



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis de grado previa a la
obtención del Título de Ingeniera
en Gestión Empresarial.

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANJAR DE PAPA,
CANTÓN VALENCIA EN EL AÑO 2014.**

AUTORA:

ELICENIA GUADALUPE VERA BRAVO

DIRECTORA:

ING. GINA RENDÓN GUERRA, M. Sc

QUEVEDO– ECUADOR

2015



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis de grado previa a la
obtención del Título de Ingeniera
en Gestión Empresarial.

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANJAR DE PAPA,
CANTÓN VALENCIA EN EL AÑO 2014.**

AUTORA:

VERA BRAVO ELICENIA GUADALUPE

DIRECTORA:

ING. GINA RENDÓN GUERRA, M. Sc.

QUEVEDO– ECUADOR

2015



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

TESIS DE GRADO:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANJAR DE PAPA,
CANTÓN VALENCIA EN E AÑO 2014.**

Trabajo presentado al Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias
Empresariales como requisito previo a la obtención del título de:

Ingeniera en Gestión Empresarial

APROBADO

Lcdo. Manuel Montalvo Ramos M.Sc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Enrique Intriago Zamora M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Elizabeth Núñez Bartolomé M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – ECUADOR
2015

CERTIFICACIÓN

El suscrito, Ing. Gina Rendón Guerra M. SC, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada Elicenia Guadalupe Vera Bravo, realizó la tesis previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial, titulada: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANJAR DE PAPA, CANTÓN VALENCIA EN EL AÑO 2014”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con la disposición reglamentaria establecida para el efecto.

ING. GINA RENDÓN GUERRA, M.Sc
DIRECTORA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

AUTORÍA

Yo, **VERA BRAVO ELICENIA GUADALUPE** declaró que la presente investigación es de mi completa autoría, así como las conclusiones y recomendaciones establecidas en el mismo, para que sea evaluada con el fin de obtener el Título de Ingeniera en Gestión Empresarial.

Por medio de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondiente a esta Tesis de grado de la Carrera de Gestión Empresarial de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo para que sirva como medio de consulta a futuras generaciones.

VERA BRAVO ELICENIA GUADALUPE

C.I. 050360117-1

DEDICATORIA

Dedico mi Tesis con mucho amor a Dios por ser él quien cada día ilumina y guía mis pasos, por brindarme la fortaleza, sabiduría para cumplir con todas mis metas, logros y éxitos.

A mis Padres y Abuelita por el apoyo incondicional por los ejemplos de perseverancia, consejos y fortaleza que los caracteriza siempre, por estar a mi lado en los buenos y malos momentos, por el amor que me brindan día a día y por hacer de mí una mujer exitosa.

A mi esposo, él ancla fundamental en mi vida por su amor, comprensión y apoyo absoluto en toda esta etapa, por estar siempre a mi lado apoyándome y animándome a seguir cada día adelante a pesar de todos los errores, tropiezos que existen y aprender a levantarme de cada caída. Y decir siempre si Puedo y comenzar todo con un espíritu vencedor.

Y a mis hermanos por su amor y apoyo absoluto a lo largo de mi vida universitaria para lograr despejar todas mis dudas e inquietudes.

Elicenia

AGRADECIMIENTO

Primordialmente a Dios por darme la vida y haberme permitido lograr cumplir una meta más, por darme la dicha de tener una gran familia y permitirme disfrutar este triunfo con ellos.

A mis padres y hermanos, por su amor, su confianza durante todos estos años y por apoyarme incondicionalmente en el logro de mis ideales. A mi familia en general por enriquecer mi alma, por ser el pilar más grande y fuerte del que siempre me podré sostenerme.

A mi esposo por su apoyo, dedicación y estar siempre conmigo, por ser mi fuerza y mi templanza por su esfuerzo y sacrificio para mi superación profesional.

A todos mis amigos, en especial a dos grandes amigas Merly Alcivar y Mariam Hoyos, no existe una palabra para expresar lo importante que han sido en mi vida durante estos años, gracias mil gracias por haber estado junto a mí en momentos maravillosos y felices y también por haber estado a mi lado justo cuando más me hacían falta. Gracias por hacer de mis días una obra de arte y por formar parte de mi historia.

A los profesores, a las directivas de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo y en especial a mi tutora Ing. Gina Rendón Guerra M.Sc, por todos los conocimientos brindados y las enseñanzas que me dejaron para mi vida profesional y mi desarrollo como persona, a la vida por lo aprendido y alcanzado.

Finalmente a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de esta tesis.

DUBLIN CORE (ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN)

1	Título/ title	M	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANJAR DE PAPA, CANTÓN VALENCIA EN EL AÑO 2014.
2	Creador /creator	M	Vera Bravo Elicenia Guadalupe
3	Materia /Subject	M	Ciencias Empresariales, Carrera de Gestión Empresarial
4	Descripción /Description	M	La presente tesis se la realizo en el Cantón Valencia, Av. Jorge Herrera Cruz y lotización la Moderna, Provincia de los Ríos, como propósito principal de la misma consistió realizar un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de Manjar de Papa, Cantón Valencia en el año 2014.
5	Editor /Publisher	M	FCE; Carrera de Gestión Empresarial; Vera Bravo Elicenia Guadalupe.
6	Colaborador /Contributor	O	Ing. Gina Rendón Guerra
7	Fecha /Date	M	03-04-2014
8	Tipo /Type	M	Proyecto de Investigación
9	Formato /Format	R	Programas: Word 2007; Pdf; Excel 2007
10	Identificador /Identifier	M	eliceniavera_gc@hotmail.com

11	Fuente /Source	O	Proyecto de factibilidad
12	Lenguaje /Language	M	Español
13	Relación /Relation	O	Ninguno
14	Cobertura /Coverage	O	Población de Valencia.
15	Derechos /Rights	M	Ninguno
16	Audiencia /Audience	O	Proyecto de Investigación

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Pág.
CARÁTULA	i
CONTRA CARÁTULA.....	iii
PRESENTACIÓN TRIBUNAL	iv
CERTIFICACIÓN	v
AUTORÍA	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
DUBLIN CORE (ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN)	ix
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xviii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxiii
ABSTRACT	xxiv
CAPÍTULO I.....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción.....	2
1.2. Problematización.....	4
1.2.1. Planteamiento del problema.....	4
1.2.2. Diagnóstico del problema.....	4
1.2.3. Formulación del problema.....	5
1.2.4. Sistematización del problema	5
1.3. Justificación.....	6
1.4. Objetivos	7
1.4.1. Objetivo General	7
1.4.2. Objetivos Específicos	7

1.5.	Hipótesis	8
1.5.1.	Hipótesis General.....	8
1.5.2.	Hipótesis Específicas	8
1.5.3.	Variables	8
1.5.3.1.	Variables Independientes.....	8
1.5.3.2.	Variables Dependientes	8
CAPÍTULO II.....		9
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN		9
2.1.	Fundamentación Teórica.....	10
2.1.1	Plan de Negocios	10
2.1.1.1.	Importancia de un plan de negocio	10
2.1.1.2.	Estructura de un plan de negocios.....	10
2.1.2	Estudio de Mercado	11
2.1.2.1.	Demanda.....	11
2.1.2.2.	Oferta	11
2.1.2.3.	Marketing Mix.....	12
2.1.3	Estudio de Técnico.....	13
2.1.3.1.	Tamaño del proyecto.....	13
2.1.3.2.	Localización	13
2.1.3.3.	Factores determinantes en la localización del proyecto.	13
2.1.3.4.	Insumos importantes en el proyecto	14
2.1.4	Estudio Organizacional	15
2.1.4.1.	Estructura organizacional.....	15
2.1.4.2.	Análisis FODA.....	15
2.1.5	Estudio Financiero.....	15
2.1.5.1.	Fuente de financiamiento	15

2.1.5.1.1	Balance General	15
2.1.5.1.2	Estado de Pérdidas y Ganancia	16
2.1.5.1.3	Estado de Flujo de Efectivo	16
2.1.5.1.4	Costo Fijo.....	16
2.1.5.1.5	Costo Variable	16
2.1.5.1.6	Valor Actual Neto (Van)	16
2.1.5.1.7	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	17
2.1.6	Empresa.....	17
2.1.6.1.	Tipos de empresas.....	17
2.1.7	Origen de la Papa	17
2.1.7.1.	Descripción del Manjar de papa.....	18
2.1.7.2.	Materia prima e Ingredientes.....	18
2.1.7.2.1	La papa	18
2.1.7.2.1.1	Composición nutritiva.....	19
2.1.7.2.2	La leche	20
2.1.7.2.2.1	Beneficios o ventajas del consumo de leche	21
2.1.7.2.3	Azúcar	22
2.1.7.2.3.1	Propiedades nutricionales.....	22
2.1.7.2.4	Canela.....	23
2.1.7.2.4.1	Beneficios de la canela	24
2.2.	.Fundamentación Conceptual	25
2.2.1.	Estudio de Mercado	25
2.2.2.	Estudio técnico.....	25
2.2.3.	Estudio organizacional	26
2.2.4.	Estudio económico financiero	26
2.3.	.Fundamentación Legal.....	27

2.3.1. Proceso para constituir una empresa.....	27
2.3.1.1. Reservar el nombre para la sociedad:.....	27
2.3.1.2. Elaboración de los estatutos o contrato social	27
2.3.2. Permisos	29
2.3.2.3. RUC (REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE)	29
2.3.2.4. Requisitos de Inscripción para Sociedades bajo control de la Superintendencia de Compañías para la inscripción del Representante Legal y Gerente General de una empresa deberán presentar los siguientes requisitos:.....	29
2.3.2.5. Para la inscripción de la organización, deberán presentar los siguientes requisitos:.....	29
2.3.2.6. Para la verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza su actividad económica, presentarán el original y entregarán una copia de cualquiera de los siguientes documentos:	30
2.3.2.7. Actualización en el RUC.....	30
2.3.2.8. Permisos Municipales	31
2.3.2.8.1. Patentes municipales	31
2.3.2.8.2 Patentes Personas Naturales	31
2.3.2.8.3 Patente Jurídica Nueva.....	32
2.3.2.9. Permisos Cuerpo de Bomberos	32
2.3.2.10. Permiso de funcionamiento del ministerio de salud pública.	32
2.3.3. LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR.....	33
2.3.3.1. Derechos y Obligaciones del Consumidor	33
2.3.3.2. Obligaciones de los Consumidores.....	33
2.3.4. CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES.....	34
CAPÍTULO III.....	37
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	37

3.1.	Materiales y Métodos	38
3.1.1.	Materiales	38
3.1.2.	Métodos de Investigación	38
3.1.2.1.	Estadístico	38
3.1.2.2.	Deductivo	39
3.1.2.3.	Inductivo.....	39
3.1.3.	Tipos de investigación	39
3.1.3.1	Investigación bibliográfica.	39
3.1.3.2	La investigación de campo.....	39
3.2.	Diseños de investigación	39
3.3.	Técnicas de Investigación.....	40
3.3.1.	Observación Directa	40
3.3.2.	Encuestas	40
3.4.	Población y Muestra	40
CAPÍTULO IV		42
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		42
4.1.	Resultados	43
4.1.1.	Interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas en el Cantón Valencia.	43
4.2.	Estudio de Mercado para la creación de la empresa	55
4.2.1.	Demanda.....	55
4.2.1.1.	Análisis de la Demanda Actual.....	55
4.2.1.2.	Análisis de la demanda futura	55
4.2.2.	Oferta	56
4.2.2.1.	Análisis de la Oferta	56
4.2.3.	Descripción de la empresa.....	57
4.2.4.	Definición del Producto	57

4.2.5.	Nombre de la empresa.....	58
4.2.6.	Logotipo y Slogan	58
4.2.7.	Promoción	58
4.2.8.	Publicidad.....	59
4.2.9.	Canal de Distribución	59
4.3.	Estudio Tecnico.....	60
4.2.10.	Localización	60
4.2.10.1.	Macrolocalización	60
4.2.10.2.	Microlocalización	60
4.2.10.3.	Localización Física	61
4.2.11.	Materias Importantes del proyecto	62
4.2.11.1.	Maquinarias y equipos.....	62
4.2.11.2.	Servicios	62
4.2.11.3.	Materia Prima	62
4.2.12.	Organigrama de Recepción de Materia Prima	63
4.2.13.	Proceso de Producción	63
4.2.13.1	Elaboración	64
4.4.	Estudio Organizacional para la creación de la empresa Caritas Dulces	66
4.4.1.	Estructura Organizativa.....	66
4.4.2.	Análisis FODA.....	67
4.5.	Estudio Financiero.....	68
4.5.1.	Inversión Inicial	68
4.5.1.1.	Activos Fijos Tangibles e intangibles.....	68
4.5.1.2.	Activo Circulante o Capital de Operación.....	69
4.5.1.3.	Inversión Inicial Total.....	69
4.5.1.4.	Fuentes de Financiamiento.	70

4.5.1.5. Detalle de los Activos fijos.....	72
4.5.1.6. Detalle de Capital Operacional.....	75
4.5.1.7. Gastos de Venta	79
4.5.1.8. Proyección de los Gastos de Ventas y Gastos Operativos	79
4.5.1.9. Costos de venta para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014	81
4.5.1.10. Estados de pérdidas y ganancias	84
4.5.1.11. Punto de Equilibrio:.....	86
4.5.1.12. Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto	87
4.5.1.13. Relación Beneficio Costo.....	88
4.6. Discusión.....	89
CAPÍTULO V	90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	90
5.1. Conclusiones.....	91
5.2. Recomendaciones.....	92
CAPÍTULO VI	93
BIBLIOGRAFÍA	93
6.1. Bibliografía	94
6.2. Linkografía.....	96
CAPÍTULO VII	97
ANEXOS.....	97

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadros	Pág
1 ¿Cuál es su edad?.....	43
2 ¿Le gusta consumir manjar?.....	44
3 ¿De las siguientes opciones determine la razón del consumo de manjar?.....	45
4 ¿Cuáles son los sabores de manjar de su preferencia?.....	46
5 ¿De las siguientes marcas de manjares, cual ha consumido?.....	47
6 ¿Le gustaría probar el manjar de papa?.....	48
7 ¿Con que le gustaría acompañar el manjar de papa?.....	49
8 ¿Dónde le gustaría adquirir este producto?.....	50
9 ¿Cuánto pagaría por el envase de manjar de 113 gr?.....	51
10 ¿Cree usted que la implementación de un negocio para la producción de manjar de papa contribuye con el desarrollo económico del cantón valencia?.....	52
11 ¿Cuáles de las siguientes marcas de manjares encuentra usted en el comisariato?.....	53
12 ¿Los manjares que existen en el mercado tienen un precio cómodo para su adquisición?.....	54
13 Proyección de la Demanda.....	55
14 Proyección de la oferta actual.....	56
15 Proyección de la demanda insatisfecha.....	56
16 Análisis FODA.....	67
17 Activos fijos para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa.....	68
18 Capital de operación para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa.....	69
19 Inversión total para la creación de la empresa “caritas dulces”	

	dedicada a producir y comercializar de manjar papa.....	69
20	Financiamiento para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa.....	70
21	Tabla de Amortización del Crédito bancario para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa.....	71
22	Maquinarias y Equipos de producción para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014.....	72
23	Depreciación de Maquinarias y Equipos de producción para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa.....	73
24	Equipos de oficina para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa.....	73
25	Muebles y Enseres para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa.....	74
26	Sueldos y Beneficios para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014.....	75
27	Suministros de Oficina para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar el manjar de papa, Año 2014.....	76
28	Materiales de Oficina para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014.....	77
29	Total Gastos Administrativos.....	78
30	Proyección de Gastos Administrativos de los primeros cinco años para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa.....	78

31	Total Gastos de Ventas para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014.....	79
32	Proyección de gastos de venta de los primeros cinco años para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014.....	79
33	Total Gastos Operativos para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014.....	80
34	Unidades dispuesto adquirir por los consumidores mensual y anualmente para el año 2014. Para los siguientes años se hará un incremento del 5% en las Ventas.....	80
35	Proyección de los costos de venta de la comercializadora, año 2014.....	80
36	Proyección de los costos de venta de la comercializadora, año 2015.....	81
37	Proyección de los costos de venta de la comercializadora, año 2016.....	82
38	Proyección de los costos de venta de la comercializadora, año 2017.....	83
39	Proyección de los costos de venta de la comercializadora, año 2018.....	83
40	Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado en los primeros cinco años de la empresa comercializadora de Manjar de Papa.....	84
41	Flujo de Caja proyectado en los primeros cinco años de la empresa comercializadora de Manjar de Papa.....	85

42	Punto de Equilibrio durante los primeros cinco años de la empresa comercializadora manjar de Papa.....	86
43	TIR Y VAN.....	87
44	Rentabilidad durante los primeros cinco años de la empresa Caritas Dulces.....	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura		Pág.
1	¿Cuál es su edad?.....	43
2	¿Le gusta consumir manjar?.....	44
3	¿De las siguientes opciones determine la razón del consumo de manjar?.....	45
4	¿Cuáles son los sabores de manjar de su preferencia?.....	46
5	¿De las siguientes marcas de manjares, cual ha consumido?....	47
6	¿Le gustaría probar el manjar de papa?.....	48
7	¿Con que le gustaría acompañar el manjar de papa?.....	49
8	¿Dónde le gustaría adquirir este producto?.....	50
9	¿Cuánto pagaría por el envase de manjar de 113 gr?.....	51
10	¿Cree usted que la implementación de un negocio para la producción de manjar de papa contribuye con el desarrollo económico del cantón valencia?.....	52
11	¿Cuáles de las siguientes marcas de manjares encuentra usted en el comisariato?.....	53
12	¿Los manjares que existen en el mercado tienen un precio cómodo para su adquisición?.....	54
13	Logotipo y Slogan.....	58
14	Canal Indirecto.....	59
15	Canal Directo.....	59
16	Macrolocalización.....	60

17	Microlocalización.....	61
18	Localización Física.....	61
19	Estructura Organizacional.....	66

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación sobre el Plan de negocios para la implementación de una empresa productora y comercializadora de Manjar de Papa en el Cantón Valencia, se realizó en el cantón del mismo nombre, Provincia de Los Ríos, con que se presentará a los habitantes de este sector como un producto novedoso, de excelente calidad capaz de competir con cualquier otro producto similar y satisfacer las exigencias y necesidades de los consumidores.

Para ello se realizó un estudio de mercado donde se pudo conocer la aceptación del producto, intención con la cual se proyecta la demanda, la capacidad de atenderla por parte de la empresa, estableciendo los requisitos técnicos y administrativos que conlleva a un análisis económico.

El estudio de mercado está orientado a conocer cuáles son los estándares de calidad y requerimientos necesarios que los posibles consumidores exigirían para adquirir el producto Manjar de Papa.

Cabe destacar que dentro de costos y gastos, proyectando los respectivos estados financieros el proyecto, muestra un VAN de \$ 4,503.29 y un TIR de 28.01% datos que son interesantes para el inversionista.

En el desarrollo de sus actividades hace un gran aporte social, por utilizar la materia prima que es cultivada y abastecida por los campesinos, así como por los comerciantes que proveen los demás ingredientes para la elaboración del producto, creando así nuevos empleos directos y no presenta daños al medio ambiente considerándose desde todos los estudios investigados es viable la puesta en marcha de esta empresa.

ABSTRACT

The present research on the business plan for the implementation of a producer and marketer of delicacy Pope in Valencia Canton, was held in the canton of the same name, Provincia de Los Rios, with which the inhabitants of this sector will be presented as a new product, excellent quality can compete with any similar product and meet the demands and needs of consumers.

To do a market study where it was known product acceptance, intention with which projected demand, the ability to attend to by the company, establishing the technical and administrative requirements leading to an economic analysis. The market is oriented to know what quality standards and requirements necessary to require potential consumers to purchase the product are Papa delicacy.

Note that in costs and expenses, projecting the respective financial statements the project, shows a NPV of \$ 4503.29 and an IRR of 28.01% data are interesting for investors.

In developing its activities makes a great social contribution, to use the raw material is grown and supplied by farmers and by traders who provide the other ingredients for the product, creating new jobs and presents environmental damage from all investigated considering feasibility studies commissioning of the company.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

El propósito de esta investigación es crear un Plan de Negocio de una empresa productora y comercializadora de Manjar de Papa en la actualidad existe gran diversidad de manjares y jaleas de distintas frutas pero básicamente de papa no. Además de ser un tubérculo alimenticio rica en proteínas, carbohidratos, minerales, requerimiento básico en una dieta estabilizada y de un valioso contenido vitamínico, puede lograr ser un sustituto de distintos alimentos en la vida diaria. Esta exquisitez posee como elementos primordiales la papa, leche, azúcar y canela.

Otro punto significativo es que este proyecto no incurriría con muchos costos ni egresos ya que el personal a contratarse sería restringido y la inversión no estaría tan alta por lo que no se precisa extralimitarse recursos materiales para la elaboración.

Al mismo tiempo permitirá mejorar las condiciones económica del mercado valenciano, creando beneficios directos e indirectos tales como: nuevos empleos y de esta manera contribuir con el adelanto económico en el Cantón Valencia.

A continuación se detallará su estructura con el fin de obtener un análisis objetivo del proyecto y de la empresa.

En el Capítulo I: Encontramos el Marco Contextual de la Investigación en él se detalla el planteamiento del problema con sus problemas centrales y complementarios seguidos con la justificación del proyecto de investigación, la determinación de los objetivos tanto generales como específicos y así como la hipótesis general de la investigación.

En el Capítulo II: Denominado Marco Teórico el cual se encuentra dividido en tres subcapítulos, el primero es la Fundamentación Teórica hablamos de los temas más importantes, el segundo es la Fundamentación Conceptual en el cual encontramos temas como del estudio del mercado del precio del producto, del estudio técnico de los procesos de producción de la ingeniería del proyecto, del estudio de factibilidad y en el último encontramos el Fundamentación legal en la cual detallamos los permisos y requisitos para formar la empresa.

En el Capítulo III: Se habla de la Metodología de la Investigación en que se trata de temas relacionados como materiales y métodos e instrumentos de recolección de datos, así también como el tipo de investigación, el diseño de investigación, de la misma manera encontramos la población y muestra con su respectiva fórmula y por último de la descripción del procedimiento metodológico.

El Capítulo IV: Se menciona el análisis e interpretación de resultados que se refiere a los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos y su respectivo análisis de la encuesta realizada a una muestra de los habitantes de Valencia. También encontramos la discusión

En el Capítulo V: Se plantean las conclusiones y recomendaciones donde se analiza el marco teórico y los resultados obtenidos de las preguntas de la encuesta.

En el Capítulo VI: Se encuentran las citas bibliográficas que es utilizada como referencias para la interpretación de resultados

En el último capítulo encontramos los Anexos de la encuesta realizada a los habitantes de Valencia, así como también las respectivas fotografías de la elaboración del Manjar de Papa.

1.2. Problematicación

1.2.1. Planteamiento del problema

El Ecuador es un país agrícola que tiene recursos naturales suficientes para explotar la gran diversidad que posee. En los últimos años se ha dado gran incentivo a la exportación de productos no tradicionales, entre los cuales se encuentra la Papa.

La papa es un tubérculo de la Sierra Andina que tiene grandes cualidades nutricionales y excelentes características físicas, como color, olor y sabor, motivos por los cuales es un tubérculo con muchas ventajas y oportunidades en el momento de ingresar en los mercados nacionales.

En la actualidad en la provincia de Los Ríos específicamente en el Cantón Valencia, no cuenta con negocios dedicados a la elaboración de productos naturales por lo que se ve la oportunidad de emprender en el negocio de la alimentación, a través de la innovación y la creatividad de un nuevo Manjar a base de la Papa dentro del mercado valenciano y luego incursionar en los mercados alejados para de esta manera dar a conocer el producto.

Además contribuirá a la sociedad Valenciana con la generación de empleo directo e indirecto, que es un incentivo para contrarrestar el alto índice de desempleo existente de la ciudad.

1.2.2. Diagnóstico del problema

La empresa “Caritas Dulces” estará ubicada en el cantón Valencia provincia de los Ríos, estará radicada en la variante del Cantón, en la Av. Jorge Herrera Cruz lotización la Moderna a lado de la escuela Víctor Manuel Rendón, en la casa esquinera.

Causas

- Inexistencia de una empresa productora y comercializadora de manjar de papa en el Cantón Valencia.
- Demanda insatisfecha
- Escasez de emprendimiento y de recursos

Efectos

- Retraso en realizar un estudio de mercado
- Consumidores insatisfecho
- Escasos conocimiento del estudio técnico y económico

1.2.3. Formulación del problema

¿Cómo contribuye la elaboración de un plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de Manjar de Papa, Cantón Valencia en el año 2014?

1.2.4. Sistematización del problema

- ¿Cómo ayuda el estudio de mercado para estar al tanto la situación actual del mercado de Manjares, Cantón Valencia en el año 2014?
- ¿Cómo podemos efectuar un Estudio Técnico, y Organizacional para la producción y comercialización de Manjar de Papa?
- ¿De qué manera podemos realizar un estado financiero para determinar la viabilidad y rentabilidad para la producción de Manjar de Papa?

1.3. Justificación

En la presente Investigación, se aplicó los conocimientos adquiridos durante la formación universitaria; por ello los motivos que conllevaron a la realización de esta tesis surge como idea, de analizar los aspectos que intervienen en la realización de un Plan de Negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de Manjar de Papa en el Cantón Valencia, Provincia de los Ríos

La importancia de esta Tesis es conocer los beneficios que brinda los productos naturales como es el Manjar de Papa tomando como base las diversas técnicas de comercialización que nos brinda un estudio de mercado las cuales nos ayuda a profundizar un proceso de creatividad e información dirigida a la producción y comercialización de este producto en mercado Valenciano.

Esta investigación dará un mayor realce a los conocimientos de un plan de negocio que se utilizan para inmiscuir en un nuevo campo de acción que contribuye a la generación de empleos y de esta manera mejorar la situación económica de las personas que interviene en el sector agrícola y ganadero.

La creación de la empresa surge de la necesidad de satisfacer la demanda de los consumidores de manjares, además de tener una visión clara de cuáles serán los riesgos y oportunidades que se presentaran para en el futuro irlos corrigiendo y formándolo en fortaleza.

La finalidad de esta tesis es aprovechar la ausencia de una empresa productora y comercializadora de Manjar de Papa, que brinde a los habitantes del Cantón Valencia una alimentación nutritiva, que contribuya a los consumidores a tener una dieta equilibrada, y a tener un cuerpo sano.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de Manjar de papa, cantón Valencia en el año 2014.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Efectuar un estudio de mercado para que de este modo se establezca la situación actual del mercado de Manjares, Cantón Valencia en el año 2014.
- Establecer un Estudio Técnico y Organizacional para la producción y comercialización de Manjar de Papa.
- Realizar un Análisis Financiero para que de esta manera se determine la viabilidad para la creación de la empresa.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis General

La elaboración de un plan de negocio permitió establecer la viabilidad y rentabilidad en la creación de una empresa productora y comercializadora de Manjar de Papa, Cantón Valencia en el año 2014.

1.5.2. Hipótesis Específicas

- El Estudio de Mercado permitirá analizar la demanda actual de los Manjares.
- El estudio técnico y Organizacional determinara el proceso de producción y comercialización de Manjar de Papa.
- La elaboración de un análisis Financiero permitirá establecer la viabilidad para la creación de la empresa.

1.5.3. Variables

1.5.3.1. Variables Independientes

Plan de Negocio

Estudio de Mercado

Estudio Técnico y Organizacional

Estudio Financiero

1.5.3.2. Variables Dependientes

Creación de una empresa productora y comercializadora de Manjar de Papa, Cantón Valencia en el año 2014.

Demanda actual de los manjares.

Proceso de producción y comercialización de Manjar de Papa.

Viabilidad para la creación de la empresa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1 Plan de Negocios

Constituye que es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluye en detalles las acciones futuras que habrá de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa.

Un Plan de Negocios ayuda:

- ❖ A establecer objetivos específicos claros y precisos para las áreas clave de la empresa.
- ❖ A elaborar un plan de trabajo que le permita alcanzar esos objetivos con eficacia y eficiencia
- ❖ Permite evaluar estrategias alternas.
- ❖ Permite determinar con mayor precisión los mercados de interés para la empresa.¹

2.1.1.1. Importancia de un plan de negocio

Existen tres razones por las cuales un plan de negocios es importante, estas son:

- ❖ Administrativas: A través del plan de inversión podemos planificar, coordinar y controlar el desarrollo del proyecto.
- ❖ Rentabilidad: El plan de negocios puede darnos datos sobre la rentabilidad del proyecto.

Financiamiento: Un plan de negocios nos permitirá demostrarle a terceros cuan viable es el proyecto²

2.1.1.2. Estructura de un plan de negocios

- Introducción

¹ DIAZ,S. (2009). Plan de Negocios. España. Ediciones Díaz Santos, Pág. 73,75

² CABRERIZO, M; NAVEROS, J. (2009). Plan de Negocios. .Dirección y Gestión de Empresas. 2^{da}ed. Editorial Vértice, Pág. 7,8

- Estudio de mercado
- Plan Comercial o de Marketing
- Plan de Producción
- Organización y recursos humanos
- Plan económico Financiero

2.1.2 Estudio de Mercado

2.1.2.1. Demanda

Parkin define que es la cantidad que los consumidores planean comprar en un periodo dado y a un precio en particular de un bien o servicio. No es necesariamente la misma cantidad que en efecto se compra, algunas veces la cantidad demandada es mayor que la cantidad de bienes disponibles, así que la cantidad comprada es menor que la cantidad demandada.

La demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afecten los requerimientos del mercado respecto a la un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores como son la necesidad real que se tiene del bien, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros.³

2.1.2.2. Oferta

Parkin define que es la Cantidad ofrecida de cualquier bien o servicio es el monto que los vendedores están dispuesto a vender durante un periodo dado a un precio en particular. La oferta está en función de síes de factores como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción.

Debemos tener en cuenta algunos aspectos para el estudio de la misma como:

- Los proveedores

³ **PARKIN, M. (2010).** Microeconomía. 7^{ma} ed. México. Pearson Educación de México, S.A de C.V. Pág. 61.

- La comercialización

Promoción y publicidad ⁴

2.1.2.3. Marketing Mix

Flores hace referencia una mezcla de cuatro elementos y es una herramienta para ubicar productos en el mercado objetivo. En su conjunto estos elementos constituyen la oferta de su negocio para el mercado, son conocidas como las “4 pes” y son:

- **Producto:**

Se refiere al diseño, cantidad, calidad, características, estilos, nombre de marca, empaque, tamaño, garantías de su producto.

- **Precio**

Permite analizar la fijación de los precios en el cual se tiene que ver distintas modalidades que toma el pago de bienes o servicios sea a través de precios, tarifas, o subsidios.

- **Plaza**

Se refiere a canales de distribución es decir de qué manera se distribuirán los productos, cobertura, geografía, se entregará a minoristas o mayoristas.

- **Promoción y Publicidad**

Es un medio dado a conocer y así incentivar las ventas. La forma más usual es la de hacer degustaciones o entrega de productos en sobres de tamaño muestra gratis para que lo utilicen si le gustan lo compren.

Se refiere a los medios publicitarios tales como: radio, televisión e internet.⁵

⁵ FLOREZ, J. (2010). Proyectos de Inversión para la Pyme. 2^{da}ed. Bogotá D.C. Editorial Impresores. Pág. 45, 46.

2.1.3 Estudio de Técnico

2.1.3.1. Tamaño del proyecto

Hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de servicio durante el estudio del proyecto. Es importante definir la unidad de medida del producto y la cantidad a producir por unidad de tiempo. Es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación y a su vez permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados.

2.1.3.2. Localización

Flores Afirma que la localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso por cuanto de ello dependerá en gran parte la aceptación o el rechazo tanto de los clientes.

También comprenden la identificación de zonas geográficas, que van desde concepto amplio, conocido como macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña, conocida como la micro localización para finalmente determinar un sitio Preciso o ubicación del proyecto.

2.1.3.3. Factores determinantes en la localización del proyecto.

Flores menciona que Los principales Factores que influyen en la ubicación del proyecto son los siguientes:

- Mercado que se desea atender
- Transporte y accesibilidad
- Disponibilidad de materias primas
- Localización y los servicios públicos
- Localización y el clima
- Localización y la mano de obra

Costo y disponibilidad de terrenos ⁶

⁶ FLOREZ, J. (2010). Proyectos de Inversión para la Pyme. 2^{da}ed. Bogotá D.C. Editorial Impresores. Pág. 49, 52, 53, 54,55, 56.

2.1.3.4. Insumos importantes en el proyecto

Flores menciona algunos insumos importantes en la elaboración de un plan de negocios.

- **Mano de obra**

En la mano de obra a utilizar el proyecto debe estar capacitado y especializado en producción que se pretende realizada

- **Materia prima**

Hay materias primas que son fáciles de localizar. Conociendo las necesidades (de cantidad y calidad) se analiza su disponibilidad y su costo.

- **Servicios**

Esta dada por la disponibilidad de los servicios de agua, luz, teléfono, gas, infraestructura etc.

- **Producto**

Identificar claramente los productos la elaboran que lo conforman y aquel que ahora va dirigido la producción. Cuáles son los objetivos a obtener en cuanto a la producción se refiere.

- **Equipo**

Descripción características ventajas, beneficios y servicios que prestan los equipos que se ha decidido comprar.

- **Accesorios**

Son parte secundaria de un equipo maquinaria.

- **Sistema de Producción**

De acuerdo con la forma de atender la demanda de los productos, por encargo o pedido por orden de producción por volumen de producción así se ordenara su producción ⁷

⁷ FLOREZ, J. (2010). Proyectos de Inversión para la Pyme. 2^{da}ed. Bogotá D.C. Editorial Impresores. Pág. 59,60.

2.1.4 Estudio Organizacional

2.1.4.1. Estructura organizacional

Meza expresa que constituye una descripción gráfica de la estructura de la empresa, ayuden fácilmente a comprender las distintas relaciones, dependencias y conexiones que pueden existir entre áreas, divisiones, departamentos.⁸

2.1.4.2. Análisis FODA

Martínez señalan que Es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información relativa al negocio, útil para examinar sus Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas. Tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado en diferentes unidades de análisis tales como producto, mercado.

El análisis DAFO consta de dos perspectivas:

- **La perspectiva interna:** tienen que ver con las fortalezas y debilidades del negocio, aspectos sobre los cuales los gestores de la empresa tiene algún grado de control.
- **Las perspectivas externas:** mira en las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe afrontar el negocio en mercado seleccionado.⁹

2.1.5 Estudio Financiero

2.1.5.1. Fuente de financiamiento

2.1.5.1.1 Balance General

Espejo afirma es que es un estado financiero que demuestra la situación financiera de la empresa en un determinado periodo, a través del activo, pasivo y patrimonio. Se puede utilizar en dos formatos: Horizontal o Vertical¹⁰

⁸ MEZA, J. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. 3^{ra} ed. Bogotá. Eco Ediciones. Pág. 28.

⁹ MARTÍNEZ, D; GUTIÉRREZ, A. (2012). La elaboración de un Plan Estratégicos a través del cuadro de Mando Integral. Ediciones Díaz de Santos. S.A. Pág. 111,112.

2.1.5.1.2 Estado de Pérdidas y Ganancia

Expone que es un informe financiero que se presenta de forma ordenada y clasificada los ingresos generados, los costos y gastos incurridos por la empresa en un periodo dado. La diferencias entre los ingresos y gastos constituye en la utilidad o pérdida del ejercicio económico¹¹ .

2.1.5.1.3 Estado de Flujo de Efectivo

Considera que tiene como propósito principal proveer información fundamental, condensada y comprensible, sobre el manejo de los ingresos y egresos de efectivo por una empresa en un periodo determinado¹²

2.1.5.1.4 Costo Fijo

Define que son aquellos que si se cuantifican de manera global, no cambian a pesar de haber cambiados en un rango del volumen de producción de un periodo determinado¹³.

2.1.5.1.5 Costo Variable

Torrez presentan una correlación directa a cambios en el volumen de producción. Entre los costos variables se puede mencionar la materia prima directa, combustibles o energéticos utilizados para que opere la planta productiva¹⁴

2.1.5.1.6 Valor Actual Neto (Van)

Señalan que es el valor actual neto de un proyecto de inversión se define como el valor actual de los flujos de cajas generados por el proyecto de inversión menos el inicial necesario para la realización del mismo. El VAN

¹⁰ **ESPEJO, L.** (2010). Contabilidad General. 1^{ra} ed. Loja- Ecuador. Editorial de Universidad Técnica de Loja. Pág. 406,407,

¹¹ **ESPEJO, L.** (2010). Contabilidad General. 1^{ra} ed. Loja- Ecuador. Editorial de Universidad Técnica de Loja. Pág.409

¹² **ESPEJO, L.** (2010). Contabilidad General. 1^{ra} ed. Loja- Ecuador. Editorial de Universidad Técnica de Loja. Pág.411.

¹³ **TORREZ, A.** (2010). Contabilidad de Costo. 3^{ra} ed. México D.F. Litográfica Ingramex. Pág. 8

¹⁴ **TORREZ, A.** (2010). Contabilidad de Costo. 3^{ra} ed. México D.F. Litográfica Ingramex. Pág. 8

mide la rentabilidad absoluta neta de un proyecto si es positivo el proyecto es rentable.¹⁵

2.1.5.1.7 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de rendimiento de un proyecto de inversión se define como aquel tipo de actualización o descuento que iguala el valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización o descuento mientras mayor sea la tasa será más deseable llevar el proyecto.¹⁶

2.1.6 Empresa

Es una entidad económica llevadas a cabo por un empresario para la producción e intercambio de bienes y servicios con el objeto de obtener un beneficio máximo o por lo menos satisfactorio. En ella se da la combinación de unas series de factores (maquinarias, materiales, personal, etc.) que son necesarios para obtener unos productos que luego se venden en el mercado.¹⁷

2.1.6.1. Tipos de empresas

Según el sector de actividad.

Empresa del sector Industrial: Se refiere aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima.

Según la función económica

Empresa Privada: el capital de este tipo de empresas pertenecen a personas naturales o jurídicas del sector privado, la finalidad principal es obtener ganancias por la inversión realizada

2.1.7 Origen de la Papa

El dulce de leche es un producto típico de varios países de América Latina. En Perú se le conoce como manjar blanco y en Colombia como arequipe. Se

¹⁵ AGUILAR I, DIAZ, N, GARCIA Y. (2009). Finanzas Corporativas en la Práctica. 1^{ra} ed. Madrid. Grefol S.A. Pág 5,6,7

¹⁶ AGUILAR I, DIAZ, N, GARCIA Y. (2009). Finanzas Corporativas en la Práctica. 1^{ra} ed. Madrid. Grefol S.A. Pág 5,6,7

¹⁷ ESPEJO, L. (2010). Contabilidad General. 1^{ra} ed. Loja- Ecuador. Editorial de Universidad Técnica de Loja. Pág. 5,6.

consume como una golosina y también como relleno de productos de repostería.

2.1.7.1. Descripción del Manjar de papa

El manjar de papa es un producto lácteo derivado por reducimiento mediante el calor a presión normal, en todo o en parte del proceso, de leche cruda, con el agregado de azúcares y otros ingredientes. El producto resultante tiene una consistencia pastosa, más o menos untable y de color caramelo. El proceso de elaboración del manjar de papa y el principio de su conservación se basan en la concentración de sólidos –especialmente azúcares– por evaporación del agua contenida en la leche, lo que impide el ataque de microorganismos.

2.1.7.2. Materia prima e Ingredientes

- Papa
- Leche
- Azúcar
- Canela

2.1.7.2.1 La papa

Arce define que la papa, también llamada patata, es uno de los alimentos con mejores propiedades nutritivas, y es uno de los productos básicos en la alimentación de más de dos mil millones de personas en todo el mundo.

Las propiedades de la papa están dadas gracias a su alto nivel nutricional. Aunque no aporta grandes cantidades de proteínas es un alimento que nos brinda mucha energía por su alto contenido de hidratos de carbono, vitaminas y minerales.

Pero además de sus propiedades nutricionales sirve como ayuda en el tratamiento de todo tipo de afecciones del hígado y los riñones, es buena para la acidez estomacal, para úlceras y gastritis.

Así que ya sabemos porque la papa es un alimento tan difundido. Es un alimento completo y muy saludable, ideal para incluir en la dieta diaria, si es que no acostumbramos a consumirla habitualmente.¹⁸

2.1.7.2.1.1 Composición nutritiva

Afirma que la composición nutritiva de la patata es la siguiente:

- **Rica en vitamina C** (ácidos ascórbico y dehidroascórbico), provee cerca del 40% de la dosis diaria recomendada. También contiene tiamina y vitaminas del complejo B (B1, B3, B5 y B6). Las vitaminas solubles en aceite están presentes en pequeñas trazas.
- **Rica en algunos minerales**, es una de las mejores fuentes naturales de potasio (especialmente en el pellejo). También posee cantidades moderadas de fósforo, cloro, azufre, magnesio y hierro.
- **Fenoles.**
Contiene un bajo porcentaje de compuestos fenólicos, la mayoría de los cuales se encuentra en su pellejo. Algunos de estos compuestos pueden ser destruidos durante la cocción o el procesamiento, pero es algo que aún no está bien documentado.
- **Fibras no solubles**, que benefician el tránsito intestinal y contribuye a disminuir el colesterol en sangre, reduciendo el riesgo de enfermedad cardíaca.
- **Carbohidratos complejos**, que permiten regular los niveles de azúcar en la sangre. La mayor parte de la materia seca del tubérculo se encuentra en forma de almidón, azúcares y polisacáridos no almidones. El 75% de la materia seca de la papa está compuesta por almidón. Cuando la papa se consume caliente, el almidón es rápidamente digerido por el organismo; si se consume fría, la digestibilidad del almidón se reduce.
- **Rica en beta caroteno**, antioxidante que previene enfermedades degenerativas.

¹⁸ ARCE, A. (2009). El Cultivo de la patata. 2^{da} ed. España. Editorial Mundi- Prensa. Pág. 3

- **Lípidos.** El porcentaje de lípidos o grasa cruda en la papa "en fresco" es muy bajo.
- Una papa cocinada pierde entre un 18-24% de vitamina C a través de su pellejo; sin él, la pérdida puede estar entre un 35% - 50%. Aún así, la cantidad de vitamina C que queda luego de cocinarla es alta. Una porción de 150 gr. de papa provee cerca del 40% de los requerimientos diarios de esta vitamina¹⁹

Arce señala las siguientes propiedades:

- Reduce los niveles de colesterol en sangre y ofrece cierta protección contra enfermedades cardíacas coronarias.
- Indicada en personas que tienen problemas de hiper o hipoglucemia o diabetes moderadas debido a sus carbohidratos (azúcares) complejos que permiten regular los niveles de azúcar en la sangre.
- Por su condición alcalina, es altamente recomendable en caso de enfermedades reumáticas. También para problemas de acidez gástrica y de ácido úrico.
- La glucosa que se crea al digerir la papa se libera más lentamente en la sangre; por eso es ideal para la recuperación de deportistas o personas con gran desgaste físico o emocional.
- Rápidamente digerible, virtualmente libre de grasa, casi libre de azúcares solubles y con una baja densidad energética, una toma diaria de 150 -300 gr de papa proporciona solo 4 - 8% de las calorías requeridas por un adulto.²⁰

2.1.7.2.2 La leche

Señala que la leche es uno de los productos alimenticios que más energía y nutrientes ofrece al ser humano, ya que además de proteínas y lactosa (carbohidrato específico de la leche) contiene grasa láctea y gran números de vitaminas y minerales.

¹⁹ ARCE, A. (2009). El Cultivo de la patata. 2^{da} ed. España. Editorial Mundi- Prensa. Pág. 3, 5,6

²⁰ ARCE, A. (2009). El Cultivo de la patata. 2^{da} ed. España. Editorial Mundi- Prensa. Pág. 7

Las vitaminas de la leche están agrupadas en liposolubles e hidrosolubles; liposolubles son las vitaminas A, D, E, y K, las hidrosolubles son las vitaminas del complejo B y la vitamina C ²¹.

2.1.7.2.2.1 Beneficios o ventajas del consumo de leche

Menciona que existe los siguientes ventajas de consumir la leche.

- Bajas calorías: es un alimento que si bien aporta muchos nutrientes, tiene bajas calorías, a diferencia de ciertos snacks y dulces, que sí aportan muchas calorías y casi nada de nutrientes.
- Gran variedad nutritiva: está considerado uno de los alimentos más completos, contiene proteínas de alto valor biológico, grasas, hidratos de carbono, agua, vitaminas tanto hidrosolubles como liposolubles y minerales.
- Previene la osteoporosis: siempre que su consumo haya sido el adecuado durante la infancia y la adolescencia, es decir en la etapa de desarrollo óseo, puesto que la leche es una gran fuente de calcio. Pero contrariamente a lo que se cree, una vez instalada la osteoporosis en la edad adulta su acción preventiva es nula. La alimentación que se lleva a cabo durante la etapa de crecimiento será crucial para la edad adulta.
- Favorece la formación de nuevos tejidos en el organismo: durante la etapa de crecimiento infantil, embarazo, intervenciones quirúrgicas, quemaduras, fracturas, etc.
- Neutraliza la acidez estomacal: al tratarse de un alimento alcalino, (pH 6.6), aunque en algunas personas no produzca este beneficio.
- Tiene un efecto uricosúrico: esto significa que facilita la eliminación de ácido úrico a través de la orina, ayudando a disminuir su valor en sangre.
- Promueve el crecimiento de la flora bacteriana intestinal: de vital importancia, ya que la flora a su vez sintetiza vitaminas del complejo B.

²¹ RIGAUX,E. (2010). La leche, Queso y manteca. México. Editorial Maxtor. Pág. 1,9

Impide el desarrollo de gérmenes patógenos en el intestino: gracias a la acción del ácido láctico, sustancia producida por las bacterias intestinales al transformar la lactosa presente en la leche.²²

2.1.7.2.3 Azúcar

Se denomina azúcar a la sacarosa, cuya fórmula química es $C_{12}H_{22}O_{11}$, también llamado azúcar común o azúcar de mesa. La sacarosa es un disacárido formado por una molécula de glucosa y una de fructosa, que se obtiene principalmente de la caña de azúcar o de la remolacha. En ámbitos industriales se usa la palabra azúcar o azúcares para designar los diferentes monosacáridos y disacáridos, que generalmente tienen sabor dulce, aunque por extensión se refiere a todos los hidratos de carbono.

El azúcar puede formar caramelo al calentarse por encima de su punto de descomposición (reacción de caramelización). Si se calienta por encima de 145 °C en presencia de compuestos amino, derivados por ejemplo de proteínas, tiene lugar el complejo sistema de reacciones de Maillard, que genera colores, olores y sabores generalmente apetecibles, y también pequeñas cantidades de compuestos indeseables.

El azúcar es una importante fuente de calorías en la dieta alimenticia moderna, pero es frecuentemente asociado a calorías vacías, debido a la completa ausencia de vitaminas y minerales.

2.1.7.2.3.1 Propiedades nutricionales

100 gramos de Azúcar contienen:

- 95% hidratos carbono.
- Vitaminas: B1 (0'10 ml.), B2 (0'20 ml.), A (50 U.I. unidades).
- 450 calorías.

²² RIGAUX,E. (2010). La leche, Queso y mantaca. México. Editorial Maxtor. Pág. 1,9

El azúcar contiene:

- Las citadas Vitaminas: B1, B2, A.
- Otros: sacarosa, glucosa (dextrosa), fructosa (levulosa). policosanol, ácido pantoténico, antioxidante.

Beneficios y propiedades Recomendado para:

- el metabolismo.
- reduce los niveles de colesterol y/o triglicéridos en sangre.
- Antioxidante
- favorece la circulación sanguínea: evita la formación de trombos
- para el corazón: que incrementa la irrigación sanguínea.
- Antitrombótica: evita la formación de trombos o coágulos de sangre.
- Incrementa el efecto hipotensivo de los beta-bloqueantes, sin modificar el ritmo cardíaco.²³

2.1.7.2.4 Canela

Consideran que la canela es uno de esos condimentos que muchos no podemos dejar de usar debido a su gratificante aroma y sabor que aporta a las comidas. Pero para nuestro agrado, no sólo se trata de una especia, sino de un ingrediente que puede beneficiar nuestra salud.

Hace poco tiempo atrás se descubrió que la canela reduce los niveles de azúcar en sangre y también protege contra las dislipemias del organismo. Pero más allá de estos efectos, existen ciertos beneficios de esta especia poco conocidos por nosotros y aquí te los mostramos.

Este gran aromatizante se extrae de la corteza del árbol de la canela, la cual se considera la corteza más fina y con mayor calidad culinaria, debido a su gran sabor y a sus pocas conocidas propiedades saludables.²⁴

²³ Disponible en : <http://www.euroresidentes.com/Alimentos/azucar.htm>

2.1.7.2.4.1 Beneficios de la canela

Señalan entre los beneficios que el consumo de canela nos ofrece encontramos su capacidad de favorecer la correcta digestión de los alimentos y aliviar molestias intestinales, así como flatulencias y distensiones abdominales.

Por otro lado, la canela es, junto a otras especias, una de las que mayor capacidad antioxidante debido a su elevada concentración en compuestos fenólicos, similares a los contenidos en el vino tinto, y la presencia de flavonoides en su composición, semejantes a los contenidos en los arándanos.

Se ha comprobado que el aceite de canela tiene fuertes efectos inhibitorios del crecimiento de hongos y además, se está intentando confirmar su capacidad antibacteriana. Por el momento este producto derivado de la especia se utiliza en gran magnitud en la industria cosmética.

En la composición de la canela destaca la presencia de vitamina C, vitamina B1, hierro, potasio, calcio y fósforo, por lo que, aunque se consume en escasas cantidades debido a su intenso sabor, nos brinda un conjunto de vitaminas y minerales esenciales para nuestro cuerpo.

Asimismo, se ha comprobado que la canela tiene efectos relajantes y se utiliza desde hace mucho tiempo para eliminar el estrés y como potente relajante natural.

Incluso, su poder antiinflamatorio permite que el extracto de canela se utilice en cremas para calmar dolores de articulaciones o molestias musculares. Además, se ha utilizado en enfermedades respiratorias para aliviar la congestión, la tos y los síntomas de resfriado.

²⁴ PLAMPLONA, R. GORDON, M. (2009). Salud por las plantas Medicinales. 1^{ra}ed. Madrid-España. Editorial Safeliz, S.L. Pág. 214

Aunque estas últimas propiedades no han sido comprobadas, quienes la utilizan como un remedio casero, confirman experimentalmente su eficacia.

Cada uno de los condimentos que utilizamos esconde ese pequeño secreto que porta grandes beneficios, y en el caso de la canela, no sólo tiene leve efectos reductores del colesterol y de las grasas en sangre y disminuye los niveles de glucosa en sangre, sino que con su ingesta podemos disfrutar de otros beneficios poco conocidos entre nosotros.²⁵

2.2. .Fundamentación Conceptual

2.2.1. Estudio de Mercado

Miranda, J. (2012). Permite estudiar algunas variables sociales y económicas que condicionan al proyecto aun siendo aparentemente ajenas a este.

El objeto del estudio de mercado es determinar la cantidad de bienes provenientes de la nueva unidad productora, que bajo determinadas condiciones de precios, calidad y cantidad la comunidad estaría dispuesta adquirir hoy y en un futuro, para satisfacer sus necesidades.

Meza, J. (2010). La importancia del estudio de mercado está en que recoge información sobre el producto que supone suministrara el proyecto y porque aporta información valiosa para la decisión final de invertir.

El estudio de mercado es vital para cualquier proyecto ya que a través de él se conoce el medio ambiente en el cual la empresa realizará sus actividades económicas.

2.2.2. Estudio técnico

²⁵ **PLAMPLONA, R. GORDON, M.** (2009). Salud por las plantas Medicinales. 1^{ra} ed. Madrid-España. Editorial Safeliz, S.L. Pág. 215

Meza, J. (2010). Menciona que el estudio técnico es verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto con la calidad, cantidad y costo requerido, para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos etc.

Nassir, S. (2011) sostiene que calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos del proyecto, para ello en este estudio se busca determinar la composición óptima de los recursos que harán que a producción de un bien se logre eficaz y eficientemente. Para esto de deberán examinar detenidamente las opciones tecnológicas que es posible implementar, así como efectos sobre las futuras inversiones, costos y beneficios.

2.2.3. Estudio organizacional

Meza, J. (2010). La organización es el proceso de determinar qué es lo que se debe hacer para lograr una finalidad dada, así como dividir las actividades necesarias en segmentos suficientemente pequeños para que puedan ser desempeñados por una persona de modo que no se desperdicien esfuerzos y los miembros de una organización no interfieran unos con otros.

2.2.4. Estudio económico financiero

Miguel Ángel (2010). Tiene como finalidad aportar una estrategia que permita al proyecto reunir los recursos necesarios para su implementación y contar con la suficiente liquidez y solvencia, para desarrollar ininterrumpidamente operaciones productivas y comerciales. El estudio financiero aporta información necesaria para estimar la rentabilidad de los recursos que se utilizaran.

Flórez, J. (2010). Es la proyección de las situaciones financieras que espera se den en la formulación del mismo, las cuales verán reflejadas en los estados financieros. Se debe partir del pronóstico financiero que es la estimación de supuestos que se prevén van a quedar incluidos en el plan de negocios.

2.3. .Fundamentación Legal

2.3.1. Proceso para constituir una empresa

2.3.1.1. Reservar el nombre para la sociedad:

Éste trámite te ayudará a revisar si todavía no existe una compañía con el mismo nombre. El trámite se lo realiza en la Superintendencia de Compañías en el balcón de servicios o vía web desde la página

Este proceso, desde el balcón de servicios, toma un tiempo aproximado de 30 minutos. Si se utiliza el servicio web se obtiene respuesta en un tiempo estimado de 24 horas.

2.3.1.2. Elaboración de los estatutos o contrato social

Que regirá a la sociedad, este documento se lo realiza mediante una minuta firmada por un abogado, tiempo estimado para la elaboración de este documento es de 3 horas.

Una vez que se cuente con la reserva del nombre, el certificado de apertura de cuenta de integración de capital y la minuta firmada por un abogado, se debe, con todos estos documentos acudir ante notario público a fin de que eleve a escritura pública dichos documentos.

Posterior a que el notario entregue los estatutos elevados a escritura pública se debe ingresar a la Superintendencia de Compañías para su revisión y aprobación mediante resolución. Este trámite, si no existe ninguna observación, toma un tiempo estimado de cuatro días.

Después de que se ha obtenido la aprobación de la Superintendencia, dicha institución entrega cuatro copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

Previo a la inscripción en el Registro mercantil, se debe realizar la publicación del extracto mencionado en el numeral anterior en un diario de circulación nacional; y, realizar el pago de la patente municipal y del “1.5×1000” (uno punto cinco por mil) y obtener el certificado de cumplimiento de obligaciones emitido por el Municipio.

Cuando ya se cuente con todos los documentos antes descritos, se debe ir al Registro Mercantil del cantón correspondiente (es decir si la compañía se constituyó en Quito, se debe inscribir en el Registro Mercantil del cantón Quito) a fin de inscribir la sociedad.

Una vez inscrita la sociedad, se debe elaborar un acta de junta general de accionistas a fin de nombrar a los representantes (Presidente, Gerente, dependiendo del estatuto).

Con los documentos inscritos en el Registro Mercantil, se debe regresar a la Superintendencia de Compañías a fin que le entreguen varios documentos que son habilitantes para obtener el RUC de la compañía.

Y como penúltimo paso, con los mencionados documentos se debe ir a las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI) para sacar el Registro Único de Contribuyentes (RUC), con original y copia de la escritura de constitución, original y copia de los nombramientos, el formulario correspondiente debidamente lleno, copias de cédula y papeleta de votación de los socios y de ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.

Para finalizar el proceso, con el RUC, se debe acudir a la Superintendencia de Compañías para que les entreguen una carta dirigida al Banco en el que se

abrió la cuenta de integración de capital; desde ese momento se dispondrá del valor depositado en el banco.

2.3.2. Permisos

2.3.2.3. RUC (REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE)

El término sociedad comprende a todas las instituciones del sector público, a las personas jurídicas bajo control de las Superintendencias de Compañías y de Bancos, las organizaciones sin fines de lucro, los fideicomisos mercantiles, las sociedades de hecho y cualquier patrimonio independiente del de sus miembros.

La inscripción debe efectuarse dentro de los treinta días hábiles siguientes al inicio de sus actividades. Recuerde que en el caso de sociedades la fecha de inicio de actividades está definida por el acto que genera su existencia jurídica.

2.3.2.4. Requisitos de Inscripción para Sociedades bajo control de la Superintendencia de Compañías para la inscripción del Representante Legal y Gerente General de una empresa deberán presentar los siguientes requisitos:

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía o del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa vigente (extranjeros residentes Visa 10 y No residentes Visa 12).
- Los ecuatorianos, presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral, hasta un año posterior a su emisión por parte del Tribunal Supremo Electoral (TSE).

2.3.2.5. Para la inscripción de la organización, deberán presentar los siguientes requisitos:

- Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.

- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.

2.3.2.6. Para la verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza su actividad económica, presentarán el original y entregarán una copia de cualquiera de los siguientes documentos:

- Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres (3) meses anteriores a la fecha de inscripción; o,
- Contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción, legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato; o,
- Pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o al anterior a la fecha de inscripción.

Si la inscripción es posterior a los 30 días de iniciada la actividad económica, deberá presentar:

- Copia del formulario 106 en el que conste el pago de la multa respectiva, con el código 8075 correspondiente a Multas RUC.

2.3.2.7. Actualización en el RUC

Las sociedades que deseen actualizar la información de identificación, ubicación, actividad económica o de cualquier tipo que conste en el RUC, deberán presentar los siguientes requisitos:

- Original de la cédula de identidad o ciudadanía o pasaporte del Representante Legal.
- Original del certificado de votación hasta un año posterior a los comicios electorales.

- Original y entregar una copia del documento que respalde el cambio de información que va a realizar el contribuyente, guardando relación con los requisitos de inscripción.

Si la actualización es posterior a los 30 días de producido el cambio, deberá presentar:

- Copia del formulario 106 en el que conste el pago de la multa respectiva, con el código 8075 correspondiente a Multas RUC.
- Patente de comercio.
- Tasa de habilitación.

2.3.2.8. Permisos Municipales

2.3.2.8.1. Patentes municipales

El impuesto de patentes municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

¿Cómo obtener?

A partir del 2 de enero de cada año en la Administración Zonal respectiva:

Existen tres clases de personería:

- Patente personas naturales
- Patente Jurídica nueva (empresa en constitución)
- Patente jurídica antigua (1.5x1000 a los activos totales Administración Sur)

2.3.2.8.2 Patentes Personas Naturales

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez:

- Presentar formulario de la declaración del RUC (001) original y copia, Ministerio de Finanzas, y Formulario de inscripción que se adquiere en Recaudaciones.
- Presentar la planilla de mejoras emitidas por el departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para las actividades comerciales que requiera el permiso de funcionamiento.

- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
- Copia de carta de pago de impuesto predial.

2.3.2.8.3 Patente Jurídica Nueva

Es el requisito a constituir una empresa en cuyo caso se necesita:

- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Dirección donde funciona la misma.

2.3.2.9. Permisos Cuerpo de Bomberos

Requisitos para obtener permisos de funcionamiento de locales comerciales

- Presentar solicitud del permiso del Municipio.
- Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.
- Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.
- El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.

2.3.2.10. Permiso de funcionamiento del ministerio de salud pública.

- a) Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento
- b) Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud
- c) Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- d) Entrega del informe final
- e) Estudio y emisión del permiso de funcionamiento.

2.3.3. LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

2.3.3.1. Derechos y Obligaciones del Consumidor

Todo consumidor tiene derecho a:

- La protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios;
- Que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de calidad, y a elegirlos con libertad;
- Recibir servicios básicos de óptima calidad;
- La información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado;
- Un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios;
- La protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
- La educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable a la difusión adecuada de sus derechos;
- La reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
- Que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado

2.3.3.2. Obligaciones de los Consumidores

- Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
- Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
- Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

NOTA: Antes de escoger una empresa, para armar tu propio negocio, siempre verifica si la misma es miembro de la Asociación Ecuatoriana de Empresas de Venta Directa AEVD, esto es una garantía para el consumidor y para un potencial distribuidor/ra independiente.

2.3.4. CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES

TÍTULO PRELIMINAR

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 1.- Ámbito.-Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eficiente;
- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;
- c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;
- d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;
- f. Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza;
- g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;
- h. Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;

- i.** Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos;
- j.** Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados;
- k.** Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico - institucional;
- l.** Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;
- m.** Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;
- n.** Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;
- o.** Fomentar y diversificar las exportaciones;
- p.** Facilitar las operaciones de comercio exterior;
- q.** Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley;
- r.** Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas, el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos y nacionalidades;
- s.** Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente; y,
- t.** Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y Métodos

3.1.1. Materiales

Los materiales utilizados en esta investigación son los siguientes:

- Resmas de papel A4
- Anillados
- Carpetas
- Lápices
- Bolígrafos
- Empastado
- Copias
- CD-RW
- Cartuchos
- Memoria de almacenamiento
- Agenda
- Calculadora

Equipos

- Computador
- Impresora
- Cámara digital
- Celular

3.1.2. Métodos de Investigación

Para realizar la siguiente investigación se utilizaron los siguientes métodos.

3.1.2.1. Estadístico

Este método es esencial ya que permitió demostrar los datos obtenidos de los resultados de las encuestas realizadas, los mismos que gracias a las técnicas del método permite la presentación de la información mediante tablas y gráficos para el mejor entendimiento de resultados expuestos. Además determina si es

viable o no la implementación de la microempresa siempre que cumpla con el porcentaje establecido para poner en marcha el proyecto.

3.1.2.2. Deductivo

A partir de una muestra representativa de la población se dedujo las características del mercado al cual se va a dirigir el producto.

3.1.2.3. Inductivo

Este método, permitirá a través de la observación de los fenómenos o escenarios específicos llegar a conclusiones generales que enmarcan el problema de la investigación y concluir en proposiciones; lo emplearemos en el desarrollo de las encuestas a los habitantes del cantón.

3.1.3. Tipos de investigación

Los tipos de investigación que se ha utilizado son los siguientes:

3.1.3.1 Investigación bibliográfica.

Permitió apoyar la investigación que se desea realizar y tomar conocimiento de experimentos ya hechos para de esta manera buscar información sugerente, seleccionar un marco teórico, etc.

3.1.3.2 La investigación de campo.

Se aplicó para comprender y resolver la necesidad de los encuestados en el cantón Valencia para de esta manera llegar a las respectivas conclusiones y recomendaciones de acuerdo con la información obtenida de los resultados.

3.2. Diseños de investigación

Se empleó el diseño experimental para el análisis del estudio de mercado para compararlo con la competencia existente, el mismo que ayudó para resolver interrogantes y comprobar la hipótesis de investigación que permitirá emplear

las estrategias promocionales para lograr posicionamiento en la mente del consumidor.

3.3. Técnicas de Investigación

En la presente investigación se utilizó la técnica de la observación directa, y la encuesta, mismos que permitirán recopilar datos relevantes para la ejecución de la investigación planteada.

3.3.1. Observación Directa

Por medio de esta herramienta indispensable en la realización de esta investigación se recopiló información real y directa de los habitantes del cantón Valencia para conocer sus gustos y preferencia y saber si el producto tendrá acogida.

3.3.2. Encuestas

Será aplicado a los habitantes del cantón de Valencia, para conocer la valoración y criterio de los encuestados y por ende determinar la factibilidad del producto

3.4. Población y Muestra

La población directamente involucrada en el problema de investigación es el Cantón Valencia que cuenta con una población total de 42.556 habitantes, según el INEC en el año 2010, lo cual representa el 5,5% del total de la Provincia de Los Ríos; 16.983 habitantes pertenece a la zona urbana, 25.573 habitantes pertenece a la zona rural..La información correspondiente se obtuvo a través de un diseño de muestreo probabilístico aleatorio simple.

La Población económicamente activa en el 2014 es de 17.777 habitantes.

Se tomó una muestra de la población existente, aplicando la fórmula para el cálculo de la población muestra, con el propósito de obtener validez que permita afianzar los instrumentos de investigación correspondientes a este sector; del mismo se aplicó la siguiente fórmula para encontrar la población a ser encuesta.

Para el efecto se aplicará la siguiente fórmula:

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

En donde:

n = tamaño de la muestra =?

N = población a investigarse = 17.777 habitantes

E = Índice error máximo admisible = 0.05

Desarrollando tenemos:

$$n = \frac{17.777}{(0.05)^2 (17.777 - 1) + 1}$$

$$n = 390$$

La fórmula dio un valor de 390 encuestados.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas en el Cantón Valencia.

Cuadro 1. ¿Cuál es su edad?

DATOS	# DE ENCUESTAS	PORCENTAJES
Menos de 14 años	95	24%
15 a 24 años	180	46%
25 a 59 años	115	30%
TOTAL	390	100%

Fuente: Habitantes del Cantón Valencia
Elaboración: Las Autora

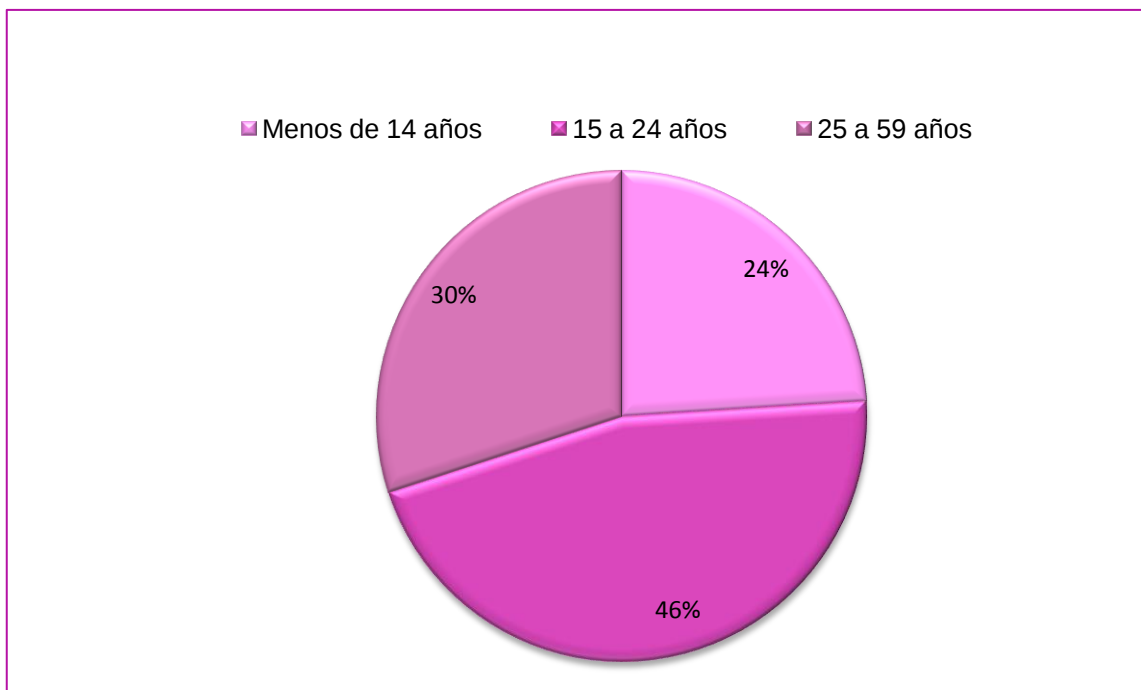


Figura 1. Edad de encuestados

Análisis. Según se aprecia en la figura 1, de las personas encuestadas, el 46% estuvieron en un rango de 15 a 24 años de edad, y el 30% entre 25 a 59 años, mientras que el 24% fueron menores de 14 años.

Cuadro 2. ¿Le gusta consumir manjar?

DATOS	# DE ENCUESTAS	PORCENTAJES
Si	295	76%
No	95	24%
TOTAL	390	100%

Fuente: Habitantes del Cantón Valencia

Elaboración: Las Autora

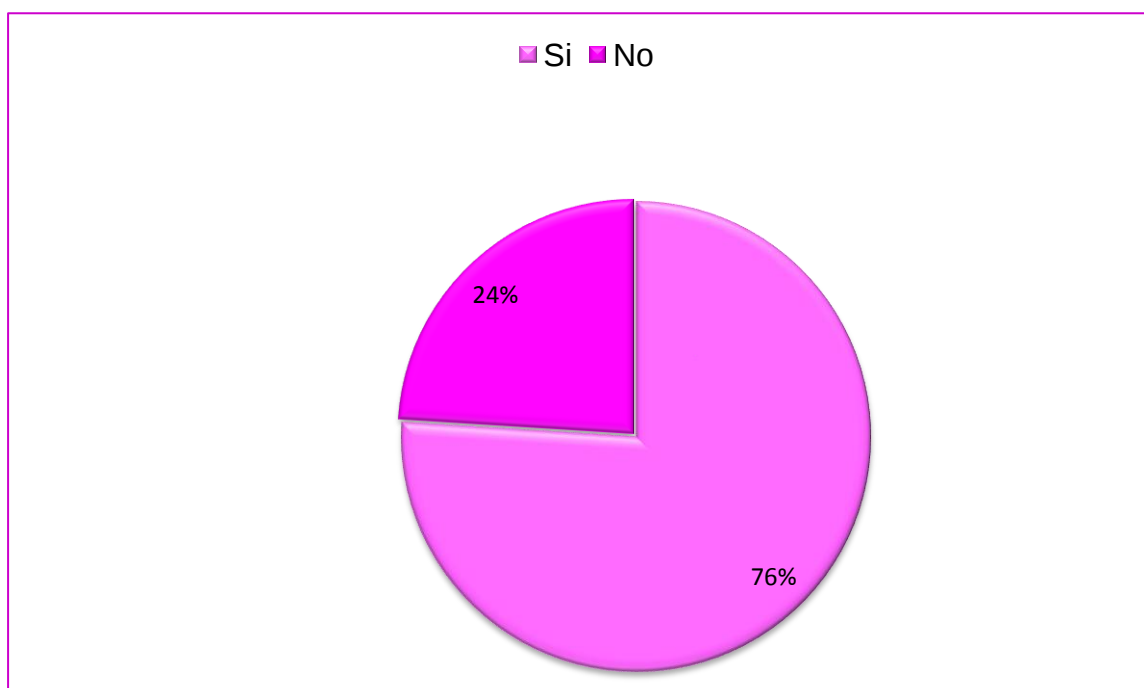


Figura 2. Preferencia por el Manjar

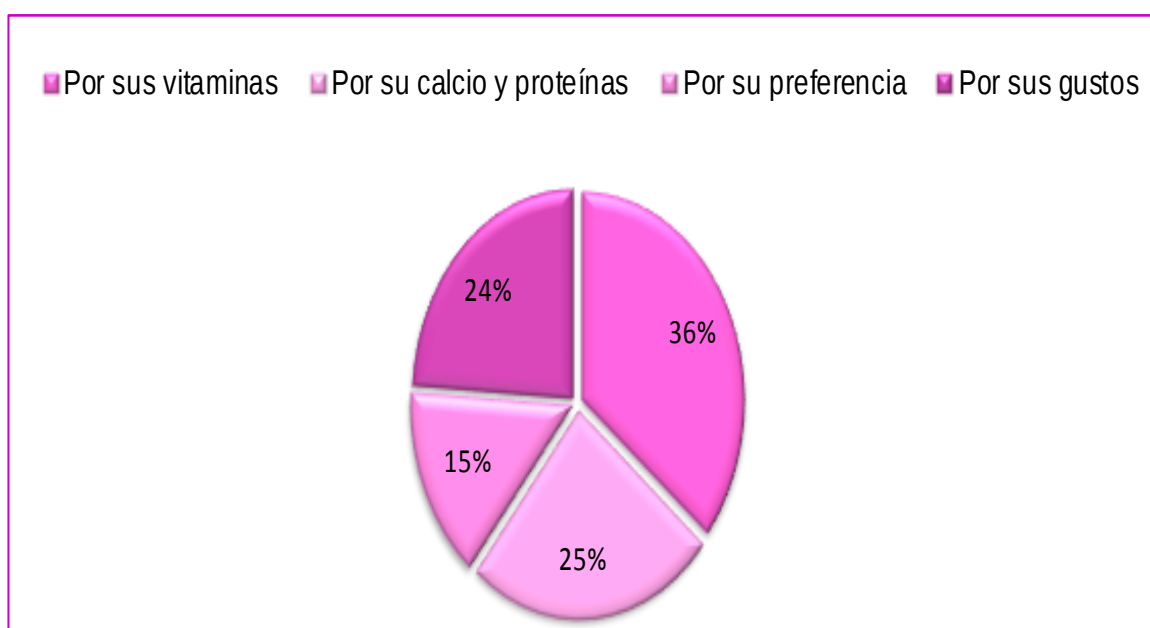
Análisis. En la figura 2, se observa que el 76% sí le gusta el manjar, sin embargo el 24% supo decir que el manjar no es del agrado de ellos, lo que confirma nuestra aseveración de que el índice de aceptación del manjar es alto.

Cuadro 3. ¿De las siguientes opciones determine la razón del consumo de manjar?

DATOS	# DE ENCUESTAS	PORCENTAJES
Por sus vitaminas	105	36%
Por su calcio y proteínas	75	25%
Por su preferencia	45	15%
Por sus gustos	70	24%
TOTAL	295	100%

Fuente: Habitantes del Cantón Valencia

Elaboración: Las Autoras



Análisis. Como se puede observar en la figura 3, de las personas encuestadas, el 36% lo consume por sus vitaminas, mientras que el 25% por su calcio y proteínas, el 24% por sus gustos, sin embargo el 15% es por su preferencia.

Cuadro 4. ¿Cuáles son los sabores de manjar de su preferencia?

DATOS	# DE ENCUESTAS	PORCENTAJES
Leche	180	61%
Coco	40	14%
Frutilla	55	19%
Papa	20	6%
TOTAL	295	100%

Fuente: Habitantes del Cantón Valencia

Elaboración: Las Autora

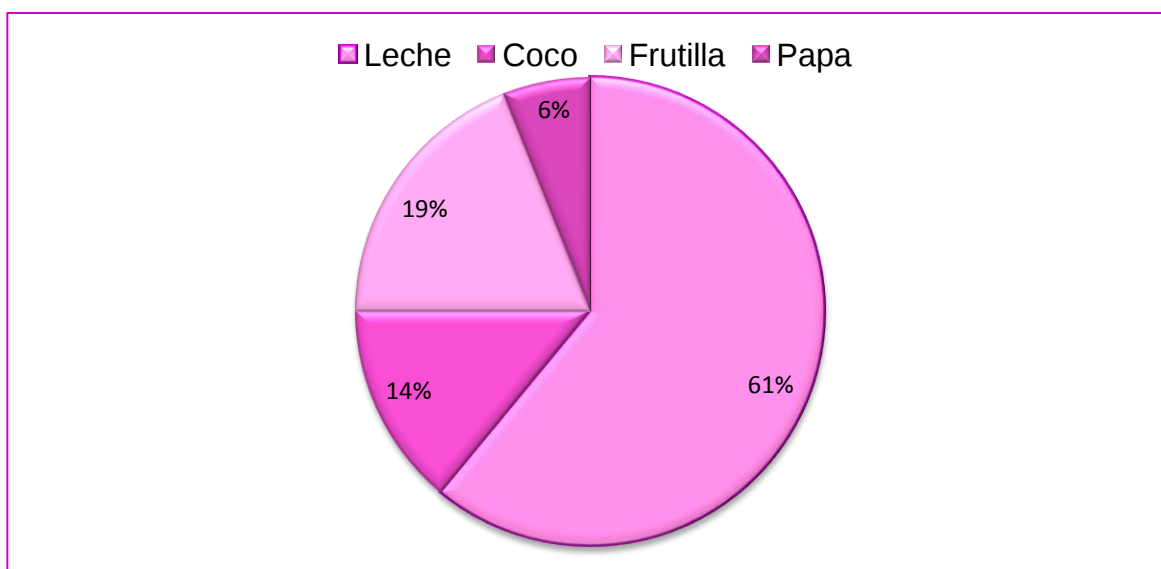


Figura 4. Sabores de preferencia de manjar

Análisis. Se puede apreciar en la figura 4, que el 61% ha consumido el manjar de leche, el 19% ha probado el manjar de frutilla, sin embargo también hay un 14% que ha consumido el manjar de coco, mientras que el 6% han consumido manjar de papa.

Cuadro 5. ¿De las siguientes marcas de manjares, cual ha consumido?

DATOS	# DE ENCUESTAS	PORCENTAJES
Nestlé	120	41%
Toni	135	46%
Alpina	40	13%
TOTAL	295	100%

Fuente: Habitantes del Cantón Valencia

Elaboración: Las Autora

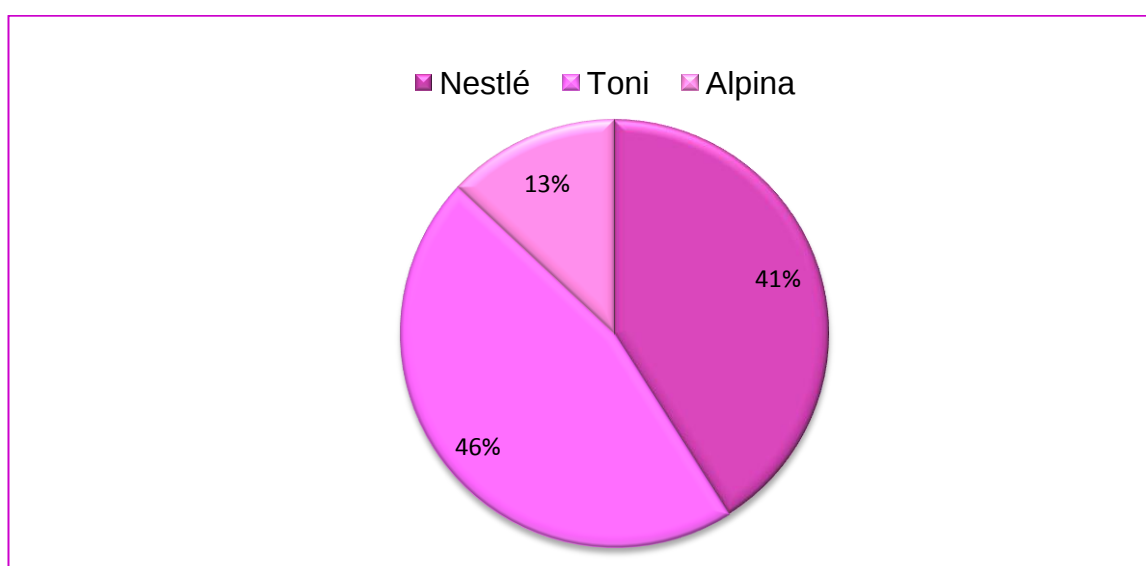


Figura 5. Marcas de manjar que ha consumido

Figura 5. Según se puede apreciar en la figura 5, el 46% ha consumido el manjar Toni el 41% de los consumidores de manjares, adquieren la marca Nestlé, mientras que el 13% Alpina, lo cual indica una competencia para nuestro producto ya que estas marcas tienen la preferencia de sus consumidores con productos sustitutos.

Cuadro 6. ¿Le gustaría probar el manjar de papa?

DATOS	# DE ENCUESTAS	PORCENTAJES
Si	295	100%
No	0	0%
TOTAL	295	100%

Fuente: Habitantes del Cantón Valencia

Elaboración: Las Autora

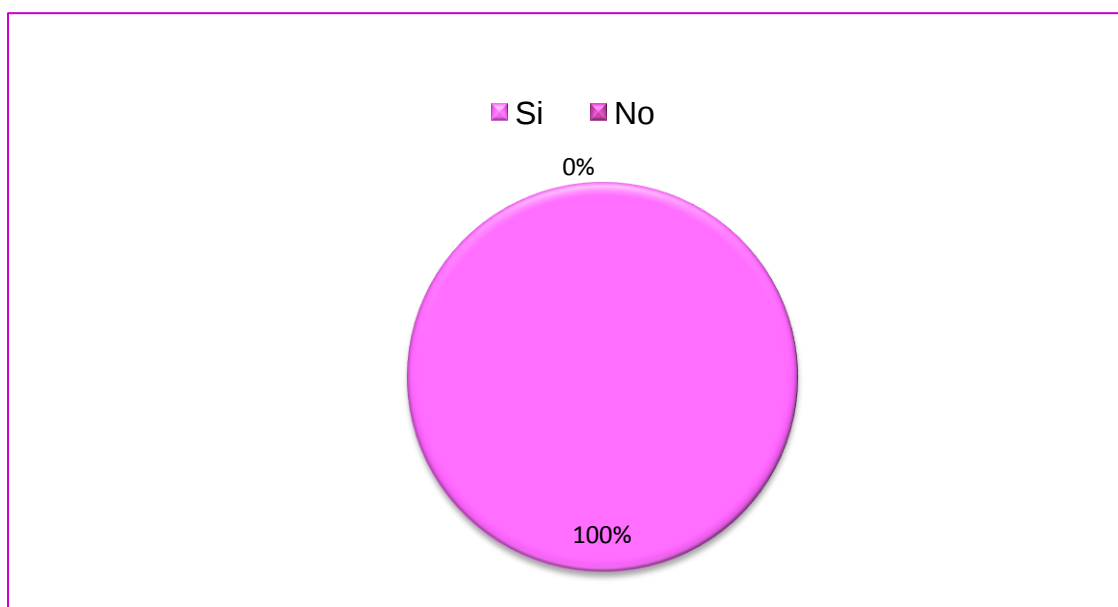


Figura 6. Le gustaría probar el manjar de papa

Análisis. La figura 6, indica que el 100% si le gustaría probar el manjar de papa lo que permite determinar que tenemos un alto porcentaje de aceptación en el mercado de nuestro producto.

Cuadro 7. ¿Con qué le gustaría acompañar el manjar de papa?

DATOS	# DE ENCUESTAS	PORCENTAJES
Galleta	185	63%
Bocaditos	80	27%
Pan	30	10%
TOTAL	390	100%

Fuente: Habitantes del Cantón Valencia

Elaboración: Las Autora

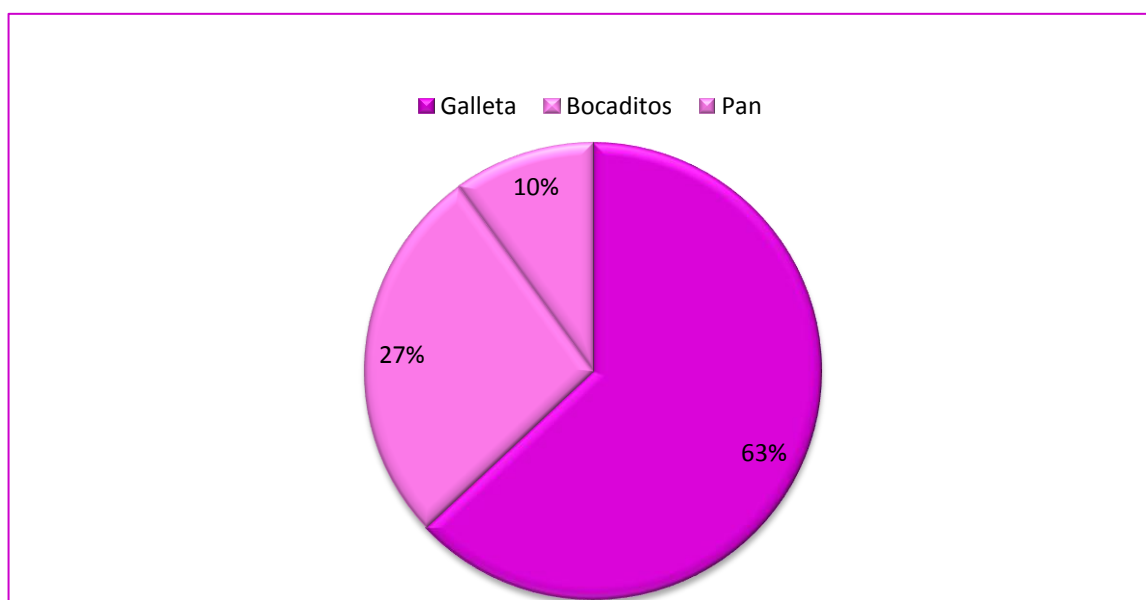


Figura 7. Como le gustaría acompañar el manjar de papa

Análisis. Como se puede observar en la figura 7, de las personas encuestadas, el 63% acompañaría el manjar de papa con galletas, el 27% lo prefiere con bocaditos mientras que el 10% con pan.

Cuadro 8. ¿Dónde le gustaría adquirir este producto?

DATOS	# DE ENCUESTAS	PORCENTAJES
Comisariatos	150	51%
Tiendas	100	36%
Directamente	45	15%
TOTAL	295	100%

Fuente: Habitantes del Cantón Valencia

Elaboración: Las Autoras

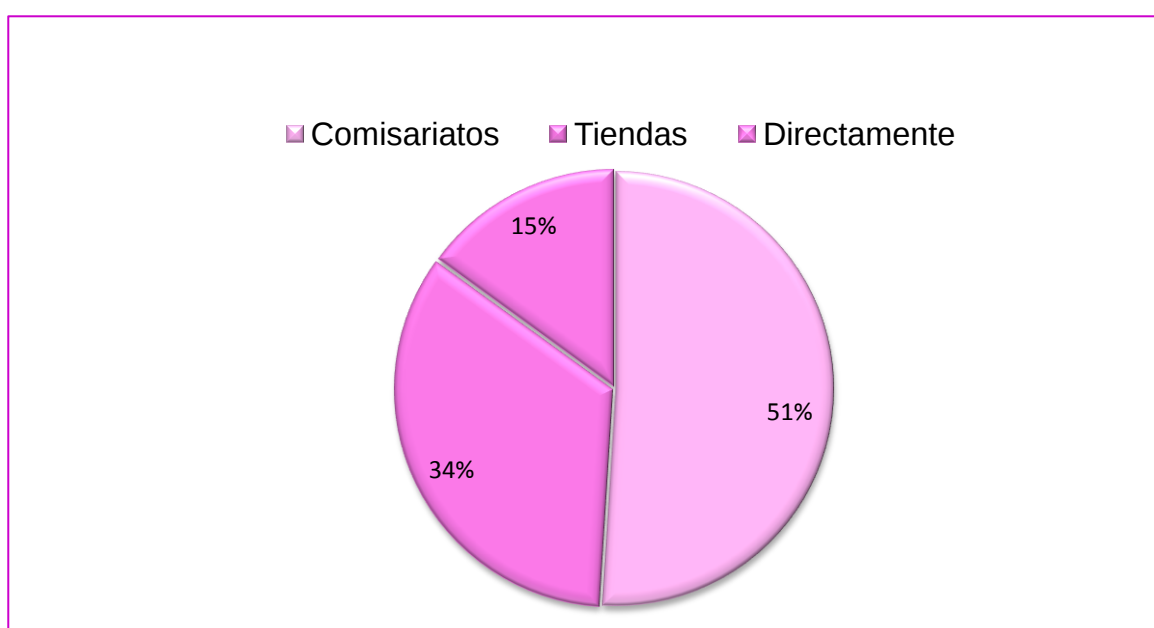


Figura 8. Lugar donde le gustaría adquirir el producto

Análisis. En la figura 8, podemos observar que el 51% se orientan más a comprar en los comisariatos y el 34% de los encuestados le gustaría adquirir el manjar de papa en las tiendas, mientras que el 15% preferirían comprarlo directamente en la empresa.

Cuadro 9. ¿Cuánto pagaría por el envase de Manjar de Papa de 113 gr?

DATOS	# DE ENCUESTAS	PORCENTAJES
\$ 1.60	200	68%
\$ 2.00	50	17%
\$ 2.50	45	15%
TOTAL	295	100%

Fuente: Habitantes del Cantón Valencia”

Elaboración: Las Autoras

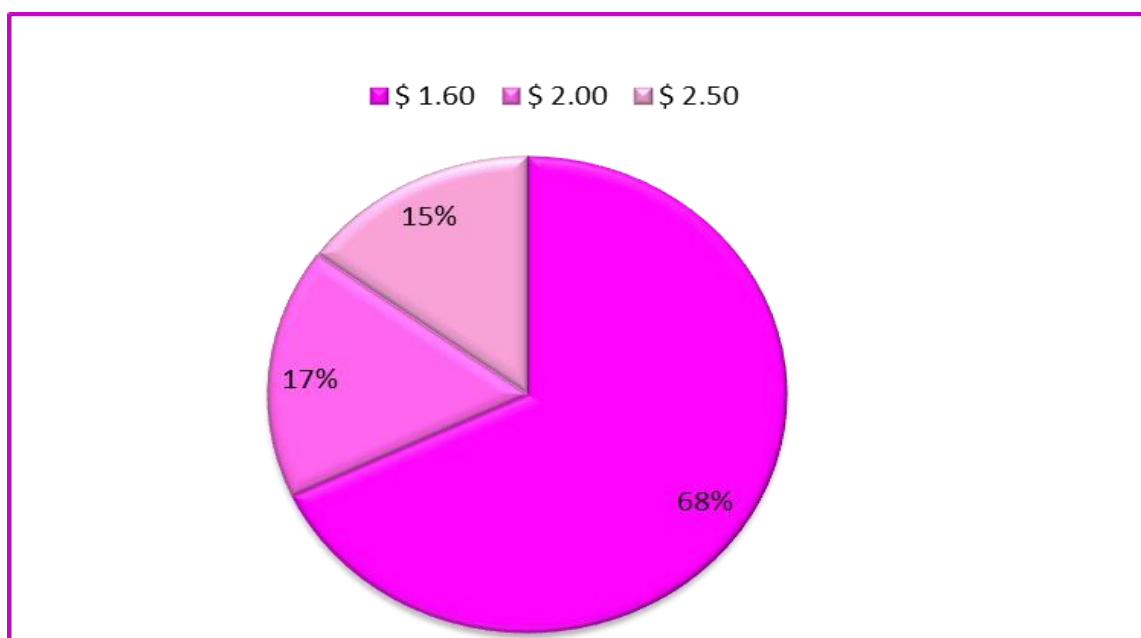


Figura 9. Precio dispuesto a pagar por el Manjar de Papa.

Análisis. Como se puede apreciar en la figura 9, al presentarle la opción del precio tentativo de \$ 1.60 el 68% se inclinaron hacia ese valor, por otro lado el 17% estaría dispuesto pagar \$ 2.00 según su calidad, mientras que el 15% pagaría \$ 2.50.

Cuadro 10. ¿Cree usted que es necesaria la implementación de un negocio dedicada a la producción de Manjar de Papa en el Cantón Valencia?

DATOS	# DE ENCUESTAS	PORCENTAJES
Si	295	100%
No	0	0%
TOTAL	295	100%

Fuente: Habitantes del Cantón Valencia

Elaboración: Las Autora

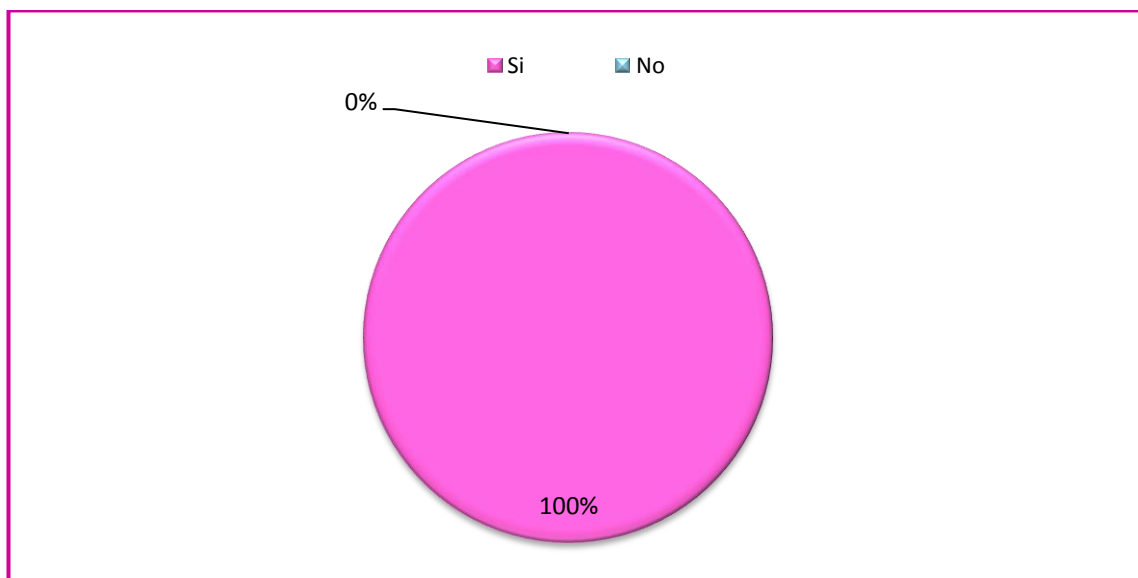


Figura 10. Es necesaria la implementación de un negocio dedicada a la Producción de Manjar de Papa en el Cantón Valencia

Análisis. En la figura 10, se puede observar que el 100% considera que la implementación de un negocio para la producción y comercialización de Manjar de Papa si es necesaria ya que de esta manera ayudaría con nuevas fuentes de trabajo.

Cuadro 11. ¿Cuáles de las siguientes marcas de manjares encuentra usted en el comisariato?

DATOS	# DE ENCUESTAS	PORCENTAJES
Tony	180	61%
Alpina	75	25%
Nestlé	40	14%
TOTAL	295	100%

Fuente: Habitantes del Cantón Valencia

Elaboración: Las Autora

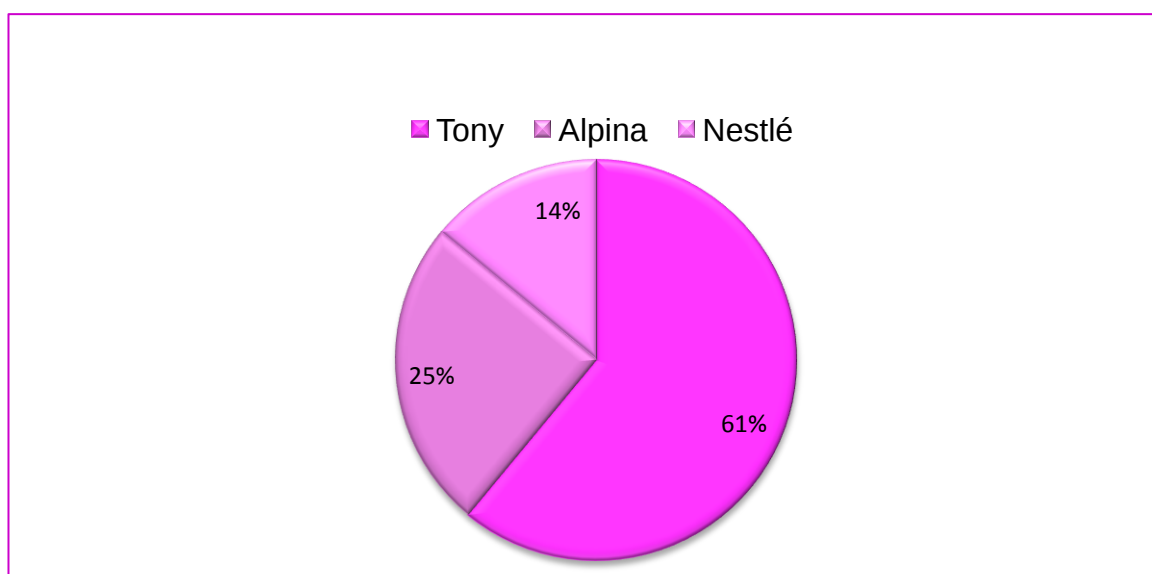


Figura 11. Marcas de manjares encuentra usted en el comisariato

Análisis. En la figura 11, se puede observar que el 61% de los encuestados encuentran en los comisariatos la marca Tony, el 25% Alpina, mientras que el 14% opinan que encuentra la marca Nestlé

Cuadro 12. ¿Los manjares que existen en el mercado tienen un precio cómodo para su adquisición?

DATOS	# DE ENCUESTAS	PORCENTAJES
Si	200	68%
No	95	32%
TOTAL	390	100%

Fuente: Habitantes del Cantón Valencia

Elaboración: Las Autora

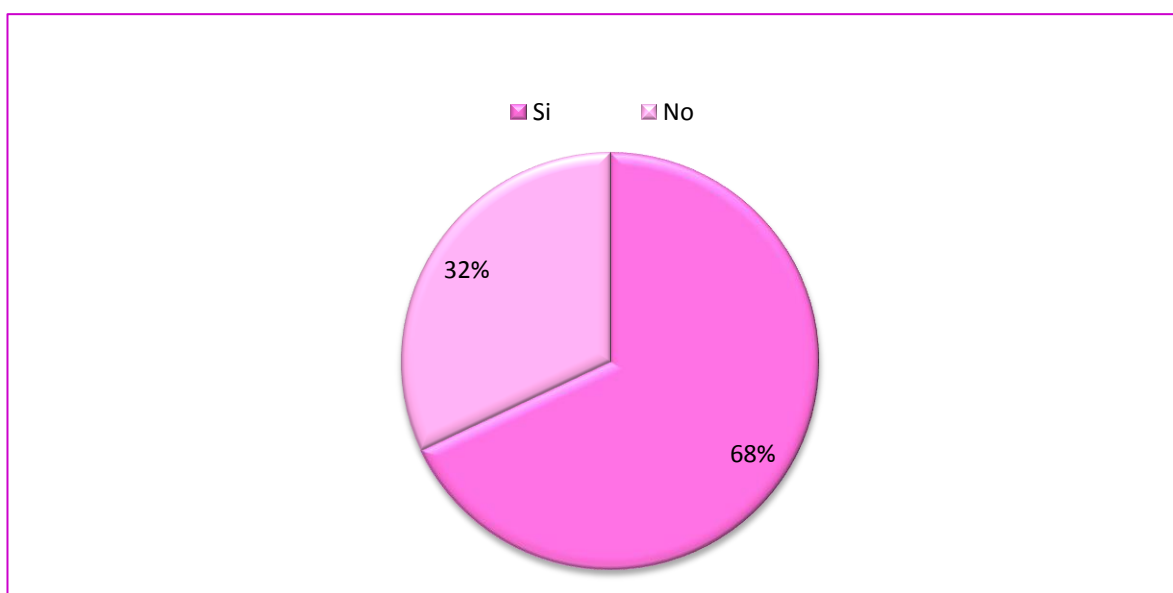


Figura 12. Manjares que existen en el mercado tienen un precio cómodo para su adquisición

Análisis. Como se observa en la figura 12, del número de encuestados el 68% opinan que los manjares tienen un precio cómodo en el mercado, mientras que el 32% nos supo decir que no. Sin embargo tenemos un alto porcentaje de aceptación en el mercado de nuestro producto.

4.2. Estudio de Mercado para la creación de la empresa

4.2.1. Demanda

4.2.1.1. Análisis de la Demanda Actual

La demanda es el producto de la indagación que consta en el cuadro 10, en el que se observa que el 98% están en conformidad con la implementación de la empresa productora y comercializadora de manjar de Papa.

Con información según los datos del INEC que la población económicamente laboriosa del Cantón Valencia es de 15.856 habitantes, de la cual se contemplan que un 60% están inclinados a consumir el manjar de papa.

4.2.1.2. Análisis de la demanda futura

La planificación de la demanda se la ejecuto, asumiendo que la tasa de desarrollo poblacional del año 2010 facilitada por el INEC, la misma que según el censo fue de 2,9 %.

Cuadro 13. Proyección de la Demanda

Años: 2014 - 2018

Años	Demanda Fututa
2015	17.777
2016	18.293
2017	18.823
2018	19.369
2019	19.931

4.2.2. Oferta

4.2.2.1. Análisis de la Oferta

La oferta de manjar de papa mensuales es de 50 personas que compran el productos y que multiplicado al año representa un total de 600 clientes, atendidos al año que representa la oferta aparente.

Cuadro 14. Proyección de la oferta actual

AÑOS	x	y	xy	X ²
2012	1	340	340	1
2013	2	350	700	4
2014	3	360	1.080	9
TOTAL	6	1,050	2.120	14

AÑOS	X	y
2015	4	1.326
2016	5	1.655
2017	6	1.984
2018	7	2.313
2019	8	2.642

Cuadro 15. Proyección de la demanda insatisfecha

AÑOS	Manjar de Papa		
	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2015	1.326	17.777	-16.451
2016	1.655	18.293	-16.638
2017	1.984	18.823	-16.839
2018	2.313	19.369	-17.056
2019	2.642	19.931	-17.289

4.2.3. Descripción de la empresa

La empresa que se creará con el proyecto será una organización artesanal, ya que se dedica a la producción. Transforma la materia prima en un producto que el cliente va a consumir directamente; es una empresa del ramo alimenticio para todas las personas.

La empresa va a ser una microempresa, ya que no va a tener más de 10 empleados. Se encontrará ubicada en la cantón de Valencia, en una vía de fácil acceso para hacer llegar las materias primas y la mano de obra pero, sobre todo, que haga posible una buena comercialización del producto para que éste llegue de manera recomendable al cliente final.

4.2.4. Definición del Producto

Nuestro país tiene una gran riqueza de productos agrarios que muchas veces no son utilizados debido al desconocimiento de varios factores, este es el caso la papa, el mismo que muestra notable proporción de importantes nutrientes para la dieta nutritiva.

Por estas razones es interesante plantear un producto agradable y cómodo para adquirir como es el manjar de papa, para que brinde ciertos nutrimentos a los consumidores y que además beneficie la riqueza de producción agrícola local y nacional.

Por lo tanto, el producto se lo fabricará a base de la papa, azúcar y canela en polvo; obteniéndose un producto de sabor dulce, color y olor agradable, y con buenas propiedades nutricionales, listo para ser consumido. El manjar será envasado en frascos previamente purificados, y su contenido será de 113gr. El cual se puede consumir acompañado de galleta, pan y bocaditos.

4.2.5. Nombre de la empresa

Su denominación comercial será **“CARITAS DULCES”**, nombre que según las pruebas de impacto y aceptación es el que tiene un efecto más agradable e inclusive les lleva a determinar el producto que se ofrecerá al mercado.

4.2.6. Logotipo y Slogan

El logotipo es sencillo pero atractivo por sus colores en él se incluye el nombre del producto y el slogan.



Figura 13. Logotipo y Slogan

Slogan:

Es una frase designada para decir en conclusión los beneficios que tendrá el producto y la microempresa dedicada a la producción y comercialización del manjar de papa: **“Piensa en ti, consume lo natural y delicioso”**

La frase anterior permitirá posicionar en la mente de los clientes que el producto será de excelente calidad y de un exquisito sabor para la satisfacción de los mismos.

4.2.7. Promoción

La empresa aplicará promociones entregando muestras gratis para el lanzamiento de nuestro producto para que de esta manera lo prueben nuestros posibles clientes.

4.2.8. Publicidad

La publicidad que aplicare para dar a conocer mi producto y logre el posicionamiento adecuado en el mercado de la está basada en los siguientes puntos.

- Difusión Radial
- Presa Escrita
- Vallas Publicitarias
- Internet

4.2.9. Canal de Distribución

La distribución del producto se realizara mediante canal indirecto como directo. **Canal indirecto.** Las ordenes de compras obtenidas y se distribuirán en el vehículo de la empresa a sus respectivos distribuidores. En el siguiente esquema representamos la distribución del producto desde la fábrica hasta los supermercados meta para que ellos los distribuyan a los consumidores.



Figura 14. Canal Indirecto

Canal Directo. También utilizares distribución directa entre productor – consumidor.

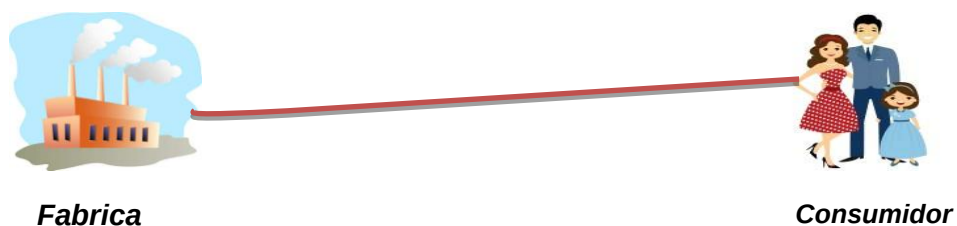


Figura 15. Canal Directo

4.3. Estudio Tecnico

4.2.10. Localización

4.2.10.1. Macrolocalización

La empresa “Caritas Dulces” estará ubicada en el cantón Valencia provincia de los Ríos.



Figura 16. Macrolocalización

4.2.10.2. Microlocalización

La empresa estará radicada en la variante del Cantón, en la Av. Jorge Herrera Cruz lotización la Moderna a lado de la escuela Víctor Manuel Rendón.



Figura 17. Microlocalización

4.2.10.3. Localización Física

Con relación a los resultados del estudio de mercado que se les llevo a cabo a los habitantes del Cantón Valencia, el circuito determinado para la ubicación de la Empresa “Caritas Dulces” productora y comercializadora de Manjar de Papa, es en el conveniente.

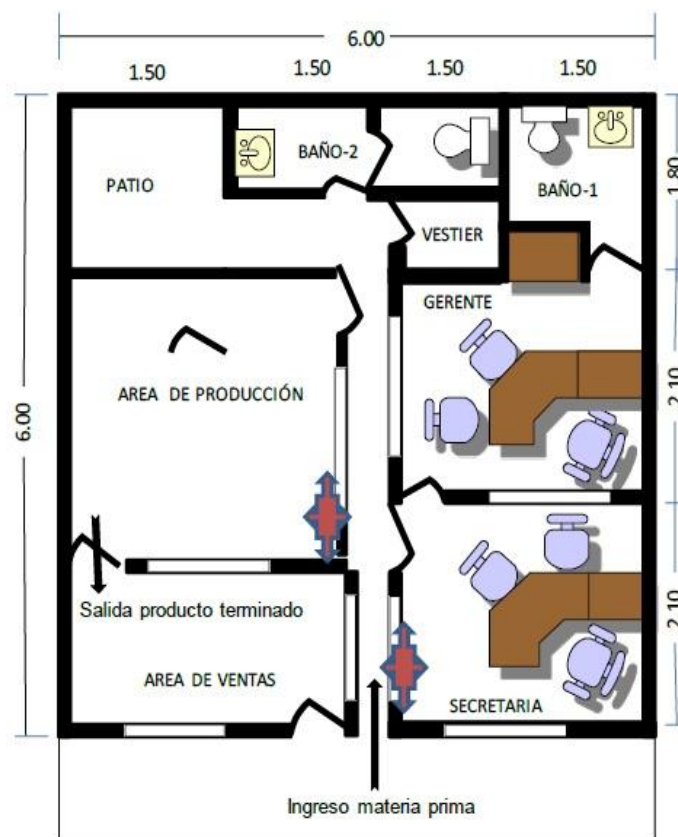


Figura 18. Localización Física

4.2.11. Materias Importantes del proyecto

4.2.11.1. Maquinarias y equipos

- Cocina Industrial
- Tanque de gas
- Olla
- Cucharon
- Balanza
- Bidón de Aluminio lechero
- Cernidera
- Aplastador de papa
- Envase del producto
- Refrigeradora

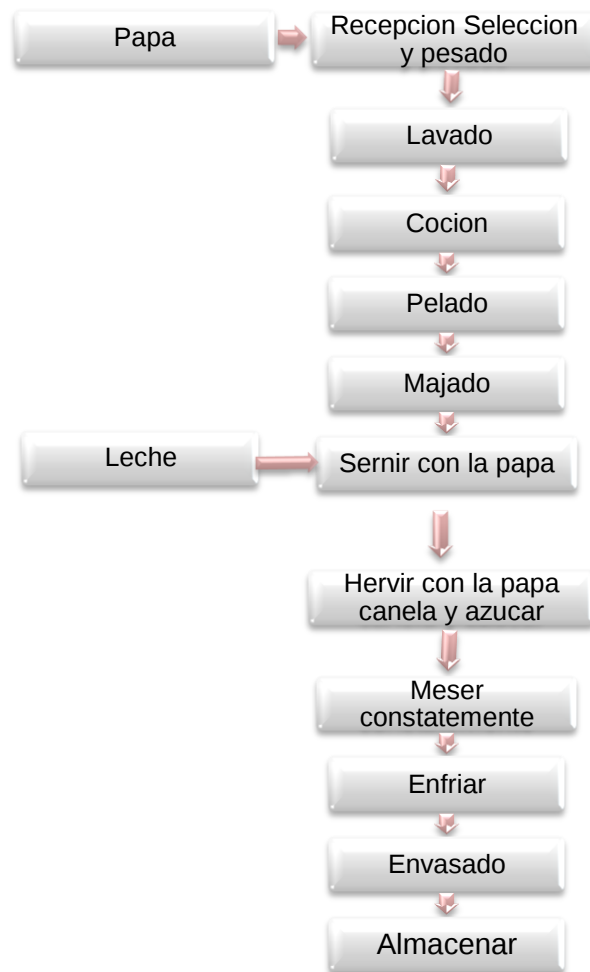
4.2.11.2. Servicios

- Luz
- Agua
- Teléfono
- Internet

4.2.11.3. Materia Prima

- Papa
- Azúcar
- Leche
- Canela en Polvo

4.2.12. Organigrama de Recepción de Materia Prima



4.2.13. Proceso de Producción

Se expondrán a continuación las pautas mínimas necesarias para la elaboración de un manjar de papa tipo familiar.

Para fabricar 1000g de manjar de papa se necesita.

- 2 litros de leche
- ½ libra de papa
- ½ cucharadita de canela
- 1 libra de azúcar

4.2.13.1 Elaboración

- Se lava la papa con abundante agua sacando todos los residuos de tierra.



- Luego se pone a cocinar la papa en una olla con toda cáscara hasta que este suave.



- Después que estén cocinadas se las pelas se las aplasta bien hasta que queden totalmente homogénea la papa.





- Inmediatamente que este aplastado la papa se mezcla con la leche con la papa para que unte uniformemente, seguidamente se cierne la papa con la leche para evitar que quede grumos.



- Finalmente se le agrega la azúcar con la canela y se lo lleva a fuego medio, para que hierva moviendo constantemente con una cuchara de palo para que no se forme grumos ni se pegue hasta que espese.





- Cuando se vea el fondo de la olla ese es el punto exacto del delicioso manjar de papa.



4.4. Estudio Organizacional para la creación de la empresa Caritas Dulces

4.4.1. Estructura Organizativa

La empresa Caritas Dulces tendrá el siguiente organigrama para un excelente funcionamiento ya que teniendo un orden y funciones específicas para cada departamento y personas la empresa tendría mayores ventas e ingresos.

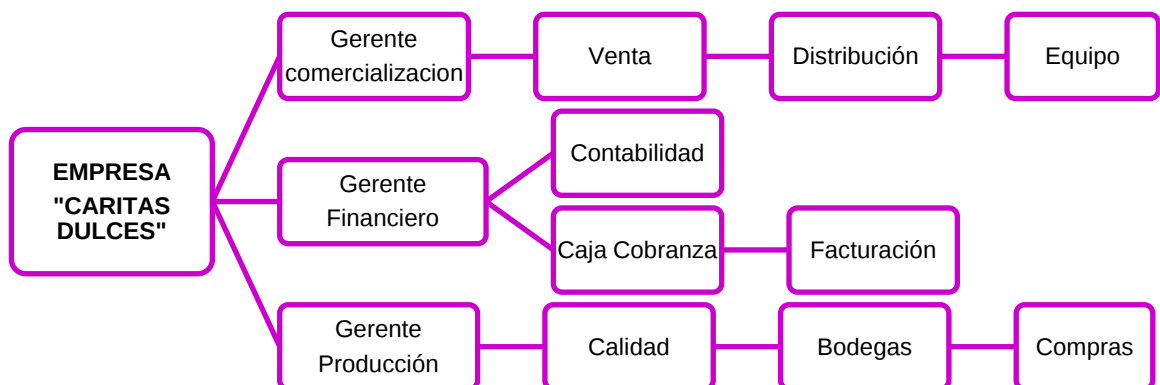


Figura 19. Estructura Organizacional

4.4.2. Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Eficacia del producto finalizado: con un encantador sabor y de una sublime aprobación por el público; también por sus atributos nutricionales. • contaremos con la maquinaria privada para la producción y las legitimaciones respectivas. • Nuestra planta detallara con todos las necesidades de seguridad tanto para los trabajadores como para la directiva, limpieza ya que trabajamos con productos alimenticios, etc. • Se cuenta con personal motivado dispuesta a aprender. • Mano de obra examinada: Incluimos personal con conocimiento.	• Falta de práctica como empresa nueva; ya que es la primera vez y nos representa un reto. • Falta de entendimiento del mercado: sobre todo de las vacilaciones del mercado, en las satisfacciones y requerimientos del consumidor. • Provisión irregular de la materia prima: esto debido a las condiciones del clima. • No contar con nivel de reconocimiento.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• Distinción e inclinación del público hacia el consumo de productos naturales y de sabores exóticos. • El interés del público en el conocimiento del manjar de papa.	• Que los competidores logren un producto similar al nuestro y arrase con todo los canales de comercialización y difusión. • Gran diversidad de Producto Suplentes.

Cuadro 16 .Análisis FODA

4.5. Estudio Financiero

Para la realización del estudio financiero se tiene en cuenta la capacidad con que se inicia el proyecto, el recurso humano con el que se debe contar, también se ve reflejado los presupuestos de materias primas, mano de obra, egresos, ingresos y los estados financieros que se proyectan a cinco años.

4.5.1. Inversión Inicial

Para llevar a cabo la realización este proyecto se requerirá de una inversión inicial total de \$ 6,822.24 los mismos que están compuestos por financiamiento propio y bancario.

4.5.1.1. Activos Fijos Tangibles e intangibles

La primera parte de la inversión que se calculo fue los activos fijos los mismos que están compuestos por tangibles e intangibles.

Cuadro 17. Activos fijos para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa.

DESCRIPCIÓN	VALORES
ACTIVOS FIJOS	
Tangibles	3,447.00
Maquinarias y Equipos	1,914.00
Muebles y enseres	513.00
Equipos de oficina	1,020.00
Intangibles	375.00
Impuesto ,Consultoría , Permisos	255.00
Legalización RUC	10.00
Patente Municipal	10.00
Protocolización de documentos (Notaría)	100.00
Sub total	3,822.00
imprevistos 5%	191.10
Total de Activo Fijo	4,013.10

4.5.1.2. Activo Circulante o Capital de Operación

El valor total de capital de operación que se estima para que la empresa inicie sus actividades durante el primer año es de \$ 2,829.14

Cuadro 18. Capital de operación para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa.

DESCRIPCION	VALORES
CAPITAL DE OPERACIÓN	
Gastos Administrativos	1,939.14
Sueldos y salarios	1,109.92
Servicios Básicos	396.00
Adecuación del local	200.00
Suministros de Oficina	54.47
Materiales de oficina	178.75
Gastos de Ventas	890.00
Publicidad	650.00
Otros gastos	240.00
Total capital Operacional	2,829.14
Total Inversión	6,842.24

Elaborado por: Autor

4.5.1.3. Inversión Inicial Total

La estimación total de la inversión tomando en cuenta el total de Activos Fijos y del Capital de Operación es de \$ 6,842.24

Cuadro 19. Inversión total para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa.

Activos Fijos	4,013.10
Capital Operacional	2,829.14
Total	6,842.31

Elaborado por: Autora

4.5.1.4. Fuentes de Financiamiento.

Para la realización de este proyecto es necesario especificar de qué forma va a ser financiado el valor total de la inversión, por este motivo a continuación se encuentra detallada la cual un porcentaje será cubierto por cuenta propia y el resto por un préstamo bancario.

Cuadro 20. Financiamiento para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa.

Inversión	Monto	
	Absoluto (\$)	Relativo (%)
Crédito Bancario	5,000.00	72%
Recursos Personales	2,000.00	28%
Total	7,000.00	100%

Elaborado por: Autora

Cuadro 21. Tabla de Amortización del Crédito bancario para la creación de la empresa “Caritas Dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa.

Cuota	Capital	Interés	Seguro de Desgravamen	Total Cuota	Saldo Reducido
1	134.05	75.35	2.18	211.58	4,865.95
2	136.01	70.96	2.18	209.15	4,729.94
3	137.99	71.28	2.18	211.45	4,591.95
4	140.00	66.97	2.18	209.15	4,451.95
5	142.05	67.09	2.18	211.32	4,309.90
6	144.12	64.95	2.18	211.25	4,165.78
7	146.22	60.75	2.18	209.15	4,019.56
8	148.35	60.57	2.18	211.10	3,871.21
9	150.51	56.46	2.18	209.15	3,720.70
10	152.71	56.07	2.18	210.96	3,567.99
11	154.94	53.77	2.18	210.89	3,413.05
12	157.20	46.46	2.18	205.84	3,255.85
13	159.49	49.06	2.18	210.73	3,096.36
14	161.81	45.16	2.18	209.15	2,934.55
15	164.17	44.22	2.18	210.57	2,770.38
16	166.57	40.40	2.18	209.15	2,603.81
17	169.00	39.24	2.18	210.42	2,434.81
18	171.46	36.69	2.18	210.33	2,263.35
19	173.96	33.01	2.18	209.15	2,089.39
20	176.50	31.49	2.18	210.17	1,912.89
21	179.07	27.90	2.18	209.15	1,733.82
22	181.69	26.13	2.18	210.00	1,552.13
23	184.33	23.39	2.18	209.90	1,367.80
24	187.02	19.28	2.18	208.48	1,180.78
25	189.75	17.79	2.18	209.72	991.03
26	192.52	14.45	2.18	209.15	798.51
27	195.33	12.03	2.18	209.54	603.18
28	198.17	8.80	2.18	209.15	405.01
29	201.06	6.10	2.18	209.34	203.95
30	203.95	3.07	2.18	209.20	-
Total		1,228.89	65.40	6,294.29	

4.5.1.5. Detalle de los Activos fijos.

Con el propósito de puntualizar los activos fijos de la inversión inicial del proyecto se tomaron en cuenta los valores de los siguientes rubros como son: Maquinarias y equipo, muebles y enseres, Equipos de Oficina los mismos que serán de gran utilidad para el desarrollo de las actividades de la empresa.

Cuadro 22: Maquinarias y Equipos de producción para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Cocina Industrial	1	200.00	200.00
Tanque de Gas	2	50.00	100.00
Olla	2	150.00	300.00
Cucharón	2	10.00	20.00
Balanza	1	70.00	70.00
Bidón de aluminio lechero	1	100.00	100.00
Aplastador de papa	2	5.00	10.00
Cernidera	2	7.00	14.00
Refrigeradora	1	600.00	600.00
Envase del producto	2000	500.00	500.00
TOTAL		1,692.00	1,914.00

Elaborado por: Autora

Cuadro 23: Depreciación de Maquinarias y Equipos de producción para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa,

Maquinarias y Equipos	Costo de adquisición	Vida Útil	Depreciación anual %	Depreciación anual(en USD)	Depreciación mensual Año 1
Cocina Industrial	200	9	9%	22.22	1.85
Tanque de gas	50	3	10%	16.67	1.38
Olla	150	3	3.33%	50.00	4.17
Cucharón	10	3	3.33%	3.33	0.28
Balanza	70	9	9%	7.78	0.65
Bidón de aluminio lechero	100	3	3.33%	33.33	2.78
Aplastador de Papa	5	3	3.33%	1.67	0.14
Cernidera	7	3	3.33%	2.33	0.19
Refrigeradora	600	9	9%	66.67	5.56
Envases de producto	500	2	2%	250.00	20.83
Computadora	700	6	6%	116.67	9.72
Impresora Multiusos	320	6	6%	53.33	4.44
TOTAL	2712			582.89	51.99

Elaborado por: Autora

Cuadro 24: Equipos de oficina para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa,

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Computadora	1	700.00	700,00
Impresoras multifuncionales	1	320.00	320.00
TOTAL			1,020.00

Elaborado por: Autora

Cuadro 25: Muebles y Enseres para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Sillas giratorias	1	48.00	48.00
Escritorios	1	120.00	120.00
Archivadores	1	100.00	100.00
Repisas de madera	2	50.00	100.00
Dispensador de agua	1	50.00	50.00
Extintores	1	35.00	35.00
Teléfono	1	60.00	60.00
TOTAL			513.00

Elaborado por: Autora

4.5.1.6. Detalle de Capital Operacional.

En los siguientes cuadros se encuentran detallados los rubros que forman parte del capital operacional empezando con los sueldos y beneficios que la empresa otorgará a sus empleados por la prestación de sus servicios profesionales, con un valor total de \$ 1,109.92 mensuales, calculando también el valor anual que asciende a los \$ 13,319.04, por otra parte se encuentra determinado el total de suministros de oficina con \$ 54.47.

Gastos Administrativos

Cuadro 26: Sueldos y Beneficios para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014

Descripción	Número	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Aporte mensual	Total mensual	Valor de nómina anual
Administrador Operativo	1	400	33.33	28.33	33.33	16.67	48.60	37.40	597.66	7,171.92
Técnico de Ventas	1	340	28.33	28.33	28.33	14.17	41.31	31.79	512.26	6,147.12
TOTAL	2	740	61.66	56.66	61.66	30.84	89.91	69.19	1,109.92	13,319.04

Cuadro 27: Suministros de Oficina para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar el manjar de papa, Año 2014

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Cantidad anual	Costo anual
Ambientales	1	4.00	4.00	3	12.00
Escobas	1	2.00	2.00	2	4.00
Trapeadores	1	6.00	6.00	2	12.00
Desinfectantes	1	2.99	2.99	3	8.97
Franelas	1	3.00	3.00	2	6.00
Basureros	1	3.50	3.50	2	7.00
Recolectores	1	3.00	3.00	1	3.00
Fundas de basura	1	1.50	1.50		1.50
TOTAL	8	25.99	25.99	15	54.47

Cuadro 28: Materiales de Oficina para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Resmas de papel A4	1	3.50	3.50	7.00
Lapiceros bic	3	0.25	0.75	9.00
Lápices	2	0.25	0.50	6.00
Portalápices	1	2.25	2.25	2.25
grapadora	1	3.50	3.50	3.50
Perforadora	1	4.00	4.00	4.00
Corrector liquido	1	1.00	1.00	9.00
agenda personal	1	8.00	8.00	8.00
quita grapas	2	0.50	1.00	1.00
Sellos	2	2.00	4.00	4.00
Sacapuntas	3	0.25	0.75	5.00
Facturero	2	10.00		20.00
Caja de grapas	3	2.00	6.00	6.00
Cajas de clips	2	2.50	5.00	10.00
Tinta recargable	2	7.00	14.00	84.00
TOTAL	27	47.00	54.25	178.75

Cuadro 29: Total Gastos Administrativos

Descripción	Año 2013
Sueldos y salarios	13,319.04
Servicios básicos	396.00
Materiales de oficina	178.75
Suministros de oficina	54.47
TOTAL GASTOS ADM.	13,948.26

Cuadro 30: Proyección de Gastos Administrativos de los primeros cinco años para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y salarios	13,319.04	13,319.04	13,984.03	13,984.03	14,683.23
Servicios básicos	396.00	396.00	405.90	405.90	416.04
Materiales de oficina	178.75	178.75	178.75	178.75	183.22
Suministros de oficina	54.47	54.47	55.83	55.83	57.23
TOTAL GASTOS ADM.	13,948.26	13,948.26	14,624.51	14,624.51	15,339.72

4.5.1.7. Gastos de Venta

Cuadro 31: Total Gastos de Ventas para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014

Descripción	Año 2013
Gastos de publicidad	650.00
Otros egresos	240.00
TOTAL	890.00

4.5.1.8. Proyección de los Gastos de Ventas y Gastos Operativos

Para poder calcular el flujo de caja proyectado, es necesario tener detallada la proyección tanto de los ingresos como de los egresos, teniendo así un total de gastos de ventas de \$ 890 para el primer año de vida del proyecto, mientras que el total de los gastos operativos se estimó en los \$

Cuadro 32: Proyección de gastos de venta de los primeros cinco años para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Otros egresos	200,00	210,00	220,50	231,52	243,10
Gastos de publicidad	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
TOTAL	850,00	860,00	870,50	881,52	893,10

Cuadro 33: Total Gastos Operativos para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014

Descripción	Año 2013
Gastos administrativos	14,838.26
Gastos de ventas	890.00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	14,838,26

Cuadro 34: Unidades dispuesto adquirir por los consumidores mensual y anualmente para el año 2014. Para los siguientes año se hará u incremento del 5% en las Ventas.

Descripción	Mensual	Anual
Comisariato	1.000	12.120
Tiendas	501	6.012
Consumidor Directo	156	1.868
TOTAL	1.667	20.000

4.5.1.9. Costos de venta para la creación de la empresa “caritas dulces” dedicada a producir y comercializar de manjar de papa, Año 2014

Para obtener el valor de las utilidades de cada año, se calcularon los siguientes datos, el costo de los productos más el costo de imprimir el logotipo en cada uno de ellos, luego se resta el valor total de las ventas y como utilidad se obtuvo \$ 17,000.00 durante el primer año

Cuadro 35: Proyección de los costos de venta de la comercializadora, año 2014

Detalle del producto	Unidades	Precio de venta (\$)	Costo de venta (\$)	Costo/Imp/ Logo	Costo de envases	Ganancia por producto (\$)	Total ventas (\$)	Total costo de venta (\$)	Total costo/ Imp/Logo (\$)	Total costo de envases	Utilidad bruta en ventas (\$)
Manjar de Papa	20000	1.60	0.33	0.17	0.25	0.85	32,000.00	6,600.00	3,400.00	5,000.00	17,000.00
TOTAL							32,000.00	6,600.00	3,400.00	5,000.00	17,000.00

Cuadro 36: Proyección de los costos de venta de la comercializadora, año 2015

Detalle del producto	Unidades	Precio de venta (\$)	Costo de venta (\$)	Costo/Imp/Logo	Costo de envases	Ganancia por producto (\$)	Total ventas (\$)	Total costo de venta (\$)	Total costo/ Imp/Logo (\$)	Total costo de envases	Utilidad bruta en ventas (\$)
Manjar de Papa	25000	1.60	0.33	0.17	0.25	0.85	40,000.00	8,250.00	4,250.00	6,250.00	21,250.00
TOTAL							40,000.00	8,250.00	4,250.00	6,250.00	21,250.00

Cuadro 37: Proyección de los costos de venta de la comercializadora, año 2016

Detalle del producto	Unidades	Precio de venta (\$)	Costo de venta (\$)	Costo/Imp/Logo	Costo de envases	Ganancia por producto (\$)	Total ventas (\$)	Total costo de venta (\$)	Total costo/ Imp/Logo (\$)	Total costo de envases	Utilidad bruta en ventas (\$)
Manjar de Papa	30000	1.60	0.35	0.17	0.25	0.83	48,000.00	10,500.00	5,100.00	7,500.00	24,900.00
TOTAL							48,000.00	10,500.00	5,100.00	7,500.00	24,900.00

Cuadro 38: Proyección de los costos de venta de la comercializadora, año 2017

Detalle del producto	Unidades	Precio de venta (\$)	Costo de venta (\$)	Costo/Imp/ Logo	Costo de envases	Ganancia por producto (\$)	Total ventas (\$)	Total costo de venta (\$)	Total costo/ Imp/Logo (\$)	Total costo de envases	Utilidad bruta en ventas (\$)
Manjar de Papa	35000	1.60	0.35	0.17	0.25	0.83	56,000.00	12,250.00	5,950.00	8,750.00	29,050.00
TOTAL							56,000.00	12,250.00	5,950.00	8,750.00	29,050.00

Cuadro 39: Proyección de los costos de venta de la comercializadora, año 2018

Detalle del producto	Unidades	Precio de venta (\$)	Costo de venta (\$)	Costo/Imp/ Logo	Costo de envases	Ganancia por producto (\$)	Total ventas (\$)	Total costo de venta (\$)	Total costo/ Imp/Logo (\$)	Total costo de envases	Utilidad bruta en ventas (\$)
Manjar de Papa	40000	1.60	0.35	0.17	0.25	0.83	64,000.00	14,000.00	6,800.00	10,000.00	33,200.00
TOTAL							64,000.00	14,000.00	6,800.00	10,000.00	33,200.00

4.5.1.10. Estados de pérdidas y ganancias

Cuadro 40: Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado en los primeros cinco años de la empresa comercializadora de Manjar de Papa.

Detalle	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	32,000.00	40,000.00	48,000.00	56,000.00	64,000.00
(-) Costo de venta	15,000.00	18,750.00	23,100.00	26,950.00	30,800.00
Utilidad bruta	17,000.00	21,250.00	24,900.00	29,050.00	33,200.00
Gastos operativos					
Gastos de administración	13,948.26	13,948.26	14,624.51	14,624.51	15,339.72
Sueldos y beneficios	13,319.04	13,319.04	13,984.03	13,984.03	14,683.23
Servicios básicos	396.00	396.00	405.90	405.90	416.04
Materiales de oficina	178.75	178.75	178.75	178.75	183.22
Suministros de oficina	54.47	54.47	55.83	55.83	57.23
Gastos de venta	901.99	911.99	922.49	933.51	945.09
Gastos de publicidad	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00
Otros egresos	200.00	210.00	220.50	231.52	243.10
Depreciación	51.99	51.99	51.99	51.99	51.99
Total gastos en operación	14,850.25	14,860.25	15,547.00	15,558.02	16,284.81
Utilidad Antes de Impuestos y Participación	2,149.75	6,389.75	9,353.00	13,491.98	16,915.19
15% Participación a Trabajadores	322.46	958.46	1,402.95	2,023.80	2,537.28
25% Impuesto a la Renta	537.44	1,597.44	2,338.25	3,373.00	4,228.80
Utilidad Neta	1,289.85	3,833.85	5,611.80	8,095.19	10,149.11
Utilidad Neta Acumulada	1,289.85	5,123.70	10,735.50	18,830.69	28,979.80

Cuadro 41: Flujo de Caja proyectado en los cinco primeros años de la empresa comercializadora de Manjar de Papa.

Detalle	AÑOS					
	Inversión	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas						
Recursos Personales	1,842.31					
Crédito Bancario	5,000.00					
Total de ingresos		32,000.00	40,000.00	48,000.00	56000.00	64,000.00
Costos de venta		15,000.00	18,750.00	23,100.00	26,950.00	30,800.00
Gastos de administración		13,948.26	13,948.26	14,624.51	14,624.51	15,339.72
Gastos de venta		850.00	860.00	870.50	881.52	893.10
Depreciación		51.99	51.99	51.99	51.99	51.99
Total de egresos		29,850.25	33,610.25	38,647.00	42,508.02	47,084.81
Utilidad antes de impuesto		2,149.75	6,389.75	9,353.00	13,491.98	16,915.19
15% Participación de Trabajadores		322.46	958.46	1,402.95	2,023.80	2,537.28
25% Impuesto a la Renta		537.44	1.597.44	2,338.25	3,37.00	4,228,80
Flujo después de Impuestos		1,289.85	3,833.85	5,611.80	8,095.19	10,149.11
Inversión inicial						
Maquinarias y Equipos	1,914.00					
Muebles y enseres	681.00					
Equipos de Oficina	1,020.00					
Impuesto, consultoría, impuesto	255.00					
Legalización RUC	10.00					
Patente Municipal	10.00					
Protocolización de documentos (Notaría)	100.00					
Imprevistos 5%	199,50					
Sueldos y salarios	1,076.59					
Servicios básicos	396.00					
Adecuación del local	200,00					
Publicidad	650.00					
otros gastos	240.00					
Suministros de oficina	54.47					
Materiales de Oficina	178.75					
Depreciación (+)		51.99	51.99	51.99	51.99	51.99
Flujo de caja neto		1,341.84	3,885.84	5,663.79	8,147.18	10,201.10
Flujo de caja acumulado		1,341.84	5,227.68	10,891.47	19,038.65	29,239.75

4.5.1.11. Punto de Equilibrio:

Para calcular el punto de equilibrio de la empresa productora y comercializadora se tomaron los valores proyectados de los ingresos, de los costos fijos y de los costos variables, teniendo como resultado un punto de equilibrio

Cuadro 42: Punto de Equilibrio durante los primeros cinco años de la empresa comercializadora manjar de Papa

Rubro	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos	32,000.00	40,000.00	48,000.00	56,000.00	64,000.00
Fijos	14,850.25	14,860.25	15,547.00	15,558.02	16,284.81
Variables	13,948.26	13,948.26	14,624.51	14,624.51	15,339.72

Elaborado por: autora

Fórmula del punto de equilibrio monetario

$$P. E (M) = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$P. E (M) = \frac{14,860.25}{1 - \frac{13,948.26}{40,000.00}}$$

$$P.E (M) = 22,816.52$$

4.5.1.12. Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto

Al calcular la rentabilidad de la empresa Caritas Dulces Productora y comercializadora de Manjar de papa se obtuvo una Tasa interna de Retorno del 29,45 % y un valor Actual Neto de \$ 6348,02

Para calcular el VAN y el TIR se tomó como referencia la actual tasa activa 12%

Cuadro 43: TIR Y VAN

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja neto	-6,842.31	-5,500.47	3,885.84	5,663.79	8,147.18	10,201.10
Flujo de caja acumulada	6,842.31	1,341.84	5,227.68	10,891.47	19,038.65	29,239.75

Tasa Referencial 12%

TIR

28,01%

VAN

\$ 4.503,29

4.5.1.13. Relación Beneficio Costo

La relación beneficio costo para el primer año, es que por cada dólar invertido se obtendrá \$ 1,07 de igual forma para el segundo año ascendiendo a \$ 1,19 y así sucesivamente para cada año como lo indica el siguiente cuadro.

Cuadro 44: Rentabilidad durante los primeros cinco años de la empresa Caritas Dulces

Rentabilidad	1	2	3	4	5
Ingresos	32,000.00	40,000.00	48,000.00	56,000.00	64,000,.00
Egresos	29,850.25	33,610.25	38,647.00	42,508.02	47,084.81
RELACIÓN B/C	1,07	1,19	1,24	1,32	1,36

4.6. Discusión

Con la determinación del estudio de mercado en las encuestas comprobamos que existe demanda para comprar el Manjar de Papa, lo que acredita la instalación de la empresa productora y comercializadora, con esto indicamos que los encuestados si consumirían el producto ya que un producto alternativo con nutrientes, el cual se obtuvo una aceptación del 98% lo que concuerda con **Meza (2010)** que dice el estudio de mercado está en que recoge información sobre el producto que supone suministrara el proyecto y porque aporta información valiosa para la decisión final de invertir.

El valor actual neto es de \$ **4503,29** positivo, coincidiendo con lo manifestado por **Galindo (2011)**, Este criterio plantea que es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

La tasa interna de retorno es de **28,01%** la cual resultó superior a la tasa de interés del mercado, por lo tanto el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico. **Galindo (2011)**, es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto.

Con los resultados obtenidos por pudimos dar cuenta que la empresa si tendría acogida en el mercado Valenciano. También se comprobar que la hipótesis planteada “La elaboración de un plan de negocio permitirá establecer la viabilidad y rentabilidad en la creación de una empresa productora y comercializadora de Manjar de Papa en el Cantón Valencia, año 2014.” Es aceptada.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Por medio del Estudio de Mercado se logró conocer las posibilidades de éxito que tiene la empresa con la producción y comercialización de un producto innovador dentro del mercado como lo es el Manjar de Papa, a través del análisis de la oferta y la demanda se pudo conocer nuestros posibles clientes.
- Con el estudio técnico se ha determinado que existe una amplia posibilidad de instalar una empresa dedicada a la producción y comercialización de Manjar de Papa de la misma manera cuál sería el lugar exacto para instalarla la que estará localizada en el Cantón Valencia en la Av. Jorge Herrera Cruz lotización la moderna a lado de la escuela Víctor Manuel Rendón, también se logró establecer la estructura organizacional de la empresa donde estará dirigido por el propietaria.
- Por medio del Estudio Financiero y haber obtenido los resultados del TIR 28,01 y VAN 4.503,29 se alcanzó comprobar la viabilidad que tendrá la Empresa “Caritas Dulces” con su producto manjar de papa dentro del mercado, logrando conocer su factibilidad debido a que el Valor Actual Neto es mayor a 0.

5.2. Recomendaciones

- Realizar constantemente un estudio de mercado a los habitantes del cantón Valencia, para de esta manera conocer si la competencia ha sacado productos sustitutos y así la empresa permanezca en el mismo rango de estabilidad económico.
- Mantener proveedores directos de la materia prima que se utiliza en la elaboración de manjar de papa, para que los costos no sean alterados mediante cambios producidos por el clima o la estabilidad política.
- Implementar la empresa dedicada de la producción y comercialización de manjar de papa y realizar seguimiento constante del valor actual neto y la tasa interna de retorno a fin de conseguir la relación de costo beneficio para de esta manera saber el grado de utilidad o pérdida del negocio.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

- **AGUILAR I, DIAZ, N, GARCIA Y.** (2009). Finanzas Corporativas en la Práctica. 1^{ra} ed. Madrid. Grefol S.A. Pág. 5, 6,7
- **ARCE, A.** (2009). El Cultivo de la patata. 2^{da} ed. España. Editorial Mundi- Prensa. Pág. 3,5,6,7
- **BACA, U.** (2010). Evaluación de Proyectos. 6^{ta} ed. México. Edamsa Impresiones S.A de C.V. Pág.15 ,41
- **CABRERIZO, M; NAVEROS, J.** (2009). Plan de Negocios. .Dirección y Gestión de Empresas. 2^{da}ed. Editorial Vértice, Pág. 7,8
- **DIAZ, S.** (2009). Plan de Negocios. España. Ediciones Díaz Santos, Pág. 73,75
- **ESPEJO, L.** (2010). Contabilidad General. 1^{ra} ed. Loja- Ecuador. Editorial de Universidad Técnica de Loja. Pág. 5,6.
- **ESPEJO, L.** (2010). Contabilidad General. 1^{ra} ed. Loja- Ecuador. Editorial de Universidad Técnica de Loja. Pág. 406,407, 409,411.
- **FLOREZ, J.** (2010). Proyectos de Inversión para la Pyme. 2^{da}ed. Bogotá D.C. Editorial Impresores. Pág. 36,45,46,49,52,53,54,55,56,59,60.
- **GALINDO, C.** (2011). Formulación y evaluación de planes de negocios. 1^{ra} ed. Bogotá. Ediciones de la U. Pág. 160.
- **MARTÍNEZ, D; GUTIÉRREZ, A.** (2012). La elaboración de un Plan Estratégicos a través del cuadro de Mando Integral. Ediciones Díaz de Santos. S.A. Pág. 111,112.

- **MEZA, J.** (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. 3^{ra} ed. Bogotá. Eco Ediciones. Pág. 22, 23, 28,29.
- **MIRANDA, J.** (2012). Gestión de Proyectos. 7^{ma} ed. Bogotá- Colombia. MM Editores. Pág. 103.
- **NASSIR, S.** (2011). Proyectos de Inversión. 2^{da} ed. Chile. Pearson Educación de Chile S.A. Pág.123, 136,137
- **PARKIN, M.** (2010). Microeconomía. 7^{ma} ed. México. Pearson Educación de México, S.A de C.V. Pág. 61.
- **PLAMPLONA, R. GORDON,M.** (2009).Salud por las plantas Medicinales. 1^{ra}ed. Madrid-España. Editorial Safeliz, S.L. Pág. 214,215
- **RIGAUX, E.** (2010). La leche, Queso y mantaca. México. Editorial Maxtor. Pág. 1,9
- **TORREZ, A.** (2010). Contabilidad de Costo. 3^{ra} ed. México D.F. Litográfica Ingramex. Pág. 8

6.2. Linkografia

Disponible en:

- <http://www.euroresidentes.com/Alimentos/azucar.htm>
- <http://cef.sri.gov.ec/virtualcef/file.php/1/MaterialCursosVirtuales/ContenidoRUC07.pdf>
- <http://www.aevd.ec/attachments/article/75/LeyDefensaConsumidor.pdf>
[content/uploads/downloads/2012/08/Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones.pdf](http://www.aevd.ec/uploads/downloads/2012/08/Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones.pdf)
- www.inec.gob.ec/

CAPÍTULO VII

ANEXOS

Anexo 1.

ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN VALENCIA

Buenas días / tardes, estamos realizando una encuesta para evaluar el lanzamiento de un producto nuevo en el mercado. Para esto le invitamos a conocer de qué se trata y le pedimos brindarnos 5 minutos de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

1. ¿CUÁL ES SU EDAD?

Menos de 14 años ☐

15 a 24 años ☐

25 a 59 años ☐

2. ¿LE GUSTA CONSUMIR MANJAR?

Si ☐

No ☐

3. DE LAS SIGUIENTES OPCIONES DETERMINE LA RAZÓN DE CONSUMO DE MANJAR?

Por sus vitaminas ☐

Por su calcio y proteínas ☐

Por su preferencia ☐

Porque sus gustos ☐

4. ¿CUÁLES SON LOS SABORES DE MANJAR DE SU PREFERENCIA?

Leche ☐

Coco ☐

Frutilla ☐

Papa ☐

5. ¿DE LAS SIGUIENTES MARCAS DE MANJARES CUAL A CONSUMIDO?

Nestlé ☐

Toni ☐

Alpina ☐

6. ¿LE GUSTARIA PROBAR EL MAJAR DE PAPA?

Si ☐

No ☐

7. ¿CON QUE LE GUSTARIA ACOMPAÑAR EL MANJAR DE PAPA?

Galleta ☐

Pan ☐

Bocaditos ☐

8. ¿Dónde LE GUSTARIA ADQUIRIR ESTE PRODUCTO?

Comisariatos ☐

Tiendas ☐

9. ¿CUÁNTO PAGARIA POR EL ENVASE DE MANJAR DE PAPA DE 113gr?

\$1.50 ☐

\$2.00 ☐

\$2.50 ☐

10. ¿CREE USTED QUE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN DE MANJAR DE PAPA CONTRIBUYE CON EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN VALENCIA?

Si ☐

No ☐

11. CUÁLES DE LAS SIGUIENTES MARCAS DE MANJARES
ENCUENTRA USTED EN EL COMISARIATO.

Tony ☐

Alpina ☐

Nestlé ☐

12. LOS MANJARES QUE EXISTE EN EL MERCADO TIENEN UN
PRECIO COMODO PARA SU ADQUISICION

Si ☐

No ☐

Anexo 2.

Formulas de la Oferta

$$1. \sum y = Na + b \sum x$$

$$2. \sum xy = a \sum x + b \sum x^2$$

$$1.050 = 3a + 6b \quad (-2)$$

$$2.120 = 6a + 14b$$

$$-2.100 = -6a - 12b$$

$$2.120 = 6a + 14b$$

$$\frac{20}{20} = \frac{\quad}{2b}$$

$$a = \frac{20}{2}$$

$$a = 10$$

$$1.050 = 3a + 6b \quad (-$$

2)

$$2.120 = 6a + 14b$$

$$-14.694 = -42a - 84b$$

$$12.720 = 36a + 84b$$

$$-1.974 = -6a$$

$$y = a + b x$$

$$y = 10 + 329 (4) = 1.326$$

$$y = 10 + 329 (5) = 1.655$$

$$y = 10 + 329 (6) = 1,984$$

$$y = 10 + 329 (7) = 2.313$$

$$y = 10 + 329 (8) = 2.642$$

Anexo 3.

Imágenes de los ingredientes para la elaboración del producto.



PAPA



LECHE



CANELA



AZUCAR

Anexo 4.

