



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de emprendimiento previo
a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de
Negocios**

TEMA:

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CAMELOS ELABORADOS A
BASE DE DULCE DE CABUYA”**

AUTORA: María José Quintana Oyos

TUTOR: Ing. MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda

AMBATO –ECUADOR

ENERO 2017



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMELOS ELABORADOS A BASE DE DULCE DE CABUYA”** presentado por **María José Quintana Oyos**, para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato. Octubre 13 del 2016

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'R. Villalba', is written over a faint, illegible stamp. The signature is stylized and includes a large loop at the top.

Ing. MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda

CI. 050097236-9

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo María José Quintana Oyos, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



María José Quintana Oyos

C.I. 050258449-3

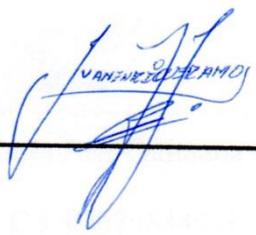
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f)  _____

Ing. Jorge Enrique Jordan Vaca

CI. 180307976-1

f)  _____

Ing. Juan Enrique Ramos Guevara

CI. 180308420-9

Ambato. Noviembre 07 del 2016

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte del documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



María José Quintana Oyos

C.I. 050258449-3

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios y a mis Padres por haberme dado la vida, en especial a mi madre Graciela quien con constancia y dedicación me ha enseñado que los sueños se cumplen y las metas se alcanzan pese a las adversidades. A mi hermana Leonela que ha sido el pilar fundamental en este camino para ser lo que soy y alcanzar lo que he alcanzado, a mis hermanos Paola y Enver por su apoyo. A mis profesores que fueron quienes me impartieron sus conocimientos, en especial a mi tutor Ing. Raúl Villalba por su paciencia y apoyo para finalizar con mi carrera.

María José Quintana Oyos

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de titulación a mi motor que es mi Familia; a mi madre Graciela, quien estuvo siempre pendiente de mí, quien con su ánimo y fuerza siempre me alentó para continuar hacia adelante, a mi hermana Leonela que ha sido mi segunda madre quien con su ejemplo de perseverancia me guio para continuar sin desmayar, a mis hermanos Paola y Enver por sus palabras de aliento, a mis sobrinos David, Julio, Micaela y Juan José quienes con su presencia me enseñaron que en la vida tengo que ser un ejemplo a seguir.

A mi único y verdadero amigo Segundo Pedro Casa quien estuvo pendiente hasta con sus oraciones para que finalice con gloria mi proyecto de ser profesional.

María José Quintana Oyos

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto se llevará a cabo en base a un estudio de mercado previamente elaborado en el lugar donde se pretende comercializar dicho producto, de esta manera se determinará qué tan factible es la implementación de dicha organización, además de establecer por medio de la investigación de mercado cual será la aceptación que tendrá el producto en el mercado, y así tener la seguridad de realizar la inversión.

La implementación de este proyecto generará puestos de trabajo en el cantón Pujilí aportando así al desarrollo local en el área económica, industrial y personal generando un sistema de vida adecuado para quienes forman parte de dicho proyecto, esto determina la importancia de llevar a cabo la implementación de este estudio. Por otro lado esta investigación presentará el estudio financiero, por medio del cual se podrá determinar los movimientos económicos de la empresa, para de este modo establecer cuan rentable resulta la inversión, todo esto con el fin de conocer con claridad si la comercialización del producto cubrirá la inversión realizada

Así mismo esta investigación servirá como guía de estudio para diferentes estudiantes del sector ya que el este estudio es un documento público que estará al alcance de cualquier persona que pretenda llevar a cabo la aplicación de proyectos similares

El presente trabajo constituye la implementación de un proyecto de emprendimiento, que trata de la implementación de una planta de producción de confitería en la provincia de Cotopaxi cantón Pujilí, específicamente de caramelos elaborados a base de dulce de cabuya con el fin de satisfacer la necesidad de un segmento específico, como son las personas que sufren de diabetes, mismas que se beneficiarán de las bondades nutricionales que ofrece este producto naturalmente elaborado.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, Producción, Comercialización, Cabuya.

EXECUTIVE SUMMARY

This project will be carried out based on a market study previously elaborated in the place where it is intended to market said product, in this way it will be determined how feasible the implementation of said organization, besides establishing through the market research What will be the acceptance that the product will have in the market, and thus have the security of making the investment.

The implementation of this project will generate jobs in the canton Pujilí thus contributing to local development in the economic, industrial and personal area, generating an adequate living system for those who are part of this project, this determines the importance of carrying out the implementation Of this study. On the other hand this research will present the financial study, through which it will be possible to determine the economic movements of the company, in order to establish how profitable the investment results, all this in order to know clearly if the commercialization of the product will cover the investment made

Also this research will serve as a study guide for different students of the sector since this study is a public document that will be available to anyone who intends to carry out the implementation of similar projects.

The present work constitutes the implementation of a project of entrepreneurship, which deals with the implementation of a confectionery production plant in the province of Cotopaxi canton Pujilí, specifically of candies elaborated with candy of cabuya in order to satisfy the need of A specific segment, such as people suffering from diabetes, who will benefit from the nutritional benefits offered by this naturally produced product

KEY WORDS: Entrepreneurship, Production, Marketing, Cabuya.

ÍNDICE

Aprobación del tutor.....	ii
Declaración de autenticidad	iii
Aprobación de los miembros de tribunal de grado.....	iv
Derechos de autor.....	v
Agradecimiento.....	vi
Dedicatoria	vii
Resumen ejecutivo	viii
Executive summary.....	ix
Índice.....	x
Índice de cuadros.....	xvii
Índice de gráficos	xxi

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Definición del problema.....	1
Formulación del problema	1

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1. Nombre del emprendimiento.....	2
2.2. Localización geográfica	2
2.2.1. Caracterización del sector	2
2.2.2. Vías de acceso	3

2.3. Justificación.....	3
2.4. Objetivos	4
2.4.1. Objetivo general	4
2.4.2. Objetivo específicos	4
2.5. Beneficiarios	5
2.6. Resultados a alcanzar	5

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Descripción del producto, características y usos.....	9
Plan de recolección de información.	14
3.1.1 población y muestra	15
3.1.2. Análisis e interpretación de resultados.....	16
3.2. Estudio de la demanda	24
Cálculo de la demanda	24
Demanda potencial.....	25
Demanda potencial del producto (caramelos a base de dulce de cabuya)	26
Mercado meta.....	27
Demanda insatisfecha.....	28
Análisis e interpretación de la proyección de demanda en el producto y/o servicio	29
3.3. Estudio de la oferta.....	29
Análisis e interpretación de la proyección de la oferta en el producto y/o servicio	31
3.4. Mercado potencial.....	31
Determinación de la demanda insatisfecha	31
3.5. Precios	32
Precios basados en la competencia	32

Precio basado en valor	32
Estimación de costos fijos de caramelos	33
Polialcoholes	33
Fibra dietaría	33
Determinación del precio año 2016	34
Coeficientes sobre el costo.....	35
Fases	35
Márgenes (m)	35
(1-m/100).....	35
Coste(c)	35
Precio [c/(1 - m/100)].....	35
Fabricante.....	35
15%	35
0,85.....	35
2,05 usd	35
2,41 usd (p.v.p).....	35
Distribuidor	35
15%	35
0,85.....	35
2,41 usd	35
2,84 usd (p.v.p).....	35
Minorista	35
40%	35
0,60.....	35
2,84 usd	35
4,73 usd (PVP)	35
Políticas de precios.....	36
Fijación de precios	38
Análisis PETS	38
Matriz del perfil de capacidad interna (PCI).....	39
Matriz de análisis de factores positivos (oportunidades) y negativos (amenazas)	
POAN	40

Análisis FODA.....	41
Evaluación de factores internos (EFI).....	42
Análisis e interpretación de la matriz EFI.....	43
Evaluación de factores externos (EFE).....	44
Matriz de impacto social.....	45
Matriz tows.....	47
3.6. Canales de comercialización.....	48
3.7 canales de distribución.....	49
3.8. Estrategias de distribución.....	49
Caramelo –ya.....	50
Misión.....	50
Visión.....	50
Valores.....	50
Ventaja competitiva.....	50
Marco legal.....	50
Superintendencia de compañías.....	50
Sri.....	52
Ministerio del ambiente.....	52
Gobierno autónomo descentralizado municipalidad de pujilí.....	53
Patentes municipales.....	53
Cuerpo de bomberos.....	53
Marketing mix.....	53
Línea de productos.....	53
Marca.....	55
Imagen corporativa.....	56
Tarjetas de presentación.....	57
Precio.....	57
Descuentos no promocionales.....	57
Condiciones de pago.....	58
Canales de distribución.....	58
Transporte.....	58
Promoción.....	59

Descuentos	59
Concursos.....	59
Promoción de ventas	60
Relaciones públicas.....	60
Publicidad.....	60
Instrumentos de publicidad.	61
Campañas off línea.....	61
Página web	61
Campañas on línea	62
Redes sociales	62
Publicidad en facebook	62
Nombre de la estrategia.....	62

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del emprendimiento.....	63
A) factores determinantes del tamaño.....	63
B) tamaño óptimo.....	63
4.2. Localización	64
A). Macro localización.....	65
B). Meso localización.....	66
C). Micro localización.....	66
4.3. Ingeniería del proyecto.....	67
A). Producto – proceso.....	68
B). Diagrama de flujo del proceso	68
C). Periodo operacional estimado de la planta.....	72

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos generales	77
Misión	78
Visión	78
Diseño organizacional	78
5.2. Estructura funcional	80
5.3. Estructura organizacional	81
5.4. Manual de funciones	82

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones	90
6.1. Inversiones en activos fijos tangibles.....	90
Depreciación anual.....	92
6.2. Inversiones en activos intangibles.....	94
6.3 inversión en activo circulante o capital de trabajo	94
6.4. Resumen de inversiones.....	96
6.5. Financiamiento.....	96
6.5.1. Valor de financiamiento.....	96
6.6. Plan de inversión.....	98
6.7. Presupuesto gastos e ingresos	100
6.7.1. Situación financiera actual	101
6.7.2. Situación financiera proyectada	102
6.7.3. Estado de resultados proyectados.....	103
6.7.5. Flujo de caja.....	104

6.8. Punto de equilibrio	105
Otras provisiones financieras	105
6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos	106
6.10 valor presente neto o valor actual neto (van)	106
6.11. Indicadores financieros	108
Razones de endeudamiento	108
6.12. Tasa beneficio – costo.....	108
6.13. Periodo de recuperación de la inversión	109
6.14. Tasa interna de retorno.....	109
6.15. Análisis de sensibilidad.....	110

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones	112
7.2. Recomendaciones.....	112
Bibliografía	114
Anexo 1 árbol de problemas	119
Anexo 2 encuesta	120
Anexo 3 competidores.....	121
Anexo 4 actualización patentes.....	122
Anexo 5. Registro en superintendencia de compañías.....	123
Anexo n° 6. Planta industri la produccion de caramelo-ya.....	124
Anexo 7 inflación acumulada.....	125
Anexo 8. Tasa de interés activa.....	125
Anexo 9. Tasa de interés pasiva	126
Anexo 10. Riesgo país.....	126
Anexo 11. Inflación mensual	127

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Análisis Nutricional de la Cabuya.....	13
Cuadro 2. Minerales de aguamiel de Agave americana.....	13
Cuadro 3. Ficha Técnica de recolección de información.....	14
Cuadro 4. Cálculo de la muestra	15
Cuadro 5. Beneficios nutritivos de la cabuya.....	16
Cuadro 6. Consumir productos derivados de la cabuya.....	17
Cuadro 7. Productos elaborados a base del dulce de la cabuya	18
Cuadro 8. Frecuencia de compra.....	19
Cuadro 9. Cualidades en la alimentación.....	20
Cuadro 10. Precio a pagar de Caramelos	21
Cuadro 11. Precio a pagar de la mermelada.....	22
Cuadro 12. Aporte económico al cantón.....	23
Cuadro 13. Aporte económico al cantón.....	23
Cuadro 14. Cálculo demanda	24
Cuadro 15. Cálculo demanda	25
Cuadro 16. Demanda potencial	26
Cuadro 17. Proyecciones al año 2021	27
Cuadro 18. Demanda Insatisfecha.....	28
Cuadro 19. Cálculo de oferta	29
Cuadro 20. Cálculo de la oferta en personas.....	29
Cuadro 21. Cálculo de oferta en servicios	30
Cuadro 22. Proyección de la oferta.....	30
Cuadro 23. Demanda potencial insatisfecha	32

Cuadro 24. Estimación de costos de caramelos	34
Cuadro 25. Determinación Precio	35
Cuadro 26. Cálculo de fijación de precio.....	35
Cuadro 27. Proyección del precio	36
Cuadro 28. Precios de los derivados de cabuya	36
Cuadro 29. Fijación de precios establecida para fundas de caramelo.....	38
Cuadro 30. Matriz de perfil de capacidad interna PCI de la Empresa Caramelos YA S.A.....	40
Cuadro 31. Matriz POAN de capacidad Interna de la Empresa Caramelos YA S.A	41
Cuadro 32. Matriz de Evaluación de factores internos (EFI).....	43
Cuadro 33. Matriz de Evaluación de factores externos (EFE).....	44
Cuadro 34. Matriz de impacto externo.....	45
Cuadro 35. Matriz de impacto externo.....	46
Cuadro 36. Matriz de escogimiento de estrategias.....	47
Cuadro 37. Matriz TOWS	48
Cuadro 38. Portafolio de productos de Caramelo-YA.....	54
Cuadro 39. Estructura del canal de distribución.	58
Cuadro 40. Tamaño del emprendimiento.....	63
Cuadro 41. Especificaciones de los diagramas	68
Cuadro 42. Diagrama de flujo del proceso de producción.....	74
Cuadro 43. Proceso de comercialización	75
Cuadro 44. Procesos de ventas.....	76
Cuadro 45. Funciones Gerente general	82
Cuadro 46. Funciones Producción	83
Cuadro 47. Funciones Contabilidad y finanzas	84

Cuadro 48. Funciones Marketing.....	85
Cuadro 49. Funciones Logística:.....	86
Cuadro 50. Funciones Ventas	87
Cuadro 51. Funciones bodega.....	88
Cuadro 52. Funciones Producción	89
Cuadro 53. Inversión en activos fijos tangibles	91
Cuadro 54. Depreciación activos fijos tangibles.....	92
Cuadro 55. Activos fijos intangibles.....	94
Cuadro 56. Inversión en activo circulante.....	94
Cuadro 57. Talento Humano.....	95
Cuadro 58. Capital de operaciones.....	96
Cuadro 59. Inversión total.....	96
Cuadro 60. Valores de financiamiento.....	96
Cuadro 61. Préstamo	97
Cuadro 62. Plan de inversión	98
Cuadro 63. Presupuesto de gastos administrativos	100
Cuadro 64. Gastos publicitarios	100
Cuadro 65. Situación Financiera actual	101
Cuadro 66. Situación financiera proyectada	102
Cuadro 67. Presupuesto de ingresos.....	103
Cuadro 68. Estado de Resultados proyectados	103
Cuadro 69. Flujo de caja.	104
Cuadro 70. Costos	105
Cuadro 71. Tasas evaluación de proyectos	106
Cuadro 72. 100.....	107

Cuadro 73. Tasa beneficio – costo	108
Cuadro 74. Periodo de recuperación de la inversión.....	109
Cuadro 75. Análisis de sensibilidad con 5% de incremento en las ventas.....	110
Cuadro 76. Análisis de sensibilidad con 5% de incremento en las ventas y costos	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Mapa de localización	3
Gráfico 2. Materia Prima cabuyas.....	10
Gráfico 3. Proceso de elaboración del caramelo.....	11
Gráfico 4. Beneficios nutritivos de la cabuya	16
Gráfico 5. Consumir productos derivados de la cabuya	17
Gráfico 6. Productos elaborados a base del dulce de la cabuya.....	18
Gráfico 7. Frecuencia de compra	19
Gráfico 8. Cualidades en la alimentación	20
Gráfico 9. Precio a pagar de Caramelos.....	21
Gráfico 10. Precio a pagar de la mermelada	22
Gráfico 11. Gráfico de la demanda.	25
Gráfico 12. Demanda potencial.....	26
Gráfico 13. Demanda de servicios	27
Gráfico 14. Oferta en personas.....	30
Gráfico 15. Lógica Tradicional y la de valor.	33
Gráfico 16. Matriz PETS.....	39
Gráfico 17. Matriz PETS de la empresa Caramelo YA S.A.	39
Gráfico 18. FODA de la empresa Caramelo YA S. A.	42
Gráfico 19. Canales de comercialización.....	48
Gráfico 20. Canales de Distribución	49
Gráfico 21. Activar cuenta en la Superintendencia de compañías.....	51
Gráfico 22. Ingreso al sistema.....	52
Gráfico 23. Nombre de la marca	55

Gráfico 24. Imagen corporativa de Caramelo-Ya	56
Gráfico 25. Tarjetas de presentación.....	57
Gráfico 26.Ubicación de inicio de pedidos	59
Gráfico 27. Concursos.....	60
Gráfico 28. Página web	61
Gráfico 29. Fan Page Caramelo-Ya	62
Gráfico 30. Evaluación para el tamaño optimo.....	64
Gráfico 31. Mapa de la Macro localización del proyecto	65
Gráfico 32. Mapa de la Zona 3.....	66
Gráfico 33. Mapa de la Micro localización del proyecto Canto Pujilí.....	67
Gráfico 34. Diagrama de flujo de producción.....	69
Gráfico 35. Proceso de compras.....	70
Gráfico 36. Comercialización de Caramelo YA	71
Gráfico 37. Plano de la planta de la empresa caramelo YA S.A	72
Gráfico 38. Producción del caramelo.....	73
Gráfico 39. Organigrama estructural de Caramelo YA S.A	79
Gráfico 40.Estructura Funcional Caramelo YA S.A.....	80
Gráfico 41. Estructura organizacional de Caramelo YA S.A	81
Gráfico 42. Punto de Equilibrio	106

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Formulación del problema

¿Cómo la creación de una empresa de producción y comercialización de caramelos elaborados a base de dulce de cabuya aportará en la salud de las personas con diabetes en la provincia de Cotopaxi? Ver anexo 1 árbol de problemas

Los estudios de Agave americana han tenido una larga trascendencia ya que ha sido estudiada por sus propiedades medicinales desde el año 1975, por la antigua Unión Soviética según las investigaciones realizadas por el Dr. Wilkomirski. El agave tiene un alto contenido sólido. Los fructanos representan a los sólidos solubles, estos componentes permitirán que se obtenga jarabes de la materia prima. A la vez dará como resultado un componente que servirá para los diabéticos, y que contiene fructosa, glucosa e inulina, que a su vez está compuesto de hierro, calcio y fosforo.

En la actualidad dentro de la Provincia de Cotopaxi, Cantón Pujilí no encontramos al alcance una empresa que se encargue de la producción y comercialización de caramelos elaborados a base de dulce de cabuya, los mismos que contribuirán en la sociedad de tal manera que las personas que padecen de estas enfermedades como diabetes y artritis tengan una alternativa que sea el consumo de un producto que sustituya el dulce en el caso de los diabéticos y que contenga calcio en el caso de las personas que padecen artritis. Se aprovechará la materia prima que se cultiva en la zona. Tomando en cuenta también la forma participativa, incluyente y coordinada que se presenta bajo los lineamientos de buen vivir donde la sociedad elige la clase de vida que desea llevar, esto de acuerdo a la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo de la tarea de Planificación Nacional. Al estudiar todos estos lineamientos y políticas se podrá comprender que aportar con la sociedad es una de las principales características de los emprendimientos en la actualidad, esto dará como resultado la producción y comercialización de caramelos elaborados a base de dulce de cabuya.

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.

2.1. Nombre del Emprendimiento

Creación de una empresa de producción y comercialización de caramelos elaborados a base de dulce de cabuya.

2.2. Localización Geográfica

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Pujilí

Dirección: Avenida Velasco Ibarra y calle Olmedo esq.

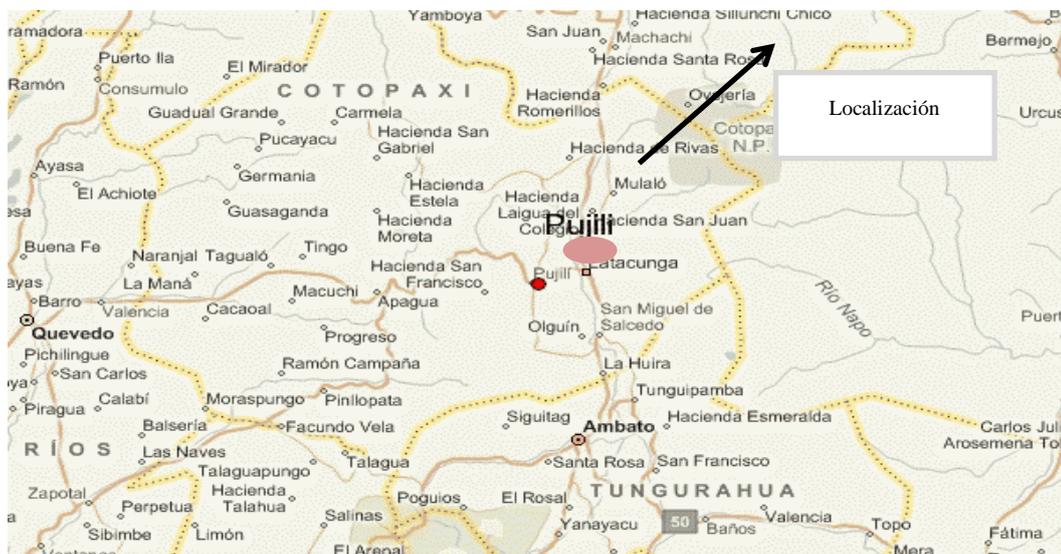
2.2.1. Caracterización del Sector

Uno de los factores importantes que se debe tomar en cuenta para establecer la infraestructura de una organización, es que el sector sea de fácil acceso para proporcionar el desenvolvimiento de las actividades de la misma, características con las que la empresa cuenta afortunadamente ya que se ubicará en el Cantón Pujilí, específicamente en la Avenida Velasco Ibarra y Olmedo esquina, siendo estas calles parte de zona urbana de la ciudad, se puede considerar que el sitio es completamente estratégico puesto que se encuentra en el centro de la ciudad específicamente en el casco comercial, es decir donde se encuentran gran parte de los locales comerciales de la ciudad y con la completa visibilidad hacia la gente, formando parte del comercio de la ciudad como son almacenes, tiendas, restaurantes, oficinas etc. sin olvidar la cercanía del terminal terrestre del cantón, Por lo que es el sector de la ciudad que presenta más afluencia de gente, situación que será propicia para la comercialización de los productos al por mayor y al por menor, y por supuesto con el firme propósito de extender el mercado a los diferentes sitios de dentro y fuera de la ciudad, aprovechando las excelentes vías de acceso a la ciudad.

2.2.2. Vías de Acceso

El cantón Pujilí en la actualidad cuenta con excelentes vías de acceso y dentro de la ciudad no es la excepción por lo que el acceso al sitio de donde se encuentra ubicada la empresa es completamente eficiente, por lo tanto el acopio de la materia prima, la comercialización y logística de la empresa tendrán la fluidez apropiada para el desarrollo de los diferentes procesos de la misma.

Gráfico 1. Mapa de localización



Fuente: Google maps

2.3. Justificación

El presente proyecto se justifica por las bondades medicinales que posee la materia prima que en este caso es el dulce de cabuya, el mismo que al consumir contribuye para prevenir enfermedades como diabetes, artritis, artrosis entre otras. A la vez contribuirá con la economía de las personas del sector productivo, ya que no existe un producto similar a este. La estrategia para alcanzar esta proyección es detectar una oportunidad de negocio en el mercado dentro de la ciudad de Pujilí y así transmitir a las demás ciudades del Ecuador.

Principalmente está dirigido a todas las personas que deseen consumir el producto pero de manera específica a las personas que sufren de diabetes, las mismas que mejorarán su estilo de vida a partir de su consumo, tomando en cuenta que el

producto suplantarán a los dulces que son elaborados con el azúcar normal por las del dulce de cabuya, para que no exista la necesidad de consumir otro producto que no sea el caramelo, tomando en cuenta todas las bondades del mismo.

El dulce de cabuya que se convierte en miel conocido también con el nombre específico de agave americano, esta miel sirve como tratamiento para la diabetes, artritis, anemia, obesidad, dolores de las articulaciones, excelente vigorizante, depurador de la sangre, de trastornos digestivos, apto para el desarrollo de los niños. Es por eso que existe la opción directa de implementar en el mercado un producto que tenga dos funciones dentro de la misma, satisfacer las necesidades de las personas que sufren dichas enfermedades, otras que quieren prevenir y también contribuir con la economía.

En la actualidad a nivel mundial se puede decir que la sociedad se encuentra atravesando una situación compleja en lo que a salud se refiere, por ejemplo el Ecuador es uno de los países con uno de los niveles más altos con personas que padecen diabetes.

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo General

Establecer la viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de caramelos elaborados a base de dulce de cabuya para las personas que sufren de diabetes dentro de la provincia de Cotopaxi.

2.4.2. Objetivo Específicos

- Establecer cuál es la oferta y la demanda existente en la actualidad en base a un estudio de mercado para conocer los gustos, preferencias y características de los consumidores.
- Determinar la factibilidad de la creación y comercialización de caramelos elaborados a base de dulce de cabuya a través de un estudio técnico, para las personas que sufren de diabetes dentro de la provincia de Cotopaxi.

- Definir la rentabilidad del emprendimiento por medio del estudio de los estados financieros que ofrece en el proyecto, para verificar la inversión que se requiere en la implementación de la empresa en el mercado local.

2.5. Beneficiarios

La realización de este emprendimiento beneficiará directamente al autor del mismo ya será el medio de sustento y desarrollo económico, personal, además beneficiar por medio de las bondades del producto a la sociedad específicamente a las personas que sufren de diabetes dentro de la provincia de Cotopaxi, ya que podrán favorecer a su salud por medio del consumo de este producto mismo que no contiene sacarina, lo cual es completamente beneficioso para ellos, En el desarrollo de la investigación se establecerá el porcentaje exacto de quienes son los integrantes de este grupo de personas que sufren de esta enfermedad.

2.6. Resultados A Alcanzar

En base a la realización de este proyecto de emprendimiento, se logrará la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de caramelos a base de dulce de cabuya, producto que se introducirá en el mercado enfocado a las personas que sufren de diabetes, de tal manera que el proyecto tenga incidencia en la salud de las mismas dentro de la provincia de Cotopaxi, aportando así a la satisfacción de esta necesidad en las personas que padecen esta enfermedad, ya que se fomentará su consumo sin riesgo para los mismos ya que el producto no contiene sacarina que es el componente principal del azúcar común y el principal factor de riesgo en la salud de dichas personas, por lo tanto su consumo es completamente positivo, y al contrario aportará con diferentes vitaminas, minerales y nutrientes a la salud de sus consumidores sin poner en riesgo la salud de las personas con diabetes, y aportando además al desarrollo y a la economía del Cantón Pujilí donde se ubicará la empresa.

Se contará con todas las herramientas para la ejecución del negocio de tal manera que se pueda convertir en una empresa líder del mercado local y posteriormente alcanzar el mercado zonal y nacional. Tomando en cuenta los beneficios de

consumir caramelos elaborados a base de dulce de cabuya, que en este caso, es contribuir con los diabéticos de la zona. La motivación directa para la creación de este producto es la contribución con la sociedad aportando con los parámetros del Buen Vivir. La materia prima para la elaboración de este producto se encuentra fácilmente al alcance de la empresa, puesto que dentro del Cantón se encuentra la cabuya en grandes cantidades y en sus diferentes variedades, por el suelo y el clima favorable para su crecimiento, esto es un punto muy favorable para la producción de los caramelos dentro de la empresa de producción y comercialización de caramelos elaborados a base de dulce de cabuya.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Para llevar a cabo la implementación de este emprendimiento se debe llevar a cabo un estudio de mercado para poder determinar con claridad si existe o no oferta y demanda de esta clase de producto y sobre todo si el mismo va a tener la aceptación necesaria en el mercado, o cuales son las expectativas que el consumidor tiene acerca del producto y de esta manera enfocar la producción del mismo basados en esas necesidades de los consumidores para de esta manera lograr una penetración de mercado efectiva, además se debe establecer la situación demográfica de la provincia de Cotopaxi misma en la que se llevará a cabo la investigación específicamente la aplicación de las encuestas.

Es fundamental realizar un estudio de mercado así se facilita una serie de prontuarios prácticos para poder diseñar dentro de la empresa, alertando sobre los posibles errores generalizados tanto en el diseño como en la aplicación (Ferre & Ferré, 2012)

Un estudio de mercado me permite conocer la viabilidad de establecer una empresa fabricante de productos de caramelos en la cual se realiza un estudio a la población que comprendan las microempresas (Estrada & Ortiz, 2016)

A pesar de lo buena que sea la investigación de mercado, existen limitaciones como la demora en su realización, el alto costo que implica, la confiabilidad de las fuentes de información, la interpretación de los resultados, la toma de la información y la certeza de las respuestas de las personas.

Objetivo General

- Elaborar un estudio de mercado de oferta y demanda que permita conocer las características con relación al cliente y consumidor final.

Objetivos Específicos

- Investigar los diferentes competidores que actualmente existen en la provincia de Cotopaxi.
- Determinar una demanda potencial para el consumo de caramelos de miel de cabuya.

En la actualidad existen muchas empresas que se dedican a la producción y comercialización de dulces y confites, empresas que han logrado posicionarse eficientemente con sus productos en el mercado, Confiteca Cia. Ltda., por ejemplo, en la actualidad consta con seis líneas de producción caramelearía, chicles, pastillas, sugar, free, chocolates y empaque general las cuales se manejan bajo estrictas normativas de buenas prácticas de manufacturas (BPM) y seguridad alimentaria.

El 12 de agosto de 1965, la empresa American Tun Products del Ecuador (ATPE), hoy Confites Ecuatorianos (Confiteca), incursionó por primera vez en el mercado nacional con sus dos primeros productos el chicle y el chicle bola. En la actualidad cuenta con la tecnología esencial para producir todas las líneas de caramelearía dura y suave, con las marcas Plop, American, Kataboom, Melo, Jazz, Confiteca, Tafi, Dr. Zoom. Desde los años sesenta la planta ha ido incrementando su tecnología para poder brindar a sus clientes gran variedad de productos y formas, con marcas reconocidas como Agogo, Tumix y Kataboom.

La planta de chicles sin azúcar cuenta con la más alta tecnología en lo que es producción de chicles lonja. La empresa cuenta con un equipo humano de alto rendimiento fundamentado en valores y principios morales. (Confiteca, 2016)

Arcor es una empresa de caramelería que cuenta con una sucursal dentro del Ecuador, fue fundada en 1951 en Argentina específicamente en la ciudad de

Arroyito Córdova, con el objetivo de elaborar alimentos de calidad accesibles para los consumidores de todo el mundo.

Con el crecimiento sostenido la compañía se consolidó en un grupo industrial que se especializa en la elaboración de golosinas. Gestionando sus negocios de manera sustentable. Arcor desarrolla marcas líderes que son preferidas por los consumidores de los cinco continentes. Su amplia gama de productos es de alta calidad y diferencial. Además elabora productos que contienen ingredientes funcionales que promueven un estilo de vida saludable. (Arcor, 2013)

Actualmente existe una distribuidora que abarca provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato o zona 3, misma que cubre toda la zona comercial de la provincia en mención, logrando el la presencia del producto efectivamente, posicionando la marca en el mercado y logrando crecimiento y captación de nuevos clientes, esto implica que los consumidores de esta marca están familiarizados con la calidad, precio y presentación del producto, logrando así el objetivo deseado dentro de nuestro mercado meta.

3.1. Descripción del producto, características y usos

La materia prima de los caramelos es la cabuya, planta que se produce dentro del país y que da una especie de cáñamo, es utilizada también para la fabricación de cordeles de varios gruesos y las arganas (cilindros de cuero abiertos en la parte superior) en los viajes. (Requena & Laviana, 2004) La cabuya pertenece a la familia botánica y en Ecuador existen dos variedades cabuya blanca (Furcraea cabuya integra) esta es utilizada para la elaboración de costales y cordeles, llamada también sin espinos y la cabuya andina (Furcraea cabuya andina o Agave americana) que crece espontáneamente y es la que produce el dulce de cabuya. (Muñoz & Estrella, 2010)

Gráfico 2. Materia Prima cabuyas

a) *Furcraea cabuya integra*

b) *Furcraea cabuya andina*

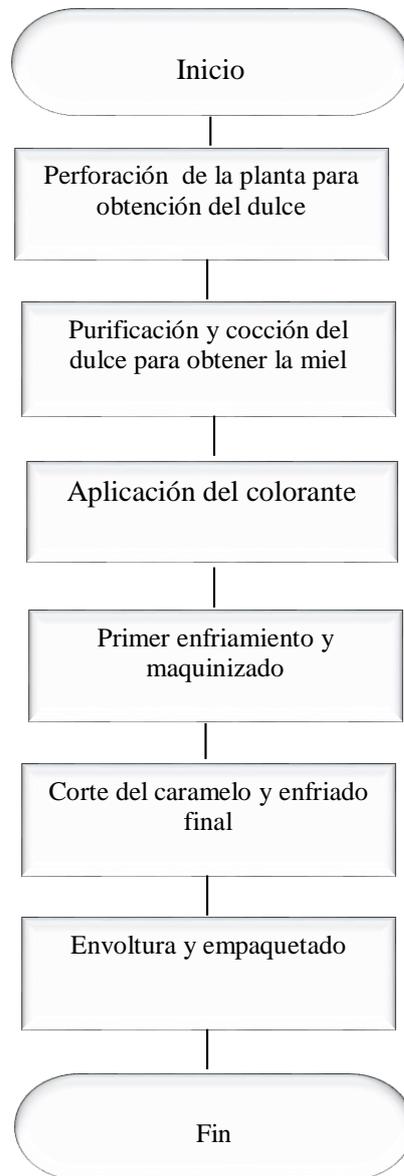


Elaborado por: María José Quintana
Fuente: (Wikiwand, 2014)

Características del producto

Para la producción de los caramelos elaborados a base del dulce de cabuya también conocida como Agave es necesario seguir los siguientes procesos. Para la obtención del dulce de cabuya se realiza un corte en el corazón de la planta, y se hace un orificio de tal manera que el líquido o dulce que sale se escurra por el mismo, el dulce de cabuya pasa por un purificador para eliminar todas las impurezas que pueden haber en el proceso de recolección del dulce, luego pasa a un recipiente apropiado donde se cocina a alta temperatura revolviéndolo constantemente hasta que el dulce se transforme en miel de agave, y después introducir el colorante. La masa obtenida se descarga en una cinta que a medida que la transporta la va enfriando hasta llegar a la máquina la cual la enrolla para darle la forma de un cono luego este cono se va estirando hasta obtener una soga de caramelo, esta soga ingresa a la máquina que lo corta en cuadritos, el caramelo pasa por un túnel que lo enfría al caramelo para que no se deforme y así llevarlo a las envolvedoras esta máquina va tomando a cada caramelo para ponerlo su envoltura serán agrupados para formar cada paquete.

Gráfico 3. Proceso de elaboración del caramelo



Elaborado por: María José Quintana

Clasificación Industrial

De acuerdo a la actividad de la empresa se calificará según el INEC 2016 en el sector Manufacturero Agrícola, Ganadero, Caza y Silvicultura, con la actividad de producción de dulce de cabuya para la producción y comercialización de caramelos.

Usos en la sociedad

- * Endulzar bebidas calientes como coladas, café, té.
- * Alimentos fríos: limonadas, jugos, avena.
- * Elaboración de dulces.

Beneficios en las sociedades

- Estimulante del crecimiento de la flora intestinal
- Ayuda a personas con gastritis
- Tiene vitaminas A, B, B2, C, Hierro, Niacina, Fosforo y Proteínas
- Prohíbe el crecimiento de bacterias patógenas (E.Coli, Listeria, Shigella, Salmonella)
- Baja los niveles de colesterol y triglicéridos.
- Mejora la metabolización de toxinas en el cuerpo
- La niacina que contiene le limpia, drena, y desintoxica las venas y arterias.
- Apto para el consumo de pacientes diabéticos.
- Aumenta la absorción del calcio y del magnesio, siendo un auxiliar en la prevención de osteoporosis.
- Facilita la movilidad intestinal y se recomienda a las personas con estreñimiento.

Cuadro 1. Análisis Nutricional de la Cabuya

Humedad	21.68	g
Proteínas	1.196	g
Ceniza	1.67	g
Carbohidratos	75.46	g
Azúcares reductores directos	22.30	g
Azúcares reductores totales	46.70	g
Energía	283	Cal.
Vitamina A	nd(lt 1100Lu)	mg
Vitamina B	nd(lt 0.1mg)	mg
Vitamina B2	0.29	mg
Niacina	107	mg
Calcio	36.50	mg

Elaborado por: María José Quintana

Fuente: Veloz, Ruiz

Cuadro 2. Minerales de aguamiel de Agave americana

Minerales	Muestra fresca (mg)	Muestra seca (mg)
Fosforo	4.20	33.28
Hierro	0.006	0.48
Sodio	5.92	46.91
Potasio	14.56	115.37
Magnesio	8.60	68.16
Calcio	9.72	77.02
Zinc	0.07	0.55
Cobre	0.02	0.24

Elaborado por: María José Quintana

Fuente: (Bautista & Arias, 2008)

Plan de recolección de información.

La información necesaria y apropiada que se requiere para llevar a cabo este emprendimiento debe ser obtenida en base a diferentes e importantes aspectos investigativos por medio de los cuales se puede determinar con claridad los procesos a seguir y los medios para la investigación.

Cuadro 3. Ficha Técnica de recolección de información

Tipo de investigación	Campo: Levantamiento de la información, como el análisis, comprobaciones, aplicaciones prácticas.
Método de investigación	Inductivo: Sobre los fenómenos encontrados en el sector con el fin de contribuir de una manera adecuada en la aplicación de los conocimientos en situaciones similares de estudio
Técnicas de información	Primaria: Recopilación de la información por medio de un cuestionario para identificar el consumo existente. Secundaria: La información se obtendrá de Libros relacionados con el tema de emprendimiento, de la biblioteca virtual e internet además de proyectos anteriores.
Técnica e instrumento de recolección	Técnica: Se aplicará una encuesta a una muestra de trabajo obtenida de la población de estudio. Instrumento: La información se obtendrá por medio de un cuestionario apropiado. (Anexo 2)
Definición de la población	Se cuenta con un total de 76.795 (Cotopaxinoticias, 2015) que corresponde a las personas con diabetes dentro de la Provincia de Cotopaxi.
Proceso de muestreo.	Para el cálculo de la población a encuestar se utiliza la fórmula del cálculo de la muestra.
Alcance	Cantón de Pujilí, Provincia de Cotopaxi
Tiempo	4 meses

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

3.1.1 Población y muestra

La población existente en la provincia de Cotopaxi según el último censo realizado existen 424.663 personas de las cuales el 18% de esta población tiene problemas de diabetes (Ecuadorencifras.gob.ec, 2015), lo que representa a 76.795 personas dentro de la provincia de Cotopaxi según el MSP, para esto es necesario realizar una muestra ya que la población es demasiado extensa y es imposible investigar a todos los miembros de una población debido a problemas de tiempo, recursos y esfuerzo. Al seleccionar una muestra lo que se hace es estudiar una parte o un subconjunto de la población, pero la misma es lo suficientemente representativa de ésta para que luego pueda generalizarse con seguridad a la población, (Wigodsky, 2015), por lo tanto se realizará el cálculo de la muestra, mediante la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Z^2 pq + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 76.795}{1.96^2(0.5 * 0.5) + 76.795(0.05)^2}$$

Cuadro 4. Cálculo de la muestra

Z	nivel de confiabilidad	95%	47,50%	Z= 1,96
P	probabilidad de ocurrencia	50%		Z= 3,8416
Q	probabilidad de no ocurrencia	50%		
N	poblacion	76795		
e	error de muestreo	5%		
n	Muestra	382		

Elaborado: María José Quintana
Fuente: (Ecuadorencifras.gob.ec, 2015)

La muestra que se obtiene después de realizar el cálculo respectivo es de 382 clientes a los cuales se realizarán las encuestas, con el propósito de obtener una información precisa para verificar la viabilidad de proyecto.

3.1.2. Análisis e interpretación de resultados

Una vez procesados los datos por medios estadísticos, se obtiene los resultados que deben ser analizados e interpretados o discutidos, el análisis de resultados consiste en interpretar los hallazgos relacionados con el problema de investigación, los objetivos propuestos, la hipótesis y / o preguntas formuladas y las teorías o presupuestos planteados en el marco teórico, con la finalidad de evaluar. (Bernal, 2010)

Pregunta 1. ¿Conoce usted Sobre los beneficios nutritivos de los derivados de la cabuya?

Cuadro 5. Beneficios nutritivos de la cabuya

FRECUENCIA	#Personas	Porcentaje	Porcentaje Valido
SI	146	38,22%	38,22%
VALIDOS NO	236	61,78%	61,78%
TOTAL	382	100,00%	100,00%

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

Gráfico 4. Beneficios nutritivos de la cabuya



Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

Análisis

De una muestra de 382 personas el 61.78% de los encuestados no conocen de los beneficios del dulce de la cabuya y un 38.22 % si conocen sobre sus beneficios del dulce de cabuya.

Interpretación

En base a los resultados obtenidos se puede determinar que es necesario difundir los beneficios del dulce de cabuya para beneficiar a la salud de las personas de la provincia de Cotopaxi, mejorando también el sector productivo del lugar donde se implementara esta empresa.

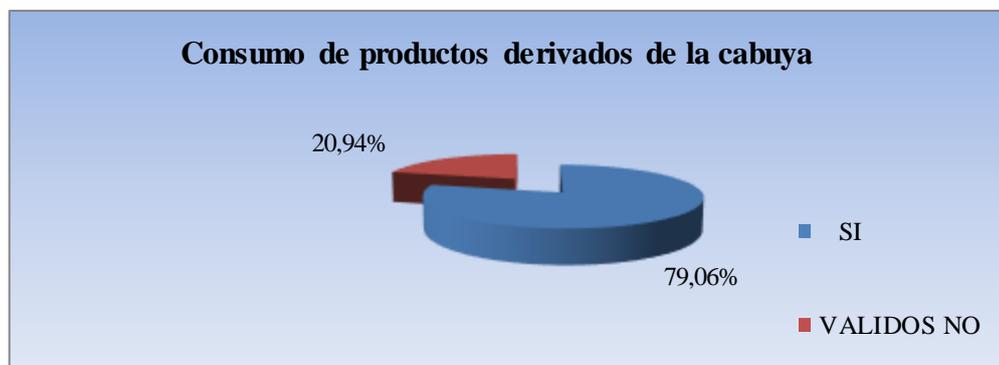
Pregunta 2. Si los productos derivados de la cabuya son beneficiosos para su salud. ¿Usted desearía consumirlos?

Cuadro 6. Consumir productos derivados de la cabuya

FRECUENCIA	#Personas	Porcentaje	Porcentaje Valido
SI	302	79,06%	79,06%
VALIDOS NO	80	20,94%	20,94%
TOTAL	382	100,00%	100,00%

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Gráfico 5. Consumir productos derivados de la cabuya



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Análisis

De una muestra de 382 personas el 79.06% de personas consideran que si consumirían los productos derivados de la cabuya por los beneficios que brinda a la salud, y solamente el 20.94% no lo consumirían.

Interpretación

De acuerdo a los criterios de las personas se puede evidenciar que la mayoría de personas consumirían los caramelos de dulce de cabuya lo que se transforma en un aspecto positivo para el desarrollo del proyecto.

Pregunta 3. ¿De Las siguientes opciones de productos existentes en el mercado cual consumiría usted?

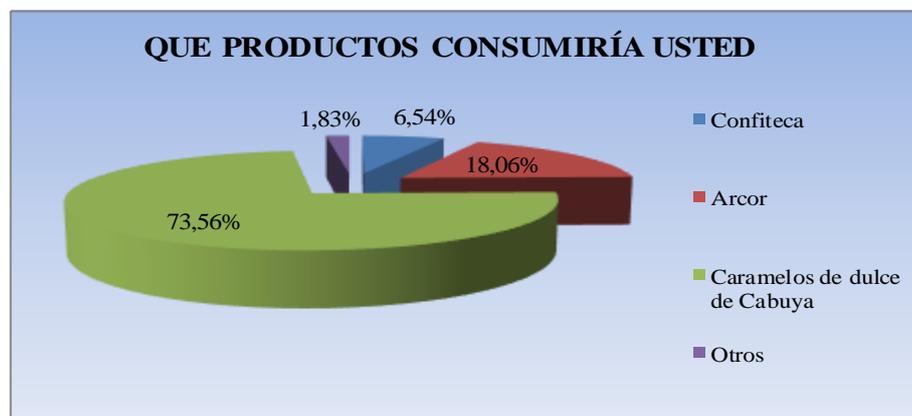
Cuadro 7. Productos elaborados a base del dulce de la cabuya

FRECUENCIA	#Personas	Porcentaje	Porcentaje Valido
Confiteca	25	6,54%	6,54%
Arcor	69	18,06%	18,06%
Caramelos de dulce de Cabuya	281	73,56%	73,56%
Otros	7	1,83%	1,83%
TOTAL	382	100,00%	100,00%

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

Gráfico 6. Productos elaborados a base del dulce de la cabuya



Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

Análisis

De una muestra de 382 personas el 73.56% estarían dispuestos a consumir caramelos elaborados con dulce de cabuya, el 18,06% consumirían los productos de Arcor, el 6.54% dicen que consumirían los productos de Confiteca y el 1.83% otro tipo de productos.

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos se determina que los caramelos elaborados de dulce de cabuya tienen una acogida completamente eficiente por lo tanto la aplicación de este emprendimiento es completamente viable y factible.

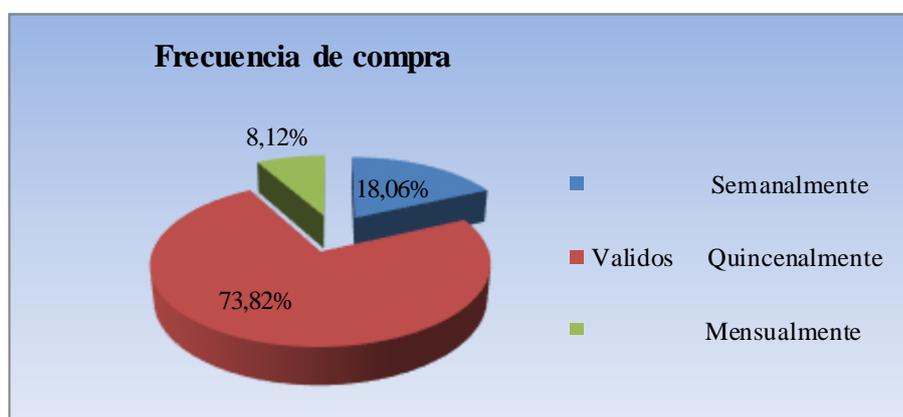
.Pregunta 4 ¿Con que frecuencia usted compraría los caramelos elaborados en base al dulce de cabuya?

Cuadro 8. Frecuencia de compra

FRECUENCIA	#Personas	Porcentaje	Porcentaje Validos
Semanalmente	69	18,06%	18,06%
Validos Quincenalmente	282	73,82%	73,82%
Mensualmente	31	8,12%	8,12%
TOTAL	382	100,00%	100,00%

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Gráfico 7. Frecuencia de compra



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Análisis

De una muestra de 382 encuestados, el 18.06% compraría semanalmente, 73.82 % lo consumiría quincenalmente y un 8.12% mensualmente.

Interpretación

En base a los resultados se determina que el producto sería consumido en el mejor de los casos cada quince días, esto da como iniciativa que la creación y comercialización de la miel de la cabuya es exitosa y aceptable por la ciudadanía de la provincia de Cotopaxi, sin embargo no estaría demás el realizar un ajuste en la comercialización para incrementar el consumo del mismo.

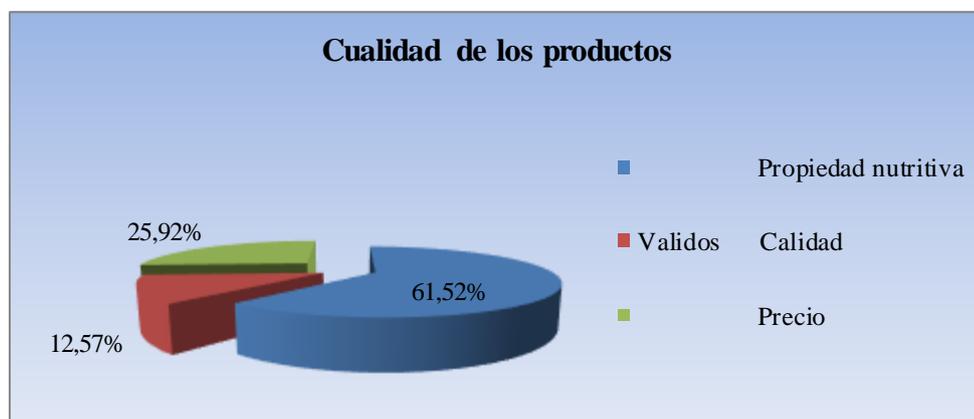
Pregunta 5. ¿Qué cualidades busca en los productos destinados a su alimentación?

Cuadro 9. Cualidades en la alimentación

	FRECUENCIA	#Personas	Porcentaje	Porcentaje valido
Validos	Propiedad nutritiva	235	61,52%	61,52%
	Calidad	48	12,57%	12,57%
	Precio	99	25,92%	25,92%
TOTAL		382	100,00%	100,00%

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Gráfico 8. Cualidades en la alimentación



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Análisis

La pregunta sobre las cualidades que buscan las personas en los productos que consumen en su alimentación, de un total de 382 personas de la muestra, el 61.52% compran los productos basados en las propiedades nutritivas que contienen los mismos, el 12.57% en cambio buscan la calidad del producto y el 25.92% compra en base al precio.

Interpretación

De acuerdo con lo analizado es necesario trabajar en las propiedades nutritivas que tiene la miel de cabuya para elaborar los caramelos puesto que sería la característica que lo haría ser el preferido para su consumo.

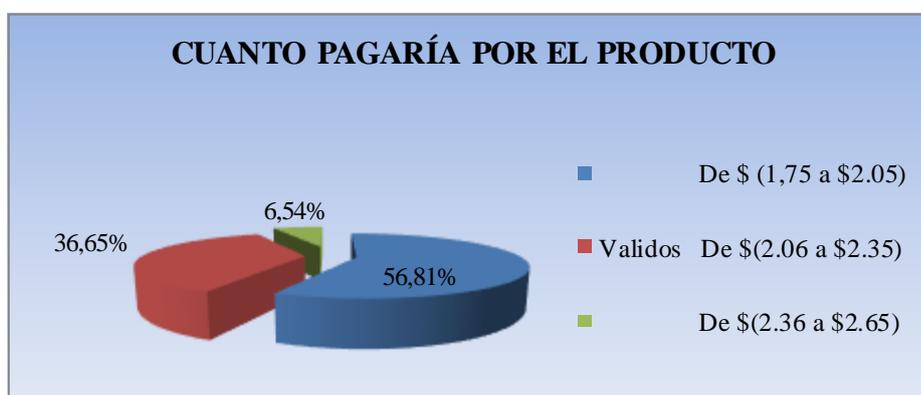
Pregunta 6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de caramelos del dulce de cabuya de 100 gr?

Cuadro 10. Precio a pagar de Caramelos

FRECUENCIA	#Personas	Porcentaje	Porcentaje Valido
De \$ (1,75 a \$2.05)	217	56,81%	56,81%
Validos De \$(2.06 a \$2.35)	140	36,65%	36,65%
De \$(2.36 a \$2.65)	25	6,54%	6,54%
TOTAL	382	100,00%	100,00%

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Gráfico 9. Precio a pagar de Caramelos



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Análisis

Con relación a los encuestados de un total de 382 en cuanto están dispuestos a pagar por los caramelos del dulce de cabuya los resultados nos informa que el 56.81% pagaría de \$1,75 a \$2,05 el 36.65% de \$ 2,06 a \$ 2,35 y solamente el 6.54% está dispuesto a pagar de \$ 2.36 a \$2.65.

Interpretación

Se puede evidenciar que la mayoría de personas escogió el precio más económico el cual es necesario para realizar un promedio del precio con mayor porcentaje para la creación de precio de venta al público.

Pregunta 7. ¿Está usted de acuerdo en que un caramelo natural libre de sacarina sería una opción apropiada para el su consumo por parte de las personas que sufren de diabetes?

Cuadro 11. Precio a pagar de la mermelada

FRECUENCIA	#Personas	Porcentaje	Porcentaje Valido
Validos SI	302	79,06%	79,06%
Validos NO	78	20,42%	20,42%
Tal vez	2	0,52%	0,52%

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Gráfico 10. Precio a pagar de la mermelada



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Análisis

Se puede observar en las encuestas de un total de 382 personas el 79,06% informan que el caramelo sin sacarina sería bueno para el consumo de personas diabéticas, y el 20,42% dicen que NO sería bueno su consumo para los diabéticos y el 0,52% dicen que tal vez.

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos queda claro que el producto elaborado con dulce de cabuya es un producto que aportará al cuidado de las personas con diabetes por tal motivo es de suma importancia la elaboración de este producto.

Pregunta 8. ¿Considera usted que la implementación de una fábrica de caramelos de dulce de cabuya aportará al crecimiento económico del cantón Pujilí?

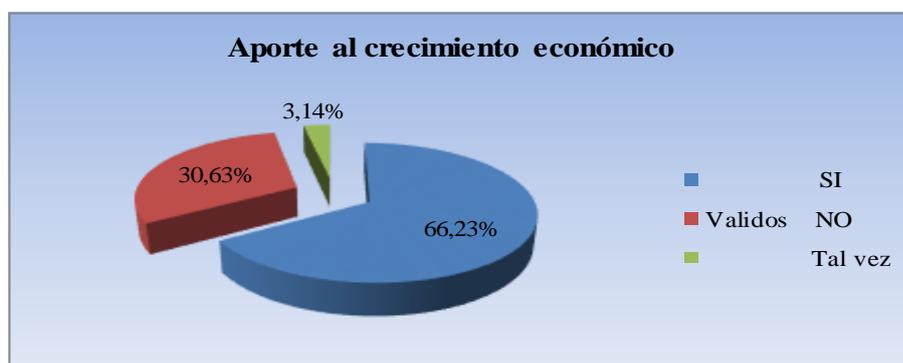
Cuadro 12. Aporte económico al cantón

FRECUENCIA	#Personas	Porcentaje	Porcentaje Valido
SI	253	66,23%	66,23%
Validos NO	117	30,63%	30,63%
Tal vez	12	3,14%	3,14%
TOTAL	382	100,00%	100,00%

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

Cuadro 13. Aporte económico al cantón



Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

Análisis

En las encuestas realizadas a una muestra de 382 personas el 66,23% dicen que la implementación de una fábrica de caramelos de dulce de cabuya SI aportará al engrandecimiento del cantón Pujilí, mientras que el 30,63% dicen que NO y el 3,14% dicen que tal vez.

Interpretación

En base a los resultados se determina que la implementación de la fábrica de caramelos a base de dulce de cabuya será un aporte importante a la industria y al desarrollo del cantón por lo tanto es completamente factible la creación de la misma.

3.2. Estudio de la demanda

Estamos acostumbrados a utilizar el término demanda pero ahora ¿qué es? Según (Rosales & José, 2010) La demanda de un individuo por un bien o servicio determinado expresa un comportamiento hacia la máxima satisfacción, dada la influencia de toda una serie de determinantes por aquellas personas que lo desean un bien o servicio. Por otro lado (Gómez & López, 2012) desde un punto de vista del consumidor – gasto – ingresos; un psicólogo se interesa más por el comportamiento y motivaciones de dicha demanda.

La población proyectada de personas que sufren de diabetes según el Ministerio de Salud Pública (MSP) es de 76.795 habitantes. (Ministeriodesalud.gob.ec, 2016)

Cálculo de la demanda

Para dar a conocer el cálculo de la demanda es necesario partir de una de las preguntas de la encuesta que se realizó a los clientes como es la pregunta número 2.

Cuadro 14. Cálculo demanda

Respuesta	F. Muestra	F. Mercado	%
SI	302	60712	79.06
NO	80	16083	20.94
Total	382	76795	100

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

Análisis e interpretación

Del total de los encuestados que son 382 personas correspondientes a la muestra obtenida de la población total que representan a 76.795 personas que sufren de diabetes las mismas que se encuentran registradas en el Ministerio de Salud Pública (MSP), por otro lado 302 personas que corresponden a la demanda del producto, estas representan a un mercado objetivo de 60.712 personas equivalentes al 79,06%, esto lógicamente demuestra la viabilidad y factibilidad del proyecto, gracias a la aceptación del producto en el mercado que se vio en las encuestas aplicadas.

Demanda Potencial

Si contamos con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, ya que simplemente se proyectará el crecimiento promedio del mercado a corto, mediano y largo plazo.

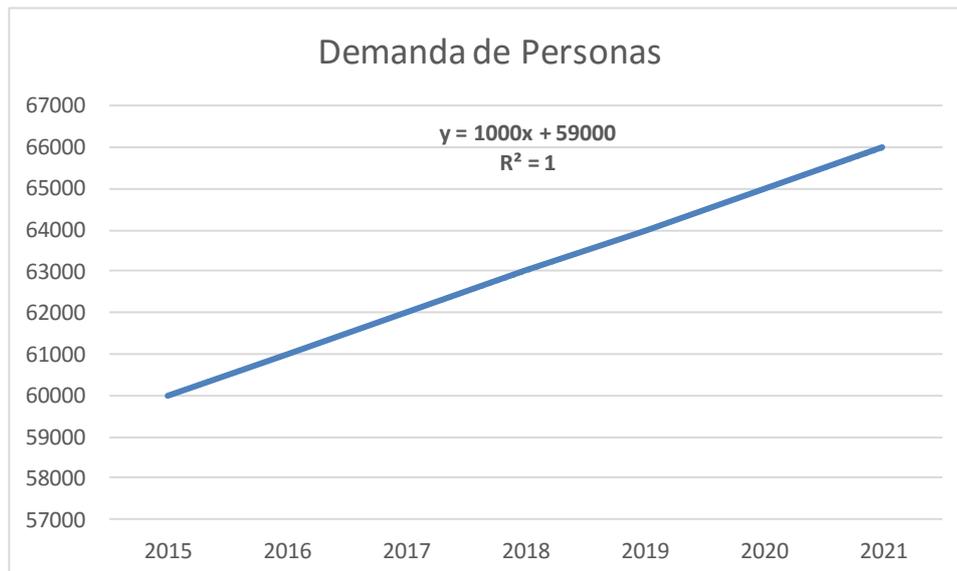
Cuadro 15. Cálculo demanda

Años	Demanda Personas	Tasa de crecimiento poblacional %
2016	60712	1.54%
2017	61647	935.0
2018	62597	949.4
2019	63561	964.0
2020	64539	978.8
2021	65533	993.9

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

Gráfico 11. Gráfico de la demanda.



Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

Demanda potencial del producto (caramelos a base de dulce de cabuya)

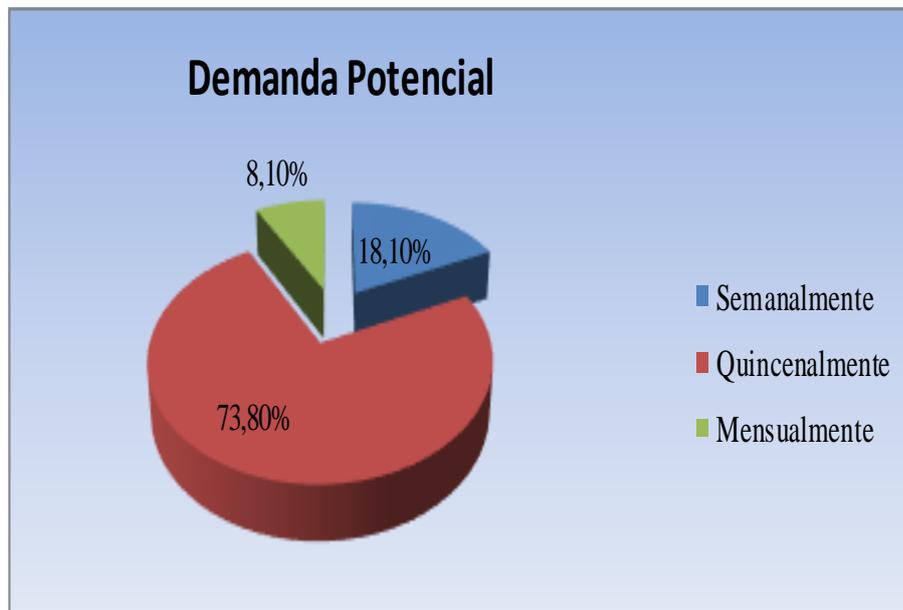
Para que la empresa sea rentable tiene que cubrir 70% del mercado potencial (Rodríguez, 2011).

Cuadro 16. Demanda potencial

Demanda Personas	Frecuencia	%	Equivalente en población	Frecuencia servicio
60.712	Semanal	18.10%	10.988.92	71.701
	Quincenal	73.80%	44.805.66	105.518
	Mensual	8.10%	4.917.69	65.630
		100.00%	60.712.28	242.849

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Gráfico 12. Demanda potencial



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Mercado Meta

Según (Palacios, 2012). Los nichos de mercado deben poderse encontrarse y desarrollarlos, para identificarlos es necesario conocer sus características:

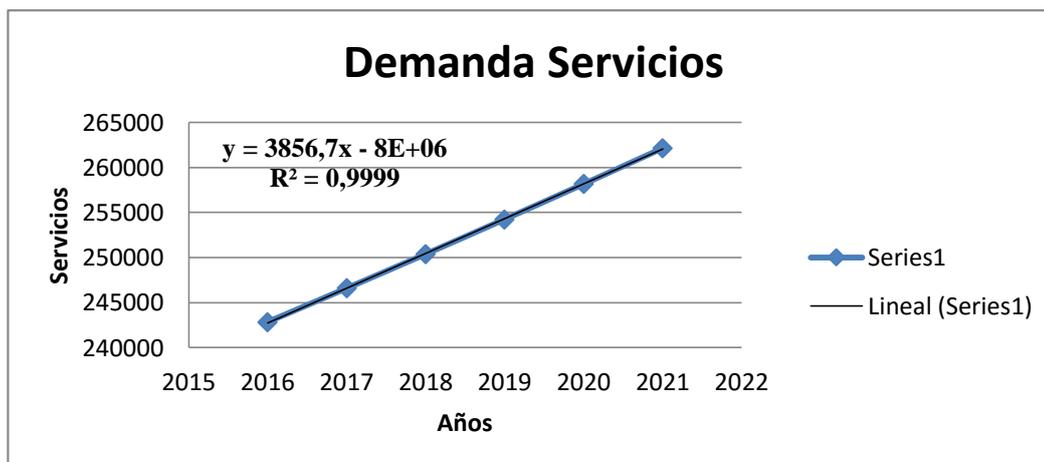
- Especializados, con habilidades y recursos para servir al nicho con eficacia
- Pequeños pero suficientes para ser lucrativos
- Deseo adquirir
- Poder de pago
- Rentable y con potencial de crecimiento necesidades específicas.

Cuadro 17. Proyecciones al año 2021

Años	Demanda Servicios	Tasa de crecimiento poblacional %
2016	242849	1.54%
2017	246589	3739.9
2018	250386	3797.5
2019	254242	3856.0
2020	258158	3915.3
2021	262133	3975.6

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Gráfico 13. Demanda de servicios



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la Oferta. (Redalyc, 2014).

En el caso del emprendimiento se pudo determinar que existen 876 locales comerciales en los cuales se pretende estar presentes con el producto elaborado por la empresa que son los caramelos elaborados a base de dulce de cabuya, de dichos locales comerciales el 54% son locales que distribuyen caramelos al consumidor final, dejando un 46% de demanda insatisfecha en el mercado.

Cuadro 18. Demanda Insatisfecha

Población:	876 Tiendas
Distribuyen caramelos	54% = 0.54
Demanda insatisfecha	46% = 0.46
TOTAL	100%

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Caramelos

Para determinar la cantidad de fundas que venden por semana y por año el 54% de locales comerciales y poder tener una idea clara de la rotación actual del producto en el mercado, es necesario realizar el siguiente cálculo en base a las fórmulas establecidas, que se exponen a continuación:

Fundas vendidas por semana = Población * Distribuyen caramelos * Cantidad de fundas / Tiendas/semana

Fundas por año = Fundas por semana * Semana * Mes

Análisis e interpretación de la proyección de demanda en el producto y/o servicio

La demanda anual de servicio para el año 2016 es de 242.849 unidades de necesidad de visitas lo cual es indispensable para poder implementar la fábrica de caramelos elaborados a base de dulce de cabuya, y lógicamente para su respectiva comercialización en el mercado, que se dio tomando en cuenta que hay una tasa de crecimiento de 1.54 % con un plazo de 5 años, según se muestra en la tabla se realizó la proyección hasta el año 2021, llegando a contabilizar hasta esa fecha 262.133 personas anualmente, valor que puede variar ya que el crecimiento poblacional también está en constante cambio, a esta variación se la denomina como proyecciones.

3.3. Estudio de la oferta

Cuadro 19. Cálculo de oferta

Respuesta	Frecuencia Muestra	Frecuencia Mercado	%
SI	302.0	60712.3	79.06
NO	80	16083	20.94
Total	382	76795	100.00

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

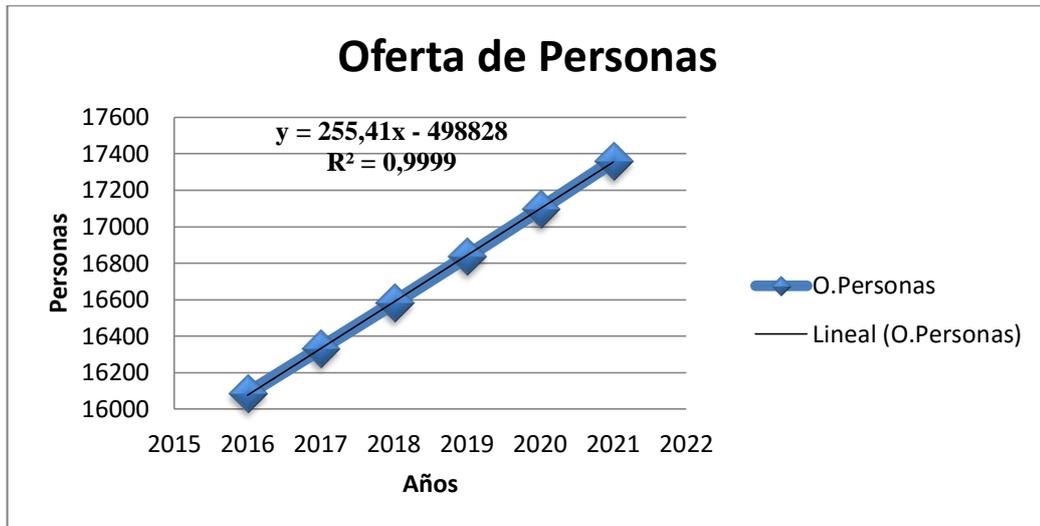
Cuadro 20. Cálculo de la oferta en personas

Años	Ofertas Personas	Tasa de Crecimiento Poblacional %
2016	16083	1.54%
2017	16330	247.7
2018	16582	251.5
2019	16837	255.4
2020	17097	259.3
2021	17360	263.3

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

Gráfico 14. Oferta en personas



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Cuadro 21. Cálculo de oferta en servicios

Oferta personas	Frecuencia	%	Equivalente en población	Frecuencia servicio
16083	Semanal.	18.10%	2.910.97	18.994
	Quincenal.	73.80%	11.869.05	27.952
	Mensual.	8.10%	1.302.70	17.385
		100.00%	16.082.72	64.331

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Cuadro 22. Proyección de la oferta

Años	Oferta Servicios	Tasa de Crecimiento Poblacional %
2016	64.331	1.54%
2017	65.322	990.7
2018	66.328	1.006.0
2019	67.349	1.021.4
2020	68.386	1.037.2
2021	69.439	1.053.1

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Análisis e interpretación de la proyección de la oferta en el producto y/o servicio

Considerando la oferta anual para el periodo 2016 que es de 64.331 unidades de necesidad de visitas y que según la tasa actual de crecimiento se llegó a la conclusión que dentro de 58 años, es decir en el año 2021, se tendrá una proyección de 69.439 unidades de necesidad de visitas anuales, tomando en cuenta que el incremento poblacional puede variar, por lo tanto la veracidad de los datos obtenidos no es del todo segura, ya que se está realizando estimados según el poder adquisitivo.

3.4. Mercado potencial

Hace relación a la demanda que se logrará si se cumplen ciertas condiciones, que actualmente no se presentan en el mercado. Así la demanda potencial estimada en base a los requerimientos nutricionales de la población solo sirve como punto de referencia con relación a la demanda actual. (Grajales, 2010).

Determinación de la demanda Insatisfecha

Para el presente caso matemáticamente no se puede calcular la oferta proyectada, por lo tanto no será posible determinar la demanda insatisfecha y determinar la diferencia entre la demanda y la oferta proyectada, debido a que no existen datos históricos puesto que es una empresa nueva, sin embargo para determinar la demanda insatisfecha se tomarán de los 876 locales comerciales existentes el 54% que son los que distribuyen caramelos en la actualidad.

Cuadro 23. Demanda potencial insatisfecha

Años	Demanda servicios	Oferta servicios	Demanda Potencial Insatisfecha
2016	242.849	64.331	178.518.2
2017	246.589	65.322	181.267.4
2018	250.386	66.328	184.058.9
2019	254.242	67.349	186.893.4
2020	258.158	68.386	189.771.6
2021	262.133	69.439	192.694.1

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

3.5. Precios

Precios Basados en la competencia

La fijación de precios basados en la competencia consiste en el establecimiento de un precio al mismo nivel de la competencia. Este método se apoya en la idea de que los competidores ya han elaborado acabadamente su estrategia de fijación de precios. En cualquier mercado, muchas empresas venden productos iguales o similares, y, de acuerdo con la economía clásica, el precio de estos productos debería, en teoría, ya estar en equilibrio (o, al menos, en un equilibrio local). Por lo tanto, al establecer el mismo precio que la competencia, una empresa de reciente creación puede evitar los costos de prueba y error del proceso de establecimiento de precios. Sin embargo, cada empresa es diferente, y así lo son también sus costos. Teniendo esto en cuenta, el principal límite del método de fijación de precios basados en la competencia es que no logra dar cuenta de las diferencias en los costos (producción, compra, fuerza de ventas, etc.) entre empresas individuales. Como resultado, este método de fijación de precios puede ser potencialmente ineficaz y generar menores ganancias. (Grasset, 2015)

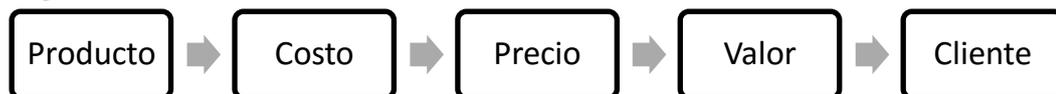
Precio Basado en Valor

Esta estrategia basa su precio en la percepción que los clientes tienen sobre el producto y no en el costo del mismo (Fijacionvalor, 2015), El precio debe estar en

concordancia con el valor de los beneficios que tu actividad o producto provee a los clientes, y al mismo tiempo tiene en mente los precios de la competencia (Chauvin, 2015), es ver lo que representa valor para el cliente, y hacer lo contrario de lo tradicional es decir por lo general primero tenemos el producto y luego darle el precio.

Gráfico 15. Lógica Tradicional y la de valor.

Lógica Tradicional



Lógica basada en valor



Elaborado: María José Quintana
Fuente: (Restrepo, 2011)

Estimación de costos fijos de caramelos

Los costos fijos de los caramelos son establecidos en base a los valores invertidos en los componentes necesarios para la elaboración de los caramelos, ingredientes tales como los Polialcoholes, la fibra Dietaría, y la envoltura o etiqueta, mismos que definen el precio final del producto.

Polialcoholes

Los polioles, también conocidos como polialcoholes o alcoholes de azúcar son utilizados como edulcorantes bajos en calorías. Aumentan la dulzura en los alimentos sin agregar demasiada azúcar por lo que generalmente se encuentran en alimentos clasificados como “bajos en calorías”, “sin azúcar” o “sin azúcar añadido” dentro de estos se encuentra el Eritritol, Isomaltasas y Lactitol. (Hsnstore, 2015).

Fibra Dietaría

La fibra dietética es un conjunto hete-rogéneo de sustancias que se encuentran en los alimentos de origen vegetal, cuya principal característica diferencial es que no

son di-geridas en el intestino delgado, y como consecuencia llegan sin modificar al intestino grueso. En general, la fibra dietética son polímeros de hidratos de carbono que forman parte de las paredes celulares vegetales como la celulosa, hemicelulosas, pectinas y otros polisacáridos de origen vegetal y de algas, como las gommas o los mucílagos. La fibra también incluye polisacáridos no digeribles como la inulina, el almidón resistente, celulosas modificadas y sustancias asociadas, como lignina, ceras, cutina, y diversos polifenoles. (Lahera, 2015)-

Cuadro 24. Estimación de costos de caramelos

Agentes de cuerpo		Precios
Polialcoholes	Eritritol	\$0.20
	Isomaltasas	\$0.07
	Lactitol	\$0.08
Fibra Dietaría	FOS	\$0.25
	Inulina	\$0.95
Etiqueta		\$0.50
Total		\$2.05

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador

Determinación del precio año 2016

Para esto es necesario iniciar desde las encuestas realizadas en base a los precios

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de caramelos del dulce de cabuya de 100 gr?

De \$ 1,75 a \$ 2,05 __

De \$ 2,06 a \$ 2.35 __

De \$ 2.36 a \$ 2.65 __

Cuadro 25. Determinación Precio

Respuesta	Frecuencia Encuesta	Frecuencia Mercado	%
1,75– 2,05	202	40608.9	52.88
2,06– 2,35	140	28144.8	36.65
2,36– 2,65	40	8041.4	10.47
	382	76795.0	100.00%

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Para determinar del precio del producto final será necesario basarse en la encuesta en la que la mayoría de los encuestados manifiestan que están dispuestos a pagar de \$1,75 a \$2,05 por la funda de caramelos de 100 gr., por lo cual se procede a calcular el precio de venta al público P.V.P. del producto final.

El caramelo elaborado a base de dulce de cabuya es un producto cuyo canal de venta está constituido por el fabricante, el distribuidor y el minorista, por lo tanto los distribuidores generalmente gravan un margen de utilidad del 15 % sobre el precio de venta al minorista, y este a la vez grava un margen de utilidad del 40 % sobre el precio de venta al público, el fabricante según la fijación de precio elaborada anteriormente actúa con costes unitarios totales que estima en 2,05 dólares (Ver Cuadro 24) y espera tener un beneficio del 15 % de las ventas, de tal manera que a continuación se procede al cálculo respectivo del precio final del producto.

Cuadro 26. Cálculo de fijación de precio

COEFICIENTES SOBRE EL COSTO				
Fases	Márgenes (m)	(1-m/100)	Coste(c)	Precio [C/(1 - m/100)]
Fabricante	15%	0,85	2,05 usd	2,41 usd (P.V.P)
Distribuidor	15%	0,85	2,41 usd	2,84 usd (P.V.P)
Minorista	40%	0,60	2,84 usd	4,73 usd (P.V.P)

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Una vez determinados los precios de venta al público se procede a hacer una proyección de incremento del precio de venta al público anual basado en la tasa de inflación, partiendo del precio fijado de 2,41usd, el cual se multiplica por la tasa

inflacionaria que es $4,46\% = 0,0446$ para obtener el valor de incremento anual que es de 0,11 cvs., teniendo como precio final 2,52usd., de esta manera se seguirá aplicado el cálculo por cada año en la proyección que a continuación se presenta.

Cuadro 27. Proyección del precio

Año	Precio	Inflación = 4,46% = 0.0446
2016	2,41	0.0446
2017	2.52	0.11
2018	2,63	0.11
2019	2,75	0.12
2020	2,87	0.12
2021	3,00	0.13

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Las encuestas muestran que iniciamos con un precio de \$ 2.41 y para el año 2021 el precio habrá variado el precio de 3,00 tomando en cuenta que la inflación es de 0.0446.

Cuadro 28. Precios de los derivados de cabuya

Producto	Precio	Precio Final
Caramelos	1,75 a 2,05	\$2,41
TOTAL DE PRODUCTO		\$2,41

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

Políticas de precios

El precio es una variable del marketing que viene a sintetizar, en gran número de casos, la política comercial de la empresa. Por un lado, tenemos las necesidades del mercado, fijadas en un producto, con unos atributos determinados; por otro, tenemos el proceso de producción, con los consiguientes costes y objetivos de rentabilidad fijados. Por eso deberá ser la empresa la encargada, en principio, de fijar el precio que considere más adecuado.

Para el cliente potencial, el valor del producto se manifiesta en términos objetivos y subjetivos, ya que tiene una escala muy particular a la hora de computar los diferentes atributos de los que está compuesto, de ahí la denominación de caro o barato que les da. Sin embargo, para la empresa el precio es un elemento muy importante dentro de su estrategia de marketing mix, junto con el producto, la distribución y la promoción.

Por tanto, podemos definir el precio como la estimación cuantitativa que se efectúa sobre un producto y que, traducido a unidades monetarias, expresa la aceptación o no del consumidor hacia el conjunto de atributos de dicho producto, atendiendo a la capacidad para satisfacer necesidades. (Muñiz, 2015)

En base a estos parámetros la empresa tomará las siguientes políticas para incrementar las ventas y posicionarse en el mercado:

- ✓ Se otorgarán descuentos por volumen de compra.
- ✓ Se otorgará a la fuerza de ventas las respectivas comisiones por venta realizada y cobrada en el menor tiempo posible o en el tiempo establecido de crédito.
- ✓ Se implementaran precios similares a los productos de la competencia.

Fijación de precios

Cuadro 29. Fijación de precios establecida para fundas de caramelo

1. Determinar el costo total del producto

$$CV + (CF/\text{producción esperada}) = \text{Costo Total (CT)}$$

$$2.05 + (1673.00/30000) = \mathbf{2.11 \text{ dólares americanos}}$$

2. Porcentaje de Ganancia deseado

50 % (para igualar el precio a productos sustitutos).

3. Precio de venta a los clientes

$$\text{Costo Total} + (\text{CT} * \% \text{ de ganancia}) = \text{Precio de Venta}$$

$$2.11 + (2.11 * 0.50) = \mathbf{3.16 \text{ dólares americanos}}$$

4. Punto de equilibrio

$$\text{Costos Fijos} / (\text{Precio de venta} - \text{Costos Totales}) = \text{Punto de Equilibrio}$$

$$1673.00 / (3.16 - 2.11) = 1587 \text{ fundas}$$

5. Precio de venta del producto al consumidor final

$$\text{Precio al minorista} + (\text{precio minorista} * \% \text{ ganancia minorista})$$

$$3.16 + (3.16 * 25\%) = \mathbf{3.95 \text{ dólares americanos}}$$

El punto de equilibrio se considera con las estimaciones hechas hasta el momento

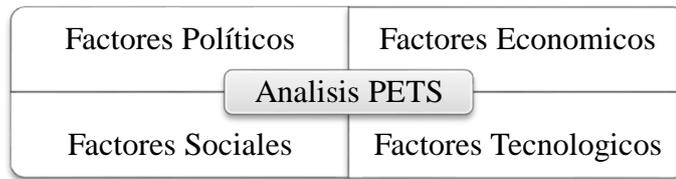
Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador

Análisis PETS

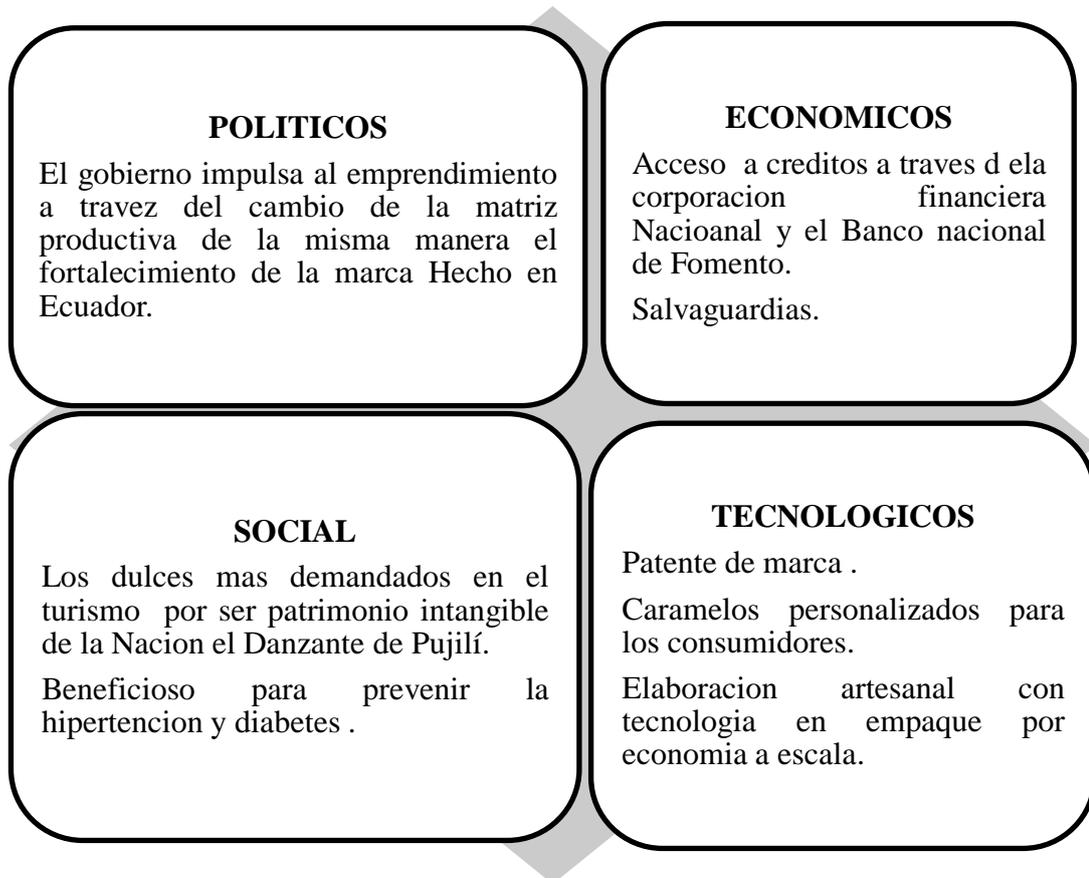
Es parte de una metodología que consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera de control de la empresa, pero que pueden afectar a su desarrollo futuro. (Martínez & Milla, 2012). Cabe aclarar que abra factores que tengan una mayor influencia sobre el funcionamiento de la empresa que otros. Para analizar el entorno se utilizará un análisis externo sobre los factores Políticos, Económicos, Tecnológicos, y Sociales (PETS por sus siglas). (Donet & Juárez, 2014)

Gráfico 16. Matriz PETS



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

Gráfico 17. Matriz PETS de la empresa Caramelo YA S.A.



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

Matriz del perfil de capacidad interna (PCI)

Según (Serna, 2010) Un PCI es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la compañía en relación del medio exterior.

Permite evaluar las fortalezas y las debilidades presentadas en el proyecto que representan la parte interna, en relación con las oportunidades y amenazas. Tratando de calificar en qué grado se encuentran las fortalezas y debilidades en cada uno de los recursos dándole un nivel alto, medio o bajo. (Quiroz & Forero, 2010)

Cuadro 30. Matriz de perfil de capacidad interna PCI de la Empresa Caramelos YA S.A

Factores Capacidades	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Compromiso Social	•						x		
Prácticas estratégicas		•						x	
Valoración y presagio del medio			•						x
Prontitud de respuesta a condiciones volubles	•						x		
Distribución organizacional		•						x	
Registro Gerencial		•						x	
Ubicación Institucional					•			x	
Habilidad para atraer y retener personal eficaz						•			x
Sistema de control					•			x	
Sistema de toma de decisiones					•			x	
Sistema de coordinación					•			x	
Evaluación de gestión				•			x		

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

Matriz de análisis de factores positivos (oportunidades) y negativos (amenazas) POAN

El examen de contexto es entonces el primer paso para conocer y analizar los factores positivos (oportunidades) y los negativos (amenazas) existentes alrededor del desarrollo de los planes. (Longoño, Morera, & Laverde, 2012).

Cuadro 31. Matriz POAN de capacidad Interna de la Empresa Caramelos YA S.A

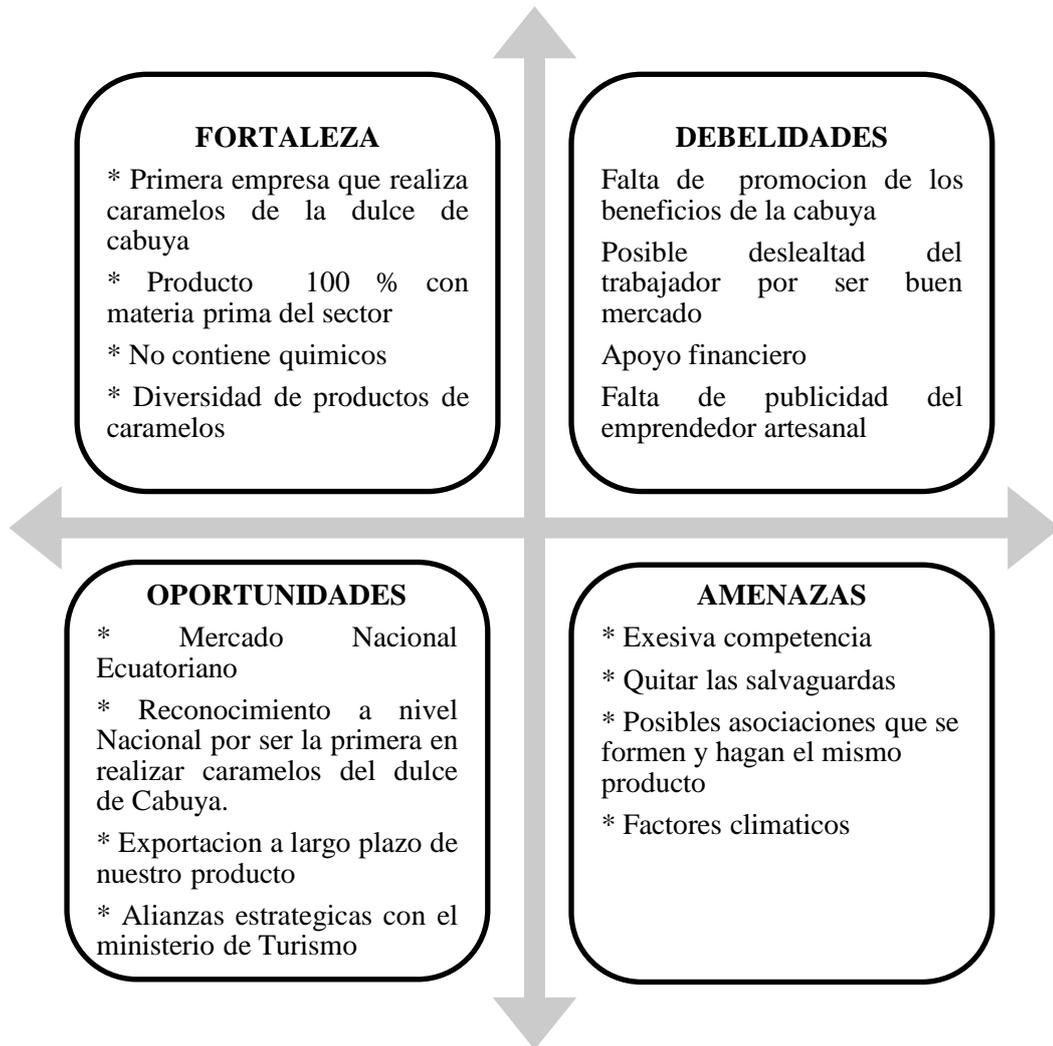
Factores Capacidades	Oportunidades			Amenazas			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Matriz productiva	•						x		
Relaciones entre proveedores y comerciales		•						x	
Salvaguardias			•						x
Productos nuevos en el sector			•						x
Tecnologías en auge y expedito a la producción		•						x	
Acceso a nuevas tecnologías		•						x	
Gobierno con inflación					•			x	
Riesgo País						•			x
Gremio de productores					•			x	
Ciclos económicos					•			x	
Importaciones					•			x	
Macroeconomía				•			x	x	

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

Análisis FODA

Este análisis es una herramienta muy eficiente para lograr determinar los factores que pueden favorecer u obstaculizar el logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa, es decir aprovechar las fortalezas y oportunidades o a su vez neutralizar las debilidades y amenazas, a este proceso se lo conoce como análisis FODA, o también llamado SWOT (Koenes, 2014), Es un análisis hacia adentro y hacia afuera de la organización, un diagnostico que se realiza con el propósito de apreciar exactamente cuáles son los espacios de maniobra que se le pueden ofrecer a la empresa. Apunta a evitar riesgos, superar limitaciones, enfrentar los desafíos y aprovechar las potencialidades que aparecen en dicho análisis. (Bravo, 2010)

Gráfico 18. FODA de la empresa Caramelo YA S. A.



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

Evaluación de factores internos (EFI)

Es una forma resumida de evaluar los factores internos de la gestión estratégica dado que resume las fortalezas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio asignándola una calificación y siendo determinantes en el éxito que pueda alcanzar la empresa con su estrategia. (García, 2013),

4: Excelente	Alto
3: Por encima del promedio	Medio alto
2: Promedio	Medio Bajo
1: Debajo del promedio	Bajo

Cuadro 32. Matriz de Evaluación de factores internos (EFI)

FACTORES CRÍTICOS		PESO	CALIF	PESO PONDERADO
Fortalezas	Primera empresa que realiza caramelos de la miel de cabuya	0.15	4	0.60
	No contiene químicos	0.12	3	0.36
	Diversidad de productos de caramelos	0.10	2	0.20
	Producto 100 % con materia prima del sector	0.13	1	0.13
<i>Sub total</i>		0.50		1.29
Debilidades	Falta de promoción de los beneficios de la cabuya	0.13	4	0.52
	Posible deslealtad del trabajador por ser buen mercado	0.15	1	0.15
	Apoyo financiero del sector financiero	0.12	3	0.36
	Falta de publicidad del emprendedor artesanal	0.10	2	0.20
<i>Sub total</i>		0.50		1.23
TOTAL EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS				2.52

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador.

Análisis e interpretación de la matriz EFI

En la matriz de evaluación de factores internos (EFI) muestra un valor de peso ponderado de 2.52, esto da como conclusión que posee una posición interna aparentemente muy alta ya que se encuentra encima del promedio que es de 2.50 y podemos aprovechar las fortalezas obtenidas tomando en cuenta las debilidades y así poder crear las mejores estrategias para la creación y comercialización de los caramelos realizados de la miel de cabuya.

Evaluación de factores externos (EFE)

Un paso que constituye un resumen en la conducción de una auditoría externa de la dirección estratégica. Esta herramienta para la formulación de las estrategias, resume y evalúa las oportunidades y amenazas principales en el área funcional de una empresa, al igual que proporciona una base para identificar y evaluar las relaciones entre sí. (Fred, 2013)

4: Excelente	Alto
3: Por encima del promedio	Medio alto
2: Promedio	Medio Bajo
1: Debajo del promedio	Bajo

Cuadro 33. Matriz de Evaluación de factores externos (EFE)

FACTORES CRÍTICOS		PESO	CALIF.	PESO PONDERADO
Oportunidades	* Mercado Nacional Ecuatoriano	0.05	1	0.05
	* Reconocimiento a nivel Nacional por ser la primera en realizar caramelos del dulce de Cabuya.	0.15	3	0.45
	* Exportación a largo plazo de nuestro producto	0.20	4	0.80
	* Alianzas estratégicas con el ministerio de Turismo	0.10	2	0.20
Sub total		0.50		1.50
Amenazas	* Excesiva competencia	0.10	3	0.30
	* Quitar las salvaguardas	0.20	2	0.40
	* Posibles asociaciones que se formen y hagan el mismo producto	0.15	4	0.60
	* Factores climáticos	0.05	1	0.05
Sub total		0.50		1.35
TOTAL EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS				2.85

Elaborado: María José Quintana

Análisis e interpretación de la matriz EFE

La matriz de evaluación de factores externos (EFE) en los cálculos realizados nos da como resultado de 2.85 en la que interpretamos que tenemos que poner atención a las oportunidades para desde allí potencializar las acciones a tomar para la empresa Carmelo YA S.A, ya que las oportunidades son mayores que las amenazas.

Matriz de impacto social

Es un instrumento cualitativo. Para analizar y visualizar los puntos calientes sociales de un producto. Se basa en una perspectiva del ciclo de vida y considera los aspectos sociales (Marti, Peattie, & Galí, 2013)

Cuadro 34. Matriz de impacto externo

Diagnostico situacional		Debilidades				
		D1. Falta de promoción de los beneficios de la cabuya	D2. Posible deslealtad del trabajador por ser buen mercado	D3. Apoyo financiero del sector financiero	D4. Falta de publicidad del emprendedor artesanal	Totales
Fortalezas	F1. Primera empresa que realiza caramelos de la miel de cabuya	1	3	4	2	10
	F2. No contiene químicos	5	2	4	1	12
	F3. Diversidad de productos de caramelos	3	1	1	4	9
	F4. Producto 100 % con materia prima del sector	2	1	3	4	10
	Totales	11	9	12	14	

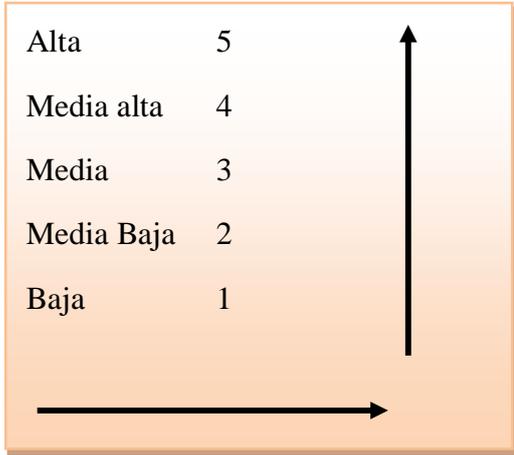
Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

Interpretación

Realizando un análisis de los datos adquiridos en la matriz de impacto interno la mayor fortaleza que cuenta la creación y comercialización de caramelos a base de dulce de Cabuya es que no contiene químicos al contrarrestar su debilidad de falta de publicidad del emprendedor artesanal.

Cuadro 35. Matriz de impacto externo

Diagnostico situacional		Amenazas				
		A1. Excesiva competencia	A2. Quitar las salvaguardas	A3. Posibles asociaciones que se formen y hagan el mismo producto	A4. Factores climáticos	Totales
						
Oportunidades	O1. Mercado Nacional Ecuatoriano	3	2	2	2	9
	O2. Reconocimiento a nivel Nacional por ser la primera en realizar caramelos del dulce de Cabuya.	2	2	2	3	9
	O3. Exportación a largo plazo de nuestro producto	3	3	3	3	12
	O4. Alianzas estratégicas con el ministerio de Turismo	2	1	1	1	5
	Totales	10	8	8	9	

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

Interpretación

El cuadro de matriz de evaluación externo nos muestra que las mayores oportunidades que posee es la Exportación a largo plazo de nuestro producto eso ayudara a contrarrestar a una de las amenazas con mayor puntuación que es la de Excesiva competencia.

Matriz TOWS

La matriz Tows se produce una vez recogido todos los puntos fuertes y débiles, oportunidades y amenazas en el análisis SWOT, separamos y priorizamos los puntos clave, es decir, aquellos sobre los que dirigimos nuestras estrategias especiales. (Serra, 2015)

Cuadro 36. Matriz de escogimiento de estrategias

		Fortalezas				Debilidades			
		F1	F2	F3	F4	D1	D2	D3	D4
Oportunida	O1								
	O2								
	O3								
	O4								
Amenazas	A1								
	A2								
	A3								
	A4								

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador.

Cuadro 37. Matriz TOWS

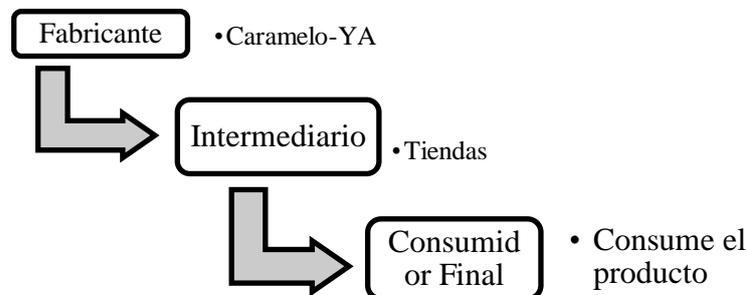
Factores Internos Factores externos	Fortalezas F1. Primera empresa que realiza caramelos de la miel de cabuya. F2. No contiene químicos F3. Diversidad de productos de caramelos F4. Producto 100 % con materia prima del sector	Debilidades D1. Falta de promoción de los beneficios de la cabuya D2. Posible deslealtad del trabajador por ser buen mercado D3. Apoyo financiero del sector financiero D4. Falta de publicidad del emprendedor artesanal.
Oportunidades O1. Mercado Nacional O2. Reconocimiento a nivel Nacional por ser la primera en caramelos del dulce de Cabuya. O3. Exportación a largo plazo de nuestro producto O4. Alianzas estratégicas con el ministerio de Turismo.	FO = F1+O1 <ul style="list-style-type: none"> Realizar la marca del producto Presentación de los productos 	DO= D4+ O3 <ul style="list-style-type: none"> Promocionar los productos. Aprovechar las redes sociales para dar a conocer nuestros productos.
Amenazas A1 Excesiva competencia A2 Quitar las salvaguardas A3 Posibles asociaciones que se formen y hagan el mismo producto A4 Factores climáticos.	FA= F2+A3 <ul style="list-style-type: none"> Crear acciones para que las personas sean parte de la empresa. Dar a conocer mediante los medios que es un producto saludable. 	DA= D4+A2 <ul style="list-style-type: none"> Potencializar la marca con sus beneficios

Elaborado: María José Quintana
 Fuente: Investigador.

3.6. Canales de comercialización

El canal de distribución para nuestra empresa es del Productos al intermediario y al consumidor Final (Jiménez, 2012)

Gráfico 19. Canales de comercialización



Elaborado: María José Quintana
 Fuente: Investigador

3.7 Canales de Distribución

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor final para que el producto satisfaga sus necesidades, es necesario determinar cómo hacer llevar el producto al mercado. Para ello se escogió rutas mediante las cuales sea más eficiente posible, se transporte el producto desde la planta de producción hasta el consumidor. (Rodríguez, 2011)

Canales a utilizar en la distribución para bienes de consumos es lo siguiente:

Gráfico 20. Canales de Distribución



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

3.8. Estrategias de distribución

Nuestra empresa tendrá una estrategia de distribución la misma que será corta. Por la ubicación de la empresa con relación al sector donde se iniciara el proceso de entrega de los caramelos realizados de dulce de cabuya y tendrá una distribución directa a las tiendas y supermercados pequeños de la localidad.

- Determinamos precios de la producción y de los minoristas a fin de fijar un margen de utilidad. Esto se da en base al sector o área geográfica y el tipo de negocio a cual va dirigido su mercado.
- Condiciones generales de venta en las cuales se haga referencia a la forma de pago, límites de crédito.
- Conocer a los competidores y donde se encuentran localizados de tal manera que nosotros podamos delimitar nuestras áreas en la cual se va a componer nuestros canales de distribución.

CARAMELO –YA

Misión

Crear una empresa productora y comercializadora de caramelos elaborados a base de dulce de cabuya, los mismos que contribuirán con la salud de la población que padece de enfermedades como diabetes dentro de la provincia de Cotopaxi.

Visión

Ser la mejor productora y comercializadora de caramelos elaborados base la dulce de cabuya la misma que es un producto natural en el centro del país y consolidar nuestra participación en el mercado nacional.

Valores

- Respeto
- Confianza
- Liderazgo
- Responsabilidad
- Compromiso

Ventaja competitiva

La miel de cabuya es saludable para las siguientes enfermedades:

- Diabéticos
- Artritis
- Artrosis
- Colesterol

Es por eso que la elaboración de los caramelos se realiza con esta materia prima la cual es saludable para el ser humano.

Marco Legal

Superintendencia de compañías

Es el organismo técnico, con autonomía administrativa económica, que vigila y

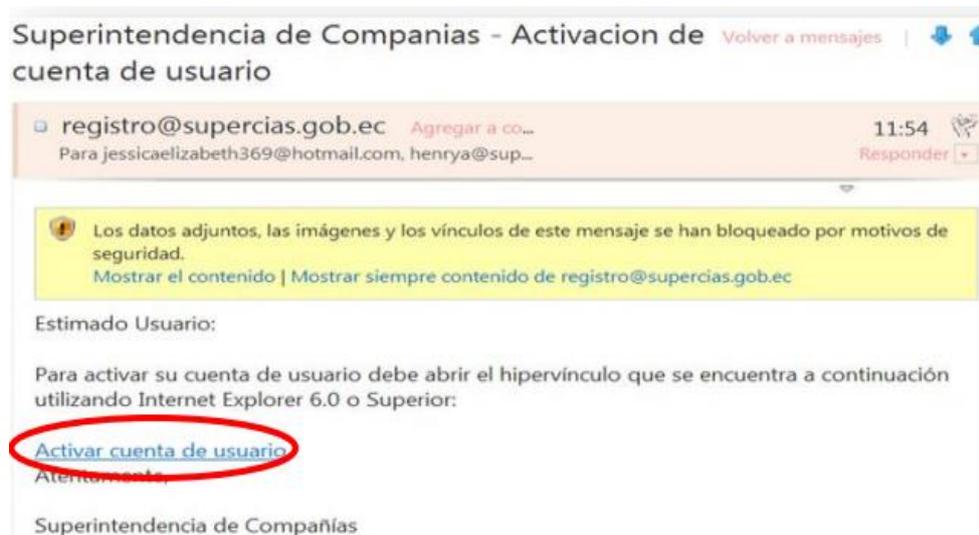
controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley. (Compañías, 2016)

Brinda a los usuarios una nueva herramienta tecnológica de información, es una aplicación gratuita para los teléfonos inteligentes

Requisitos:

1. Ingrese al portal web de la superintendencia de compañías www.supercias.gob.ec
2. En el Usuario en línea, presione el botón **“Registrar”**
3. El sistema se mostrara la pantalla. Registro de información. Ingrese los datos solicitados por el sistema. Los campos marcados con asterisco son obligados. **Ver Anexo**
4. Presione el botón registrar.
5. El sistema muestra un mensaje indicado el envío de un correo electrónico a la dirección registrada para completar el proceso de registro de usuario.
6. Presione el botón **“Aceptar”**
7. Abra el correo electrónico enviado por de la superintendencia de Compañías.
8. Presione el hipervínculo **Activar cuenta de usuario.**

Gráfico 21. Activar cuenta en la Superintendencia de compañías



Fuente: (Compañías, 2016)

9. Ingrese la nueva contraseña
10. Presione aceptar.
11. El sistema activara la pantalla Ingresar al Sistema para que digite su usuario y contraseña y acceda a los servicios en línea de la Superintendencia de Compañías.

Gráfico 22. Ingreso al sistema

Logo: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Ingresar al Sistema

Usuario/RUC:

Contraseña:

¿Olvidaste tu contraseña?

ESTE SITIO HA SIDO ESTRUCTURADO PARA ACCEDER A LOS SERVICIOS EN LÍNEA QUE PRESTA LA INSTITUCIÓN. SI DESEA REGRESAR AL SITIO WEB INSTITUCIONAL, PRESIONE AQUÍ

Este sitio está asegurado por:

Matriz: Guayaquil, Calle Pichincha 418 y Aguirre (esquina).
Quito: Calle Roca 660 y Amazonas

Fuente: (Compañías, 2016)

SRI

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Requisitos:

- ✓ Copia del nombramiento del representante legal cuando aplique (cambio de representante legal).
- ✓ Copia de cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal, cuando aplique (cambio del representante legal).
- ✓ Pago de un servicio Básico
- ✓ Correo electrónico

Ministerio del Ambiente

Requisitos:

- ✓ Llenar formulario por la página web del ministerio del ambiente (www.ambiente.gob.ec)
- ✓ Imprimir el formulario y presentar en las oficinas del ministerio del ambiente más cercano.

- ✓ Pedir inspección para que una persona se dirija a su lugar donde va a realizar la actividad de producción.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Pujilí

Patentes municipales

Requisitos:

- ✓ Formulario inicial de patente municipal del 1.5 por mil
- ✓ Copia de cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal, cuando aplique (cambio del representante legal).
- ✓ Copia del RUC completo
- ✓ Copia del nombramiento del representante legal cuando aplique (cambio de representante legal).

Cuerpo de Bomberos

Requisitos:

- ✓ Copia de cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- ✓ Pago del predio urbano o rustico según donde sea el lugar.
- ✓ Pago del servicio básico.
- ✓ Croquis de ubicación del negocio.

Marketing Mix

Producto

El producto que ofrecemos es una nueva alternativa de endulzar la vida sin que cause daños a la salud por los beneficios que contiene el dulce de cabuya.

Línea de productos

El portafolio de productos que cuenta la empresa Caramelo-Ya es la siguiente:

Cuadro 38. Portafolio de productos de Caramelo-YA

	<p>Nombre del producto</p> <p>Caramelo-Ya Basic</p>
	<p>Nombre del producto</p> <p>Caramelo-Ya inter</p>
	<p>Nombre del producto</p> <p>Caramelo-Ya Bolitas</p>

Elaborado Por: María José Quintana
Fuente: Empresa Caramelo-YA

Los caramelos producidos de dulce de cabuya cumplen las perspectivas de calidad, sabor y de salud a precios competitivos que buscan los clientes al momento de comprar para consumo y de esta manera poner sabor a su vida de manera saludable.

Beneficios

Dentro de los beneficios del producto se puede mencionar que los caramelos elaborados a base de cabuya tienen muchos beneficios para la salud de quienes los

consumen, puesto que según estudios científicos realizados por el Centro de Investigación de Estudios del Instituto Politécnico Nacional se descubrió que la materia prima con la que se elabora el dulce de cabuya permite: Combatir la obesidad, y favorece a la calcificación de los huesos.

- Permite regular la secreción de la insulina, incretina o la GPLP.
- Acelera la hormona incretina.
- Los carbohidratos son saludables, ya que el azúcar no va a la sangre porque es metabolizado y no es absorbido.
- Cuidado de la gastritis
- Las propiedades antisépticas externas e internas permiten cuidar las úlceras
- Prebiótico: Es estimulante del crecimiento de la flora intestinal
- Disminuye el colesterol y triglicéridos.
- Mejora la eliminación de toxinas en el cuerpo

Marca

Todo tipo de producto para ser comercializado y para que este pueda ser posicionado en el mercado y en la mente del consumidor, es sumamente necesario el trabajar en la marca del mismo puesto que por esta será reconocido por los clientes por lo tanto se procedió a diseñar una marca apropiada basada en el tipo de producto y materia prima que lo conforma, dando como resultado la siguiente marca:

Gráfico 23. Nombre de la marca

CARAMELO-YA

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

Imagen corporativa

(Pintado & Sánchez, 2013) Afirma que la imagen corporativa es el factor considerado como fundamental dentro de las organizaciones y que sin embargo no siempre se cuida la misma como merece.

Gráfico 24. Imagen corporativa de Caramelo-Ya



Para la elaboración de la imagen corporativa se analizó los colores:

Rojo: Expresa atracción, pasión, dinamismo, calidez utilizado en marcas de consumo humano que influyen dinamismo.

Purpura: Lujo, sabiduría y creatividad

Naranja: Dinamismo, juventud, alegría utilizada en productos dirigidos con actitud alegre y de pensamiento juvenil.

Verde: Relajación, naturaleza asociamos con las plantas

Azul: Conocimiento, seriedad y confianza, es utilizado por empresas de sector de la salud.

Rosado: Creatividad asociado con lo espiritual utilizado en marcas de lujo.

Tarjetas de presentación

Castillo, (2013) dice las tarjetas de presentación son la manifestación de los datos más importantes de una empresa, de una persona o negocio

Gráfico 25. Tarjetas de presentación



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

Precio

En esta parte se utilizará la estrategia de precio de Descrime del Mercado para así lograr objetivos financieros específicos (ROI y las utilidades). Lo que se intenta es alcanzar un segmento de mercado que está dispuesto a pagar un precio alto por una marca específica o un producto especializado, por lo que el precio forma parte de la estrategia de posicionamiento.

Descuentos no promocionales

La comercialización de productos en el mercado siempre requiere de estrategias apropiadas para lograr incrementar las ventas, dentro estas estrategias se ha considerado la aplicación de descuentos por volumen de compra y por pronto pago, de esta manera el cliente se beneficiará del mismo y la empresa incrementará sus ventas y optimizará la recuperación de la cartera en caso de otorgamiento de crédito a los clientes mayoristas.

Condiciones de pago

Contado.- los clientes cancelaran sus compras en efectivo al momento de la adquisición de productos Caramelo-Ya

Crédito.- se otorgara créditos a los clientes que cumplan con algunos requisitos como:

- Tengan 6 meses continuos de compra
- Tener cuenta bancarias mínimas en 3 bancos y que estén activas
- Tener casa propia.

Canales de distribución

Muñoz M. , (2015) considera que son todos los medios por los cuales se vale la Mercadotecnia para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, el momento oportuno y a los precios a convenir al cliente y la empresa.

Después que el cliente solicite el producto, la empresa realiza la distribución directamente al cliente, así obtenemos una seguridad cliente empresa que sus productos estarán de manera oportuna y no exista complicaciones en su destino al producto enviado.

Cuadro 39. Estructura del canal de distribución.

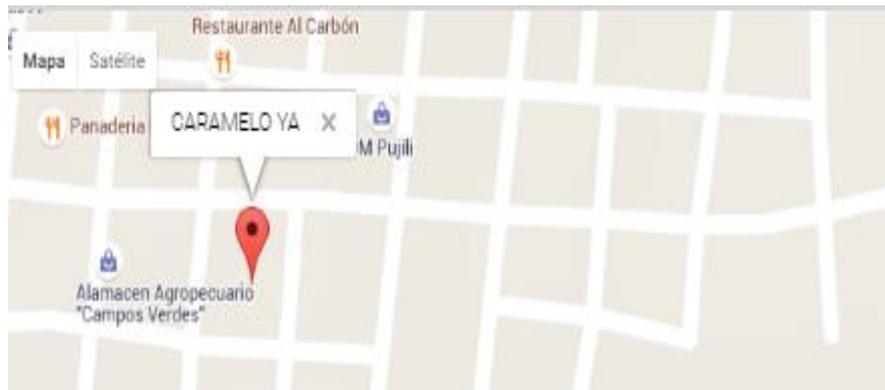
Canal	Recorrido
Directo	Fabricante.....Consumidor final
Corto	Fabricante..... Minorista.... Consumidor final
Largo	Fabricante... Mayorista.... Minorista.... Consumidor final

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Muñoz M. , (2015)

Transporte

Muñoz M. , (2015) afirma que son todas las actividades que garantizan el enlace entre el momento de fabricación al lugar de compra.

Gráfico 26. Ubicación de inicio de pedidos



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Google Maps.

Promoción

Objetivo

- Posicionar la marca CAMELO YA
- Incrementar las ventas en un 50% en este periodo fiscal
- Promocionar ofertas, con ventajas puntuales.

Descuentos

Cuando nuestros clientes se registren en nuestras páginas web y visiten en nuestras redes sociales como son: Facebook y Twitter y posteen fotos de nuestros productos se harán acreedores a descuentos.

Concursos

Se dará premios e incentivos como viajes dentro del País participando de la siguiente manera:

- Selfing y posteen dentro de nuestras redes sociales.
- El mejor slogan de nuestra marca.
- Videos promocionales con nuestros productos y sus beneficios.

Gráfico 27. Concursos



Elaborado: María José Quintana

Fuente: <http://djmisterpol.wix.com/cameloya>

Promoción de Ventas

Conseguir que los clientes potenciales compren nuestros productos, para esto ofreceremos muestras gratis en puntos estratégicos y en ferias gastronómicas.

Haremos descuentos o promociones en tiempos especiales como navidad, y otras fechas más teniendo en cuenta de no caer en promociones continuas en la que los clientes se acostumbran a comprar solo en promociones.

Relaciones Públicas

Se dará a conocer nuestro mensaje de manera clara con calidad del producto, variedad, rapidez de entrega y precio competitivo para adquirir una imagen pública positiva.

Las relaciones publicas se dará con las cadenas nacionales del País, con las diferentes tiendas existentes en la localidad con el objetivo de relacionarnos con nuestros clientes potenciales, proveedores de la misma manera se relacionara con los diferentes medios de comunicación para dar a conocer que el Ecuador es un país de emprendedores.

Publicidad

Objetivos

- Fortalecer la imagen y campañas de recuerdos emocionales
- Mantener campañas a largo plazo con relación al cuidado de la salud.

Instrumentos de publicidad.

La campaña publicitaria que como empresa CAMELO YA es por medio:

- ✓ Off Línea como son: la prensa escrita, afiches, material POP
- ✓ OnLínea por medio de la web: Tienda virtual, Facebook, Twitter.

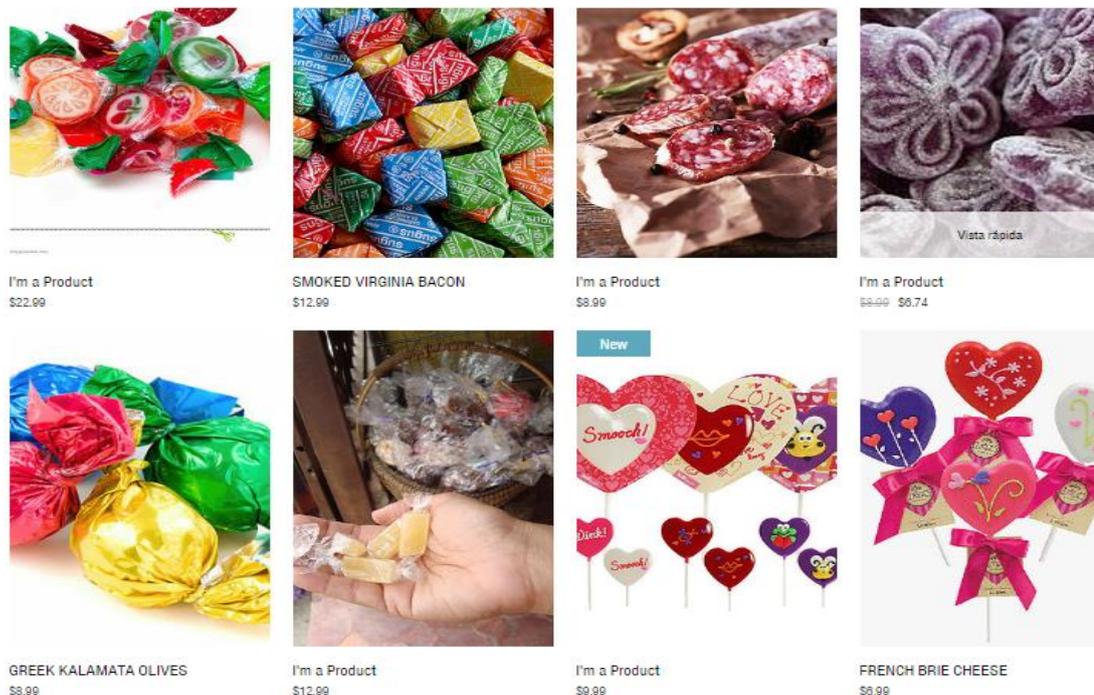
Campañas off línea.

Es todo aquello que podemos realizar para promocionar nuestra Web pero sin estar conectados a Internet.

Página Web

A veces llamada “página principal” la página web de la empresa es la presentación en línea que observa el público. (Wells & Burnett, 2008), Los sitios webs corporativos por lo general ofrecen una amplia variedad de información y otras funciones en un esfuerzo por aclarar dudas de los clientes, cultivar relaciones más estrechas con ellos y generar interés por la compañía. (Kotler & Armstrong, 2012, pág. 448).

Gráfico 28. Página web



Elaborado: María José Quintana
Fuente: <http://djmasterpol.wix.com/cameloya>

Campañas On línea

Redes Sociales

Las redes sociales son muy populares y tratan de comunicarse con los consumidores (Clow & Baack, 2010, pág. 253)

Publicidad en Facebook

Informar de los servicios mediante publicaciones escritas y fotográficas.

Nombre de la estrategia

Creación del Fanpage de Facebook

Gráfico 29. Fan Page Caramelo-Ya

The image shows a screenshot of a Facebook fan page for 'Caramelo-Ya'. The page header includes navigation tabs: 'Página', 'Mensajes', 'Notificaciones 2', 'Estadísticas', 'Herramientas de publicación', 'Configuración', and 'Ayuda'. The cover photo features the 'Caramelo-Ya' logo, which is a colorful swirl of dots, and the name 'Caramelo-Ya' in a stylized font. The profile picture is a smaller version of the same logo. The page is managed by María José Quintana, Gerente General, with contact information: 'carameloya@gmail.com', 'http://djmisterpol.wix.com/carameloya', and '0998592905'. The address is 'Velasco Ibarra y Olmedo esquina'. The page has a 'Tienda' section with three products: 'Caramelo-Ya Especial' for \$5.00, 'Caramelo-Ya Bolitas' for \$3.00, and 'Caramelo-Ya basic' for \$3.50. On the right side, there is a 'Promocionar' button and a summary for 'ESTA SEMANA': 1 Alcance de publicaciones, 2 Interacciones con publicaciones, 0 Comprar, and 0 Clics en el sitio web. The left sidebar shows 'Industria · Pujilí', a search bar, and a section for '5 Me gusta 0 esta semana' with a profile picture of Silvana P. Guangasi Telenchana and 3 amigos más. Below that, it says '1 personas alcanzadas con tus publicaciones esta semana' and 'Ver noticias de páginas' and 'Publicaciones de páginas que indicaste que'.

Elaborado: María José Quintana

Fuente: <http://www.facebook.com/carameloya>

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del emprendimiento

Dependiendo de la actividad económica hacia la cual está dirigido el proyecto, ya sea a nivel manufacturero, comercial o de servicios, se puede clasificar de acuerdo al patrimonio, o al número de empleados. (Galindo, 2011).

a) Factores determinantes del tamaño

En este caso clasificaremos el proyecto de acuerdo con la clasificación empresarial definida por la Cámara de Comercio:

Cuadro 40. Tamaño del emprendimiento

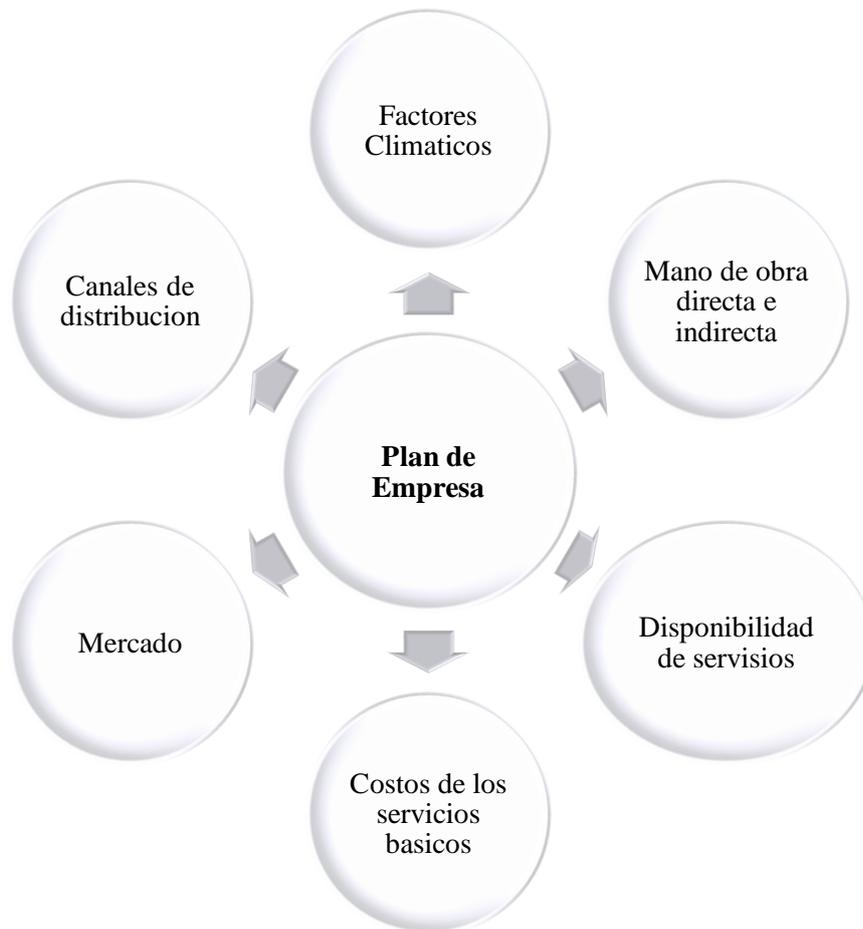
Tipo de	N° de
Unipersonal	1
Microempresa	2 a 10
Pequeña empres	11 a 50
Mediana	51 a 200
Gran Empresa	Más de 200

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigadora

b) Tamaño Óptimo

Para esto debemos antes de instalar el proyecto se debe evaluar las siguientes alternativas de esta manera obtener un tamaño óptimo y adecuado.

Gráfico 30. Evaluación para el tamaño óptimo



Elaborado: María José Quintana
Fuente: (Galindo, 2011)

4.2. Localización

La empresa de caramelos YA.S.A. Debe emplear varios referentes que permitan establecer donde, como, cuando y cuál será el tamaño de la capacidad instalada de la empresa es por eso que se debe enfocar en los siguientes factores para definir la localización:

- Materias primas
- Canal de distribución
- Mercado
- Mano de obra calificada

b). Meso localización

La empresa caramelos YA.S.A. Está ubicada en la provincia de Cotopaxi.

Gráfico 32. Mapa de la Zona 3



Elaborado: María José Quintana

Fuente: (Embajada de España en Ecuador, 2014)

c). Micro localización

Tomando en cuenta a las empresas que abarcan el primer lugar en la producción y comercialización de caramelos dentro del mercado nacional y provincial, la empresa CAMELO YA.S.A. Está ubicada en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Pujilí, la misma basada en su infraestructura será considerada dentro de las PYMES como una microempresa dedicada a la producción y comercialización de caramelos, elaborados a base de dulce de cabuya. Este producto es apto para el consumo diario enmarcado en la satisfacción de las necesidades individuales y generales de la sociedad, contribuyendo con la salud de cada uno de los consumidores y dando paso directo a la mejora de la economía.

Gráfico 33. Mapa de la Micro localización del proyecto Canto Pujilí



Elaborado: María José Quintana
Fuente: (Tingo, 2016)

4.3. Ingeniería del Proyecto

Como organización artesanal en la elaboración de caramelos del dulce de cabuya está enfocada al área de la confitería y tiene establecida su política de calidad y seguridad alimentaria que buscan satisfacer las expectativas, necesidades y gustos de los clientes y consumidores a través de adecuados procedimientos de producción, distribución y comercialización de confites con el fin de mejorar constantemente la calidad y con el compromiso de la alta dirección y el desarrollo de nuestra gente.

Se elaboran los productos cumpliendo las normas de calidad, higiene, seguridad de alimentos conforme a los requerimientos legales, regulaciones ambientales y requisitos de los clientes para lograr la satisfacción de nuestros consumidores finales.

De manera permanente se busca mantener y mejorar la calidad de los productos a lo largo del tiempo mediante la constante innovación, adecuación y flexibilización de los procesos.

La empresa está empeñada en la búsqueda y aceptación de los mejores insumos y materias primas que cumplan con los requisitos establecidos para asegurar la calidad y eficiencia de los productos.

a). Producto – Proceso

Proceso de producción de los caramelos

92 Unidades = 400gr = 1 funda

1 hora = 88 fundas

8 horas = 704 fundas

40 horas = 3520 fundas

La producción mensual de la empresa será de 3520 fundas, puesto que la empresa funcionará cinco días a la semana 8 horas diarias, la producción diaria será de 704 fundas de 400 gramos

1. Pesado y medición de los ingredientes 10 Minutos
2. Cocción de la cabuya en ollas de presión 23 min
3. Enfriar 25 min
4. Cortar 15 min
5. Empacado y sellado 15 min

b). Diagrama de flujo del proceso

Cuadro 41. Especificaciones de los diagramas

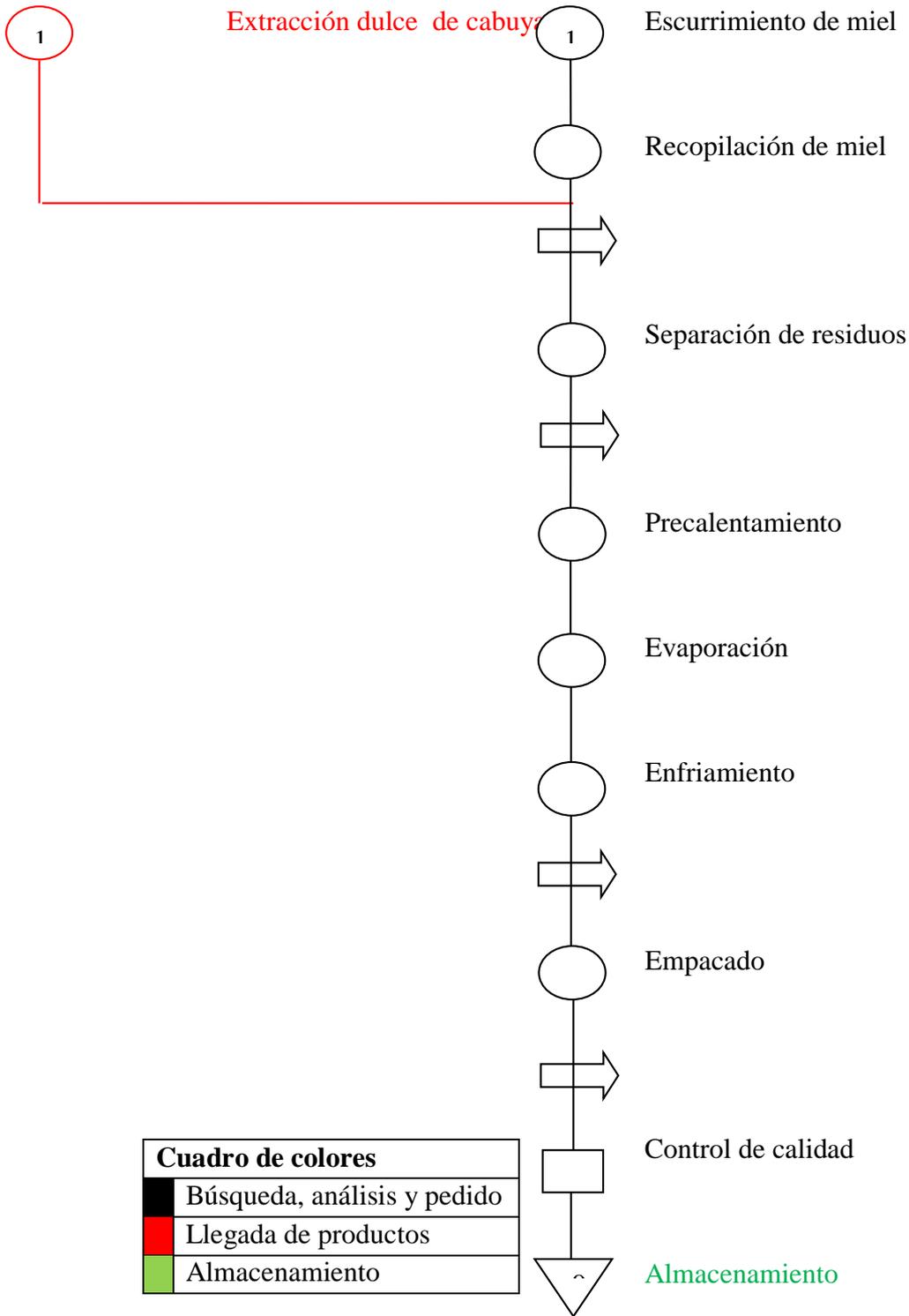
	Operación	Cualquier actividad que de cómo resultado un cambio físico o químico en un producto o algún componente del mismo. Incluye el ensamblaje y desensamblaje del producto
	Inspección	Cualquier comparación o verificación de características contra estándares de calidad o cantidad establecida.
	Transporte	Cualquier movimiento que no sea parte integral de una operación o inspección
	Retraso	Cualquier periodo en el que un componente del producto este esperando para alguna operación, inspección o transporte
	Almacenamiento	Mantener un producto o materia prima en el almacén, hasta que se requiera para su uso o venta.

Elaborado: María José Quintana

Fuente: (Rodríguez, 2011)

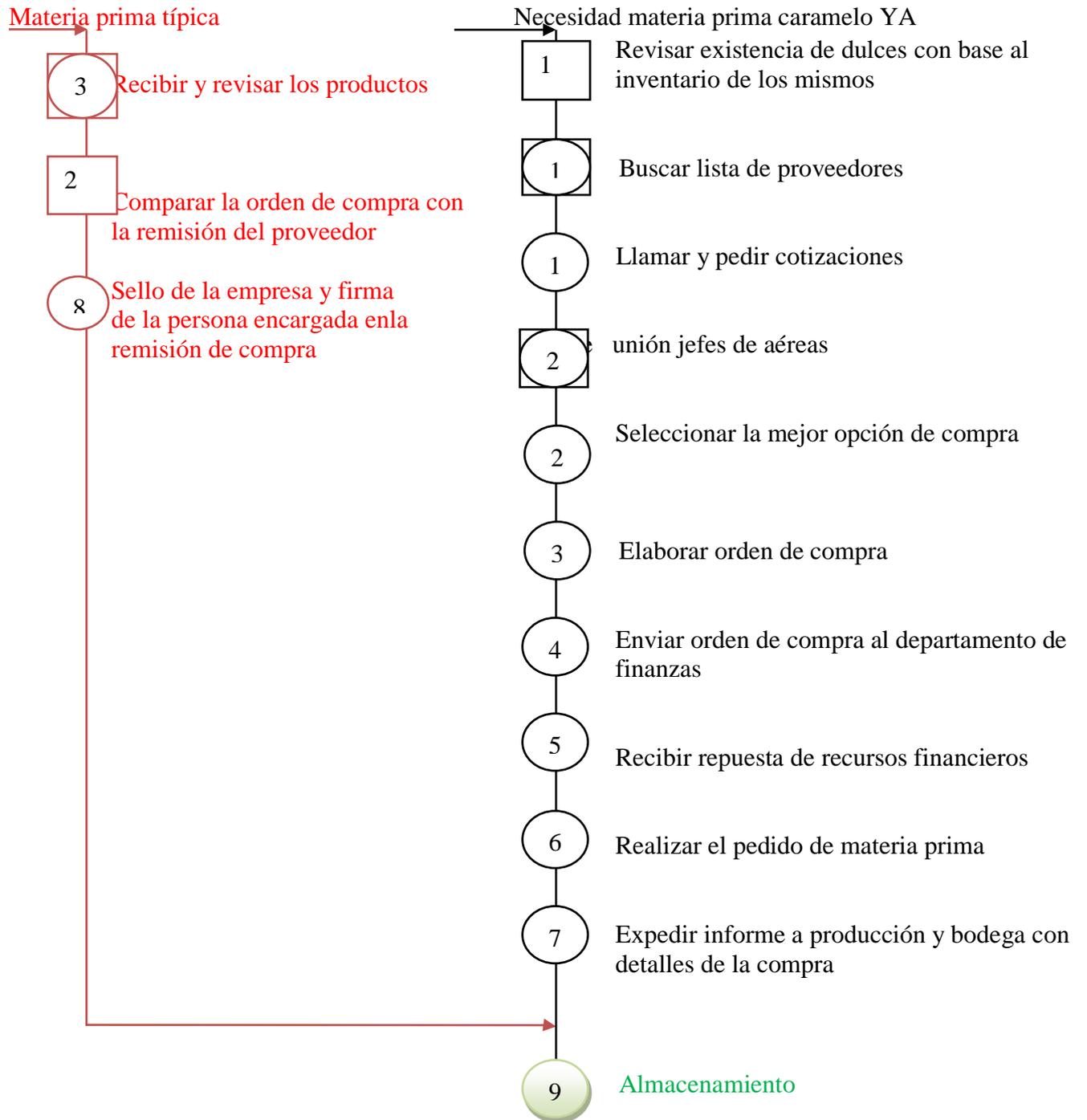
Es necesario diseñar y conocer el proceso productivo del producto que se está elaborando para determinar las diferentes aristas, en tiempos y responsabilidad de diversos costos; por lo tanto esta información brindará la información que determine la capacidad productiva de la empresa.

Gráfico 34. Diagrama de flujo de producción.



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

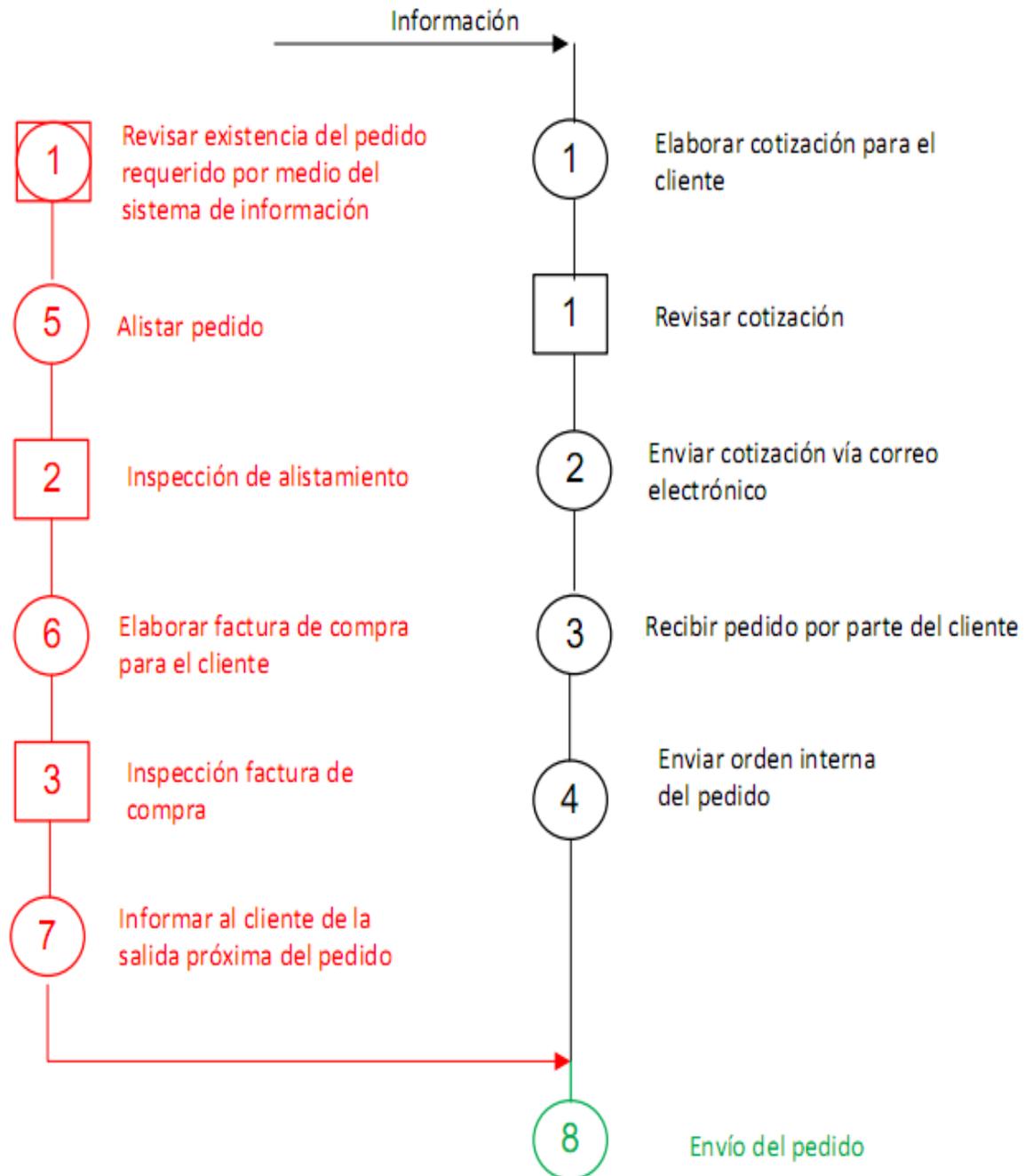
Gráfico 35. Proceso de compras



Cuadro de colores	
	Búsqueda, análisis y pedido
	Llegada de productos
	Almacenamiento

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

Gráfico 36. Comercialización de Caramelo YA



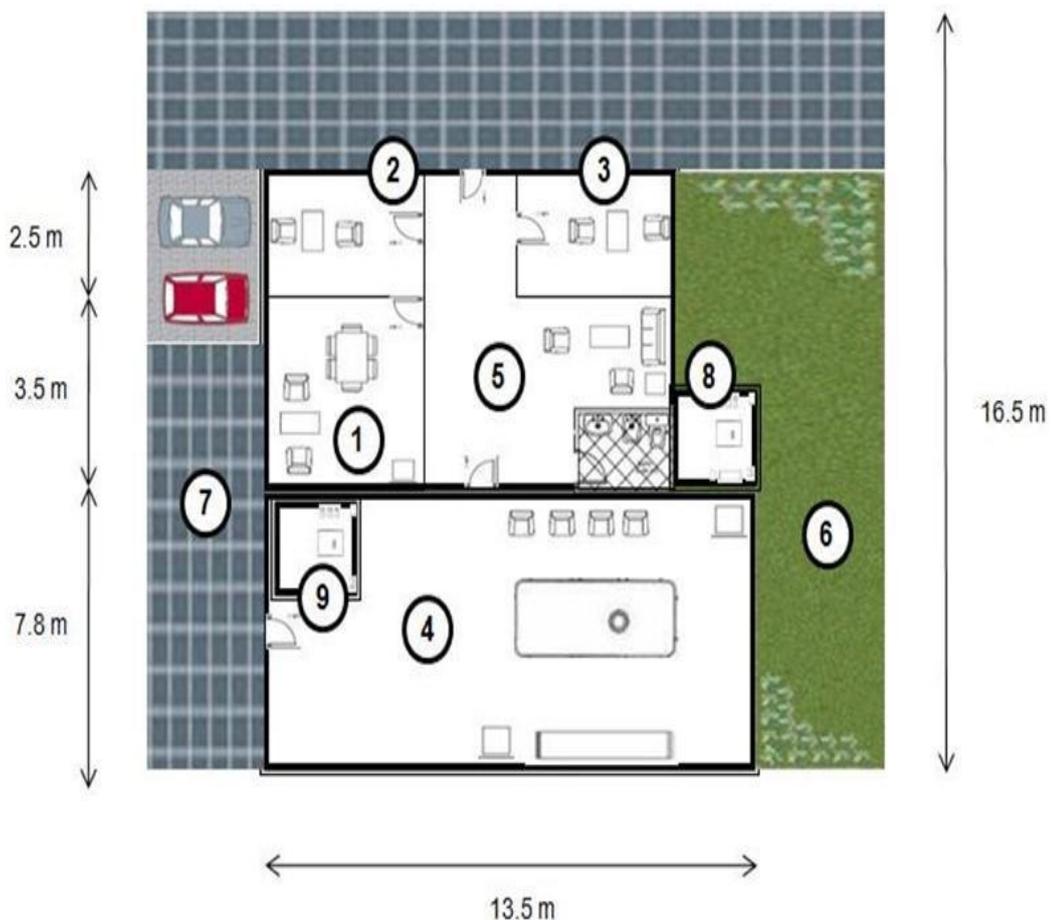
Cuadro de colores	
	Búsqueda, análisis y pedido
	Llegada de pedido
	Envío del pedido

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

c). Periodo operacional estimado de la planta

La gestión de cada planta se basa en la evaluación de índices de gestión, basado en datos generados en tiempo real por parte de todos los operarios, con la filosofía de mejora continua, dando mucho énfasis a la seguridad en todo su contexto. Las áreas están comprometidas a ofrecer a los consumidores productos saludables de alta calidad comercializados sin engaños, etiquetados con claridad y que siempre satisfagan las normas de higiene requeridas en productos de alimentación.

Gráfico 37. Plano de la planta de la empresa caramelo YA S.A



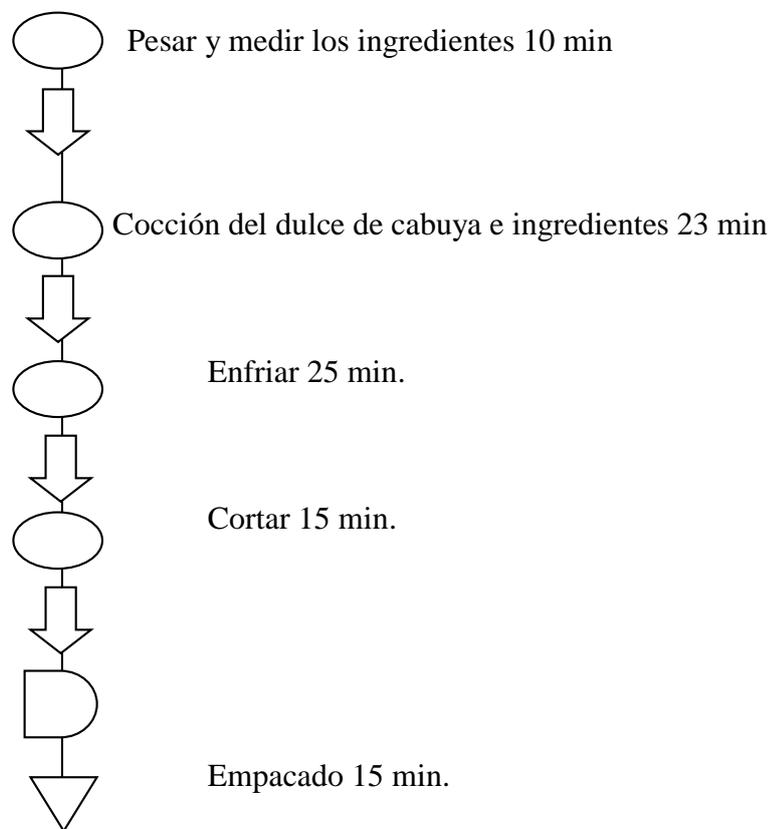
Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

Descripción de la distribución de la planta productora

1. Oficina Gerencia Administrativa
2. Oficina Administrativa
3. Departamento de ventas

4. Planta de procesamiento
5. Sala de espera
6. Jardín
7. Parqueadero
8. Bodega almacenamiento de agua
9. Bodega caramelos caramelo YA

Gráfico 38. Producción del caramelo

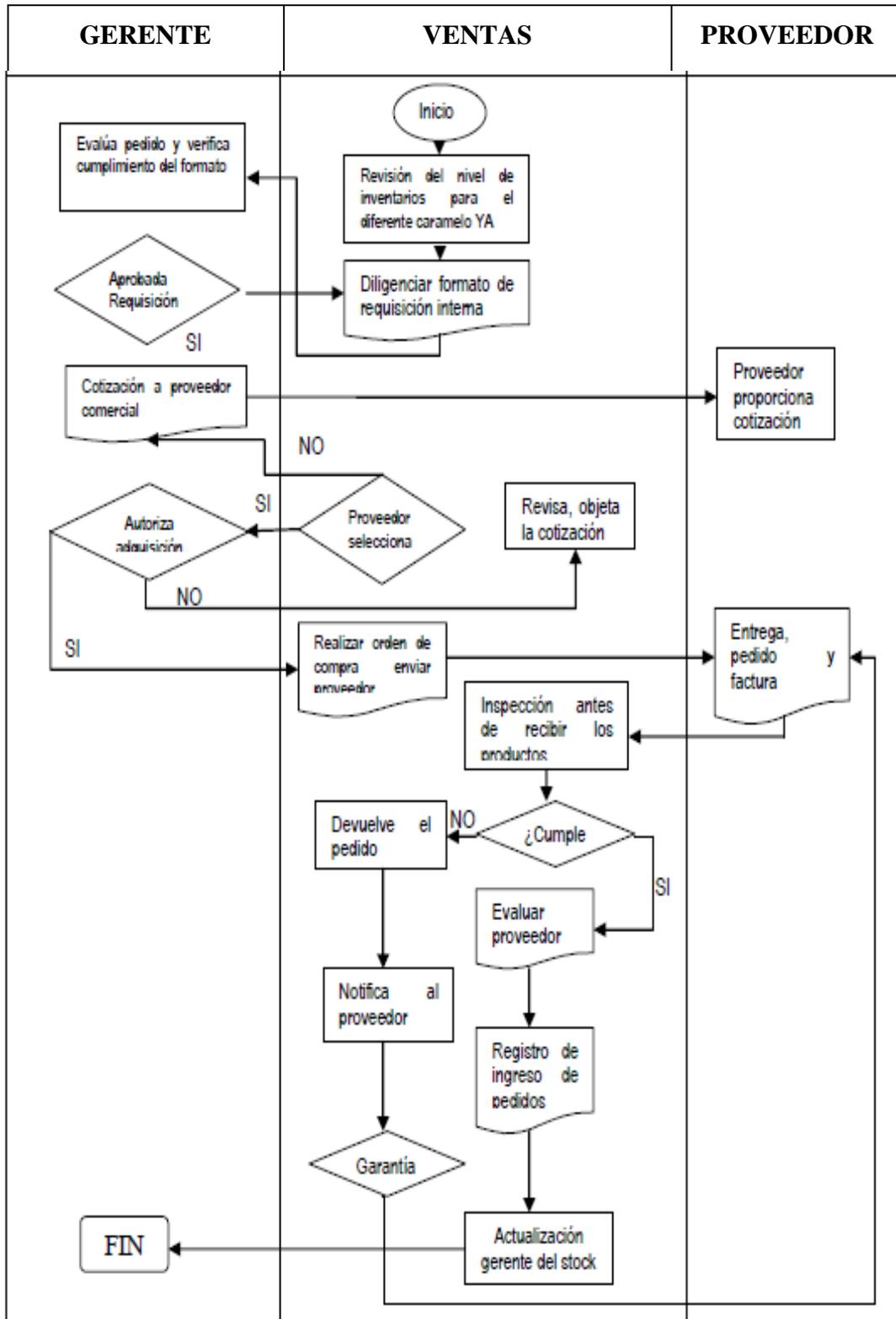


Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

Procesos administrativos

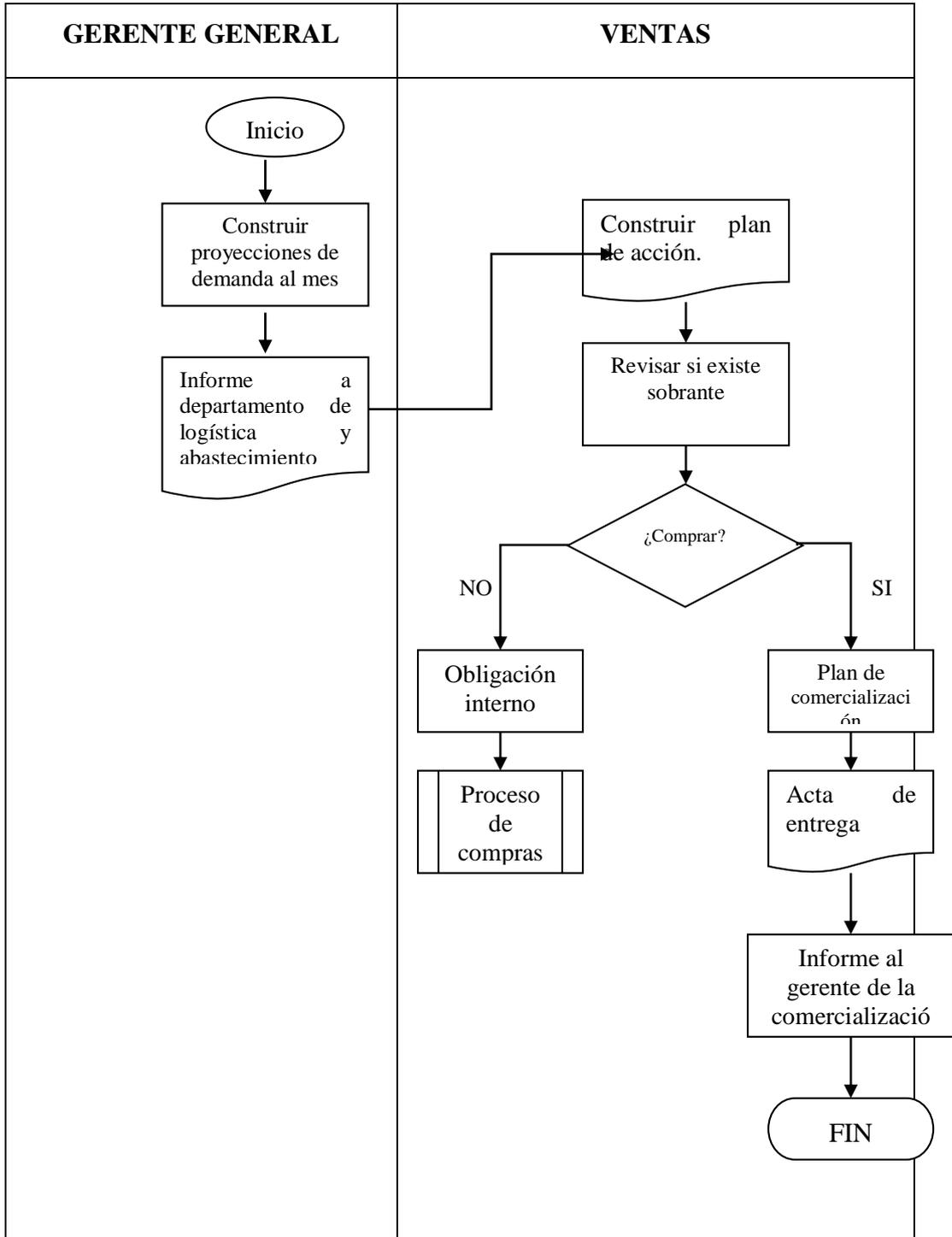
Compras inicia con el departamento de producción – logística y abastecimiento y adicionalmente al gerente administrativo, financiero y los proveedores.

Cuadro 42. Diagrama de flujo del proceso de producción



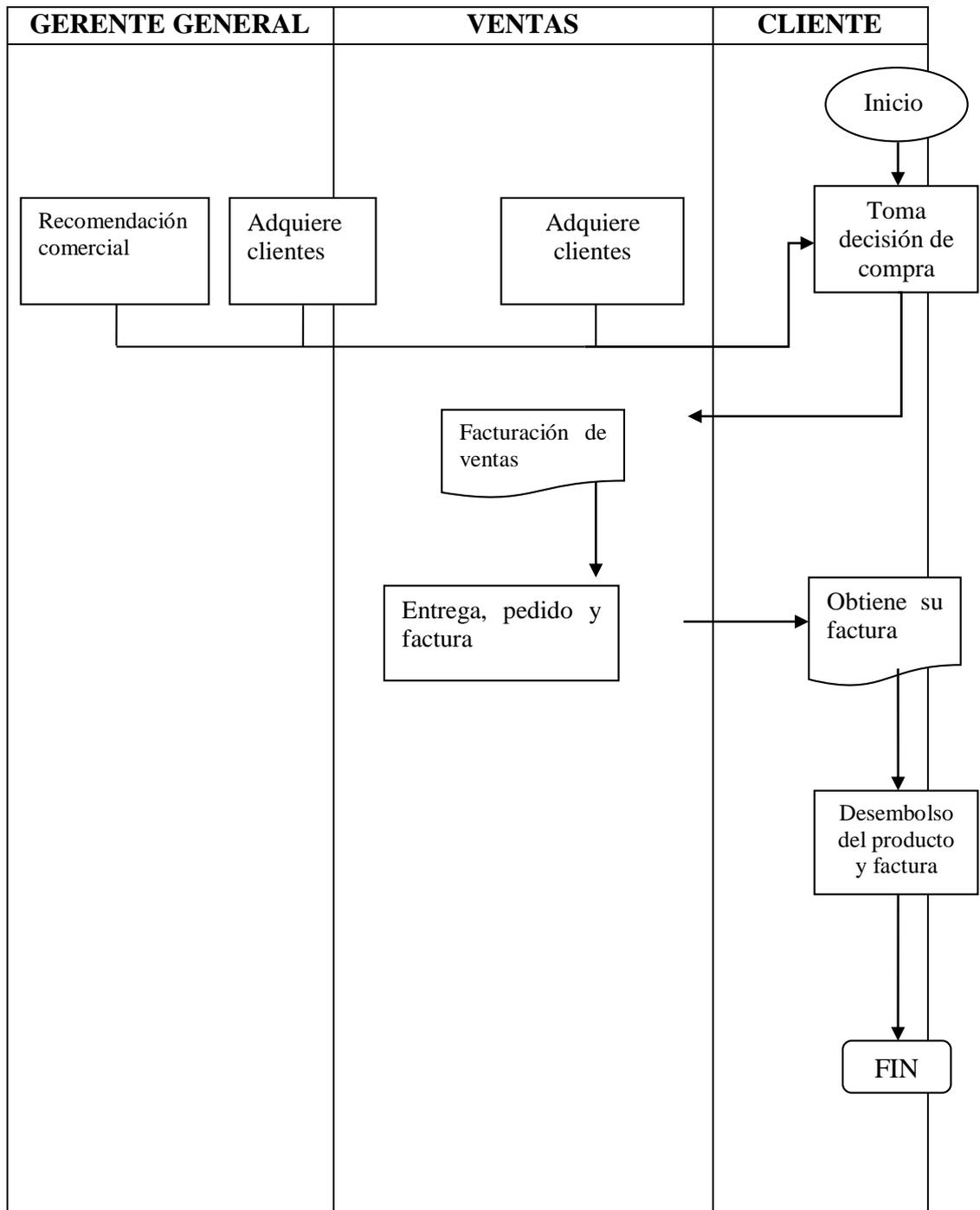
Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

Cuadro 43. Proceso de comercialización



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

Cuadro 44. Procesos de ventas



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos generales

En la actualidad, en nuestro país se ha incorporado en la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo la tarea de la Planificación Nacional de forma participativa, incluyente y coordinada bajo los lineamientos y metas del Buen Vivir, mismo que es una alternativa al modelo económico neoliberal, cuyos principios establecen una sociedad con igualdad, cooperativa y de espíritu solidario, con libertad dónde la sociedad pueda escoger la vida que desea llevar, convivencia fraterna, cohesión social, expansión de capacidades, y democracia representativa, son ante la luz estos principios que la inversión objeto de la investigación tiene que ser desarrollada.

Mejorar la calidad de vida de la población es uno de los objetivos primordiales de este modelo de emprendimiento, ya que proporciona las condiciones adecuadas para el acceso de un habitat seguro e incluyente, fortaleciendo o potenciando el adecuado uso de los recursos naturales para el desarrollo local que permitirá a la población obtener un ingreso. (Semplades, 2013)

Es por eso que hemos puesto en primer plano la producción y comercialización de este caramelo considerando lo siguiente:

El néctar de maguey en la época prehispánica fue el dulce más utilizado y se denominaba tilica, los prehispánicos endulzaban con mieles de abeja, melipona, miel de maguey o de árboles puesto que desconocían el azúcar que proviene de la caña. Los aztecas empleaban la mayor parte de aguamiel que producían para fabricar el néctar del Maguey ya que también era utilizado como remedio energético y de curación para varias enfermedades, pero ante la llegada de los españoles, la miel de agave fue sustituida por el azúcar de caña y en la época de la colonia la explotación del maguey se redujo a la producción.

Este endulzante es de baja viscosidad y altamente soluble que gracias a su alta concentración de Fructosa tiene un nulo crecimiento de bacterias y hongos. Por lo tanto tiene incluso una larga vida.

Los cultivos de la cabuya que se usan en su producción están libres de herbicidas y plaguicidas, los agricultores que proveen la materia prima solo utilizan productos naturales empleando prácticas agrícolas que cumplen con las normas de certificación de productos orgánicos. (Miel de cabuya, 2011)

Misión

Producir y comercializar caramelos realizados de dulce de cabuya en la ciudad de Pujilí cumpliendo las normas de calidad, sanidad, ambiental y en la consecución de proveedores confiables en el mercado de la confitería y así incrementar fuentes de trabajo del sector generando un valor agregado al consumidor final en el bienestar de la salud de las personas dentro de la provincia de Cotopaxi.

Visión

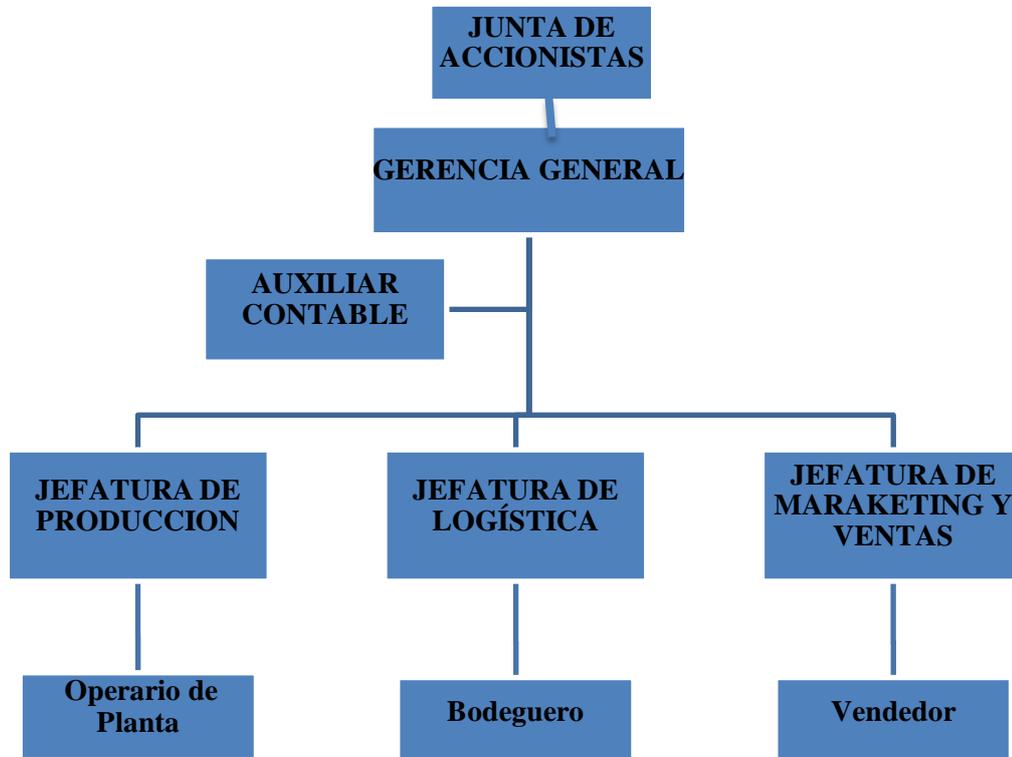
Ser una empresa líder en la provincia de Cotopaxi, de allí a nivel zonal con la ambición de abarcar un mercado nacional, con una calidad de excelencia en la producción y comercialización de caramelos con eficiencia y productividad a los clientes con un servicio basado en las normas de calidad y una operación logística de alto nivel y mejora continua.

Diseño Organizacional

En la fase de organizar, es importante que participen todos los trabajadores de la empresa con la finalidad de que todos ellos comprendan el interés de la alta dirección en su involucramiento. Por lo cual, esta fase consiste en organizar a los trabajadores y directivos en comités y subcomités, con la finalidad de que puedan desarrollar el proceso del diseño organizacional: seleccionar participantes, integrar comités y subcomités, instruir a participantes en el desarrollo de un modelo.

(Calderón & Castaño, 2009)

Gráfico 39. Organigrama estructural de Caramelo YA S.A



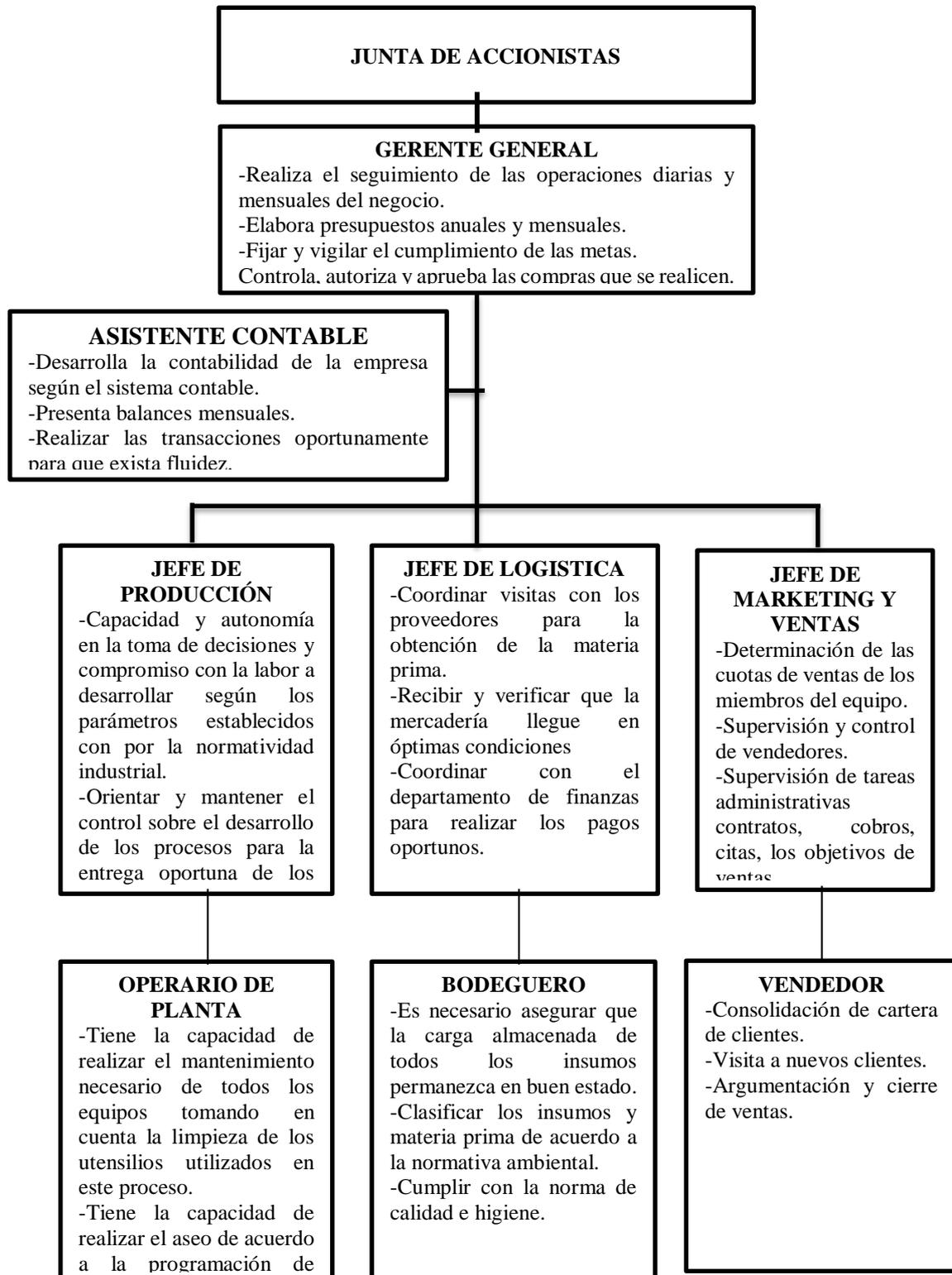
Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigación de campo

La Junta General de socios, quien aprueba las propuestas de los diferentes departamentos y esta agrupada por todos los accionistas legalmente reconocidos, en cual tiene la aprobación o desaprobación en los asuntos de propuestas de negocios y tomar decisiones convenientes en defender los beneficios de la empresa.

5.2. Estructura Funcional

Gráfico 40. Estructura Funcional Caramelo YA S.A

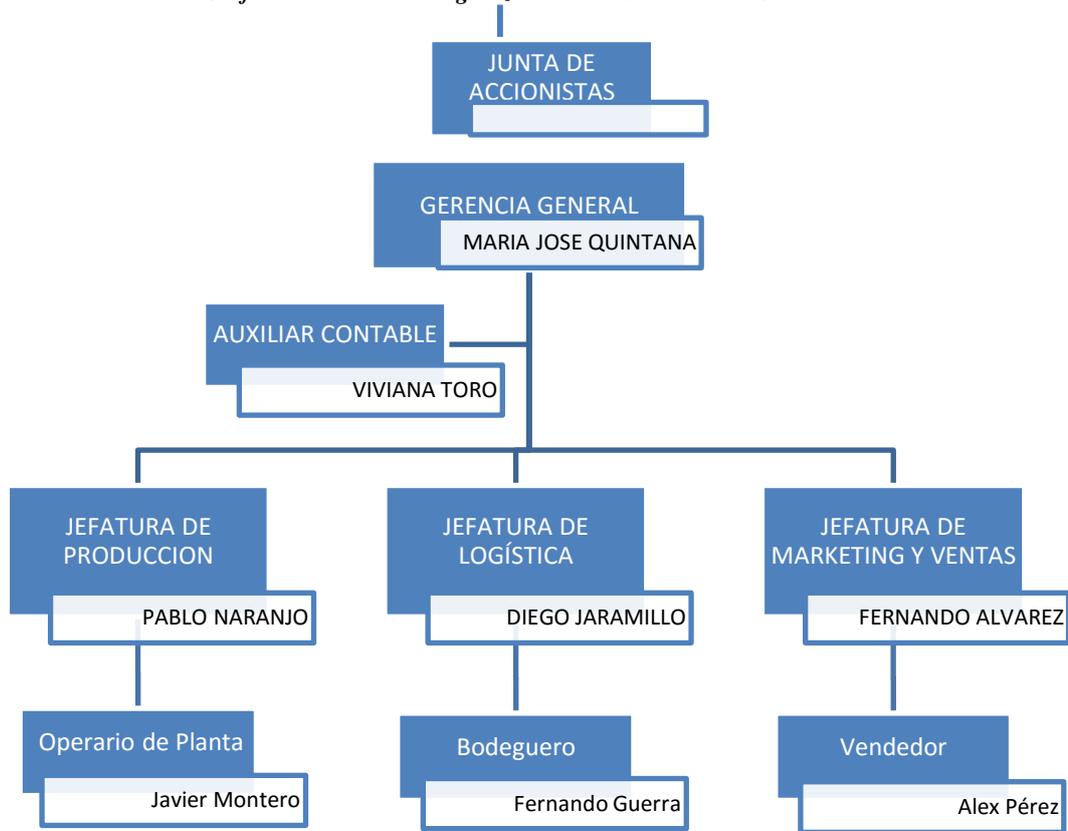


Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

5.3. Estructura Organizacional

Es la distribución formal de los empleos dentro de una organización. Cuando los gerentes desarrollan o cambian la estructura, participan en el diseño organizacional, proceso que involucra decisiones sobre seis elementos clave: especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control, centralización y descentralización y formalización. (Stephen & Coulter, 2010)

Gráfico 41. Estructura organizacional de Caramelo YA S.A



Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

	Unidad Administrativa
	Funcionario
	Línea de Mando – Autoridad
	Coordinación

5.4. Manual de Funciones

Cuadro 45. Funciones Gerente general

Empresa CAMELO YA S.A	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo específico	Gerente General
Numero puesto de trabajo:	1
Jefe inmediato	Junta General de Accionistas
RESUMEN DEL CARGO	
Es la persona que representa de manera legal, la administración del control y el desarrollo de la misma, persona que tiene la función de planificar, organizar, planificar, controlar y evaluar la organización de la empresa de la mejor manera posible cada una de las funciones de las aéreas.	
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar proyectos • Seleccionar al personal. • Coordinar equipos de trabajo • Planear la proyección de la empresa • Crear estrategias en relación con los aspectos financieros, procesos internos y externos con mejora continua. • Planear metas y objetivos a corto, mediano y largo plazo • Planear las funciones de los demás departamentos • Designar responsabilidades a cada miembro de la empresa • Evaluar los estados financieros que presenta el departamento de contabilidad y finanzas. 	
REQUERIMIENTOS DEL CARGO	
Educación	Título: Ingeniero en Administración o carreras afines, comercial, mercadotecnia, gestión empresarial. Conocimientos de organización, planificación, procesos administrativos, contables, talento humano y legal.
Experiencia	Experiencia no indispensable pero si con conocimientos en administración o empresas similares, gestión de recursos, funciones gerenciales, planeación estratégica, organización empresarial que origine el utilidad a la empresa.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> ○ Destrezas para diseñar y controlar el cumplimiento del procedimiento ejecutivo ○ Habilidades para determinar de carácter eficaz metas, a través del desarrollo de planes de acción. ○ Liderar grupos de trabajo con directrices de calidad, efectividad y productividad. ○ Establecer relaciones laborales y relación empresa clientes. ○ Dirigir acciones en función de los objetivos en mención ○ Pensamiento de alternativas en tiempos de crisis por variables en la obtención de los objetivos. ○ Plantear soluciones cuando existe discrepancias de opiniones e ideas. ○ Toma de decisiones efectivas en tiempos oportunos. ○ Expresar de manera clara los informes y de forma planificada.
Responsabilidad	Representar de manera legal y oportuna a la empresa Supervisar los demás cargos de los departamentos o aéreas de trabajo de la empresa Ejercer todo compromiso administrativo asociado
CONDICIONES DE TRABAJO	
Mental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control de impulsos propios y emocionales ▪ Tolerancia y seguridad en sí mismo
Riesgos y de seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ⚡ Riesgos por la naturaleza ⚡ Amenazas tecnológicas ⚡ Riesgos de cambios de costumbres y la sociedad

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigación de campo

Cuadro 46. Funciones Producción

Empresa CARAMELO YA S.A	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo específico	Área: Jefe de Producción
Numero puesto de trabajo:	1
Jefe inmediato	Gerente General
RESUMEN DEL CARGO	
Dirigir las funciones relacionadas con los procesos de la producción de caramelos de la empresa CARAMELO YA, de la misma manera elegir las mejores materias primas, cuidar procesos de preparación, empaquetado y etiquetado; así como la frecuencia de compra y disponibilidad del producto.	
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Elegir la materia prima • Concebir funciones de producción • Instaurar puntos críticos de producción • Asumir procedimientos para su medición y registro • Estipular programas de pedidos y recepción de productos • Controlar niveles de producción en base a estimaciones de la demanda. • Supervisar el área en su totalidad. 	
REQUERIMIENTOS DEL CARGO	
Educación	Título: Ingeniero <ul style="list-style-type: none"> ✓ Industrial, ✓ Administración, ✓ Gestión de procesos, ✓ Alimentos
Experiencia	Experiencia mínima de 1 año en procesos de producción en empresas de confiterías o empresas similares, planeación estratégica, organización en optimización de recursos de la empresa.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> ○ Desarrollar métodos más adecuados para la fabricación de los productos en caramelos ○ Facilitar y regularizar mano de obra en equipo, instalaciones, materiales y herramientas requeridas ○ Perfilar productos que apetece comercializar, tomando las especificaciones requeridas de calidad ○ Fabricar un diseño apto para la elaboración de caramelos o dulces de acuerdo con los detalles solicitada por los clientes.
Responsabilidad	Supervisar la planta de producción y las actividades de la planta de procesamiento en la elaboración y que los subordinados cumplan sus funciones de manera eficaz minimizando los errores y desperdicios.
CONDICIONES DE TRABAJO	
Mental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control de impulsos propios y emocionales ▪ Tolerancia y seguridad en sí mismo
Riesgos y de seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ⚠ Riesgos por la naturaleza ⚠ Amenazas tecnológicas ⚠ Riesgos de cambios de costumbres y la sociedad

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

Cuadro 47. Funciones Contabilidad y finanzas

Empresa CAMELO YA S.A	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo específico	Área Asistente Contable
Numero puesto de trabajo:	1
Jefe inmediato	Gerente General
RESUMEN DEL CARGO	
Mantener las operaciones financieras de la empresa, así como mantener la contabilidad del negocio al día, informar mensualmente los estados financieros y proporcionar los análisis de la empresa por medio de las razones financieras.	
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Presentar los registros diarios, mayor, inventarios, cuentas de bancos, estados financieros a presentar (balance general, estado de resultado y flujo de efectivos), indicadores financieros. • Realizar comparaciones con periodos anteriores • Llevar a cabo el pago de impuestos y trámites legales • Describir y discutir los contratos, licencias, marcas y seguros • Establecer la estructura legal para la operación de la empresa. • Planear inversiones y relaciones con instituciones financieras • Organizar y controlar todas las actividades del área contable y financiera de la empresa. 	
REQUERIMIENTOS DEL CARGO	
Educación	Ingeniero en Contabilidad y auditoria Contador público autorizado
Experiencia	Dos(2) años en cargos similares
Habilidades	Planificación de presupuestos de ingresos y egreso Vigilancias con el cumplimiento de las obligaciones de la empresa: en los balances y estados financieros, e impuestos. Integridad y reserva de la información de los estados financieros de la empresa
Responsabilidad	Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones legales establecidas en el manejo de la contabilidad con las instituciones que las regulan como el SRI, superintendencia de compañías, municipios
CONDICIONES DE TRABAJO	
Mental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control de impulsos propios y emocionales ▪ Tolerancia y seguridad en sí mismo
Riesgos de seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Riesgos por la naturaleza ✚ Amenazas tecnológicas ✚ Riesgos de cambios de costumbres y la sociedad

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigación de campo

Cuadro 48. Funciones Marketing

Empresa CARAMELO YA S.A	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo específico	Área: Marketing
Numero puesto de trabajo:	1
Jefe inmediato	Gerente General
RESUMEN DEL CARGO	
Se ocupara de las estrategias de mercado, como publicidad, promoción, ventas y logística para difundir de manera rápida el producto y acrecentar las ventas, estimulando en los clientes el deseo o la necesidad de adquirirlo.	
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un plan de trabajo • Crear estrategias de promoción • Diseñar estrategias de publicidad y ventas para difundir de la manera más rápida el producto • Evaluar el mercado potencial, así como determinar su crecimiento. • Planear el sistema de distribución. • Determinar la política de precios en conjunto con los demás departamentos que intervienen en la producción y comercialización. • Definir metas • Interactuar con los clientes para establecer un punto de contacto con la empresa • Planear y definir las metas de este departamento. 	
REQUERIMIENTOS DEL CARGO	
Educación	Ingeniero en Marketing
Experiencia	Experiencia de 1 año en cargos similares
Habilidades	Cerrar tratos con los clientes una vez que estos queden convencidos de que desean nuestros productos. Establecer procesos de mercadeo Selección y combinación de medios efectivos para pautar publicidad.
Responsabilidad	Gestión de medios de mercadeo o la comercialización efectiva dentro del entorno para buscar la fidelización del cliente, mediante estrategias para el posicionamiento de nuestro producto
CONDICIONES DE TRABAJO	
Mental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control de impulsos propios y emocionales ▪ Tolerancia y seguridad en sí mismo
Riesgos de seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ⚠ Riesgos por la naturaleza ⚠ Amenazas tecnológicas ⚠ Riesgos de cambios de costumbres y la sociedad

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigación de campo

Cuadro 49. Funciones Logística:

Empresa CAMELO YA S.A	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo específico	Área: Logística
Numero puesto de trabajo:	1
Jefe inmediato	Área de Marketing
RESUMEN DEL CARGO	
<p>Coordinar tácticas para controlar el despacho de productos a tiempos establecido con la confianza de que no se encuentre caducada con un servicio de calidad al cliente. Elaborar informes y planificación para una mejora continua en nuestra distribución optimizando recursos en el mercado para una buena imagen corporativa.</p>	
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar inventarios • Transacción con proveedores • Monitoreo en el control de los productos que no se encuentran caducados • Revisar la cadena de abastecimiento. • Diseñar estrategias de mercadeo, para la optimización de la logística por medio de políticas de mercadeo, • Búsqueda de clientes nuevos. • Revisar el almacenaje y el despacho de productos terminados • Coordinar la reposición en las perchas de nuestros clientes y mantener un mixe de productos. • Controlar el pedido para que no se dupliquen • Analizar las tendencias del mercado en el desarrollo de nuevos productos. 	
REQUERIMIENTOS DEL CARGO	
Educación	Ingeniero: Industrial, Administración, Comercialización o a fines.
Experiencia	1 año en funciones similares y servicio al cliente
Habilidades	Planificar y coordinar actividades Comunicación con el equipo de trabajo Toma de decisiones.
Responsabilidad	Cumplimiento de objetivos en base a la empres Revisar los suministros para la empresa de los departamentos de producción, Marketing.
CONDICIONES DE TRABAJO	
Mental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control de impulsos propios y emocionales ▪ Tolerancia y seguridad en sí mismo
Riesgos de seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ⚠ Riesgos por eventos naturales ⚠ Amenazas tecnológicas ⚠ Riesgos de cambios de costumbres y la sociedad

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigación de campo

Cuadro 50. Funciones Ventas

Empresa CAMELO YA S.A	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo específico	Área: Ventas
Numero puesto de trabajo:	1
Jefe inmediato	Área de Marketing y Ventas
RESUMEN DEL CARGO	
<p>Coordinar tácticas consolidación de cartera de clientes y venta de productos a tiempos establecidos con la confianza de que no se encuentre caducada con un servicio de calidad al cliente. Elaborar informes y planificación para una mejora continua en ventas</p>	
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Consolidación de cartera de clientes. • Visita a nuevos clientes. • Argumentación y cierre de ventas. 	
REQUERIMIENTOS DEL CARGO	
Educación	Ingeniero: Industrial, Comercialización o a fines.
Experiencia	1 año en funciones similares y servicio al cliente
Habilidades	Planificar y coordinar actividades Comunicación con el equipo de trabajo Toma de decisiones.
Responsabilidad	Cumplimiento de objetivos Revisar las ventas para la empresa coordinando con el departamento de Marketing.
CONDICIONES DE TRABAJO	
Mental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control de impulsos propios y emocionales ▪ Tolerancia y seguridad en sí mismo
Riesgos de seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Riesgos por eventos naturales ✚ Amenazas tecnológicas ✚ Riesgos de cambios de costumbres y la sociedad

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

Cuadro 51. Funciones bodega

Empresa CARAMELO YA S.A	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo específico	Área: Bodeguero
Numero puesto de trabajo:	1
Jefe inmediato	Área de Logística
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
BODEGUERO	
<ul style="list-style-type: none"> • Es necesario asegurar que la carga almacenada de todos los insumos permanezca en buen estado. • Clasificar los insumos y materia prima de acuerdo a la normativa ambiental. • Cumplir con la norma de calidad e higiene. 	
REQUERIMIENTOS DEL CARGO	
Educación	Superior
Experiencia	1 año en funciones similares
Habilidades	Planificar y coordinar actividades Comunicación con el equipo de trabajo
Responsabilidad	Cumplimiento de objetivos en base a la empres Revisar los suministros para la empresa de los departamentos de producción, Marketing.
CONDICIONES DE TRABAJO	
Mental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control de impulsos propios y emocionales ▪ Tolerancia y seguridad en sí mismo
Riesgos de seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Riesgos por eventos naturales ✚ Amenazas tecnológicas ✚ Riesgos de cambios de costumbres y la sociedad

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

Cuadro 52. Funciones Producción

Empresa CARAMELO YA S.A	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo específico	Área: Operario de planta
Numero puesto de trabajo:	1
Jefe inmediato	Jefe de Producción
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Tiene la capacidad de realizar el mantenimiento necesario de todos los equipos tomando en cuenta la limpieza de los utensilios utilizados en este proceso. • Tiene la capacidad de realizar el aseo de acuerdo a la programación de tareas. 	
REQUERIMIENTOS DEL CARGO	
Educación	✓ Superior
Experiencia	Experiencia mínima de 1 año en procesos de producción de confiterías o empresas similares, planeación estratégica, organización en optimización de recursos de la empresa.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> ○ Desarrollar métodos más adecuados para la fabricación de los productos en caramelos ○ Facilitar y regularizar mano de obra en equipo, instalaciones, materiales y herramientas requeridas ○ Perfilar productos que apetece comercializar, tomando las especificaciones requeridas de calidad
Responsabilidad	Manejo de la planta de producción y las actividades de la planta de procesamiento en la elaboración de los productos que se realiza en la empresa CARAMELO YA minimizando los errores y desperdicios.
CONDICIONES DE TRABAJO	
Mental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control de impulsos propios y emocionales ▪ Tolerancia y seguridad en sí mismo
Riesgos y de seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Riesgos por la naturaleza ✚ Amenazas tecnológicas ✚ Riesgos de cambios de costumbres y la sociedad

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigación de campo

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

Según Diaz, (2012) “Recoge y cuantifica toda la información que viene de los estudios de mercado, estudios cuantitativos.” El estudio financiero le da reconocer cuanto tiempo necesita para estar libre de todas las deudas, levantar un capital y así lograr la libertad Financiera. Este término es sustancialmente reducido mediante dicho sistema. Estamos hablando de una deuda de 30 años que puede ser eliminada en un espacio de 2 a 10 años (Andaluz, 2014).

Inversiones

Las inversiones que comprometen los recursos de la empresa a largo plazo son inversiones estratégicas. Las inversiones son términos con varias aceptaciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital, y la postergación del consumo. El termino aparece en gestión empresarial, finanzas. Romero, Guzmán, & Guzmán, (2012)

La inversion en la banca representa el destino o utilizacion de los fondos recibidos; son las denominadas operaciones activas mediante las cuales ceden a sus clientes recursos dinerarios o disponibilidades que proceden de los capitales que han recibido de sus clientes o de sus propios recursos financieros. (Salvador & Martínez, (2012).

6.1. Inversiones en activos fijos tangibles

En este subgrupo del activo fijo se clasifican los bienes de una empresa que se pueden tocar o palpar y que pierden valor por su uso. La mayoría de activos fijos que la empresa utiliza en la producción son depreciables. Los edificios, la maquinaria y equipo, los muebles y enceres, los vehículos, las herramientas y los equipos de cómputo son claros ejemplos de estos activos (Guzmán & Romero, 2012).

Parra, (2012) afirma que: “son todos los tipos de inversiones realizadas en bienes tangibles y duraderos para la operación y durante la vida util del proyecto” (pag. 164) son los bienes tangibles y duraderos de la operación de la vida util del proyecto.

Cuadro 53. Inversión en activos fijos tangibles

Cant.	Descripción	V. Unitario	Valor total
1	Prensadora	\$4,000.00	\$4,000.00
1	Cortadora	\$3,000.00	\$3,000.00
3	Cocina industrial	\$500.00	\$1,500.00
2	Horno Industrial	\$1,000.00	\$2,000.00
1	Destiladora	\$2,000.00	\$2,000.00
2	Pailas diámetro 200 cm.	\$1,500.00	\$3,000.00
2	Refrigeración	\$1,100.00	\$2,200.00
2	Batidora	\$500.00	\$1,000.00
1	Congelador	\$1,100.00	\$1,100.00
1	Licuada industrial	\$250.00	\$250.00
1	Extractor	\$180.00	\$180.00
2	Cilindros de gas	\$50.00	\$100.00
1	Extintor de fuego	\$15.00	\$15.00
3	Mesas de cocina para la producción	\$100.00	\$300.00
6	Juegos de Ollas	\$74.00	\$444.00
2	Juego de cuchillos	\$20.00	\$40.00
6	Sartenes	\$90.00	\$540.00
2	Cernidoras	\$10.00	\$20.00
10	Recipientes	\$5.00	\$50.00
4	Mesa de secado	\$100.00	\$400.00
6	Moldes	\$450.00	\$2,700.00
8	Uniformes	\$10.00	\$80.00
1	Laptop HP 15 Core Turbo Bost 2.4 GHz/ 4GB/ 1TB disco duro	\$500.00	\$500.00
1	Impresora Multifuncional	\$150.00	\$150.00
4	Escritorios 150*60 con ext de 75 * 580	\$150.00	\$600.00
3	Sillas de oficina ergonómica	\$35.00	\$105.00
6	Sillas para la sala de espera	\$25.00	\$150.00
6	Muebles de espera	\$90.00	\$540.00
4	Mesas de centro	\$30.00	\$120.00
1	Archivador	\$140.00	\$140.00
1	Suministros y materiales de oficina.	\$100.00	\$100.00
1	Teléfono inalámbrico	\$55.00	\$55.00
1	Teléfono convencional	\$40.00	\$40.00
Total			\$27,419.00

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigación de campo

Depreciación anual

La depreciación es uno de los factores principales que distingue la contabilidad de base devengada de la contabilidad de base efectivo. Si se compra al contado un activo de larga vida la contabilidad de base efectivo trata inmediatamente su costo como gasto. Horngren, Sundem, & Elliott, (2010)

Se detalla la depreciación anual de los diferentes activos fijos:

Cuadro 54. Depreciación activos fijos tangibles

Cant.	Descripción	% Depreciación	Vida Útil años	V. Unitario	Valor total	Valor residual (\$)	Valor a depreciar	Depres. anual (\$)
1	Prensadora	10%	10	\$4,000.00	\$4,000.00	\$400.00	\$3,600.00	\$360.00
1	Cortadora	10%	10	\$3,000.00	\$3,000.00	\$300.00	\$2,700.00	\$270.00
3	Cocina industrial	10%	10	\$500.00	\$1,500.00	\$150.00	\$1,350.00	\$135.00
2	Horno Industrial	10%	10	\$1,000.00	\$2,000.00	\$200.00	\$1,800.00	\$180.00
1	Destiladora	10%	10	\$2,000.00	\$2,000.00	\$200.00	\$1,800.00	\$180.00
2	Pailas diámetro 200 cm.	10%	10	\$1,500.00	\$3,000.00	\$300.00	\$2,700.00	\$270.00
2	Refrigeración	10%	10	\$1,100.00	\$2,200.00	\$220.00	\$1,980.00	\$198.00
2	Batidora	10%	10	\$500.00	\$1,000.00	\$100.00	\$900.00	\$90.00
1	Congelador	10%	10	\$1,100.00	\$1,100.00	\$110.00	\$990.00	\$99.00
1	Licuada industrial	10%	10	\$250.00	\$250.00	\$25.00	\$225.00	\$22.50
1	Extractor	10%	10	\$180.00	\$180.00	\$18.00	\$162.00	\$16.20
2	Cilindros de gas	10%	10	\$50.00	\$100.00	\$10.00	\$90.00	\$9.00
1	Extintor de fuego	10%	10	\$15.00	\$15.00	\$1.50	\$13.50	\$1.35
3	Mesas de cocina para la producción	10%	10	\$100.00	\$300.00	\$30.00	\$270.00	\$27.00
6	Juegos de Ollas	10%	10	\$74.00	\$444.00	\$44.40	\$399.60	\$39.96
2	Juego de cuchillos	10%	10	\$20.00	\$40.00	\$4.00	\$36.00	\$3.60

6	Sartenes	10%	10	\$90.00	\$540.00	\$54.00	\$486.00	\$48.60
2	Cernidoras	10%	10	\$10.00	\$20.00	\$2.00	\$18.00	\$1.80
10	Recipientes	10%	10	\$5.00	\$50.00	\$5.00	\$45.00	\$4.50
4	Mesa de secado	10%	10	\$100.00	\$400.00	\$40.00	\$360.00	\$36.00
6	Moldes	10%	10	\$450.00	\$2,700.00	\$270.00	\$2,430.00	\$243.00
8	Uniformes	10%	10	\$10.00	\$80.00	\$8.00	\$72.00	\$7.20
1	Lapton HP 15 Core Turbo Bost 2.4 GHz/ 4GB/ 1TB disco duro	33%	3	\$500.00	\$500.00	\$165.00	\$330.00	\$110.00
1	Impresora Multifuncional	33%	3	\$150.00	\$150.00	\$49.50	\$99.00	\$33.00
4	Escritorios 150*60 con ext de 75 * 580	10%	10	\$150.00	\$600.00	\$60.00	\$540.00	\$54.00
3	Sillas de oficina ergonómica	10%	10	\$35.00	\$105.00	\$10.50	\$94.50	\$9.45
6	Sillas para la sala de espera	10%	10	\$25.00	\$150.00	\$15.00	\$135.00	\$13.50
6	Muebles de espera	10%	10	\$90.00	\$540.00	\$54.00	\$486.00	\$48.60
4	Mesas de centro	10%	10	\$30.00	\$120.00	\$12.00	\$108.00	\$10.80
1	Archivador	10%	10	\$140.00	\$140.00	\$14.00	\$126.00	\$12.60
1	Suministros y materiales de oficina.	10%	10	\$100.00	\$100.00	\$10.00	\$90.00	\$9.00
1	Teléfono inalámbrico	10%	10	\$55.00	\$55.00	\$5.50	\$49.50	\$4.95
1	Teléfono convencional	10%	10	\$40.00	\$40.00	\$4.00	\$36.00	\$3.60
Total					\$27,419.00			\$2,552.21

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

6.2. Inversiones en activos intangibles

Cuadro 55. Activos fijos intangibles

Descripción	Valor en dólares
Escritura pública de constitución de la empresa	\$300.00
Cuenta de integración de capitales	\$400.00
Nombramiento e inscripción	\$100.00
Patente	\$55.00
Certificado único de habilitación	\$100.00
Permisos del Cuerpo de Bomberos	\$20.00
Permiso de funcionamiento del MSP	\$100.00
TOTAL	\$1,075.00

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

6.3 Inversión en activo circulante o capital de trabajo

Cuadro 56. Inversión en activo circulante

Materia Prima	Costo mensual	Costo anual
Cabuya	\$1,000.00	\$12,000.00
Envase o fundas	\$75.00	\$900.00
Almidón	\$75.00	\$900.00
Mezcla vitamínica	\$100.00	\$1,200.00
Colorantes artificiales	\$50.00	\$600.00
Otros	\$50.00	\$600.00
TOTAL	\$1,350.00	\$16,200.00

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

Cuadro 57. Talento Humano

N°	Cargo	Sueldo	Fondo de reserva	Total Ganado	10mo 3er sueldo	10mo 4to. sueldo	Aporte Patronal 11.15%	Aporte personal 9.35%	Neto a Recibir
1	Gerente	\$400.00	\$33.33	\$433.33	\$36.11	\$30.50	\$48.32	\$40.52	\$392.82
1	Asistente de contabilidad	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$359.43
1	Jefe de producción	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$359.43
1	Jefe de logística	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$359.43
1	Jefe de ventas	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$359.43
1	Obrero	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$359.43
1	Bodeguero	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$359.43
1	Ventas	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$359.43
TOTAL			\$246.83	\$3,208.83					\$2,908.81

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigación de campo

El décimo tercer sueldo se calcula dividiendo el total ganado para 12, y se lo paga hasta el 15 de diciembre de cada año.

El décimo cuarto sueldo se calcula dividiendo un salario mínimo vital para 12, y se lo paga en el mes de septiembre de cada año.

El aporte personal al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es del 9, 35% del total ganado, el descuento es mensual al trabajador.

El aporte patronal al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es del 11,15% del total ganado, el patrono lo aporta mensualmente conjuntamente con lo descontado al trabajador.

El fondo de reserva es igual a la remuneración básica unificada y dividida para 12, se lo paga opcional mensualmente o acumulado y lo puede retirar a los 36 meses del IESS.

El total ganado es el resultado de la remuneración básica unificada más el fondo de reserva y más comisiones.

El total de descuentos se compone del aporte personal más obligaciones por préstamos otorgados por instituciones otros y los más anticipos entregados al trabajador. El valor neto a recibir es igual al total ganado menos el aporte personal y menos el total de descuentos.

Cuadro 58. Capital de operaciones

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Materia prima	\$1,350.00	\$16,200.00
Talento humano	\$2,908.81	\$34,905.69
Total	\$4,258.81	\$51,105.69

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigación de campo

6.4. Resumen de inversiones

Cuadro 59. Inversión total

Descripción	Costo total
Activos fijos tangibles	\$41,573.50
Activos fijos intangibles	\$1,075.00
Capital de operación	\$16,200.00
Total	\$58,848.50

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador

6.5. Financiamiento

Las necesidades de financiamiento a corto plazo dependen de la manera en que el total de efectivo disponible para necesidades se compara con el total de salidas de efectivo más el saldo final de efectivo mínimo deseado. Horngren, Datar, & Foster, (2012) Esta parte del proyecto se dará con el 49.02% de capital propio y el 50.98% restante mediante un crédito en el BanEcuador.

6.5.1. Valor de financiamiento

Cuadro 60. Valores de financiamiento

CONCEPTO	PORCENTAJE	TOTAL
Aporte personal propio	49.02%	28848.50
Financiamiento bancario	50.98 %	30000.00
Total		\$58.848,50

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador

Cuadro 61. Préstamo

Crédito: \$30,000.00		Tasa anual 16.15%				
Tasa mensual: 1.35%		Años 2.50				
Meses 30.00						
PAGO \$1,222.05						
Meses	Saldo inicial	Pago Fijo	Abono a la deuda	Pago Interés	Saldo deuda	
1	\$30,000.00	\$1,222.05	\$403.75	\$818.30	\$29,182	
2	\$29,181.70	\$1,222.05	\$392.74	\$829.31	\$28,352	
3	\$28,352.39	\$1,222.05	\$381.58	\$840.47	\$27,512	
4	\$27,511.92	\$1,222.05	\$370.26	\$851.78	\$26,660	
5	\$26,660.14	\$1,222.05	\$358.80	\$863.25	\$25,797	
6	\$25,796.89	\$1,222.05	\$347.18	\$874.86	\$24,922	
7	\$24,922.03	\$1,222.05	\$335.41	\$886.64	\$24,035	
8	\$24,035.39	\$1,222.05	\$323.48	\$898.57	\$23,137	
9	\$23,136.82	\$1,222.05	\$311.38	\$910.66	\$22,226	
10	\$22,226.16	\$1,222.05	\$299.13	\$922.92	\$21,303	
11	\$21,303.24	\$1,222.05	\$286.71	\$935.34	\$20,368	Pago .año 1 \$14,664.56
12	\$20,367.90	\$1,222.05	\$274.12	\$947.93	\$19,420	
13	\$19,419.97	\$1,222.05	\$261.36	\$960.69	\$18,459	
14	\$18,459.28	\$1,222.05	\$248.43	\$973.62	\$17,486	
15	\$17,485.66	\$1,222.05	\$235.33	\$986.72	\$16,499	
16	\$16,498.95	\$1,222.05	\$222.05	\$1,000.00	\$15,499	
17	\$15,498.95	\$1,222.05	\$208.59	\$1,013.46	\$14,485	
18	\$14,485.49	\$1,222.05	\$194.95	\$1,027.10	\$13,458	
19	\$13,458.39	\$1,222.05	\$181.13	\$1,040.92	\$12,417	
20	\$12,417.47	\$1,222.05	\$167.12	\$1,054.93	\$11,363	
21	\$11,362.54	\$1,222.05	\$152.92	\$1,069.13	\$10,293	
22	\$10,293.42	\$1,222.05	\$138.53	\$1,083.51	\$9,210	
23	\$9,209.90	\$1,222.05	\$123.95	\$1,098.10	\$8,112	Pago año 2 \$14,664.56
24	\$8,111.81	\$1,222.05	\$109.17	\$1,112.88	\$6,999	
25	\$6,998.93	\$1,222.05	\$94.19	\$1,127.85	\$5,871	
26	\$5,871.08	\$1,222.05	\$79.01	\$1,143.03	\$4,728	
27	\$4,728.05	\$1,222.05	\$63.63	\$1,158.42	\$3,570	
28	\$3,569.63	\$1,222.05	\$48.04	\$1,174.01	\$2,396	
29	\$2,395.62	\$1,222.05	\$32.24	\$1,189.81	\$1,206	2 1/2 año \$7,332.28
30	\$1,205.82	\$1,222.05	\$16.23	\$1,205.82	\$0	

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador

6.6. Plan de inversión

Cuadro 62. Plan de inversión

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES			
Cant.	Descripción	V. Unitario	Valor total
1	Prensadora	\$4,000.00	\$4,000.00
1	Cortadora	\$3,000.00	\$3,000.00
3	Cocina industrial	\$500.00	\$1,500.00
2	Horno Industrial	\$1,000.00	\$2,000.00
1	Destiladora	\$2,000.00	\$2,000.00
2	Pailas diámetro 200 cm.	\$1,500.00	\$3,000.00
2	Refrigeración	\$1,100.00	\$2,200.00
2	Batidora	\$500.00	\$1,000.00
1	Congelador	\$1,100.00	\$1,100.00
1	Licuada industrial	\$250.00	\$250.00
1	Extractor	\$180.00	\$180.00
2	Cilindros de gas	\$50.00	\$100.00
1	Extintor de fuego	\$15.00	\$15.00
3	Mesas de cocina para la producción	\$100.00	\$300.00
6	Juegos de Ollas	\$74.00	\$444.00
2	Juego de cuchillos	\$20.00	\$40.00
6	Sartenes	\$90.00	\$540.00
2	Cernidoras	\$10.00	\$20.00
10	Recipientes	\$5.00	\$50.00
4	Mesa de secado	\$100.00	\$400.00
6	Moldes	\$450.00	\$2,700.00
8	Uniformes	\$10.00	\$80.00
1	Lapton HP 15 Core Turbo Bost 2.4 GHz/ 4GB/ 1TB disco duro	\$500.00	\$500.00
1	Impresora Multifuncional	\$150.00	\$150.00
4	Escritorios 150*60 con ext de 75 * 580	\$150.00	\$600.00
3	Sillas de oficina ergonómica	\$35.00	\$105.00
6	Sillas para la sala de espera	\$25.00	\$150.00
6	Muebles de espera	\$90.00	\$540.00
4	Mesas de centro	\$30.00	\$120.00
1	Archivador	\$140.00	\$140.00
1	Suministros y materiales de oficina.	\$100.00	\$100.00
1	Teléfono inalámbrico	\$55.00	\$55.00
1	Teléfono convencional	\$40.00	\$40.00
1	Terreno	\$4,000.00	\$4,000.00
1	Edificio	\$10,154.50	\$10,154.50

	TOTAL	\$41,573.50
ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES		
CAN.	Descripción	Valor en dólares
1	Escritura pública de constitución de la empresa	\$300.00
1	Cuenta de integración de capitales	\$400.00
1	Nombramiento e inscripción	\$100.00
1	Patente	\$55.00
1	Certificado único de habilitación	\$100.00
1	Permisos del Cuerpo de Bomberos	\$20.00
1	Permiso de funcionamiento del MSP	\$100.00
TOTAL		\$1,075.00

CAPITAL DE TRABAJO		
Materia Prima	Costo mensual	Costo anual
Cabuya	\$1,000.00	\$12,000.00
Envase o fundas	\$75.00	\$900.00
Almidón	\$75.00	\$900.00
Mezcla vitamínica	\$100.00	\$1,200.00
Colorantes artificiales	\$50.00	\$600.00
Otros	\$50.00	\$600.00
TOTAL	\$1,350.00	\$16,200.00

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cargo	Neto a Recibir Mensual(\$)	Neto recibir Anual (\$)
Gerente	\$392.82	\$4,713.80
Asiste de contabilidad	\$359.43	\$4,313.13
Jefe de producción	\$359.43	\$4,313.13
Jefe de logística	\$359.43	\$4,313.13
Jefe de ventas	\$359.43	\$4,313.13
Obrero	\$359.43	\$4,313.13
Bodeguero	\$359.43	\$4,313.13
Ventas	\$359.43	\$4,313.13
TOTAL	\$2,908.81	\$34,905.71
TOTAL		\$93,754.21

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador

6.7. Presupuesto gastos e ingresos

Cuadro 63. Presupuesto de gastos administrativos

N°	Cargo	Sueldo	Fondo de reserva	Total Ganado	10mo 3er sueldo	10mo 4to. sueldo	Aporte Patronal 11.15%	Aporte personal 9.35%	Neto a Recibir ANUAL
1	Gerente	\$400.00	\$33.33	\$433.33	\$36.11	\$30.50	\$48.32	\$40.52	\$4,713.80
1	Asiste de contabilidad	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$4,313.13
1	Jefe de producción	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$4,313.13
1	Jefe de logística	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$4,313.13
1	Jefe de ventas	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$4,313.13
1	Obrero	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$4,313.13
1	Bodeguero	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$4,313.13
1	Ventas	\$366.00	\$30.50	\$396.50	\$33.04	\$30.50	\$44.21	\$37.07	\$4,313.13
TOTAL			\$246.83	\$3,208.83					\$34,905.69

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador

Cuadro 64. Gastos publicitarios

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor total
6000	Volantes	\$0.10	\$600.00
1	Community Manager 1 año	\$1,200.00	\$1,200.00
3	Radio	\$450.00	\$1,350.00
TOTAL			\$3,150.00

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador

6.7.1. Situación Financiera actual

Cuadro 65. Situación Financiera actual

Concepto	
ACTIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	\$30.000,00
Inventario de materias primas	\$16.200,00
Total activos corrientes	\$46.200,00
ACTIVOS FIJOS	
Maquinarias y equipo	\$20.345,00
Muebles y encerres	\$4.574,00
Muebles de oficina	\$2.500,00
Depreciación acumulada	-\$ 2.552,21
Total activos fijos	\$24.866,79
INTANGIBLES	
Gastos de constitución	\$1.075,00
Total intangibles	\$1.075,00
TOTAL ACTIVOS	\$72.141,79
PASIVO CORRIENTE	
Obligaciones corto plazo	\$14.664,56
Total pasivo corriente	\$14.664,56
PASIVO A LARGO PLAZO	
Obligaciones financieras largo plazo	\$21.996,85
Total pasivo largo plazo	\$21.996,85
TOTAL PASIVO	\$36.661,41
PATRIMONIO	
Capital Social	\$28.848,50
Utilidad del Ejercicio	\$6.631,88
Total Patrimonio	\$35.480,38
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$72.141,79

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigación de campo

6.7.2. Situación financiera proyectada

BASES DE PROYECCIONES.- De acuerdo al estudio de mercado, a continuación se incluye los productos, su cantidad a vender y precios correspondientes al primer año: Parámetros bajos los cuales se realizarán las proyecciones financieras son los siguientes:

Cuadro 66. Situación financiera proyectada

Concepto		2017	2018	2019	2020
ACTIVO CORRIENTE		4,99%	6%	7%	8%
Caja y Bancos	\$30.000,00	31495,98	31800,00	34026,00	36748,08
Inventario de materias primas	\$16.200,00	17007,83	17172,00	18374,04	19843,96
Total activos corrientes	\$46.200,00	\$48.503,80	\$48.972,00	\$52.400,04	\$56.592,04
ACTIVOS FIJOS					
Maquinarias y equipo	\$20.345,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Muebles y encerados	\$4.574,00	\$4.574,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Muebles de oficina	\$2.500,00	\$2.500,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Depreciación acumulada	-\$ 2.552,21	\$ 2.552,21	-\$ 2.552,21	-\$ 2.552,21	-\$ 2.552,21
Total activos fijos	\$24.866,79	\$9.626,21	-\$2.552,21	-\$2.552,21	-\$2.552,21
INTANGIBLES					
Gastos de constitución	\$1.075,00	\$1.075,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total intangibles	\$1.075,00	\$ 1.075,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL ACTIVOS	\$72.141,79	\$59.205,01	\$46.419,79	\$49.847,83	\$54.039,83
PASIVO CORRIENTE					
Obligaciones corto plazo	\$14.664,56	\$ 14.664,56	\$ 7.332,28	\$ 0,00	\$ 0,00
Total pasivo corriente	\$14.664,56	\$ 14.664,56	\$ 7.332,28	\$ 0,00	\$ 0,00
PASIVO A LARGO PLAZO					
Obligaciones financieras largo plazo	\$21.996,85	\$ 7.332,28	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total pasivo largo plazo	\$21.996,85	\$ 7.332,28	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL PASIVO	\$36.661,41	\$ 21.996,85	\$ 7.332,28	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO					
Capital Social	\$28.848,50	\$28.848,50	\$28.848,50	\$28.848,50	\$28.848,50
Utilidad del Ejercicio	\$6.631,88	\$8.359,67	\$10.239,01	\$20.999,33	\$25.191,33
Total Patrimonio	\$35.480,38	\$37.208,17	\$39.087,51	\$49.847,83	\$54.039,83
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$72.141,79	\$59.205,01	\$46.419,79	\$49.847,83	\$54.039,83

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

Cuadro 67. Presupuesto de ingresos

Ingresos Brutos	
Año 1	\$72000.00
Año 2	\$76320.00
Año 3	\$80899.20
Año 4	\$86562.14
Año 5	93487.12
\$ 409.268,46	

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador

6.7.3. Estado de Resultados proyectados

Cuadro 68. Estado de Resultados proyectados

Concepto	Año 1	6,00%	6,00%	7,00%	8,00%
		Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Ventas netas</i>	\$ 72.000,00	\$ 76.320,00	\$ 80.899,20	\$ 86.562,14	\$ 93.487,12
<i>(-)Costo de ventas</i>	\$ 16.200,00	\$ 17.172,00	\$ 18.202,32	\$ 19.476,48	\$ 21.034,60
(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 55.800,00	\$ 59.148,00	\$ 62.696,88	\$ 67.085,66	\$ 72.452,51
<i>(-)Gastos operacionales</i>	<i>\$ 45.397,05</i>	<i>\$ 46.034,80</i>	<i>\$ 46.752,10</i>	<i>\$ 49.668,06</i>	<i>\$ 53.641,50</i>
<i>(-)Gastos administrativos</i>	<i>\$ 38.162,52</i>	<i>\$ 40.452,27</i>	<i>\$ 42.879,40</i>	<i>\$ 45.880,96</i>	<i>\$ 49.551,44</i>
<i>Sueldos</i>	<i>\$ 34.905,69</i>	<i>\$ 37.000,03</i>	<i>\$ 39.220,03</i>	<i>\$ 41.965,43</i>	<i>\$ 45.322,67</i>
<i>Aporte al IESS</i>	<i>\$ 357,78</i>	<i>\$ 379,25</i>	<i>\$ 402,01</i>	<i>\$ 430,15</i>	<i>\$ 464,56</i>
<i>Beneficios sociales</i>	<i>\$ 246,83</i>	<i>\$ 261,64</i>	<i>\$ 277,34</i>	<i>\$ 296,76</i>	<i>\$ 320,50</i>
<i>Notarios y Registrador</i>	<i>\$ 100,00</i>	<i>\$ 106,00</i>	<i>\$ 112,36</i>	<i>\$ 120,23</i>	<i>\$ 129,84</i>
<i>Depreciaciones</i>	<i>\$ 2.552,21</i>	<i>\$ 2.705,34</i>	<i>\$ 2.867,66</i>	<i>\$ 3.068,40</i>	<i>\$ 3.313,87</i>
<i>(-)Gasto de ventas</i>	<i>\$ 3.150,00</i>	<i>\$ 3.339,00</i>	<i>\$ 3.539,34</i>	<i>\$ 3.787,09</i>	<i>\$ 4.090,06</i>
<i>Publicidad</i>	<i>\$ 3.150,00</i>	<i>\$ 3.339,00</i>	<i>\$ 3.539,34</i>	<i>\$ 3.787,09</i>	<i>\$ 4.090,06</i>
<i>(-)Gastos financieros</i>	<i>\$ 4.084,53</i>	<i>\$ 2.243,53</i>	<i>\$ 333,35</i>	<i>\$ 0,00</i>	<i>\$ 0,00</i>
<i>Intereses financieros</i>	<i>\$ 4.084,53</i>	<i>\$ 2.243,53</i>	<i>\$ 333,35</i>	<i>\$ 0,00</i>	<i>\$ 0,00</i>
(=)UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 10.402,95	\$ 13.113,20	\$ 15.944,78	\$ 17.417,61	\$ 18.811,01
<i>(+)Otros ingresos</i>	<i>\$ 0,00</i>	<i>\$ 0,00</i>	<i>\$ 116,40</i>	<i>\$ 15.522,52</i>	<i>\$ 20.704,80</i>
<i>(-)Otros gastos</i>	<i>\$ 0,00</i>				
UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES	\$ 10.402,95	\$ 13.113,20	\$ 16.061,18	\$ 32.940,13	\$ 39.515,81
<i>15% Utilidad de los trabajadores</i>	<i>\$ 1.560,44</i>	<i>\$ 1.966,98</i>	<i>\$ 2.409,18</i>	<i>\$ 4.941,02</i>	<i>\$ 5.927,37</i>
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 8.842,51	\$ 11.146,22	\$ 13.652,01	\$ 27.999,11	\$ 33.588,44
<i>25% Impuesto a la Renta</i>	<i>\$ 2.210,63</i>	<i>\$ 2.786,56</i>	<i>\$ 3.413,00</i>	<i>\$ 6.999,78</i>	<i>\$ 8.397,11</i>
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 6.631,88	\$ 8.359,67	\$ 10.239,01	\$ 20.999,33	\$ 25.191,33

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador

6.7.5. Flujo de caja.

Cuadro 69. Flujo de caja.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO INICIAL DE CAJA					
INGRESOS:					
Ingresos x venta	\$ 72.000,00	\$ 76.320,00	\$ 80.899,20	\$ 86.562,14	\$ 93.487,12
Préstamos recibidos	\$ 14.664,56	\$ 14.664,56	\$ 7.332,28	\$ 0,00	\$ 0,00
Aporte de socios	\$ 28.848,50	\$ 28.848,50	\$ 28.848,50	\$ 28.848,50	\$ 28.848,50
TOTAL INGRESOS	\$ 115.513,06	\$ 119.833,06	\$ 117.079,98	\$ 115.410,64	\$ 122.335,62
EGRESOS					
Inversión fija tangible	\$ 27.419,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Inversión fija intangible	\$ 1.075,00	\$ 575,00	\$ 575,00	\$ 575,00	\$ 575,00
Capital de operaciones	\$ 51.105,69	\$ 51.105,69	\$ 51.105,69	\$ 51.105,69	\$ 51.105,69
P. Prest. Sociales y aportes parafiscales	\$ 1.560,44	\$ 1,116,02	\$ 1,116,02	\$ 1,116,02	\$ 1,116,02
Egresos x pago de Impuesto de renta	\$ 2.210,63	\$ 2.786,56	\$ 3.413,00	\$ 6.999,78	\$ 8.397,11
Pago de obligaciones financieros	\$ 4.084,53	\$ 2.243,53	\$ 333,35	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL EGRESOS	\$ 87.455,29	\$ 56.135,77	\$ 54.852,04	\$ 58.105,47	\$ 59.502,80
Flujo de caja	\$ 28.057,77	\$ 63.697,29	\$ 62.227,94	\$ 57.305,17	\$ 62.832,82

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador

6.8. Punto de Equilibrio

Otras Previsiones Financieras

Incluimos el cálculo del punto muerto o punto de equilibrio y de alguna otra ratio que se estime conveniente:

En unidades físicas.

Contamos con una producción esperada de 30000 Unidades de caramelos de cabuya.

1. *Determinar el costo total del producto*

$$CV + (CF/\text{producción esperada}) = \text{Costo Total (CT)}$$

2. *Porcentaje de Ganancia deseado*

50 % (para igualar el precio a productos sustitutos).

3. *Precio de venta a los clientes*

$$\text{Costo Total} + (\text{CT} * \% \text{ de ganancia}) = \text{Precio de Venta}$$

Cuadro 70. Costos

Costos fijos	\$ 1673.00
Costos Variables	\$ 2.05
Costo Total	\$ 2.11
Precio de venta	\$ 3.16

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador

Punto de equilibrio en productos

$$\text{Costos Fijos} / (\text{Precio de venta} - \text{Costos Totales}) = \text{Punto de Equilibrio}$$

$$1673.00 / (3.16 - 2.11) = \mathbf{1587 \text{ fundas}}$$

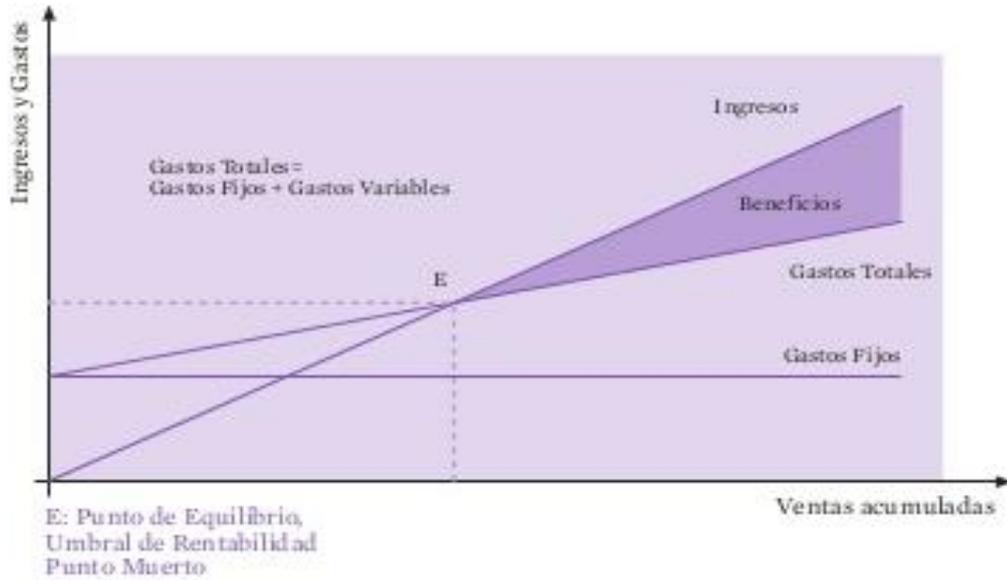
Punto de equilibrio en fondo monetario

$$\text{Precio al minorista} + (\text{precio minorista} * \% \text{ ganancia minorista})$$

$$3.16 + (3.16 * 25\%) = \mathbf{3.95 \text{ dólares americanos}}$$

El punto de equilibrio se considera con las estimaciones hechas hasta el momento

Gráfico 42. Punto de Equilibrio



Fuente: (Casillas & Martí, 2011)

6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos

Tipo de interés que se utiliza para descontar al momento actual flujos de caja futuros. Redondo & Gonzales, (2013)

Se considera la tasa de descuento de 11.82 % que es la tasa activa para las PYMES. (Ecuador, 2016)

Cuadro 71. Tasas evaluación de proyectos

Tasa de descuento	11.82%
Tasa de interés activa	11.82%

Elaborado: María José Quintana
Fuente: BCE

6.10 Valor presente neto o valor actual neto (VAN)

Para esto utilizaremos la siguiente formula.

$$VAN = -I + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{E_n}{(1+i)^n} + \frac{VR}{(1+i)^n}$$

Cuadro 72. 100

Inversión		62,963.46	98,602.98	97,133.63	92,210.86	97,738.51
Tasa de interés	11.82%		$(1+0,1182)^1$	$(1+0,1182)^2$	$(1+0,1182)^3$	$(1+0,1182)^4$
			1.1	1.2503	1.3981	1.5634
Inversión		62963.46	98602.98	97133.63	92210.86	97738.51
Tasa de interés	11.82%		1.118200	1.250371	1.398165	1.563428
			88180.09	77683.83	65951.34	62515.51
VAN POSITIVO			231367.31			
Inversión		62,963.46	98,602.98	97,133.63	92,210.86	97,738.51
Tasa de interés	11.82%		$(1+2.2)^1$	$(1+2.2)^2$	$(1+2.2)^3$	$(1+2.2)^4$
			3.2	10.24	32.768	104.8576
Inversión		62963.46	98602.98007	97133.62937	92210.86341	97738.50963
Tasa de interés	220%		3.2	10.24	32.768	104.8576
			30813.43	9485.71	2814.05	932.11
VAN NEGATIVO			-18918.17			

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

6.11. Indicadores Financieros

Capital de trabajo = Activo corriente – pasivo corriente

La empresa cuenta con un capital neto de trabajo de \$31535.44 dólares americanos para sus operaciones luego de afrontar sus deudas a corto plazo.

$$\text{Razón corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

La proyección de la empresa en el primer año cuenta con un activo circulante de \$3.15 dólares americanos para respaldar cada dólar de deuda a corto plazo.

$$\text{Prueba acida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$$

De este porcentaje del 205% representa el grado de liquidez que puede cubrir retirando los inventarios que no se convierten en ventas o en efectivo.

Razones de endeudamiento

$$\text{Nivel de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activo corriente}}$$

Por cada dólar que la empresa tiene de activos que es igual al 79.35% son financiados por los acreedores, entre el banco.

$$\text{Concentración del endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Pasivo Total}}$$

La composición del pasivo total es de un 91% corriente y un 9% a largo plazo.

6.12. Tasa beneficio – costo

Cuadro 73. Tasa beneficio – costo

Tasa Beneficio –Costo						
Años	Flujo de efectivo	Ingresos	Costos	Tasa de interés 11.82%	Ingresos actualizados	Costos actualizados
0	62963.46	115513.06	61176.43	1.1182	103302.69	54709.74
1	98602.98	119833.06	60513.47	1.2503	95837.99	48396.40
2	97133.63	117079.98	59852.01	1.3981	83738.31	42807.54
3	92210.86	115410.64	61062.91	1.5634	73818.96	39057.06
4	97738.51	122335.62	62951.32	1.7482	69977.03	36008.69
					426674.97	220979.44
					Relación B/C	1.93

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

6.13. Periodo de recuperación de la inversión

Cuadro 74. Periodo de recuperación de la inversión

	Año de recuperación				
	0	1	2	3	4
	62963.46	98602.98	97133.63	92210.86	97738.51
Años	0.65	6 meses			
Meses	9.00	9 meses			
TOTAL		15 meses			

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

6.14. Tasa interna de retorno

$$TIR = Tm + (TM - Tm) \frac{Van Tm}{VanTm - Van TM}$$

Según cálculos anteriores en el VAN podemos decir:

Donde:

$$Tm = 11.82\%$$

$$TM = 220\%$$

$$VanTm = 231367.31$$

$$VanTM = -18918.17$$

$$TIR = 11.82\% + (220\% - 11.82\%) \frac{231367.31}{231367.31 - (-18918.17)}$$

$$TIR = (200\%) \left(\frac{231367.31}{231367.31 - 18918.17} \right)$$

$$TIR = (200\%) \left(\frac{231367.31}{250285.48} \right)$$

$$TIR = (220\%) (0.9244136)$$

$$\mathbf{TIR = 203.37\%}$$

6.15. Análisis de sensibilidad

Cuadro 75. Análisis de sensibilidad con 5% de incremento en las ventas.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO INICIAL DE CAJA					
INGRESOS:					
Ingresos x venta	\$ 75,600.00	\$ 80,136.00	\$ 84,944.16	\$ 90,890.25	\$ 98,161.48
Préstamos recibidos	\$ 14,664.56	\$ 14,664.56	\$ 7,332.28	\$ 0.00	\$ 0.00
Aporte de socios	\$ 28,848.50	\$ 28,848.50	\$ 28,848.50	\$ 28,848.50	\$ 28,848.50
TOTAL INGRESOS	\$ 119,113.06	\$ 123,649.06	\$ 121,124.94	\$ 119,738.75	\$ 127,009.98
EGRESOS					
Inversión fija tangible	\$ 27,419.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Inversión fija intangible	\$ 1,075.00	\$ 575.00	\$ 575.00	\$ 575.00	\$ 575.00
Capital de operaciones	\$ 16,200.00	\$ 16,200.00	\$ 16,200.00	\$ 16,200.00	\$ 16,200.00
P. Prest. Sociales y aportes parafiscales	\$ 1,560.44	\$ 1,116.02	\$ 1,116.02	\$ 1,116.02	\$ 1,116.02
Egresos x pago de Impuesto de renta	\$ 2,210.63	\$ 2,786.56	\$ 3,413.00	\$ 6,999.78	\$ 8,397.11
Pago de obligaciones financieros	\$ 4,084.53	\$ 2,243.53	\$ 333.35	\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL EGRESOS	\$ 52,549.60	\$ 21,230.08	\$ 19,946.35	\$ 23,199.78	\$ 24,597.11
Flujo de caja	\$ 66,563.46	\$ 102,418.98	\$ 101,178.59	\$ 96,538.97	\$ 102,412.87
VAN POSITIVO	240500.32				
VAN NEGATIVO	-20753.99				
TIR	202.5%				

Elaborado: María José Quintana

Fuente: Investigador

Cuadro 76. Análisis de sensibilidad con 5% de incremento en las ventas y costos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO INICIAL DE CAJA					
INGRESOS:					
Ingresos x venta	\$ 75,600.00	\$ 80,136.00	\$ 84,944.16	\$ 90,890.25	\$ 98,161.48
Préstamos recibidos	\$ 14,664.56	\$ 14,664.56	\$ 7,332.28	\$ 0.00	\$ 0.00
Aporte de socios	\$ 28,848.50	\$ 28,848.50	\$ 28,848.50	\$ 28,848.50	\$ 28,848.50
TOTAL INGRESOS	\$ 119,113.06	\$ 123,649.06	\$ 121,124.94	\$ 119,738.75	\$ 127,009.98
EGRESOS					
Inversión fija tangible	\$ 27,419.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Inversión fija intangible	\$ 1,075.00	\$ 575.00	\$ 575.00	\$ 575.00	\$ 575.00
Capital de operaciones	\$ 17,010.00	\$ 17,010.00	\$ 17,010.00	\$ 17,010.00	\$ 17,010.00
P. Prest. Sociales y aportes parafiscales	\$ 1,560.44	\$ 1,116.02	\$ 1,116.02	\$ 1,116.02	\$ 1,116.02
Egresos x pago de Impuesto de renta	\$ 2,210.63	\$ 2,786.56	\$ 3,413.00	\$ 6,999.78	\$ 8,397.11
Pago de obligaciones financieros	\$ 4,084.53	\$ 2,243.53	\$ 333.35	\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL EGRESOS	\$ 53,359.60	\$ 22,040.08	\$ 20,756.35	\$ 24,009.78	\$ 25,407.11
Flujo de caja	\$ 65,753.46	\$ 101,608.98	\$ 100,368.59	\$ 95,728.97	\$ 101,602.87

VAN POSITIVO 240353.10
VAN NEGATIVO -20308.66
TIR 202.9%

Elaborado: María José Quintana
Fuente: Investigador

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

Al haber realizado los estudios pertinentes para solventar la factibilidad y rentabilidad de este proyecto de emprendimiento, se da como conclusiones para cubrir costos.

- La demanda mismo del producto al ser saludable y cumple con nutrientes y favorables para la salud hace que los clientes exijan precios equitativos de calidad.
- Los parámetros del punto de equilibrio nuestra que se puede cubrir costos y de allí existe utilidades que generan eso nos nuestra que es factible el proyecto
- Aportaremos con la economía de la Provincia de Cotopaxi, utilizando la materia prima que se encuentra en la misma.
- Podemos concluir con el resultado de un proyecto factible para la sociedad en el aspecto de su salud mejorando su estilo de vida y contribuyendo con los parámetros del Buen Vivir, establecidos actualmente.

7.2. Recomendaciones

- Ofrecer a nuestros clientes precios justos, calidad, atención al cliente acompañado de un buen servicio, para que se de esa lealtad por parte de ellos hacia nuestra empresa.
- Mantener su punto de equilibrio para poder cubrir los costos que incurre la empresa y trabajar con todo el personal en un buen servicio en la producción y ventas para generar utilidades que permita la existencia, mantenimiento y éxito del negocio.
- Se debería implementar el emprendimiento de la elaboración de productos a base de cabuya, utilizando productos naturales para que de esta menara se siga contribuyendo con la sociedad en los dos aspectos de salud y económico, de esta manera las personas se verán motivadas a invertir en

dichos proyectos.

- Se debería realizar investigaciones más detalladas de las bondades de los productos naturales en la salud de las personas de esta manera se evitara incluso el consumo excesivo de medicinas.

BIBLIOGRAFÍA

- Andaluz, L. (2014). *Educacion Financiera*. España: Palibrio.
- Arcor. (Enero de 2013). *Nuestra Compania*. Recuperado el 02 de Marzo de 2016, de Todo sobre Arcor: http://www.arcor.com.ar/es_nuestraCompania_todoSobreArcor_1.aspx
- Bautista, N., & Arias, G. (2008). Estudio Químico bromatológico de aguamiel de agave americana L. (Maguey). *Revistas investigacion*, 48. Obtenido de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/farma/article/viewFile/4061/4072>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigacion*. México: Pearson Educación.
- Bravo, J. (2010). *De la necesidad al servicio*. Barcelona: Granica.
- Calderón , G., & Castaño, G. (2009). *Investigación en administracion en America Latina: Evolucion y resultados*. Manizales: Universidad Nacional de Colombia.
- Casillas, T., & Martí, J. (2011). *Guia para la crecaion de empresas* (4a ed.). Madrid: EOI Empresas.
- Chauvin, S. (07 de Mayo de 2015). *Acerca de nosotros: fadu.edu.uy*. Obtenido de [fadu.edu.uy](http://www.fadu.edu.uy) Web site: http://www.fadu.edu.uy/marketing/files/2013/08/Precio-Fijacion_de_precios-2.pdf
- Clow, K., & Baack, D. (2010). *Publicidad, promocion y comunicaci{on integral en marketing. En Marketing interactivo* (Vol. 4a). México: Prentice Hall.
- Compañías, S. d. (04 de 05 de 2016). Obtenido de Institució: <http://www.supercias.gob.ec/portal/>
- Confiteca. (01 de Enero de 2016). *Quiero ser distribuidor de Confiteca*. Recuperado el 02 de Marzo de 2016, de Ecuador: <http://www.confiteca.com.ec/es/sobrenosotros/empresa>
- Cotopaxinoticias. (02 de 11 de 2015). *Acerca de nosotros: cotopaxinoticias.com*. Obtenido de [cotopaxinoticias.com](http://www.cotopaxinoticias.com) Web site:

<http://www.cotopaxinoticias.com/seccion.aspx?sid=9&nid=15331>

Donet, J. C., & Juárez, D. (2014). *Cuadrenos de marketing y comunicacion empresarial* (Vol. I). Valencia: Universidad Politecnica de Valencia.

Ecuador Noticias. (2010). Recuperado el 01 de Marzo de 2016, de Mapa Ecuador: <http://www.ecuadornoticias.com/search/label/MAPA%20ECUADOR?max-results=10>

Ecuador, B. C. (2016). Obtenido de www.bcecuador.gob.ec

ecuadorencifras.gob.ec. (22 de Marzo de 2015). *Acerca de nosotros: ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de ecuadorencifras.gob.ec: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Embajada de España en Ecuador. (2014). Recuperado el 01 de Marzo de 2016, de Aecid: http://www.aecid.ec/ecuador/?page_id=311

Fijacionvalor. (16 de Septiembre de 2015). *Acerca de nosotros: fijacionvalor.blogspot.com*. Obtenido de fijacionvalor.blogspot.com Web site: <http://fijacionvalor.blogspot.com/2013/04/fijacion-de-precios-en-base-al-valor.html>

Fred, D. (2013). *Conceptos de administración estrategica*. México: Pearson educacion.

Galindo, C. (2011). *Formulación y Evaluacion de Planes de Negocio* (1 a. ed.). Bogotá: Ediciones de la U.

García, A. (2013). *Estrategias empresariales*. Bogotá: Bilineata Publishing.

Grasset, G. (14 de Abril de 2015). *Acerca de nosotros: lokad.com*. Obtenido de [lokad.com](https://www.lokad.com) Web site: <https://www.lokad.com/es/definicion-de-fijacion-de-precios-basados-en-la-competencia>

Guzmán, D., & Romero, T. (2012). *Contabilidad Financiera*. Cali: Universidad del Rosario.

Hsnstore. (22 de Febrero de 2015). *Acerca de nosotros: hsnstore.com*. Obtenido de [hsnstore.com](http://www.hsnstore.com) Web site: <http://www.hsnstore.com/blog/que-son-los-poliolos-alcoholes-azucar/>

- Jiménez, S. (2012). *Distribucion comercial aplicada*. Madrid: Esic.
- Koenes, A. (2014). *El plan de negocios*. España: Díaz de Santos S.A.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Fundamentos de marketing*. México: Prentice hall.
- Lahera, V. (11 de Julio de 2015). *Acerca de nsootros: teinteresa.es*. Obtenido de teinteresa.es Web site: http://www.teinteresa.es/Microsites/Pregunta_al_medico/Alimentacion/vicentelahera/fibra-dietetica_0_725929587.html
- Longoño, M., Morera, G., & Laverde, P. (2012). *Garantía de Calidad* (2a. ed.). Bogotá: Panamericana.
- Marti, F., Peattie, K., & Galí, M. (2013). *Marketing de sostenibilidad*. Calí: Profit.
- Martínez , P., & Milla , A. (2012). *Implementacion del plan estrategico y su implantacion a travez del cuadro integral*. Bogotá: Diaz de santos.
- Miel de cabuya*. (02 de Septiembre de 2011). Recuperado el 02 de Marzo de 2016, de Miel de cabuya para la vida y salud.
- Ministeriodesalud.gob.ec. (23 de Marzo de 2016). *Acerca de Nosotros: salud.gob.ec*. Obtenido de salud.gob.ec Web site: <http://www.salud.gob.ec/>
- Muñiz, R. (15 de Abril de 2015). *Acerca de nosotros: marketing-xxi.com*. Obtenido de marketing-xxi.com Web site: <http://www.marketing-xxi.com/politica-de-precios-48.htm>
- Pintado, T., & Sánchez, J. (2013). *Imagen Corporativa Influencia en la gestión empresarial* (2a. ed.). Madrid: ESIC.
- Quiroz, J., & Forero, W. (2010). *Planeacion y Gestion estrategica*. México: Pearson Educación.
- Redalyc. (21 de 12 de 2014). *Acerca de nosotros: redalyc.org*. Obtenido de redalyc.org Web site: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>
- Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de exito* (4a. ed.). México: Mc Graw Hill.
- Semplades. (01 de 2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013 -2017*. Recuperado el

Marzo de 2016, de
<http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

Serna, G. (2010). *Gerencia estrategica: Teoria - metodologia - Alineamiento - Implementacion y mapas estrategicos*. Bogotá: 3R Editores.

Serra, J. (2015). *Gestión de la Farmacia-Marketing*. Barcelona: Profit.

Stephen, R., & Coulter, M. (2010). *Administración* (Vol. 9a). México: Pearson Educacion.

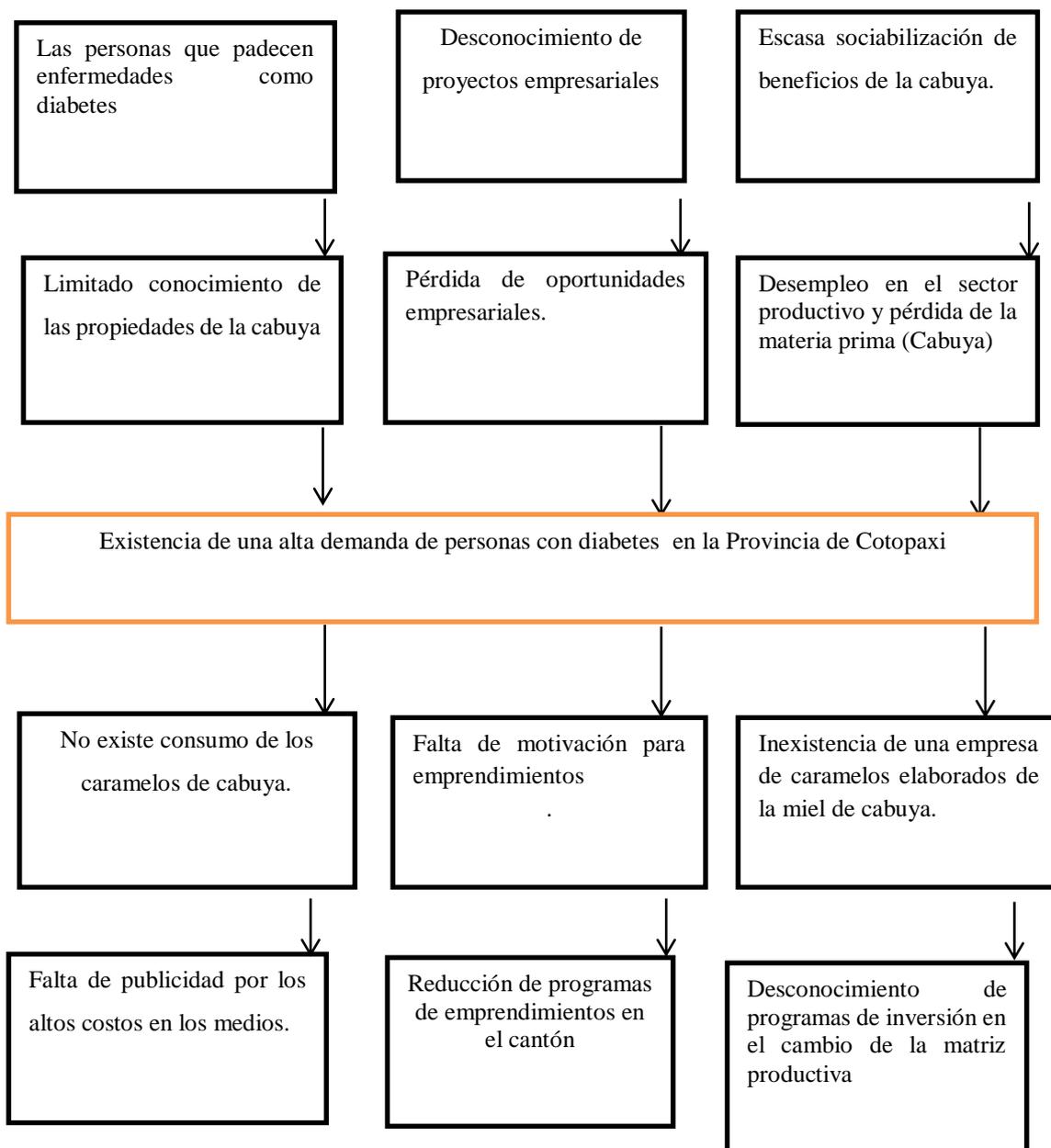
Tingo, G. P. (2016). *GAD El Tingo*. Recuperado el 04 de Marzo de 2016, de <http://eltingo-laesperanza.gob.ec/cotopaxi/>

Wells, W., & Burnett, J. (2008). *Publicidad principios y practica. En introduccion a la publicidad*. México: Pearson Prentice Hall.

Wigodsky, J. (04 de Julio de 2015). *Acerca de nosotros: metodologiaeninvestigacion.blogspot.com*. Obtenido de metodologiaeninvestigacion.blogspot.com: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

ANEXOS

Anexo 1 Árbol de problemas



Anexo 2 Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Objetivo:

Determinar el grado de aceptación que puede tener la creación de una empresa que elabora caramelos a base del dulce de cabuya en el cantón de Pujilí.

Instrucciones:

Responda las preguntas con una (X) en lo que crea conveniente de acuerdo a su criterio.

1. ¿Conoce usted sobre los beneficios nutritivos de los derivados de la cabuya?

SÍ ___ NO ___

2. Si los productos derivados de la cabuya son beneficiosos para su salud. ¿Usted desearía consumirlos?

SI___ NO___

3. ¿De Las siguientes opciones de productos existentes en el mercado cual consumiría usted?

Confiteca ___ Arcor___ Caramelos de dulce de cabuya___

Otros ___Cual... ..

4. ¿Con que frecuencia usted compraría los caramelos elaborados en base al dulce de cabuya? Semanalmente___ Quincenalmente___ Mensualmente. ___

5. ¿Qué cualidades busca en los productos destinados a su alimentación?

Propiedades Nutritivas___ Calidad___ Precio___

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de caramelos del dulce de cabuya de 100 gr?

De \$ 1.75 a \$ 2.05 ___

De \$ 2.06 a \$ 2.35 ___

De \$ 2.36 a \$ 2.65 ___

7. ¿Está usted de acuerdo en que un caramelo natural libre de sacarina sería una opción apropiada para el su consumo por parte de las personas que sufren de diabetes?

SI___ NO___

8. ¿Considera usted que la implementación de una fábrica de caramelos de dulce de cabuya aportará al crecimiento económico del cantón Pujilí?

SI___ NO___

Anexo 3 Competidores

EMPRESA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Caramelos PEREZ BERMEO CIA.LTDA Caramelos, y pastillas de confitería, goma de mascar (chicles), confites blandos, confitería a base de chocolate.	Autachi Duchicela S10-50, Quito, Pichincha	593 22669065
CONFITECA	Av. Colón E-885 y Yáñez Pinzón, Edf. El Dorado, Norte - Quito	(02) 267-1896 / (02) 267-6980
CADBURY ADAMS ECUADOR S.A.	Av. 10 de Agosto y Naciones Unidas 36-239, Edf. Urania, P 7 - Iñaquito - Quito	(02)299-8200 / (02) 243-9216
(EROLCORP S.A.	Francisco Robles y HuaynaCapac , junto a La Primavera 1 - Ciudadela Maldonado - Guayaquil	(04) 286-1457
GUSTAFF S. A.	Km 7 1/2 vía Daule Solar 2 y Av. 12 Mz. 3 Calle 3ra. - La Prosperina - Guayaquil	(04) 225-5773
CONFITECORP S.A.	Panamericana Sur, Km. 9 1/2 - Guajalo - Quito	(02)267-1896 / (02) 264-4967
Víctor E. Vallejo V. Elaboración de caramelos	QUITO	

Sylver Miel S.A.

Somos una pequeña industria ubicada en la ciudad de Quito, fabricamos y distribuimos confites a nivel nacional. Ofrecemos caramelos blandos (toffee), caramelos rellenos, caramelos duros, y chupetas planas.

Anexo 4 Actualización patentes



Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pujilí.

ACTUALIZACION DE DATOS DE PATENTE MUNICIPAL Y/O DECLARACIÓN DEL IMPUESTO DEL 1.5 XMIL A LOS ACTIVOS TOTALES

Razón Social (nombres y apellidos): _____ CIU N°: _____
 Nombre Comercial: _____ RUC N°: _____
 Dirección del Negocio: _____ TELF. N°: _____
 Actividad: _____ REG. N°: _____
 Nombre del Representante legal (persona jurídica): _____ Cédula: _____
 Dirección del Representante Legal: _____ Teléfono: _____
 Nombre del Contador: _____ Cédula : _____ RUC: _____
 Dirección: _____ Teléfono: _____ Registro: _____

DETERMINACIÓN TRIBUTARIA

Ejercicio Económico. Desde el _____ al _____ 20 _____

Determinación de Base Imponible para Patentes			Determinación del Impuesto 1.5 x mil sobre Activos Totales		
	AMBATO	CONSOLIDADO NACIONAL		AMBATO	CONSOLIDADO NACIONAL
TOTAL ACTIVO			TOTAL ACTIVOS		
TOTAL PASIVOS			TOTAL PASIVOS CORRIENTE		
PATRIMONIO (Total Activo - Total Pasivo)			BASE IMPONIBLE (Total Activos - Pasivo corriente)		
			IMPUESTO CAUSADO 1.5 por mil (0.0015)		

Adjuntar obligatoriamente los estados financieros certificados y presentados a los organismos de control.

CUADRO DE DESGLOSE DE PORCENTAJES

Sólo para Compañías y Personas Naturales obligadas a llevar contabilidad que mantengan Sucursales.

Cantón	Actividad	Dirección	%	Impuesto Causado

Requisito	Descripción	Necesita adjunto	
* Declaración Impuesto De La Renta	D. Imp.Renta.	SI	<input type="checkbox"/>
* Impuesto Al Valor Agregado	Imp. Valor Agregado	SI	<input type="checkbox"/>
* Rise	Rise	SI	<input type="checkbox"/>
* Ruc Actualizado Y Completo	Copia Del Ruc Actualizado	SI	<input type="checkbox"/>

Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o falsedad declaro que toda la información contenida en éste formulario es verídica y correcta. Me someto a las penas que establece la Ley por ocultamiento o falsedad de información.

Me comprometo a comunicar al GAD. Municipalidad de Ambato, cualquier cambio de actividad o Cierre del Negocio.

CONTRIBUYENTE

FECHA DECLARADA

RECIBIDO POR

El plazo para el pago será de acuerdo a la Ordenanza de Patentes y la Ley 1.5 por mil sobre los Activos Totales.

Documento emitido el 19/05/2016

Observaciones: _____

Anexo 5. Registro en superintendencia de Compañías



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS

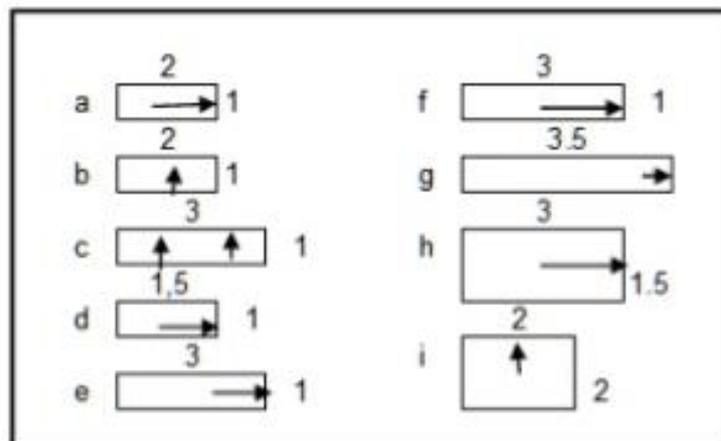
REGISTRO DE USUARIO

1. INFORMACIÓN PERSONAL:			
(*) TIPO DE IDENTIFICACIÓN:	<input type="text"/>	(*) NO. CÉDULA DE IDENTIDAD/PASAPORTE:	<input type="text"/>
(*) EMAIL:	<input type="text"/>	(*) CONFIRMAR MAIL	<input type="text"/>
(*) PRIMER APELLIDO:	<input type="text"/>	SEGUNDO APELLIDO:	<input type="text"/>
(*) PRIMER NOMBRE:	<input type="text"/>	SEGUNDO NOMBRE:	<input type="text"/>
TERCER NOMBRE:	<input type="text"/>	(*) NACIONALIDAD:	<input type="text"/>

2. DIRECCIÓN:			
(*) PROVINCIA:	<input type="text"/>	(*) CANTÓN:	<input type="text"/>
(*) CIUDAD:	<input type="text"/>	BARRIO O SECTOR:	<input type="text"/>
(*) CALLE:	<input type="text"/>	NÚMERO:	<input type="text"/>
(*) INTERSECCIÓN:	<input type="text"/>	EDIFICIO:	<input type="text"/>
PISO/DEPARTAMENTO:	<input type="text"/>	SITIO WEB:	<input type="text"/>
CASILLA POSTAL:	<input type="text"/>	FAX:	<input type="text"/>
(*) TELÉFONO FIJO (con código de área):	<input type="text"/>	TELÉFONO FIJO (2):	<input type="text"/>
(*) TELÉFONO CELULAR:	<input type="text"/>	(*) CONFIRMAR TELÉFONO CELULAR:	<input type="text"/>

Anexo N° 6. Planta Industri la produccion de caramelo-YA.

	MAQUINARIA	Ss	N	Sg	Ss + Sg	K	Se	St	n	ST
a	Máquina de molienda de alta velocidad.	2	1	2	4	0,05	0,2	4,2	1	4,2
b	Máquina disolvedora de goma.	2	1	2	4	0,05	0,2	4,2	2	8,4
c	Máquina laminadora y marcado	3	1	3	6	0,05	0,3	6,3	1	6,3
d	Máquina mezcladora	2	1	2	4	0,05	0,2	4,2	4	16,8
e	Máquina fusionadora de arroz con vasija de doble capa.	3	1	3	6	0,05	0,3	6,3	1	6,3
f	Máquina calentadora	2	1	2	4	0,05	0,2	4,2	2	8,4
g	Máquina empaquetadora.	3,5	1	3,5	7	0,05	0,35	7,35	6	44,1
h	Máquina recubridora.	4,5	1	4,5	9	0,05	0,45	9,45	4	37,8
i	Máquina de cocción	4	1	4	8	0,05	0,4	8,4	2	16,8
	TOTAL SUPERFICIE REQUERIDA POR LA MAQUINARIA									149,1



Anexo 7 Inflación acumulada

(http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)

FECHA	VALOR
Abril-30-2016	1.78 %
Marzo-31-2016	2.32 %
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %

Anexo 8. Tasa de interés activa

(http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=activa)

Datos Comparables

Selección dato a comparar: ---

Fecha Inicial: 1990 ▼ Enero ▼ 1 ▼

Fecha Inicial: 1990 ▼ Enero ▼ 1 ▼

Hasta julio de 2015, según el Título Sexto: Sistema de Tasas de Interés, del Libro I, Política Monetaria-Crediticia de la Codificación de Regulaciones del Banco Central del Ecuador, establece que: "**La Tasa Activa Efectiva Referencial** corresponde a la tasa activa efectiva referencial del segmento productivo corporativo.

Con la Resolución 133-2015-M de 29 de septiembre de 2015 indica que: "La Tasa Activa Efectiva Referencial corresponde a la tasa de interés activa efectiva referencial del segmento comercial prioritario corporativo".

FECHA	VALOR
Junio-30-2016	8.66 %
Mayo-31-2016	8.89 %
Abril-30-2016	9.03 %
Marzo-31-2016	8.86 %
Febrero-29-2016	8.88 %
Enero-31-2016	9.15 %
Diciembre-31-2015	9.12 %
Noviembre-30-2015	9.22 %
Octubre-31-2015	9.11 %
Septiembre-30-2015	8.06 %
Agosto-31-2015	8.06 %
Julio-31-2015	8.54 %
Junio-30-2015	8.70 %
Mayo-31-2015	8.45 %
Abril-30-2015	8.09 %
Marzo-31-2015	7.31 %
Febrero-28-2015	7.41 %
Enero-31-2015	7.84 %
Diciembre-31-2014	8.19 %
Noviembre-30-2014	8.13 %
Octubre-31-2014	8.34 %
Septiembre-30-2014	7.86 %
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %

Anexo 9. Tasa de interés pasiva

http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=pasiva

Datos Comparables

Selección dato a comparar: --- ▼

Fecha Inicial: 1990 ▼ Enero ▼ 1 ▼

Fecha Inicial: 1990 ▼ Enero ▼ 1 ▼

La **Tasa Pasiva Efectiva Referencial** corresponde al promedio pondera por monto, de las tasas de interés efectivas pasivas remitidas por las entidades del sistema financiero nacional al Banco Central del Ecuador, para todos los rangos de plazos.

FECHA	VALOR
Junio-30-2016	6.00 %
Mayo-31-2016	5.47 %
Abril-30-2016	5.85 %
Marzo-31-2016	5.95 %
Febrero-29-2016	5.83 %
Enero-31-2016	5.62 %
Diciembre-31-2015	5.14 %
Noviembre-30-2015	5.11 %
Octubre-31-2015	4.98 %
Septiembre-30-2015	5.55 %
Agosto-31-2015	5.55 %
Julio-31-2015	5.54 %
Junio-30-2015	5.48 %
Mayo-31-2015	5.51 %
Abril-30-2015	5.39 %
Marzo-31-2015	5.31 %
Febrero-28-2015	5.32 %
Enero-31-2015	5.22 %

Anexo 10. Riesgo país

http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

RIESGO PAIS (EMBI Ecuador)

El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.

FECHA	VALOR
Mayo-31-2016	855.00
Mayo-30-2016	861.00
Mayo-29-2016	861.00
Mayo-28-2016	861.00
Mayo-27-2016	861.00
Mayo-26-2016	868.00
Mayo-25-2016	870.00
Mayo-24-2016	882.00
Mayo-23-2016	894.00
Mayo-22-2016	890.00
Mayo-21-2016	890.00
Mayo-20-2016	890.00
Mayo-19-2016	891.00
Mayo-18-2016	882.00
Mayo-17-2016	904.00
Mayo-16-2016	906.00
Mayo-15-2016	926.00
Mayo-14-2016	926.00
Mayo-13-2016	926.00
Mayo-12-2016	942.00
Mayo-11-2016	953.00
Mayo-10-2016	958.00
Mayo-09-2016	960.00
Mayo-08-2016	949.00
Mayo-07-2016	949.00
Mayo-06-2016	949.00

Anexo 11. Inflación Mensual

http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion_mensual

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento.

Desde la perspectiva teórica, el origen del fenómeno inflacionario ha dado lugar a polémicas inconclusas entre las diferentes escuelas de pensamiento económico. La existencia de teorías monetarias-fiscales, en sus diversas variantes; la inflación de costos, que explica la formación de precios de los bienes a partir del costo de los factores; los esquemas de pugna distributiva, en los que los precios se establecen como resultado de un conflicto social (capital-trabajo); el enfoque estructural, según el cual la inflación depende de las características específicas de la economía, de su composición social y del modo en que se determina la política económica; la introducción de elementos analíticos relacionados con las modalidades con que los agentes forman sus expectativas (adaptativas, racionales, etc), constituyen el marco de la reflexión y debate sobre los determinantes del proceso inflacionario.

FECHA	VALOR
Abril-30-2016	0.31 %
Marzo-31-2016	0.14 %
Febrero-29-2016	0.14 %
Enero-31-2016	0.31 %
Diciembre-31-2015	0.09 %
Noviembre-30-2015	0.11 %
Octubre-31-2015	-0.09 %
Septiembre-30-2015	0.26 %
Agosto-31-2015	0.00 %
Julio-31-2015	-0.08 %
Junio-30-2015	0.41 %
Mayo-31-2015	0.18 %
Abril-30-2015	0.84 %
Marzo-31-2015	0.41 %
Febrero-28-2015	0.61 %
Enero-31-2015	0.59 %
Diciembre-31-2014	0.11 %
Noviembre-30-2014	0.18 %
Octubre-31-2014	0.20 %
Septiembre-30-2014	0.61 %
Agosto-31-2014	0.21 %