



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD
DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de Titulación en la Modalidad de Proyecto de
Emprendimiento previo a la obtención del Título de
Ingeniero de Empresas.**

TEMA:

**TEMA: “Creación de una empresa productora de postres
y repostería con semillas de chía en la Provincia de
Tungurahua”**

AUTOR: Fernando Sebastián Pérez Buitrón

TUTOR: Ing. William Fabián Teneda Llerena MG.

**AMBATO-ECUADOR
Septiembre 2017**



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. William Fabián Teneda Llerena

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“Creación de una empresa productora de postres y repostería con semillas de chía en la Provincia de Tungurahua”**, presentado por el Señor Fernando Sebastián Pérez Buitrón para optar por el título de Ingeniero de Empresas, 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, 20 de Julio del 2017



Ing. Mg. William Fabián Teneda Llerena

C.I 1801670041

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Fernando Sebastián Pérez Buitrón, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Fernando Sebastián Pérez Buitrón

C.I 1803103173

AUTOR

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadoras, 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. Liliana Elizabeth González Garcés MBA

C.I: 1803962800

f) 

Ing. Andrés Francisco López Gómez MBA

C.I: 1804225629

7 de Septiembre del 2017

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un 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.



Fernando Sebastián Pérez Buitrón

C.I 1803103173

AUTOR

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a mi gran amiga que conozco desde la escuelita y de eso ya son más de 15 años de amistad, Andrea Santana que si no fuera por ella nada de esto sería posible ya que fue la persona que más me apoyo con el proyecto. A mis otros amigos y amigas que también me dieron una mano tanto intelectualmente como emocionalmente: Pepe, Vero, Amparito, Tefa, Pitu, Patty, Niko, Jonathan, Andrius Faby, Taty y Wafer, siendo estas 3 personas últimas los miembros de Los Trollers mi grupo de amigos que fuimos desde 1ro hasta que se terminó la universidad, las demás personas nombradas que fueron los que fundamos la hermandad de los cocteles y compartimos tanto buenos momentos que nunca se olvidaran.

Agradecer a mi familia, mi Papá que me apoyaba económicamente, en ciertos momentos con el proyecto ya que siempre me crio para que sea independiente y sepa valerle por mismo siempre, mi Mamá que me daba mucho apoyo moral y cariño que solo una madre sabe dar, mi Hermana que me escuchaba las tonteras que pensaba y escribía, mi primo Niko que es mi hermano, amigo, compañero de todas mis aventuras, buenos y malos momentos.

Agradecer a Dios por permitirme levantarme cada día para poder hacer el proyecto y estar más cerca de cumplir mi sueño de ser profesional, montar un negocio propio, ser independiente y poder vivir solo.

El Fercho

DEDICATORIA

Este proyecto, este logro se lo dedico a los pilares fundamentales que he tenido a lo largo de mi vida, a mi familia que me educó, enseñó hábitos de estudio, que creyó y me apoyó en la decisión de que estudiar sin importar que la carrera, a mi tía Myriam que era la persona que me apoyaba moralmente, a mis amigos y amigas que me brindaron su amistad, que me permitieron ser parte de su vida y que ellas sean parte de la mía, a las personas que creyeron en mí y trabajaron conmigo en las pequeñas ideas de negocios que hicimos, “ACP Proyectos y Paqdar”, estos negocios iniciaron de misma manera que de las grandes compañías tuvieron al principio de su historia, “Todo comenzó con 3 amigos de la universidad”

A la doc Paredes que cuando estaba en el colegio y me hacía atender me dijo yo quiero verte graduado y siendo alguien de bien e importante en la sociedad que más orgullo para mí que ver a un paciente mío que el conozco desde sus primeros días de vida convertido en algún importante en la sociedad

El Fercho

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PORTADA.....	¡Error! Marcador no definido.
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
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO	xix
ABSTRACT	xx
CAPITULO I	21
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
1.1 Impacto del problema.....	21
1.2 Relación con el Plan Nacional del Buen Vivir.....	24
CAPITULO II	26
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	26
2.1 Nombre del emprendimiento.....	26
2.2 Localización geográfica.	26
2.3 Justificación.....	26

2.4	Objetivos.	32
2.4.1	Objetivo general.	32
2.4.2	Objetivos específicos.	32
2.5	Beneficiarios.	32
2.6	Resultados a alcanzar.	33
CAPÍTULO III		34
ESTUDIO DE MERCADO		34
3.1.	Objetivos del estudio de mercado.	34
3.1.1.	Objetivo general.	34
3.1.2.	Objetivos Específicos.....	34
3.2.	Estudio de mercado.	34
3.2.1.	Descripción del producto.	34
3.2.2.	Empaquetado.....	36
3.2.3.	Ingredientes.	37
3.3.	Segmentación del mercado.	39
3.3.1.	Selección del método de investigación.	40
3.3.2.	Selección del procedimiento de muestreo.....	41
3.3.3	Tabulación e interpretación de las encuestas.	42
3.4	Análisis de la demanda.....	52
3.4.1.	Cálculo de la demanda.	53
3.4.2.	Cálculo demanda en productos.	54
3.5	Estudio de la oferta.....	55
3.6	Mercado potencial para el nuevo producto.	56
3.7	Precio de los postres con semillas de chía.	57

3.8 Canales de Comercialización.....	58
3.8.1 Canales de Distribución.....	59
3.9 Estrategias de comercialización.....	60
3.9.1 Marketing MIX.....	60
3.9.2 Instrumentos.....	63
CAPÍTULO IV	64
ESTUDIO TÉCNICO	64
4.1 Tamaño del emprendimiento.....	64
4.1.1 Factores que determinan el tamaño.....	64
4.1.2 Tamaño óptimo.....	65
4.2 Maquinaria.....	66
4.3 Materia prima e insumos.....	66
4.4 Capacidad financiera.....	68
4.5 Localización.....	68
4.5.1 Macro localización.....	69
4.5.2 Micro localización.....	70
4.6 Ingeniería del proyecto.....	71
4.6.1 Servicios básicos.....	71
4.6.2 Proceso de producción.....	71
4.6.3 Período operacional estimado de la planta.....	74
4.6.4 Capacidad de Producción.....	74
4.6.5 Distribución de la maquinaria y equipos (Lay-out).....	76
CAPITULO V	77
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	77

5.1 Valores empresariales.	77
5.2 Valores primordiales.	78
5.3 Diseño organizacional.	78
5.3.1 Nivel directivo.	78
5.3.2 Nivel funcional.	78
5.3.3 Nivel operativo.	79
5.4 Estructura organizativa.	79
5.4.1 Organigrama estructural.	79
5.4.2 Organigrama funcional.	80
5.5 Manual de funciones.	81
5.5.1 Estructura orgánica de la empresa.	81
CAPITULO VI	87
ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO	87
6.1 Evaluación económica.	87
6.1.1 Inversiones en activos fijos tangibles.	87
6.1.2 Resumen de la inversión en activos fijos tangibles.	87
6.1.3 Costo de depreciación.	88
6.1.4 Inversiones en activos diferidos o intangibles	89
6.2 Ingresos y gastos.	90
6.2.1 Presupuesto de ingresos.	90
6.2.2 Presupuesto de gastos.	90
6.2.3 Costos de producción.	91
6.2.4 Gastos administrativos.	91
6.2.5 Gasto de venta.	93

6.2.6 Gastos financieros.....	94
6.3 Activos.....	95
6.3.1 Activo corriente.....	95
6.3.2 Cálculo caja - bancos.....	95
6.3.3 Resumen Activo Corriente.....	95
6.4 Pasivos.....	95
6.4.1 Pasivo no circulante.....	95
6.5 Capital de trabajo.....	96
6.5.1 Financiamiento.....	96
6.6 Balance de situación inicial.....	96
6.7 Flujo de caja.....	97
6.7.1 Balance general proyectado.....	99
6.8. Estado de resultados proyectado.....	100
6.9 Punto de Equilibrio.....	101
6.10 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).....	103
6.11 Valor presente neto o valor actual neto (VAN).....	104
6.12 Índices financieros.....	105
6.12.1 Tasa Circulante.....	105
6.12.2 Prueba ácida.....	105
6.12.3 Endeudamiento activo.....	105
6.12.4 Rotación de cartera.....	106
6.12.5 Período medio de cobranza.....	106
6.12.6 Rentabilidad en Ventas.....	106
6.12.7 Tasa beneficio costo.....	107

6.12.8 Periodo de recuperación de la inversión.	107
6.12.9 Tasa interna de retorno.....	108
6.13 Análisis de sensibilidad.....	108
CAPITULO VII.....	110
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	110
7.1. Conclusiones.....	110
7.2. Recomendaciones.....	111
BIBLIOGRAFÍA.....	112
ANEXOS.....	119

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1. Composición de ácidos	24
Tabla 2. Localización	26
Tabla 3. Composición de las semillas de chía.....	28
Tabla 4. Segmentación de Mercado	40
Tabla 5. Pregunta 1.....	42
Tabla 6. Pregunta 2.....	43
Tabla 7. Pregunta 3.....	44
Tabla 8. Pregunta 4.....	45
Tabla 9. Pregunta 5.....	46
Tabla 10. Pregunta 6.....	47
Tabla 11. Pregunta 7.....	48
Tabla 12. Pregunta 8.....	49
Tabla 13. Pregunta 9.....	50
Tabla 14. Pregunta 10.....	51
Tabla 15. Cálculo de demanda de personas	53
Tabla 16. Demanda Proyectada.....	54
Tabla 17. Personas que no consumirían el producto	55
Tabla 18. Personas que no consumirán el producto	55
Tabla 19. Oferta Proyectada.....	55
Tabla 20. Demanda potencial insatisfecha.....	56
Tabla 21. Proyección de precios	58

Tabla 22. Tamaño óptimo	65
Tabla 23. Maquinaria para la elaboración de postres	66
Tabla 24. Maquinaria para la elaboración de postres	67
Tabla 25. Requerimiento de materia prima diariamente (mousse de uvilla)	67
Tabla 26. Requerimiento de materiales diariamente	67
Tabla 27. Mano de obra directa consumo anual.....	67
Tabla 28. Mano de obra indirecta consumo anual	67
Tabla 29. Matriz de localización por método cuantitativo de puntos ponderados	68
Tabla 30. Macro localización de la empresa	69
Tabla 31. Micro localización de la empresa.....	70
Tabla 32. Estado inicial energía eléctrica.....	71
Tabla 33. Estado inicial agua potable.....	71
Tabla 34. Proceso de producción	72
Tabla 35. Maquinaria consumo anual	72
Tabla 36. Funciones del Gerente General	82
Tabla 37. Funciones del Jefe de Producción	83
Tabla 38. Funciones del Operario	84
Tabla 39. Funciones del Vendedor.....	85
Tabla 40. Funciones del Contador.....	86
Tabla 41. Inversión en activos Fijos Tangibles.....	87
Tabla 42. Gastos de Depreciación.....	88
Tabla 43. Depreciación Acumulada.....	88
Tabla 44. Inversiones en Activos Diferidos o Intangibles	89
Tabla 45. Amortizaciones Acumuladas	89

Tabla 46. Presupuesto de Ingresos	90
Tabla 47. Costos de Producción.....	91
Tabla 48. Suministros de Oficina.....	92
Tabla 49. Servicios Básicos	92
Tabla 50. Sueldos y Salarios	93
Tabla 51. Arriendo	93
Tabla 52. Sueldos y Salarios	94
Tabla 53. Amortización.....	94
Tabla 54. Resumen Activo Corriente.....	95
Tabla 55. Pasivo no Corriente	96
Tabla 56. Financiamiento.....	96
Tabla 57. Balance de Situación Inicial.....	97
Tabla 58. Flujo de Caja	98
Tabla 59. Balance General Proyectado	99
Tabla 60. Estado de Resultados Proyectado.....	100
Tabla 61. Punto de Equilibrio	101
Tabla 62. Tasa Activa Mínima de Retorno	103

ÍNDICE DE FIGURAS

CONTENIDO	PÁGINA
Figura 1. Conocimiento sobre la chía	43
Figura 2. Frecuencia de consumo	44
Figura 3. Tipo de postre consumido.....	45
Figura 4. Motivo para consumir postres	46
Figura 5. Aspectos para comprar postres	47
Figura 6. Lugar para adquirir postres de chía	48
Figura 7. Disposición a pagar por un postre de chía	49
Figura 8. Medio de información sobre los postres de chía	50
Figura 9. Consumo de postres con semillas de chía por beneficios para la salud	51
Figura 10. Presentación de los postres de chía.....	52
Figura 11. Demanda.....	53
Figura 12. Demanda Proyectada	54
Figura 13. Oferta.....	56
Figura 14. Demanda potencial insatisfecha	57
Figura 15. Precio proyectado	58
Figura 16. DPI Real	65
Figura 17. Mapa Ecuador.....	69
Figura 18. Mapa Ambato	70
Figura 19. Micro localización	70
Figura 20. Balance de materiales (mousse de fresas)	73

Figura 21. Balance de materiales (mousse de uvilla).....	74
Figura 22. Distribución de la planta.....	76
Figura 23. Organigrama estructural	79
Figura 24. Organigrama funcional	80
Figura 25. Punto de Equilibrio.....	102

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto que se ha realizado comprende la creación paso a paso de una empresa productora de postres con semillas de chía con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes que buscan consumir un producto saludable y delicioso a la vez.

Para el desarrollo de este proyecto se ha realizado un estudio de mercado minucioso en cuanto a la caracterización del mercado natural de los postres, tomando en cuenta variables como: precio, presentación, tipo de postre y publicidad. Con el fin de conocer los gustos y preferencias más recurrentes del mercado objetivo que consiste en la población económicamente activa de entre 15 y 44 años.

Al realizar el estudio técnico se pudo conocer las necesidades reales que tendrá el proyecto para ponerse en marcha como la maquinaria necesaria para el procesamiento hasta obtener el producto terminado, así como las porciones por postre de manera individual, la cantidad de tiempo que toma todo el proceso productivo desde que se obtiene la materia prima hasta que se lo saca del congelador una vez que este cuajado el postre.

El estudio organización permitió conocer cómo estará constituida legalmente la empresa, quienes serán el personal administrativo y quien será el personal operacional, del mismo modo conocer todas las actividades y funciones a realizarse en cada uno de los puestos mediante el desarrollo de un manual de funciones detallado de cada uno de los cargos a de la empresa.

PALABRAS CLAVE: EMPRENDIMIENTO, PRODUCCIÓN, POSTRES, SEMILLAS DE CHÍA

ABSTRACT

The project has been carried out includes the step by step creation of a producer desserts with seeds of Chía in order to meet the needs of customers seeking to consume a healthy and delicious product at the same time.

For the development of this project a thorough market study has been carried out in terms of the characterization of the natural market of desserts, taking into account variables such as price, presentation, type of dessert and advertising. In order to know the most recurring tastes and preferences of the target market consisting of the economically active people between 15 and 44 years.

When carrying out the technical study it was possible to know the real needs that the project will have to start as the necessary machinery for the processing until obtaining the finished product, as well as the portions post dessert individually, the amount of time that takes all the Productive process from the time the raw material is obtained until it is removed from the freezer once the dessert is set.

The organizational study allowed us to know how the company will be legally constituted, who will be the administrative staff and who will be the operational personnel, in the same way to know all the activities and functions to be carried out in each one of the positions through the development

KEY WORDS: BUSINESS, STUDY, DESSERTS, MARKE

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Título: “Creación de una empresa productora de postres y repostería con semillas de chía en la Provincia de Tungurahua”.

1.1 Impacto del problema.

Dada la exigencia de rendimiento tanto físico, como mental en arduas jornadas de trabajo en estos tiempos, además del escaso tiempo para alimentarse bien y la oferta de comida rápida, se contribuye al deterioro de la salud, además de la falta de energía y el sobrepeso. Ante esto, regresamos la mirada hacia la naturaleza, que siempre ha dotado de alimentos con bondades, como la salvia hispana o chía. El consumo y bondades de esta semilla ya eran conocidos por las culturas originarias de América, especialmente de México y Centroamérica, donde se encontraba como parte del grupo de los alimentos, como ocurre con la quínoa y el amaranto en Sudamérica. En 1991, gracias a un proceso de recuperación de este cultivo, por un programa de desarrollo e investigación realizado por la Universidad de Arizona, se reconocieron las propiedades de la chía, para impulsar el cultivo en Estados Unidos, México y Argentina. (Pro Ecuador, 2014)

La salvia hispánica tiene diversos componentes que la convierten en un alimento muy nutritivo, según (Pro Ecuador, 2015) “esta semilla originaria de México, es conocida por sus propiedades nutritivas, especialmente en fibra, hierro, omega 3 y vitaminas”.

El cultivo de la chía tiene facilidad para adaptarse a las variaciones climáticas, además de que es una planta resistente a plagas y enfermedades. La región Interandina del Ecuador presenta las mejores condiciones para el sembrío de esta semilla, entre las provincias que destacan están: Imbabura, Loja, Pichincha. (Arroyo, 2011)

En relación a otras ideas planteadas con respecto a productos que incluyan semillas de chía, menciona que: “La mayoría de las personas que tienen problemas de alimentación se verán beneficiadas con la ingesta de este producto. Así como también se rescatarían valores ancestrales olvidados durante siglos, se volvería a la tierra de donde obtenemos

productos naturales sin aditivos ni preservantes y sobretodo se crearía una nueva tendencia gastronómica de comer sano” (Arroyo, 2011)

La vida actual de la mayoría de la población es muy acelerada, esto a causa de las actividades desempeñadas a diario; en la mayor parte de las dietas de los ecuatorianos, se encuentra la comida rápida o chatarra, cuyo contenido calórico es muy elevado. Como resultado de este estilo de vida, enfermedades como sobrepeso, hipertensión, diabetes, entre otras, son cada vez más frecuentes. “El consumo de chía resulta útil en casos de celiaquía, depresión, estrés, diabetes, obesidad, problemas gastrointestinales, tumores, artritis, asma, afecciones cardiovasculares y pulmonares, soriasis, arteriosclerosis, anemias, embarazo, lactancia, crecimiento, convalecencias y debilidad inmunológica”. (Di Sapio et al, 2009),

Para la idea de postres saludables elaborados con semillas de chía, se tomaron en cuenta diversas razones como la actual tendencia de los consumidores a comprar productos naturales y con alto valor nutritivo, esto hace referencia a lo que mencionan: La evidencia de que una alimentación sana es uno de los pilares de salud se ha ido consolidando en nuestro estilo de vida en los últimos años. Así, se ha tratado de buscar en los alimentos todas aquellas propiedades que les hicieran beneficiosos a la hora de incrementar o mantener nuestro estado de salud. (Román, De Arpe, Urrialde, & Fontecha, 2003)

Además, se puede cultivar y cosechar diversas variedades de chía, esto se debe a la adaptabilidad de esta semilla, así como también a la diversidad de suelos y climas de nuestro país, la chía blanca, negra y la grande son algunas de las variedades que se está introduciendo actualmente (García, Mapes, & De la Cruz, 2009).

Pero en contra posición al criterio anterior, la materia prima para el producto que pretende integrar al mercado el presente proyecto, no representa mayores dificultades ni gastos, pues el costo de esta semilla no es tan elevado en comparación de otros alimentos que también son considerados importantes en una dieta, pero que no contiene las mismas ventajas de consumir la también conocida salvia hispánica. Igualmente, es importante señalar que la chía es un cultivo orgánico, pues la aplicación de sustancias químicas para su crecimiento es mínimo, además de que se debe considerar su empleo como un alimento que aporta una gran cantidad de nutrientes a las dietas alimenticias del ser humano y a

que presenta como ventaja la preparación de un infinidad de recetas a base de estas semillas (Pozo, 2010).

Actualmente son algunas las empresas que se han interesado por satisfacer las necesidades de los consumidores que se sienten motivados a evitar el consumo de productos con alto contenido de grasa, sal, azúcar, aditivos artificiales, etc. Además de que por las medidas impuestas por el gobierno, a través del Ministerio de Salud, en bares y cafeterías de los establecimientos educativos se está reduciendo y evitando en lo posible, el expendio de productos que contengan ingredientes perjudiciales para la salud (Torres, 2014).

Incluir cereales o semillas como la chía en la dieta brindaba grandes beneficios para la salud, que menciona lo siguiente “la ciencia moderna ha llegado a la conclusión de que las dietas precolombinas eran muy superiores en cuanto a su valor nutritivo y nutracéutico, llamados hoy alimentos funcionales”. (González, 2014)

Evitar las enfermedades cardiovasculares es uno de los motivos más relevantes que incentivan a las personas a querer cambiar su estilo de vida, las mismas que se presentan a causa de condiciones como el sedentarismo, una alimentación inadecuada en la que la población consume productos con altos contenidos de grasas saturadas (González, 2014).

Las características que presenta la planta de semillas de chía permiten que su cultivo no sea tan complejo, según las aportaciones de mencionan la siguiente descripción sobre la planta de chía: Es una planta herbácea o arbustiva anual, de hasta 1-2 m de altura; los frutos, en grupos de cuatro clusas, fueron utilizados por los habitantes precolombinos de Mesoamérica como fuente de alimentos y como medicina. Las clusas son monospermicas, ovales y el tamaño es de 1,5–2 mm de longitud y 1–1,2 mm de diámetro medio; son suaves y brillantes, de color pardo grisáceo con manchas irregulares castaño oscuro, en su mayoría y en menor proporción blanquecinas. (Busilacchi, y otros, 2013)

También se debe considerar que los productores dedicados a la obtención de la salvia hispánica tienen la necesidad de adaptarse y diversificar sus técnicas de producción, pues se consideran factores como el precio de este alimento en el mercado, su relevancia alcanzada en los últimos años dentro del área dietaria-medicinal, además del crecimiento de la demanda internacional de las semillas de chía, es necesario que se evalúen y se

adapten mejores técnicas y herramientas de producción dependiendo de las zonas o regiones del país donde se cultive (Busilacchi, y otros, 2013).

La siguiente tabla muestra la composición de ácidos, entre ellos el de chía, donde se puede observar que el valor más alto lo alcanza este alimento en el omega 3:

Tabla 1. Composición de ácidos

	Ácidos Monoinsaturados	Omega 6	Omega 3
Pez Menhaden	25	2,2	29,8
Chía	6,5	19	63,8
Lino	19,5	15	57,5

Fuente: (Di Sapia, Bueno, Severin, & Busilacchi, 2009)

Elaborado por: Investigador

1.2 Relación con el plan nacional del buen vivir.

Objetivo 3.- Mejorar la calidad de vida de la población

Objetivo 4.- Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía

El Plan Nacional del Buen Vivir se enfoca en satisfacer las necesidades de la población, pero no únicamente aquellas de tipo material sino también las subjetivas, con el fin de que cada individuo obtenga una mejor calidad de vida. Según la Secretaría de Planificación y Desarrollo (2013) el Plan Nacional del Buen Vivir es un conjunto de estrategias, cuyo desarrollo se enfoca en 12 objetivos dirigidos a diversas áreas del país, los mismos que se pretenden cumplir a través de la aplicación de políticas de carácter público y del cumplimiento de metas claramente especificadas dentro de este documento.

El Buen Vivir se orienta a construir una sociedad más justa, incluyente en la cual la población sea participativa para lograr el desarrollo sostenible. En tanto al presente proyecto, está relacionado con los siguientes objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir según la (SENPLADES, 2013).

La calidad de vida empieza por el ejercicio pleno de los derechos del Buen Vivir: agua, alimentación, salud, educación vivienda, como prerequisite para lograr las condiciones y el fortalecimiento de las capacidades y potencialidades individuales y sociales.

En relación al presente emprendimiento, los postres elaborados a base de chía aportan a tener una mejor calidad de vida en la población como lo menciona este objetivo, pues se está proponiendo un alimento que presenta cualidades nutritivas debido a la composición de la chía, que puede aportar a preservar dos de los derechos antes mencionados como la salud y una buena alimentación.

En referencia a la idea que se propone en este proyecto, con este objetivo se impulsa la generación y utilización de nuevos conocimientos, no solo con el fin de introducir en el mercado un producto alimenticio con características innovadoras sino que también sea de beneficio para la población. Este objetivo además asevera que la propiedad intelectual será respetada, las ideas podrán emerger en el mercado actual, no solo para generar riqueza a quienes las impulsan sino que además los nuevos productos tendrán valor agregado que garantice el bienestar y satisfacción de los ciudadanos. Además dentro de este emprendimiento se considera un factor esencial como lo es la responsabilidad con la sociedad y con la naturaleza, pues los postres elaborados con semillas de chía brindan grandes beneficios a la salud y además es un cultivo sostenible que provoca daños en el ecosistema.

CAPITULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 Nombre del emprendimiento.

El nombre del emprendimiento será “Enerchía”, la misma que producirá y comercializara postres y repostería con semillas de chía.

2.2 Localización geográfica.

Tabla 2. Localización

LOCALIZACIÓN	
País:	Ecuador
Provincia:	Tungurahua
Cantón	Ambato
Parroquia	Huachi Loreto
Sector	Río Papallacta y Río Palora

Elaborado por: Pérez, 2017

2.3 Justificación.

Por el ritmo de vida actual, el mismo que exige un mayor rendimiento físico y mental por las largas jornadas ya sean estas laborales o académicas, además del tiempo escaso o irregular para consumir los alimentos necesarios, el incremento de los locales que ofrecen comida rápida, son algunas de las causas que dan como resultado el deterioro de la salud de la población, provocando enfermedades; por lo cual es necesario tener una alimentación saludable e incluir alimentos tan completos como la salvia hispánica dentro de la dieta diaria (Pro Ecuador, 2014).

Dentro de la gastronomía, es importante que el alimento tenga una presentación adecuada o llamativa para que sea más agradable a la hora de degustarlo, por ello incluso la chía, aparte de todos los beneficios nutricionales que presenta, permite decorar varios platillos (Monarrez, Pineda, & Saucedo, 2014).

La pastelería y repostería son áreas de la alimentación que se caracterizan porque sus productos contienen altos niveles de calorías en su composición, por ello con la chía se pretende aportar a estas áreas con un alimento sano y nutritivo. Si los postres se combinan con semillas, como las de chía que cuenta con varios beneficios nutricionales, la ingesta de calorías disminuye considerablemente, con lo cual se combaten enfermedades muy latentes en la actualidad como el sobrepeso y la obesidad (Monarrez, Pineda, & Saucedo, 2014).

Una característica muy favorable de la chía es su suave sabor a nuez, el mismo que permite su consumo y mezcla con otros alimentos para preparar diferentes recetas e incluirlas también en bebidas. Además cuando estas semillas son mezcladas con agua, se convierte en una especie de gel, que da la sensación de llenura (Borghi, 2011).

La chía se puede consumir de formas diversas, a nivel comercial, se muestran una gran cantidad de presentaciones para consumo humano, de forma directa así como adicionada a otros platos como postres, jugos, entre otros. Se la utiliza para la preparación de una bebida refrescante y popular llamada “chía fresca” (en México), también se puede preparar un mucílago dejando que las semillas de chía reposen en agua para utilizarla como fibra dietética o también para añadirla y dar espesor a mermeladas, jaleas, yogures, mostazas y salsa tártara; además es útil en la industria de cosméticos y en otras áreas relacionadas. (Busilacchi, Qüesta, & Zuliani, 2015).

La chía es una semilla que cada vez acapara un mayor número de mercados, tanto a nivel local, nacional e internacional; la quinua, el amaranto y la chía presentan condiciones que contribuyen a la seguridad alimentaria, con lo cual Ecuador demuestra al mundo que dentro del territorio se promueve una producción limpia, amigable con el ambiente y de calidad (Ministerio de Comercio Exterior, 2015).

En diversas ciudades del país, la salvia hispánica es empleada para la elaboración de productos para repostería, tales como budines, flanes, pasteles o cup cakes; pero además es usada en platos fuertes, sopas y ensaladas. (Montalvo, 2016)

Las nuevas ideas son impulsadas por individuos que poseen diversas características o se establecen en diversas situaciones, entre ellos se mencionan a los que tienen habilidades en el ámbito empresarial, aquellos que emprenden un negocio ante las necesidades que enfrentan por no poseer un empleo estable, otros que desean ser laboralmente

independientes para desempeñarse en horarios flexibles y para ser autónomos (Corporación Andina de Fomento, 2013).

Una de las facilidades que brinda la chía en lo comercial, es que para exportación no necesita de empaques o condiciones de almacenamiento especiales para conservarse en buen estado, además de que el cultivo de esta semilla es sustentable y ecológico (Arroyo, 2011).

Tabla 3. Composición de las semillas de chía

La siguiente tabla contiene la composición nutricional de 100 gr de porción comestible de Salvia Hispánica		
NUTRIENTE	UNIDAD	VALOR
Agua	g	4.0
Energía	kcal	330
Proteína	g	17.1
Lípido total (Grasa)	g	32.8
Carbohidrato por diferencia	g	41.8
Fibra dietaria total	g	22.1
MINERALES		
Calcio, Ca	mg	870
Magnesio, Mg	mg	466
Fósforo, P	mg	922
Potasio, K	mg	890
Zinc, Zn	mg	7.4
Cobre, Cu	mg	2.45
Manganeso, Mn	mg	5.85
VITAMINAS		
Thiamina	mg	0.144
Rivoflavin	mg	0.213
Niacina	mg	8.250
Vitamina A	IU	4300
LÍPIDOS		
Total de ácidos grasos saturados	g	3.08
16:0	g	2.13
18:0	g	0.95
Factor ácido total monoinsaturados	g	2.42
16:1 No diferenciados	g	0.03
18:1 No diferenciados	g	2.36
ANTIOXIDANTES		
Ácido caféico	mol	0.66x10 ⁻³
Ácido clorogénico	mol	0.71x10 ⁻³

Myricetina	mol	0.31x10 ⁻³
AMINOÁCIDOS		
Alanita	gm/100 gm*	4.4
Arginina	gm/100 gm*	9.9
Ácido aspartico	gm/100 gm*	7.6
Cystina	gm/100 gm*	1.5
Ácido glutámico	gm/100 gm*	15.0
Glycina	gm/100 gm*	4.2

Fuente: (Tosco, 2016)

Elaborado por: Investigador

En la actualidad, las nuevas empresas deben presentar productos innovadores que posicionen a estas entidades y les permiten ser competitivas para mantenerse en el mercado en el largo plazo, “para mantenerse en competencia, y así poder liderar el segmento de mercado donde se encuentra inmersa y luego expandirlo a nuevos mercados, resulta conveniente la aplicación de un proceso de mejoramiento continuo, apalancándose en el aprendizaje y la innovación”. (Mathison et al, 2007)

Además de los beneficios que presenta el consumo de este alimento, de acuerdo “las proteínas de chía, a diferencia de los granos de cereal, no tienen gluten, la Asociación Celíaca Argentina aprobó su uso en pacientes celíacos”, lo cual representa un gran aporte para estas personas que no pueden consumir cierto grupo de alimentos. (Busilacchi, 2013).

A través de la salvia hispánica se prepararán productos alternos, es decir, productos mejorados a los ya existentes o que tengan una forma diferente de ser consumidos, como ejemplo de ellos se puede mencionar harina, bebidas, pasteles y otros postres. Estas nuevas alternativas no solo se refieren a modificar la composición de ciertos alimentos sino también a modificar etapas del proceso productivo o implementar ciertas técnicas que agreguen valor a los productos finales (Silva, 2015).

Una de las facilidades que brinda la chía en lo comercial, es que para exportación no necesita de empaques o condiciones de almacenamiento especiales para conservarse en buen estado, además de que el cultivo de esta semilla es sustentable y ecológico (Arroyo, 2011).

También es importante mencionar que las semillas de chía no tiene un producto sustituto, pues ningún otro alimento posee las mismas propiedades nutricionales; se consume como un alimento complementario en la dieta (Busilacchi, Qüesta, & Zuliani, 2015).

Por otra parte, se ha considerado que los consumidores, pertenecientes a la población adulta en su mayoría, adquieren productos naturales y con un alto valor nutricional; esta tendencia muestra perspectivas positivas de crecimiento en el mercado, lo que justifica el impulso de esta idea de elaborar productos a base de chía. Estas semillas son consideradas como un superalimento por los componentes que posee como omega 3, vitaminas, proteínas, fibras y ácidos grasos. La salvia hispánica funciona como hipotensor, antiviral, antiinflamatorio, ayuda a perder peso, entre otros beneficios para la salud (Pro Ecuador , 2014).

Los antecedentes de cultivos de las semillas de chía se remontan hace varios siglos por sus aportes energéticos; actualmente aparte de las ventajas que puede brindar en la salud de la población, se retomaría el consumo de una planta que fue parte esencial de la dieta de nuestros ancestros, “se rescatarían valores ancestrales olvidados durante siglos, se volvería a la tierra de donde obtenemos productos naturales sin aditivos ni preservantes y sobretodo se crearía una nueva tendencia gastronómica de comer sano”. (Arroyo, 2010)

Acerca de la producción de las semillas de chía se menciona que “no necesita de grandes requerimientos, adaptándose a suelos, humedad, sequías, siendo esta muy apta para los productores; por otro lado las plagas y enfermedades son inciertas, por lo tanto, se puede concluir que es ideal para la producción”. (Montalvo, 2016)

La chía en Ecuador se cultiva como producto de exportación desde 2005. Los principales cultivos se los encuentra en las provincias de Santa Elena, Los Ríos e Imbabura. Hasta 2008 las hectáreas utilizadas ascendían a 500 con una producción de alrededor de 600.000 kilogramos de semilla. (Cisneros, 2016).

En la cadena productiva de este tipo de alimentos la participación de los agricultores es fundamental pues de ellos depende la calidad de la materia prima, libre de humedad, de elementos contaminantes y tóxicos utilizados en la fumigación, entre otros. (Cisneros, 2016). Respecto a la producción anual de Chía, el Presidente Ejecutivo de Kunachia dice que el año pasado (2014) comercializaron alrededor de 80 toneladas y que este año, con

La Fabril, esperan comercializar a nivel nacional 1 tonelada diaria, que anualmente representan 365 (toneladas). (Gutiérrez, 2015)

KunaChia, la compañía trabaja con pequeños productores dueños de entre cinco y ocho hectáreas con lo que se generan nuevas plazas de trabajo y permite tener un control más pormenorizado de la calidad del producto. Se la produce completamente en Ecuador; de ahí que, para abastecer la demanda, la empresa dispone de 1.500 hectáreas en la provincia de Santa Elena, en el sector de la Azúcar, cerca de Guayaquil; sin olvidar a Babahoyo, donde hay 3.000 hectáreas, así como en la Sierra en la que existe una pequeña producción de Chía, por Ibarra. Es una semilla que se da en climas cálidos-secos. Además una planta de limpieza de la Chía, en Guayaquil y una fábrica empacadora, en Quito. Instalaciones a las que se sumaría una nueva planta de producción, ubicada en la ciudad de Latacunga, próxima a inaugurarse este año; cuya inversión ascendería a US\$270,000 y estaría destinada a maquinaria, netamente para procesamiento, ventosas, calcificadoras ópticas, adecuaciones de la planta para las certificaciones, entre otras.(Gutiérrez, 2015)

La elaboración de alimentos a base de semillas de chía cuentan con una ventaja competitiva muy importante como la diferenciación en determinadas etapas de la cadena de valor, puesto que para la preparación de los productos se deben seleccionar ingredientes y materia prima de calidad, por lo tanto la salvia hispánica permitirá diferenciar el producto por su alto contenido nutricional (Torres, 2014).

Es importante recalcar que la posición para el producto que se menciona en este emprendimiento será alcanzada a través de un plan comercial, con el mismo que se busca romper la segmentación hacia un público interesado en la salud, con el fin de diversificar el consumo y acaparar una mayor parte del mercado llegando a nuevos consumidores. Se tiene el objetivo de incentivar a los clientes a incorporar la chía y productos derivados elaborados a base de esta semilla en la dieta diaria de la población, además de presentar un producto que puede ser altamente competitivo en el actual mercado alimenticio (González, 2014).

En la actividad de panadería, se puede utilizar el gel como un imitador de grasa para untarlo en el pan, así como para resaltar su sabor, asimismo si se cubre la masa para pan con este gel antes de hornear es posible aumentar su tiempo de duración en la comercialización del mismo. Es ideal para enriquecer gran cantidad de productos como

fórmulas para bebés, alimento para animales, barras nutritivas, entre otros (Busilacchi, Qüesta, & Zuliani, 2015).

Los factores limitantes para una mayor difusión del consumo de la chía sean, por el momento, el desconocimiento de sus virtudes y el económico. Dado que no se trata de una semilla oleaginosa propiamente dicha y que se procesa artesanalmente en frío, la producción de su aceite es más costosa. Pero este argumento se neutraliza con la baja dosis diaria que se requiere para cubrir las necesidades mínimas. Además siempre se puede consumir la semilla (entera o en forma de harina), alternativa mucho más económica y que permite capitalizar nutrientes que no están presentes en el aceite. (Di Sapia, Bueno, Severin, & Busilacchi, 2009)

2.4 Objetivos.

2.4.1 Objetivo general.

Crear una empresa productora de postres y repostería con semillas de chía en el Cantón Ambato.

2.4.2 Objetivos específicos.

- Identificar los postres más consumidos en el medio gastronómico de la zona.
- Elaborar un estudio de mercado que muestre el segmento de clientes al que va el emprendimiento.
- Desarrollar un estudio financiero que permita evidenciar la viabilidad económica del emprendimiento.

2.5 Beneficiarios.

Los postres con semillas de chía es un nuevo referente a comida saludable, del cual se beneficiaran un promedio de “325.163 mil personas en la provincia de Tungurahua” (ecuadorencifras, 2010) que corresponde a la población comprendida entre los 15 a 34 años de edad que será el segmento de mercado al cual estará enfocado el emprendimiento.

Esto es debido a que los postres con semillas de chía proporcionarían a las personas que lo consumen efectos muy beneficiosos en su salud ya que contarán con todos los beneficios que ofrecen las semillas de chía pueden ofrecer. Dichas semillas poseen: Omega-3, Fibra, antioxidantes. (Pro Ecuador , 2014).

2.6 Resultados a alcanzar.

Entre los resultados que espera obtener se pretende que un estudio financiero arroje resultados positivos que muestren la viabilidad económica del proyecto, además de un estudio de mercado que mostrara el segmento de clientes al cual deberá enfocarse la empresa.

Dada esta viabilidad del proyecto se podrá saber si el proyecto será sostenible y sustentable a través del tiempo, ya que se espera que la demanda se incremente anualmente, de la misma manera que se aumentará la oferta de productos.

Se identificará cual es el segmento de mercado adecuado para el emprendimiento. Además se conocerá cuales postres son los que este segmento de mercado consume con mayor regularidad lo que indicará cuales serán nuestros productos estrellas al momento de producir y comercializar.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado comprueba la existencia de una necesidad insatisfecha mediante una investigación descriptiva de las características del mercado que tiene como objeto brindar ayuda en la toma de decisiones en las que se incluye la oferta y la demanda, con el objetivo de realizar transacciones de bienes y servicios a un determinado valor.

3.1. Objetivos del estudio de mercado.

3.1.1. Objetivo general.

Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha del emprendimiento en la producción de postres y repostería con semillas de chía en la provinci de Tungurahua.

3.1.2. Objetivos Específicos.

- Identificar cuál es el segmento de mercado objetivo al que va dirigido los postres con semillas de chía.
- Establecer la relación entre demanda y oferta para la determinación del mercado insatisfecho.
- Proyectar la demanda potencial que tendrán los postres con semillas de chía.

3.2. Estudio de mercado.

3.2.1. Descripción del producto.

La industria alimenticia refleja un progreso en lo que se refiere a variedad y diseño en la producción y comercialización de postres, razón por la cual se obtiene una excelente calidad a su vez gran variedad de sabores y modelos, es así que está orientada al mercado nacional.

La repostería es herencia de civilizaciones que a lo largo de los siglos, han enriquecido nuestras costumbres, la calidad y arte de vivir, constituye la esencia de las tradiciones que, en silencio y con mayor humildad, han consolidado los cimientos de nuestra cultura. Sin embargo la repostería a diferencia de la gastronomía, ha estado algo marginada y se ha transmitido por recetas polvorosas que aparecían en viejos armarios de la cocina o, en el mejor de los casos por vía oral de madres a hijas. (Ávila, 2013)

La repostería no hace solo referencia al hecho que la harina, los huevos, azúcar suelen ser la base de la elaboración, más bien se puede considerar que todos los productos siempre y cuando combinen sus sabores tienen cabida en un obrador. La repostería ha ido evolucionando, se han incluido productos de otras culturas. Se han elaborado algunos complementos que consiguen dar toques más acertados a las elaboraciones de postres, galletas, biscochos etc. (Picas, 2011)

La repostería tanto en su versión dulce como salada, sólida como líquida, cocida como frita, constituyen pilar fundamental del desarrollo sociocultural de los pueblos y gentes de nuestro país. En torno a una bandeja de roscos de vino, pestiños, mazapanes, turrone, mantecados, alfajores o compartiendo una exquisita Tarta de Santiago, el mundo se ha visto más agradable. Todos somos golosos en mayor o en menor grado. (Trava, García, 2010).

Los postres son comidas ligeras, dulces por lo general. Tienen sus orígenes en el continente europeo, en donde los cocineros de la burguesía los servían al final de los platos fuertes diciendo la frase “Un buen postre es el broche de oro de una comida”. (Carranza, 2011)

En España siempre ha tenido gran tradición en la elaboración de pastelería y dulcería desde la Alta Edad Media, a partir de la invasión de los árabes que trajeron con ellos la caña dulce que fue cultivada en las vegas del Darro y Genil, por lo que los españoles pudieron utilizar el azúcar con algunos siglos de antelación al resto de Europa. Muchos contribuyeron a la conservación de las viejas recetas algunos conventos cuyas monjitas, con el fin de llegar a tener fondos para subsistir, se dedicaban a la fabricación de postres y golosinas que existen hasta hoy en día. (Gross, 2013).

Hoy en día la repostería ha adaptado las recetas para hacerlas aptas a las personas con determinadas enfermedades o intolerancias a ciertos alimentos. Ha surgido así repostería apta para celíacos, diabéticos, personas con intolerancia a la lactosa. La base de todos los postres que son de origen dulce fueron creados en el continente europeo teniendo la miel como principal ingrediente, en cambio se consideró que el azúcar fue una de las primeras golosinas que se consumieron en los países árabes. (Picas, 2011)

En los obradores de pastelería, tradicionalmente se realizan una elaboración que trata de sistematizar y lo hacemos en función de los ingredientes básicos que se utilizan en las recetas. El apartado de pastelería se integra preparando dulces y salados, con materia prima básica, las harinas; además de grasas comestibles como mantequilla, margarinas vegetales, manteca de cerdo. Con todo esto se obtienen los siguientes grupos de productos: pasta de anga, masas firmes y estiradas, masas frías y fermentadas, así como todo tipo de biscocho que tiene base quebradiza. (Trava, García, 2010).

Las semillas tienen un alto valor nutricional y son una fuente natural de Omega-3, antioxidantes, fibra y proteínas. Las civilizaciones azteca y maya comieron Chía como parte fundamental de su dieta. (Headquarters, 2015)

La salvia hispánica tiene diversos componentes que la convierten en un alimento muy nutritivo, esta semilla originaria de México, es conocida por sus propiedades nutritivas, especialmente en fibra, hierro, omega 3 y vitaminas. (Pro Ecuador, 2015)

A través de la salvia hispánica se prepararán productos alternos, es decir, productos mejorados a los ya existentes o que tengan una forma diferente de ser consumidos, como ejemplo de ellos se puede mencionar harina, bebidas, pasteles y otros postres. Estas nuevas alternativas no solo se refieren a modificar la composición de ciertos alimentos sino también a modificar etapas del proceso productivo o implementar ciertas técnicas que agreguen valor a los productos finales (Silva, 2015).

3.2.2. Empaquetado.

Los postres estarán empaquetadas en recipientes de plástico, para la selección de este material se realizó varias pruebas de conservación del producto con diferentes tipos de materiales como aluminio, y se determinó que las propiedades del plástico dan mejores resultados. (Dennis, 2016)

El empaque de los postres llevara los datos para alimentos y bebidas no alcohólicas pre-
envasadas, los cuales son los siguientes:

- Nombre del alimento
- Lista de ingredientes
- Contenido neto
- Nombre y domicilio fiscal del fabricante o empresa responsable de la fabricación.
- País de origen
- Identificación del lote
- Fecha de caducidad
- Declaración de propiedades nutrimentales
- Información nutrimental

Por lo tanto, se presenta el empaque de los postres con semillas de chía incluyendo la
marca y la información anteriormente descrita. (Dennis, 2016)

3.2.3. Ingredientes.

3.2.3.1. Chía (Salvia Hispánica).

La chía o también llamada por su nombre científico como Salvia Hispánica se ubica en
la familia denominada de la “labiatae”, a este tipo también pertenecen plantas como la
menta, el romero y el orégano. Estas semillas son originarias de México y Guatemala, y
se utilizaban en la época de los Mayas y Aztecas de diversas formas como para la
alimentación, en la medicina, como ofrenda para los dioses o para hacer cosméticos
(Jaramillo, 2013).

La chía es una planta que mide aproximadamente 1.5 m de alto, tiene un tallo veloso y
hojas con bordes aserrados, sus flores son de color azul en forma espiga y en cada una de
ellas se puede encontrar cuatro pequeños frutos, las llamadas semillas de chía, valoradas
por su alto contenido nutricional (Diccionario Sensagent, 2013).

3.2.3.2. Fresas (Fragaria).

Las fresas o llamadas científicamente como Fragaria son varias especies de plantas
rastreras del género Fragaria, nombre que se relaciona con la «fragancia» que posee (en
latín, fraga), cultivadas por su fruto comestible. La fresa es una fruta de forma cónica o
casi redonda, de tamaño variable según la especie (de 15 a 22 mm de diámetro), coronada

por sépalos verdes, de color rojo y con un sabor que varía de ácido a muy dulce. Lo que más caracteriza a esta fruta es su intenso aroma. (Fundación Española de la Nutrición, s.f.)

De acuerdo al (Diccionario de la Real Academia Española, 2017), define a la fresa como: Planta de la familia de las rosáceas, con tallos rastreros, nudosos y con estolones, hojas pecioladas, vellosas, blanquecinas por el envés, divididas en tres segmentos aovados y con dientes gruesos en el margen; flores pedunculadas, blancas o amarillentas, solitarias o en corimbos poco nutridos, y fruto casi redondo, algo apuntado, de un centímetro de largo, rojo, succulento y fragante.

3.2.3.3. Crema de leche.

Llamada nata en España y México, la crema de leche es una sustancia tonalidad blanca o amarillenta, que se encuentra de forma emulsionada en la leche recién ordeñada o cruda (es decir, en estado natural y que no ha pasado por ningún proceso artificial que elimina elementos grasos) (Capocchetti, 2014).

La crema de leche también es llamada nata o natilla y tiene un alto contenido en grasa. Se obtiene a partir del descremado que se realiza en la leche entera. La crema y sus niveles de grasa dependen de cada país, existen algunos en los que se requiere que la crema tenga un 18% de grasa, mientras que en países de Centroamérica se requiere que esta tenga al menos el 25% de grasa (Pichardo, 2012).

3.2.3.4. Azúcar (Sacarosa)

La palabra azúcar hace referencia a varios monosacáridos o disacáridos que se caracterizan principalmente por su sabor dulce. El azúcar se puede obtener de dos alimentos: la caña de azúcar, que a nivel mundial representa como primera fuente un 70%, mientras que el porcentaje restante lo obtienen a través de la remolacha (Gómez, Beltrán, & García, 2013).

El azúcar es una sustancia dulce que se forma tanto en las hojas, raíces así como en los tallos de varias plantas. Según los aportes de (Rodríguez, 2015), el azúcar “Es un hidrato de carbono soluble cuya fórmula química es $C_{12}H_{22}O_{11}$ sacarosa, compuesta por glucosa y fructosa. Su nombre común es azúcar. Su poder edulcorante por definición es igual a uno”.

3.2.3.5. Gelatina sin sabor.

Se elabora a través de una sustancia llamada gredina, la cual se extrae de partes de animales como piel, huesos y de otros tejidos. Tiene un alto uso en la industria alimenticia por su nivel gelificante; se lo considera un alimento nutritivo pero es aún incompleto al no poseer ciertos aminoácidos esenciales para el organismo. También se puede encontrar la gelatina de origen vegetal que se caracteriza por su color blanco y la cual se gelifica con mayor rapidez que la gelatina de origen animal (Guzmán & Molina, 2013).

Es una proteína de color amarillento, por lo tanto libre de carbohidratos o azúcares, grasa y colesterol. La gelatina se obtiene del colágeno natural de tejido conectivo animal, específicamente del cuero vacuno, y se elabora a través de una estricta selección de materias primas y de la más alta y moderna tecnología, como también de un control de calidad que asegura una materia prima natural y nutritiva, con miles de posibilidades de elaboración de comidas, postres, confitería y repostería. (Morillo & Puma 2009)

3.3. Segmentación del mercado.

Considerando los aportes de (Monferrer, 2013), menciona que “segmentar es diferenciar el mercado total de un producto o servicio en grupos diferentes de consumidores, homogéneos entre sí y diferentes a los demás, en cuanto a hábitos, necesidades y gustos, que podrían requerir productos o combinaciones de marketing diferentes”.

Segmentar un mercado puede ser de beneficio en varios sectores de la economía, industrias y también en empresas, puesto que al tener subgrupos homogéneos en un mercado se pueden establecer y aplicar estrategias de forma diferenciada, procurando de esta manera satisfacer las necesidades de todos los clientes de manera efectiva (Araújo & Fraiz, 2012).

El segmento particular de una población total en el que el detallista enfoca su pericia de comercialización para satisfacer ese submercado, con la finalidad de lograr una determinada utilidad" (Thompson, 2015).

Tabla 4. Segmentación de Mercado

VARIABLE DE SEGMENTACIÓN	VARIABLE	DATO	FUENTE	AÑO
Geográfica	Población del Ecuador	16.528.730	INEC	2016
Geográfica	Población de la Provincia de Tungurahua.	564.260	INEC	2016
Demográfica	Población del Cantón Ambato	369.578	INEC	2016
Demográfica	Edades 15 a 44 años	201.810	INEC	2016

Elaborado por: Fernando Pérez

Fuente: INEC

Análisis

Mediante la Tabla 4 que se ha realizado dio como resultado que el segmento de mercado en el año 2016 es de 201.810 personas que poseen las características adecuadas para la adquisición del producto.

3.3.1. Selección del método de investigación.

3.3.1.1 Investigación descriptiva.

De acuerdo a los aportes de (Niño, 2011), este nivel de investigación tiene como propósito: describir la realidad objeto de estudio, un aspecto de ella, sus partes, sus clases, sus categorías o las relaciones que se pueden establecer entre varios objetos, con el fin de esclarecer una verdad, corroborar un enunciado o comprobar una hipótesis. Se entiende como representar por medio de palabras las características de fenómenos, hechos, situaciones, cosas, personas y demás seres vivos, de tal manera que quien lea o interprete, los evoque en la mente.

Es importante utilizar este nivel de investigación en el desarrollo del presente proyecto porque se pueden obtener características de la población de estudio y a la vez el investigador puede recoger información y datos sobre una hipótesis planteada, que posteriormente permitirán generar ideas que contribuyan a forjar conocimiento útil para el emprendimiento.

Herramienta: La herramienta que se utilizara será la encuesta, es un método de recolección de información

3.3.2. Selección del procedimiento de muestreo.

Población: Se puede mencionar que son todos los elementos o individuos que estarán inmersos en el desarrollo de una investigación la misma que cuenta con determinadas características (Herrera, Medina, & Naranjo, 2010).

Población infinita: si el número de elementos o individuos es de miles o millones, se requiere obtener una muestra de esta población, se hace referencia a que este tipo de población supera los 10.000 elementos (Cedeño, 2010).

En el caso de esta investigación, la población que será parte del estudio es la población infinita, puesto que los postres elaborados a base de semillas de chía se dirigen a gran parte de los habitantes de la ciudad de Ambato, en especial aquellos que conforman la población adulta, quienes superan los 10.000 elementos como se mencionó en el concepto anterior.

Muestra: La muestra es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. (Tamayo, 2010)

Para este cálculo se considera una población finita, pues es un conjunto que contiene una cantidad limitada de elementos, se calcula en base a la proyección del año 2016.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{Z^2 \times P \times Q + N \times e^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 201810}{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 + 201810 \times 0,05^2}$$
$$n = \frac{193818,324}{505,7854}$$
$$n = 383,54$$
$$n = 384$$

Simbología:

n= Número de elementos de la muestra

N= Número de elementos del universo

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno

Z2= Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido: siempre se opera con valor sigma.

E= Margen de error o de imprecisión permitido.

Cálculo: Para la obtención de la muestra se utilizara la fórmula de la población finita, en la cual se reemplazaran los datos correspondientes antes mencionados.

Análisis: Al aplicar y resolver la fórmula de población finita, se determinó que la muestra a utilizarse será de 384 personas a las cual encuestamos para verificar la viabilidad de la misma.

3.3.3 Tabulación e interpretación de las encuestas.

“Son las técnicas de análisis que se ocupan de relacionar, interpretar y buscar significado a la información expresada en códigos verbales e icónicos”. Hurtado (2010).

Procesar los datos recabados u obtenidos durante el proceso de experimentación, es decir, lo que se observó, las cantidades que se obtuvieron, lo que se descubrió, lo que se averiguo. (Estupiñan, 2012).

1. ¿Conoce usted que es la chía?

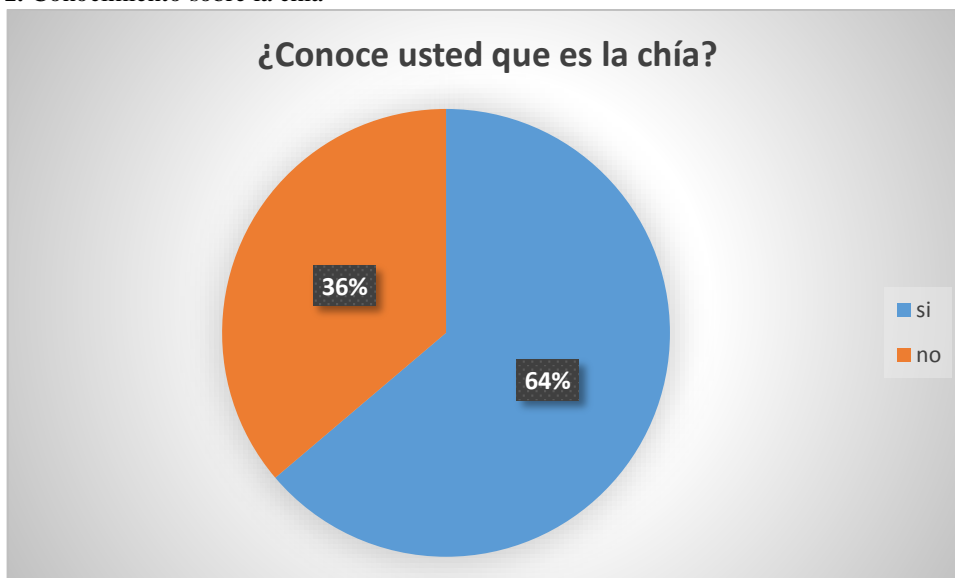
Tabla 5. Pregunta 1

Alternativa	Frecuencia
Si	245
No	139
Total	384

Fuente: Resultados Encuesta

Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 1. Conocimiento sobre la chía



Fuente: Resultados Encuesta

Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados se determina que el 64% de la población encuestada conoce que es la chía mientras que solamente el 36% desconoce este dato.

Se concluye que, el 64% del total de la población encuestada conoce acerca de las propiedades y beneficios para la salud que brinda el consumo de semillas de chía.

2. ¿Con qué frecuencia consume postres en la semana?

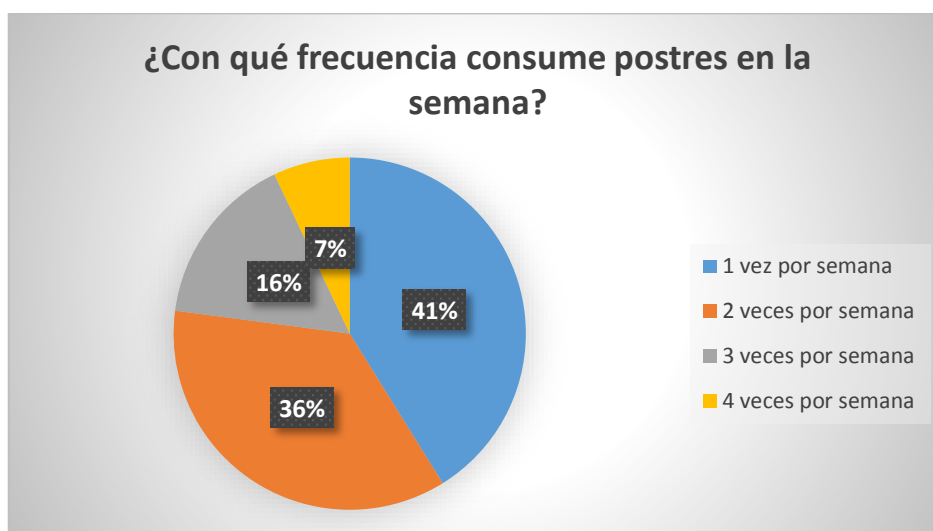
Tabla 6. Pregunta 2

Alternativa	Frecuencia
1 vez por semana	158
2 veces por semana	138
3 veces por semana	61
4 veces por semana	27
Total	384

Fuente: Resultados Encuesta

Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 2. Frecuencia de consumo



Fuente: Resultados Encuesta

Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis e interpretación.

Dado los resultados obtenidos de la encuesta se ha obtenido que del total de la población, el 41% consumen 1 vez a la semana algún tipo de postre, el 36% consume 2 veces semanales postres, el 16% lo hace 3 veces a la semana y el 7% consume más de 4 postres semanales.

Se concluye que el 77% del mercado consume de 1 a 2 postres semanales es decir lo hacen de manera relativamente frecuente en la semana, mientras que el 23% lo hacen de 3 a 4 veces por semanas siendo esta población gran consumidora de postres.

3. ¿De los siguientes tipos de postres ¿Cuál usted consume con más frecuencia?

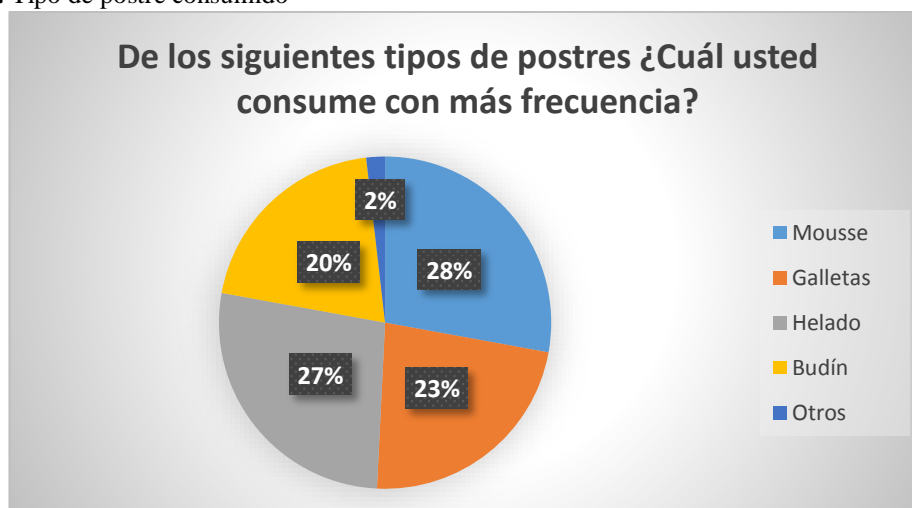
Tabla 7. Pregunta 3

Alternativa	Frecuencia
Mousse	107
Galletas	88
Helado	104
Budín	78
Otros	7
Total	384

Fuente: Resultados Encuesta

Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 3. Tipo de postre consumido



Fuente: Resultados Encuesta
Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos se concluyó que, el 28% de la población encuestada cuando consumen postres del algún tipo prefieren los mousse, de la misma manera el 27% de la población encuestada lo hace consumiendo helado, el 23% lo hace consumiendo galletas, el 20% consume budines y el 2% consume otro tipo de postres.

Se determinó que el 55% del total de personas encuestadas tiene una preferencia clara por los postres siendo los mousse y helados los más apetecibles por estos, mientras que el 45% tiene gustos más variados siendo las galletas, mousse y tortas de la preferencia de este segmento de mercado.

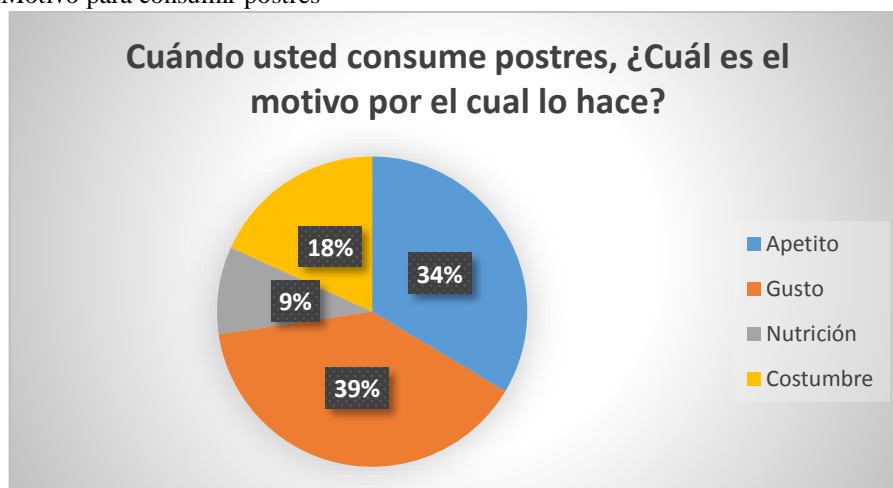
4. Cuando usted consume postres, ¿Cuál es el motivo por el cual lo hace?

Tabla 8. Pregunta 4

Alternativa	Frecuencia
Apetito	129
Gusto	150
Nutrición	35
Costumbre	70
Total	384

Fuente: Resultados Encuesta
Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 4. Motivo para consumir postres



Fuente: Resultados Encuesta
Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos se determinó que, el 39% de la población encuestada consume postres por gusto cuando decide hacerlo, el 34% lo hace por apetito, el 9% lo hace por nutrición y solo 18% manifestó que lo hace por costumbre.

Se concluye que el 73% del total de los encuestados consume postres por factores como apetito o gusto, mientras que el 27% lo hace por nutrición o costumbre, lo que indica que hay varios factores que intervienen directamente en las razones por las cuales una persona consume postres, siendo un postre algo de naturaleza dulce los consumidores lo prefieren a la hora de un break ya que es una alternativa más sana.

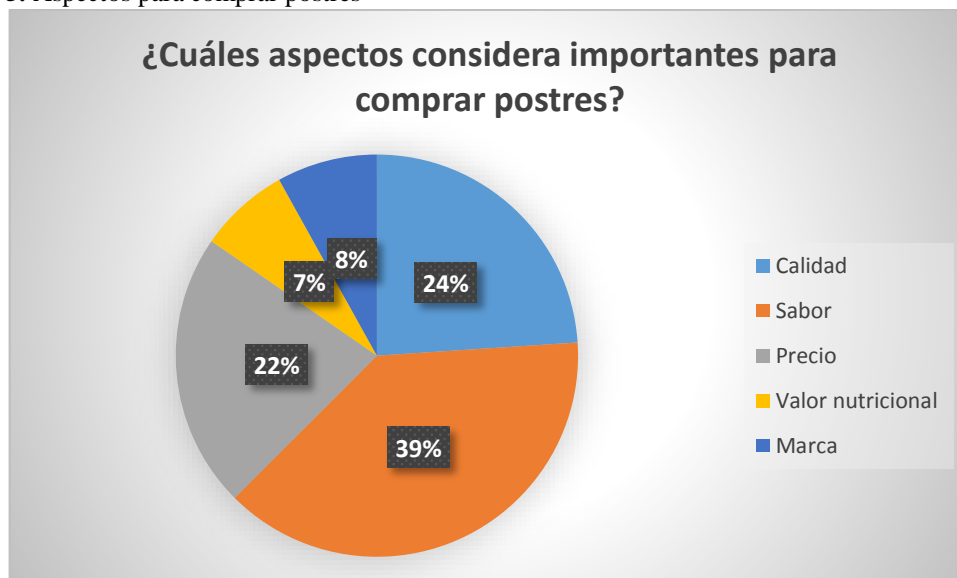
5. ¿Cuáles aspectos considera importantes para comprar postres?

Tabla 9. Pregunta 5

Alternativa	Frecuencia
Calidad	92
Sabor	148
Precio	85
Valor nutricional	28
Marca	31
Total	384

Fuente: Resultados Encuesta
Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 5. Aspectos para comprar postres



Fuente: Resultados Encuesta
Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados se determina que el 39% de la población encuestada consumen postres por su sabor, mientras que el 24% consumen por la calidad poseen, el 22% por su precio, el 7% y 8% lo hace por el valor nutricional y el marca.

Dado esto, se observó que los factores con más importancia para la adquisición de un postre son: el sabor y la calidad con un 63% del total de las personas encuestadas, mientras que factores como: la marca, el valor nutricional y el precio solo poseen el 37%.

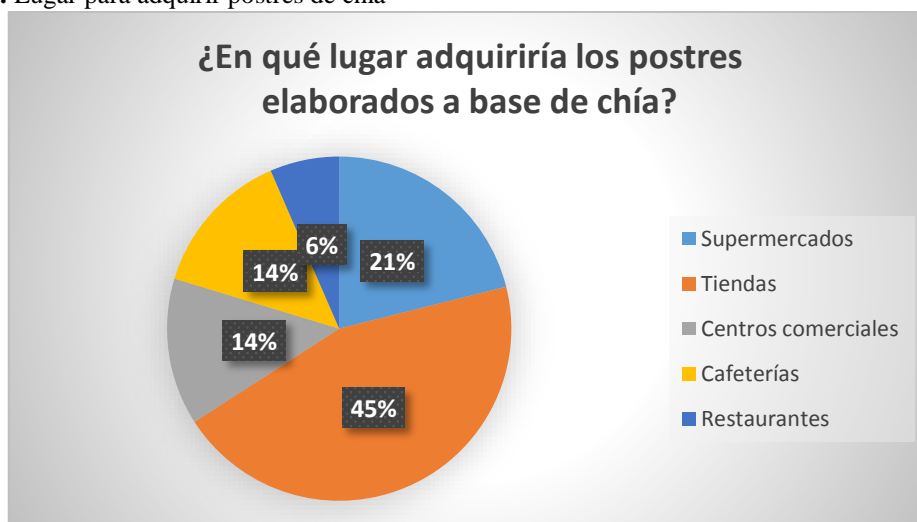
6. ¿En qué lugar adquiriría los postres elaborados a base de chía?

Tabla 10. Pregunta 6

Alternativa	Frecuencia
Supermercados	81
Tiendas	172
Centros comerciales	53
Cafeterías	53
Restaurantes	25
Total	384

Fuente: Resultados Encuesta
Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 6. Lugar para adquirir postres de chía



Fuente: Resultados Encuesta
Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados se determina que el 45% de la población encuestada le gustaría encontrar el producto en supermercados, mientras que el 21% les gustaría encontrar el producto en tiendas, el 14% preferiría en centros comerciales y cafeterías, el 6% en restaurantes.

Se concluye que, el 66% de las personas encuestadas prefieren tener este producto en supermercados y centros comerciales tales como: Megamaxi, Multiplaza, Gran AKI, mientras que el 34% lo prefiere en lugares un poco más de reuniones sociales como cafeterías y restaurantes.

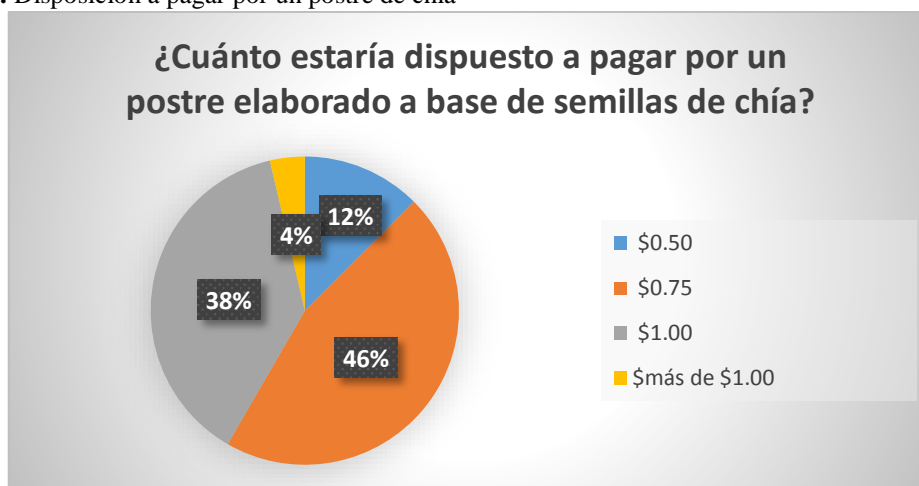
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un postre elaborado a base de semillas de chía?

Tabla 11. Pregunta 7

Alternativa	Frecuencia
\$0.50	48
\$0.75	176
\$1.00	146
\$más de \$1.00	14
Total	384

Fuente: Resultados Encuesta
Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 7. Disposición a pagar por un postre de chía



Fuente: Resultados Encuesta
Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados se determina que el 46% de la población encuestada estaría de acuerdo con pagar 0.75\$ por un postre con semillas de chía, mientras que el 38% estarían de acuerdo con pagar 1.00\$, el 12% estaría de acuerdo en pagar 0.50\$ y solo el 4% pagaría más de 1.00\$.

Se concluye que, el 84% de las personas encuestadas están de acuerdo en pagar por un postre con semillas de chía entre un rango de 0.75\$ a 1.00\$ por unidad, mientras que solo el 4% no tendría ningún problema en pagar más de 1.00\$ por dicho postre.

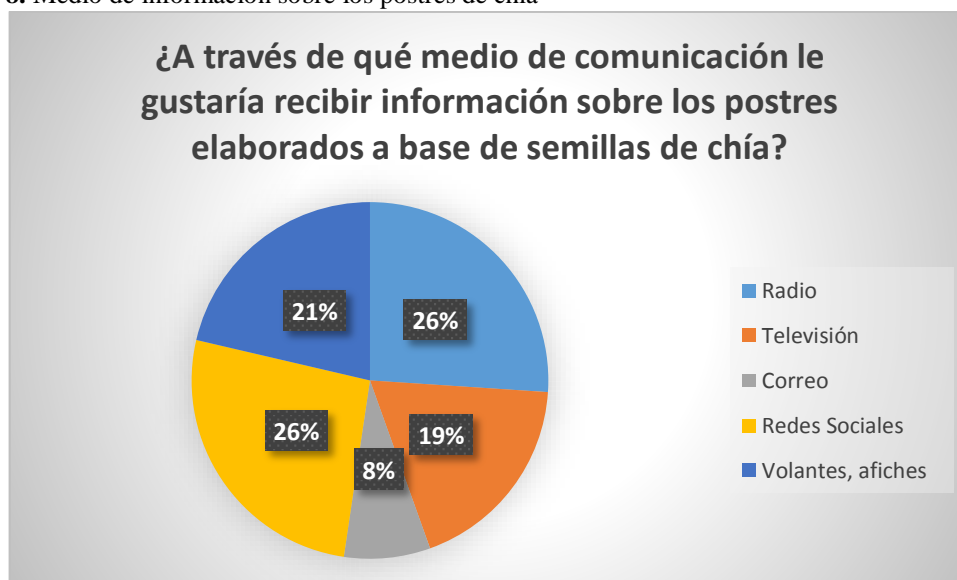
8. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información sobre los postres elaborados a base de semillas de chía?

Tabla 12. Pregunta 8

Alternativa	Frecuencia
Radio	100
Televisión	71
Correo	30
Redes Sociales	101
Volantes, afiches	82
Total	384

Fuente: Resultados Encuesta
Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 8. Medio de información sobre los postres de chía



Fuente: Resultados Encuesta
Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados se determina que el 26% de la población encuestada le gustaría recibir información del producto mediante redes sociales, el 19% lo preferiría mediante televisión, el 26% mediante la radio y solo el 21% señalan mediante volantes o afiches.

Se concluye que, el 63% prefiere recibir información sobre nuevos productos mediante medios masivos tales como: las redes sociales o la radio, mientras que el 37% preferiría recibir la información por medio de afiches, la televisión o el correo electrónico.

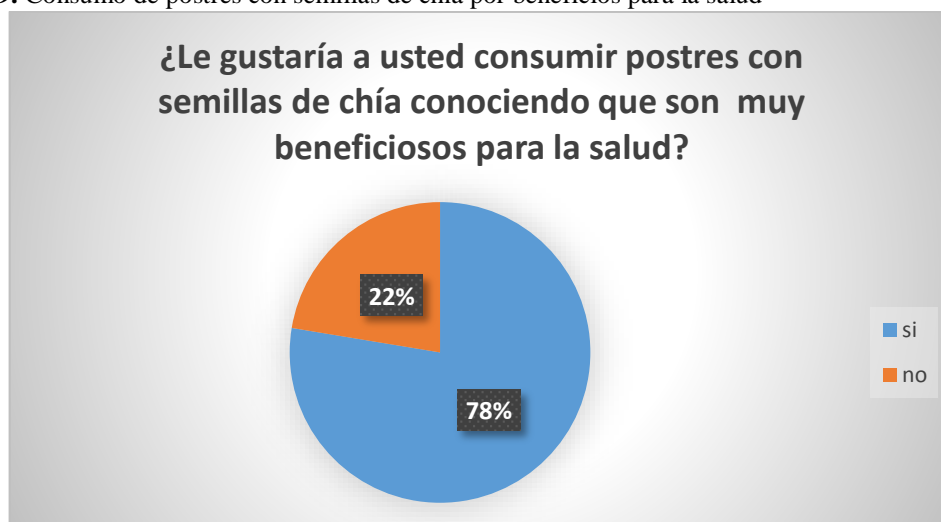
9. ¿Le gustaría a usted consumir postres con semillas de chía conociendo que son muy beneficiosos para la salud?

Tabla 13. Pregunta 9

Alternativa	Frecuencia
Si	298
No	86
Total	384

Fuente: Resultados Encuesta
Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 9. Consumo de postres con semillas de chía por beneficios para la salud



Fuente: Resultados Encuesta

Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados se determina que el 78% de la población encuestada le gustaría consumir postres con semillas de chía, mientras que el 22% no le gustaría hacerlo.

Se concluye que, el 78% estaría de acuerdo con consumir postres con semillas de chía dentro de su dieta diaria ya que conocen de los beneficios nutricionales para el cuerpo y la salud que brinda, el 2% restante indican que no lo harían porque no se ven en la necesidad de hacerlo ya que consideran que su alimentación y salud son las adecuadas.

10. ¿En qué tipo de presentación desearía que fueran los postres con semillas de chía?

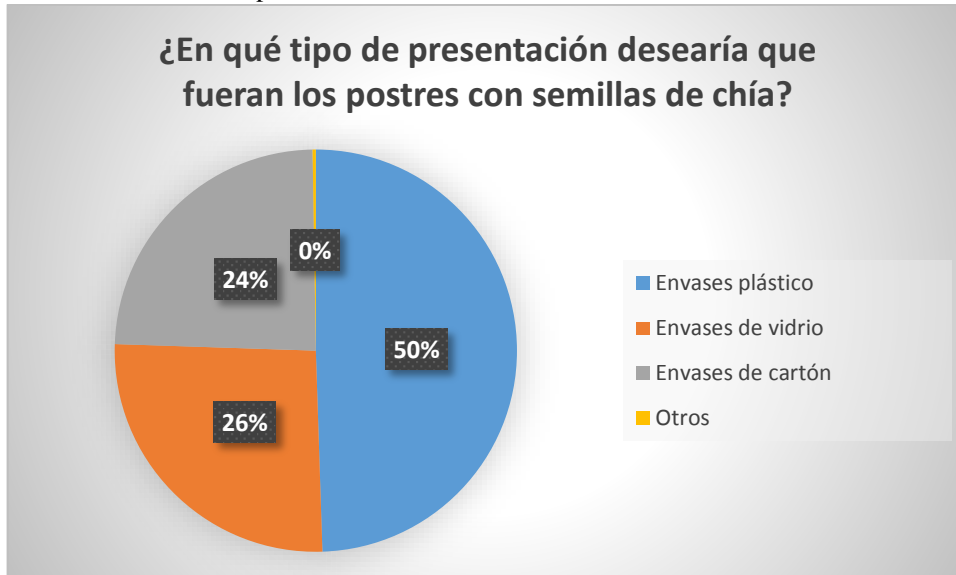
Tabla 14. Pregunta 10

Alternativa	Frecuencia
Envases plástico	190
Envases de vidrio	100
Envases de cartón	93
Otros	1
Total	384

Fuente: Resultados Encuesta

Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 10. Presentación de los postres de chía



Fuente: Resultados Encuesta
Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados se determina que el 50% prefiere que el postres con semillas de chía y tengan una presentación de envase de plástico, el 26% lo prefiere en envases de vidrio, el 24% en envases de cartón.

Se concluye que, el 40% prefiere utilizar envases de plástico por la facilidad sin embargo están conscientes que es malo para medio ambiente, el 26% prefiere los envases de vidrio ya que consideran que un envase de este tipo una vez utilizado se puede usar para otras cosas o se recicla y es mucho menos nocivo para el medio ambiente, 24% prefiere el cartón ya que es reciclable y es amigable con el medio ambiente.

3.4 Análisis de la demanda.

Concepto de demanda.

Se determina como demanda a la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos en diferentes precios del mercado ya sea por el consumidor o los consumidores tomando en cuenta que es afectada por diferentes factores como son el gusto personal. Los precios el factor sociológico y el futuro. (Agueda, Principios del marketing, 2008)

3.4.1. Cálculo de la demanda.

Se calcula la demanda existente basándose en la cantidad de personas que estarían dispuestas a adquirir postres, con lo cual se determinó que en el año 2017 existen 157.411 demandantes que representan el 78% del segmento de mercado, este cálculo está basado en la pregunta #9 de la encuesta.

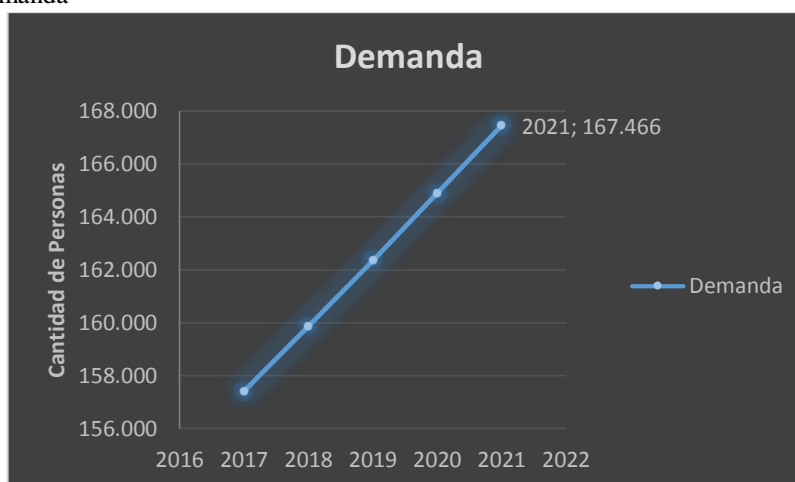
Tabla 15. Cálculo de demanda de personas

Año	Demanda Proyectada	T.C.P
2017	157.411	1,56%
2018	159.867	2456
2019	162.361	2494
2020	164.893	2533
2021	167.466	2572

Fuente: Resultados Encuesta

Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 11. Demanda



Fuente: INEC

Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis.

El incremento de la demanda, se dado la Taza de Crecimiento Poblacional del país que es del 1.56% para el año 2017, con lo cual se nota que en promedio la demanda aumenta

en 2.011 personas anualmente, hasta que se llega al valor proyectado de 167.466 para el año 2021.

3.4.2. Cálculo demanda en productos.

La demanda del producto se calcula basándose en la pregunta #2, en donde se observó que la mayor parte de los encuestados consumen postres 1 vez a la semana y la pregunta #9 que corresponde a 157.411 personas.

Procedimiento:

157.411 personas por la frecuencia de consumo en este caso 4 veces al mes.

$$157.411 * 52 = 8.185.372$$

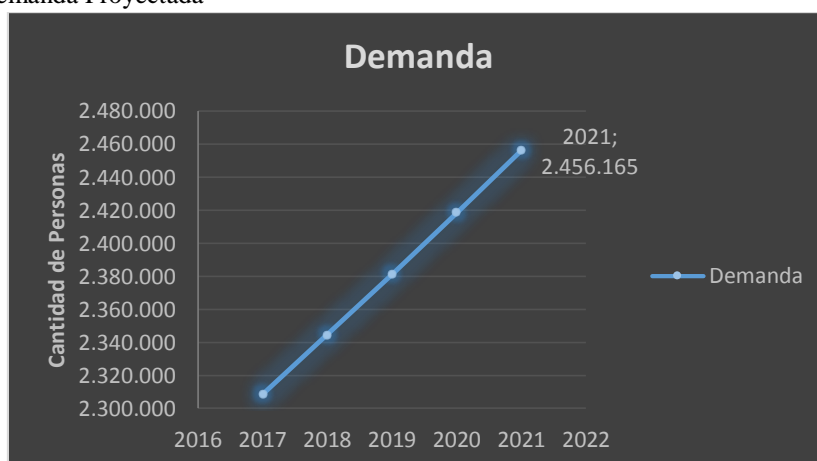
Tabla 16. Demanda Proyectada

Año	Demanda Proyectada	T.C.P
2017	8.185.372	1,56%
2018	8.313.064	127.692
2019	8.442.748	129.684
2020	8.574.454	131.707
2021	8.708.216	133.761

Fuente: Resultado Encuestas

Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 12. Demanda Proyectada



Fuente: INEC

Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis e interpretación

El incremento de la demanda es directamente proporcional al incremento de personas cada año, en este caso 1 vez por semana, se multiplica por 52 semanas que tiene el año obteniendo como resultado una demanda para el 2017 de 8.185.372 de postres y para el año 2021 será de 8.708.216.

3.5 Estudio de la oferta.

Concepto de oferta.

Es cierta cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a vender bajo las condiciones del mercado. Está compuesta por algunos factores que de una u otra forma afectan la cantidad y el precio (Larrain, 2002).

El 22% de la población de Ambato que está comprendida entre los 15 y 44 años no están dispuestas a consumir postres con semillas de chía.

Tabla 17. Personas que no consumirían el producto

Total Mercado	Porcentaje personas	Total
201.810	22%	44398

Fuente: Resultado Encuestas

Elaborado por: Pérez, 2017

Tabla 18. Personas que no consumirán el producto

Porcentaje de Personas	Semanas	Total
44398	52	2'308.696

Fuente: Resultado Encuestas

Elaborado por: Pérez, 2017

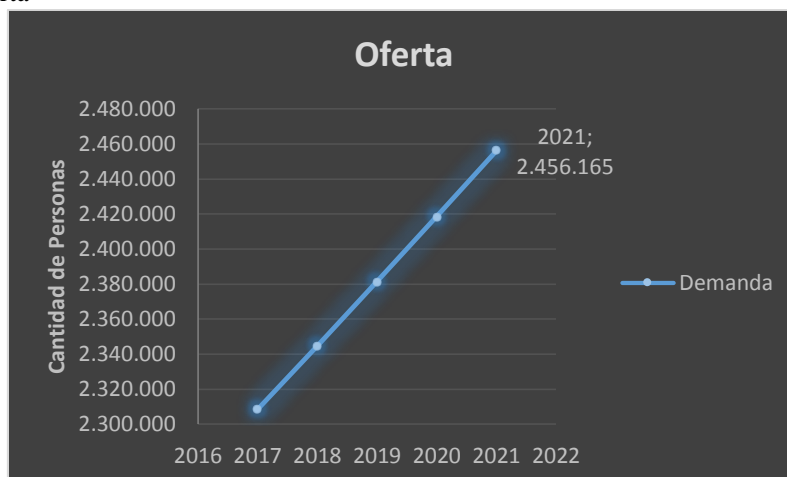
Tabla 19. Oferta Proyectada

Año	Oferta Proyectada	T.C.P
2017	2.308.696	1,56%
2018	2.344.712	36.016
2019	2.381.289	36.578
2020	2.418.437	37.148
2021	2.456.165	37.728

Elaborado por: Fernando Pérez

Fuente: Resultado Encuestas

Figura 13. Oferta



Fuente: INEC

Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis.

La cantidad ofertada de postres para el año 2017 será de 2.308.696, proyectando hasta el año 2021 tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional será de 2.456.165, en el gráfico se observa el crecimiento proyectado que tendrá la oferta en relación a la población durante los siguientes 5 años.

3.6 Mercado potencial para el nuevo producto.

Es el conjunto de clientes que no consume el producto que queremos ofrecer, ya sea porque no tienen las características exigidas por nosotros del segmento al que deseamos vender, porque consumen otro producto, le compran a la competencia, sea este un similar o un sustituto o simplemente no consumen por miedo a ver afectado su salud (Olle, 1997).

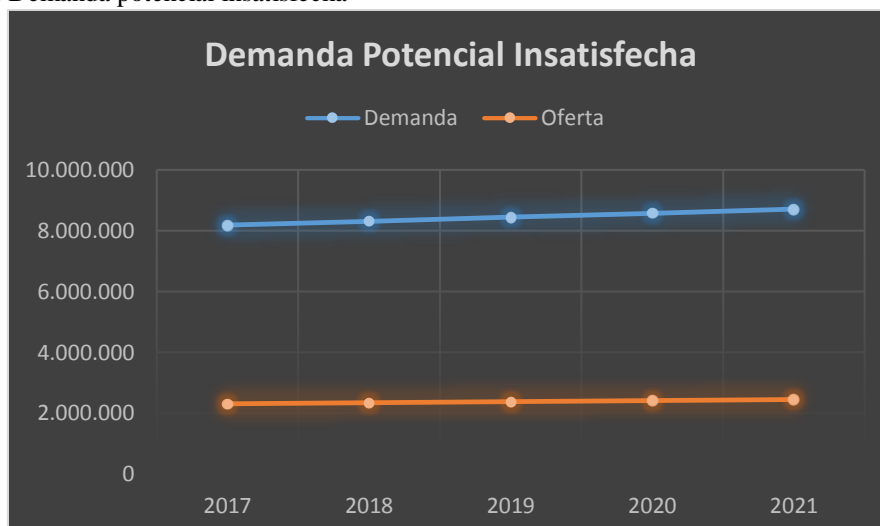
Tabla 20. Demanda potencial insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda potencial insatisfecha
2017	8.185.372	2.308.696	5.876.676
2018	8.313.064	2.344.712	5.968.352
2019	8.442.748	2.381.289	6.061.459
2020	8.574.454	2.418.437	6.156.017
2021	8.708.216	2.456.165	6.252.051

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 14. Demanda potencial insatisfecha



Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis.

La demanda potencial insatisfecha de los postres con semillas de chía en la ciudad de Ambato en el año 2017 será estimada en será de 5.876.676, proyectado al año 2021 la demanda potencial insatisfecha ascenderá a 6.252.051, con la tendencia de aumento poblacional durante los siguientes 5 años.

3.7 Precio de los postres con semillas de chía.

Es el valor monetario que se designa a un producto o servicio que se ofrece en el mercado, es una oferta para experimentar el pulso del mercado. Si los clientes aceptan la oferta, el precio fijado es correcto si la refutan debe cambiarse (Vega, 1991).

El precio que obtuvo mayor aceptación basándose en la encuesta previamente realizado, pregunta #7 fue de \$0.75 centavos, para el año 2017. Este valor tiene tendencia al alza por factores externos como la inflación anual que posee cada país, por lo cual se realizó una proyección de precios hasta el 2021 tomando en cuenta dicho factor

Tabla 21. Proyección de precios

Año	Precio	Inflación
2017	0.75	1.22%
2018	0,76	0,0092
2019	0,77	0,0093
2020	0,78	0,0094
2021	0,79	0,0095

Fuente: INEC

Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 15. Precio proyectado



Fuente: INEC

Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis.

El precio para los postres con semillas de chía en el año 2017 será de \$0.75, dado los resultados de la encuesta que se realizó previamente. Debido a la inflación existente en el país anualmente se proyectó el precio para el año 2021 será de \$0.79.

3.8 Canales de Comercialización.

Los canales de comercialización permiten poner en contacto a los productores con los consumidores y de esta manera se pueda realizar un intercambio de los productos ofertados; estos canales tienen gran influencia dentro de las empresas y se convierten en una variable de

marketing, permiten satisfacer de manera eficiente las necesidades de los clientes (Aponte, 2010).

Según (Stanton, Futrell, 2013), “Está constituido por todas las actividades que tienden a generar y facilitar cualquier intercambio cuya finalidad es satisfacer las necesidades o deseos”.

3.8.1 Canales de distribución.

Son los encargados de definir y marcan las distintas etapas que la propiedad de un producto tiene desde el fabricante al consumidor final. Es un medio por donde se trasladan los productos, comunicación propiedad, financiamiento y el pago hasta que se llegue al consumidor (Stern, 2011).

Según (Louis W. Stern, Adel L., Anne T., Ignacio Cruz Roche, 2010), “Los canales de distribución son los conjuntos de instituciones, entidades y establecimientos que los productos atraviesan hasta llegar hasta ellos; puede ser enormemente complejo”.

Canales de distribución para productos.

- **CORTOS** Productor – Consumidor Final
- **MEDIANO** Productor – Mayorista – Consumidor Final
- **LARGO** Productor – Mayorista – Distribuidor – Minorista – Detallista – Consumidor

Canales de distribución para servicios.

- **CORTO** Prestador de Servicio – Consumidor Final
- **MEDIANO** Prestador de Servicio – Distribuidor – Consumidor Final

Canal corto para distribución de productos.

La razón de escoger el canal indirecto es debido a que beneficia en la reducción de costos y gastos para la empresa. El beneficio principal que otorga este canal para la empresa es que se mantiene la relación entre la empresa y el cliente conociendo de este modo cuales son los gustos del cliente de una forma más clara.

Este tipo de canal será empleado dentro del presente proyecto porque presenta varios beneficios, para los consumidores pues los precios de los productos serán menores debido a que los costos de producción para la empresa se reducen también, por lo que los clientes

tendrán precios accesibles y cómodos para obtener los productos; además de que para las empresas representa una reducción en el gasto de recursos pues el canal no es extenso.

3.9 Estrategias de comercialización.

Es importante en las empresas pues se considera una actividad que se realiza constantemente en la comercialización, se realiza para un cierto mercado objetivo para así lograr satisfacer las necesidades, dentro de estas intervienen el producto, precio, plaza y la promoción (Sánchez, 2014)

3.9.1 Marketing MIX.

Básicamente se enfoca en cuatro componentes principales que son producto, precio, plaza y promoción, estas son las más utilizadas por las empresas a la hora de promocionar un producto o servicio cumpliendo los objetivos (Soriano, 2011).

En el presente proyecto es necesario el uso de del Mix de Marketing porque esta herramienta permite determinar la situación actual del emprendimiento con el fin de poder diseñar estrategias para posicionar tanto los productos como la imagen de la empresa en el mercado. Los 4 elementos que conforman este mix de marketing son igual de relevantes entre sí, por lo que deben establecerse de manera coherente y especificar los objetivos de manera clara y alcanzable.

- **Producto**

El producto se refiere a un conjunto de características tanto tangibles como intangibles que un cliente o consumidor adquiere con el fin de satisfacer una necesidad. En marketing un producto debe responder a una necesidad o deseo para poder existir (Muñiz, 2017).

Objetivo

Ofertar postres con semillas de chía que sean afines a los gustos y requerimientos de los consumidores.

Descripción

El producto está elaborado de acuerdo a los gustos y preferencias que se determinó en la encuesta, tomando en cuenta que está dirigido a un segmento de mercado con diabetes y sobrepeso.

Acción

- Producir postres con semillas de chía bajo las características requeridas por los consumidores.
- Comercializar los postres con semillas de chía con el fin de alimentar sanamente a las personas que lo consuman.

- **Precio**

El precio hace referencia a el valor que un comprador da a un bien o servicio por la utilidad que recibe del mismo; puede mencionarse que el precio es el punto en que el valor monetario de un producto se iguala entre en ofertante y el demandante (Tornatore, s.f.).

Objetivo

Definir un precio adecuado para los postres con semillas de chía basándose en los costos y gastos presentes tanto en la etapa de producción como en la comercialización.

Descripción

Los precios se definirán conforme al previo estudio realizado de la oferta y demanda del mercado actual con el fin de que el P.V.P sea competitivo.

Acción

- Realizar postres con semillas de chía con un precio accesible a todos los consumidores con el objetivo de ingresar al mercado de manera eficaz.

- **Plaza**

Conforme lo menciona (Aguilar, 2013) “La Plaza o distribución es otra de las famosas P’s del Marketing Mix y se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen”.

Objetivo

Llegar a los clientes ubicándonos en lugares estratégicos para la venta de los postres con semillas de chía mediante el uso de los canales cortos de distribución para productos.

Descripción

Las ubicaciones que se van a tomar en cuenta para la distribución del producto serán puntos de reunión común de la mayoría de personas en general, así como también al facilidad que para realizar la correcta y rápida distribución de los productos basándose en la cadena corta de distribución.

Acción

- Colocar el producto de manera efectiva en los puntos designados que hayan tenido mayor acogida.

- **Promoción**

Es la actividad que se realizan para difundir la existencia del producto, con fines persuasivos, e incentivar la compra, así también unir los esfuerzos en publicidad, relaciones públicas, merchandising y servicio al cliente, para posicionar una marca o producto específico. (Ortega, 2010)

Objetivo

Llegar a la mente del consumidor mediante estrategias de precios y de diferenciación de productos, mediante la aplicación de precios competitivos y valor agregado por la compra.

Descripción

La mejor y más efectiva forma que la empresa utilizara para darse a conocer será mediante la degustación de muestras gratis en puntos estratégicos de mucha afluencia llegar a la mayor cantidad de personas posibles.

Acción

- Mediante la contratación de impulsadoras se procederá a realizar la degustación en los puntos designados
- Proporcionar una bebida natural para poder mostrar que sería una opción saludable para una comida a modo de break.

Para lograr lo propuesto anteriormente es importante crear una mezcla de instrumentos promocionales para dar a conocer el producto que se ofrece, la utilización de estos instrumentos permitirá persuadir, estimular e informar a los consumidores sobre el producto durante los primeros meses en que esta inicie operaciones.

3.9.2 Instrumentos.

Los instrumentos a utilizar son:

Flyers.

Se utilizara para dar a conocer los postres con semillas de chía a los potenciales clientes en las áreas designadas previamente, el acercamiento de estos será personalizado y será realizado por impulsadoras.

Banners.

Estarán ubicados en los puntos de ventas que posea la empresa para facilitar a la visualización del producto.

Redes Sociales.

Se creara una Fan Page de la empresa donde estarán fotos, videos y toda la información de los productos que la empresa ofrece, así como información nutricional, precios y promociones que existen, además de los contactos donde pueden comunicare con la empresa.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del emprendimiento.

Al hacer referencia al tamaño del emprendimiento, se pueden considerar diversos factores con los que cuenta la empresa como la capacidad física, la cantidad de productos que se obtienen considerando la unidad de tiempo, peso, valor, volumen, entre otros. Es importante mencionar, que el tamaño también se define por las especificaciones que se realicen sobre los activos fijos que una empresa requiere para la producción. (Miniguano, 2017)

4.1.1 Factores que determinan el tamaño.

En relación a la demanda.

Ambato es una de las ciudades más representativas en la economía nacional y actualmente la población muestra interés en el cuidado de la salud y en tener una alimentación adecuada, por lo que la demanda de postres saludables elaborados a base de semillas de chía es una propuesta viable dentro de esta zona del país.

En relación a los insumos.

La elaboración de los postres saludables a base de semillas de chía requiere de varios ingredientes, por ello la empresa ya tiene establecidos los proveedores de cada uno de los insumos necesarios para obtener productos con altos estándares de calidad e innovadores para el consumidor.

En relación a los equipos y maquinaria.

En tanto a los equipos y maquinaria necesarios para la elaboración de los postres saludables, son elementos básicos de cocina a los que se puede tener acceso con facilidad y que a través de ellos se podrá establecer la capacidad de producción que se puede tener para el presente proyecto.

En relación a la organización.

Para este proyecto es necesario contar con personal capacitado para cumplir con sus labores en cada área de trabajo de la empresa; deben cumplir con funciones relacionadas al nivel directivo, administrativo, operativo y de ventas, que son las áreas requeridas para el desarrollo de este emprendimiento.

4.1.2 Tamaño óptimo.

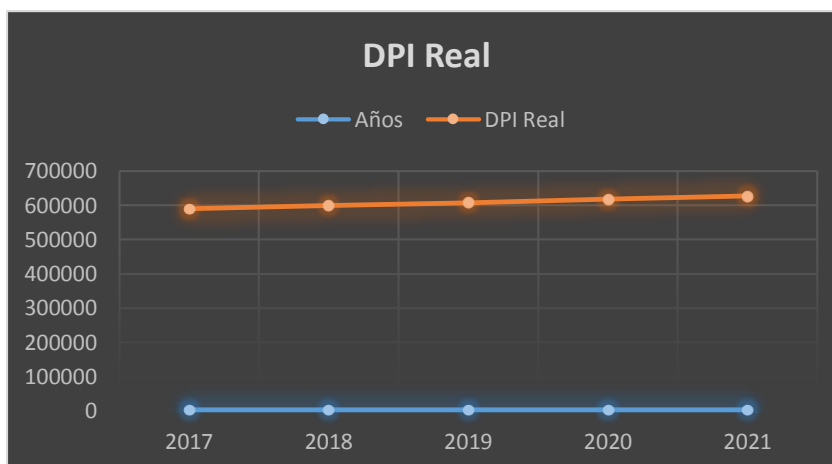
Tabla 22. Tamaño óptimo

Años	DPI	Porcentaje	DPI Real
2017	5.876.676	10%	587.667
2018	5.968.352	10%	596.835
2019	6.061.459	10%	606.145
2020	6.156.017	10%	615.601
2021	6.252.051	10%	625.205

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 16. DPI Real



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis.

Con el DPI calculado anteriormente se procede a calcular el DPI Real proyectado a 5 años con un porcentaje de 10% hasta el año 2021 lo que representaría para ese año una cifra de 625.205 postres, dado esto se podrá satisfacer una parte de la demanda existente insatisfecha.

4.2 Maquinaria.

Tabla 23. Maquinaria para la elaboración de postres

MAQUINARIA	CARACTERÍSTICAS
Licuada	10 litros de capacidad Voltaje:110/220V Profundidad: 650mm Frecuencia:50/60Hz
Balanza Digital	Marca CAMRY Modelo 7097-30kg Pesa de forma manual hasta 60 libras precisión 5 gr
Etiquetador	Marca Motex Modelo MX- 5500 Pega de forma manual 20 etiquetas por minuto Tamaño: 20 x 12
Congelador	Marca Arcón Capacidad Neta 150 litros Tamaño: 80 x 50 cm

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

4.3 Materia prima e insumos

Una vez que se realizó al investigación de mercado para determinar los postres más consumidos, se determinó según la encuesta realizada (pregunta #3) que el mousse es el postre preferido de la mayoría al momento de elegir, es por esto que los postres que se van a elaborar y serán los productos estrellas de la empresa son: mousse de fresas y mousse de uvilla.

Materia prima mousse de fresas.

Tabla 24. Requerimiento de materia prima diariamente (mousse de fresas)

INGREDIENTE	CANTIDAD POR POSTRE	CANTIDAD DIARIA
Semillas de chía	0,0225 kl	1,82 kl
Fresas	0,024 kl	1,92 kl
Crema de leche	0,024 kl	1,92 kl
Azúcar	0,012 kl	0,96 kl
Gelatina sin sabor	0,004 kl	0,032 kl

Fuente: Ingeniería del proyecto

Elaborado por: Pérez, 2017

Materia prima mousse de uvilla.

Tabla 25. Requerimiento de materia prima diariamente (mousse de uvilla)

INGREDIENTE	CANTIDAD POR POSTRE	CANTIDAD DIARIA
Semillas de chía	0,0225 kl	1,82 kl
Uvilla	0,024 kl	1,92 kl
Crema de leche	0,024 kl	1,92 kl
Azúcar	0,012 kl	0,96 kl
Gelatina sin sabor	0,004 kl	0,032 kl

Fuente: Ingeniería del proyecto

Elaborado por: Pérez, 2017

Materiales indirectos.

Tabla 26. Requerimiento de materiales diariamente

MATERIAL	DIARIO
Envases de plástico de 0,160 kl	160
Etiquetas para los envases con la marca del producto	160

Fuente: Ingeniería del proyecto

Elaborado por: Pérez, 2017

Mano de obra directa.

Tabla 27. Mano de obra directa consumo anual

DESCRIPCIÓN	CARGO
Operario 1: Tener la experiencia de al menos 1 año en la elaboración de alimentos.	1

Fuente: Ingeniería del proyecto

Elaborado por: Pérez, 2017

Mano de obra indirecta.

Tabla 28. Mano de obra indirecta consumo anual

DESCRIPCIÓN	CARGO
Jefe de Producción: Ingeniero en Alimentos con experiencia mínima de un año para desempeñar sus funciones en la empresa.	1

Fuente: Ingeniería del proyecto

Elaborado por: Pérez, 2017

4.4 Capacidad financiera.

El financiamiento con el que contará la empresa será propio y también se requerirá de un crédito de una institución financiera; estos recursos permitirán el establecimiento de la empresa y el desarrollo adecuado de sus funciones.

4.5 Localización.

Es necesario analizar los lugares donde posiblemente se puede ubicar el emprendimiento, para lo cual hay que aplicar el método cuantitativo de puntos ponderados considerando diversos aspectos que influyen en la viabilidad del proyecto.

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”. (Anderson, 2012)

Método cuantitativo de puntos ponderados.

Factores relevantes:

Altos (3)

Mediano (2)

Bajo (1)

Tabla 29. Matriz de localización por método cuantitativo de puntos ponderados

FACTORES RELEVANTES	PESO PONDERADO	HUACHI LORETO	LA PENÍNSULA		
Permisos	22	3	66	2	44
Mano de obra disponible	13	2	26	2	26
Servicios básicos	10	3	30	3	30
Competencia existente	12	1	12	1	12
Infraestructura	9	3	27	2	18
Seguridad	7	2	14	1	7
Vías de acceso	13	3	39	2	26
Arrendamiento	14	2	28	2	28
Σ	100	242	191		

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Análisis.

En la tabla anterior se presenta los lugares elegidos para la localización del proyecto de postres saludables a base de semillas de chía, se eligieron dos lugares: Huachi Loreto y La Península, en cada uno de estos sectores se hizo un análisis de los factores más importantes y que influyen en el funcionamiento de la empresa. El lugar más adecuado para el emprendimiento es Huachi Loreto, pues es un sector donde se dispone de un espacio físico propio para la empresa, se cuenta con servicios básicos, con la mano de obra disponible, entre otros factores necesarios para el desarrollo del proyecto.

4.5.1 Macro localización.

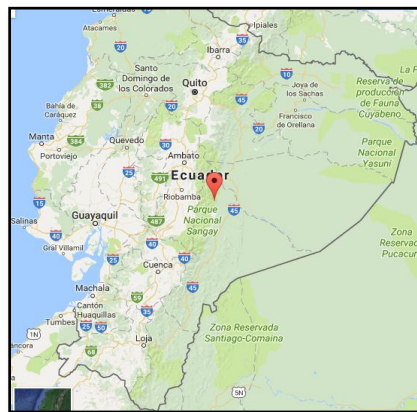
Tabla 30. Macro localización de la empresa

MACRO LOCALIZACIÓN	
País	Ecuador
Región	Sierra
Zona	3
Provincia	Tungurahua
Ciudad	Ambato

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

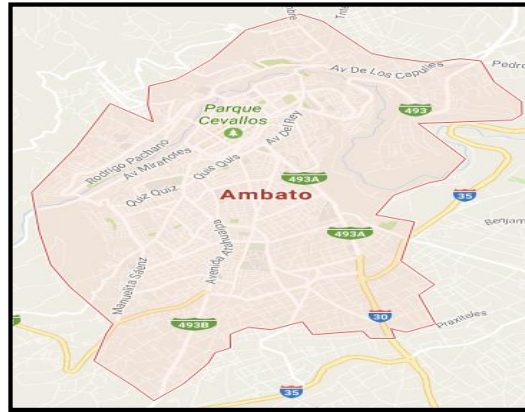
Figura 17. Mapa Ecuador



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 18. Mapa Ambato



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Pérez, 2017

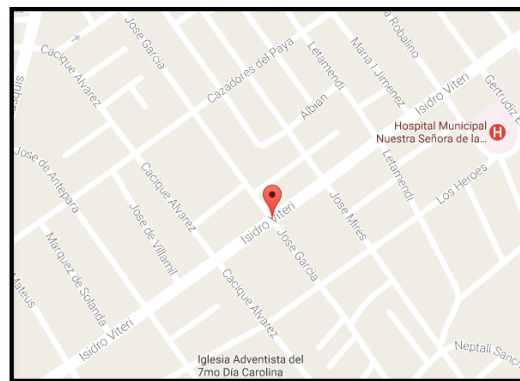
4.5.2 Micro localización.

Tabla 31. Micro localización de la empresa

MICRO LOCALIZACIÓN	
Cantón	Ambato
Sector	Huachi Loreto
Calle Primaria	Río Papallacta
Calle Secundaria	Río Palora

Fuente: Investigación
Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 19. Micro localización



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Pérez, 2017

4.6 Ingeniería del proyecto.

La ingeniería del proyecto permite realizar diversas actividades que proporcionan información para desarrollar de manera adecuada el proceso productivo, así lo señala (Morán, 2010), que menciona “Es la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.”

4.6.1 Servicios básicos.

- **Energía eléctrica**

Tabla 32. Estado inicial energía eléctrica

EQUIPO	UNIDADES	H/DÍA	TOTAL CONSUMO KW/DÍA
Licuadaora	1	20 min	1
Balanza Digital	1	25min	0,50
Etiquetador	1	4 min	1
Congelador	1	2 horas	13

Fuente: Ingeniería del proyecto

Elaborado por: Pérez, 2017

- **Agua potable**

Tabla 33. Estado inicial agua potable

OPERACIÓN	LT/DÍA
Limpieza general diaria	200 lt
Personal	800 lt
Limpieza de la fruta	900 lt

Fuente: Ingeniería del proyecto

Elaborado por: Pérez, 2017

4.6.2 Proceso de producción

El proceso de producción comprende las etapas o actividades que permiten llevar a cabo un objetivo u obtener un producto final.

Tabla 34. Proceso de producción

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
Recepción de materia prima	La persona encargada de bodega recibe la materia prima.	
Pelado	Se retiran los pedúnculos de las fresas o uvillas (depende el postre a realizar) antes de incluirlas en la preparación del postre.	20 minutos
Pesado	Se establece la cantidad necesaria de materia prima para la elaboración del postre.	25 minutos
Selección	Se selecciona la cantidad a utilizarse de cada ingrediente (en kilogramos).	20 minutos
Licuadao	Se introducen todos los ingredientes para proceder con el proceso de licuado	20 minutos
Envasado	Colocar la mezcla en los recipientes para postre.	25 minutos
Etiquetado	Colocar las etiquetas que identifican el producto en cada envase.	4 minutos
Refrigerado	Dejarlo en la nevera hasta que cuaje.	120 minutos
Tiempo Total		3 h 54 min

Fuente: Ingeniería del proyecto

Elaborado por: Pérez, 2017

Maquinaria

Tabla 35. Maquinaria consumo anual

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL
Licuadao	1
Balanza Digital	1
Etiquetador	1
Congelador	1

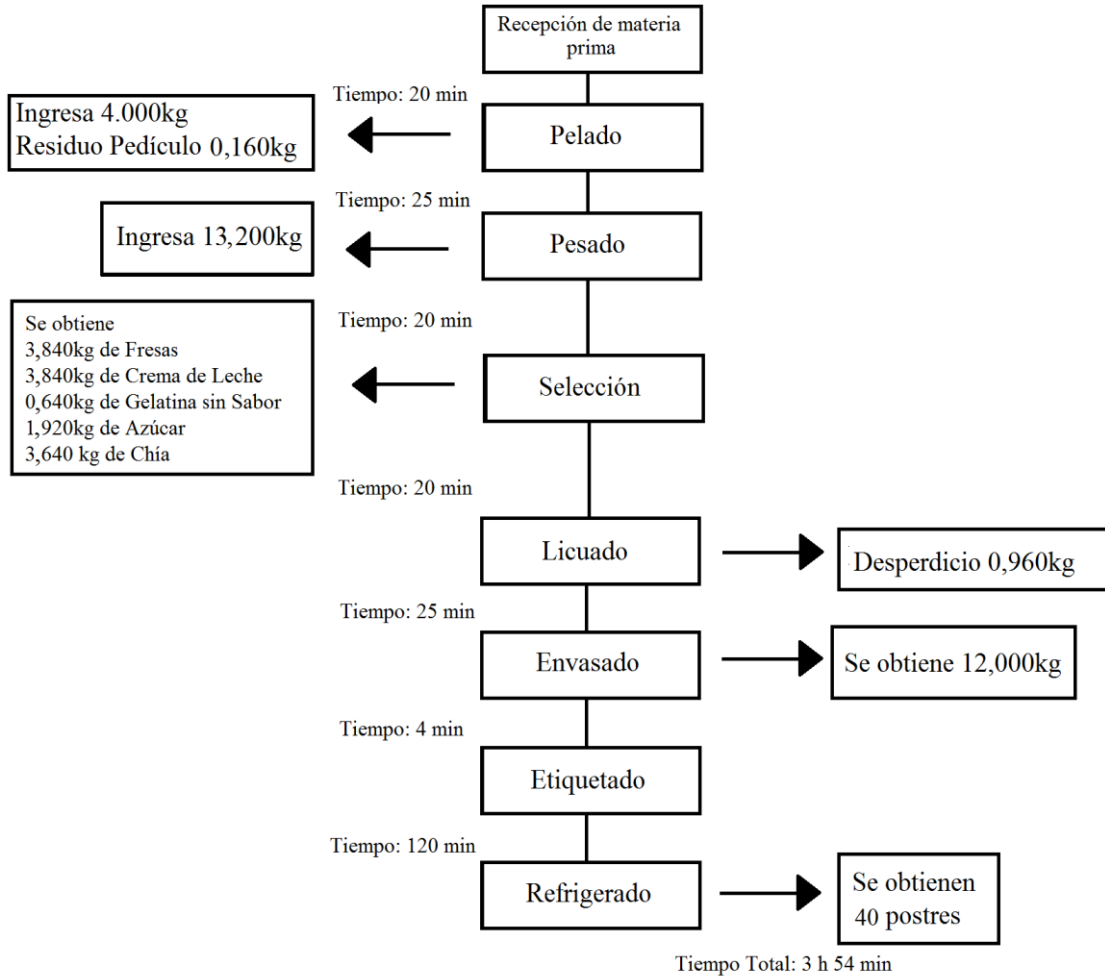
Fuente: Ingeniería del proyecto

Elaborado por: Pérez, 2017

Balance de materiales

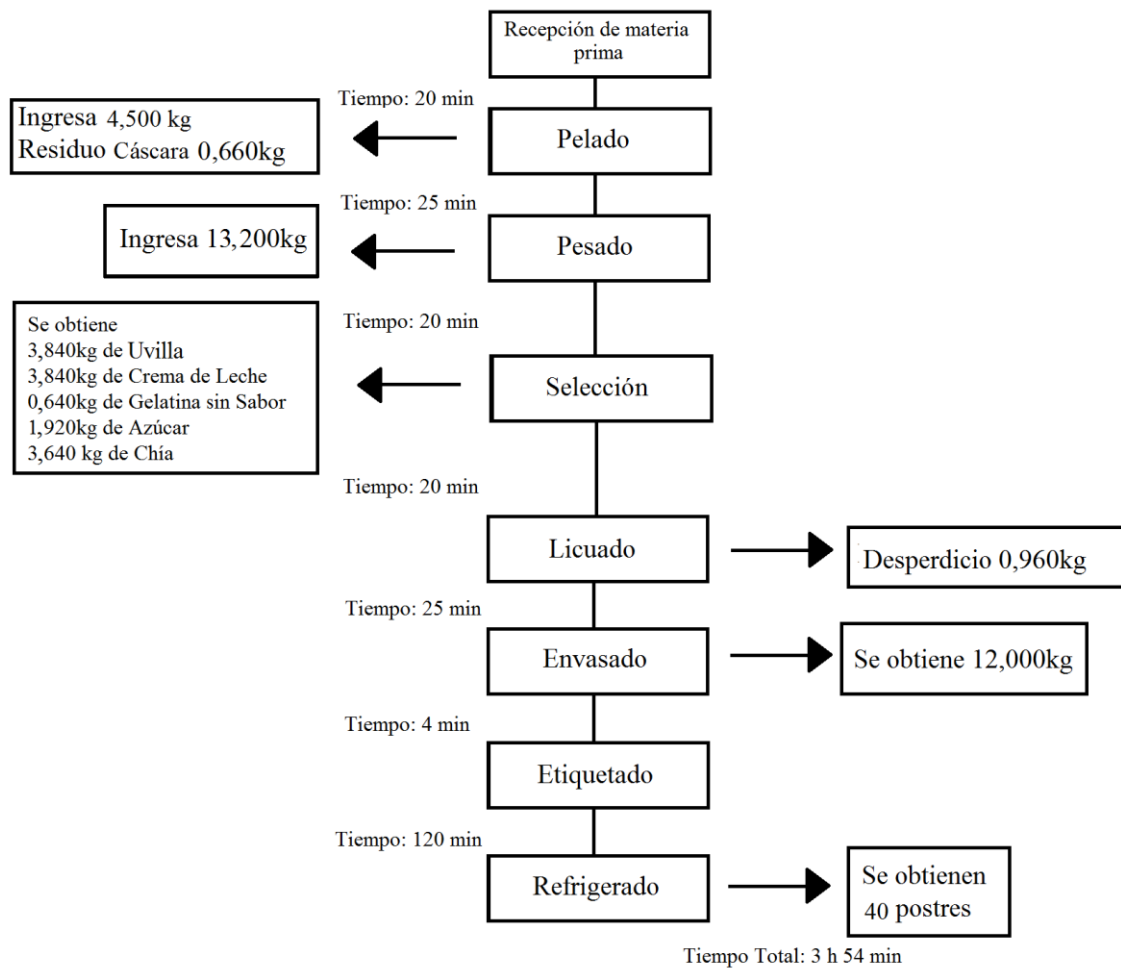
En el siguiente diagrama se presenta la trayectoria o fases que se deben realizar para obtener como producto final el postre elaborado con semillas de chía:

Figura 20. Balance de materiales (mousse de fresas)



Fuente: Ingeniería del proyecto
Elaborado por: Pérez, 2017

Figura 21. Balance de materiales (mousse de uvilla)



Fuente: Ingeniería del proyecto
Elaborado por: Pérez, 2017

4.6.3 Período operacional estimado de la planta.

El periodo operacional se ha establecido considerando las proyecciones realizadas de oferta y demanda del proyecto, con lo que se establece que el periodo será de 5 años.

4.6.4 Capacidad de producción.

Se determina considerando diversos factores como el tiempo, unidades, recursos empleados en el proceso productivo; se debe considerar la demanda del producto en el mercado, así como la disponibilidad de los diferentes tipos de recursos de la empresa.

Se obtiene de la siguiente manera:

Capacidad utilizada.

Capacidad Utilizada * Semana

5 días/semana * 4 horas/día

20 horas/semana

Capacidad instalada.

Capacidad Instalada * Semana

5 días/ semana * 8 horas/día

40 horas/semana

8 horas/día

Tiempo asignado.

$$D = \frac{\text{Capacidad Utilizada} - \text{Tiempo Asignado}}{\text{Capacidad Instalada}} * 100$$

$$D = \frac{20 - 8}{20} * 100$$

$$D = 60\%$$

Con el proceso anterior se concluye que la capacidad de producción de la empresa ENERCHÍA es del 80%, debido a que la jornada de trabajo que se establece es de 8 horas al día, con lo que se obtienen 40 horas de trabajo semanales considerando que se laborará 5 días a la semana. El 20% restante se destina a la administración de la producción, además de que en se incluyen los tiempos de espera necesarios en algunas etapas del proceso productivo, por lo cual se puede mencionar que en la empresa se aprovecha de manera eficiente la capacidad de producción.

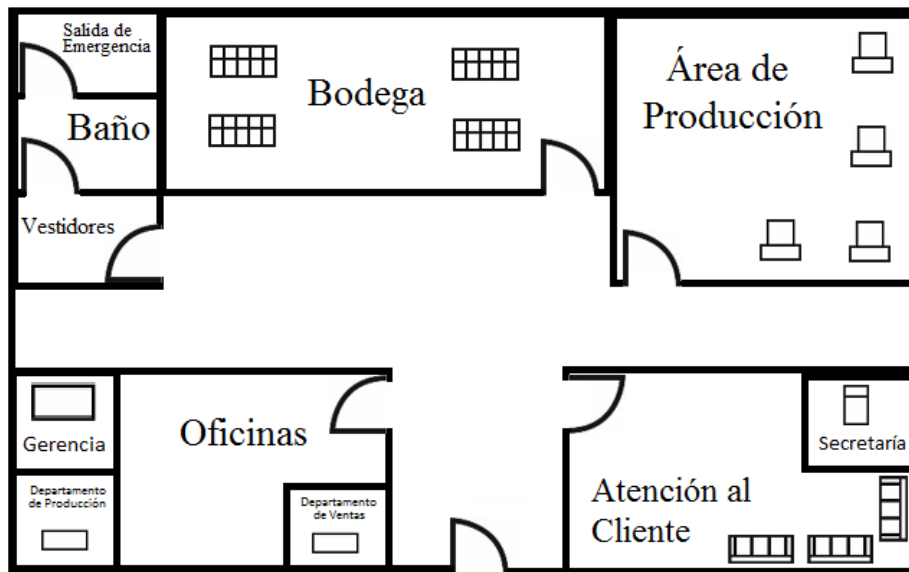
4.6.5 Distribución de la maquinaria y equipos (Lay-out).

Se puede mencionar las aportaciones de (Vera, 2013), quien señala que la distribución de la maquinaria y equipos se refiere al “Volumen del aire limitado por las paredes, el suelo y el techo de una sala. Este espacio puede ser muy fácil computado y expresado en forma de metros cúbicos o pies cúbicos”.

La distribución de la planta permite que el funcionamiento de la empresa se realice de forma organizada y en buenas condiciones, además de que se promueve el bienestar de los trabajadores. El ordenamiento de la planta de este emprendimiento se la presenta a continuación:

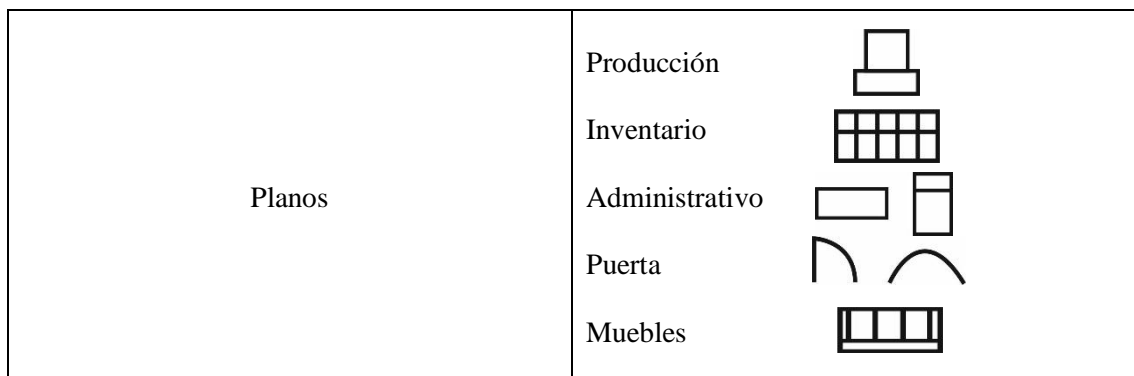
Figura 22. Distribución de la planta

25 x 15 metros



Fuente: Ingeniería del proyecto

Elaborado por: Pérez, 2017



CAPITULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Aspectos generales.

Enerchía comenzó como una idea de negocios con la cual se busca proveer postres saludables con la premisa de que están elaborados con semillas de chía, la misma que posee numerosos beneficios para la salud.

La empresa Enerchía producirá y comercializará varios tipos de postres siendo El Mousse de Fresa con Semillas de Chía su producto estrella, con el objetivo de ofrecer un postre saludable pero con la innovación de que será bueno para la salud de las personas que lo consuman.

Está enfocado en la producción de postres de alto consumo en el medio, pero con el valor agregado de consumir algo saludable, con altos valores nutricionales y diversos beneficios que ayudan a mantener el buen estado de salud.

Misión.

Enerchía producirá y comercializará postres con semillas de chía que contribuyan al buen estado de la salud para todas las personas que deseen cambiar su forma de alimentarse.

Visión.

Enerchía dentro de 5 años será reconocida como la principal distribuidora de postres saludables en el centro del país y en toda la zona del Ecuador satisfaciendo las necesidades de los consumidores y ampliando la gama de productos.

5.1 Valores empresariales.

La empresa debe constar de valores empresariales que fortalezcan la comunión y el trabajo en equipo, logrando así un ambiente saludable y que no se convierta en un vertedero de aguas tóxicas.

5.2 Valores primordiales.

- **Honestidad:** todo el trabajo que sea realiza en Enerchía será transparente, sin ocultar nada bajo ninguna circunstancia.
- **Responsabilidad:** todo el proceso productivo como los demás proceso necesarios de la empresa serán cumplido a cabalidad bajo los estándares necesario que son requeridos.
- **Respeto:** se caracterizará por tratar a todos como un igual, sin hacer de menso ni de más a nadie obteniendo así un buen ambiente laboral.

5.3 Diseño organizacional.

Enerchía está estructurada en base a la alineación jerárquica lo que permitirá conocer fácilmente la dirección y el control de la misma. Dada esta estructura será la cabeza y ubicado en la superior El Gerente y en la parte inferior El Personal Operativo.

- **Nivel Directivo:** Gerencia
- **Nivel Funcional:** Departamento de Producción, Departamento de Comercialización y Departamento Financiero.
- **Nivel Operativo:** Operarios.

5.3.1 Nivel directivo.

El nivel directivo llamado también nivel estratégico porque es en donde se toman las decisiones y se establecen tanto los objetivos de la organización como las estrategias necesarias para alcanzarlos, (Chiavenato, 2011)

5.3.2 Nivel funcional.

Esta estructura resalta las principales funciones y actividades que tienen a cargo los diferentes departamentos dentro de la empresa. (Herrscher, 2009)

5.3.3 Nivel operativo.

Es el puesto con el nivel más bajo en la pirámide organizacional de las empresas productoras o fábricas. (Naumov, 2011)

5.4 Estructura organizativa.

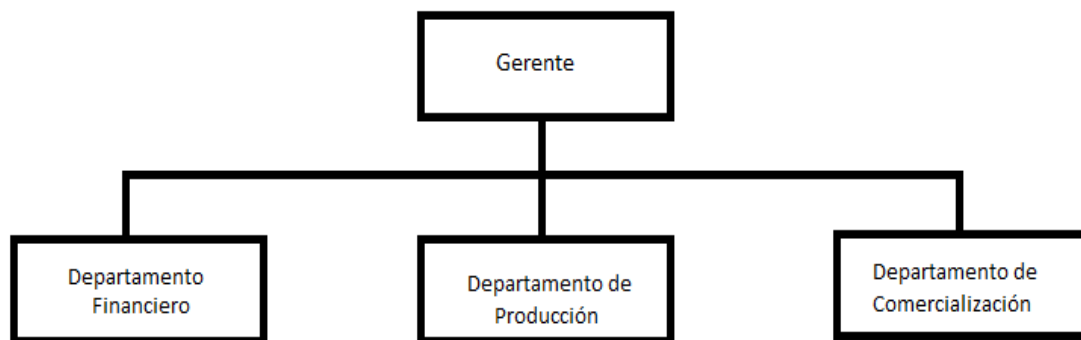
Permite representar mediante bloques los departamentos que integran la organización y que son muy importante para la distribución de los cargos y las funciones que posee la empresa, (Arjona, 2013)

5.4.1 Organigrama estructural.

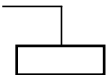
Representan todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones o dependencia. Es el equivalente a un organigrama general representativo Asensio & (Vásquez, 2013)

Este organigrama muestra sólo la estructura administrativa de la empresa. (Munch, Osorio, Vital, 2011)

Figura 23. Organigrama estructural



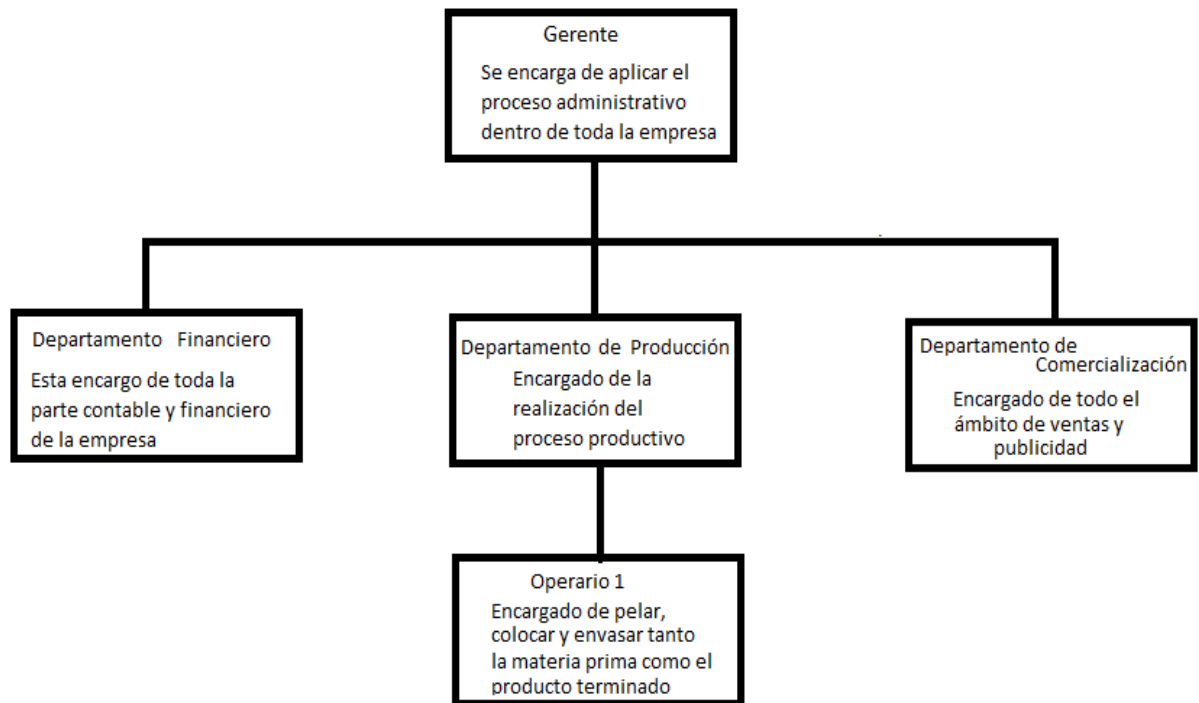
Fuente: Ingeniería del proyecto
Elaborado por: Pérez, 2017

Referencia	
Línea de autoridad	—
Auxiliar	

5.4.2 Organigrama funcional.

El organigrama funcional representa las estructuras departamentales y, las personas que las dirigen hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y la competencia de vigor entre la organización. Desempeñan un papel informativo y elemental para la autoridad, (Asensio&Vasquez, 2013)

Figura 24. Organigrama funcional



Fuente: Ingeniería del proyecto
Elaborado por: Pérez, 2017

Referencia	
Línea de autoridad	—
Auxiliar	

5.5 Manual de funciones.

Este es un instrumento que permite establecer las funciones de cada cargo del personal de la empresa así como también sus responsabilidades. Se puede decir que el manual de funciones permite determinar los requerimientos necesarios para que cada trabajador cumpla con del correcto desempeño de sus funciones. Es una herramienta que sirve como soporte técnico para todos los empleos existentes en una organización o empresa. (SATENA, 2014)

En este manual se establecerán aspectos como la estructura de la empresa, los cargos del personal, así como sus funciones, responsabilidades, requisitos y también las relaciones jerárquicas entre ellos.

5.5.1 Estructura orgánica de la empresa.

- **Gerencia**
 - ✓ Gerente General

- **Departamento de producción**
 - ✓ Jefe de Producción
 - ✓ Operario 1

- **Departamento de comercialización**
 - ✓ Jefe de Comercialización

- **Departamento de contabilidad**
 - ✓ Contador


Tabla 36. Funciones del Gerente General

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Gerente General
Área:	Gerencia
II. FUNCIÓN PRINCIPAL	
Se encarga de velar por el cumplimiento de los objetivos de la empresa, a través del control de la aplicación de estrategias que beneficien mejoras en la rentabilidad y posicionamiento de la empresa en el mercado, manteniendo un clima laboral adecuado e integrando a todas las áreas.	
III. OTRAS FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Es el representante legal de la empresa. ✓ Recibe los informes de ventas y los analiza para verificar el cumplimiento de metas. ✓ Toma decisiones en base a las estrategias aplicadas y los resultados obtenidos en la organización. ✓ Determinar los parámetros de la planeación estratégica. ✓ Velar por el cumplimiento de los objetivos a corto y largo plazo propuestos en la empresa. ✓ Rendir cuentas a la junta directiva o propietarios de la empresa sobre el estado de la misma ✓ Contribuir a que el ambiente de trabajo en la empresa sea idóneo para el desempeño de funciones de los trabajadores. ✓ Establecer las políticas de la empresa y las que direccionan cada área. 	
IV. COMPETENCIAS LABORALES	
<i>Personales</i>	<i>Interpersonales</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Autocontrol - Honestidad - Firmeza - Responsabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto a los demás - Buena comunicación - Liderazgo - Trabajo en equipo
V. CONOCIMIENTOS BÁSICOS	
Manejo de todas las áreas de la empresa en relación al cumplimiento de objetivos considerando aspectos como la planeación estratégica y buena administración del personal.	
VI. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<i>Estudios</i>	<i>Experiencia</i>
Título en Administración de Empresas, Economía o carreras afines.	Mínimo 2 años de experiencias en cargos similares o empresas del mismo sector.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017


Tabla 37. Funciones del Jefe de Producción

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES 	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Jefe de Producción
Área:	Departamento de Producción
II. FUNCIÓN PRINCIPAL	
Es el responsable de coordinar y supervisar que los procesos productivos de la empresa se desarrollen con eficiencias para que se opere de la mejor manera y así obtener productos de calidad.	
III. OTRAS FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisa que la materia prima se transforme hasta obtener el producto terminado. ✓ Controla a los supervisores de cada etapa del proceso y a los operarios. ✓ Vela por el funcionamiento adecuado de los equipos que intervienen en el proceso. ✓ Controla la calidad de los productos fabricados. ✓ Emite informes sobre los resultados y problemas que se presenten en el área de producción. ✓ Hacer cumplir el buen manejo de la maquinaria y las buenas prácticas de manufactura. ✓ Controla la higiene y limpieza dentro del área de producción. 	
IV. COMPETENCIAS LABORALES	
<i>Personales</i>	<i>Interpersonales</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso - Honestidad - Ética - Responsabilidad - Buen manejo de información confidencial 	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto a los demás - Buena comunicación - Capacidad de Planificación - Supervisión del personal - Organización
V. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<i>Estudios</i>	<i>Experiencia</i>
Egresado o con título en Ingeniero en Alimentos.	Mínimo 3 años de experiencias en cargos de plantas de alimentos o empresas del mismo sector.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017


Tabla 38. Funciones del Operario

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Operario
Área:	Departamento de Producción
II. FUNCIÓN PRINCIPAL	
Se encarga del control de las etapas del proceso de producción como la recepción de materia prima, pelado, envasado, además de que es quien debe cumplir con las normas de calidad, medio ambiente y seguridad que establece la empresa y otros organismos externos de control.	
III. OTRAS FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recibe y cumple con el plan de fabricación. ✓ Se encarga de recibir la materia prima y demás insumos necesarios para la elaboración del producto. ✓ Controla que los ingredientes necesarios para la producción cumplan con los requerimientos adecuados. ✓ Realiza las operaciones de transformación de la materia prima hasta obtener el producto final. ✓ Prepara el espacio de trabajo acorde con las normas establecidas en la empresa. ✓ Controla y maneja la maquinaria y equipo inmerso en el proceso productivo. ✓ Realiza el almacenamiento correcto de los productos obtenidos. ✓ Gestiona correctamente los residuos del proceso. 	
IV. COMPETENCIAS LABORALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Organización - Honestidad - Esfuerzo - Responsabilidad - Buen estado físico 	
V. CONOCIMIENTOS BÁSICOS	
Manejo de maquinaria y equipo perteneciente al proceso de producción y conocimiento sobre la normativa de prevención de riesgos laborales.	
VI. REQUISITOS DE EXPERIENCIA	
<i>Experiencia</i>	
Mínimo 2 años de experiencias en cargos similares y empresas del mismo sector.	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017


Tabla 39. Funciones del Vendedor

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Jefe de Comercialización
Área:	Departamento de Comercialización
II. FUNCIÓN PRINCIPAL	
<p>Analizar las situaciones que se presentan en su entorno e informarse y estudiar aspectos de tipo social, económico, técnico y cultural; con el fin de no solo vender y brindar un buen servicio al cliente sino también de cumplir determinados objetivos a través de un conjunto de cualidades y funciones.</p>	
III. OTRAS FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer un nexo entre la empresa y el cliente. ✓ Debe contribuir de forma activa a solucionar problemas. ✓ Administrar correctamente el territorio de ventas donde se desempeña. ✓ Integrarse a las actividades de mercadotecnia que se desarrollen en la empresa. ✓ Captar nuevos clientes. ✓ Retener a los clientes actuales. ✓ Brindar al cliente información sobre los nuevos productos de la empresa. ✓ Informar sobre los nuevos requerimientos de los clientes. ✓ Asesorar al cliente en la compra de productos acorde con sus necesidades. 	
IV. COMPETENCIAS LABORALES	
<i>Personales</i>	<i>Interpersonales</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso - Determinación - Entusiasmo - Paciencia - Responsabilidad - Honradez 	<ul style="list-style-type: none"> - Saber escuchar - Tener espíritu de equipo - Tener facilidad de palabra - Habilidad para encontrar clientes - Habilidad para determinar las necesidades de los clientes.
V. CONOCIMIENTOS BÁSICOS	
<p>Tener conocimientos sobre la empresa, sobre los productos o servicios que la entidad produce o comercializa y conocer diversos aspectos del mercado en donde se desempeña la empresa.</p>	
VI. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<i>Estudios</i>	<i>Experiencia</i>
Título en Administración de Empresas o carreras afines.	Mínimo 1 año de experiencias en el área de producción y ventas.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Tabla 40. Funciones del Contador

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Contador
Área:	Departamento de Contabilidad
II. FUNCIÓN PRINCIPAL	
Es el responsable de colaborar, realizar y proponer métodos para realizar registros contables, tributarios y financieros de la empresa.	
III. OTRAS FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificar los procedimientos contables y presupuestales de la empresa. ✓ Controlar el registro de actividades contables. ✓ Registrar los movimientos diarios de la empresa y las conciliaciones bancarias. ✓ Cumplir con la normativa vigente en relación al área contable y financiera. ✓ Proponer estrategias de mejoramiento para el área contable. ✓ Llevar de forma adecuada los libros mayores acorde con la técnica contable. ✓ Preparar y presentar las declaraciones tributarias pertinentes. ✓ Brindar asesoramiento a la gerencia con respecto a asuntos referentes a su cargo. ✓ Presentar informes a la junta directiva o propietarios de la empresa sobre asuntos referentes a su cargo. 	
IV. COMPETENCIAS LABORALES	
<i>Personales</i>	<i>Interpersonales</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Creativo - Visionario - Disciplinado - Capacidad de síntesis - Habilidad numérica 	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Trabajo en equipo - Habilidad para relacionarse - Organización - Respeto a los demás
V. CONOCIMIENTOS BÁSICOS	
Manejo de registros y contables, además de documentos relacionados a la elaboración de presupuestos; conocimiento de sistemas contables y financieros.	
VI. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<i>Estudios</i>	<i>Experiencia</i>
Título en Ingeniero en Contabilidad y Auditoría.	Mínimo 3 años de experiencias en cargos como Contabilidad General, Tesorería, Cuentas por Pagar, Reportes, Inventarios Físicos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

CAPITULO VI

ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

6.1 Evaluación económica.

6.1.1 Inversiones en activos fijos tangibles.

Este tipo de activos son de gran relevancia dentro de la empresa y son aquellos que se pueden percibir o tocar, de acuerdo a (Guajardo y Andrade, 2008), se pueden definir como “activos con vida útil de más de un año que se adquieren para ser utilizados en las operaciones de un negocio, con el fin de obtener ingresos”.

6.1.2 Resumen de la inversión en activos fijos tangibles.

Tabla 41. Inversión en activos Fijos Tangibles

MAQUINARIA			
<i>Descripción</i>	<i>Cantidad anual</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Precio Total</i>
Licadora de 10 litros	1	350,00	350,00
<i>TOTAL</i>			<i>350,00</i>
EQUIPO			
<i>Descripción</i>	<i>Cantidad anual</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Precio Total</i>
Balanza digital hasta 60 libras precisión 5 gr	1	200,00	200,00
Congelador de 150 litros	1	300,00	300,00
Etiquetadora manual 20 etiquetas por minuto	1	12,00	12,00
<i>TOTAL</i>			<i>512,00</i>
EQUIPO DE COMPUTO			
<i>Descripción</i>	<i>Cantidad anual</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Precio Total</i>
Computadora de escritorio I3	1	700,00	700,00
Impresora Epson xp-310	1	140,00	140,00
<i>TOTAL</i>			<i>840,00</i>
MUEBLES Y ENSERES			
<i>Descripción</i>	<i>Cantidad anual</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Precio Total</i>
Escritorios	3	200,00	600,00
Sillas	9	20,00	180,00
Archivadores	1	80,00	80,00
<i>TOTAL</i>			<i>860,00</i>
Total			2562,12

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

En la creación de La Empresa “Enerchía” se necesitara una inversión de \$ 2566,12 para la adquisición de activos fijos necesarios tales como: maquinaria, equipo, muebles y enseres etc.

6.1.3 Costo de depreciación.

La depreciación se puede definir de acuerdo a lo que señala (Díaz, 2011) como “la reducción sistemática o pérdida de valor de un activo por su uso o caída en desuso, o por su obsolescencia ocasionada por los avances tecnológicos”.

Tabla 42. Costos de Depreciación

Activos tangibles o fijos	Valor	Años de vida Útil	% Depreciación	Depreciación Anual
Maquinaria y equipo	\$ 862,00	10	10%	\$ 86,2
Equipo de computo	\$ 840,00	3	33%	\$ 277,20
Muebles y enseres	\$ 860,00	10	10%	\$ 86
TOTAL	2.562,00			449,40

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Los activos fijos se deprecian en un porcentaje fijo anualmente según la LORTI, a el 10% para maquinaria y equipo, 33% en equipo de cómputo. Se obtuvo como resultado una depreciación anual de \$449,40

6.1.3.1 Depreciación acumulada.

La depreciación acumulada es una cuenta que se coloca en el activo pero con signo negativo es decir que resta al valor de los activos fijos, este valor se va aumentando hasta que se deprecie totalmente y llegue al fin de su vida útil.(CLIFE, 2010).

Tabla 43. Depreciación Acumulada

Activos tangibles o fijos	Deprecia	D. Acum 2	D. Acum 3	D. Acum 4	D. Acum 5
Maquinaria y equipo	86,2	172,40	258,60	344,80	431,00
Equipo de computo	277,20	554,40	840,00	840,00	840,00
Muebles y enseres	86	172,00	258,00	344,00	430,00
TOTAL	449,40	904,34	1.356,60	1.528,80	1.701,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

La depreciación acumulada está hecha para 5 años que es el tiempo que dura el proyecto, sin embargo el equipo de cómputo al cabo del 3er año se encuentra depreciado en su totalidad debido a que tiene una vida útil de 3 años.

6.1.4 Inversiones en activos diferidos o intangibles

Son aquellos costos o gastos que no se consideran en el periodo en que se realiza el desembolso sino que se cargan a periodos futuros. Además dentro de este grupo de activos se consideran los bienes y servicios de los que se espera recibir beneficios también en períodos posteriores. (Díaz, 2011)

Tabla 44. Inversiones en Activos Diferidos o Intangibles

Activos intangibles o diferidos	Valor	Porcentaje	Amortización
Patente	832,00	20%	166,40
Gastos constitución	800,00	20%	160,00
Permisos de funcionamiento	609,20	20%	121,84
TOTAL	2.241,20	100,00	448,24

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Para los activos intangibles o diferidos se necesitara una inversión de \$2241,20 este valor cubre los valores de Patente, Gasto de Constitución y Permisos de Funcionamiento respectivamente. Esto son indispensables para la constitución llega de La Empresa “Enerchía”.

6.1.4.1 Amortizaciones acumuladas.

En tanto a las amortizaciones, de acuerdo a (CLIFE, 2010) “El inmovilizado sufre una depreciación continua anualmente por su aplicación al proceso productivo, y a esta depreciación sistemática e irreversible la denominamos amortización acumulada”.

Tabla 45. Amortizaciones Acumuladas

Activos intangibles o diferidos	Valor	D. Acum 2	D. Acum 3	D. Acum 4	D. Acum 5
Patente	832,00	332,80	499,20	665,60	832,00
Gastos constitución	800,00	320,00	480,00	640,00	800,00
Permisos de funcionamiento	609,20	243,68	365,52	487,36	609,20
TOTAL	2.241,20	896,48	1.344,72	1.792,96	2.241,20

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Se observa al amortización acumulada de los activos intangibles durante 5 años, los que equivalen al tiempo del proyecto

6.2 Ingresos y gastos.

El ingreso sucede cuando a la empresa entra una cantidad de dinero por varios conceptos, esto puede suceder durante todo el año, estos mismos causan una modificación en los activos o pasivos. (Díaz, 2011).

Los gastos suceden cuando se reduce el valor de los activos o a su vez, cuando los pasivos aumenten. Son considerados como una salida de dinero para la empresa (Díaz, 2011).

6.2.1 Presupuesto de ingresos.

Los ingresos se obtienen a partir de las actividades económicas que se desarrollan en una empresa ya sea por la venta de bienes o por la prestación de servicios y también como resultado de las variaciones en el valor de pasivos y activos; representan también el incremento del patrimonio neto. (Alcarria, 2012)

Tabla 46. Presupuesto de Ingresos

Año	DPI Real (Unidad)	Precio Promedio (Unidad)	Ingresos Anuales (Dólares)
2017	58.767	1,00	\$ 58.767,00
2018	59.684	1,01	\$ 60.280,84
2019	60.615	1,02	\$ 61.827,30
2020	61.560	1,03	\$ 63.406,80
2021	62.521	1,05	\$ 65.647,05

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Los ingresos anuales serán de \$ 58.767 en el primer año con un precio de venta al público de \$1, estos mismo son proyectados para los siguientes años.

6.2.2 Presupuesto de gastos.

Son los que se gastan durante todo el año contable para la realización de la actividad comercial, estos se dividen en: Gastos Administrativos, Gastos de Ventas o también conocidos como Operacionales y Gastos financieros (Rajadell, Trullàs, y Simo, 2014).

6.2.3 Costos de producción.

Dentro de los costos de producción se consideran diversos aspectos como la adquisición de materia prima o de factores de la producción pertenecientes al activo. Estos gastos deben realizarse en base a la capacidad de trabajo de los medios de producción así como de las condiciones de los activos con los que cuenta la empresa. (Alcarria, 2012)

Tabla 47. Costos de Producción

Concepto	
Materia Prima	\$ 6.552,00
Insumos	\$ 15.614,40
Materiales Indirectos de Fabricación	\$ 5.289,03
Mano de obra directa	\$ 4.500,00
Mano de obra indirecta	\$ 4.954,56
Cargos de depreciación	\$ 452,17
Cargos de amortización	\$ 448,24
Mantenimiento maquinaria y equipo	\$ 43,10
Total Costo de Producción	\$ 37.853,50

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Los costos de producción es el valor que le cuesta a la empresa producir los postres con semillas de chía anualmente.

6.2.4 Gastos administrativos.

Dentro de estos gastos (Guajardo & Andrade, 2008) menciona los siguiente “Los gastos de salarios de oficinistas, salarios administrativos, alquileres, servicios públicos, depreciación, seguros y otros gastos relacionados con la oficina y la función administrativa se clasifican en el estado de resultados como gastos de administración”.

6.2.4.1 Suministros de oficina.

Son aquellos insumos necesarios para el desempeño de funciones del área administrativa de una empresa. (Díaz, 2011)

Tabla 48. Suministros de Oficina

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida	Precio Unitario	Precio Total
Esferos	10	Unidad	\$ 0,60	\$ 6,00
Resmas de papel	5	Unidad	\$ 4,50	\$ 22,50
Perforadora	1	Unidad	\$ 2,50	\$ 2,50
Grapadora	1	Unidad	\$ 3,00	\$ 3,00
TOTAL				\$ 34,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Anualmente se utilizara un promedio de \$34 en suministros de oficina repartido en objetos como: esferos, grapas etc.

6.2.4.2 Servicios básicos.

Los servicios básicos son elementos esenciales en el desarrollo de las diferentes actividades de una empresa, por ello (CLIFE, 2010) los define como “Cualquier abastecimiento que no tenga la cualidad de almacenable (electricidad, agua, gas,..)”.

Tabla 49. Servicios Básicos

Descripción	Unidad de medida	Consumo mensual	Consumo anual	Valor Unitario	Valor Anual
Energía Eléctrica	kW/h	800	9.600	\$ 0,01914	\$ 183,74
Agua Potable	m ³	300	3.600	\$ 0,0167	\$ 60,12
Servicio Telefónico	Minutos	750	9.000	\$ 0,01	\$ 90,00
Internet	Megas	Ilimitado	Ilimitado	\$ 0,01	\$ 273,60
TOTAL					\$ 607,46

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Anualmente se utilizara \$607,46 en servicios básicos, este valor está dividido e servicios tales como: agua potable, teléfono, internet etc.

6.2.4.3 Sueldos y salarios.

Los salarios se refieren a la remuneración que se da a los obreros manuales, que cobran por jornadas o semanas. En tanto que el sueldo es una remuneración mensual. Dentro de esta cuenta se pueden considerar remuneraciones fijas y eventuales que se realice al personal de la empresa (Rajadell, Trullàs, y Simo, 2014).

Tabla 50. Sueldos y Salarios

Descripción	Cantidad anual	Sueldo mensual	Sueldo anual
Sueldo Gerente General	1	\$ 566,15	\$ 6.793,80
Sueldo Gerente Financiero	1	\$ 412,88	\$ 4.954,56
TOTAL			11.748,36

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Anualmente se pagaran sueldos al Gerente General y Gerente Financiero por un valor de \$ 11.748,36

6.2.4.4 Arriendo.

Se puede entender esta cuenta de acuerdo a la definición dada por (Guajardo & Andrade, 2008), que menciona que “El documento que confiere el derecho exclusivo de utilizar terrenos, edificios y otras propiedades durante un tiempo y condiciones específicas se conoce como contrato de arrendamiento”.

Tabla 51. Arriendo

ARRIENDO			
Descripción	Cantidad anual	Arriendo mensual	Arriendo anual
Arriendo	1	\$ 300,00	\$ 3.600,00
TOTAL			\$ 3.600,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

El valor de arriendo a pagar mensualmente será de \$300 lo que anualmente dar aun valor de \$3600.

6.2.5 Gasto de venta.

Dentro de los gastos de ventas se pueden considerar algunos aspectos como salarios del personal perteneciente a esta área, comisiones, fletes, seguros, entre otros gastos que se relacionan directamente con la función ventas (Guajardo y Andrade, 2008).

Tabla 52. Sueldos y Salarios

Descripción	Cantidad anual	Sueldo mensual	Sueldo anual
Sueldo Gerente Comercial	1	\$ 412,88	\$ 4.954,56
TOTAL			\$ 4954,56

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

El gerente comercial tendrá un sueldo de \$ 412,88 mensuales, lo que representa \$ 4954,56 al año.

6.2.6 Gastos financieros.

Este tipo de gastos, de acuerdo a lo que menciona (CLIFE, 2010) “Recoge, tanto las cuentas tradicionales de gastos financieros (intereses), como pérdidas de carácter financiero a corto plazo. Las pérdidas de valores mobiliarios y créditos a largo plazo”.

Tabla 53. Amortización

Pago N°	Fecha del pago	Saldo inicial	Pago programado	Capital	Intereses	Saldo final
1	22/03/2017	\$5.000,00	\$110,79	\$61,50	\$49,29	\$4.938,50
2	22/04/2017	\$4.938,50	\$110,79	\$62,11	\$48,69	\$4.876,39
3	22/05/2017	\$4.876,39	\$110,79	\$62,72	\$48,07	\$4.813,67
4	22/06/2017	\$4.813,67	\$110,79	\$63,34	\$47,45	\$4.750,33
5	22/07/2017	\$4.750,33	\$110,79	\$63,96	\$46,83	\$4.686,37
55	22/09/2021	\$642,41	\$110,79	\$104,46	\$6,33	\$537,95
56	22/10/2021	\$537,95	\$110,79	\$105,49	\$5,30	\$432,46
57	22/11/2021	\$432,46	\$110,79	\$106,53	\$4,26	\$325,93
58	22/12/2021	\$325,93	\$110,79	\$107,58	\$3,21	\$218,35
59	22/01/2022	\$218,35	\$110,79	\$108,64	\$2,15	\$109,71
60	22/02/2022	\$109,71	\$110,79	\$108,63	\$1,08	\$0,00
Total					\$ 2957,50	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

El financiamiento externo necesaria para la constitución legal de la empresa y su funcionamiento será de \$ 5000, con cuotas fijas a pagar de \$110,79 siendo el interés de \$ 49,29 mensuales durante 60 meses.

6.3 Activos.

Son todos los bienes que tiene una empresa por ejemplo: activos fijos, activos intangibles, activos diferidos o corrientes, obligaciones financieras por cobrar o cuentas por cobrar (Ricón Soto, 2011).

6.3.1 Activo corriente.

Los activos corrientes son bienes y derechos que sin mayor dilación pueden convertirse en dinero o consumirse en un ciclo normal de operaciones. (Ricón Soto, 2011).

6.3.2 Cálculo caja - bancos.

Para el inicio de actividades se comenzara con \$8243,12 dólares en la cuenta de caja y bancos conjuntamente, teniendo en cuenta que es una empresa que empieza y paulatinamente aumentara dicho valor año tras año.

6.3.3 Resumen activo corriente

Tabla 54. Resumen Activo Corriente

Activo Corriente	Valor
Caja – Bancos	\$8243,12
Total	\$8243,12

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Enerchía cuanta con \$8243,12 en activos corrientes, los mismos que se convertirán en efectos al cabo de un año.

6.4 Pasivos.

Son todas las obligaciones financieras, deudas que fueron contraídas por la empresa con terceras personas o instituciones financieras (Alcarria, 2012).

6.4.1 Pasivo no circulante.

También es llamado Pasivo no Corriente o a Largo Plazo, las obligaciones que se encuentran comprendidas en este grupo se deben cancelar en un período no mayor a 5 años. Algunas de las cuentas que se encuentran dentro de este grupo son: Préstamos Bancarios, Hipotecas por Pagar, entre otras (Díaz, 2011).

Tabla 55. Pasivo no Corriente

Pasivo no Circulante	
Préstamo	\$5000
Total	\$5000

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

El préstamo necesario para el inicio de actividades será de \$5000 que será cancelado durante 5 años que equivale a 60 meses.

6.5 Capital de trabajo.

Dentro de la empresa, también es importante considerar el capital de trabajo, que según los aportes de (Bravo, 2004) “Indica la cantidad de recursos que dispone la empresa para realizar sus operaciones, después de satisfacer sus obligaciones o deudas a corto plazo”.

6.5.1 Financiamiento.

La inversión necesaria para el emprendimiento de la empresa Enerchía es de \$ 8237,12 de los cuales el 39,34% será financiamiento propio es decir \$ 3243,12 mientras que el 58% es financiamiento externo.

Tabla 56. Financiamiento

Capital Propio	\$ 3.243,12
Préstamo	\$ 5.000,00
Total	\$ 8.243,12

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

La razón de que el valor del préstamo bancario sea de \$5000 se debe a que el capital propio que se tiene es de \$3243,12 y se necesita \$8237,12, haciendo las diferencias se obtiene dicho valor.

6.6 Balance de situación inicial.

Es un documento que muestra la situación actual de la empresa en términos monetarios de forma resumida e instantánea. (CLIFE, 2010)

Tabla 57. Balance de Situación Inicial

ACTIVOS	
CORRIENTES	
Caja-Bancos	\$ 8243,12
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 8243,17
TANGIBLE	
Maquinaria y equipo	\$ 0
Equipo de computo	\$ 0
Muebles y encerres	\$ 0
TOTAL ACTIVO TANGIBLE	\$ 0
TOTAL ACTIVOS	\$ 8243,12
PASIVOS	
CORRIENTE	
Pasivo circulante	\$ 0
TOTAL PASIVOS CORRIENTE	\$ 0
NO CORRIENTE	
Préstamo Bancario	\$ 5.000
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE	\$ 5.000
TOTAL PASIVOS	\$ 5.000
PATRIMONIO	
Capital	\$ 3.243,17
TOTAL PATRIMONIO	\$ 3243,17
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 8243,17

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Se presenta el balance de situación inicial con solamente 3 cuentas ya que son las cuentas con las que cuenta la empresa al iniciar sus actividades.

6.7 Flujo de caja.

Para determinar a qué se refiere el flujo de caja se han tomado los aportes de (Lascano, 2007), quien menciona que “se estructura sobre los resultados y permite demostrar si van a haber los recursos necesarios y suficientes para que la empresa cumpla con sus obligaciones crediticias y atienda la actividad productiva”.

Tabla 58. Flujo de Caja

ENERCHÍA						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	8.243,12	55.829,00	57.266,84	58.736,30	60.236,80	62.365,05
(+) Recursos Propios	3.243,12					
(+) Recursos Ajenos	5.000,00					
(+) Ingresos por ventas		55.829,00	57.266,84	58.736,30	60.236,80	62.365,05
(-) EGRESOS OPERACIONALES	-	50.342,61	50.861,04	51.385,27	52.195,34	52.731,41
(+) Costos de Producción		\$ 24.443,66	24.727,51	25.014,55	25.584,75	25.878,27
(+) Costos Administrativos		20.944,38	21.178,96	21.416,17	21.656,03	21.898,57
(+) Costo de Venta		4.954,56	4.954,56	4.954,56	4.954,56	4.954,56
(=) FLUJO OPERACIONAL	<u>8.243,12</u>	<u>5.486,40</u>	<u>6.405,80</u>	<u>7.351,03</u>	<u>8.041,46</u>	<u>9.633,64</u>
INGRESOS NO OPERACIONALES	-	-	(3.467,43)	(3.463,17)	(3.458,71)	(3.453,07)
(+) Cuentas por Cobrar	-	0,00	2938,00	3014,00	3091,00	3170,00
(-) Pasivo Circulante		0,00	-6405,43	-6477,17	-6549,71	-6623,07
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES	-	1.329,51	1.329,51	1.329,52	1.329,53	1.329,49
(+) Interés pago a crédito a largo plazo		550,14	452,77	343,24	220,03	81,38
(+) Pago de Capital		779,37	876,74	986,28	1109,5	1248,11
(-) Copras de Activos Fijos		2562,00				
(-) Pago de Intangibles		2241,20				
(-) FLUJO NO OPERACIONAL	-	(6.132,71)	(4.796,94)	(4.792,69)	(4.788,24)	(4.782,56)
(=) FLUJO NETO DE CAJA	<u>8.243,12</u>	<u>(646,31)</u>	<u>1.608,87</u>	<u>2.558,34</u>	<u>3.253,21</u>	<u>4.851,08</u>
Saldo Inicial de Caja		8243,12	7596,81	9205,67	11764,01	15017,22
(=) Total de Caja	<u>8.243,12</u>	<u>7596,81</u>	<u>9205,67</u>	<u>11764,01</u>	<u>15017,22</u>	<u>19868,30</u>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

El flujo muestra los ingresos y egresos que la empresa tendrá durante los siguientes años, lo que permitirá conocer si la empresa será capaz de cubrir estos rubros.

6.7.1 Balance general proyectado.

El balance general proyecto es de vital importancia para la empresa ya que constituyen en los supuestos que se obtendrán de forma anticipada en rubros como: activos, pasivos y patrimonio. Estos se pueden calcular mediante la aplicación de la inflación anual que posea el país del año en curso o agregando un valor fijo de aumento para cada año (Farías, 2014).

Tabla 59. Balance General Proyectado

ENERCHÍA					
BALANCE GENERAL PROYECTADO					
	2017	2018	2019	2020	2021
ACTIVOS					
CORRIENTES					
	10.534,81	12.219,67	14.855,01	18.187,22	23.150,30
Caja-Bancos	7596,81	9205,67	11764,01	15017,22	19868,30
Inventario	-	-	-	-	-
Cuentas por cobrar	2.938,00	3.014,00	3.091,00	3.170,00	3.282,00
TANGIBLES					
	2.109,82	1.657,64	1.205,47	1.033,27	861,08
Maquinaria y equipo	862	862,00	862,00	862,00	862,00
Equipo de computo	840	840,00	840,00	840,00	840,00
Muebles y encerres	860	860,00	860,00	860,00	860,00
(-) Depreciación acumulada neta	(452,18)	(904,36)	(1.356,53)	(1.528,73)	(1.700,92)
INTANGIBLES					
	1.792,96	1.344,72	896,48	448,24	-
Patente	832	832,00	832,00	832,00	832,00
Gastos constitución	800	800,00	800,00	800,00	800,00
Permisos de funcionamiento	609,2	609,20	609,20	609,20	609,20
(-) Amortización acumulada neta	(448,24)	(896,48)	(1.344,72)	(1.792,96)	(2.241,20)
TOTAL ACTIVOS	14.437,58	15.222,03	16.956,96	19.668,73	24.011,38
PASIVOS					

CORRIENTE	6.405,43	6.477,17	6.549,71	6.623,07	6.697,25
Pasivo circulante	6.405,43	6.477,17	6.549,71	6.623,07	6.697,25
NO CORRIENTE	4.220,62	3.343,87	2.357,60	1.248,10	-
Préstamo Bancario	4220,62	3343,87	2357,6	1248,1	0
TOTAL PASIVOS	10.626,05	9.821,04	8.907,31	7.871,17	6.697,25
PATRIMONIO					
Capital	3.243,12	3.243,12	3.243,12	3.243,12	3.243,12
Utilidad del Ejercicio	568,41	1589,45	2648,66	3747,91	5516,58
Utilidad Acumulada		568,41	2.157,86	4.806,52	8.554,43
TOTAL PATRIMONIO	3.811,53	5.400,99	8.049,65	11.797,56	17.314,14
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	14.437,58	15.222,03	16.956,96	19.668,73	24.011,39

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Se presenta los balances generales proyectados para 5 años, donde se puede apreciar que al final de los 5 años la utilidad ha aumentado considerablemente en relación al primer año.

6.8. Estado de resultados proyectado.

El estado de resultados muestra la utilidad o pérdida de un periodo determinado de la empresa, basado en todos los elementos que lo integran para obtener dichos resultados. Este estado facilita la toma de decisiones para la administración pues muestra los gastos, ventas y costos de la empresa en un periodo. (Farías, 2014)

Tabla 60. Estado de Resultados Proyectado

ENERCHÍA					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos	58.767,00	60.280,84	61.827,30	63.406,80	65.647,05
Costos de Producción	31.749,50	32.105,10	32.464,67	32.828,28	33.195,95
Materia Prima	6552,00	6.625,38	6.699,59	6.774,62	6.850,50
Insumos	9510,40	9.616,92	9.724,63	9.833,54	9.943,68
M.I.F	5289,03	5.348,27	5.408,17	5.468,74	5.529,99
Mano de obra directa	4500,00	4.550,40	4.601,36	4.652,90	4.705,01
Mano de obra indirecta	4954,56	5.010,05	5.066,16	5.122,90	5.180,28
Cargos de depreciación	449,40	904,34	1.356,60	1.528,80	1.701,00

Cargos de amortización	448,24	896,48	1.344,72	1.792,96	2.241,20
Mantenimiento maquinaria y equipo	43,10	43,58	44,07	44,56	45,06
Utilidad Bruta	27.017,50	28.175,74	29.362,63	30.578,52	32.451,10
Costos de Administración	20.944,38	21.178,96	21.416,17	21.656,03	21.898,57
Suministros de Oficina	34,00	34,38	34,77	35,16	35,55
Servicios Básicos	607,46	614,27	621,15	628,10	635,14
Sueldos y Salarios	16702,92	16.889,99	17.079,16	17.270,45	17.463,88
Arriendo	3600,00	3.640,32	3.681,09	3.722,32	3.764,01
Costos Financieros	550,14	452,77	343,24	220,03	81,38
Costo de Venta	4.954,56	4.954,56	4.954,56	4.954,56	4.954,56
Utilidad operacional	568,41	1.589,45	2.648,66	3.747,91	5.516,58
15% Utilidad de Trabajadores	85,26	238,42	397,30	562,19	827,49
Utilidades Antes de Impuestos	483,15	1.351,03	2.251,36	3.185,72	4.689,10
22% Impuesto a la Renta	106,29	297,23	495,30	700,86	1.031,60
Utilidad Neta	376,86	1.053,81	1.756,06	2.484,86	3.657,49

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Aquí se presenta el estado de resultados proyectado para 5 años, se detalla las cuentas que intervienen en este estado y como sus valores se modifican año tras año

6.9 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel en el que los ingresos cubren los costos totales, por tanto no hay ni utilidad ni pérdida, es decir los costos totales se igualan a los ingresos totales. (Cano, 2013)

Tabla 61. Punto de Equilibrio

Costos Fijos	VALOR (\$)	Costos Variables	VALOR (\$)
Mano de obra directa	\$ 4.500,00	Materia Prima	\$ 6552
Mano de obra Indirecta	\$ 4.954,56	Insumos	\$ 9510,40
Mantenimiento	\$ 43,10	Suministros oficina	\$ 34,00
Costos de depreciación	\$ 449,40	Servicios básicos	\$ 607,46
Sueldos	\$ 16.702,92		
Intereses	\$ 550,14		
TOTAL COSTOS FIJOS	\$27651,13	TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 21992,89

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

El punto de equilibrio de Enerchía será determinado por el valor de costos fijos, variables y las ventas, lo que permitirá conocer el número de unidades que se debe vender para no tener ni pérdida ni ganancia al final del ejercicio.

Fórmula

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PE = \frac{27651,13}{1 - \frac{21992,89}{58767}}$$

$$PE = \frac{27651,13}{0,625761158}$$

$$PE = 44188$$

Datos:

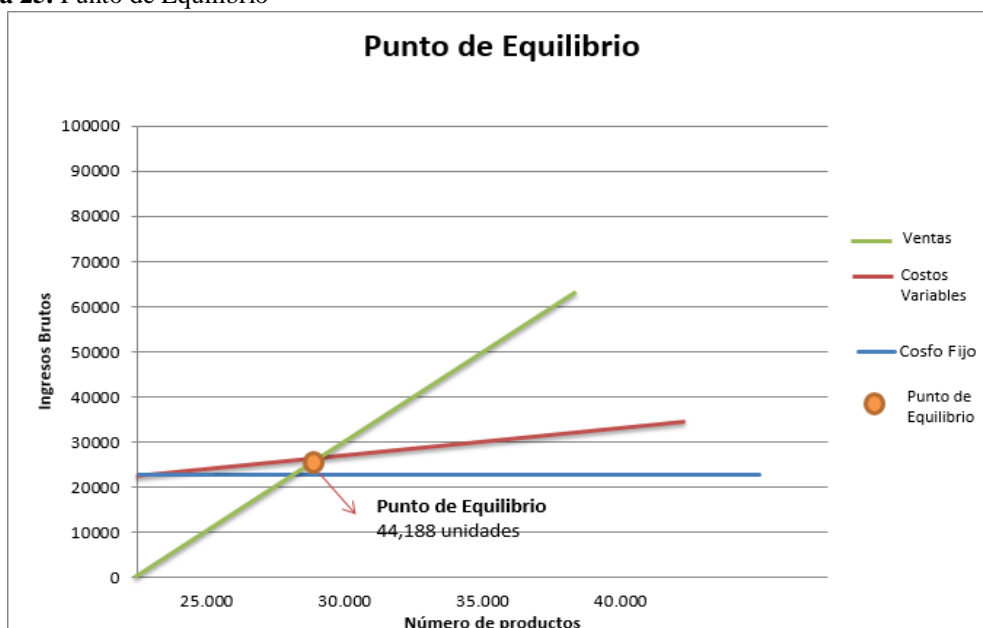
Costos Fijos: \$18861,36

Costos variables: \$5396,66

1: Constante

Ventas: \$ 58767

Figura 25. Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Una vez aplicada la fórmula del punto de equilibrio de determino que se necesita vender 44188 unidades anuales para no tener ganancias ni tener pérdidas al final del ejercicio contable.

6.10 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento es aquella que presenta una medida de rentabilidad mínima para el proyecto con el fin de cubrir los gastos, la inversión inicial y sus intereses, impuestos y la rentabilidad que el inversionista espera de su capital invertido (Guajardo y Andrade, 2008).

$$TMAR1 = I + F$$

$$TMAR1 = 0,06896 + 0,0029$$

$$TMAR1 = 0,0718$$

$$TMAR2 = I + (F * 2)$$

$$TMAR2 = 0,06896 + (0,0029 * 2)$$

$$TMAR2 = 0,06896 + 0,0058$$

$$TMAR2 = 0,0747$$

Una vez aplicada la fórmula del TMAR1 se obtuvo el resultado de 7,18% comparado con la tasa pasiva que ofrecen las instituciones financieras, ofrece una mayor ganancia a largo plazo.

Tabla 62. TMAR

Fuentes de Financiamiento	TMAR 1			TMAR 2	
	% Aportación	TMAR Fuente	Ponderación	TMAR Fuente	Ponderación
Capital Propio	0,3934	0,0718	0,0282	0,0747	0,0294
Instituciones Financieras	0,6066	0,1183	0,0718	0,1183	0,0718
TOTAL	1,0000		0,1000		0,1011
			10,00%		10,11%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pérez, 2017

Dado que el proyecto necesitará financiamiento externo, se procedió a calcular el TMAR1 global mixto, con lo cual se podrá ofrecer a los un 7,18% de rentabilidad para el monto de su inversión.

El TMAR2 que ofrece la empresa Enerchía es de 7,47% representa el porcentaje de utilidad que recibirán al final del periodo contable de cada año.

6.11 Valor presente neto o valor actual neto (VAN).

Es el valor monetario que resulta de la sumatoria de los flujos desconectados a la inversión inicial que equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir las ganancias esperadas durante un período de tiempo. (Baca, 2013)

$$VAN1 = I.I + \frac{FNE1}{1+i1^1} + \frac{FNE2}{1+i1^2} + \frac{FNE3}{1+i1^3} + \frac{FNE4}{1+i1^4} + \frac{FNE5}{1+i1^5}$$

$$VAN1 = -8243,12 + \frac{7596,81}{1,10} + \frac{9205,67}{1,21} + \frac{11764,01}{1,33} + \frac{15017,22}{1,46} + \frac{19868,30}{1,61}$$

$$VAN1 = -8243,12 + 6906,15 + 7607,92 + 8838,34 + 10256,77 + 12336,35$$

$$VAN1 = -8243,12 + 45945,54$$

$$\mathbf{VAN1 = 37702,42}$$

Al finalizar los 5 años de vida útil del proyecto, una vez descontada la inversión inicial, tendremos como rendimiento en dinero líquido \$ 37702,42

$$VAN2 = I.I + \frac{FNE1}{1+i1^1} + \frac{FNE2}{1+i1^2} + \frac{FNE3}{1+i1^3} + \frac{FNE4}{1+i1^4} + \frac{FNE5}{1+i1^5}$$

$$VAN2 = -8243,12 + \frac{7596,81}{1,10} + \frac{9205,67}{1,21} + \frac{11764,01}{1,34} + \frac{15017,22}{1,47} + \frac{19868,30}{1,62}$$

$$VAN2 = -8243,12 + 6899 + 7592,16 + 8810,90 + 10214,32 + 12272,57$$

$$VAN2 = -8243,12 + 45788,95$$

$$\mathbf{VAN2 = 37545,83}$$

Dado que el VAN2 es mayor a cero, se aprueba la inversión y se comprueba que el VAN1 es mayor al VAN2, por lo que se determina que el proyecto sigue siendo rentable.

6.12 Índices financieros.

Son ratios o medidas que permiten analizar y conocer en qué estado se encuentra la empresa, tomando en cuenta una perspectiva externa.

6.12.1 Tasa Circulante

Este índice mide la capacidad que la empresa posee para cumplir con las obligaciones a corto plazo. (Irrazabal, 2010).

$$\begin{aligned}Tasa\ Circulante &= \frac{Activo\ Circulante}{Pasivo\ Circulante} \\Tasa\ Circulante &= \frac{7596,81}{6045,43} \\Tasa\ Circulante &= 1,26\end{aligned}$$

La empresa Enerchía cuenta con \$1,26 dólares como respaldo a cada dólar de endeudamiento a corto plazo.

6.12.2 Prueba ácida.

Se utiliza para medir la liquidez de la empresa y permite conocer si tiene capacidad de pago a corto plazo (Díaz, 2011).

$$\begin{aligned}Prueba\ Ácida &= \frac{Activo\ Circulante - Inventario}{Pasivo\ Circulante} \\Prueba\ Ácida &= \frac{7596,81 - 0,00}{6405,43} \\Prueba\ Ácida &= 1,19\end{aligned}$$

Por cada dólar de deuda en el corto plazo si ENERCHÍA deja de vender sus inventarios únicamente tiene 1,19 dólares para hacer frente a esa deuda

6.12.3 Endeudamiento activo.

Este permite conocer cuál es el nivel que posee la empresa sobre la independencia financiera (Lascano, 2007).

$$Endeudamiento\ Activo = \frac{Activo\ Total}{Pasivo\ Total}$$

$$\text{Endeudamiento Activo} = \frac{11499,58}{10626,05}$$

$$\text{Endeudamiento Activo} = 1,08$$

La empresa Enerchía presenta un grado de independencia en relación a sus proveedores y su capacidad de endeudamiento en \$1,08.

6.12.4 Rotación de cartera.

Este índice financiero permite conocer cuál es el tiempo que le toma a la empresa poder recuperar el valor que tiene en cuentas por cobrar (Lascano, 2007).

$$\text{Rotación de Cartera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$$

$$\text{Rotación de Cartera} = \frac{58767}{2938}$$

$$\text{Rotación de Cartera} = 20$$

El número de veces que rotan las cuentas por cobrar son de 20 veces durante el año.

6.12.5 Período medio de cobranza.

Es el número de días que la empresa se toma para poder cobrar las deudas a sus clientes por concepto de mercadería vendida. (Lascano, 2007).

$$\text{Período Medio de Cobranza} = \frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\text{Ventas}} * 360$$

$$\text{Período Medio de Cobranza} = \frac{2938}{58767} * 360$$

$$\text{Período Medio de Cobranza} = 17$$

Enerchía recupera el dinero de las ventas en un promedio de 17 días.

6.12.6 Rentabilidad en Ventas.

Permite conocer cuál es la capacidad de la empresa para obtener ganancia o utilidades brutas en relación a las ventas (Lascano, 2007).

$$\text{Rentabilidad en Ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Rentabilidad en Ventas} = \frac{376,86}{58767}$$

$$\text{Rentabilidad en Ventas} = 0,064$$

Por cada dólar vendido en relación al producto fabricad se obtiene el 6,4% de utilidad.

6.12.7 Tasa beneficio costo.

En relación a la tasa beneficio costo, (Lascano, 2007) sostiene que “Es un cociente que permite comparar los ingresos o beneficios actualizados de un proyecto, frente a la Inversión”.

$$RCB = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos Proyectados}}{\sum \text{Gasto Totales Proyectados}}$$

$$RCB = \frac{309928,99}{271085,17}$$

$$RCB = 1,14$$

Por cada dólar que se invierta en Enerchía se obtendrá un beneficio de \$1,14

6.12.8 Periodo de recuperación de la inversión.

Según (Lascano, 2007) el periodo de recuperación de la inversión “expresa el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial I_0 cuando los beneficios netos generados por el proyecto en cada período”.

$$PRI = \frac{I.I}{\frac{\sum FNE}{\# \text{ Años}}}$$

$$PRI = \frac{8243,12}{\frac{63452,01}{5}}$$

$$PRI = 1,21$$

La inversión se recupera en 1 años y 6 días siendo un tiempo mucho menor a los años de vida útil del proyecto que son 5.

6.12.9 Tasa interna de retorno.

El TIR, de acuerdo a (Lascano, 2007) es un “criterio que evalúa al proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual”.

$$TIR = TMAR1 + (TMAR2 - Tmar1) \left(\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$

$$TIR = 0,10001 + (0,0011 - 0,10001) \left(\frac{37702,42}{156,58} \right)$$

$$TIR = 0,10001 + 0,275$$

$$TIR = 0,3747$$

El TIR del proyecto es de 37,47%, esto representa un valor superior a la tasa pasiva que un inversionista podría obtener en cualquier institución financiera en del país. El proyecto muestra que al cabo de los cinco años se obtendrá una utilidad de 37% se acepta el TIR debido a que es mayor al TMAR.

6.13 Análisis de sensibilidad.

Conforme lo mencionan (Ross, Westerfield, y Jordan, 2010) “La idea básica del análisis de sensibilidad es congelar todas las variables, excepto una, y ver qué tan sensible es la estimación del VPN a los cambios en esa variable”. Entonces si el VPN o Valor Presente Neto es muy sensible ante cambios no tan significativos en el valor de algunos elementos que componen el flujo de efectivo de un proyecto, se concluye que el riesgo para la variable analizada es alto.

$$AS = \frac{\text{Ingresos} - \text{Gastos Totales}}{\text{Invercion}}$$

$$AS = \frac{58767 - 53244,03}{8243,12}$$

$$AS = \frac{5522,97}{8243,17}$$

$$\mathbf{AS = 0,67}$$

Enerchía no es sensible, esto es debido a que se consiguió un valor positivo y demuestra que tiene una rentabilidad libre de todos los ingresos y egresos.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones.

- Se identificó que los postres más consumidos en medio gastronómico de nuestra zona son los: mousse, pasteles, galletas y budines, por lo cual el mousse de fresas con semillas de chía será producto estrella de La Empresa Enerchía.
- Con los resultados obtenidos del estudio del mercado se llegó a la conclusión de que producir postres con semillas de chía cubrirá las necesidades de los consumidores que buscan una alternativa sana para su dieta diaria.
- El estudio de mercado indico que existen altas cantidades de personas que estarían dispuestas a consumir postres que les proporcionen beneficios para su salud, ya que actualmente los postres no poseen este valor agregado.
- El estudio de mercado revelo que las redes sociales son la mejor forma de realizar publicidad, ya que actualmente la gran mayoría de las personas están conectadas a ellas de una y otra forma, así será más fácil llegar a los clientes potenciales con información del producto, promociones y valor agregado que tendrá para ofrecer.
- El estudio técnico del proyecto mostro la factibilidad y viabilidad que tendrá la producción de los postres con semillas de chía dado los recursos materiales, humanos y tecnológicos de los que se dispone.
- El Mousse de Fresas con Semillas de Chía se producirá en una presentación de un envase de 8oz que equivale a 0,160kl con un precio de venta al público de \$ 1,00, situándose en un precio asequible para todo el nicho de mercado al cual está destinado este postre.

7.2. Recomendaciones.

- Se recomienda que se aproveche la buena apertura que tienen actualmente los productos saludables en la sociedad para posicionar este tipo de postres.
- Se recomienda hacer seguimiento a los clientes con el fin de obtener y realizar un Feedback para la conocer que piensan acerca del producto, el sabor, el dulce, con el fin de mejorar la calidad.
- Aplicar el proceso administrativo a todas las etapas del proceso productivo, así como en cada uno de los departamentos de Enerchía ya que esto es la base para un correcto funcionamiento, logrando así una sinergia en toda la empresa.
- Colaborar con el proceso de cambio de matriz productiva del país ya que beneficia y facilita la producción de postres saludables en la Provincia de Tungurahua ya que favorece a los productores locales de fresas y semillas de chía.

BIBLIOGRAFÍA

- Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. México: McGRAW-HILL.
- Chiavenato.,I(2011)Administración de los Recursos Humanos, México,Mc Graw Hill.
- Naumov S (.),Organización Total, México,Mc Graw Hill.
- Arjona, C. L (2013).Gestión de Alojamientos Turísticos en C. L, Madrid: Liber Factory
- Asensio, A., Vásquez , B (2013) Simulación Empresarial, España: Paraninfo
- Munch,Osorio y Vital ().Diseño de estructuras organizacionales de alto rendimiento, México Editorial Trillas.
- Headquarters, (Febrero de 2015), Sometimes the major food groups are not enough, Obtenido de: Livekuna.com, recuperado de: <http://livekuna.com/en/organic-chia-seeds/>
- Dennis, (2016), PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GALLETAS DE ALPISTE CON STEVIA EN LA EMPRESA LUCEPA DE AMBATO, obtenido de: repositorio.uta.edu.ec, recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24012/1/472%20MKT.pdf>
- Las Mejores Recetas de Repostería, Gabriel Carranza, Silvana Zalacain, (2011), 1ra edición, editorial Grafos S.A.
- Elaboración de Pastelería y Repostería en Cocina, Carme Picas, Anna Vitaga, (2011), 1ra edición, editorial Síntesis S.A.
- El Libro de la Repostería Tradicional, Jesús Ávila Granados, (2013), 7ma edición, editorial Robinbooks.
- Pastelería Cocina, Luis de la Trava, Víctor R. García, (2010), 5ta edición, editorial Norma.
- El ABC de la Pastelería, Osvaldo Gross (2013), 1ra edición, editorial Planeta S.A.I.C.
- Capocetti, L. (2014). AC Dr. Cormillot. Crema de Leche, Obtenido de AC Dr. Cormillot, recuperado de: <http://drcormillot.com/diccionario/crema-de-leche/>
- QuimiNet. (3 de Agosto de 2006). La gelatina: propiedades, usos y características, Obtenido de QuimiNet.com, recuperado de: <https://www.quiminet.com/articulos/la-gelatina-propiedades-usos-y-caracteristicas-13657.htm>
- Fundación Española de la Nutrición. (2011). Fresa Stramberry, Obtenido de

- Fundación Española de la Nutrición, recuperado de: <http://www.fen.org.es/mercadoFen/pdfs/fresa.pdf>
- Yamile Jaramillo Garcés (2013). La chía (Salvia Hispánica), una fuente de nutrientes para el desarrollo de alimentos saludables, Obtenido de Corporación Universitaria Lasallista, recuperado de: http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1043/1/La_chia_salvia_hispanica_L_desarrollo_alimentos_saludables.pdf
 - Antonio Santamaría García (2012). Tecnología y términos azucareros siglo XX, Obtenido de Escuela de Estudios Hispano-Americanos, recuperado de: <http://digital.csic.es/bitstream/10261/17661/3/Tecnolog%C3%ADa%20y%20t%C3%A9rminos%20azucareros-7.pdf>
 - Capocetti, L. (2014). AC Dr. Cormillot. Crema de Leche, Obtenido de AC Dr. Cormillot, recuperado de: <http://drcormillot.com/diccionario/crema-de-leche/>
 - Aguilar, F. (4 de Julio de 2013). *Mercantilízate*. Estrategias de Distribución - Plaza en el Marketing Mix, Obtenido de *Mercantilízate*, recuperado de: <http://mercantilizate.blogspot.com/2013/07/estrategias-de-distribucion-plaza-en-el.html>
 - Aponte, D. (Abril de 2010). *FACULTAD DE INGENIERÍA*. Diseño de un Canal de Distribución Comercial para productos fabricados a base de soya por comunidades beneficiarias de programas nutricionales, Obtenido de PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA, recuperado de: <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis386.pdf>
 - Diccionario de la Real Academia Española. (2017). *RAE*. “FRESA”, Obtenido de RAE, recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=ISjyrn6|ISkvwnu>
 - Diccionario Sensagent. (2013). *Diccionario Sensagent*. ”CHIA”, Obtenido de Diccionario Sensagent: <http://diccionario.sensagent.com/chia/es-es/>
 - Guzmán, R., & Molina, Y. (Febrero de 2013). *Escuela de Ingeniería Química*. “FORMULACIÓN DE UNA MEZCLA EN POLVO PARA PREPARAR POSTRE DE GELATINA A BASE DE ALMIDÓN DE MAÍZ”. Obtenido de Escuela Especializada en Ingeniería ITCA-FEPADE, recuperado de: <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/1677/1/FORMULACI%C3%9>

3N%20DE%20UNA%20MEZCLA%20EN%20POLVO%20PARA%20PREPARAR%20GELATINA.pdf

- Morillo, M., & Puma, .. M. (2009). *Universidad Técnica del Norte*. “DETERMINACIÓN DE PARÁMETROS ÓPTIMOS PARA ELABORACIÓN DE GOMAS UTILIZANDO PULPA DE SABILA”, Obtenido de Universidad Técnica del Norte, recuperado de : <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/248/1/03%20AGI%20249%20TESIS.pdf>
- Muñiz, R. (2017). *Marketing XXI*. Producto y Precio, Obtenido de Marketing XXI, recuperado de: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
- Tornatore, A. (s.f.). *Universidad Santo Tomás*. DECISIONES SOBRE EL PRECIO, Obtenido de Universidad Santo Tomás, recuperado de: <http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Gestion%20de%20mercadeo%20agropecuario/Precio.pdf>
- Araújo, N., & Fraiz, J. (2012). Segmentación del mercado de consumo audiovisual . *HOLOGRAMATICA*, 17-36.
- Cedeño, R. (2010). *Investigación científica y diseño de tesis*. Manta: Mar Abierto.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2010). *Tutoría de la Investigación Científica*. Quito: Maxtudio.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I.
- Rodríguez, J. (2015). El azúcar . *Publicaciones Didácticas*, 63-67.
- Agueda, E. (2008). Principios del marketing. En E. Agueda, Principios del marketing (pág. 49). Madrid: Esic.
- Larrain, F. (2002). Macroeconomía en la economía global. En F. Larrain, Macroeconomía en la economía global (pág. 12). Buenos Aires: Pearson Education.
- Olle, M. (1997). El plan de empresa. En M. Olle, El plan de empresa (pág. 7). Barcelona: Marcombo.

- Arroyo, D. (Julio de 2011). Estudio Investigativo de la Chía y su aplicación a la Gastronomía. Obtenido De Universidad Tecnológica Equinoccial, recuperado de: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11588/1/44512_1.pdf
- Busilacchi, H., Qüesta, T., & Zuliani, S. (Mayo de 2015). Facultad de Ciencias Agrarias, La chía como una nueva alternativa productiva para la región pampeana, recuperado de: <http://www.fcagr.unr.edu.ar/wp-content/uploads/2015/05/6AM41.pdf>
- Di Sapio, O., Bueno, M., Severin, C., & Busilacchi, H. (2009). CHÍA: IMPORTANTE ANTIOXIDANTE VEGETAL. Agro Mensajes.
- García, J., Mapes, C., & De la Cruz, E. (2009). Cultivo de Chías *Chenopodium* y *Amaranthus* en la Meseta Purhépecha Conservando el Germoplasma y Promoviendo la Sustentabilidad. Sociedad Mexicana de Agricultura Sostenible A.C., 1-7.
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). Quinoa, Amaranto y Chía Ecuatorianos Contribuyen con la Propuesta de la Expo Milán Ministerio de Comercio Exterior. Ministerio de Comercio Exterior, recuperado de: <http://www.comercioexterior.gob.ec/quinoa-amaranto-y-chia-ecuatorianos-contribuyen-con-la-propuesta-de-la-expo-milan/>
- Pini, A. (2014). La salud en semillas, Obtenido de Instituto Técnico Superior en Gestión Gastronómica: recuperado de: <http://www.repotur.gov.ar/bitstream/handle/123456789/4509/Tesis%20Semillas.pdf?sequence=1>
- González, G. (Marzo de 2014), La chía como una nueva alternativa productiva para la región pampeana, Obtenido de FAO, recuperado de: http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/rlc/utf017arg/valles_calchaquies/08.pdf
- Pozo, S. (Junio de 2010). Pontifica Universidad Católica del Ecuador - Sede Ibarra. Obtenido de Pontifica Universidad Católica del Ecuador - Sede Ibarra: recuperado de: <http://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/168/1/T72373.pdf>
- SENPLADES. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo recuperado de: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-3.-mejorar-la-calidad-de-vida-de-la-poblacion>

- Corporación Andina de Fomento. (2013). *Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. Bogotá: CAF.
- Gavilanes, G. (Octubre de 2014). *Estudio de factibilidad para las creacion de microempresa comercilizadora de semillas de chia ubicada en el distrito metropolitano de Quito*, Obtenido de ESPE - Universidad de las Fuerzas Armadas, recuperado de: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/9478/1/T-ESPE-048241.pdf>.
- Busilacchi, H., Quiroga, M., Bueno, M., Di Sapio, O., Flores, V., & Severin, C. (Octubre de 2013). *EVALUACIÓN DE Salvia hispanica L. CULTIVADA EN EL SUR DE SANTA FE (REPÚBLICA ARGENTINA)*, obtenido de Scielo.sld.cu., recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0258-59362013000400009.
- Di Sapio, O., Bueno, M., Severin, C., & Busilacchi, H. (Abril de 2010). *CHÍA: IMPORTANTE ANTIOXIDANTE VEGETAL*, obtenido de Revista Agromensajes, recuperado de: <http://www.fcagr.unr.edu.ar/Extension/Agromensajes/24/3AM24.htm>.
- Montalvo, M. (Marzo de 2016). *Estudio de Chía y Cocina de Autor*, UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR: recuperado de: <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/969/1/T-UIDE-0826.pdf>
- Pro Ecuador . (Abril de 2014). *Boletín de Análisis de Mercado Internaciona*. Obtenido de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/04/BOLETIN-MARZO-ABRRIL-2014.pdf>
- Busilacchi, H., Qüesta, T., & Zuliani, S. (2015). *La chía como una nueva alternativa productiva para la región pampeana* obtenido de Facultad de Ciencias Agrarias, recuperado de: <http://www.fcagr.unr.edu.ar/?p=6767>
- Tosco, G. (Junio de 2016). *La Mayor Fuente Natural De Omega 3*. Obtenido de CHIA CHILE, recuperado de: <http://beneficios-del.com/wp-content/uploads/2016/06/CHIA-Estudio-Giovanni-Toscob-cB.pdf>
- Pro Ecuador. (Abril de 2014). *Boletín de análisis de mercados internacionales*, Obtenido de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, recuperado

- de: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/04/BOLETIN-MARZO-ABRRIL-2014.pdf>
- Di Sapiro, O., Bueno, M., Severin, C., & Busilacchi, H. (Abril de 2010). CHÍA: IMPORTANTE ANTIOXIDANTE VEGETAL, obtenido de Revista Agromensajes, recuperado de: <http://www.fcagr.unr.edu.ar/Extension/Agromensajes/24/3AM24.htm>.
 - Borghi, A. (11 de Octubre de 2011). La Super Comida del Futuro: Semillas de Chia. Obtenido de Sana Sana Latino Health Magazine, recuperado de: <http://www.sanasana.com/latinohealthmagazine/la-super-comida-del-futuro-semillas-de-chia/>
 - Monarrez, J., Pineda, H., & Saucedo, G. (2014). La incorporación de la harina de chíá a la repostería. Ingeniería en Industrias Alimentarias, 1-11.
 - Silva, C. (Julio de 2015). Universidad de Las Américas. Obtenido de Universidad de Las Américas: [http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4171/1/UDLA-EC-TIAG-2015-07\(S\).pdf](http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4171/1/UDLA-EC-TIAG-2015-07(S).pdf)
 - Pablo Cisneros, (2016, 18 de enero), “La chíá cultivada en Ecuador se abre paso en los mercados internacionales”, Agencia pública de noticias de Ecuador y Sudamérica, recuperado de: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/chia-cultivada-ecuador-abre-paso-mercados-internacionales.html>
 - Carlos Gutiérrez,, (2015, 25 de mayo), Ventas de semillas de chia producidas en Ecuador ascenderían a \$2 millones, El Financiero, recuperado de: http://www.elfinanciero.com/negocios/tema_05_2015/negocios_19_2015.pdf
 - Coates, W. (2013), Chíá increíble Supernutriente, Madrid, EDAF
 - Arroyo, D. (2011). Estudio Investigativo de la chia y su aplicación a la gastronomía, recuperado de: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15925/1/44512_1.pdf
 - Ecuadorencifras, (2010), “Resultados del censo 2010 de población y vivienda Ecuador”, Ecuadorencifras.gob.ec, recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
 - Ecoticias, (2016 11 de mayo), Semillas de chíá: beneficios y componentes, Vía Orgánica, recuperado de: <http://viaorganica.org/semillas-de-chia-componentes-y-beneficios/>

- Mike Geary, (2010,14 de marzo), Comida chatarra vs Alimentos Sanos... ¿Acaso Comer Comida Chatarra equivale a “Vivir un Poco”? , pierdagrasaabdormal.com, recuperado de: <http://www.pierdagrasaabdormal.com/comida-sana-versus-chatarra.html>
- Administración Estratégica, Thompson, Peteraf, Gamble, Strickland (2012), 18va edición, editorial MC Graw Hill.
- Administración Estratégica, Dess, Lumpkin, Eisner, (2011), 5ta edición, editorial MC Graw Hill.
- Decisiones Estratégicas Macroadministración, José María Mendoza Guerra (2011), 1ra edición, editorial Xpress.
- Finanzas Aplicadas al Marketing, Daniel Ruiz Palomo, (2013), 1ra edición, editorial Ediciones Piramide.
- Fundamentos de la Administración Financiera, Eugene F. Brigham, Joel F. Houston. (2008), 1ra edición, editorial México.
- Alcarria, J. (2012). *Introducción a la Contabilidad*. Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume.
- CLIPE. (2010). *Manual Práctico de Introducción a la Contabilidad*. Centro Local de Innovación y Promoción Económica.
- Díaz, H. (2011). *Contabilidad General*. Bogotá: Pearson.
- Farías, M. (2014). *Manual de Contabilidad Básica*. Estado de Hidalgo: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO.
- Guajardo, G., & Andrade, N. (2008). *Contabilidad Financiera*. México: McGRAW-HILL.
- Lascano, N. (2007). *Proyectos de Inversión*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Rajadell, M., Trullàs, O., & Simo, P. (2014). *Contabilidad para Todos - Introducción al Registro Contable*. OmniaScience.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



CUESTIONARIO

OBJETIVO: Recabar información acerca del grado de aceptación de la elaboración de postres elaborados a base de semillas de chía en la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente y marque la respuesta de acuerdo a su criterio.

Información General

Lugar de Residencia.....

Género:

Masculino () Femenino () Edad.....

Ocupación:

Pública () Privada () Estudiante ()

Información Específica

1. ¿Conoce usted que es la chía?

Si () No ()

2. ¿Con qué frecuencia consume postres en la semana?

1 vez por semana ()

2 veces por semana ()

3 veces por semana ()

4 veces por semana ()

3. De los siguientes tipos de postres ¿Cuál usted consume con más frecuencia?

Budín ()

Galletas ()

Helado ()

Mousse ()

Otros ¿Cuál?.....

4. Cuándo usted consume postres, ¿Cuál es el motivo por el cual lo hace?

Apetito ()

Gusto ()

Nutrición ()

Costumbre ()

5. ¿Cuáles aspectos considera importantes para comprar postres?

Calidad ()

Sabor ()

Precio ()

Valor nutricional ()

Marca ()

6. ¿En qué lugar adquiriría los postres elaborados a base de chía?

Supermercados ()

Tiendas ()

Centros comerciales ()

Cafeterías ()

Restaurantes ()

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un postre elaborado a base de semillas de chía?

\$0.50 ()

\$0.75 ()

\$1.00 ()

\$más de \$1.00 ()

8. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información sobre los postres elaborados a base de semillas de chía?

Radio ()

Televisión ()

Correo ()

Redes Sociales ()

Volantes, afiches ()

9. ¿Le gustaría a usted consumir postres con semillas de chía conociendo que son muy beneficiosos para la salud?

Si ()

No ()

10. ¿En qué tipo de presentación desearía que fueran los postres con semillas de chía?

Envases plástico ()

Envases de vidrio ()

Envases de cartón ()

Otro ¿Cuál?.....

