227.20	\$104,227.20
COSTO	\$13,996.22	\$24,493.39	\$24,493.39	\$48,986.78	\$48,986.78
GASTOS	\$ 6,384.00	\$12,768.00	\$12,768.00	\$19,152.00	\$19,152.00
UTILIDAD NETA	\$7,612.22	\$11,725.39	\$11,725.39	\$29,834.78	\$29,834.78

Presupuesto de
ventas con
P.Equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS - PUNTO DE EQUILIBRIO	\$12,045.28	\$24,090.57	\$24,090.57	\$36,135.85	\$36,135.85
COSTO	\$5,661.28	\$11,322.57	\$11,322.57	\$16,983.85	\$16,983.85
GASTO	\$ 6,384.00	\$12,768.00	\$12,768.00	\$19,152.00	\$19,152.00
UTILIDAD NETA	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00

Nota. Elaboración propia

8.11. Conclusiones del capítulo

En este capítulo se contempla la ventaja competitiva que las fresas orgánicas tienen y el detalle de sus componentes, las estrategias que se han desarrollado para la comercialización del producto y así satisfacer plenamente las necesidades de los compradores.

La gestión posventa es la clave, y el comprador valora mucho este servicio personalizado, lo cual nos permite hacer un seguimiento constante y así conseguir socios estratégicos a Largo Plazo para la empresa.

9. CAPÍTULO 4: PROPUESTA DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA PLANTEADO - OPERACIONES

9.1. Gestión Táctica De Operaciones

El bien es un proyecto para desarrollarse, tenemos actualmente el terreno con los 3000 m². El proyecto tiene la estrategia de Más por el mismo valor, para obtener la retención de clientes

9.1.1. Diferenciación

Para hacer la diferenciación del producto, se basa principalmente que es orgánico, y realizado en sistemas horizontales en tubo PVC con el sistema tradicional, que permite aprovechar el espacio aéreo.

Pakcha Busca ofrecer productos orgánicos que otorgan beneficios para la salud de las personas, poco a poco la producción orgánica ha ido ganando espacio debido a la concientización de las personas en consumir productos orgánicos

Detalle plan Táctico

Tabla 9*Plan táctico*

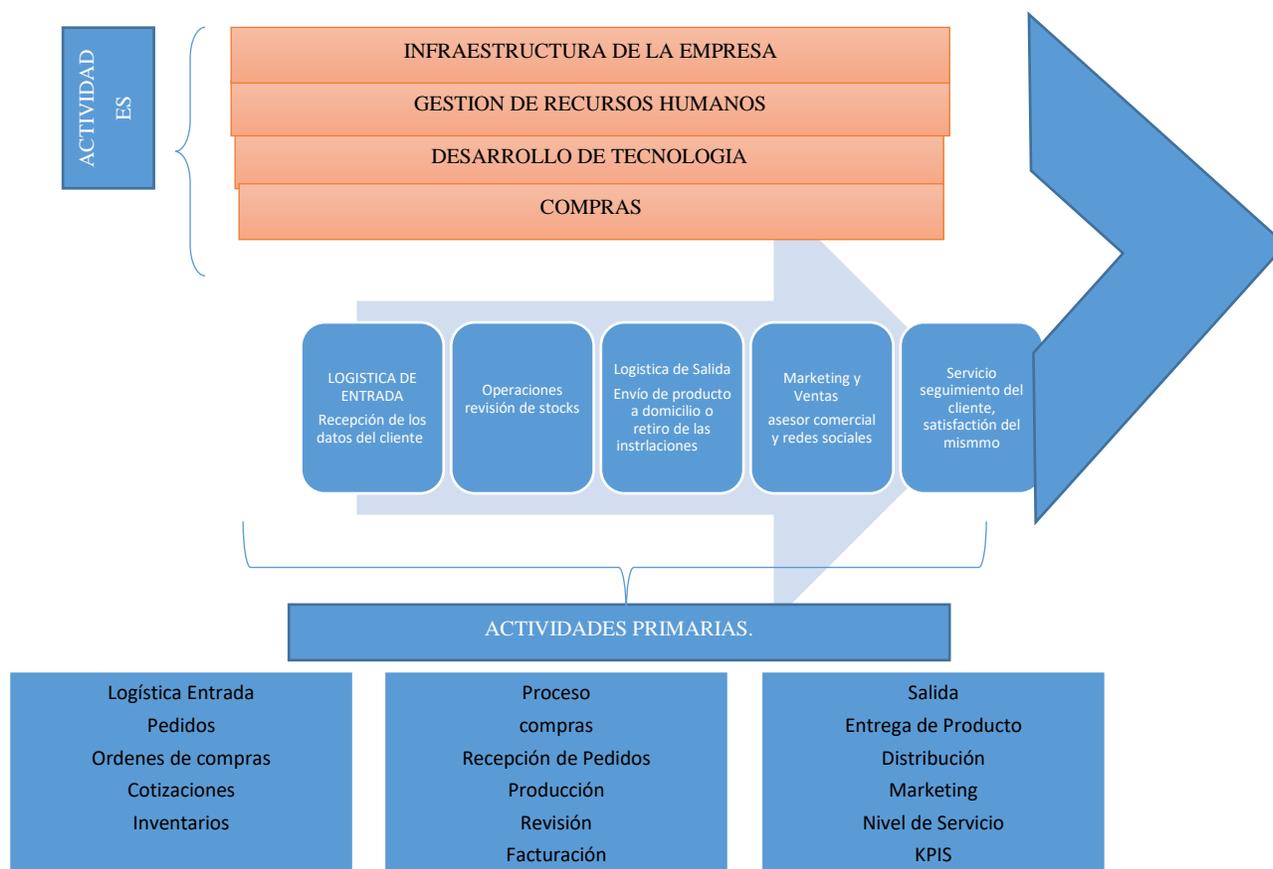
Detalle	Decisiones tácticas/estraté	corto plazo	mediano plazo	largo plazo	Pesupuesto		
					corto plazo	mediano plazo	largo plazo
Abastecimiento	compras, mrp	excell	sistema Datil	ERP	\$ 100.00	\$ 120.00	\$ 15,000.00
Promoción Volúmen	demanda producción orgánica	pronósticos	aumento d ela capacidad	Robots	\$ 100.00	\$ 500.00	\$ 10,000.00
Comunicación	Directa	redes sociales webinar Visitas a la planta dashboard	eventos en vivo	posicionamiento de m	\$ 100.00	\$ 1,200.00	\$ 5,000.00
CRM	Revisión de Un sistema	excel	datil	ERP	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 1,000.00
					\$ 500.00	\$ 2,020.00	\$ 31,000.00

9.2.Descripción Del Proceso

La cadena de valor muestra el proceso de las diversas actividades de la empresa

Figura 9

Cadena de valor



Las actividades primarias son las principales actividades que realiza una empresa

En el caso de Pakcha tenemos.

9.2.1.Logística de Entrada

En esta etapa se encarga de la recepción de pedidos u órdenes de compra, cotizaciones, revisión de inventarios.

Operaciones: Recepción de Materias primas y materiales, Se procede a la siembra de las plantas en tubos PVC, se espera el tiempo de siembra (3 meses) , se realiza las respectivas fumigaciones semanales, deshierbe de las plantas, riego de agua diariamente.

A los 3 meses se hace la cosecha para la comercialización, empaquetado y etiquetado y por último la facturación

9.2.2. Logística De Salida

Entrega de producción, distribución y Revisión de KPIS

9.3. Necesidades Y Requerimientos/Capacidad Instalada

Dentro de este proyecto tenemos la siguiente inversión.

La empresa para su inversión se ubicará en la parroquia de San José de Cocotog, en un terreno por Herencia de 3000 m² ,2500 m² se hará la producción y en 500 m² el empaquetado y almacenaje de las frutillas.

Valor del Terrero: \$100*3000m². \$300.000 dólares

9.3.1. Detalle De Infraestructura

Es necesario la construcción de un invernadero, con ello creamos un microclima que ayuda al mejor desarrollo de las plantas. En los invernaderos estos plásticos son muy útiles porque sirven para atrapar la energía del interior del propio invernadero, Dado que los plásticos están en contacto con la cama del cultivo, se conserva la humedad y los nutrientes que aporta la tierra (Benitex, 2020).

Figura 10.*Detalle de la Infraestructura***Tubería galvanizada**

Cantidad	Grosor	precio
52	2x2	\$ 1,560.00
68	1 3/4	\$ 1,428.00
		\$ 2,988.00

Tornería

Cantidad	Grosor	precio
200 pernos	1/8*3	\$ 80.00
1200 grilletes	1-ago	\$ 396.00
200 bastones	3"	\$ 32.00
200 argollas	May-16	\$ 80.00
		\$ 588.00

Materiales de construcción

Cantidad	Grosor	precio
2qq de varilla	#12	\$ 112.00
40 cementos		\$ 340.00
1/2 volquete de arena		\$ 60.00
1/2 volqueta de ripio		\$ 60.00
1/2 volqueta de piedra		\$ 60.00
Mano de obra		\$ 1,800.00
		\$ 2,432.00

Construcción del invernadero	\$ 6,008.00
------------------------------	-------------

Nota. Elaboración propia

Tabla 10*Detalle del Costo del Plástico*

Cantidad	Ancho	Largo	Calibre	Referencia	Presentación	Peso rollo	Total kg	Pvp * Kg	Subtotal \$
									\$
9	5.00	44.00	7	Agroclear	Ancho Total	36.81	331.25	3.90	1,291.89
									\$
9	4.00	44.00	7	Agroclear	Ancho Total	29.44	265.00	3.90	1,033.51
10	1.20	45.00	8	Agroclear	Ancho Total	10.32	103.25	3.90	\$ 402.67
2	2.50	62.00	8	Agroclear	Ancho Total	29.64	59.27	3.90	\$ 231.16
2	1.20	62.00	8	Agroclear	Ancho Total	14.23	28.45	3.90	\$ 110.96
2	3.00	62.00	8	Agroclear	Ancho Total	35.56	71.13	3.90	\$ 277.39
4	1.20	44.00	8	Agroclear	Ancho Total	10.10	40.38	3.90	\$ 157.49
2	3.50	44.00	8	Agroclear	Ancho Total	29.44	58.89	3.90	\$ 229.67
									\$
				Total		195.54	957.63		3,734.74

Nota. Elaboración propia

Total Inversión construcción de plástico de invernadero. \$ 9742,74

9.3.2. Detalle De Inversión Para Los Sistemas Verticales

Tabla 11.*Detalle de inversión para los sistemas verticales*

Cantidad	Detalle	valor unitario	v.final	valor por 8 estructuras
	estructura de acero inoxidable 30			
5	metros	\$ 60.00	\$ 300.00	\$ 2,400.00
5	tubos galvanizados soporte	\$ 12.00	\$ 60.00	\$ 480.00
50	tubos pvc	\$ 11.00	\$ 550.00	\$ 4,400.00
1	Materiales para la instalación	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 48.00
150	metros de cinta de goteo	\$ 0.20	\$ 30.00	\$ 240.00
			\$	
2	bomba de agua	\$ 500.00	1,000.00	\$ 1,000.00
10	Omega	\$ 3.00	\$ 30.00	\$ 1,200.00
1	día de trabajo	\$ 4.00	\$ 20.00	\$ 160.00
			\$	
	Total	\$ 596.20	1,996.00	\$ 9,928.00

Nota. Elaboración propia

COSTO DE PROCESO PRODUCTIVO**9.3.3. Detalle De Materia Prima En El Proceso De Producción****Tabla 12***Detalle de Materia prima*

Cantidad	Detalle	valor unitario	v.final	valor por 8 estructuras
20	paquetes de vasos desechables	\$ 0.60	\$ 12.00	\$ 96.00
1250	Plantas	\$ 0.28	\$ 343.75	\$ 2,750.00
5	qq tierra negra	\$ 5.00	\$ 25.00	\$ 200.00
	Total	\$ 5.88	\$ 380.75	\$ 3,046.00

Siembra

Cantidad Detalle	valor unitario	v.final	valor por 8 estructuras
5 qq de cascajo	\$ 10.00	\$ 50.00	\$ 400.00
5 qq de abono animal	\$ 5.00	\$ 25.00	\$ 200.00
5 qq cascarila de arroz	\$ 2.00	\$ 10.00	\$ 80.00
10 qq de tierra negra	\$ 5.00	\$ 50.00	\$ 400.00
100 metros de plástico acolchado	\$ 5.00	\$ 500.00	\$ 4,000.00
Total	\$ 27.00	\$ 635.00	\$ 5,080.00

Nota. Elaboración propia

9.3.4. Detalle de Materia Prima Para Cosecha Y Comercialización

Cosecha

Tabla 13.

Detalle materia prima para cosecha

Cantidad	Detalle	valor unitario	v.final	valor por 8 estructuras
3	Baldes	\$ 5.00	\$ 15.00	\$ 120.00
	Total	\$ 5.00	\$ 15.00	\$ 120.00

Nota. Elaboración propia

Empaquetado y Distribución

Tabla 14

Detalle de Materia prima para empaquetado y despacho

En cajas	valor		
cantidad	detalle	unitario	v.final
1	caja de 10 libras	\$ 0.15	\$ 0.15
1	etiqueta	\$ 0.04	\$ 0.04
	Total	\$ 0.19	\$ 0.19

Nota. Elaboración propia

En baldes

cantidad	detalle	valor	
		unitario	v.final
1	balde reutilizable	\$ 3.00	\$ 3.00
1	etiqueta	\$ 0.04	\$ 0.04

Nota. Elaboración propia

9.3.5. Detalle De Mano De Obra

Tabla 15

Detalle de Mano de Obra

Cantidad	Detalle	Valor		
		Unitario	V.Final	V.Provisiones
1	jornaleros	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 665.00
1	asesoría técnica en fresas	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
1	administrador(compras, finanzas)	\$ 800.00	\$ 600.00	\$ 798.00
1	asesor comercial	\$ 600.00	\$ 450.00	\$ 598.50
	total		\$ 3,550.00	\$ 4,061.50

Nota. Elaboración propia

9.3.6. Detalle De CIF

Tabla 16

Detalle de CIF

Cantidad	Detalle	valor unitario	mensual	anual
6	litros de jabón potásico	\$ 2.00	\$ 12.00	\$ 144.00
1	bomba de fumigación	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00

1 consumo de agua	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 120.00
2 pares de botas	\$ 30.00	\$ 60.00	\$ 60.00
1 chaleco de fumigación	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 40.00
Total		\$ 122.00	\$ 384.00

Otros gastos.

Tabla 17

Detalle de otros gastos

Cantidad	Detalle	valor
1	Impresora	\$ 300.00
1	sistema de facturación electrónica	\$ 15.00
1	firma electrónica	\$ 30.00
		\$ 345.00

Nota. Elaboración propia

9.3.7. Resumen De Inversión Y Costos

Tabla 18

Resumen de inversión y costos

Detalle de Inversión	
Invernadero	\$ 9,742.74
Inversión en Sistemas Verticales	\$ 9,928.00
construcción de oficina	\$ 2,000.00
Computador	\$ 600.00
Construcción de un cuarto frío para almacenaje	\$ 4,000.00
construcción de lugar de empaquetado	\$ 1,500.00
Total	\$ 27,770.74
Detalle de Costo de Producción	
Materia Prima	\$ 8,126.00
Mano de Obra	\$ 9,980.00
Cif	\$ 1,164.00
Total	\$ 19,270.00
número de libras producidas	\$ 40,612.00
costo unitario por libra	\$ 0.49

Nota. Elaboración propia

9.4. Plan De Producción

La política de inventario que vamos a manejar 5 días. Nuestra capacidad de producción en libras sería 40612 libras de acuerdo al siguiente cálculo.

Tabla 19

Capacidad de producción

	total	Bloque 1	Bloque 2
total plantas	9230	4615	4615
kilos cosecha por planta	2	2	2
total kilos	18460	9230	9230
total libras	40612	20306	20306
tiempo	6 meses	6 meses	6 meses
capacidad mensual	6769	3384	3384
promedio consumo por local libras	40	40	40
# locales para colocar la producción	169	85	85

Durante los 4 primeros meses del año que se inicie el proyecto, dura el proceso de producción. El primer mes es el enraizamiento, luego se siembra y en 3 meses se cosecha.

Se va a implementar dos bloques de producción para la producción constante y que no exista desabastecimiento.

Para el quinto mes, la producción mensual del primer bloque 3384 libras y el segundo bloque empieza a producir en el mes onceavo.

De esta manera nunca existirá desabastecimiento. En el año existirá dos meses que habrá 6769 libras de producción de acuerdo con la siguiente tabla

Figura 11*Producción*

		AÑO 1						año 2						AÑO 3											
		7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6
Bloque 1	enraizamiento																								
	siembra , poda																								
	cosecha																								
	cosecha																								
	cosecha																								
	cosecha																								
	cosecha																								
	preparación																								
	enraizamiento																								
	siembra , poda																								
	cosecha																								
	cosecha																								
bloque 2																									
	enraizamiento																								
	siembra y poda																								
	cosecha																								
	cosecha																								
	cosecha																								
	cosecha																								
	cosecha																								
	cosecha																								
	cosecha																								
	cosecha																								
	cosecha																								

En estos meses se hará promociones para colocar las fresas y evitar pérdidas de producto.

9.5.Plan De Compras

9.5.1.Identificación De Proveedores

Nuestro proveedor principal es de las plantas de frutillas, Agrosad. Se colocará la orden de compra con 2 meses de anticipación para no tener desabastecimiento. Este es considerado proveedor crítico porque sin plantas no se puede empezar la producción.

En la inversión Inicial para el plástico e infraestructura será con el proveedor Amc Ecuador.

Traeremos un controlador de calidad desde USA, que será traído cada 5 años vez ya que la duración de este es por 5 años.

9.5.2. Plan De Compras

	Demanda	PROVEEDOR	TIPO		-2	-1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	total
3384	pedidos de frutilla en libras			valor							3384	3384	3384	3384	3384	3384	6768	3384	30456.00
																			\$ -
	Materiales por unidades de venta																		\$ -
	Enraizamiento																		\$ -
10000	Plantas de fresas	AGROSAD	CRITICO	0.28	\$ 1,400.00					\$ 1,400.00									\$ 2,800.00
5	qq tierra negra	POR DEFINIR	NO CRITICO	\$ 5.00		\$ 200.00													\$ 200.00
	Siembra	POR DEFINIR	NO CRITICO																\$ -
5	qq de cascajo	POR DEFINIR	NO CRITICO	\$ 10.00		\$ 200.00				\$ 200.00									\$ 400.00
5	qq de abono animal	POR DEFINIR	NO CRITICO	\$ 5.00		\$ 100.00				\$ 100.00									\$ 200.00
5	qq cascarila de arroz	POR DEFINIR	NO CRITICO	\$ 2.00		\$ 40.00				\$ 40.00									\$ 80.00
10	qq de tierra negra	POR DEFINIR	NO CRITICO	\$ 5.00		\$ 200.00				\$ 200.00									\$ 400.00
100	metros de plástico acolchado	AMC ECUADOR	CRITICO	\$ 5.00		\$ 2,000.00				\$ 2,000.00									\$ 4,000.00
340	cajas	AMC ECUADOR	CRITICO	\$ 0.15						\$ 51.00	\$ 51.00	\$ 51.00	\$ 51.00	\$ 51.00	\$ 51.00	\$ 102.00	\$ 51.00	\$ 51.00	\$ 459.00
5	baldes	AMC ECUADOR	CRITICO	\$ 5.00						\$ 25.00	\$ 25.00								\$ 50.00
340	etiquetas	AMC ECUADOR	CRITICO	\$ 0.04						\$ 13.60	\$ 13.60	\$ 13.60	\$ 13.60	\$ 13.60	\$ 13.60	\$ 27.20	\$ 13.60	\$ 13.60	\$ 122.40
1	Termómetro para calidad	USA	NO CRITICO						980										
	Total				\$ 1,400.00	\$ 2,740.00	\$ -	\$ 980.00	\$ -	\$ 4,029.60	\$ 89.60	\$ 64.60	\$ 64.60	\$ 64.60	\$ 64.60	\$ 129.20	\$ 64.60	\$ 64.60	\$ 9,691.40

9.6. KPI De Desempeño De La Gestión Táctica

Figura 12

KPI de desempeño de la gestión táctica

OBJETIVO	VARIABLE	SUB VARIABI	INDICADO RES
<p>Obtener el 10% de ventas en el sector de Mipymes dentro del primer año en la Ciudad de Quito.</p>	<p>10% ventas en la ciudad de Quito</p>	ventas	dólares vendidos
		Benchmarking	% participación
		# sectores	# Ventas en el sector mayorista
		% participación	dólares vendidos/dólares de la competencia
OBJETIVO	VARIABLE	SUB VARIABI	INDICADO RES
<p>Generar una rentabilidad del 10% durante el primer año</p>	<p>10% rentabilidad</p>	Margen bruto	costo de MP+MOD+CIF/Ventas
		Ebitda	utilidad neta + depreciaciones y amortizaciones
		gasto	presupuesto de gastos
		Punto de Equilibrio	utilidad =0
OBJETIVO	VARIABLE	SUB VARIABI	INDICADO RES
<p>Obtener financiamiento del 50% para nuestros clientes a través de la herramienta</p>	<p>financiamiento</p>	créditos otorgados	número de líneas abiertas
		calificación de crédito	número de clientes aprobados
	Herramienta de	Financiamiento	líneas de créditos a mayoristas

9.7.Conclusiones del Capítulo

En este capítulo, está detallado el plan de operaciones que se usará para la compra, logística y distribución para que el cliente tenga sus pedidos de fresas a tiempo, con la calidad requerida y el nivel de satisfacción necesario.

En este plan de negocios con la táctica operativas que se presenta para la fabricación de fresas como propuesta de valor, es la entrega inmediata y de calidad, la cual busca impulsar la venta y generar un crecimiento económico, a través del uso de redes sociales, página web, que permita promocionar, tener una buena prospección de ventas, llegar con una opción saludable a un precio accesible

10.CAPÍTULO 5: PROPUESTA DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA PLANTEADO - PLAN FINANCIERO

10.1.Supuestos A Considerar Para La Elaboración Del Plan Financiero

Proyección de ingresos: Colocación del 100% de la producción

Inflación: 2% por año

Inversión: \$ 58421,88

Crédito a Clientes: 30 días

Crédito a proveedores: 30 días

Riesgo país: promedio del 2023: 15,85%

10.2.Estados Financieros Proyectados .

10.2.1.Estado De Resultados

El estado de resultados nos muestra el comportamiento del negocio en sus ingresos y egresos, y así determinar si obtuvo ganancia o pérdida.

Para establecer el estado de resultados de Packa Organic Fruits se tomó en cuenta lo siguiente:

El mercado potencial son 43741 MiPymes que consumen Fresas con un promedio de 60 libras semanales y 240 mensuales por cliente en el caso que se venda el 100%.

Figura 13

Datos

Detalle	1	2	3	4	5
Crecimiento en Ventas		133,33%	0,00%	100,00%	0,00%
Producción	20304	47376	47376	94752	94752
consumo promedio mensual	60	60	60	60	60
# locales a vender	338	790	790	1579	1579
% participación	0,77%	1,81%	1,81%	3,61%	3,61%

Nota. Elaboración propia

Con estos datos se establece el costo de producción en promedio de los 5 años de 39,43%.

Figura 14*Costo de Producción*

Detalle	1	2	3	4	5
Materia Prima	\$ 8.603,94	\$ 9.245,38	\$ 12.509,38	\$ 20.416,09	\$ 20.482,68
Mano de Obra	\$ 2.475,00	\$ 4.071,00	\$ 4.071,00	\$ 8.142,00	\$ 8.142,00
Costos indirectos de Fabricación	\$ 5.594,81	\$ 5.994,17	\$ 5.994,17	\$ 6.282,20	\$ 6.282,20
TOTAL COSTO DE VENTA	\$ 16.673,75	\$ 19.310,55	\$ 22.574,55	\$ 34.840,29	\$ 34.906,88
Kilos producidos	20304	47376	47376	94752	94752
costo unitario	\$ 0,82	\$ 0,41	\$ 0,48	\$ 0,37	\$ 0,37
% costo	68,43%	33,30%	38,17%	28,87%	28,36%

Nota. Elaboración propia

Con estos supuestos el Balance de Resultados proyectado a 5 año quedó de la siguiente forma:

Figura 15*Estado de Pérdidas y Ganancias*

CONCEPTO PERIODO	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	24.365	57.988	59.148	120.662	123.075
costos de Ventas	16.674	19.311	22.575	34.840	34.907
	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS	7.691	38.678	36.573	85.822	88.168
EGRESOS					
Gasto Asistente administrativo	0	3.990	7.980	7.980	7.980
Gasto asesor comercial	0	5.586	11.172	11.172	11.172
luz	125	306	312	318	325
agua	360	367	375	382	390
marketing	1.500	1.000	1.020	1.040	1.061
Distribución	500	579	677	1.045	1.047
Varios	2.200	122	123	124	126
TOTAL EGRESOS	4.685	11.951	21.659	22.062	22.101
Interés Pagado	5.811	4.896	3.872	2.724	1.439
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-2.805	21.831	11.043	61.035	64.629
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ -	\$ 3.274,68	\$ 1.656,42	\$ 9.155,24	\$ 9.694,28
IR	\$ -	\$ 4.639,13	\$ 2.346,59	\$ 12.969,92	\$ 13.733,56
UTILIDAD NETA	\$ -2.804,74	\$ 13.917,40	\$ 7.039,77	\$ 38.909,77	\$ 41.200,69
% UTILIDAD NET	-11,51%	24,00%	11,90%	32,25%	33,48%

Nota. Elaboración propia

El estado de resultados muestra los ingresos, costos y gastos hasta el quinto año de operaciones. El primer año la empresa obtiene un resultado negativo de (-1313,36). En el segundo año ya se obtiene utilidades y con ello también debemos hacer los respectivos cálculos de utilidades y pagos al estado de Impuesto a la renta.

10.2.2. Estado De Situación O Balance General

El estado financiero de la compañía muestra la composición de los activos, pasivos y patrimonio.

Figura 16*Balance General*

CONCEPTO	BALANCE GENERAL							
	\$	-	\$	1	2	3	4	5
Caja Bancos	\$ 12.500,00	\$ -1.800,70	\$ 6.393,31	\$ 9.540,02	\$ 39.376,06	\$ 73.079,41		
Cuentas por cc	\$ -	\$ 2.030,40	\$ 4.832,35	\$ 4.929,00	\$ 10.055,16	\$ 10.256,26		
Activo Corrien	\$ 12.500,00	\$ 229,70	\$ 11.225,66	\$ 14.469,02	\$ 49.431,22	\$ 83.335,67		
<i>Propiedad, pla</i>	<i>\$ 48.421,48</i>	<i>\$ 58.421,48</i>	<i>\$ 58.421,48</i>	<i>\$ 58.421,48</i>	<i>\$ 58.421,48</i>	<i>\$ 58.421,48</i>		
<i>Depreciación A</i>	<i>\$ -</i>	<i>\$ -5.210,81</i>	<i>\$ -10.421,63</i>	<i>\$ -15.632,44</i>	<i>\$ -20.316,59</i>	<i>\$ -25.000,74</i>		
PPE Neto	\$ 48.421,48	\$ 53.210,67	\$ 47.999,85	\$ 42.789,04	\$ 38.104,89	\$ 33.420,74		
Activo no Corr	\$ 48.421,48	\$ 53.210,67	\$ 47.999,85	\$ 42.789,04	\$ 38.104,89	\$ 33.420,74		
TOTAL ACTIVO	\$ 60.921,48	\$ 53.440,37	\$ 59.225,51	\$ 57.258,06	\$ 87.536,11	\$ 116.756,41		
Proveedores	\$ -	\$ 2.945,64	\$ 3.350,03	\$ 3.903,86	\$ 5.980,52	\$ 5.993,51		
Otras cuentas por pagar								
Pasivo Corrien	\$ -	\$ 2.945,64	\$ 3.350,03	\$ 3.903,86	\$ 5.980,52	\$ 5.993,51		
Obligaciones l	\$ 48.421,48	\$ 40.799,47	\$ 32.262,81	\$ 22.701,76	\$ 11.993,38	\$ -		
Pasivo no Corr	\$ 48.421,48	\$ 40.799,47	\$ 32.262,81	\$ 22.701,76	\$ 11.993,38	\$ -		
TOTAL PASIVO	\$ 48.421,48	\$ 43.745,11	\$ 35.612,85	\$ 26.605,62	\$ 17.973,90	\$ 5.993,51		
Capital	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00		
Utilidad Acum	\$ -	\$ -	\$ -2.804,74	\$ 11.112,66	\$ 18.152,43	\$ 57.062,21		
Utilidad Neta	\$ -	\$ -2.804,74	\$ 13.917,40	\$ 7.039,77	\$ 38.909,77	\$ 41.200,69		
TOTAL PATRIM	\$ 12.500,00	\$ 9.695,26	\$ 23.612,66	\$ 30.652,43	\$ 69.562,21	\$ 110.762,90		
PASIVO + PATR	\$ 60.921,48	\$ 53.440,37	\$ 59.225,51	\$ 57.258,06	\$ 87.536,11	\$ 116.756,41		
COMPROBACIÓ	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		

Nota. Elaboración propia

El efectivo y sus equivalentes van creciendo de acuerdo al crecimiento de la compañía.

El activo no corriente va disminuyendo por la depreciación acumulada que se generando año a Año.

El pasivo no corriente va disminuyendo a medida que vamos pagando el préstamo a largo Plazo.

De acuerdo con el siguiente detalle: Préstamo a 5 años con la tasa del 12%.

Figura 17

Detalle del préstamo

FINANCIAMIENTO	48.421
TASA	12,00%
PLAZO	5

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO FINAL
0				\$ 48.421,48
1	\$ 48.421,48	\$ -5.810,58	\$ -7.622,01	\$ 40.799,47
2	\$ 40.799,47	\$ -4.895,94	\$ -8.536,65	\$ 32.262,81
3	\$ 32.262,81	\$ -3.871,54	\$ -9.561,05	\$ 22.701,76
4	\$ 22.701,76	\$ -2.724,21	\$ -10.708,38	\$ 11.993,38
5	\$ 11.993,38	\$ -1.439,21	\$ -11.993,38	\$ -

Nota. Elaboración propia

10.2.3 Estado de flujos de caja

Figura 18

Flujo de efectivo

CONCEPTO PERIODO	FLUJO DE EFECTIVO					
	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta	0	-2.805	13.917	7.040	38.910	41.201
Depreciación	0	5.211	5.211	5.211	4.684	4.684
Interés Pagado	0	5.811	4.896	3.872	2.724	1.439
Variación Capital de Trabajo	0	915	-2.398	457	-3.050	-188
Flujo Operativo	0	9.132	21.627	16.579	43.269	47.136
Inversiones	-58.421	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Libre	-58.421	9.132	21.627	16.579	43.269	47.136
Deuda	48.421					
Pago de capital	0	-7.622	-8.537	-9.561	-10.708	-11.993
Pago de intereses	0	-5.811	-4.896	-3.872	-2.724	-1.439
Aporte Accionista	12.500					
Flujo de Financiamiento	60.921	-13.433	-13.433	-13.433	-13.433	-13.433
Flujo del periodo	2.500	-4.301	8.194	3.147	29.836	33.703
Caja Inicial	0	2.500	-1.801	6.393	9.540	39.376
Caja Final	2.500	-1.801	6.393	9.540	39.376	73.079

Como podemos observar la empresa empieza a tener liquidez el segundo año

Este estado nos permite valorar la capacidad que tiene el negocio para financiamiento o de generar liquidez. En el negocio se nota que la compañía no tendrá necesidades de fondeo, lo cual respalda que se puede crecer con capital propio, a pesar de que la demanda aumente.

Detallamos también el valor de la inversión inicial del proyecto financiado con entidades bancarias.

Figura 19

Proyecto de financiamiento

Detalle	valor
Invernadero	\$ 19.485,48
Inversión en sistemas Verticales	\$ 19.856,00
Construcción de Oficina	\$ 2.000,00
Cuarto Frío	\$ 4.000,00
empaquetado	\$ 1.500,00
	\$ 46.841,48

cantidad	detalle	valor
1	computador portátil	\$ 600,00
1	termómetro de calidad	\$ 980,00
	total	\$ 1.580,00

Nota. Elaboración propia

El capital de trabajo financiado por accionistas: \$10.000 es el valor del terreno.

10.2.4. Análisis De Relaciones Financieras

El cálculo de la tasa de descuento se toma en cuenta el bono del tesoro de USA, la Beta de la industria en nuestro proyecto Farming Agriculture y la prima de Riesgo de USA, nos da un total de 10.85%

Luego le hacemos la beta sin apalancamiento tomando en cuenta la deuda bancaria y el capital invertido en el negocio, nos da el 11,04%

Con esto nos ayuda a descontar los flujos de caja futuros para valorar el proyecto.

Figura 20

Detalles del proyecto

TASA DE DESCUENTO

RF	BONO DE TESORO DE USA	4,81%
BETA	BETA FARMING AGRICULTURE	0,91
RM	PRIMA DE RIESGO US	6,64%

<https://www.bloomberg.com/markets/rates-bonds/government-bonds/us>
https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
<https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/histretSP.xls>

$$ER = RF + B(MRP) + RIESGO PAIS \quad 10,85\%$$

BETA CON Y SIN APALANCAMIENTO

$$BETA APALANCADADA = BETA SIN APALANCAR \times (1 + (1-t) \times D/E)$$

BETA S/AP	0,83	Beta sin apalancar			
IMPUESTOS	0,00%				
DEUDA	48.421,48	79,48%	7%	WACC	11,04%
PATRIMONIO	12.500,00	20,52%	26,70%		

Nota. Elaboración propia

Para el cálculo del VAN, se consideró la tasa de descuento. El Van trajo los flujos del proyecto y considerando la inversión, se obtuvo UN VAN de \$35829,52, lo cual indica que el proyecto es viable

Figura 21

VAN

TASA DSCTO	11,04%
VAN	\$ 35.829,52
TIR	27,8%

Nota. Elaboración propia

El TIR nos da el 27,8%, por lo cual tiene el proyecto factibilidad financiera.

EL VAN y el TIR nos da un indicador de que el proyecto va a ser positivo.

El Ciclo de conversión de efectivo se presenta de la siguiente manera:

Figura 22*Ciclo del Negocio*

CICLO DE NEGOCIO						
DÍAS ROTACIÓN	CUENTA PERIODO	1	2	3	4	5
30	Cuenta por Cobrar	2.030	4.832	4.929	10.055	10.256
30	Cuenta por Pagar	2.946	3.350	3.904	5.981	5.994
Total Ciclo de Negocio		915	-1.482	-1.025	-4.075	-4.263
Variación interanual		915	-2.398	457	-3.050	-188

Nota. Elaboración propia

No tiene una gran afectación en el flujo de caja, ya que tenemos 30 días en Cuentas por Pagar y Cuentas por Cobrar

Se detalla el punto de equilibrio es donde el proyecto cubre sus costos fijos y variables.

Figura 23*Punto de Equilibrio*

PRESUPUESTO VENTAS CON PUNTO DE EQUILIBRIO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS -PUNTO DE EQUILIBR	\$26.204,41	\$20.173,12	\$41.373,49	\$34.892,38	\$34.991,46
COSTO	\$21.519,20	\$8.222,60	\$19.714,37	\$12.829,92	\$12.890,94
GASTOS	\$ 4.685,21	\$ 11.950,52	\$ 21.659,12	\$ 22.062,46	\$ 22.100,52
UTILIDAD META	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

Nota. Elaboración propia

10.3. Impacto Económico, Regional, Social Y Ambiental

El impacto económico que generamos es la generación de empleo en las áreas administrativas y operativas.

Dentro de lo ambiental la parte orgánica es que reduce el consumo de pesticidas y químicos, ayuda a la reducción de los efectos del calentamiento global y sobre todo promueve la salud de los suelos.

Finalmente, el impacto social que ayuda a la gente a llevar una vida saludable, a través de consumos de frutas orgánicas, que ayuda al sistema inmunológico de las personas gracias a su gran cantidad de nutrientes los cuales no están alterados por ningún tipo de colorante, químico o pesticidas

10.4. Conclusiones Del Capítulo

Según el CIUU el proyecto se encuentra dentro del sector agrícola, esto representa oportunidades en el entorno económico, tecnológico, ambiental y político.

Debido a que las personas están yendo al consumo de una vida saludable, nos ayuda a que las ventas por frutas orgánicas se vayan potencializando.

El apoyo gubernamental a las actividades de emprendimiento por ser parte de la principal matriz productiva

Dentro de los valores que tenemos es entregas a tiempo y compromiso con nuestros clientes. Por lo cual nos hace llegar a los resultados de factibilidad financiera y establecemos que el proyecto es viable teniendo en cuenta el flujo de caja

11.CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES GENERALES Y RECOMENDACIONES

11.1. Conclusiones

Luego de haber terminado el proyecto de inversión acerca de la producción y comercialización de fresas orgánicas para las MYPIMES, se puede evidenciar que poner a funcionar el negocio es viable, gracias a los datos obtenidos en este proyecto.

El proyecto se encuentra dentro de la industria agrícola, la cual presenta oportunidades en el sector económico, tecnológico, ambiental y político.

El mercado de consumos de productos orgánicos está en crecimiento, por lo cual se buscó un desarrollo de sistema verticales con el fin de aprovechar las ventajas de esta metodología.

La estrategia de marketing a utilizar diferenciación.

La filosofía empresarial se establece de la siguiente manera, puntualidad en la entrega, precios competitivos, comprometidos con la misión, con una responsabilidad social fuerte alineados al funcionamiento de la empresa al futuro.

La modalidad de creación de empresas S.A.S que permite varios beneficios en temas de impuestos.

Se realizó la proyección financiera de ingresos y gastos a través del estudio técnico financiero, el cual cumple su recuperación al tercer año

11.2.Recomendaciones

El manejo del costo es fundamental, mantener el control detallado del mismo, para evitar futuras pérdidas.

Se debe cumplir con los factores legales, políticos, económicos para desarrollar el negocio para reducir el riesgo de alguna multa que obstaculice la implementación del negocio.

Hacer todos los controles necesarios para el tema agronómico, puesto que puede incurrir en pérdidas financieras.

Aprovechar la tendencia del mercado en el consumo de alimentos saludables y orgánicos.

En el ambiente VUCA que vivimos ahora, es indispensable que el proyecto tenga como introducir correcciones y nuevas formulaciones sobre la marcha y cumplir con las metas propuestas.

En el tiempo, se recomienda hacer un registro de la marca PACKHA para que el producto sea reconocido.

REFERENCIAS

- Agencia de Regulación y control Fito y Zoonosanitario. (2022). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2022/01/produccio%CC%81n-orga%CC%81nica-2020-2021.pdf
- Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario. (2021). Obtenido de Boletín informativo Producción Orgánica 2020-202: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2022/01/produccio%CC%81n-orga%CC%81nica-2020-2021.pdf
- Aguilar, L. (1 de ABRIL de 2022). Breve historia del Live Shopping. Obtenido de VTEX: <https://vtex.com/latam/blog/tendencia-latam/historia-live-shopping/>
- BANCO MUNDIAL. (28 de Septiembre de 2022). Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- BANECUADOR. (2019). Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/2019/02/20/apoyo-al-sector-agropecuario-se-consolida-con-nuevas-lineas-de-credito/>
- BCE. (30 de 09 de 2022). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1519-la-economia-ecuatoriana-se-desacelero-por-las-paralizaciones-de-junio-de-2022>
- BCE. (Noviembre de 2021). Obtenido de El Banco Central actualiza al alza su previsión de crecimiento para 2021 a 3,55%: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1458-el-banco-central-actualiza-al-alza-su-prevision-de-crecimiento-para-2021-a-3-55>

Benitex. (2020). Obtenido de <https://www.tejidosplasticos.com/noticias/los-beneficios-cultivar-plastico/#:~:text=En%20los%20invernaderos%20estos%20pl%C3%A1sticos,nutrientes%20que%20aporta%20la%20tierra.>

Castillo, E., Guerra, T., & Torres, G. (05 de 08 de 2020). Obtenido de <https://blogcomunicacionci.wixsite.com/cienciauta20xx/post/control-biol%C3%B3gico-de-plagas-en-las-frutillas#:~:text=En%20Ecuador%2C%20la%20producci%C3%B3n%20de,menor%20a%20las%2040%20hect%C3%A1reas.>

Cela , W., & Maldonado , M. (2021). Diseñar un plan de negocios para la creación de un mercado verde que comercialice. Obtenido de <https://bit.ly/3U1Ivzu>

Chimborazo, L. (2014). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20867/1/T2794i.pdf>

Comisión del Codex Alimentarius. (1999). ¿Qué es la agricultura orgánica? recuperado de <https://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq1/es/>

DATOSMACRO. (2022). Obtenido de IPC de Ecuador: <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/ecuador>

DIARIO DE SEVILLA. (15 de DICIEMBRE de 2020). Obtenido de https://www.diariodesevilla.es/agr_andalucia/i-d-i/Tecnologia-cultivo-fresas-vertical_0_1528347383.html

EL FRUTON. (2023). Obtenido de <https://elfruton.com/index.php>

EOS. (12 de 10 de 2020). Obtenido de <https://eos.com/es/blog/agricultura-sostenible/>

Erreis , O. (2020). Plan de negocios enfocado en el diseño de módulos verticales elaborados a base de bambú, para la comercialización de huertos orgánicos urbanos en la ciudad de Quito, año 2018. Quito. Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/3817/3/Omar%20Alberto%20Erreis%20Pe%C3%B1arreta.pdf

FAO. (12 de 11 de 2019). Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2019/11/1465321>

Guerrero, G., Gomez, D., & Cepeda, D. (2019). “Plan de negocio para la producción y

comercialización de fresa hidropónica” .Bogotá. Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6377/000%20GP-115%20TFG%20Fresas%20Ago-14-2019.pdf?sequence=1

Guevara , A. (2016). Plan de negocio para la comercialización de alimentos organicos a traves del canal tradicional. Lima. Obtenido de

file:///C:/Users/USER/Downloads/Adrian_Guevara_2016.pdf

Impactos del COVID-19 en la agricultura y la seguridad alimentaria. (01 de 03 de 2021).

Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-57852021000100072

INTAGRI. (07 de 2018). Obtenido de <https://www.intagri.com/articulos/frutillas/produccion-hidroponica-de-fresa>

INTAGRI. (2017). La Hidroponía: Cultivos sin Suelo. Recuperado de

<https://www.intagri.com/articulos/horticultura-prottegida/la-hidroponia-cultivos-sin-suelo>

López, A., & Espinosa, S. (2021). Producción de fresas hidropónicas. Pereira. Obtenido de <https://bit.ly/3pPTiPG>

MAGAP. (s.f.). Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/magap-impulsa-agricultura-mediante-cultivos-en-invernaderos/>

Porter, M. (1982). Estrategia Competitiva - Técnica para el análisis de los sectores industriales y de la competencia.

Presidencia de la República del Ecuador. (2022). Obtenido de <https://www.presidencia.gob.ec/los-emprendimientos-ecuatorianos-se-transforman-en-innovadoras-empresas/>

PRIMICIAS. (2021). Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/corrupcion-inestabilidad-politica-ecuador-negocios/>

PRIMICIAS. (2022). Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/consumo-hogares-record-historico/#:~:text=El%20gasto%20de%20las%20familias,del%20Banco%20Central%20C%20Guillermo%20Avel%20C3%A1n.>

Promix. (14 de Febrero de 2022). ¿Qué debes de saber acerca de la agricultura vertical? Recuperado de <https://bit.ly/3RYoqYX>

referencias

Revista Científica y Tecnológica UPSE. (01 de 06 de 2021). Obtenido de <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/547/502>

Rodríguez, E., Gentile, N., Lupin, B., & Garrido, L. (2006). El mercado interno de productos orgánicos: Actitudes de los consumidores argentinos. Recuperado de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://nulan.mdp.edu.ar/1064/1/rodriguez.etal.2006.pdf

SCVS. (14 de 01 de 2022). Obtenido de Constitución de sociedades por acciones simplificadas:

<https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>

Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN. (2022). Mipymes y Organizaciones de

Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país. Obtenido

de [https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-](https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/)

[y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/](https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/)

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS). (2022). Obtenido de

[https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-](https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas#:~:text=La%20sociedad%20por%20acciones%20simplificadas,un%20tr)

[simplificadas#:~:text=La%20sociedad%20por%20acciones%20simplificadas,un%20tr](https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas#:~:text=La%20sociedad%20por%20acciones%20simplificadas,un%20tr)

[%C3%A1mite%20simplificado%20sin%20costo.](https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas#:~:text=La%20sociedad%20por%20acciones%20simplificadas,un%20tr)

Vega, J., Cifuentes, L., & Ardila, S. (2017). Plan de negocios para la producción y exportación

de fresa orgánica. Bogotá. Obtenido de <https://bit.ly/3ckRcnO>

Wilensky, A. (s.f.). Marketing Estratégico fondo de Cultura Económico. Recuperado de

<https://books.google.com.ec/books?id=samGAAAACAAJ>

ANEXOS

Anexo 1

MODELO DE ENCUESTA



Sección 1 de 3

ENCUESTA DE FRUTILLAS ORGÁNICAS

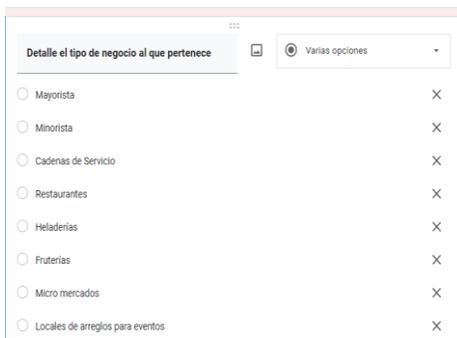
DEMOGRÁFICO

FRESAS ORGÁNICAS



Lugar de Residencia de Su negocio en la ciudad de Quito

- Norte
- Sur
- Centro



Detalle el tipo de negocio al que pertenece

Varias opciones

- Mayorista X
- Minorista X
- Cadenas de Servicio X
- Restaurantes X
- Heladerías X
- Fruterías X
- Micro mercados X
- Locales de arreglos para eventos X

ECONÓMICO
Descripción (opcional)

☰

Cuánto estaría dispuesto a pagar por un kilo de Fresa Orgánica?

\$1,50- \$2,00

\$2,01 - \$2,50

\$2,51 a \$3,00

más de \$3,00

CONSUMO Y FORMAS DE PRESENTACIÓN
Descripción (opcional)

Conoce usted los beneficios de los productos orgánicos

SI

NO

☰

En su local de ventas , ofrece productos orgánicos 

Varias opciones ▾

si ×

No ×

¿Qué factores tomas en cuenta al comprar fresas para su negocio?

(grado de importancia siendo 5 el más importante y 1 el de menor importancia)

- Precio
- Presentación
- Entrega inmediata
- Calidad
- Rotación de inventario
- Otra...

¿Que tamaño de fresa, es la que más se vende en su negocio?

- Grande
- Mediano
- Pequeño

¿En qué tipo de envase es la que más se vende en su negocio?

- Tarrinas
- Fundas
- Baldes
- Cajas
- otro
- Otra...

¿Le gustaría degustar las fresas, antes de ofrecer en su local?

- si
- No

¿Qué medio usaría para hacer sus pedidos de fresa?

- llamada
- watsapp
- correo electrónico
- página web
- otro

¿En qué tiempo es importante la entrega de su pedido de fresa?

- 24 horas
- 48 horas
- no tiene importancia
- Otra...

Tienes un día y horario de entrega? Especifique cual

Texto de respuesta corta

¿Es importante para usted poder observar el proceso de producción de fresas orgánicas en sistema Horizontal y tuvo pvc?

- Si
- NO
- Añadir opción o [añadir respuesta "Otro"](#)



FINANCIAMIENTO

Descripción (opcional)

¿Conoce la herramienta de Financiamiento Insotec?

- SI
- NO

Qual sería su forma de pago para la compra de fresas

- Contado
- 30 Días
- 60 días
- Otra...

¿Qué tasa de interés estaría dispuesto a pagar por un financiamiento de 120 días?

- 1,5% mensual
- 1% mensual
- 2% mensual

Anexo 2

Modelo de preguntas

para el FOCUS GROUP

ENTREVISTA

Nombre:

Cédula:

Cargo:

Sector:

Correo:

1. **¿Considera usted que los productos orgánicos han tomado mayor acogida después del COVID-19? ¿Y por qué?**

2. **¿Considera usted explicar si los productos orgánicos se consumen más que los inorgánicos y por qué?**

3. **¿Cuáles son las ventas que obtiene de frutas en el mes?**

4. **¿Cuáles con las ventas estimadas por frutillas del mes?**

5. **¿Considera usted importante financiar las compras, y Estaría dispuesto a pagar una tasa de interés mínima en caso del financiamiento a 120 días?**

6. **¿Qué le ha ayudado a incrementar ventas de sus productos?**

7. **cuál es el proceso que realiza para realizar los pedidos y Con qué frecuencia colocaría los pedidos?**

ANEXO 3

Cotizaciones plástico de invernadero

Cantidad	Ancho	Largo	Calibre	Referencia	Presentación	Peso rollo	Total kg	Pvp * Kg	Subtotal \$	Finca / Bloque	Observación	Dirección Exacta	Contacto Finca	Celular
9	20,00	44,00	7	AGROCLEAR	ANCHO TOTAL	147,22	1.325,02	3,90	\$ 5.167,56					
9	16,00	44,00	7	AGROCLEAR	ANCHO TOTAL	117,78	1.060,01	3,90	\$ 4.134,05					
10	4,80	45,00	8	AGROCLEAR	ANCHO TOTAL	41,30	412,99	3,90	\$ 1.610,67					
2	10,00	62,00	8	AGROCLEAR	ANCHO TOTAL	118,54	237,09	3,90	\$ 924,64					
2	4,80	62,00	8	AGROCLEAR	ANCHO TOTAL	56,90	113,80	3,90	\$ 443,83					
2	12,00	62,00	8	AGROCLEAR	ANCHO TOTAL	142,25	284,51	3,90	\$ 1.109,57					
4	4,80	44,00	8	AGROCLEAR	ANCHO TOTAL	40,38	161,53	3,90	\$ 629,95					
2	14,00	44,00	8	AGROCLEAR	ANCHO TOTAL	117,78	235,56	3,90	\$ 918,68					
							3.830,50		\$ 14.938,95					
									16.731,63					

FECHA	
MA. EMILIA CAJILEMA	
CONDICIONES DE PAGO	CRÉDITO 120 días
CUPO CLIENTE	CUPO
ASESOR:	ANITA ACOSTA
CELULAR:	0988534511

CHEQUES	CONTADO
posfechados	
CUPO UTILIZADO	CUPO DISPONIBLE
	0
VALOR PEDIDO	
\$	14.938,95

