

Julio 2019 - ISSN: 1696-8352

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TÉ A BASE DE PIÑA DESHIDRATADA.

Gaby Lisbeth Ávila Sánchez

estudiante

gabyaavilasanchez@hotmail.com

Geomara Juliana Pacheco Guale

estudiante

gjpg@hotmail.es

Silvia Espinoza Mendoza

Docente

saespinozam@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Gaby Lisbeth Ávila Sánchez, Geomara Juliana Pacheco Guale y Silvia Espinoza Mendoza (2019): "Plan de negocio para la creación de una empresa productora de té a base de piña deshidratada", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (julio 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/07/empresa-productora-te.html>

RESUMEN

Este plan de negocios surge de la elaboración de té de piña, fruta en estado deshidratado y el estudio se enfocaría en detallar la producción, distribución y comercialización del té listo para el consumo, además detallar las estrategias de marketing para lograr el posicionamiento de la marca Frutis en la ciudad de Guayaquil, sin que esto implique que con el pasar del tiempo sea comercializada a nivel nacional.

Existen pocas empresas que elaboren productos a base de fruta deshidratada siendo, por ende, este constituye una ventaja para el proyecto de Geogab S.A., siendo una ventaja competitiva en el mercado.

Por otra parte, la creación de Geogab S.A. es evaluada desde el ámbito financiero-económico empresarial de la creación, con una proyección de ingresos, costos, gastos, beneficios económicos, asimismo la inversión que se requiere para crear este proyecto a base la piña deshidratada que ofrece múltiples beneficios para la salud de los consumidores.

ABSTRACT

BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A PRODUCING COMPANY OF TEA BASED ON PINEAPPLE DEHYDRATE.

This is how this business plan arises from the preparation of pineapple tea, fruit in a dehydrated state and the study would focus on detailing the production, distribution and marketing of tea ready for consumption, as well as detailing marketing strategies to achieve positioning of the Frutis brand in the city of Guayaquil, without implying that over time it is marketed nationally.

There are few companies that produce products based on dehydrated fruit being, therefore, this is an advantage for the project of Geogab S.A., being a competitive advantage in the market.

On the other hand, the creation of Geogab S.A. it is evaluated from the business financial-economic sphere of creation, with a projection of income, costs, expenses, economic benefits, as well as the investment that is required to create this project based on dehydrated pineapple that offers multiple benefits for the health of the consumers.

1. INTRODUCCIÓN

La población de Ecuador se encuentra en una tendencia de consumo de bebidas que contienen como materia prima el té, misma que se consume como un sustituto de bebidas gaseosas o jugos saborizados. Basado en los múltiples beneficios que ofrece la fruta conocido en el país como piña surge este proyecto de la creación de la empresa Geogab S.A., que da como origen a la marca Frutis. Este proyecto tiene como producto inicial la elaboración del té elaborado a base de piña deshidratada lista para el consumo.

El proyecto tiene como reto principal lograr que los clientes potenciales se inclinen por el té elaborado a base de piña deshidratada con relación a otros productos como son el té helado o simplemente un té listo en botella.

La creación del proyecto se enfoca en contribuir a la nueva tendencia de mantener un estilo de vida saludable, así como proveer en el mercado de un producto sano a bajo costo y con un delicioso sabor a piña, este producto permite que sea consumido inmediatamente, debido que está listo para beber, la fruta mantiene sus propiedades y además contribuye a una buena alimentación, reemplazando a las bebidas con altas cantidades azúcares dañinas para la salud.

En el Ecuador la obesidad y el sobrepeso ya estaría representando llamados de atención a la salud ya que según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en conjunto con el Ministerio de Salud Pública (MSP) mediante los datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT-ECU, 2012) menciona que estos problemas para la salud de las personas entre hombres, mujeres y niños estarían determinados en:

- Menores de hasta 5 años
- Menores en edad de 5 a 11 años
- Adolescentes entre 12 a 19 años

- Adultos entre 19 y 60 años

Donde aquellos datos podrían demostrar que 6 de cada 10 ecuatorianos tendrían problemas de salud como es sobrepeso u obesidad.

El reciente proyecto de trabajo tendrá como prioridad introducir en los hogares a nivel local un producto innovador sobretodo saludable y natural donde el consumidor obtenga beneficios derivados de la fruta como es la piña ya que esta fruta por el contenido de vitaminas y minerales ayuda a tener efecto antiinflamatorio, combatir el estreñimiento, a perder peso, disminuye el colesterol entre otros.

2. METODOLOGIA

Para el desarrollo de la presente propuesta de: Plan de negocio para la creación de una empresa productora de té a base de piña deshidratada se ha tomado en consideración emplear la investigación descriptiva, ya que con la misma vamos a poder observar y describir a los clientes y el mercado que nos permitirá llegar al mejor análisis conociendo comportamiento y así se podrá determinar aquellas referencias gustos y sabores y obtener los mejores resultados formulando ideas con el fin de interpretar y llegar a una determinación para el proyecto.

2.1 TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN:

Se considerará realizar encuestas.

2.2 INSTRUMENTO PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN:

Cuestionario de preguntas con respuestas cortas y sencillas.

2.3 MODO DE APLICACIÓN:

Este cuestionario de preguntas o encuesta se realizara a personas al azar en las calles o lugares muy concurridos o públicos.

2.4 ALCANCE:

Será realizada en la ciudad de Guayaquil específicamente Parroquia Tarquí sector norte de la ciudad.

2.5 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Población: Se tomará en consideración la población de la ciudad de Guayaquil parroquia Tarquí.

Según INEC, en el censo del año 2010, la Parroquia Tarquí consta de 1.050.826 personas.

Muestra: Para la muestra se tomará en cuenta la fórmula de población finita.

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1) \cdot (d)^2 + p \cdot q \cdot z^2}$$

$$n = \frac{(1.050.826) \cdot (1.96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(1.050.826 - 1) \cdot (0,05)^2 + (0,5) \cdot (0,5) \cdot (1,96)^2}$$

Donde:

N = Tamaño de la población (1.050.826)

Z = Nivel de confianza al 95% = 1.96

n = Tamaño de la muestra = 1.050.826

p = Probabilidad del éxito = 0,5

q = Probabilidad de fracaso = 0,5

d = 5% error = 0,05

Por lo consiguiente n = 384 que será el tamaño de la muestra

2.6 ANÁLISIS DE DATOS

De acuerdo a resultados se puede notar que hoy en día hay cierta inclinación hacia lo saludable como ejercicios rutinarios para el cuerpo o productos que contengan menos azúcares o poca grasa donde todo esto conlleve hacia un buen estilo de vida. Si para los encuestados las bebidas que eligen o consumen son beneficiosas para la salud entonces se debería tomar en consideración la producción y diversificación de bebidas naturales ya que el sabor y los beneficios suelen ser sus prioridades al consumir una bebida.

Socio Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
Proveedor <ul style="list-style-type: none"> • romas y especies • aldez • uiminet S.A. • lasticos S.A. • A Etiquetas 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración • Producción • Distribución 	Elaboración de té a base de piña deshidratada que ofrece beneficios para la salud como ser antioxidante, antiinflamatoria, ofrecer vitaminas y minerales que ofrecen energía y reducción de estrés distribuida en la ciudad de Guayaquil.	La Fanpage de Geogab S.A. en la red social Facebook será el medio de comunicación e interacción con los clientes.	Mujeres y hombres de 21 años en adelante, condición económica media alta enfocados a mejorar su salud y

Por lo que podemos evidenciar que las personas toman en serio su alimentación y buscan la manera de consumir productos que no dañen o perjudiquen su salud. Ya que el Té estaría formando parte de una frecuencia de consumo en bebidas esto indicaría que se podría llegar a hacer tendencia y posesionar en el mercado y así sustituir las gaseosas por el té.

El té de frutas deshidratadas es consumido con frecuencia y casi siempre ya que consideran que es más saludable por obtener mejor los nutrientes de la fruta. A pesar de no conocer en su totalidad el deshidratado de las frutas. En este caso de plan de negocios la fruta a utilizar como es la piña brinda beneficios importantes para la salud por su alto contenido de vitamina C, mejora la circulación, sirve de diurético entre otros además de ser una fruta de sabor agradable y según ciertos encuestados desconocen sobre los atributos de la fruta. Para lograr la óptima aceptación se debe lograr una correcta distribución y recurrir a la buena dirección de canales de distribución para lograr el mejor lanzamiento del producto y así su posicionamiento.

3. PLAN ESTRATÉGICO

	Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> • Materia Prima • Personal • Equipos y maquinarias • Inversión propia y financiada 		Canales Es la conexión con los consumidores finales, considerando que es el canal directo con minoristas.	
Estructura de Costes Costos de materia prima y componentes: Materia prima relacionado estrechamente con el producto Costos Indirectos de Fabricación: Jefe de producción, depreciaciones, Insumos, servicios básicos de planta.		Estructura de Ingresos <ul style="list-style-type: none"> • Venta de botellas de 250ml • Venta de botellas de 500ml • Venta de botellas de 1 litro 		

Modelo Canvas

4. PLAN COMERCIAL

- Logo de la empresa Geogab S.A.



- Logo y slogan del producto



Beneficios Del Té a base de Piña Deshidratada

De estos beneficios se podrían citar de la siguiente manera:

De fácil consumo: Ya que la presentación estaría lista para ser consumidas.

De excelente sabor: La piña por su sabor dulce y ligeramente ácida hace de esto su particular sabor. Además, es ligera y podría decirse que es un postre ideal ya que posee pocas calorías.

Diurética: La piña evita la retención de líquidos y ayuda a eliminar agua del cuerpo.

Nutriente: La piña contiene minerales como el hierro, magnesio, yodo y zinc. Además, fortalece el sistema inmunológico por su alto contenido en vitamina C.

Mejora y Fortalece: La piña mejora el proceso digestivo e incluye el mejoramiento del metabolismo y fortalece huesos, músculos y cartílagos.

- Promociones y estrategias de ventas



Promoción segundo a mitad de precio de té a base de piña deshidratada



Promoción de gratis bebida de 250ml

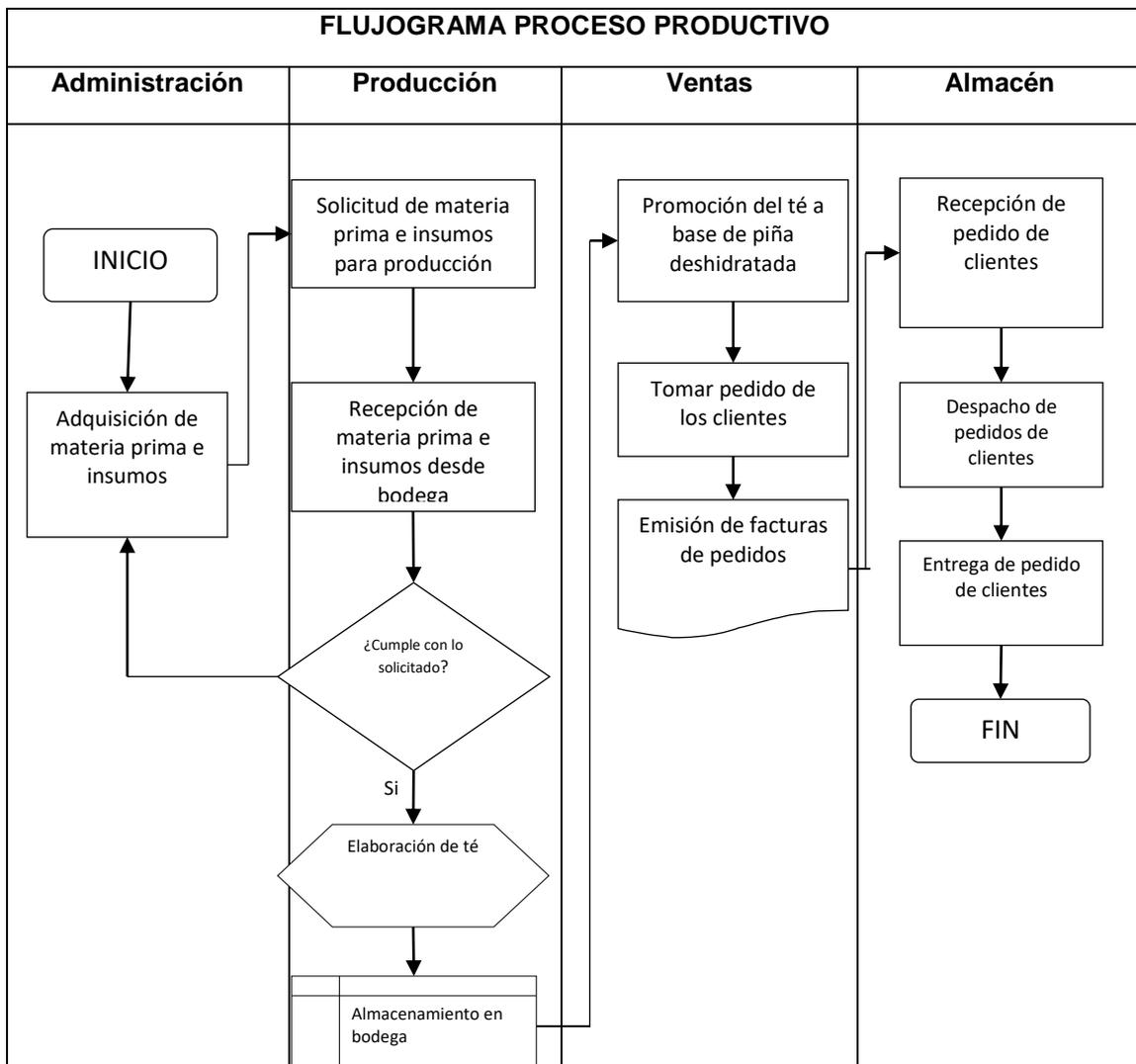
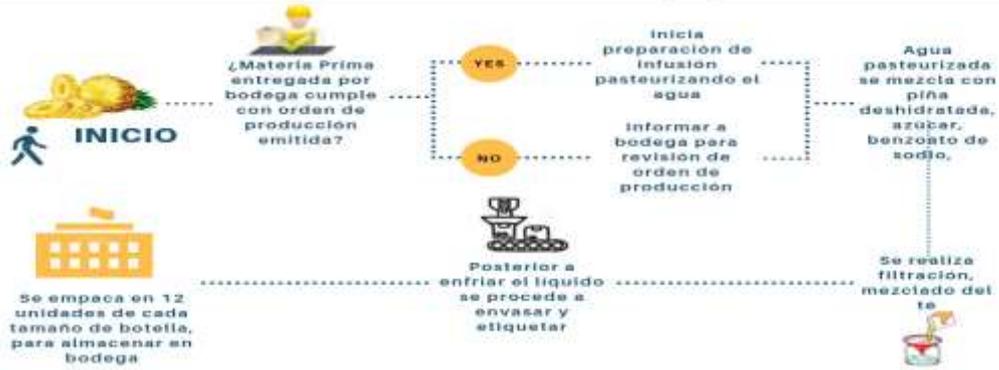
- Publicidad redes sociales



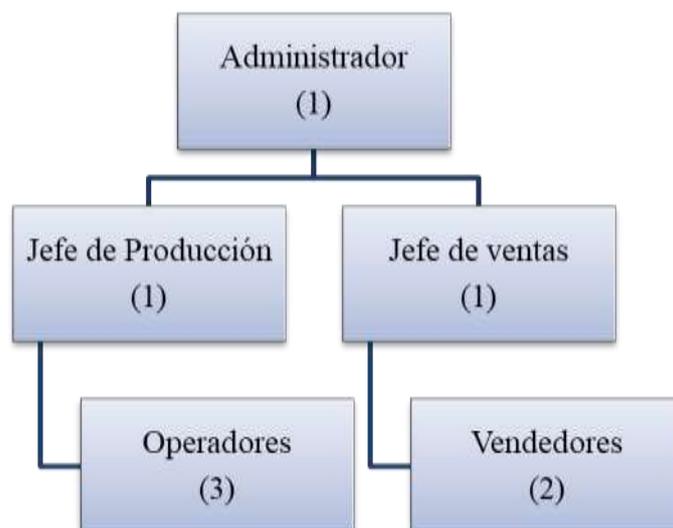
4. PLAN OPERATIVO: FLUJOGRAMA

Proceso de elaboración del té

Materia Prima Piña deshidratada



4. PLAN ORGANIZACIONAL



Cada colaborador que está establecido en el organigrama deberá cumplir con sus respectivas funciones de acuerdo al manual de funciones.

4. PLAN FINANCIERO

Se evaluó y se considero tomar rubros para constituir los activos fijos que son los

sgts:

Maquinarias, Equipos y Herramientas	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	% Depreciación	Depreciación anual	Depreciación mensual
Mezcladora Industrial	1	\$1.200,00	\$1.200,00	10%	120,00	10,00
Purificador Industrial	1	\$1.800,00	\$1.800,00	10%	180,00	15,00
Enjuadora-Llenadora de botellas	1	\$8.000,00	\$8.000,00	10%	800,00	66,67
Tapadora-Selladora Industrial	1	\$6.000,00	\$6.000,00	10%	600,00	50,00
Etiquetadora Industrial	1	\$4.000,00	\$4.000,00	10%	400,00	33,33
Empacadora Industrial	1	\$4.000,00	\$4.000,00	10%	400,00	33,33
Montacargas Manuales	4	\$500,00	\$2.000,00	10%	200,00	16,67
Gavetas	50	\$10,00	\$500,00	10%	50,00	4,17
Total Maquinarias, Equipos y Herramientas			\$27.500,00		\$2.700,00	\$225,00

Muebles de Oficina	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	% Depreciación	Depreciación anual	Depreciación mensual
Escritorio	3	\$250,00	\$750,00	10%	75,00	6,25
Sillas de escritorios	3	\$60,00	\$180,00	10%	18,00	1,50
Archivadores	3	\$120,00	\$360,00	10%	36,00	3,00
Repisas metálicas	5	\$200,00	\$1.000,00	10%	100,00	8,33
Aire acondicionado	2	\$600,00	\$1.200,00	10%	120,00	10,00
Dispensador de agua	2	\$60,00	\$120,00	10%	40,00	3,33
Total Muebles de Oficina			\$3.610,00		\$389,00	\$32,42

Equipo de Computación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	% Depreciación	Depreciación anual	Depreciación mensual
Computadoras	3	\$450,00	\$1.350,00	33%	445,50	37,13
Impresora	1	\$500,00	\$500,00	33%	165,00	13,75
Toral Equipo de Computación			\$1.850,00		\$610,50	\$50,88

Equipos de Oficina	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	% Depreciación	Depreciación anual	Depreciación mensual
Teléfono	1	60,00	60,00	10%	6,00	0,50
Total de Equipos de Oficina			\$60,00		\$6,00	\$0,50

Proyección de Ingresos

Se realiza proyección de acuerdo al volumen de ventas del producto mensuales y anuales.

Detalle	2019	2020	2021	2022	2023
Unidades vendidas Año	99700	104685	109919	115415	121186
Botella de 250ml	35000	36750	38588	40517	42543
Botella de 500ml	32000	33600	35280	37044	38896
Botella de 1000ml	32700	34335	36052	37854	39747
Precio unitario	\$3,00	\$3,15	\$3,31	\$3,47	\$3,65
Botella de 250ml	\$0,50	\$0,53	\$0,55	\$0,58	\$0,61
Botella de 500ml	\$0,90	\$0,95	\$0,99	\$1,04	\$1,09
Botella de 1000ml	\$1,60	\$1,68	\$1,76	\$1,85	\$1,94
Ventas mensuales por unidades	8308	8724	9160	9618	10099
Botella de 250ml	2917	3063	3216	3376	3545
Botella de 500ml	2667	2800	2940	3087	3241
Botella de 1000ml	2725	2861	3004	3155	3312
Ventas anuales (dólares)	\$98.620,00	\$108.728,55	\$119.873,23	\$132.160,23	\$145.706,66
Botella de 250ml	\$17.500,00	\$19.293,75	\$21.271,36	\$23.451,67	\$25.855,47
Botella de 500ml	\$28.800,00	\$31.752,00	\$35.006,58	\$38.594,75	\$42.550,72
Botella de 1000ml	\$52.320,00	\$57.682,80	\$63.595,29	\$70.113,80	\$77.300,47

Se detalla el estado de resultado proyectado donde refleja la utilidad por años.

Geogab S.A.

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

Al 31 de diciembre

	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS	\$ 98.620,00	\$ 108.728,55	\$ 119.873,23	\$ 132.160,23	\$ 145.706,66
(-) Costo de venta	\$ (69.383,47)	\$ (53.370,82)	\$ (58.621,24)	\$ (63.005,14)	\$ (67.751,98)
Utilidad bruta	\$ 29.236,53	\$ 55.357,73	\$ 61.251,99	\$ 69.155,09	\$ 77.954,67
(-) GASTOS					
Gastos Administrativos:					
Sueldos y Salarios	\$ (7.813,00)	\$ (8.125,52)	\$ (8.450,54)	\$ (8.788,56)	\$ (9.140,10)
Suministros de Oficina	\$ (600,00)	\$ (624,00)	\$ (648,96)	\$ (674,92)	\$ (701,92)
Internet	\$ (5.361,60)	\$ (5.576,06)	\$ (5.799,11)	\$ (6.031,07)	\$ (6.272,31)
Depreciación	\$ (1.005,50)	\$ (1.005,50)	\$ (1.005,50)	\$ (1.005,50)	\$ (1.005,50)
Amortización	\$ (1.410,56)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Gastos Administrativos	\$ (16.190,66)	\$ (15.331,08)	\$ (15.904,11)	\$ (16.500,05)	\$ (17.119,83)
Gastos de Ventas:					
Publicidad	\$ (2.400,00)	\$ (2.520,00)	\$ (2.646,00)	\$ (2.778,30)	\$ (2.917,22)
Sueldos y Salarios	\$ (1.007,20)	\$ (1.047,48)	\$ (1.089,38)	\$ (1.132,96)	\$ (1.178,28)
Total Gastos de Ventas	\$ (3.407,20)	\$ (3.567,48)	\$ (3.735,38)	\$ (3.911,26)	\$ (4.095,49)
TOTAL GASTOS	\$ (19.597,86)	\$ (18.898,57)	\$ (19.639,49)	\$ (20.411,31)	\$ (21.215,32)
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 9.638,68	\$ 36.459,17	\$ 41.612,50	\$ 48.743,78	\$ 56.739,35
Gastos Financieros	\$ (3.977,06)	\$ (3.282,23)	\$ (2.495,40)	\$ (1.604,37)	\$ (595,35)
Utilidad antes de PT y de IR	\$ 5.661,61	\$ 33.176,93	\$ 39.117,10	\$ 47.139,42	\$ 56.143,99
Participación Trabajadores	\$ (849,24)	\$ (4.976,54)	\$ (5.867,56)	\$ (7.070,91)	\$ (8.421,60)
Impuesto a la Renta	\$ (952,85)	\$ (5.583,68)	\$ (6.583,41)	\$ (7.933,56)	\$ (9.449,03)
Reserva legal	\$ (481,24)	\$ (2.820,04)	\$ (3.324,95)	\$ (4.006,85)	\$ (4.772,24)
UTILIDAD NETA	\$ 3.378,28	\$ 19.796,68	\$ 23.341,17	\$ 28.128,09	\$ 33.501,12

CONTADOR

RG: 36796

Gerente General

Ci: 0934673829

Análisis de sensibilidad: VAN - TIR

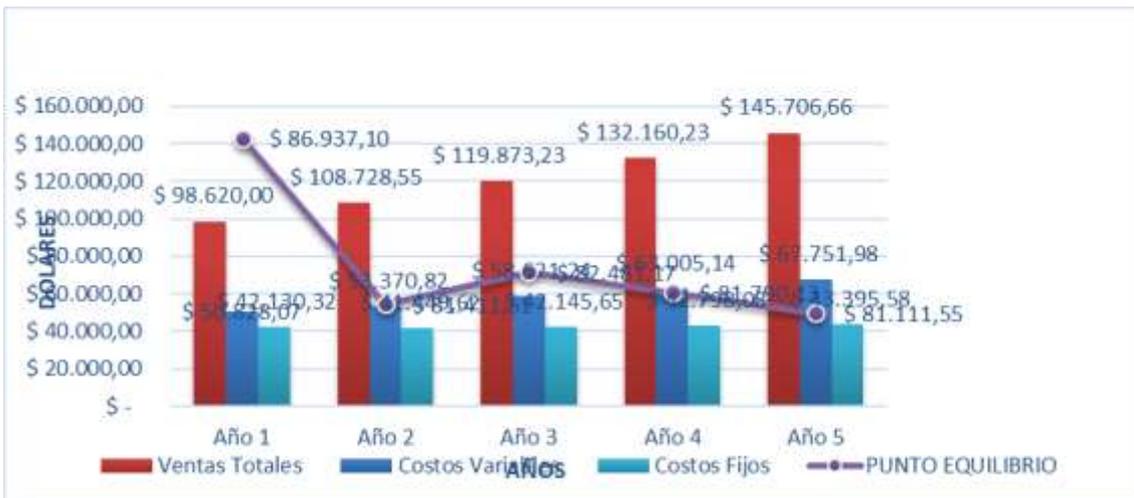
Geogab S.A.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD EN BASE A LAS UNIDADES VENDIDAS

Detalle	Escenario Proyecto	Pesimista Reduccion de Und. Ventas en un 20%	Optimista Aumento de Und. Ventas en un 20%
Precios	3,00	3,00	3,00
Unidades vendidas	99.700	79.760,00	119.640,00
Costos Fijos	42.130,32	42.130,32	42.130,32
Costos Variables	0,51	0,51	0,51
Van	\$ 12.835,56	\$ 400.445,55	\$ 660.272,69
Tir	22%	271%	382%

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS

Detalle	2019	2020	2021	2022	2023
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Totales	\$98.620,00	\$108.728,55	\$119.873,23	\$132.160,23	\$145.706,66
(-) Costo Variable	\$50.828,07	\$53.370,82	\$58.621,24	\$63.005,14	\$67.751,98
% Contribución marginal	0,52	0,49	0,49	0,48	0,46
1 - % CMg	0,48	0,51	0,51	0,52	0,54
Costos fijos	\$42.130,32	\$41.449,62	\$42.145,65	\$42.798,08	\$43.395,58
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	\$86.937,10	\$81.411,51	\$82.481,17	\$81.790,13	\$81.111,55
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	28.979	25.845	24.938	23.551	22.244



CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD DE LA PROPUESTA

La investigación de la creación de una empresa que produzca té a base de piña deshidratada es un plan viable que permite establecer a Geogab S.A. en la ciudad de Guayaquil, sector de la parroquia Tarquí, tomando en consideración que es la más poblada de la ciudad. Por medio del estudio técnico se determinó los factores más relevantes para establecer la imagen corporativa para presentarse en el mercado, es por ello que el personal tiene entre sus funciones mantener una correcta imagen que contribuya a lograr la misión y visión planteada.

La empresa productora de té tiene como materia prima la piña deshidratada, misma que luego de un proceso se convierte en un té listo para el consumo.

Geogab S.A. ofrece como estrategias de ventas y marketing promocionar el producto y dar a conocer todas las propiedades y beneficios del mismo.

Finalmente, como estudio financiero se determinó que como inversión inicial se estableció el total de \$48.858,10; de este rubro se determinó que \$14.657,43 es por medio de capital propio financiado y, por otra parte, \$34.167,55 se por medio de financiamiento externo. El financiamiento se determinó a 5 años, así como las proyecciones de los estados financieros, El estado de Resultado Integral determinó que en el primer año no existiría utilidad, debido que los costos y gastos superan los ingresos, sin embargo, como utilidad se obtuvo en el año 1 el valor de \$3.378,28; en el año 2 el valor de \$19.796,68; mientras que en el año 3 se estableció la utilidad de \$23.341,17; en el año 4 se determinó que la utilidad ascendió a \$28.128,09; y por último en el año 5 se obtuvo utilidad proyectada de \$33.501,12.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARCSA. (2019). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Recuperado el 2019, de <https://www.controlsanitario.gob.ec/>
- Dyr, D. A. (2004). *Marketing en la pequeña y mediana empresa*. Bogotá: Editorial Norma.
- Durango, A. (2015). *La Guía Rápida de Comercio Electrónico*. IT Campus Academy.
- El Comercio. (25 de Julio de 2018). *El Comercio*. Recuperado el 2019, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/guayaquil-fundacion-ecuador-comercio-negocios.html>
- Ferré Trenzano, J. M. (1995). *Marketing y competitividad: el método Tortuga en 40 pasos*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- García Uceda, M. (2012). *Las claves de la publicidad volumen 3 de ocho claves del éxito en la gestión empresarial*. Madrid: ESIC Editorial.
- González Ríos, M. d. (2015). *Marketing y Plan de Negocio de la Microempresa. Estrategias y Estudios para la puesta en marcha de pequeños negocios*. España: Ideaspropias Editorial.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos(INEC-ENSANUT). (2012). *Ecuador en Cifras*. Recuperado el julio de 2018, de Encuesta Nacional de Salud y Nutrición: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/MSP_ENSANUT-ECU_06-10-2014.pdf
- Kotler, P. (2003). *Dirección de Marketing: conceptos esenciales*. México: Pearson Educación.
- Lacalle García, G. (2014). *La empresa y la función comercial (Operaciones administrativas de la compraventa)*. Editex.
- Lerma Kirchner, A. E. (2010). *Desarrollo de Nuevos Productos: Una Visión Integral*. México: Cengage Learning Editores.
- López Martínez, F. (2008). *La empresa, explicada de forma sencilla*. España: Llorenç Rubio.
- Luna González, A. C. (2014). *Administración Estratégica: Económico Administrativo*. México: Grupo Editorial Patria.
- Murillo Fuentes, A., & Chuya Chuya, J. (Marzo de 2015). *Viabilidad para industrializar bebidas aromáticas de la cáscara de la piña, posicionar en el mercado de consumo*

nacional e internacional, acorde con el cambio del modelo de matriz productiva.
Recuperado el 2018, de Universidad de Guayaquil(Tesis de pregrado), Guayaquil:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/17468/1/TESIS%20FINAL.pdf>

- Muñiz González, L. (2010). *Guía práctica para mejorar un plan de negocio: Cómo diseñarlo, implantarlo y evaluarlo.* Barcelona, España: Profit Editorial.
- Ortiz Velásquez, M. (2016). *Marketing. Conceptos y aplicaciones.* Colombia: Verbum.
- Serrano Gómez, F., & Serrano Domínguez, C. (2005). *Gestión, dirección y estrategia de productos: Libros profesionales de empresa.* Madrid: ESIC
- Sanchez Navas, A., & Plúa Quimís, A. (2016). *Tesis de grado: Creación de una pequeña empresa para elaborar y comercializar té de fruta deshidratada.* Obtenido de Repositorio de la Universidad de Guayaquil:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16847/1/TESIS%20T%C3%89%20DE%20FRUTAS%20DESHIDRATADAS.pdf>
- Talaya, Á. E. (2008). *Principios de marketing.* España: ESIC.
- Tarziján M, J. (2013). *Fundamentos de estrategia empresarial.* Santiago, Chile: UC.
- Velasco Álvaro, F. (2007). *Aprender a elaborar un plan de negocio.* Barcelona, España: Paidós Ibérica, S.A.