



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROYECTO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DE LA
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DEL DULCE TRADICIONAL DE FRÉJOL Y
GUAYABA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN DURANTE EL
PERIODO FISCAL 2019**

Autor:

Mileidy Carmen Lara Suárez

Director de la tesis:

Ing. Karina Jácome

QUITO-ECUADOR 2019

Dedicatoria

Dedico este proyecto a Dios por darme la dicha de vivir y permitirme cumplir mis objetivos, a mis Padres por ser el pilar fundamental en cada paso para los logros de mi vida, y a toda mi familia por estar siempre transfiriéndome palabras de aliento, motivándome a seguir adelante con mi formación profesional.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por guiarme en este camino, por darme la suficiente sabiduría y perseverancia para el desarrollo de este proyecto, a mis Padres por ser ejemplo de constancia, y por estar siempre apoyándome en mis estudios. A mis hermanos/as, cuñados/as que gracias a su apoyo incondicional y consejos logre seguir adelante. A la Ing. Karina Jácome, al Lic. Pablo Ortega, Ing. Maritza Moreira y a cada uno de los licenciados que en el transcurso de esta carrera me han brindado sus conocimientos los cuales hicieron posible la culminación del proyecto.

Resumen

Este proyecto de tesis está basado en el diseño de un plan de negocio para la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba en la Parroquia de Calderón. Ofreciendo un producto nuevo en este sector, el mismo que contiene proteínas y beneficios para la salud de las personas.

El interés que se tiene al desarrollar este plan de negocio ha sido el mejorar la alimentación ofreciendo un producto con un alto valor nutricional, que permita alcanzar mejores niveles de salud mediante una alimentación sana con productos propios de nuestra región, además contribuirá a mejorar los ingresos de la comunidad el Hato de Chamanal ya que este pueblo es ancestral de Afros Ecuatorianos y serán nuestro principal proveedor de la materia prima para la realización de este producto, y de esta manera se alcanzara a contribuir al desarrollo sustentable de una economía popular y solidaria.

En este trabajo se ha recopilado información para el desarrollo del: marco teórico-metodológico, análisis de resultado y plan de gestión, con el fin de sustentar la investigación y la propuesta.

El presente trabajo de investigación tiene el propósito de ser una fuente de información para investigadores que tengan la necesidad de conocer del producto tradicional dulce de fréjol y guayaba, y además que sea una fuente de motivación para aquellas personas que se interesen en desarrollar un emprendimiento.

Abstract

This thesis project is based on the design of a business plan for the production and commercialization of the traditional sweet bean and guava in the Parroquia de Calderón. Offering a new product in this sector, the same one that contains proteins and benefits for the health of people.

The interest we have in developing this business plan has been to improve food by offering a product with a high nutritional value, which allows us to achieve better health levels through a healthy diet with products from our region, as well as contributing to improve income. from the Hato de Chamanal community, since this village is ancestral of Afro-Ecuadorians and will be our main supplier of the raw material for the realization of this product, and in this way it will be able to contribute to the sustainable development of a popular and solidary economy.

In this work, information has been collected for the development of the theoretical-methodological framework, result analysis and management plan, in order to sustain the research and the proposal.

The present research work is intended to be a source of information for researchers who need to know the traditional sweet bean and guava product, and also be a source of motivation for those who are interested in developing a venture.

Tabla de contenidos

Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Resumen	iii
Abstract	iv
CAPITULO I	13
1. TEMA	13
1.1 Antecedentes	13
1.2 Introducción	13
1.3 Objeto del estudio Enfoque cartesiano	14
1.4 Planteamiento del Problema	15
1.5 Objetivos	16
1.5.1 Objetivo General	16
1.5.2 Objetivos Específicos	16
1.6 Justificación	17
1.7 Alcances	18
1.8 Limitaciones	18
1.9 Hipótesis	18
1.10 Variables	19
CAPITULO II	20
2. MARCO TEÓRICO	20
2.1 Introducción	20
2.2 Administración	20
2.2.1 Planificación	20
2.2.2 Organización	20
2.2.3 Dirección	21
2.2.4 Control	21

2.3	Área Comercial.....	21
2.4	Historia de los Afros Ecuatorianos.....	22
2.4.1	Ubicación.....	22
2.4.2	Actividad.....	23
2.5	El fréjol.....	23
2.5.1	Antecedentes históricos.....	23
2.5.2	Historia del fréjol.....	24
2.5.3	Origen del fréjol.....	24
2.5.4	Beneficios.....	24
2.5.5	Cuando no consumir fréjol.....	25
2.6	Propiedades.....	25
2.6.1	Mejoran la digestión.....	25
2.6.2	Ayudan a mantener una presión arterial baja.....	25
2.6.3	Promueven una óptima salud de los huesos.....	26
2.6.4	Pueden prevenir enfermedades al corazón.....	26
2.6.5	Tienen propiedades anticancerígenas.....	26
2.6.6	Reducen el colesterol.....	26
2.6.7	Ayudan en el tratamiento de la diabetes.....	26
2.6.8	Son un alimento completo, alto en nutrientes y bajo en calorías.....	27
2.6.9	Ayudan en el tratamiento de artritis y enfermedades reumatoideas.....	27
2.6.10	Disminuyen los síntomas durante el Síndrome Premenstrual.....	27
2.6.11	Fortalecen las articulaciones.....	27
2.6.12	Permiten la absorción de más hierro.....	28
2.6.13	Previenen problemas durante el embarazo.....	28
2.7	Componentes de los frijoles.....	28
2.8	La guayaba.....	28
2.8.1	Beneficios.....	28

2.8.2	Tratamiento contra la diarrea.....	29
2.8.3	Aumenta las defensas	29
2.8.4	Promueve la salud cardiovascular	29
2.8.5	Dientes sanos y fuertes	29
2.8.6	Control de la diabetes	29
2.8.7	Ayuda a prevenir el cáncer	29
2.8.8	Estimula las funciones cognitivas	30
2.8.9	Ayuda a mantener la tiroides sana.....	30
2.8.1	Contribuye a la salud ocular.....	30
2.8.11	Mejora la salud de la piel	30
2.9	Ventajas de la producción artesanal	31
2.10	Marco referencial.....	31
2.11	Marco legal.....	33
2.11.1	Procesos legales previos al funcionamiento de la empresa.....	33
2.11.2	Requisitos para sacar el RUC para Personas Naturales	34
2.11.3	El Registro sanitario	34
2.12	Marketing Mix	38
2.13	Plan de mercadotecnia	39
2.14	Estrategias mercadotecnia	40
2.15	Marco metodológico.....	41
2.15.1	Introducción.....	41
2.15.2	Metodología de la investigación.....	41
2.15.3	Metodología cuantitativa.....	41
2.15.3.1	Encuesta.....	42
2.15.4	Metodología cualitativa.....	42
2.15.4.1	Entrevista.....	42
	CAPITULO III.....	43

3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	43
3.1	Introducción.....	43
3.2	Macro Localización.....	43
3.3	Micro Localización	44
3.4	Investigación de campo	46
3.5	Oferta.....	46
3.6	Demanda	46
3.7	Procedimientos de instrumentación.....	46
3.7.1	Población.....	47
3.7.2	Muestra.....	48
	Fórmula de la muestra.....	48
3.7.3	Encuesta.....	49
	Formato de Encuesta	49
3.8	Descripción del análisis (propuesta, plan estratégico).....	53
3.8.1	Análisis de resultados	53
	CAPÍTULO IV ADMINISTRATIVO	77
4.1	Orgánico Funcional	77
4.1.1	Organigrama	77
	CAPÍTULO V PROPUESTA	80
5.1	PLAN DE GESTIÓN	80
5.1.1	Plan de Gestión administrativa.....	80
5.1.2	Plan de Gestión financiera.....	80
5.2	Estrategia comercial	81
5.2.1	Marketing mix	81
5.3	Manual de Marca	83
5.4	Plan Estratégico	85
5.4.1	Estrategias de marketing.....	85
	CAPITULO VI FACTIBILIDAD FINANCIERA	86

CAPITULO VII	101
7.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	101
7.1.1 Conclusiones.....	101
7.1.2 Recomendaciones	102
8. Bibliografías	103
Glosario.....	106
Anexos	107

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Árbol de problemas	16
Ilustración 2. Mapa Calderón	44
Ilustración 3: Mapa Luz y Vida, Calderón, Quito	45
Ilustración 4: Plano	45
Ilustración 5: Flujograma.....	79

Índice de tablas

Tabla No1. Población Parroquia de Calderón	48
Tabla No2. Formato de encuesta.....	50
Tabla No3. Pregunta1. Pregunta Filtro	53
Tabla No4. Pregunta2. ¿Cuál es su edad?	55
Tabla 5. Pregunta3. ¿Cuál es su género?.....	57
Tabla 6. Pregunta4. ¿Cuál es su estado civil?	58
Tabla 7. Pregunta5. ¿Con qué frecuencia consume usted dulces?	60
Tabla 8. Pregunta 6. ¿Le gustaría consumir un dulce que contenga proteínas y beneficios para su salud?	62
Tabla 9. Pregunta7. ¿Conoce usted una empresa que se dedique a la producción y comercialización del dulce de frejol y guayaba?.....	63
Tabla 10. Pregunta8. ¿Le gustaría consumir un dulce hecho a base de fréjol y guayaba?	65
Tabla 11. Pregunta9. ¿Usted haría la compra de este dulce?.....	66
Tabla 12. Pregunta10. ¿Qué tan de acuerdo o desacuerdo está en que se haga la creación de una empresa para la producción y comercialización del dulce de fréjol y guayaba?	68
Tabla 13. Pregunta 11. ¿Qué tan razonable le parecería cancelar el valor de 3 dólares por un frasco de 300g del dulce de freéol y guayaba?.....	70
Tabla 14. Pregunta12. ¿Qué tan relevante le parece la calidad a la hora de comprar un dulce?.....	72
Tabla 15. Pregunta13. ¿Qué tan relevante le parece el precio a la hora de comprar un dulce?.....	73
Tabla 16. Pregunta14. ¿Qué tan relevante le parece el servicio a la hora de comprar un dulce?.....	75

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Pregunta 1. ¿Le gustan los dulce?.....	54
Gráfico 2: Pregunta2. ¿Cuál es su edad?	56
Gráfico 3: Pregunta3. ¿Cuál es su género?	57
Gráfico 4: Pregunata4. ¿Cuál es su estado civil?.....	59
Gráfico 5: Pregunta5. ¿Con qué frecuencia usted consume dulce?.....	61
Gráfico 6: Pregunta 6. ¿Le gustaría consumir un dulce que contenga proteínas y beneficios para su salud?	62
Gráfico 7: Pregunta7. ¿Conoce usted una empresa que se dedique a la producción y comercialización del dulce de fréjol y guayaba?	64
Gráfico 8: Pregunata8. ¿Le gustaría consumir un dulce a base de frejol y guayaba? ...	65
Gráfico 9: Pregunta9. ¿Usted haría la compra de este dulce?.....	67
Gráfico 10: Pregunta10. ¿Qué tan de acuerdo o desacuerdo está en que se haga la creación de una empresa para la producción y comercialización del dulce de fréjol y guayaba?.....	69
Gráfico 11: Pregunta11. ¿Qué tan razonable le parecería cancelar el valor de 3 dólares por un frasco de 300g del dulce de frejol y guayaba?	70
Gráfico 12: Pregunta12. ¿Qué tan relevante le parece la calidad a la hora de comprar un dulce?.....	72
Gráfico 13: Pregunta13. ¿Qué tan relevante le parece el precio a la hora de comprar un dulce?.....	74
Gráfico 14: Pregunta14. ¿Qué tan relevante le parece el servicio a la hora de comprar un dulce?.....	76

CAPITULO I

1. TEMA

Plan de negocio para la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba en la parroquia de Calderón durante el periodo fiscal 2019.

1.1 Antecedentes

Diseño de un plan de negocio para la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba en la Parroquia de Calderón durante el periodo fiscal 2019. Este proyecto pretende determinar la factibilidad para la creación de la empresa artesanal cuyo objetivo principal es rescatar la cultura de los afro descendientes de la provincia del Carchi a través del dulce de fréjol.

Ofrecer un producto saludable que aporte a la salud de los seres humanos, por lo que el dulce de fréjol y guayaba contiene beneficios completos a nivel nutricional, el fréjol es un producto lleno de proteínas, carbohidratos y vitaminas que ayudan a prevenir ciertas enfermedades entre ellas del sistema digestivo, y la guayaba es una fruta que es utilizada como medicina natural por lo que de igual manera contiene diferentes beneficios aportando al buen funcionamiento del cuerpo humano. Por ello y pensando en la salud se determina ofrecer un dulce rico de buen sabor, con un alto valor nutricional.

1.2 Introducción

El fréjol es uno de los productos principales de la alimentación de las personas, este grano es cultivado en diferentes Provincias de la Sierra del Ecuador como lo es: Esmeraldas, Imbabura, Carchi, y otras provincias de la sierra y el oriente. “Para cultivar el fréjol en el país es necesario contar con terrenos ubicados a una altura de 1.000 a

2.200 metros sobre el nivel del mar” (El Productor, 2015), este producto tanto como la guayaba se da en la Comunidad del Hato de Chamanal que está ubicada en la provincia del Carchi donde están asentados los Afros Ecuatorianos los cuales se dedican a lo que es la agricultura y cultivan el fréjol, la guayaba y otros productos principales de la zona, las características que tiene la región son propicias para el cultivo en grandes cantidades de estos productos, lo que han motivado a la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba ya que serían los principales proveedores de la materia prima para la elaboración del producto.

El principal objetivo es diseñar un plan de negocios para la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba en la Parroquia de Calderón, cuenta con 152.086 habitantes según los datos estadísticos del INEC que realizó en el año 2010, el plan de negocio se lo realiza con el fin de brindar un producto de calidad y satisfacer las necesidades de las personas y así puedan adquirir un producto con un alto valor nutricional.

Buscando mejorar su calidad de vida ofreciendo un dulce que contiene proteínas y beneficios para la salud, el consumo de este dulce sería de mucha importancia para el ser humano. El producto tiene buen sabor, el cual al salir a la venta se contribuirá un mercado atractivo con un producto innovador en la actualidad, de esta manera satisfacer las necesidades alcanzando la economía popular.

1.3 Objeto del estudio Enfoque cartesiano

- Descartes (1637), publica el método del discurso o más conocido como el método cartesiano, que es una de las obras más respetadas en la historia de la filosofía moderna. No basta, ciertamente, tener un buen entendimiento: lo principal es aplicarlo bien”. Este método se puede aplicar a varias ramas o cuestiones y posee cuatro reglas que son:

- Regla de la evidencia. - No se admite nada como verdadero a menos que sea evidente.

- Regla del análisis. - Dividir en diferentes partes el problema, para resolver más fácilmente aquello que se está estudiando.

- Regla de la síntesis. - Una vez que se estudian todas las partes, se hace una síntesis, una puesta en común de todo lo que hemos obtenido estudiando las diferentes partes.
- Regla de las comprobaciones. - Al terminar la síntesis, enumerar todo y revisarlo por si se omite algo.

1.4 Planteamiento del Problema

Hoy en día en el mercado es difícil encontrar un producto que contenga un alto en proteínas y beneficios para la salud del ser humano. Por lo que en el sector de la Parroquia de Calderón existe una carencia de un dulce que contenga valores nutricionales, desconocimiento del valor nutricional que poseen ciertos dulces y dificultad de adquirir un producto con beneficios para la salud, por lo que se ha detectado que estas son las causas de la falta de consumo de un dulce con proteínas y el principal objetivo es diseñar un plan de negocio para la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba.

Dar a conocer el valor nutricional que contiene este dulce y ofrecer este producto que contiene beneficios para la salud y así satisfacer las necesidades de las personas mejorando su alimentación diaria. Se ve necesario la producción y comercialización de un producto con diferentes valores nutricionales que permitirá alcanzar mayores niveles de salud para las personas que lo consuman, y de esta manera también se contribuirán los fundamentos de un cambio cultural dirigido a la pobreza y desigualdad, promoviendo un acceso más justo y así alcanzar la economía popular y solidaria ya que este producto es tradicional de estos pueblos ancestrales como lo son los afros ecuatorianos.

De igual manera se ayudara a generar mayor ingresos apoyando la economía popular a los habitantes de la Comunidad el Hato de Chamanal y sean los principales proveedores de la materia prima, y así contribuir para que este pueblo obtenga mejores ingresos.

Ilustración 1. Árbol de problemas



Fuente: Investigación propia
Elaborado: Mileidy Lara

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocio para la producción y comercialización del dulce tradicional del fréjol y guayaba en la Parroquia de Calderón.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar las teorías necesarias para poder diseñar un plan de negocio para la producción y comercialización del fréjol y guayaba.
- Analizar los elementos necesarios para realizar el diseño de un plan de negocio.
- Gestionar un estudio de mercado para reconocer el tamaño de población, identificando a los posibles consumidores, realizar el análisis de resultados para observar la aceptación del producto donde este se adapte a las necesidades de las personas.

1.6 Justificación

El fréjol es un producto que se originó en Mesoamérica, el cual fue domesticado en la región de los Andes, en lo que es hoy Perú, Ecuador, México y América Central. Es un alimento que se ha venido consumiendo a nivel mundial. En el Ecuador existen ejemplos de emprendimientos como lo es el proyecto de titulación propuesto por la Universidad de Guayaquil y también en la Universidad de las Américas, donde ha realizado un estudio que plantea la elaboración del dulce de frejol.

El plan de negocio que se propone diseñar es innovador dentro de la sociedad, a niños, jóvenes y adultos les agrada mucho lo que son productos dulces y que mejor hacer la producción del dulce de fréjol ya que es innovador y contiene muchos nutrientes.

Por lo tanto a partir de lo anterior se propone realizar un dulce tradicional pensando en innovar y mejorar las necesidades nutricionales de las personas, actualmente son pocos los dulces de bajas calorías y proteínas nutritivas, y con el fin de mejorar su dieta alimenticia se lo realizara, ya que el producto es beneficioso para la salud de todas las personas, anémicas, con diabetes, con problemas de defensas bajas y malnutrición.

Se determina que es viable diseñar un plan de negocio para la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba en la Parroquia de Calderón para que así se realicen emprendimientos productivos alcanzando el buen vivir fomentando la producción de nuevos productos que incluye alimentos frescos y nutritivos, y se centre en una economía para los seres humanos.

Además de que permitirá alcanzar mayores niveles de producción y consumo social, se contribuirán los fundamentos de un cambio cultural dirigido a la pobreza y desigualdad, para que se respete la identidad cultural, como lo es la de los afrodescendientes promoviendo un acceso más justo y así alcanzar la economía popular y solidaria. El dulce de fréjol es uno de los principales platos típicos de los afrodescendientes por lo que al diseñar este plan de negocio se mejorara la producción aumentando un equilibrio económico en la sociedad para mejorar sus necesidades y generar mayor ingresos, ya que habitantes de la Comunidad el Hato de Chamanal sería

los principales proveedores y así contribuir a una fuente de ingreso para las familias de la misma.

Es importante el desarrollo de nuevos emprendimientos y sobre todo de productos innovadores que contienen nutrientes, satisfaciendo las necesidades de las personas, creciendo en la economía, solucionando problemas y mejorando el desarrollo para el buen vivir. El producto es innovador ya que al desarrollarse tendrá la opción de mejorar sus hábitos alimenticios y calidad de vida. Para buscar una solución al problema analizado se utilizara la siguiente metodología de investigación cuantitativa, método analítico y técnicas de observación a partir de la herramienta de encuesta y entrevista.

1.7 Alcances

- Se determinará si será viable el diseño propuesto en el proyecto.
- Se realizará la constitución del Emprendimiento para la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba en la Parroquia de Calderón.
- Analizar las variables de las cuatro P (producto, precio, plaza y promoción) para la planificar y dar estrategias para poder satisfacer las necesidades de las personas.
- Tener una buena rentabilidad donde haya excelente demanda.

1.8 Limitaciones

- El estudio se realizará en la Parroquia de Calderón por lo que se tendrá una muestra solo de esta población.

1.9 Hipótesis

- El género femenino es quien consume más dulces en la Parroquia de Calderón.
- La producción y comercialización del dulce tradicional de frejol y guayaba en la Parroquia de Calderón es viable.

1.10 Variables

1.10.1 Independiente:

En este caso la variable independiente será el diseño del plan de negocio.

1.10.2 Dependiente:

La variable dependiente será la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba ya que para la realización del emprendimiento dependerá del diseño del plan de negocio.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Introducción

En el marco teórico se enfoca en el estudio de teorías fundamentadas que permitirán comprender al problema planteado, donde se ha investigado acerca del área comercial del producto del fréjol y guayaba: identificando sus proteínas y beneficios para la salud de las personas, los procesos administrativos como: planeación, organización, dirección y control, además el área legal.

2.2 Administración

“El proceso administrativo y sus componentes, planeación, organización, dirección y control, resultan de la mayor importancia para la empresa dentro del sistema de toma de decisiones” (Perez, 2013).

2.2.1 Planificación

La planificación implica establecer acciones con algún plan lógico, dentro de ella se siguen los siguientes pasos: investigación del entorno e interna, planteamiento de estrategias, políticas y propósitos, así como de acciones a ejecutar en el corto, medio y largo plazo. (Perez, 2013).

2.2.2 Organización

La organización es un conjunto de reglas, cargos, comportamientos que han de respetar todas las personas que se encuentran dentro de la empresa, la función principal

de la organización es disponer y coordinar todos los recursos disponibles como son humanos, materiales y financieros. (Perez, 2013).

2.2.3 Dirección

En la dirección se encuentra la ejecución de los planes, la motivación, la comunicación y la supervisión para alcanzar las metas de la organización. (Perez, 2013).

2.2.4 Control

El control es la función que se encarga de evaluar el desarrollo general de una empresa. (Perez, 2013).

Por lo tanto la definición que estableció (Perez, 2013), es muy importante aplicarlo en el plan de negocio por lo que esto permitirá a la empresa tener un proceso administrativo de planificación, organización, dirección y control para que la empresa obtenga un buen sistema de toma de decisiones.

La aplicación de los procesos se tendrá una buena toma de decisiones para que la organización pueda mantenerse y tener éxito y buen desempeño que permitirá el orden para garantizar la disponibilidad del personal y contribuir a una buena productividad dentro de la empresa ya que al aplicarlos se adquiere habilidades para la mejorar dentro de la empresa.

2.3 Área Comercial

El dulce de fréjol y guayaba es un producto tradicional de los pueblos Afros ecuatorianos por lo que primero se conocerá un poco de ellos.

2.4 Historia de los Afros Ecuatorianos

Son llamados Afro Ecuatorianos los descendientes de los esclavos que llegaron a América durante la época de la conquista y colonia española. Etimológicamente el nombre de Afro Ecuatorianos procede, de Afros = descendientes de África, y ecuatorianos = nacidos en Ecuador.

Su presencia data, más o menos hace quinientos años, incluso cuando no existía la República del Ecuador como tal, y nuestro territorio era conocido como la Real Audiencia de Quito. Desde aquel momento han aportado con su cultura, arte y costumbres, heredadas por sus antepasados africanos, tomando matices de etnias americanas nativas.

La historia de los Afros Ecuatorianos es largo y tiene muchos instantes pocos conocidos para la mayoría de ciudadanía, explorar la historia de este pueblo conlleva a recordar sus primeras instancias en el Ecuador, y de esta manera saber que es un pueblo el cual apoya con su cultura, arte y costumbres fomentando ante las personas su largo camino hasta hoy la actualidad. (forosecuador.ec, 2018).

2.4.1 Ubicación

Los territorios de asentamiento ancestral de las comunidades negras son: el Valle del Chota, La Concepción, Salinas y Guallupe, en las provincias de Carchi e Imbabura. Producto de la migración, el pueblo negro se encuentra asentado en las grandes ciudades como: Quito, Guayaquil, principalmente; además en otras provincias del país como: El Oro, Los Ríos, Sucumbíos, Orellana, Santo Domingo de los Tsachilas, entre otras provincias. (forosecuador.ec, 2018).

2.4.2 Actividad

En la actualidad las actividades de los Afros Ecuatorianos son variadas.

En este caso se hace referencia a una de las actividades principales de estos pueblos, como es la agricultura. Según una investigación realizada sobre la gastronomía, historia y cultura en la Parroquia la Concepción, Cantón Mira, Provincia del Carchi, realizado por Mauricio Esteban Guerra quien dice que, “Su actividad primordial es la agricultura goza de un clima abrigado y seco, con un promedio de temperatura de 24 centígrado, lo que favorece una variedad de producción de frutos tropicales, la población se dedica a la agricultura principalmente con el cultivo de pepinos dulces, ovos, tomate, frejoles, etc.” (Esteban, 2017).

Al mencionar esta información acerca de los afros Ecuatorianos que se encuentran en diferentes Provincias del Ecuador es para recalcar que esta cultura es la principal que se dedica al cultivo de granos como es el frejol y al ser los principales Agricultores de este producto es donde se ha observado que se podría realizar la compra de la materia prima en estos lugares para así obtener un producto con mejor valor nutricional por lo que el producto se adquirirá de primera mano y su calidad será mejor.

2.5 El fréjol

2.5.1 Antecedentes históricos

Se habla acerca de los antecedentes históricos del fréjol, origen, beneficios, etimología y cuando no consumir el fréjol, donde explica lo siguiente:

Antes de la llegada de los españoles, a América, no se padecían hambrunas como en Europa, porque en América se acostumbraba el poli-cultivo, donde se sembraba el Maíz y el fréjol. El fréjol en unión con el Maíz, forman la cadena que genera proteínas fundamentales para que el ser humano esté bien nutrido. En nuestro país, esta leguminosa juega un papel importante, ya que en los campos es necesaria, la combinación del cultivo del maíz y del fréjol; éste método de cultivo sirve para que los

campos descansen, ya que la gramínea absorbe nitrógeno y la leguminosa, a su vez; lo provee. (Felix, 2011).

2.5.2 Historia del fréjol

Son uno de los alimentos más antiguos que el hombre conoce; han formado parte importante de la dieta humana desde hace miles de años. Se encuentran entre las primeras plantas alimenticias domesticadas y luego cultivadas. El fréjol domesticado más antiguo se ha encontrado en la Cueva del Guitarrero, un sitio arqueológico en Perú, y se ha aproximado su fecha de alrededor del segundo milenio AC.

Los fréjoles comunes empezaron a cultivarse hace aproximadamente 7000 años A.C. en el sur de México. En México, los nativos cultivaron los frijoles blancos, negros, y todas las demás variedades de color. También semillas pequeñas y semillas grandes.

Puesto que las culturas Mesoamericanas de México cruzaron el continente americano, estos fréjoles y las prácticas de cultivo se propagaron poco a poco por toda Suramérica a medida que exploraban y comercializaban con otras tribus. (Felix, 2011).

2.5.3 Origen del fréjol

La especie *Phaseolus vulgaris* o fréjol común es originaria del área de México-Guatemala ya que en estos países se encuentra una gran diversidad de variedades tanto en forma silvestre como en forma de cultivo. (Felix, 2011).

2.5.4 Beneficios

El fréjol es un es un alimento muy completo a nivel nutricional y uno de los más consumidos. Es uno de los productos más completos ya que aporta a los organismos con

carbohidratos, vitaminas del complejo B como la niacina, riboflavina, ácido fólico, tiamina, y minerales como el hierro, el zinc, el potasio y magnesio.

El fréjol no altera el colesterol en la sangre. Posee dos tipos de fibras: una soluble y otra insoluble que ayudan a prevenir el estreñimiento y ciertas enfermedades del aparato digestivo como el cáncer de colon. Contribuye en el tratamiento de diabetes, debido a que su fibra retarda la absorción de carbohidratos, logrando un mejor control de la glucosa en la sangre. También reduce el colesterol sanguíneo. (Felix, 2011)

2.5.5 Cuando no consumir fréjol

- No es recomendable el consumo de frejol para las personas que se encuentran en recuperación de una cirugía gástrica o intestinal, o a quienes padecen enfermedades del tracto gastrointestinal.
- Los pacientes con insuficiencia renal deben eliminar de su dieta por el alto de contenidos de potasio y fósforo que contiene.
- Tampoco es recomendado para aquellas personas que se les ha sometido a una dieta sin fibra. (Felix, 2011).

2.6 Propiedades

2.6.1 Mejoran la digestión

El fréjol es un alimento con altos en fibra, razón por la que se puede utilizar para evitar el estreñimiento y mejorar la salud del sistema digestivo. (Nuñez).

2.6.2 Ayudan a mantener una presión arterial baja.

Los fréjoles nos naturalmente bajos en sodio, contiene magnesio, potasio y calcio por lo que es beneficioso para evitar la hipertensión y mantener la presión arterial baja. (Nuñez).

2.6.3 Promueven una óptima salud de los huesos.

Los fréjoles son ricos en hierro, calcio, zinc y fosforo, por lo que el aporte de estos componentes ayuda a mantener una estructura ósea saludable y fuerte en los huesos. (Nuñez).

2.6.4 Pueden prevenir enfermedades al corazón.

Al consumir una alta cantidad de legumbres se tiene un menor riesgo de enfermedades cardiovasculares. (Nuñez).

2.6.5 Tienen propiedades anticancerígenas.

Los fréjoles poseen químicos en su interior conocidos por su efectividad en el tratamiento contra el cáncer. Estos químicos, específicamente insoflavonas y Fito esteroides, actúan en el organismo impidiendo el desarrollo de cánceres relacionados con hormonas, como cánceres de mama y endometrio en mujeres o cáncer de próstata en hombres. (Nuñez).

2.6.6 Reducen el colesterol.

Los fréjoles también poseen importantes proteínas vegetales por lo que permite reemplazar comidas animales y evitar la grasa “malas” como grasas trans y esto ayuda a reducir el colesterol. (Nuñez).

2.6.7 Ayudan en el tratamiento de la diabetes

Los fréjoles no sólo son carbohidratos complejos que se liberan lentamente en el cuerpo y mantiene la curva de azúcar estable en la sangre, sino también ayudan a la disminución de los niveles de “colesterol malo” en el cuerpo, por lo tanto ayudan a mejorar el metabolismo del cuerpo, lo que contribuye a mantener en equilibrio la

diabetes. Permite una mejor salud, sino también promueve un estado de ánimo más balanceado, con menos irritabilidad, fatiga, cansancio y mayor concentración. (Nuñez).

2.6.8 Son un alimento completo, alto en nutrientes y bajo en calorías.

Los fréjoles no sólo están compuestos de gran cantidad de proteínas, sino además tienen un bajo índice glucémico, lo que los convierte en una excelente alternativa de un alimento nutritivo que puede ser incorporado en dietas bajas en calorías. (Nuñez).

2.6.9 Ayudan en el tratamiento de artritis y enfermedades reumatoides.

Los fréjoles tienen propiedades antiinflamatorias que pueden ser útiles para el tratamiento de enfermedades articulares como osteoartritis, reumatismo y artritis. Los fréjoles tienen efectos antidiuréticos que benefician al organismo en estos casos, reduciendo los dolores y la inflamación. (Nuñez).

2.6.10 Disminuyen los síntomas durante el Síndrome Premenstrual

Al ser ricos en manganeso, los fréjoles ayudan a disminuir los síntomas durante el período premenstrual, como son los cólicos y cambios bruscos de ánimo producidos por los ciclos hormonales. Se recomienda preferir especialmente fréjoles verdes y consumirlos a lo largo de esos días. (Nuñez).

2.6.11 Fortalecen las articulaciones

Los fréjoles cuentan con altas cantidades de vitamina K, fundamental para la fortaleza de huesos y articulaciones. (Nuñez).

2.6.12 Permiten la absorción de más hierro

Los fréjoles también son altos en vitamina C, conocida por sus efectos antioxidantes. La vitamina C además promueve la absorción de hierro, que también contienen los frijoles. (Nuñez).

2.6.13 Previenen problemas durante el embarazo

Son una excelente fuente de folatos (vitamina B9), fundamentales durante el embarazo y la formación del feto, para prevenir especialmente defectos en el tubo neural del bebé. Los folatos son componentes esenciales de la síntesis y división celular dentro del ADN humano. (Nuñez).

2.7 Componentes de los fréjoles

Los fréjoles son un alimento que se incluye en la dieta de multitud de países, de ahí que reciban diferentes nombres y se cocinen de diferentes maneras por ello el porcentaje de grasa, calcio o magnesio experimenta pequeñas variaciones dependiendo de la receta utilizada. En España y varios países sudamericanos se consume el frejol como plato caliente, una taza de garbanzos o alubias contiene los siguientes elementos.

Alrededor de 300 calorías, 50 gramos de hidratos de carbono, 15 gramos de proteínas, 10 gramos de fibra dietética, 300 microgramos de folato, 100 miligramos de calcio, 5 miligramos de hierro, 5 gramos de grasa, 10 miligramos de sodio, y un 28% de calorías de grasa. (Nuñez).

2.8 La guayaba

2.8.1 Beneficios

La guayaba es uno de las frutas que se utiliza para para la medicina natural por lo que contiene diferentes beneficios para la salud.

2.8.2 Tratamiento contra la diarrea

La guayaba tiene propiedades antibacterianas que actúan mejorando la diarrea y manteniendo el tracto digestivo en buen estado. En definitiva, la guayaba es un buen complemento de la salud digestiva. (Mundo Asistencial).

2.8.3 Aumenta las defensas

Gracias a que la guayaba posee grandes cantidades de vitamina C, esta fruta es capaz de mantener y aumentar las defensas naturales del cuerpo antiinflamatorio. La guayaba contribuye a mejorar los estados gripales, tiene un efecto benéfico sobre la tos. (Mundo Asistencial).

2.8.4 Promueve la salud cardiovascular

Confirma que la guayaba ayuda a controlar la presión arterial y a disminuir los lípidos en la sangre. (Mundo Asistencial).

2.8.5 Dientes sanos y fuertes

Las guayabas tienen propiedades anti-placa y antibacterianas. (Mundo Asistencial).

2.8.6 Control de la diabetes

Los altos contenidos de fibra de este fruto también contribuyen a regular los niveles de azúcar en la sangre. (Mundo Asistencial).

2.8.7 Ayuda a prevenir el cáncer

Debido a la presencia de importantes compuestos anticancerosos como la quercetina, la vitamina C y los licopenos la guayaba se contribuye en un excelente fruto para prevenir el cáncer. (Mundo Asistencial).

2.8.8 Estimula las funciones cognitivas

Se ha establecido que la guayaba aporta nutrientes indispensables al cerebro y a su funcionamiento. La circulación de la sangre en el cerebro se ve beneficiada al aporte de la vitamina B3 y B6. (Mundo Asistencial).

2.8.9 Ayuda a mantener la tiroides sana

La guayaba es rica en cobre, un compuesto muy importante para la tiroides. Esta glándula, determinante en el equilibrio de la salud corporal se sirve del cobre para producir hormona y para absorber y controlar los nutrientes. Sus propiedades antiinflamatorias hacen que la guayaba sea eficaz para tratar los problemas de tiroides. (Mundo Asistencial).

2.8.10 Contribuye a la salud ocular

La guayaba es también rica en vitamina A esencial en la buena salud de la visión. Los beneficios se notan en cuanto al estado de la córnea y del tejido celular de los ojos. La vitamina A protege los ojos de la aparición de cataratas y de la degeneración macular. (Mundo Asistencial).

2.8.11 Mejora la salud de la piel

Al ser una buena fuente de antioxidantes la guayaba funciona para neutralizar toxinas y radicales libres en el cuerpo y en la piel. (Mundo Asistencial).

2.9 Ventajas de la producción artesanal

- **Productos Únicos:** a diferencia de los objetos producidos en masa con máquinas, las artesanías tienen un aspecto que las hace únicas, ya que cada pieza es trabajada por separado, poniendo la cantidad adecuada de tiempo y esfuerzo, de forma que el resultado no es igual a los demás. (Mundo infinito).
- **Aspecto cultural:** las artesanías suelen mostrar parte de las costumbres o las tradiciones de los pobladores que las fabrican, por lo que al elaborar distintos trabajos se agrega también su cultura, ya sea en el estilo, en los colores, en las palabras o hasta el sabor, existen muchas formas de plasmar las características de cada persona o lugar. (Mundo infinito).
- **Amigable con el ambiente:** los procesos de fabricación no requieren que se utilice maquinaria pesada o muy compleja que contamine, ya que se puede disponer solamente de algunas herramientas, la creatividad y la experiencia, aunque por supuesto, puede haber excepciones. (Mundo infinito).
- **Fortalece la economía focal:** por estos medios es como algunas personas también encuentran una forma de ingreso constante utilizando su creatividad. En zonas turísticas o simplemente muy concurridas siempre habrá al menos una persona interesada en adquirir uno de estos trabajos, por lo que resulta bastante rentable. (Mundo infinito).

2.10 Marco referencial

Se ha observado que en ciertas Universidades del Ecuador también se ha realizado el estudio similar de un plan de negocio dedicado a la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba.

“La fundamentación teórica propone un estudio sobre las propiedades nutricionales del fréjol bayo bolón rojo, y su consumo en preparaciones de comidas saladas gustativamente hablando, el fréjol es un alimento que se ha venido consumiendo a nivel mundial por muchos años desde la época pre incaico. Grandes porcentajes de familias

ecuatorianas consumen el fréjol como parte de su dieta diaria especialmente en Guayaquil donde se desarrolla la presente propuesta, en esta ciudad el fréjol es consumido en menestras, locros, caldos y ensaladas entre otros platos”. (Delgado Baque, 2018).

Además el plan de negocio que se propone diseñar es innovador dentro de la sociedad, a niños, jóvenes y adultos les agrada mucho lo que son productos dulces y que mejor hacer la producción del dulce de frejol ya que es innovador y contiene muchos nutrientes.

La Universidad de Guayaquil en proyecto de titulación (Delgado Baque, 2018), dice que:

“Se propone la elaboración de dulce de fréjol bayo bolón rojo, estudiando la mezcla de ingredientes según la receta estándar, con el fin de mejorar la misma. La propuesta de elaboración de un nuevo producto como lo es el dulce de fréjol bayo bolón rojo es factible y viable en el norte de la ciudad de Guayaquil como población estratégica para analizar el nivel de aceptación del producto, exponiendo a las reacciones reales de acogida o rechazo por parte de los consumidores, proponiendo que se juzgue el producto bajo parámetros que permitan analizar el color, olor, sabor y textura del mismo.

Para esto también hemos combinados varios ingredientes con los cuales pudimos elaborar nuestro dulce y llevar al producto final”. (Delgado Baque, 2018).

Se ha investigado que en Guayaquil se ha realizado la propuesta de realizar un producto nuevo como lo es el dulce de fréjol y se ha determinado que es factible y viable este tipo de emprendimientos, por lo tanto realizar este plan de negocios para la elaboración del dulce de fréjol y guayaba en la Parroquia del Carchi también sería factible.

También la Universidad de las Américas dice que:

“Se ha analizado la posibilidad de crear un producto que contribuya a mejorar la calidad de vida basada en una alimentación balanceada. Pensar en innovar con la creación o mejoramiento de un alimento no es sencillo. Son muchas las necesidades que las personal tienen día a día y la mayoría de los casos se asocian el termino nutritivo con pocos deliciosos actualmente no existe un dulce de bajas calorías con las características que satisfagan las necesidades del segmento de consumidores que les agrada consumir dulce y que además, la base del producto la leguminosa del fréjol brinde propiedades nutritivas. (Sotomayor Feijoó, 2014).

Todos los nutrientes que poseen de alimentos, son de gran beneficio para la salud del ser humano y complementan la dieta diaria que niños, jóvenes, adultos deben tener. Se recomienda además que estos nutrientes se consuman en cantidad doble a mujeres en embarazo y lactancia ya que aportan al crecimiento al bebe. Además, el producto es beneficioso para personas anémicas con problemas de defensas bajas, malnutrición, etc. Por todas estas razones el proyecto a desarrollarse a más de ser innovador, es muy importante ya que al implantarse la gente tendrá la opción de mejorar sus hábitos alimenticios y por ende su calidad de vida”. (Sotomayor Feijoó, 2014).

La provincia del Carchi es donde existe una muy buena población y en la cual se centran la comunidad de los afros descendientes, ya que sería eficiente el plan de negocio por lo que permitiría a las familias afros a tener un mejor desarrollo económico por lo que este producto es uno de los platos artesanales de estas familias, se mejora el nivel de pobreza ya que la producción del dulce de fréjol y guayaba contribuirá a tener un cambio positivo mejorando su alimentación diaria, la economía popular y solidaria, así mejorar su calidad de vida.

2.11 Marco legal

2.11.1 Procesos legales previos al funcionamiento de la empresa

Para la constitución de la empresa es necesario obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el SRI, para operar como una persona natural.

2.11.2 Requisitos para sacar el RUC para Personas Naturales

- Presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Presentaran el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento a la Ley de Elecciones.
- Extranjeros recentarán el original y entregarán una copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- Para la verificación del lugar donde realiza su actividad económica, el contribuyente deberá presentar el original y entregar 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 meses anteriores a la fecha de registro;
 - Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente; o,
 - Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o,
 - Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción. (forosecuador.ec, 2013).

2.11.3 El Registro sanitario

- Debe de contar con todos los documentos legales como del SRI, LUAE, PERMISOS AMBIENTALES, PERMISO DE USO DEL SUELO.
- Acercarse al representante del ARCSA más cercano de su localidad.

- En caso de necesitar permisos especiales o dificultades con la documentación solicitada por el ARCSA debe de contratar a una empresa de consultora especializada en obtención de registro sanitario. (Registro sanitario Ecuador).

3.1 Constitución de la Empresa

Para que la empresa de dulce de fréjol y guayaba empiece a realizar sus funciones es necesario hacer la constitución de la empresa mediante la obtención del RUC porque se constituirá como una persona natural no obligada a llevar contabilidad. Cumpliendo los siguientes requisitos para su legal funcionamiento.

RUC

- Presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Presentaran el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento a la Ley de Elecciones.
- Extranjeros recenarán el original y entregarán una copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- Para la verificación del lugar donde realiza su actividad económica, el contribuyente deberá presentar el original y entregar 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 meses anteriores a la fecha de registro;
- Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente; o,

- Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o,
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción. (foresecuador.ec, 2013).

ARCSA

El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.

Procedimiento de Obtención de Permiso de Funcionamiento:

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA y registrarse.
- Una vez registrado, usted podrá obtener el permiso de funcionamiento.
- Llenar el formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento).
- Emitida la orden de pago, usted podrá imprimir y después de 24 horas de haberse generado la orden de pago proceder a cancelar su valor.

La cuenta habiente para el pago de permisos de funcionamiento es:

– Cuenta del ARCSA – Banco del Pacífico N° 07465068.

– RUC del ARCSA: 1768169530001.

- Validado el pago, usted podrá imprimir su permiso de funcionamiento y factura.
- Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Registro Único de Contribuyentes.

- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso. (CONTROL SANITARIO).

LUAE

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las
- Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en cualquiera de las Administraciones Zonales.

Requisitos

- Formulario único de solicitud de LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal
- Copia de la papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones
- Calificación artesanal de la Junta Nacional de la Defensa del Artesano o MIPRO (sólo para jurídicos)
- En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo (sólo para artesanos)
- Para colocar rótulo: En caso de propiedad horizontal: Autorización de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal. En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local. En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo. (FOROS ECUADOR).

2.12 Marketing Mix

- **Producto:** Trata de los bienes y servicios que ofrece la empresa donde busca la forma de satisfacer las necesidades de sus clientes mejorando su estilo de vida, también es donde involucran en el producto, el empaque, las garantías y ciclo de vida del producto.
- **Precio:** Se define al valor del producto se debe tomar en cuenta al consumidor que va dirigido y a su competencia, que permitirá realizar estrategias de mercado.
- **Plaza:** Es también conocida como la distribución, donde se define el lugar a comercializar un producto para lograr las ventas de la empresa, se debe tomar en cuenta el almacenamiento, visibilidad, clima y transporte.

- **Promoción:** Trata de dar a conocer el producto para generar demanda. (Espinosa, 2014).

2.13 Plan de mercadotecnia

Se diseñará un plan de negocio para la producción y comercialización del dulce tradicional del fréjol y guayaba en la Parroquia de Calderón que se ofrecerá a los habitantes de estas zonas. Para dar a conocer mi producto por ser nuevo en el mercado se deberá hacer una campaña de marketing y publicidad lo cual será realizado por medio de:

- **Marketing boca a boca:** Este método es un mecanismo efectivo, el producto será de muy buena calidad y de satisfacción para los futuros consumidores al realizar este tipo de publicidad generara comentarios positivos sobre el producto entre las familias, amigos la cual esta manera de comunicación es muy asertiva ya que siempre los usuarios por seguridad y por tener buena recomendación optaran por comprar este delicioso producto. Así las personas conocerán la empresa, el cual mediante este tipo de publicidad tendrá buena aceptación por parte de las personas para que exista buena demanda y se mantenga en el mercado obteniendo beneficios para la empresa.
- **Tarjetas:** Las tarjetas se repartirán en las calles principales de la Parroquia de Calderón donde se encuentran los posibles consumidores del producto.



- **Redes sociales:** Difundir la información acerca del producto.
- **Situación actual:** La empresa sobre la producción comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba aún no se encuentra establecida en el mercado, sin embargo existe competencia ya que si existen ciertos lugares donde puedes comprar diferentes dulces pero muchos de estos son dulces que contienen mucha azúcar por lo que este producto no contendrá azúcar ya que será reemplazado por panela para endulzarlo el cual es mucho más saludable para las personas.
 - **Político:** El gobierno puede cambiar sus políticas económicas que pueden generar un ambiente negativo que puede ocasionar inestabilidad y afectar la rentabilidad del proyecto.
 - **Social:** Puede haber o no aceptación por parte de las personas, el cual se debe hacer publicidad para que conozcan a la empresa y esta tenga aceptación por parte de los usuarios.
 - **Económico:** Este factor es uno de los más importantes ya que para que la empresa se establezca se debe tener con que financiarlo.
 - **Ambiental:** Se debe de cuidar al medio ambiente usar de mejor manera los materiales que sean para la producción del producto.

2.14 Estrategias mercadotecnia

- **Publicidad**

Hacer un diseño de publicidad, compartirlo en las redes sociales y realizar tarjetas e imprimirlas para repartirlas en las calles. De esta manera la comercialización del dulce será conocida por las personas para que exista una buena aceptación.

- **Descripción del negocio**

Se realizara un plan de negocio para la producción y comercialización del dulce tradicional del fréjol y guayaba en la Parroquia de Calderón, este producto será entregado a los clientes mediante un buen servicio, se tendrá un control de calidad para

verificar si el producto tiene buena textura y buen sabor para así culminar con eficacia la entrega del producto.

2.15 Marco metodológico

2.15.1 Introducción

En el marco metodológico se ha investigado los tipos de investigación más utilizados como: cuantitativo y cualitativo. Se identifica la población y muestra para el cálculo de las misma que se ha obtenido el número de encuestas para realizar el levantamiento de información.

2.15.2 Metodología de la investigación

La metodología de la investigación es una disciplina de conocimiento encargada de elaborar, definir y sistematizar el conjunto de técnicas, métodos y procedimientos que se deben seguir durante el desarrollo de un proceso de investigación para la producción de conocimiento.

Orienta la manera en que vamos a enfocar una investigación y la forma en que vamos a recolectar, analizar y clasificar los datos, con el objetivo de que nuestros resultados tengan validez y pertinencia, y cumplan con los estándares de exigencia científica.

La metodología de la investigación, en este sentido, es también la parte de un proyecto de investigación donde se exponen y describen razonadamente los criterios en la elección de la metodología sea cuantitativa o cualitativa.

2.15.3 Metodología cuantitativa

La metodología cuantitativa es aquella empleada por las ciencias naturales o fácticas, que se vale de datos cuantificables a los cuales accede por observación y medición. Al aplicar esta investigación se utilizará la herramienta de encuesta:

2.15.3.1 Encuesta

Es una manera de recoger información sobre un tema en específico, donde a través de ella logramos analizar los datos que necesitamos llegar a la conclusión a dar solución un problema en concreto. (Riquelme, 2016).

A través de la encuesta se realizará la investigación acerca del diseño de un plan de negocio para la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba en la Parroquia de Calderón para obtener resultados y así analizar si el producto será aceptado en el mercado.

2.15.4 Metodología cualitativa

La metodología cualitativa es aquella empleada para abordar una investigación dentro del campo de las ciencias sociales y humanísticas. (Metodología).

En esta investigación se utilizará la herramienta de entrevista:

2.15.4.1 Entrevista

La entrevista es un intercambio de opiniones e ideas mediante una conversación donde el designado para preguntar es el entrevistador. (Raffino.).

Mediante la entrevista se identificara a personas que nos brinden información adecuada, que tenga una empresa en la Parroquia de Calderón que venda productos como dulces, se realizar un número de preguntas acorde al producto para así identificar si el dueño de la empresa estaría dispuesto a realizar la compra del dulce de frejol y guayaba, así identificar a futuros clientes para la distribución, donde mediante las investigaciones se realizará el análisis de resultados.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

En este capítulo contiene la macro y micro localización del negocio donde especifica donde será desarrollado el emprendimiento, identificando la razón de el porque se quiere implementar el negocio, también se da a conocer la oferta y demanda para observar si existen o no competidores directos y a que personas va dirigido el producto. Se analizará los resultados obtenidos, se verá la constitución de la empresa, orgánico funcional, estrategia comercial, factibilidad financiera, manual de marca y el plan estratégico.

3.2 Macro Localización

El negocio estará ubicado en la Parroquia de Calderón al norte del cantón Quito, en la Provincia de Pichincha.

Ilustración 2. Mapa Calderón



Fuente: Investigación Google Maps

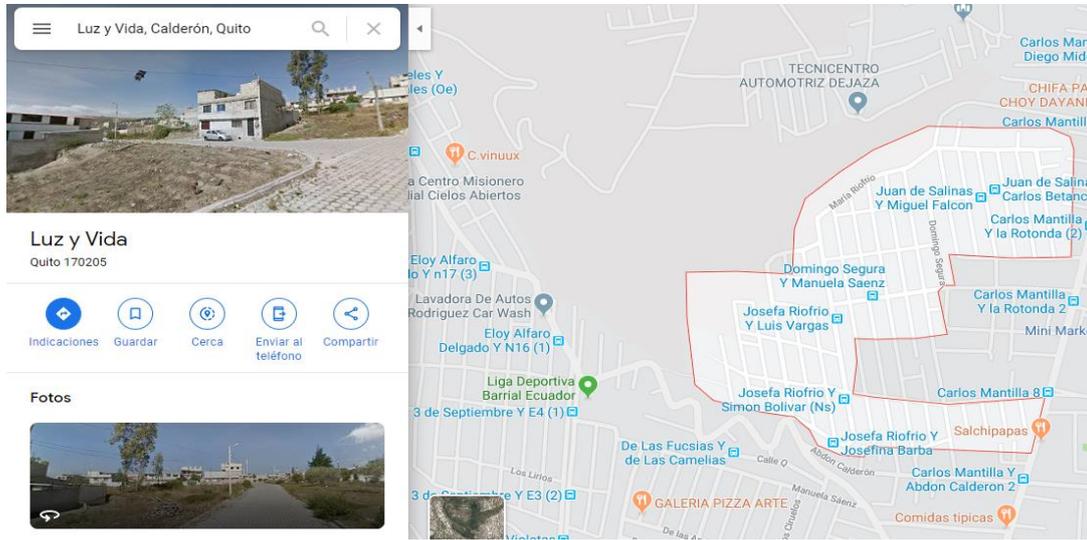
Elaborado: Mileidy Lara

3.3 Micro Localización

En la Parroquia de Calderón habitan alrededor de 152086 personas, donde este número de habitantes será nuestra población para sacar la muestra y obtener el número de personas a encuestar y determinar si el dulce de fréjol y guayaba les gustaría consumir ya que es un producto natural con un alto en proteínas y beneficios para la salud, debido a la alta nutrición el dulce puede ser consumido por cualquier edad, niños, adolescentes y adultos, por esta razón se seleccionó como lugar de preferencia para ofrecer el producto.

El emprendimiento de producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba estará ubicado en Luz y Vida, Calderón Quito.

Ilustración 3: Mapa Luz y Vida, Calderón, Quito



Fuente: Investigación Google Maps
Elaborado: Mileidy Lara

Ilustración 4: Plano



Elaborado por: Mileidy Lara

3.4 Investigación de campo

La investigación se realizará en la Parroquia de Calderón, donde permitirá conectar con las personas, de esta forma definir las oportunidades y estrategias del proyecto. Identificar las ofertas de los diferentes establecimientos que venden dulces por esta zona, obtener información acerca del producto mediante encuesta, y analizar toda la información obtenida para observar el nivel de aceptación del dulce.

3.5 Oferta

En este plan de negocio se ofrece realizar la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba en la Parroquia de Calderón. En la zona escogida no existe otro negocio que ofrezca un dulce tradicional, natural y con un alto en proteínas y beneficios para la salud, por lo que resulta conveniente la creación de un nuevo emprendimiento que ayude a la alimentación de las personas. En la Parroquia de Calderón se ha observado que existen negocios relacionados con otro tipo de dulces diferentes, mas no existe un mercado como tal para el dulce de fréjol y guayaba por lo que sería nuevo en el mercado.

3.6 Demanda

La demanda corresponde a los posibles consumidores que les guste el dulce, de la población entre hombres y mujeres con edades de 15 a 60 años en adelante con capacidad de obtener el producto en la Parroquia de Calderón.

3.7 Procedimientos de instrumentación

En este caso se aplicará la metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa usando las siguientes herramientas de Investigación.

- Población

- Muestra
- Encuesta
- Entrevista

3.7.1 Población

La población se caracteriza por es el número que se encuentra en un lugar para poder sacar una muestra e identificar valores para un estudio. La población para el estudio de este proyecto se realizará en la Parroquia de Calderón ubicada en la capital Quito de la parroquia Pichincha, donde se ha investigado que es una de las poblaciones suburbana que cuenta con una población del 7,3% (flacso.edu.ec, 2016). Este porcentaje será utilizado para sacar el número total de habitantes de la parroquia de Calderón mediante la población proyectada de Quito.

Para obtener el número específico de los habitantes de la parroquia Calderón se ha considerado calcular el 7,3% mediante la población proyectada de Quito donde según el INEC la población proyectada de la capital para el 2019 es de 2.735.987 habitantes, (INEC, ecuadorencifras). Por lo tanto, la población total proyectada de la parroquia de Calderón según el cálculo sería de 199.727,051 habitantes.

La población para este estudio de mercado es de segmentación geográfica porque se realizará en la Parroquia de Calderón y para este estudio se ha seleccionado la (PEA) población económicamente activa que corresponde a las edades de 15 a 60 años debido a que a partir de estas edades representaba el mayor porcentaje de consumo debido a sus ingresos por considerarse en una edad hábil para trabajar.

Tabla No1. Población Parroquia de Calderón

Nombre de la Parroquia	CALDERÓN
Total, de personas	199.727,051

Fuente: INEC

3.7.2 Muestra

La muestra es la población ya establecida con la que se va a realizar el estudio.

Fórmula de la muestra

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

La siguiente formula se despejo de la siguiente manera:

$$n = \frac{199.727,051 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 (199.727,051 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 383$$

n: tamaño de muestra= 383

N: Población= 152,086

e: error al cuadrado= 0.05

q: Probabilidad de fracaso= 0.50

p: probabilidad de éxito= 0.50

Z: nivel de confianza= 1.96

Se utilizará un margen de error del 5% y se obtiene como resultado 383 personas deben ser encuestadas.

3.7.3 Encuesta

Es una manera de recoger información sobre un tema en específico, donde a través de ella logramos analizar los datos que necesitamos llegar a la conclusión a dar solución un problema en concreto. (Riquelme, 2016).

Formato de Encuesta

Buen día sr/sra, soy Mileidy Lara estudiante del Instituto Tecnológico Superior Japón de la carrera de Administración de Empresas 6to semestre, en la cual se observará la factibilidad que tendría el plan de negocio para la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba en la Parroquia de Calderón.

Nota: Por favor lea detenidamente las preguntas y responda de acuerdo a su criterio. Marque con una X la opción que le parezca más conveniente.

Siendo: 1. Nada de acuerdo, 2. Poco de acuerdo, 3. Indiferente, 4. De acuerdo y 5. Totalmente de acuerdo.

Tabla No2. Formato de encuesta

PREGUNTAS	
N°	
1	¿Le gustan los dulces?
- SI	<input type="checkbox"/>
- NO	<input type="checkbox"/>
2	¿Qué edad tiene usted?
- 15-19	<input type="checkbox"/>
- 20-24	<input type="checkbox"/>
- 25-29	<input type="checkbox"/>
- 30-34	<input type="checkbox"/>
- 35-39	<input type="checkbox"/>
- 40-44	<input type="checkbox"/>
- 45-49	<input type="checkbox"/>
- 50-54	<input type="checkbox"/>
- 55-59	<input type="checkbox"/>
- 60 en adelante	<input type="checkbox"/>
3	¿Cuál es su género?
- Masculino	<input type="checkbox"/>
- Femenino	<input type="checkbox"/>
4	¿Cuál es su estado civil?
- Casado/a	<input type="checkbox"/>
- Divorciado/a	<input type="checkbox"/>
- Unión libre	<input type="checkbox"/>
- Soltero/a	<input type="checkbox"/>
- Separado/a	<input type="checkbox"/>
- Viudo/a	<input type="checkbox"/>
5	¿Con que frecuencia consume usted dulces?
- Todos los días	<input type="checkbox"/>
- De una a tres veces por semana	<input type="checkbox"/>
- De tres a cuatro por mes	<input type="checkbox"/>
- No consume	<input type="checkbox"/>

6

¿Le gustaría consumir un dulce que contenga proteínas y beneficios para su salud?

- SI
- NO

7

¿Conoce usted una empresa que se dedique a la producción y comercialización del dulce de frejol y guayaba?

- SI
- NO

8

¿Le gustaría consumir un dulce hecho a base de frejol y guayaba?

- SI
- NO

9

¿Usted haría la compra de este dulce?

- SI
- NO

10

¿Qué tan de acuerdo o desacuerdo está en que se haga la creación de una empresa para la producción y comercialización del dulce de frejol y guayaba?

1
2
3
4
5

11

¿Qué tan razonable le parecería cancelar el valor de 3 dólares por un frasco de 300g del dulce de frejol y guayaba?

1
2
3
4
5

12

¿Qué tan relevante le parece la calidad a la hora de comprar un dulce?

- Calidad

1
2
3
4
5

13

¿Qué tan relevante le parece el precio a la hora de comprar un dulce?

- Precio

1
2
3
4
5

14

¿Qué tan relevante le parece el servicio a la hora de comprar un dulce?

- Servicio

1
2
3
4
5

Fuente: Encuesta

Elaboración: Mileidy Lara

3.8 Descripción del análisis (propuesta, plan estratégico)

A través de la recopilación y levantamiento de información por medio de 383 encuestas realizadas en la Parroquia de Calderón, se presenta a continuación el resultado en tablas y figuras por cada pregunta con el fin de obtener mejor claridad en los resultados de la investigación.

3.8.1 Análisis de resultados

Con esta pregunta filtro se conocerá si la persona encuestada le gustan o no los dulces y por lo tanto al obtener los resultados se determinará si el producto tendría apertura en el mercado.

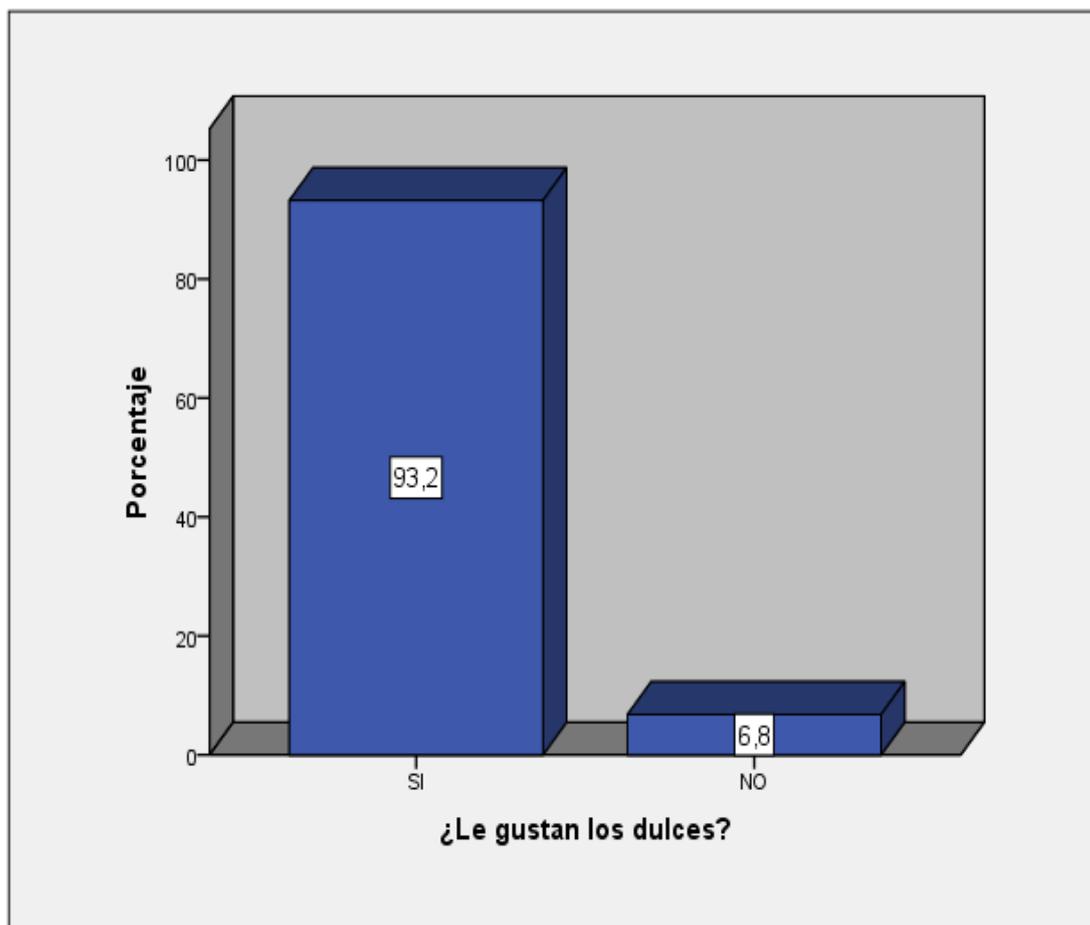
Tabla No3. Pregunta1. Pregunta Filtro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	357	93,2	93,2	93,2
	NO	26	6,8	6,8	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Mileidy Lara

Gráfico 1: Pregunta 1, ¿Le gustan los dulce?



Fuente: Encuesta

Elaboración: Mileidy Lara

Interpretación.- Estos resultados se aprecia que de la muestra realizada con 383 encuestas en la Parroquia de Calderón el 93,2% les gustan los dulces que equivalen a 357 personas, mientras que a un 6,8% equivalente a 26 personas no les gustan los dulces, por lo tanto se observa que el producto tendría una buena apertura en el mercado.

Tabla No4. Pregunta2. ¿Cuál es su edad?

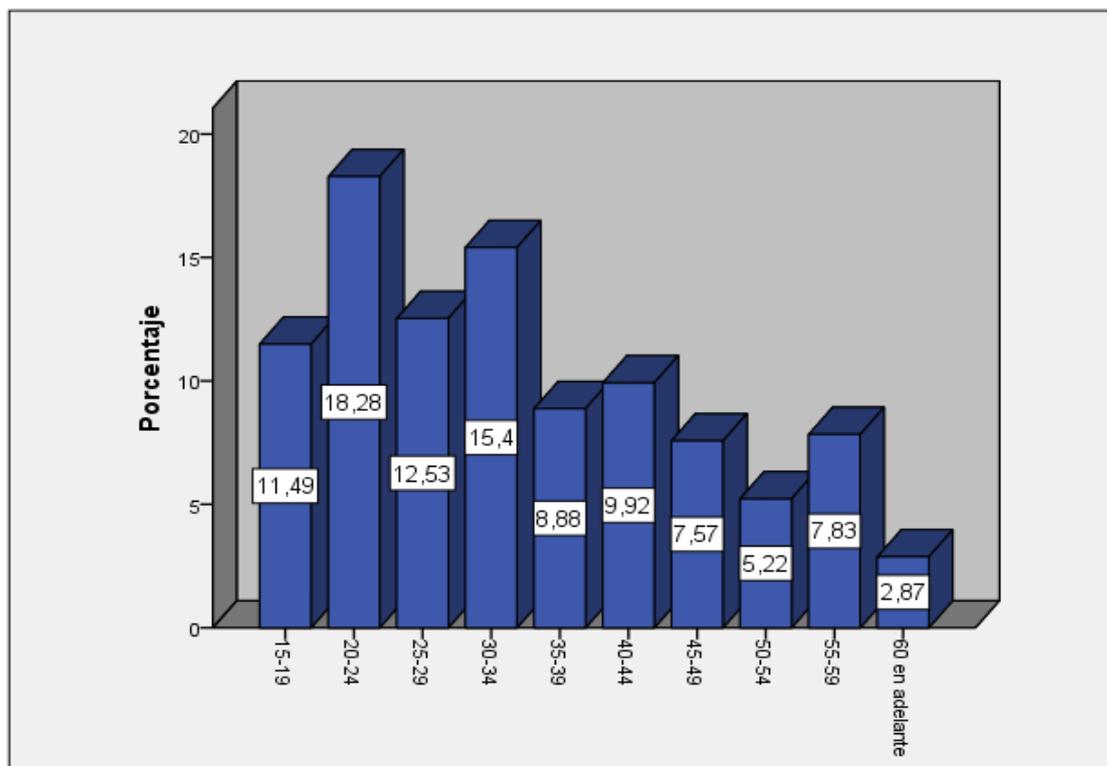
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	15-19	44	11,5	11,5	11,5
	20-24	70	18,3	18,3	29,8
	25-29	48	12,5	12,5	42,3
	30-34	59	15,4	15,4	57,7
	35-39	34	8,9	8,9	66,6
	40-44	38	9,9	9,9	76,5
	45-49	29	7,6	7,6	84,1
	50-54	20	5,2	5,2	89,3
	55-59	30	7,8	7,8	97,1
	60 en adelante	11	2,9	2,9	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración por: Mileidy Lara Suarez

Con esta pregunta se quiere saber la edad de los posibles consumidores y determinar los del rango de mayor edad que consumen dulces.

Gráfico 2: Pregunta2. ¿Cuál es su edad?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Interpretación.- Un 11,49% tiene una edad comprendida entre 15 a 19 años, el 18,28% entre 20 a 24 años, el 12,53% de 25 a 29 años, el 15,4% de 30 a 34 años, el 8,88% de 35 a 39 años, el 9,92% de 40 a 44 años, el 7,57% de 45 a 49 años, el 5,22% de 50 a 54 años, el 7,83% de 55 a 59 años y el 2,87% de 60 años en adelante por lo que el producto que ofrecerá la empresa deberá estar dirigido a los clientes con edades de 18 a 60 años por lo que se considera un mercado objetivo

Tabla 5. Pregunta3. ¿Cuál es su género?

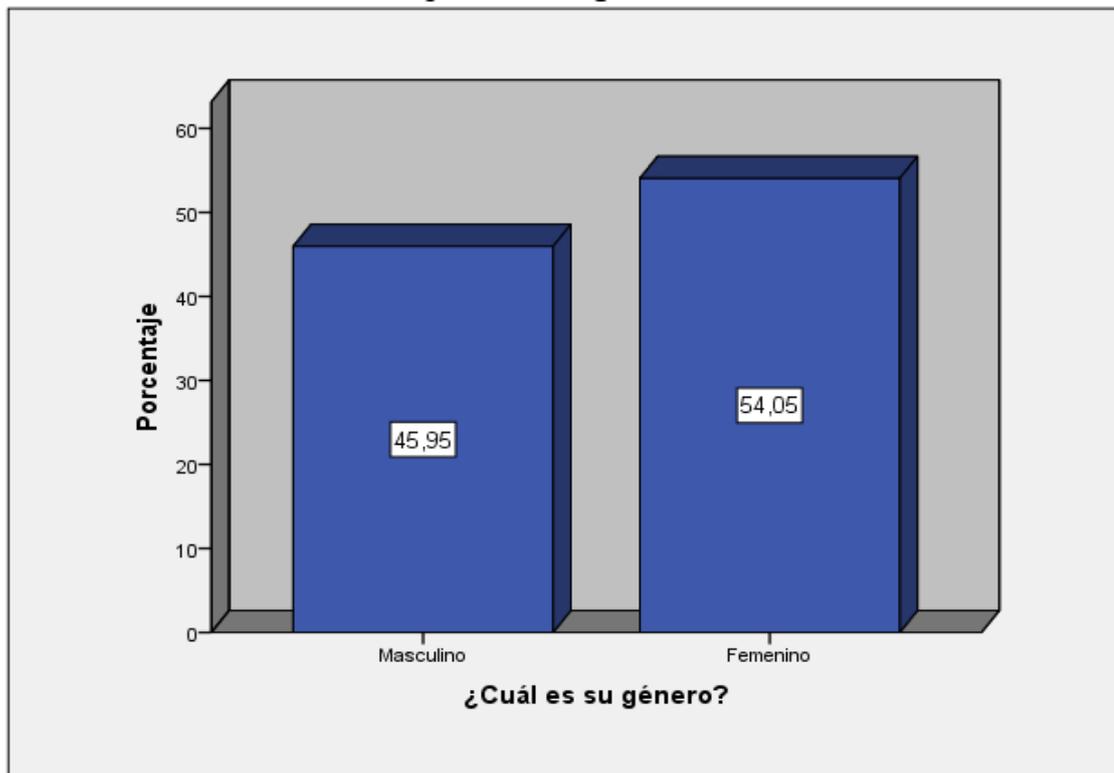
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	176	46,0	46,0	46,0
	Femenino	207	54,0	54,0	100,0
Total		383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Con esta pregunta se obtendrá con más claridad que genero consume más dulces.

Gráfico 3: Pregunta3. ¿Cuál es su género?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Interpretación.- Los resultados de esta pregunta reflejan que de las 383 personas encuestadas el 54,05 son de género femenino que corresponde a 207 personas, por otro lado el 45,95% son de género masculino que corresponde a 176 personas, por lo tanto se observa que el género femenino es quien consume más dulces.

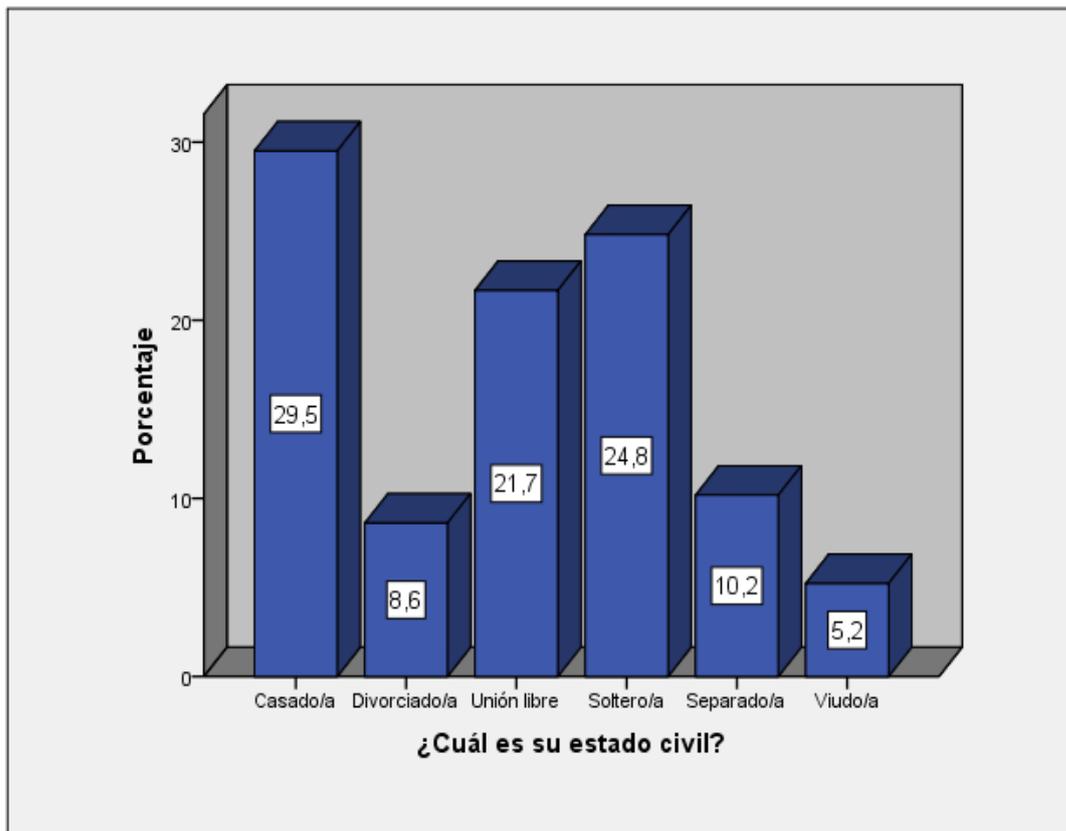
Tabla 6. Pregunta4. ¿Cuál es su estado civil?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Casado/a	113	29,5	29,5	29,5
Divorciado/a	33	8,6	8,6	38,1
Unión libre	83	21,7	21,7	59,8
Soltero/a	95	24,8	24,8	84,6
Separado/a	39	10,2	10,2	94,8
Viudo/a	20	5,2	5,2	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Gráfico 4: Pregunta4. ¿Cuál es su estado civil?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Interpretación.- De acuerdo a esta pregunta se refleja el estado civil de las 383 personas encuestadas siendo el 29,5% son casados/as que comprende a 113 personas, el 8,6% son divorciados/as que comprende a 33 personas, el 21,7% son unión libre que comprende a 83 personas, el 24,8% son solteros/as que equivale a 95 personas, el 10,2% son separados/as equivalen a 39 personas y el 5,2% comprende a 20 personas viudas.

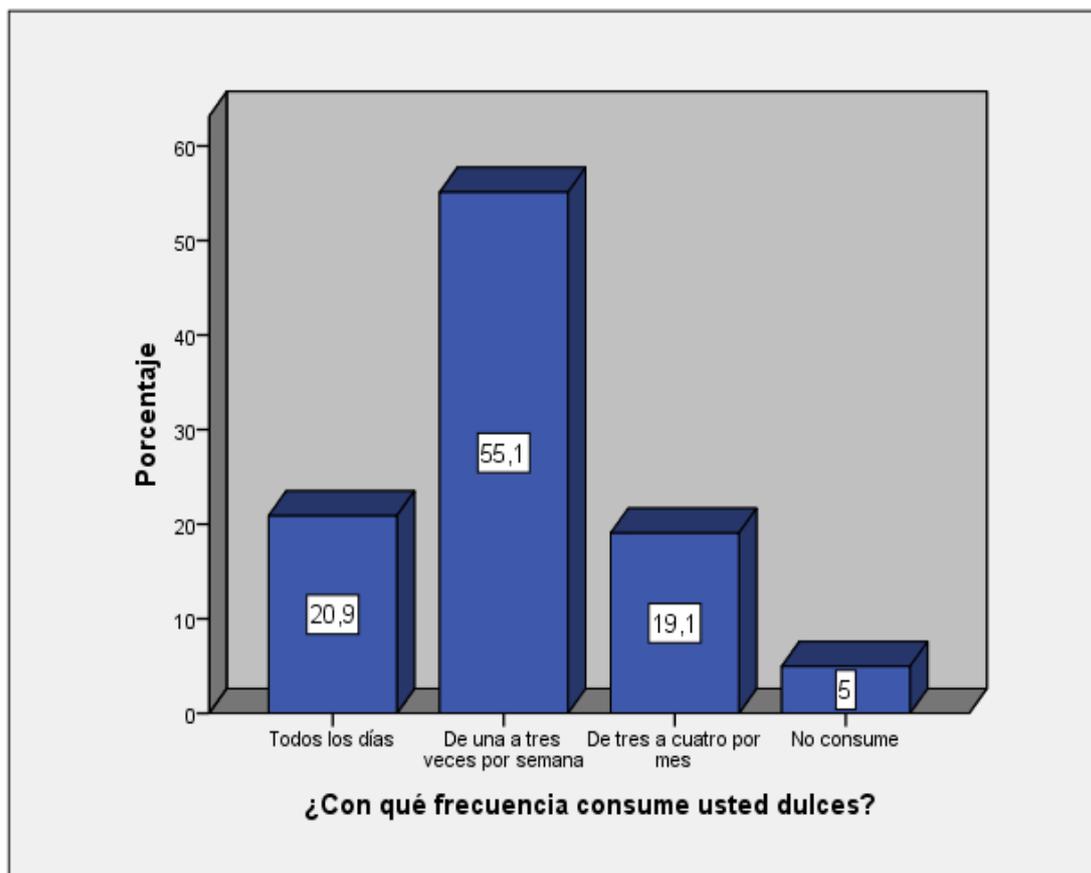
Tabla 7. Pregunta5. ¿Con qué frecuencia consume usted dulces?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Todos los días	80	20,9	20,9	20,9
	De una a tres veces por semana	211	55,1	55,1	76,0
	De tres a cuatro por mes	73	19,1	19,1	95,0
	No consume	19	5,0	5,0	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Gráfico 5: Pregunta5. ¿Con qué frecuencia usted consume dulce?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Interpretación.- En esta pregunta se observa que el 20,9% que son 80 personas consumen dulces todos los días, el 55,1% comprende a 221 personas que consumen de una a tres veces por semana, el 19,1% equivale a 73 personas que consumen de tres a cuatro veces por mes, mientras que el 5% comprenden a 19 personas que no consumen dulces, por lo que se observa que el 55,1% de estas personas comprarían el dulce hasta tres veces en la semana.

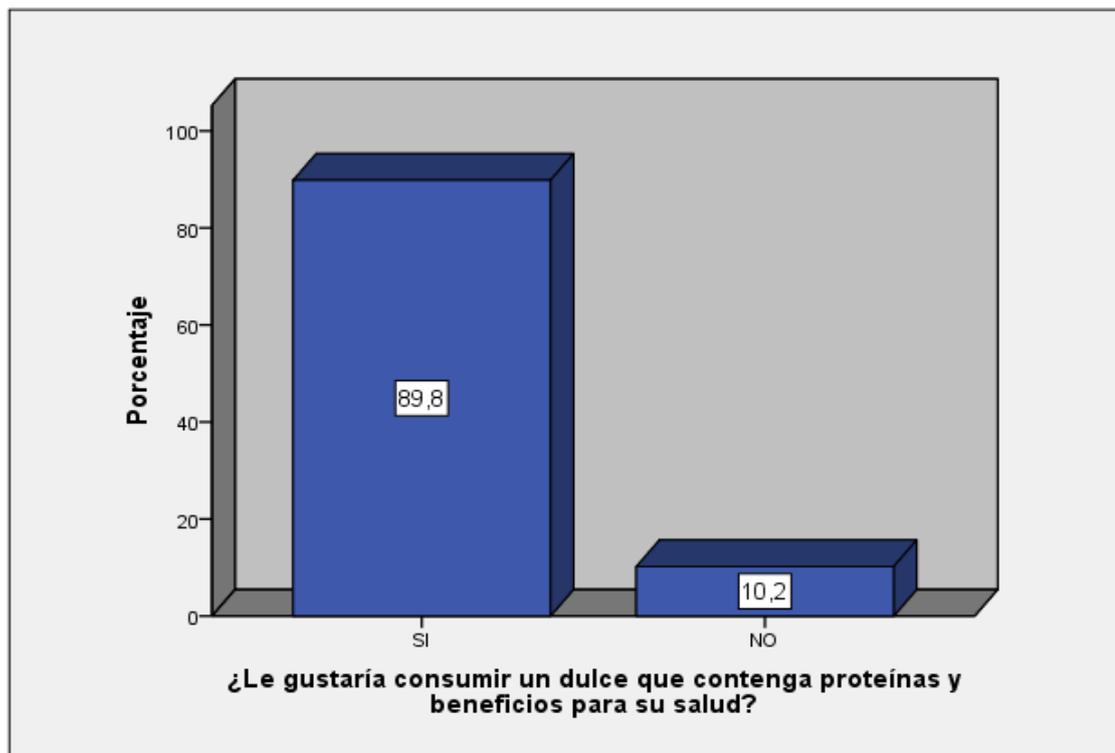
Tabla 8. Pregunta 6. ¿Le gustaría consumir un dulce que contenga proteínas y beneficios para su salud?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	344	89,8	89,8	89,8
	NO	39	10,2	10,2	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Gráfico 6: Pregunta 6. ¿Le gustaría consumir un dulce que contenga proteínas y beneficios para su salud?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Interpretación.- En esta pregunta se refleja que al 89,8% de las personas les gustaría consumir un dulce que contenga proteínas y beneficios para su salud, mientras que al 10,2 no le gustaría, por lo tanto se observa que el producto será aceptado por las personas.

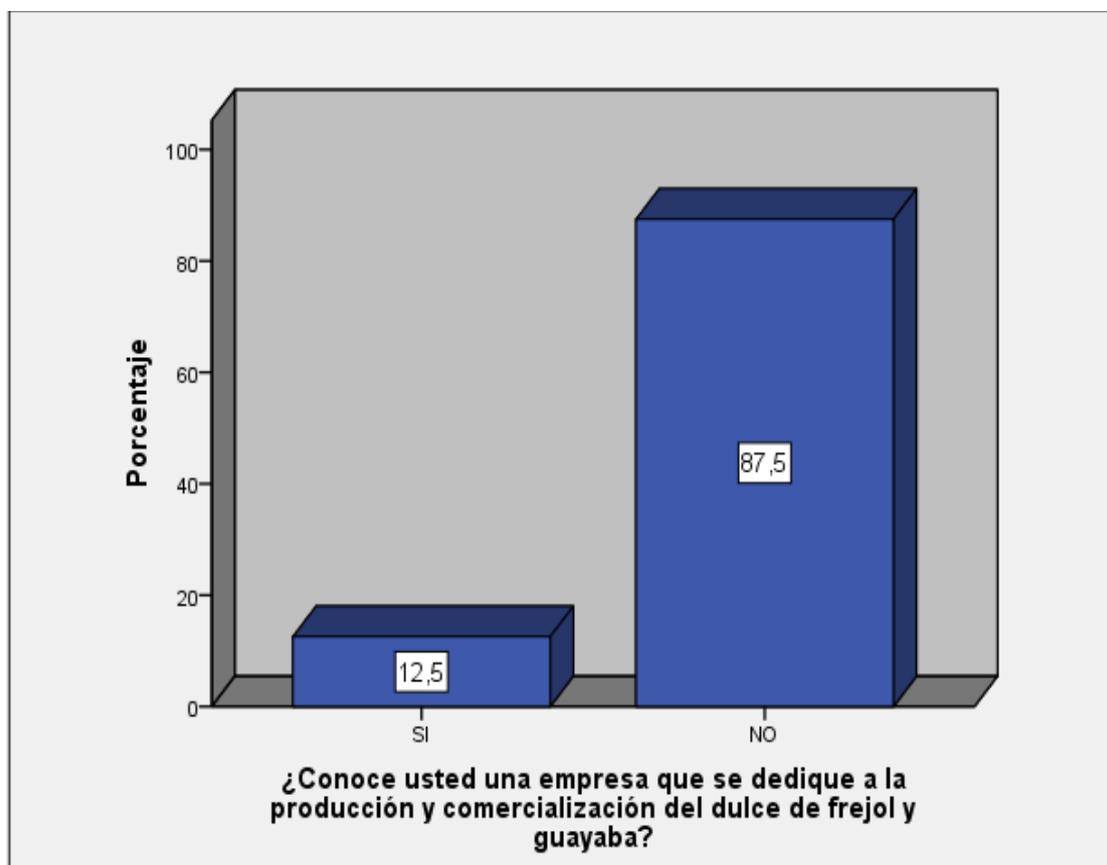
Tabla 9. Pregunta7. ¿Conoce usted una empresa que se dedique a la producción y comercialización del dulce de frejol y guayaba?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	48	12,5	12,5	12,5
	NO	335	87,5	87,5	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Gráfico 7: Pregunta7. ¿Conoce usted una empresa que se dedique a la producción y comercialización del dulce de fréjol y guayaba?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Interpretación.- De acuerdo a esta pregunta el 12,5% de personas dice conocer una empresa que se dedique a la producción y comercialización del dulce de fréjol y guayaba, mientras el 87,5% de personas dice no conocer, por lo tanto se refleja que casi no existen empresas que se dediquen a la elaboración de este producto y se diría que en la parroquia de Calderón existe un nicho de mercado del producto.

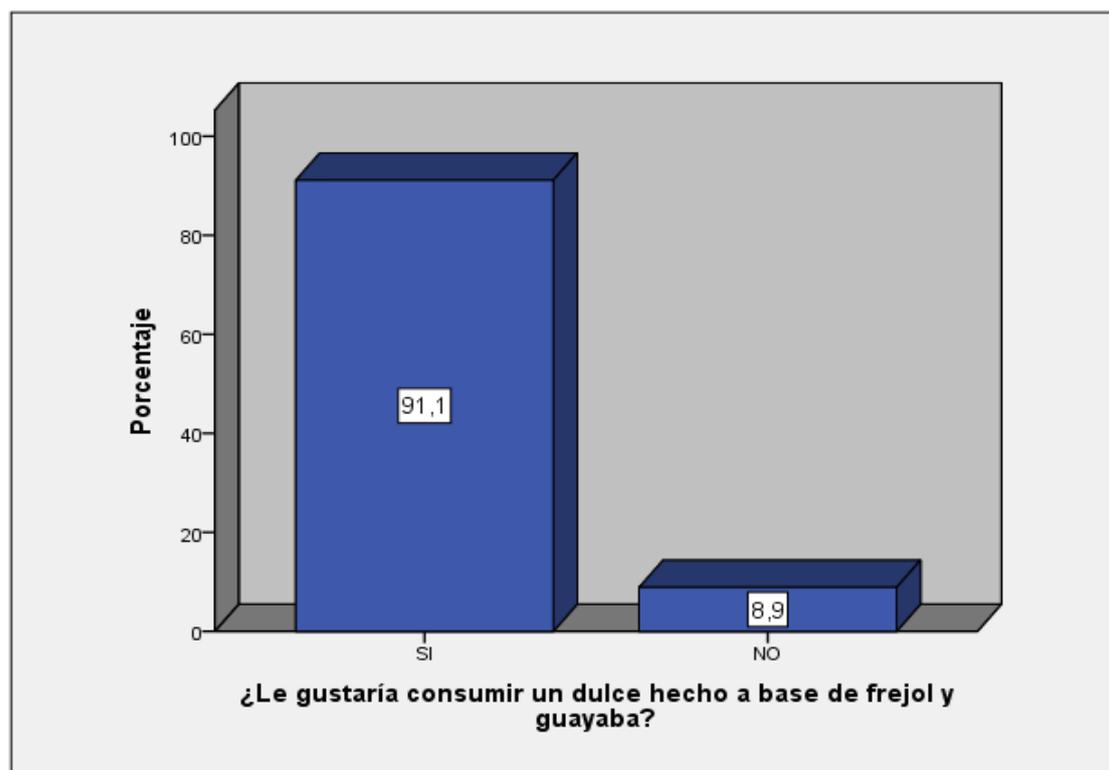
Tabla 10. Pregunta8. ¿Le gustaría consumir un dulce hecho a base de fréjol y guayaba?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	349	91,1	91,1	91,1
	NO	34	8,9	8,9	100,0
Total		383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Gráfico 8: Pregunta8. ¿Le gustaría consumir un dulce a base de frejol y guayaba?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Interpretación.- Un 91,1% de los encuestados manifiestan que si estarían dispuestos a consumir el un dulce hecho a base de fréjol y guayaba y tan solo el 8,9% no lo consumiría. Siendo que a la mayoría les gustaría consumir el dulce nuevo por lo que tendría una muy buena oportunidad en el mercado.

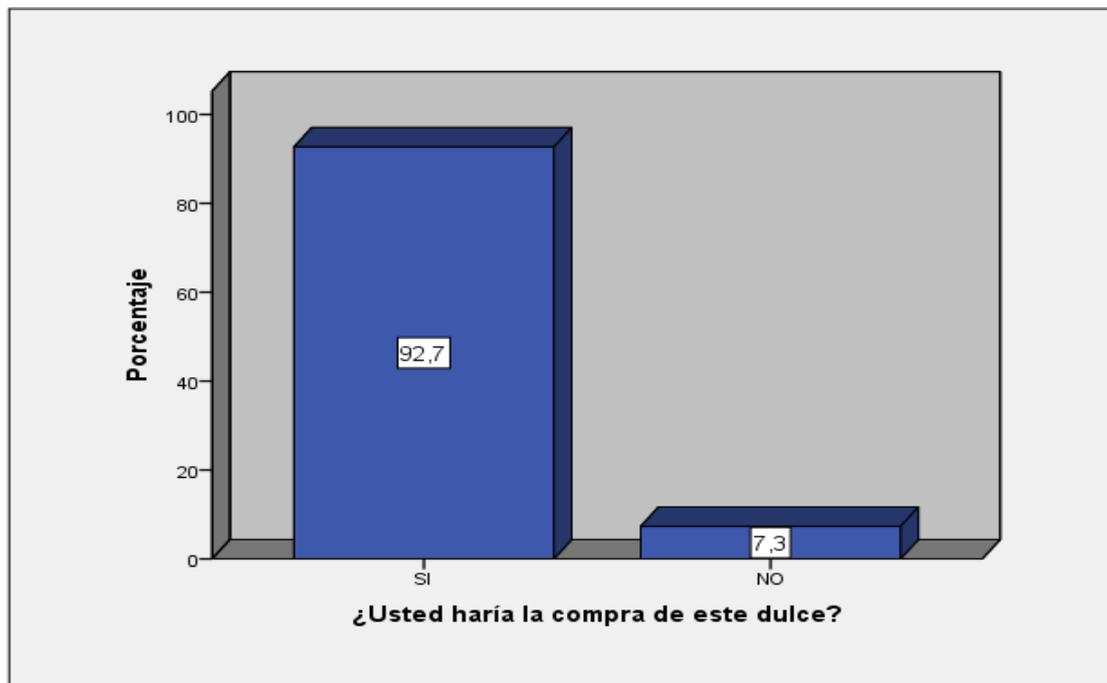
Tabla 11. Pregunta9. ¿Usted haría la compra de este dulce?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	355	92,7	92,7	92,7
	NO	28	7,3	7,3	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Gráfico 9: Pregunta9. ¿Usted haría la compra de este dulce?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Interpretación.- Un 92,7% de personas que equivale a 355 personas manifiestan que si están dispuestas a adquirir y consumir este dulce, mientras que el 7,3% no lo compraría, se ha observado que la mayoría de personas si comprarían el dulce por lo tanto el producto tendría buena demanda.

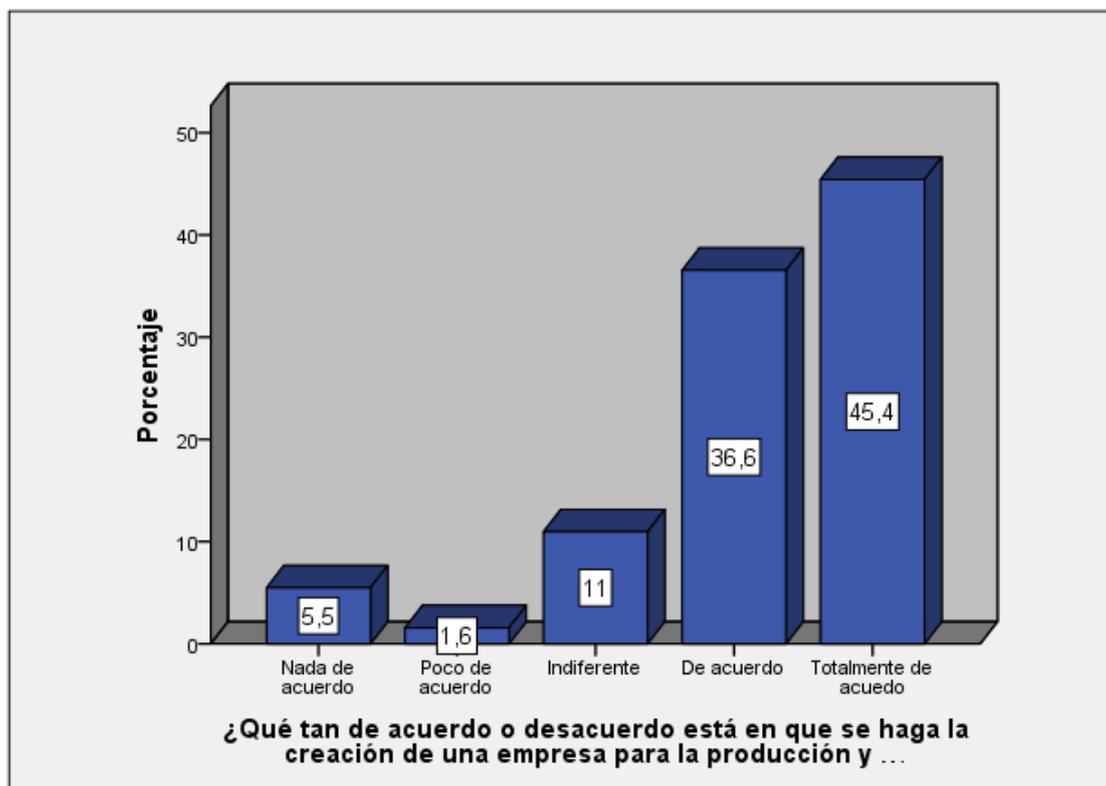
Tabla 12. Pregunta10. ¿Qué tan de acuerdo o desacuerdo está en que se haga la creación de una empresa para la producción y comercialización del dulce de fréjol y guayaba?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada de acuerdo	21	5,5	5,5	5,5
	Poco de acuerdo	6	1,6	1,6	7,0
	Indiferente	42	11,0	11,0	18,0
	De acuerdo	140	36,6	36,6	54,6
	Totalmente de acuerdo	174	45,4	45,4	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Gráfico 10: Pregunta10. ¿Qué tan de acuerdo o desacuerdo está en que se haga la creación de una empresa para la producción y comercialización del dulce de fréjol y guayaba?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Interpretación.- En la siguiente pregunta se refleja que el 5,5% de los 383 encuestados están nada de acuerdo en que se haga la creación de la empresa para la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba, por otro lado el 1,6% de las personas están poco de acuerdo, el 11% le es indiferente, el 36,6% están de acuerdo y el 45,4% están totalmente de acuerdo en la creación de la empresa, por lo que a la mayor parte de encuestados están de acuerdo se observa que se puede hacer la creación de la empresa ya que el producto tendría aceptación en el mercado.

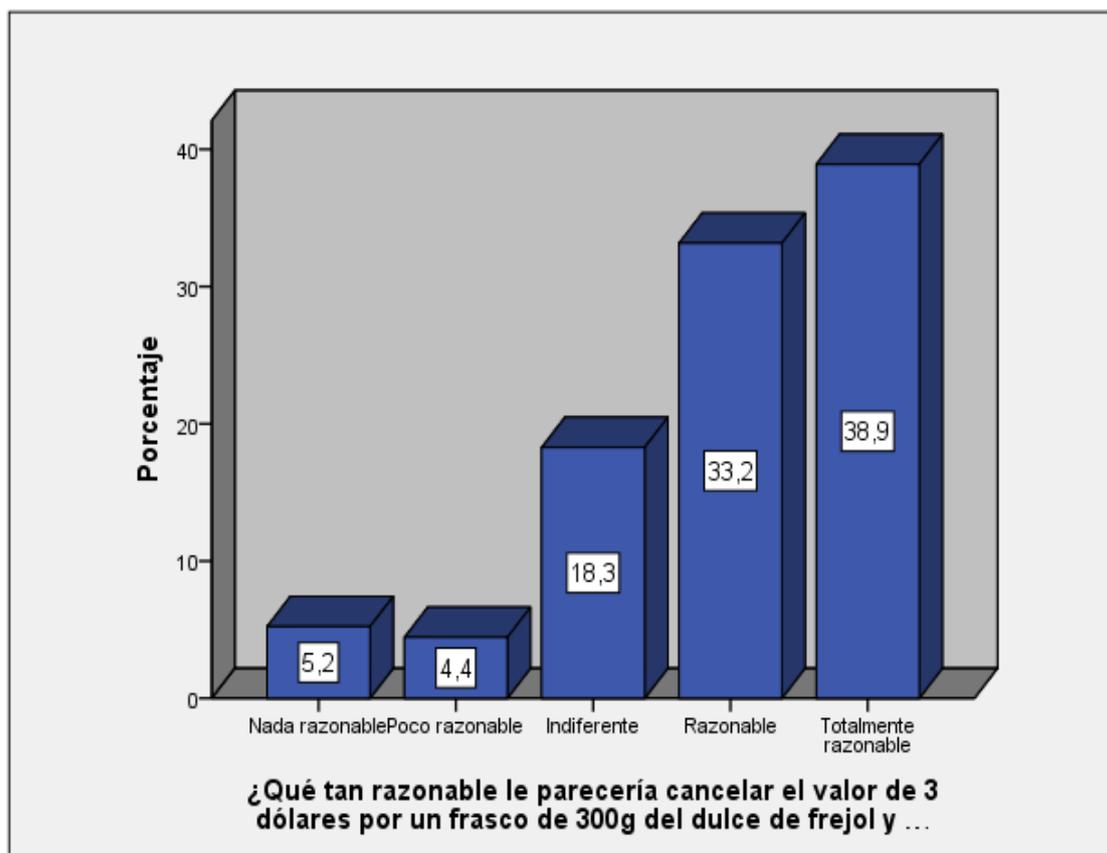
Tabla 13. Pregunta 11. ¿Qué tan razonable le parecería cancelar el valor de 3 dólares por un frasco de 300g del dulce de fréjol y guayaba?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada razonable	20	5,2	5,2	5,2
	Poco razonable	17	4,4	4,4	9,7
	Indiferente	70	18,3	18,3	27,9
	Razonable	127	33,2	33,2	61,1
	Totalmente razonable	149	38,9	38,9	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Gráfico 11: Pregunta11. ¿Qué tan razonable le parecería cancelar el valor de 3 dólares por un frasco de 300g del dulce de frejol y guayaba?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Interpretación.- Un 38,9% de los encuestados estarían dispuestos a pagar por el dulce de fréjol y guayaba el precio de 3,00 dólares que les es totalmente razonable el valor, el 33,2% les parece razonable, al 18,3% les es indiferente, al 4,4% les parece poco relevante y al 5,2% les es nada razonable, por lo que se observa que es un precio razonable que sí podrían pagar por el dulce.

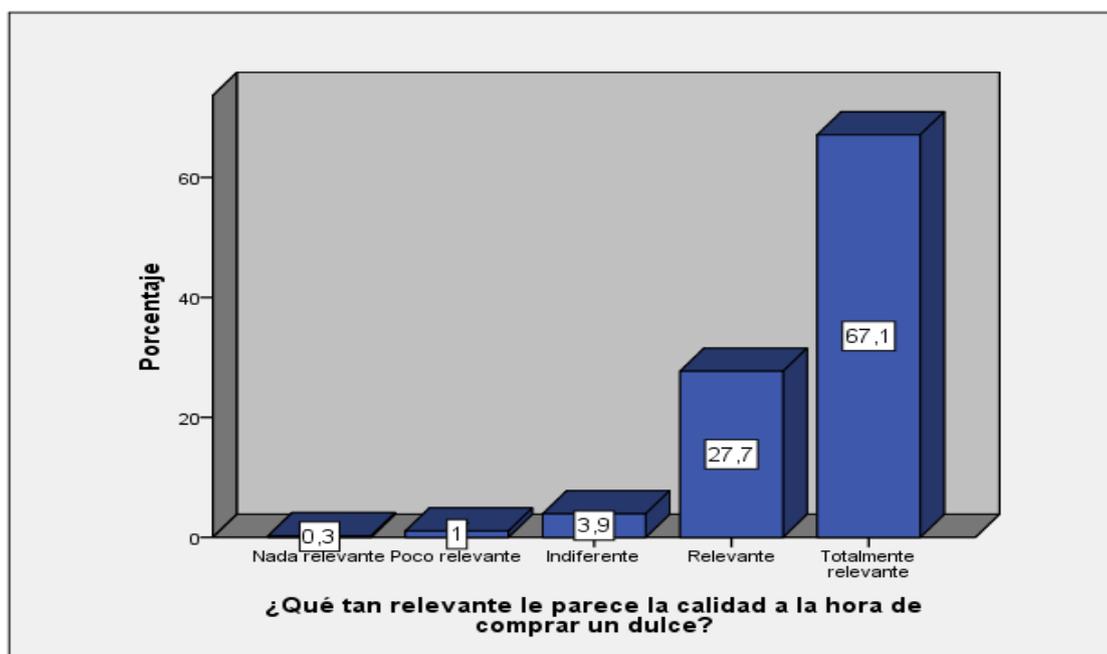
Tabla 14. Pregunta12. ¿Qué tan relevante le parece la calidad a la hora de comprar un dulce?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada relevante	1	,3	,3	,3
	Poco relevante	4	1,0	1,0	1,3
	Indiferente	15	3,9	3,9	5,2
	Relevante	106	27,7	27,7	32,9
	Totalmente relevante	257	67,1	67,1	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Gráfico 12: Pregunta12. ¿Qué tan relevante le parece la calidad a la hora de comprar un dulce?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Interpretación.- En esta pregunta al 67,1% de los encuestados les parece que la calidad es totalmente relevante a la hora de comprar un dulce, al 27,7% de las personas les parece relevante, al 3,9% les es indiferente, al 1% poco relevante y al 0,3% les parece nada relevante, se observa que la calidad es importante a la hora de comprar un producto por lo que se ofrecerá un dulce de calidad para que las personas lo consuman.

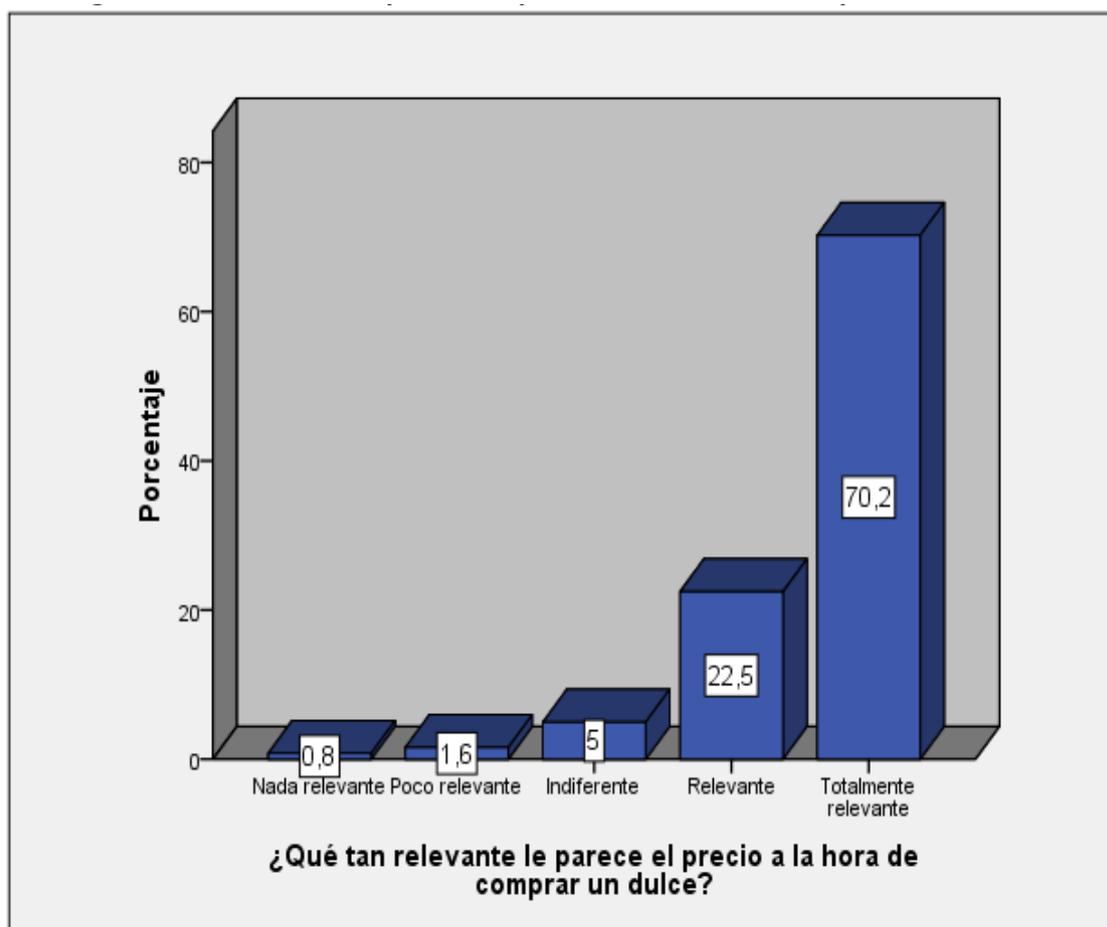
Tabla 15. Pregunta13. ¿Qué tan relevante le parece el precio a la hora de comprar un dulce?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Nada relevante	3	0,8	0,8	0,8
Poco relevante	6	1,6	1,6	2,3
Indiferente	19	5,0	5,0	7,3
Relevante	86	22,5	22,5	29,8
Totalmente relevante	269	70,2	70,2	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Gráfico 13: Pregunta13. ¿Qué tan relevante le parece el precio a la hora de comprar un dulce?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Interpretación.- Al 70,2% de los encuestados les parece que el precio es totalmente relevante a la hora de comprar un dulce, por otro lado al 22,5% le parece relevante, al 5% le es indiferente, al 1,6% les parece poco relevante, mientras que tan solo al 0,8% les parece nada relevante, se observa que la mayor parte de encuestados le es relevante el precio a la hora de comprar un dulce por lo que se ofrecerá a un precio accesible para que las personas lo puedan comprar.

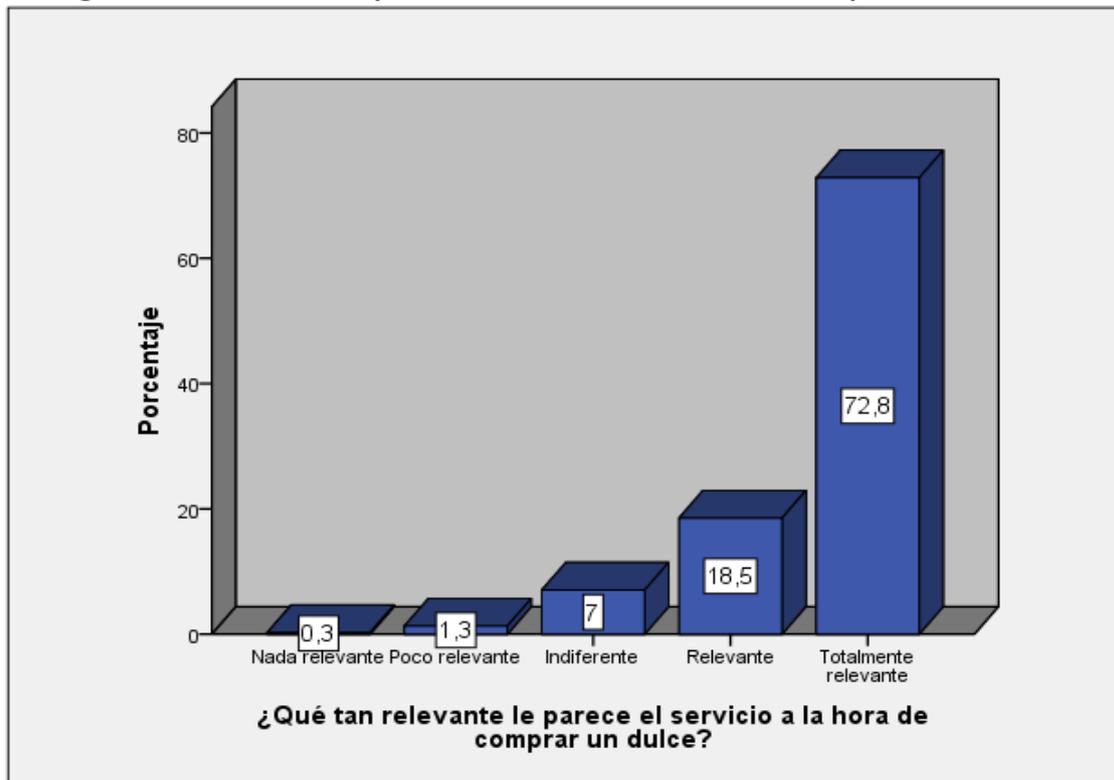
Tabla 16. Pregunta14. ¿Qué tan relevante le parece el servicio a la hora de comprar un dulce?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada relevante	1	,3	,3	,3
	Poco relevante	5	1,3	1,3	1,6
	Indiferente	27	7,0	7,0	8,6
	Relevante	71	18,5	18,5	27,2
	Totalmente relevante	279	72,8	72,8	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

Gráfico 14: Pregunta14. ¿Qué tan relevante le parece el servicio a la hora de comprar un dulce?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mileidy Lara

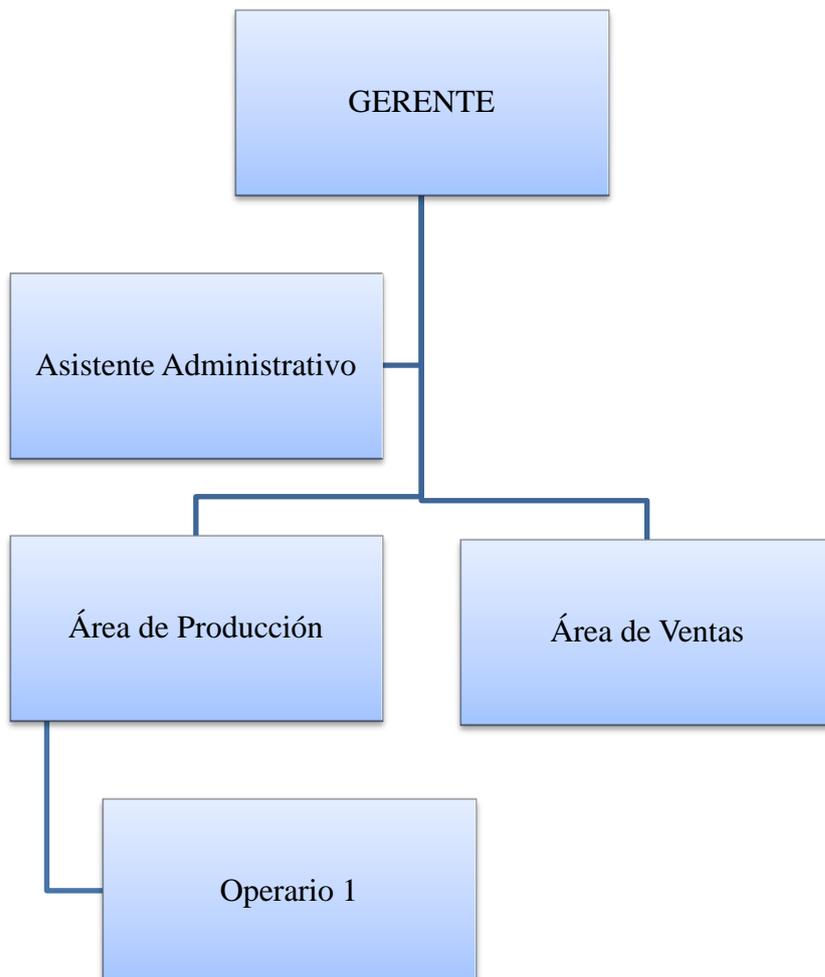
Interpretación.- Al 72,8% de los encuestados les parece que el servicio es totalmente relevante a la hora de comprar un dulce, al 18,5% les parece relevante, al 7% les es indiferente, al 1,3% les parece poco relevante, mientras que solo a un 0.3% les parece nada relevante, se ha observado que la mayor parte de los encuestados les parece relevante el servicio al momento de comprar un dulce por lo que se contara con un buen equipo de trabajo que ofrezca buen servicio desde el momento que entra hasta que salga el cliente.

CAPÍTULO IV ADMINISTRATIVO

4.1 Orgánico Funcional

4.1.1 Organigrama

El organigrama es una herramienta grafica que permite la organización de la empresa ya que ayuda a tener claro la división del trabajo en la organización. De tal manera que cada uno de los cargos se ejecuten con responsabilidad.



El equipo de trabajo estará conformado por el Gerente general quien será la cabeza de la empresa, asistente contable, área de producción conformada un operarios y el área de ventas.

- **Gerente**

El gerente es quien va a dirigir a la empresa “Dulces Mileidy” quien estará a cargo de llevar toda la información financiera de la empresa, garantizando la compra de la materia prima y obligaciones financieras que tenga la empresa.

- **Asistente Administrativo**

El asistente uno de los pilares fundamentales de la empresa el cual debe: Gestionar y responder llamadas, correos electrónicos, Redactar, archivar y revisar documentos facturas, reportes y otros documentos administrativos y actualizar y mantener al día toda información de la empresa.

- **Área de producción**

El operario de producción será el encargado de transformar la materia prima en el producto final del dulce de fréjol y guayaba, siguiendo los requisitos de calidad, con su respectivo etiquetado, empacado y almacenamiento del dulce de fréjol.

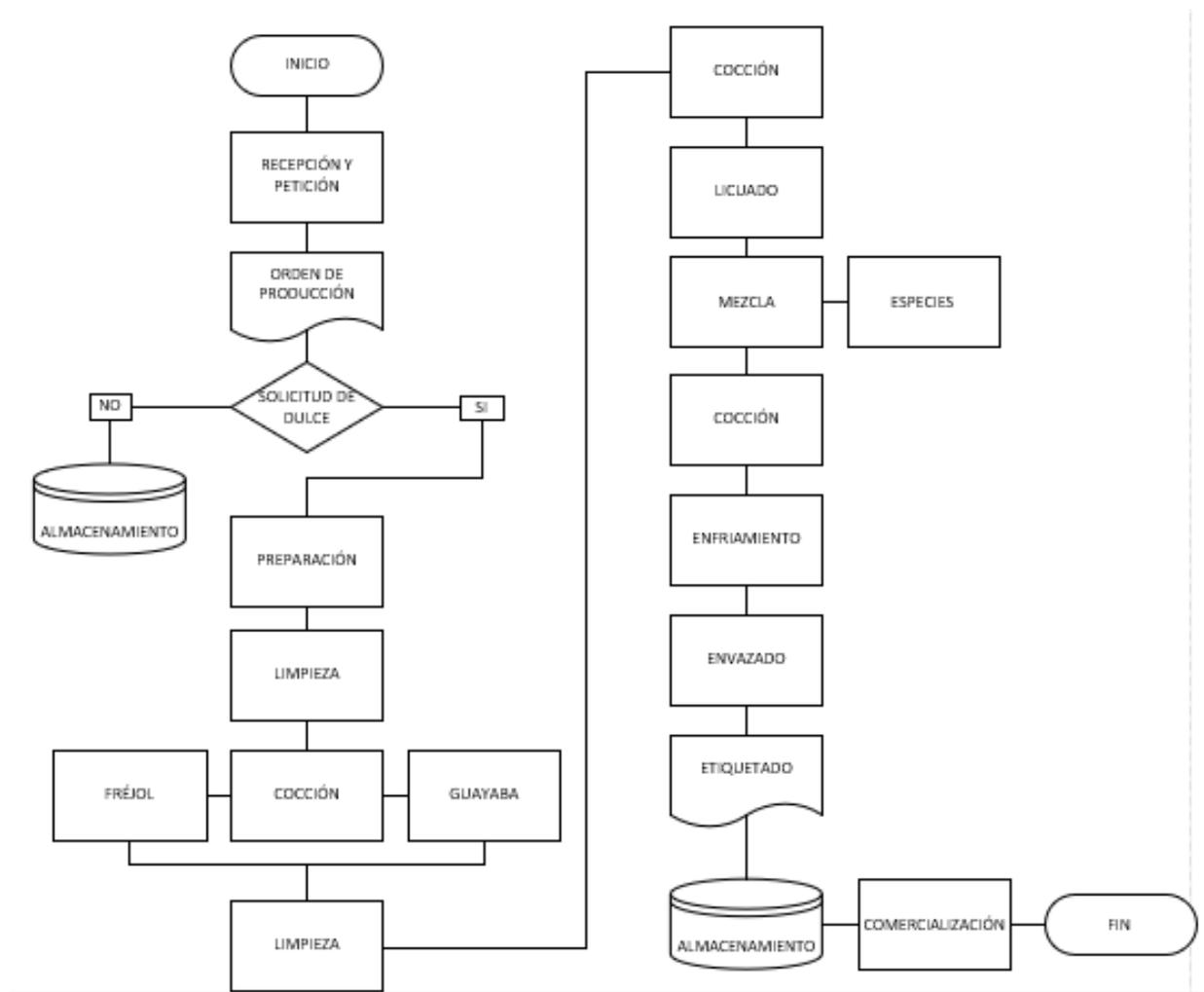
- **Área de ventas**

La persona de ventas debe tener un excelente vínculo con el cliente, satisfacer y motivar mediante un contacto efectivo brindando un buen servicio con el fin de realizar la venta teniendo un acercamiento directo con otras empresas para hacer la distribución del producto y también debe llevar un control de los informes de venta que deben ser presentados al gerente.

Flujograma

A continuación vamos a revisar el flujograma que la empresa tendrá dentro de su ejecución esto nos permite determinar los procedimientos ya así ahorrar los tiempos.

Ilustración 5: Flujograma



Elaborado por: Mileidy Lara

CAPÍTULO V PROPUESTA

5.1 PLAN DE GESTIÓN

Introducción

En el plan de gestión se detallará los límites, recursos a utilizar, cronograma y plan de gestión financiera.

5.1.1 Plan de Gestión administrativa

Límites

El diseño del plan de negocios para la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba en la Parroquia de Calderón, se lo realiza con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, brindando un producto natural que contiene proteínas y beneficios para la salud de las personas.

5.1.2 Plan de Gestión financiera

- **Objetivo General de la propuesta**

Realizar un estudio de factibilidad económica que permita determinar la inversión y el tiempo de recuperación para la puesta en marcha de la empresa dedicada a la elaboración y comercialización del dulce de fréjol en la parroquia de Calderón.

Objetivos Específicos de la propuesta

- Elaborar un producto natural, el dulce de fréjol y guayaba sin conservantes dañinos para la población
- Determinar los costos de producción a utilizar en la implementación de la empresa.
- Analizar la viabilidad económica de la inversión que se requiere para el funcionamiento de la empresa dedicada a la elaboración y comercialización del dulce de fréjol y guayaba.

5.2 Estrategia comercial

En la empresa “Dulces Mileidy” dedicada a la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba esta empresa se dedicará a la elaboración de un producto artesanal 100% naturales que permitan absorber de mejor manera todos los nutrientes sin químicos dañinos.

Dentro de los principales componentes que contienen el fréjol y guayaba están los carbohidratos, proteínas, fibras, calcio, potasio, zinc, hierro y sodio, son alimentos muy completos a nivel nutricional que aportan al buen funcionamiento digestivo, ayudan a mantener una presión arterial normal, prevenir enfermedades cardiovasculares, reducen el colesterol, al tratamiento de la diabetes, aumenta las defensas, ayudan a prevenir el cáncer y mantener la tiroides sana.

5.2.1 Marketing mix

El Marketing mix está conformado por producto, precio, plaza y promoción conocidas como las 4Ps, el análisis de las 4P es una regla muy fundamental para enfocarlo a la empresa ya que permite planificar las estrategias para crear una diferencia en el producto frente a la competencia.

- **Producto:** Dulce tradicional de fréjol y guayaba es natural, un producto de buen sabor de contextura espesa y color café, que contiene proteínas, un alto

valor nutricional y diferentes beneficios para la salud de las personas, donde busca la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

- **Precio:** Se establecerá un precio accesible a la economía de las personas para que lo puedan adquirir y obtengan un producto de calidad. El cual se ha observado en los resultados de la encuesta que el 72,1% están dispuestos a pagar el valor de 3 dólares.

- **Plaza:** El servicio de venta de la producción del dulce de fréjol y guayaba se realizará en la Parroquia de Calderón, donde se encuentra el mercado meta.

- **Promoción:** Se los promocionará mediante la publicidad, boca a boca, tarjetas, redes sociales y mediante ferias donde se hará degustar el dulce para observar la aceptación del producto en el mercado. También en fechas especiales como el 14 de febrero, día de las madres, día del padre, entre otras, se hará la oferta del 2x1.

- **Proceso de Producción del Dulce de Fréjol y Guayaba**

INGREDIENTES

- Fréjol
- Guayaba
- Panela
- Canela
- Anís
- Clavo de olor

PREPARACIÓN

Lavar el fréjol y la guayaba, cocinar el fréjol en una olla hasta que la piel de los mismos salga, licuar, cernir y reservar, cocinar la guayaba hasta que esté bien cocinada,

licuar, cernir y reservar, colocar en una paila de bronce el fréjol, la guayaba y mezclar estos ingredientes y dejar cocinar.

Añadir la panela y las especies, mezclar constantemente con una cuchara de palo para que no se asiente en la olla. El tiempo de cocción una vez que están la mezclas de todos los ingredientes tiene una duración de 4 horas cuando el dulce obtenga una textura espesa, está listo el producto final.

Una vez que esté listo el producto del dulce de fréjol y guayaba que posee un buen sabor puede ser degustado con pan, galletas o simplemente solo.

5.3 Manual de Marca

MARCA

Dulces Mileidy

El nombre de la marca es como tal tiene su significado, siendo que dulce es de acuerdo al producto que se va a ofrecer y Mileidy se lo ha puesto por el nombre de la dueña en este caso.

SLOGAN

Le damos dulces a la vida

El Eslogan se lo ha creado con el fin de que en una frase demuestre que el dulce es un producto que da vida ya que contiene proteínas y beneficios para la salud.

DISEÑO MARCA



Este diseño de marca será el que se use en la empresa el cual ira en el envase del producto.

TARJETA



Este diseño de tarjeta se lo ha realizado con el fin de que este será un medio de publicidad haciendo la entrega de la misma a las personas para que conozcan la empresa donde se produce y comercializa el dulce de frejol y guayaba.

MISIÓN

Diseñar un plan de negocio para la producción y comercialización del dulce tradicional del fréjol y guayaba, para el consumo de las personas, adultos, adolescentes y niños con el fin de brindar un producto exquisito que satisfaga las necesidades de los consumidores de mejorar su alimentación diaria.

VISIÓN

Ser una empresa de producción y comercialización del dulce tradicional del fréjol y guayaba así en un futuro pueda expandirse en distintas ciudades del Ecuador. El emprendimiento será consumido por los habitantes de la Parroquia de Calderón, se desea obtener un producto con una excelente demanda donde se satisfaga cliente. Con este plan de negocio se quiere mejorar la economía popular mejorando una estabilidad económica para las familias.

5.4 Plan Estratégico

5.4.1 Estrategias de marketing

- Hacer publicidad para dar a conocer el dulce tradicional de fréjol y guayaba a las personas
- Dialogar con amigos sobre el plan de negocio de la producción y comercialización del dulce tradicional de fréjol y guayaba.
- Subir fotografías a las redes sociales para que varias personas lo conozcan
- Elaborar un diseño de tarjetas para así repartirlas
- Hacer las impresiones de varias tarjetas
- Repartir las tarjetas en las calles para que de esta manera se conozca la empresa de los bocaditos.
- Investigar si hay alguna empresa a la cual se podría hacer una distribución del producto.
- Hablar con el gerente
- Plantearle la idea para la distribución de mi producto a su empresa.
- Hacer un pedido escrito dirigido a la empresa pidiendo hacer un convenio para la distribución del dulce.
- Firmar el convenio.

CAPITULO VI FACTIBILIDAD FINANCIERA

A continuación, se presentará el detalle de la parte financiera hacer utilizada para la elaboración y puesta en marcha de este proyecto. Es necesario detallar los diferentes recursos a utilizar:

MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL \$
QUINTAL DE FRÉJOL	\$50	6	300
CAJA DE GUAYABA	\$12	12	144
PANELA	\$0,20	360	72
CANELA	\$0,15	30	4,5
ANÍS	\$0,15	30	4,5
CLAVO DE OLOR	\$0,15	30	4,5
165 ENVACES VIDRIO	14,5	5	72,5
			602

Elaborado por: Mileidy Lara

En materia prima la empresa requiere de \$602.00 para su producción mensual del dulce de fréjol y guayaba, estos valores están de acuerdo a la proyección mensual de producción, razón por la cual en la puesta en marcha variará de acuerdo al número de ventas que tenga la empresa.

EQUIPOS Y MAQUINARIA

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	PRECIO \$
COCINA INDUSTRIAL	\$250	1	250
REFRIGERADOR	\$820	1	820
LICUADORA INDUSTRIAL	\$470	1	470
TOTAL			1540

Elaborado por: Mileidy Lara

En equipos y maquinaria la empresa requiere para inicial su producción un valor de inversión de \$1540,00, estos valores luego del año aumentarán debido a la proyección de crecimiento de la empresa.

UTENSILIOS DE COCINA

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	PRECIO \$
PAILA DE BROCE	\$300	1	300
OLLAS	\$158	2	316
CUCHILLOS	\$3,50	2	7
CUCHARA DE PALO	\$1	2	2
CERNIDOR ARTESANAL	\$12	2	24
TOTAL			649

Elaborado por: Mileidy Lara

Los valores para los utensilios de cocina serán de \$649, mismo que serán para un uso de tres meses, posterior a esta fecha la empresa deberá evaluar si requiere de más utensilios de cocina.

UNIFORMES Y ACCESORIOS

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	PRECIO \$
UNIFORMES	\$45	2	90
GORROS DESECHABLES	\$5,99	20	119,8
GUANTES DE COCINA	\$2	20	40
TOTAL			249,8

Elaborado por: Mileidy Lara

Cumpliendo con la normativa del código de trabajo, Ministerios de Salud y demás entes de control, la empresa plantea requerir para uniformes y accesorios un valor de \$249,80.

MUEBLES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	PRECIO \$
ESCRITORIO	\$130	3	390
SILLA GIRATORIA	\$35	3	105
SILLA DE ESPERA	\$110	1	109,99
ARCHIVADOR VERTICAL	\$65	1	65
ESTANTERIA METALICA	100	2	200
TOTAL			869,99

Elaborado por: Mileidy Lara

El valor para muebles y oficina para la empresa se requiere un valor de \$869,99, esto le va a permitir funcionar y llevar un control documental y atención a los clientes que lleguen a la empresa.

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	PRECIO \$
COMPUTADORA	\$350,00	2	700
IMPRESORA	\$149	1	149
TOTAL			849

Elaborado por: Mileidy Lara

Para poder arrancar su funcionamiento la empresa invertirá en equipos de computación por un valor de \$849,00, con estos quipos se va llevar el control digital de las órdenes de venta y facturación de la empresa.

RECURSOS HUMANOS

CARGO	NOMIN A	SUELD O	DEC. TER C.	DEC.CUA RT	APORT ES IESS	REM.ME NS.
GERENTE		1000	83,33	31,25	112,5	1.227,08
ASISTENTE ADMINISTRATI VO		396	33	31,25	44,55	504,80
AREA DE PRODUCCIÓN		396	33	31,25	44,55	504,80
AREA DE VENTAS		396	33	31,25	44,55	504,80
OPERARIO 1		396	33	31,25	44,55	504,80
TOTAL						3.246,28

Elaborado por: Mileidy Lara

La empresa tiene planeado empezar a operar con un grupo de 5 personas quienes de acuerdo al organigrama estructural cada uno estará dedicado a cumplir actividades diferentes que le permita crecer a la empresa, el valor propuesto para tres meses asciende a \$3246,28, se plantea solo por tres meses, entiendo que a partir de este mes la empresa ya empieza a generar sus propios recursos para cubrir con sus obligaciones patronales.

SUMINISTROS DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
AGENDAS	4	3,75	15
BASURERO	4	5	20
ARCHIVADOR T/OFICIO	8	1,3	10,4
CAJA GRAPAS	2	1,1	2,2
GRAPADORA	2	3,2	6,4
LAPIZ	12	0,15	1,8
MARCADOR PERMANENTE	8	0,3	2,4
CAJA DE ESFEROS	1	5,25	5,25
PERFORADORA	2	4,5	9
RESMAS DE HOJAS	4	3,15	12,6
TIJERA	4	1	4
ETIQUETADORA	2	14,5	29
TINTA PARA IMPRESORA	2	26,99	53,98
TOTAL			172,03

Elaborado por: Mileidy Lara

El gasto para Suministros de Oficina será de \$172,03 esto le va a permitir operar con los necesario durante la implementación de la empresa.

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL \$
ARRIENDO	\$200	1	200
GAS	\$3,50	2	7
LUZ	\$10	1	10
AGUA	\$10	1	10
INTERNET	\$20	1	20
TELEFONO	\$15	1	15
MATERIALES DE LIMPIEAZA	\$70	1	70
TOTAL			332

Elaborado por: Mileidy Lara

Se estima un pago mensual de servicios básicos por un valor de \$332,00 estos gastos son necesarios debido a que sin esto no podrá operar la empresa, adicionalmente hay

En esta tabla hemos planificado las ventas de la empresa y los posibles clientes que serán como están detalladas en la tabla, esto nos permite planificar nuestras posibles ventas de acuerdo a nuestro estudio de mercado.

2.- DEMANDA:

AÑO:		2019	
RUBROS	CANTIDAD	UNIDAD	
Producción mensual	3300	150	
TOTAL	3300	150	

Elaborado por: Mileidy Lara

La demanda mensual se tiene previsto que será de 3300 unidades del dulce de frejol y guayaba.

3.- OFERTA FUTURA

5	% ANUAL	BASE:	39600
---	---------	-------	-------

AÑOS	CANTIDAD	TASA DE CRECIMIENTO
2019	41580	5
2020	43659	5
2021	45842	5
2022	48134	5
2023	50541	5

Elaborado por: Mileidy Lara

La oferta está planteada con un crecimiento del 5% sobre la proyección de ventas anuales, en la tabla anterior se refleja una proyección a 5 años.

4.- DEMANDA PROYECTADA

SE ESTIMA QUE LA DEMANDA CRECERA UN		1,5
BASE:	3300	

AÑOS	CANTIDAD	TASA DE CRECIMIENTO
2019	3350	1,5
2020	3400	1,5
2021	3451	1,5
2022	3502	1,5
2023	3555	1,5

Elaborado por: Mileidy Lara

Se pretende tener una demanda proyecta al 1,5% anual, esperando el posicionamiento de la empresa y así poder superar esta proyección.

5.- BALANCE OFERTA DEMANDA

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEFICIT
2019	41580	3350	38231
2020	43659	3400	40259
2021	45842	3451	42391
2022	48134	3502	44632
2023	50541	3555	46986

Elaborado por: Mileidy Lara

En esta tabla se estable la oferta, demanda y el posible déficit que tendríamos para abastecer la demanda que tendrá la empresa.

6.- PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

(EN 3300)		
AÑOS	CANTIDAD	PORCENTAJE DE LA CAPACIDAD INSTALADA
1	604	80
2	641,75	85
3	679,5	90
4	717,25	95
5	755	100

Elaborado por: Mileidy Lara

En esta tabla observamos la proyección de la producción diaria que tendría la empresa a cinco años dentro del mercado local.

7.- CALCULO DEL COSTO DE MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES POR UNIDAD

(EN DOLARES)	
RUBRO	COSTO
QUINTAL DE FRÉJOL	50,00
CAJA DE GUAYABA	12,00
PANELA	0,20
CANELA	0,15
ANÍS	0,15
CLAVO DE OLOR	0,15
165 ENVACES VIDRIO	14,50
TOTAL	77,15

Elaborado por: Mileidy Lara

Aquí se evidencia los costos de producción que se realizará por la producción diaria que tendrá la empresa.

8.- CAPITAL DE OPERACIÓN**MESES****3**

RUBROS	POR MES	VALOR
- MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES		11.649,65
- MANO DE OBRA	2.019,20	6.057,60
- SERVICIOS BASICOS	100,00	300,00
- ARRIENDOS	500,00	1.500,00
- SUELDOS ADMINISTRATIVOS	1.227,08	3.681,24
- PUBLICIDAD	50,00	150,00
	TOTAL	23.338,49

Elaborado por: Mileidy Lara

Los gastos operacionales están representados en esta tabla, aquí evidenciamos los costos que se necesita para la terminación del producto, dulce de fréjol con guayaba,

9. CARGO

9, CARGO	NOMIN A	SUELD O	DEC. TERC.	DEC.CUAR T	APORTE S IESS	REM.MEN S.
GERENTE		1000	83,33	31,25	112,5	1.227,08
ASISTENTE ADMINISTRATIV O		396	33	31,25	44,55	504,80
AREA DE PRODUCCIÓN		396	33	31,25	44,55	504,80
AREA DE VENTAS OPERARIO 1		396	33	31,25	44,55	504,80
			0		0	0,00
			0		0	0,00
			0		0	0,00
		TOTAL				3.246,28

Elaborado por: Mileidy Lara

Los gastos de nómina serán determinados de acuerdo a la tabla anterior evidenciando los gastos por décimos y el sueldo por un periodo de mensual, este rubro debe considerarse por tres meses

10.- RESUMEN DE LA INVERSIÓN

RUBROS	VALOR
ACTIVOS FIJOS	19312,03
ACTIVOS DIFERIDOS	250,00
CAPITAL DE OPERACIÓN	23338,49
TOTAL	42900,52

Elaborado por: Mileidy Lara

En esta tabla representamos cuanto se necesita para empezar a operar como empresa, y analizar el tipo de financiamiento a utilizar.

11.- AMORTIZACION DE LA DEUDA

MONTO	PLAZO			TASA ANUAL
	20000	EN AÑOS	5	CTE. 9,76
AÑOS	INTERES	CAPITAL	ANUALIDAD	SALDO
1	1952	4000	5952	16000
2	1561,6	4000	5561,6	12000
3	1171,2	4000	5171,2	8000
4	780,8	4000	4780,8	4000
5	390,4	4000	4390,4	0

Elaborado por: Mileidy Lara

Se realizó un plan de financiamiento con el banco BanEcuador a una tasa de interés del 9,76% anual, debido a que sería un proyecto de inversión a cinco años plazo.

12. PRESUPUESTO DE COSTOS

(CRECE UN 5% ANUAL DEACUERDO AL ESTIMADO DE INFLACION)

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
a.- COSTO DE PRODUCCION					
- MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES	46599	49511	52423	55336	58248
- MANO DE OBRA	24230	25442	26714	28050	29452
- SERVICIOS BASICOS	1200	1260	1323	1389	1459
- MANTENIMIENTO	966	1014	1065	1118	1174
- ARRIENDOS	6000	6300	6615	6946	7293
- DEPRECIACION	1055	1055	1055	1055	1055
- OTROS		0	0	0	0
SUBTOTAL COSTO PRODUCCION	80050	84582	89195	93893	98681
b.- COSTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS					
- SUELDOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO	14725	15461	16234	17046	17898
- OTROS COSTOS ADMINISTRATIVOS		0	0	0	0
- PUBLICIDAD	600	630	662	695	729
- OTROS		0	0	0	0
SUBTOTAL COSTO ADM. VENTAS	15325	16091	16896	17741	18628
c.- COSTOS FINANCIEROS	1952	1562	1171	781	390
d.-COSTOS TOTALES	97327	102235	107262	112415	117699
e.- CANTIDAD / AÑO	604	642	680	717	755
f.- COSTO / UNIDAD	161,14	159,31	157,85	156,73	155,89

Elaborado por: Mileidy Lara

En esta tabla evidenciamos todos los costos y gastos que necesita la empresa durante su ejecución, así también se evidencia los valores de la proyección de ventas.

13. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

	RUBROS	AÑOS				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	INGRESOS TOTALES	139.038	155.114	172.451	191.133	211.252
(-)	COSTO DE PRODUCCION	80.050	84.582	89.195	93.893	98.681
2	UTILIDAD BRUTA	58.988	70.532	83.256	97.239	112.571
(-)	COSTO ADMINIST. Y VENTAS	15.325	16.091	16.896	17.741	18.628
3	UTILIDAD OPERACIONAL	43.663	54.441	66.360	79.499	93.944
(-)	COSTO FINANCIERO	1.952	1.562	1.171	781	390
4	UTIL. ANTES DE REPART. A TRABAJ.	41.711	52.880	65.189	78.718	93.553
(-)	15% A TRABAJADORES	6.257	7.932	9.778	11.808	14.033
5	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	35.455	44.948	55.410	66.910	79.520
(-)	22% DE IMPUESTO	7.800	11.237	13.853	16.728	19.880
6	UTILIDAD NETA	27.655	33.711	41.558	50.183	59.640

Elaborado por: Mileidy Lara

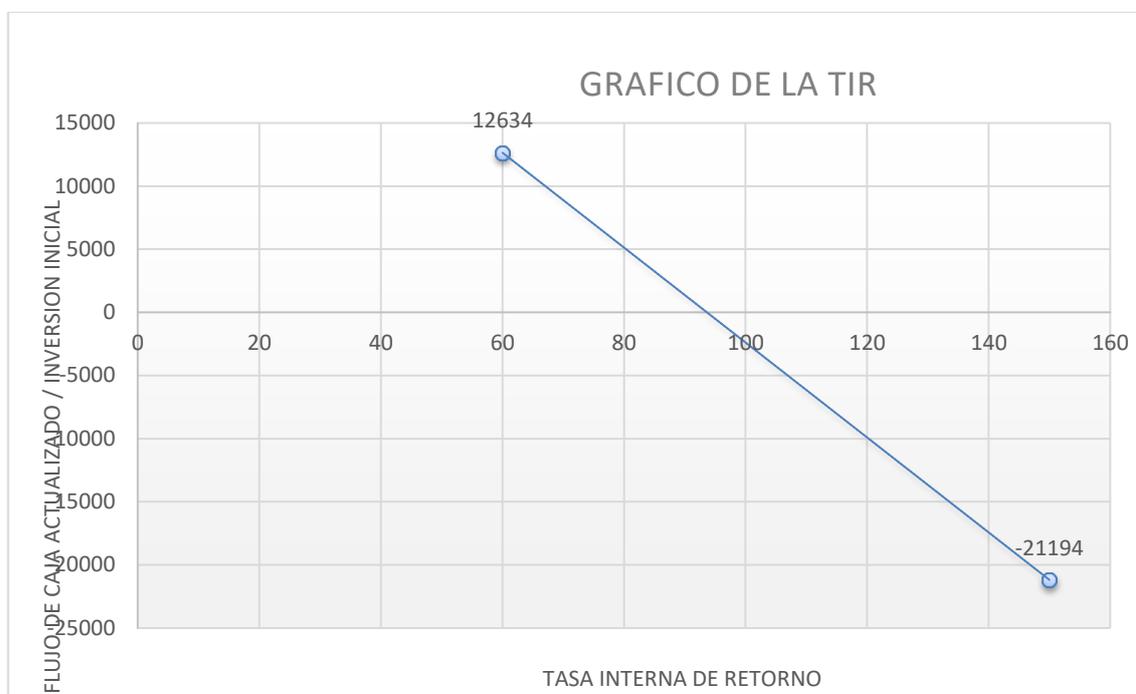
De acuerdo a los valores proyectados durante todo este estudio financiero, se ha podido establecer una utilidad anual de \$27.655,00 con su debida proyección a cinco años.

14.	TIR	0,94						
	PRI=1/TIR/10	1,07						
	0							
	INVERSION INICIAL	42900,52						
			%1	%2				
			60	150				
AÑO	utilidad neta	Depreciacione	inversione	FLUJO	(1+r)	flujos/(1+r)	(1+r)ⁿ	flujos/(1+r)
		s	s	S	I	I	I	I
					1,6	2,5		
0			-42901	-42901		-42901		-42901
1	27655	1055		28710	1,60	17944	2,50	11484
2	33711	1055		34766	2,56	13580	6,25	5563
3	41558	1055		42613	4,10	10404	15,63	2727
4	50183	1055		51238	6,55	7818	39,06	1312
5	59640	1055		60695	10,49	5788	97,66	622
				total		55534	total	21707
				(SF/(1+r)ⁿ)-II		12634	(SF/(1+r)ⁿ)-II	-21194
				TIR		93,61		

Elaborado por: Mileidy Lara

En esta tabla analizamos la Tasa Interna de Retorno de la inversión que requiere la empresa para su funcionamiento correcto.

GRÁFICO DE LA TIR



Elaborado por: Mileidy Lara

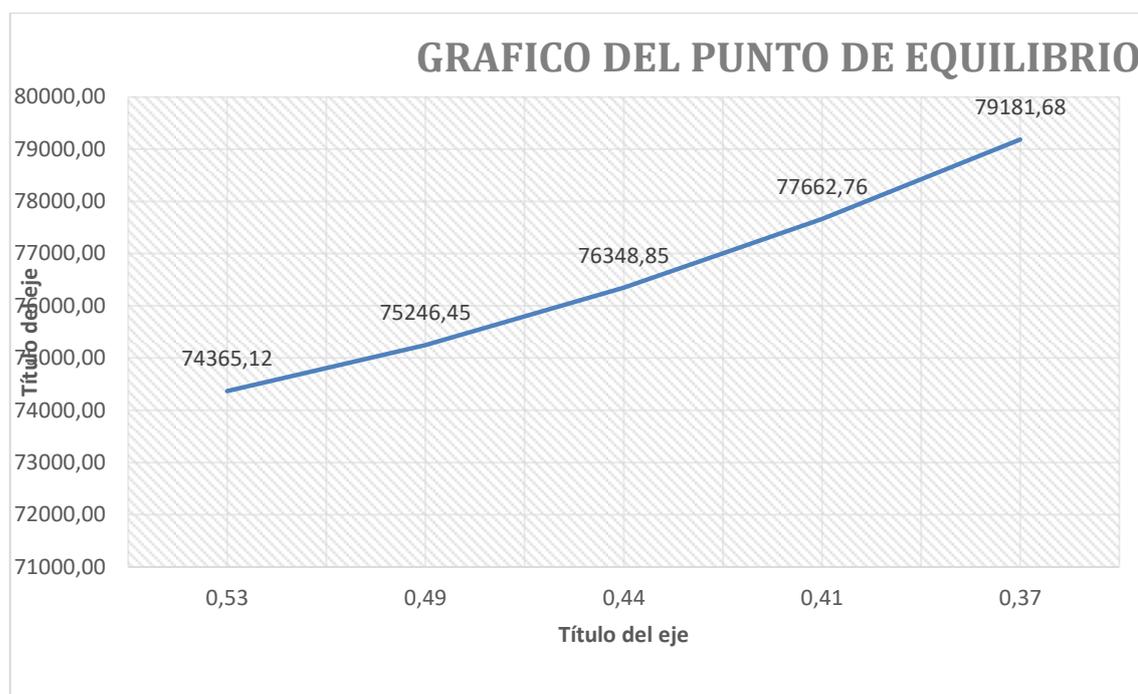
15. CALCULO DEL PUNTO DE EQUIBRIO

RUBROS		AÑOS				
		2019	2020	2021	2022	2023
- INGRESOS TOTALES	(VT)	139.038,09	155.114,37	172.450,68	191.132,84	211.252,08
- COSTOS FIJOS	(CF)	47.962,46	49.819,83	51.789,59	53.877,35	56.089,02
- COSTOS VARIABLES	(CV)	49.364,20	52.414,89	55.472,50	58.537,37	61.609,86
- COSTO TOTAL	(CT)	97.326,66	102.234,72	107.262,09	112.414,72	117.698,88
PE \$ = CF/(1-CV/VT)		74.365,12	75.246,45	76.348,85	77.662,76	79.181,68
PE% = PE \$ / VT		0,53485426	0,48510306	0,4427286	0,40632874	0,37482082

Elaborado por: Mileidy Lara

Podemos analizar nuestro punto de equilibrio, este nos indica cómo estará nuestra recuperación de la inversión durante los 5 años proyectados.

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado por: Mileidy Lara

CAPITULO VII

7.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1.1 Conclusiones

- Del estudio de mercado realizado se puede determinar que no existe el producto dulce del frejol con guayaba dentro del mercado local, los valores obtenido refleja una buena aceptación dentro del mercado local.
- La estructura administrativa inicial eleva un poco el presupuesto requerido debido al número de personas que trabajará dentro de la empresa y los compromisos laborales que adquiere la empresa.
- El estudio de factibilidad financiera nos determina el valor que se requiere y debido a ser elevado se plantea un plan de financiamiento externo para poder cumplir con lo requerido para la puesta en marcha de la empresa.

7.1.2 Recomendaciones

- Se recomienda la ejecución del proyecto del dulce de frejol y guayaba por lo que es muy agradable y natural, saludable, lleno de vitaminas y proteínas que ayudan a la salud del ser humano ya que se ha observado en los resultados que es viable por lo que al 91,1% de encuestados les gustaría consumirlo.
- Mantener un control de calidad, con una mejora continua en el momento de dar vida útil al emprendimiento, de tal manera que el éxito de la empresa se obtenga fundamentalmente en brindar un producto de calidad.
- Se recomienda ofrecer un producto con buena calidad, buen servicio y precio, orientado hacia la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

8. Bibliografías

Bibliografía

- Alimentos, A. (s.f.). *Mundo Asistencial*. Recuperado el 28 de enero de 2019, de Mundo Asistencial: : <https://mundoasistencial.com/10-beneficios-de-la-guayaba-y-su-hoja-para-la-salud/>
- Clery, A. (18 de agosto de 2009). *Monografias.com*. Recuperado el 06 de febrero de 2019, de monografias.com: <http://blogs.monografias.com/arturoclery/2009/08/18/las-companias-en-el-ecuador/>
- concepto, E. d. (12 de 2017). *Concepto de entrevista*. Recuperado el 17 de 02 de 2019, de <https://concepto.de/que-es-entrevista/#ixzz5fpVa6U3j>
- CONTROL SANITARIO*. (s.f.). Recuperado el 13 de Abril de 2019, de <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Delgado Baque, N. A. (septiembre de 2018). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil* . Recuperado el 08 de diciembre de 2018, de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/35868>
- Derechoecuador.com* . (24 de noviembre de 2005). Recuperado el 24 de enero de 2019, de [derechoecuador.com : https://www.derechoecuador.com/el-registro-sanitario](https://www.derechoecuador.com/el-registro-sanitario)
- Descartes, R. (1637). *Discurso del Metodo*.
- El Productor*. (04 de noviembre de 2015). Recuperado el 03 de Abril de 2019, de El Productor: <http://elproductor.com/articulos-tecnicos/articulos-tecnicos-agricolas/la-siembra-del-frejol-depende-de-la-zona/>
- Espinosa, R. (06 de mayo de 2014). *Roberto Espinosa*. Recuperado el 24 de enero de 2019, de Roberto Espinosa: <https://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Felix, L. (21 de Junio de 2011). *El frejol*. Recuperado el 21 de Febrero de 2019, de El frejol: <http://elfrijolysuorigen.blogspot.com/2011/06/etimologia-del-frejol.html>
- Flacso.edu.ec. (30 de Enero de 2016). *plan-metropolitano-de-ordenamiento-territorial-2012-2022/*. Recuperado el 29 de Abril de 2019, de [plan-metropolitano-de-ordenamiento-territorial-2012-2022/: https://flacso.edu.ec/cite/alcaldia-de-quito_2012_plan-metropolitano-de-ordenamiento-territorial-2012-2022/](https://flacso.edu.ec/cite/alcaldia-de-quito_2012_plan-metropolitano-de-ordenamiento-territorial-2012-2022/)
- FOROS ECUADOR*. (s.f.). Recuperado el 13 de Abril de 2019, de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/4403-requisitos-luae>

- Forosecuador.ec. (21 de agosto de 2018). *forosecuador.ec*. Recuperado el 28 de enero de 2019, de forosecuador.ec: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/162672-afroecuatorianos-caracter%C3%ADsticas-de-la-cultura-afrodescendiente-en-ecuador>
- Forosecuador.ec*. (09 de mayo de 2013). Recuperado el 29 de enero de 2019, de forosecuador.ec: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/254-requisitos-para-sacar-el-ruc>
- INEC. (s.f.). Recuperado el 03 de Febrero de 2019
- INEC. (s.f.). *ecuadorencifras*. Recuperado el 29 de Abril de 2019, de ecuadorencifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- MedlinePlus. (s.f.). Recuperado el 21 de febrero de 2019, de <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/002411.htm>
- MedlinePlus. (s.f.). Recuperado el 21 de febrero de 2019, de <https://vsearch.nlm.nih.gov/vivisimo/cgi-bin/query-meta?v%3Aproject=medlineplus-spanish&v%3Asources=medlineplus-spanish-bundle&query=osteoarthritis>
- MedlinePlus. (s.f.). *MedlinePlus*. Recuperado el 21 de febrero de 2019, de <https://vsearch.nlm.nih.gov/vivisimo/cgi-bin/query-meta?v%3Aproject=medlineplus-spanish&v%3Asources=medlineplus-spanish-bundle&query=fitoesteroles>
- Metodología. (s.f.). *significados.com*. Recuperado el 17 de febrero de 2019, de [significados.com: https://www.significados.com/metodologia/](https://www.significados.com/metodologia/)
- Mundo Asistencial*. (s.f.). Recuperado el 28 de enero de 2019, de Mundo Asistencial: : <https://mundoasistencial.com/10-beneficios-de-la-guayaba-y-su-hoja-para-la-salud/>
- Mundo Asistencial*. (s.f.). Recuperado el 28 de enero de 2019, de Mundo Asistencial: : <https://mundoasistencial.com/10-beneficios-de-la-guayaba-y-su-hoja-para-la-salud/>
- Mundo infinito*. (s.f.). Recuperado el 28 de enero de 2019, de Mundo infinito: <https://elmundoinfinito.com/ventajas-desventajas-produccion-artesanal/>
- Nuñez, M. L. (s.f.). *lifeder.com*. Recuperado el 28 de enero de 2019, de [lifeder.com: https://www.lifeder.com/beneficios-frijoles/](https://www.lifeder.com/beneficios-frijoles/)
- Perez, J. C. (2013). *gestiopolis*. Recuperado el 22 de enero de 2019, de [gestiopolis : https://www.gestiopolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/](https://www.gestiopolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/)
- Raffino., M. E. (s.f.). *Concepto de Entrevista*. Recuperado el 27 de 02 de 2019, de Concepto de Entrevista: <https://concepto.de/que-es-entrevista/>
- Registro sanitario ecuador* . (s.f.). Recuperado el 29 de enero de 2019, de Registro sanitario ecuador : <https://registrosanitarioecuador.org/como-sacar-la-notificacion-sanitaria/>

Riquelme, M. (01 de septiembre de 2016). *Web y Empresas*. Recuperado el 17 de febrero de 2019, de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/encuesta-que-es-y-como-hacerla/>

Sotomayor Feijoó, A. C. (2014). *Trabajo de Titulación udla*. Recuperado el 08 de diciembre de 2018, de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1409>

Glosario

- Riboflavina: Es un tipo de vitamina B. Es hidrosoluble, lo cual significa que no se almacena en el cuerpo. Usted debe reponer la vitamina en su cuerpo todos los días. (MedlinePlus).
- Fitoesteroles: son sustancias de alimentos que se encuentran en las legumbres, nueces y semillas. (MedlinePlus, MedlinePlus).
- Osteoartritis: La osteoartritis es la forma más común de artritis. Causa dolor, inflamación y disminución de los movimientos en las articulaciones. Puede ocurrir en cualquier articulación pero, generalmente, suele afectar las manos, las rodillas, las caderas o la columna. (MedlinePlus)

Anexos



N° ENCUESTA:

ENCUESTA

Buen día srta, soy **Milidy Lara** estudiante del Instituto Tecnológico Superior Japón de la carrera **Éto de Administración de Empresas**, en la cual se observara la factibilidad que tendría el plan de negocio para la producción y comercialización del dulce tradicional de frejol y guayaba en la Parroquia de Calderón.

Nota: Por favor lea detenidamente las preguntas y responda de acuerdo a su criterio. Marque con una X la opción que le parezca más conveniente.

Siendo: 1. Nada de acuerdo, 2. Poco de acuerdo, 3. Medio de acuerdo, 4. De acuerdo y 5. Totalmente de acuerdo

ITEM	PREGUNTA	OPCIÓN
1	¿Qué edad tiene usted?	<input type="checkbox"/> 15-19 <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> 25-29 <input type="checkbox"/> 30-34 <input type="checkbox"/> 35-39 <input type="checkbox"/> 40-44 <input type="checkbox"/> 45-49 <input type="checkbox"/> 50-54 <input type="checkbox"/> 55-59 <input type="checkbox"/> 60 en adelante
2	¿Cuál es su género?	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino
3	¿Cuál es su estado civil?	<input type="checkbox"/> Casado/a <input type="checkbox"/> Divorciado/a <input type="checkbox"/> Unión libre <input type="checkbox"/> Soltero/a <input type="checkbox"/> Separado/a <input type="checkbox"/> Viudo/a
4	¿Le gustan los dulces?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
5	¿Con que frecuencia consume usted dulces?	<input type="checkbox"/> Todos los días <input type="checkbox"/> De una a tres veces por semana

AUTOR: MILIDY LARA



N° ENCUESTA:

		<input type="checkbox"/> De tres a cuatro por mes <input type="checkbox"/> No consume																														
6	¿Le gustaría consumir un dulce que contenga proteínas y beneficios para su salud?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO																														
7	¿Conoce usted una empresa que se dedique a la producción y comercialización del dulce de frejol y guayaba?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO																														
8	¿Le gustaría consumir un dulce hecho a base de frejol y guayaba?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO																														
9	¿Usted haría la compra de este dulce?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO																														
10	¿Qué tan de acuerdo o desacuerdo está en que se haga la creación de una empresa para la producción y comercialización del dulce de frejol y guayaba?	<table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/>																								
1	2	3	4	5																												
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																												
11	¿Qué tan razonable le parecería cancelar el valor de 3 dólares por un frasco de 300g del dulce de frejol y guayaba?	<table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/>																								
1	2	3	4	5																												
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																												
12	¿Cuál de los siguientes factores le parece más relevante a la hora de comprar un dulce?	<input type="checkbox"/> Calidad <table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <input type="checkbox"/> Precio <table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <input type="checkbox"/> Servicio <table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/>												
1	2	3	4	5																												
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																												
1	2	3	4	5																												
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																												
1	2	3	4	5																												
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																												

AUTOR: MILIDY LARA

Anexos. Fotografías tomadas del internet



1. Fréjol rojo. <http://boltrago.com/productos/frejol-rojo-oriental/>



2. Guayaba. <https://www.laprensagrafica.com/6-razones-para-comer-guayaba-todos-los-dias-t201804190001.html>



3. Licuadora industrial. <https://ec.all.biz/licuadoras-industriales-g11659>



4. Cocina industrial-
<https://www.guimun.com/ecuador/seccion/3606/43445/7/mundo-hogar-sa-equipos-de-cocina-industriales-guayaquil>



5. Paila de bronce. <http://www.lamega.ec/arte/guayas/venta-de-pailas-de-bronce-en-guayaquil-guayas-ecuador-2018-532577.html>



6. Cernidor artesanal. <https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-420166117-cernidor-artesanal-hecho-de-crin-de-caballo-20x8-cm- JM?quantity=1>



7. Dulce de fréjol y guayaba. <https://noticiasec.com/preparacion-del-dulce-de-frijol-ingredientes/>



8. Cucharas de palo.
https://nuestragencia.cl/promocionales/detalle.php?id_categoria=48&id=1141