

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS**



FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA
PRODUCCIÓN DE DULCES TRADICIONALES DE LA PROVINCIA
DE ESMERALDAS Y EN LA COMERCIALIZACIÓN DE
CAMELOS Y CHOCOLATES CON SERVICIO INTEGRADO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y
TURÍSTICAS.**

AUTORA:

SANCHEZ MENEDEZ JOHANNA ALEXANDRA

ASESORA:

DRA. TAHIMI ACHILIE VALENCIA MS.c

ESMERALDAS - 2014

Disertación aprobada luego de dar cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas **PUCESE**, previo la obtención del Título de Ingeniera en Administración Hotelera y Turística.

Presidente tribunal de Graduación

Lector 1

Lector 2

Director de Escuela

Director de Tesis

Esmeraldas, Diciembre del 2014

AUTORÍA

*Yo, **JOHANNA ALEXANDRA SÁNCHEZ MENÉNDEZ**, portadora de la cédula de ciudadanía 080265543-1, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.*

En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la PUCESE.

JOHANNA ALEXANDRA SÁNCHEZ MENÉNDEZ
C.C. 080265543-1

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado exclusivamente, al ser más importante que hay y habrá en mi vida siempre. Cuya persona ha estado siempre junto a mí, haciendo y dando lo mejor de sí, para que yo, dentro de sus posibilidades tuviera una vida digna, y lograra conseguir éxitos, como el que ahora estoy obteniendo culminando mi carrera.

PARA TI

PAPA

AGRADECIMIENTO

Un merecido agradecimiento hago a mi asesora de tesis LA DOCTORA TAHIMI ACHILIE VALENCIA, quien me apoyó en el desarrollo de este proyecto con su guía y paciencia.

Y sobre todo agradezco a DIOS, porque su bendición hizo posible que yo superara todos los obstáculos, dio fe y valor en mí, para que yo hoy estuviera aquí presente y lograra cumplir esta meta en mi vida.

INDICE

Contenido

<i>AUTORÍA</i>	iv
<i>DEDICATORIA</i>	v
<i>AGRADECIMIENTO</i>	vi
<i>CONTENIDO DE TABLAS</i>	x
<i>ILUSTRACIONES</i>	xi
<i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	xii
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	xv
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	6
2.1. ANÁLISIS DE FUENTES PRIMARIAS	8
2.2. ANÁLISIS DE FUENTES SECUNDARIAS	8
2.3. NECESIDADES DE INFORMACIÓN.....	9
2.4. DETERMINAR FUENTES DE DATOS.....	10
2.5. TRABAJO DE CAMPO	10
2.6. VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	11
2.7. TABULACIÓN	11
3. RESULTADOS	12
3.1. ESTUDIO DE MERCADO	12
3.1.1. EL PRODUCTO.....	13
➤ Generalidades del Producto.....	13
➤ Necesidades que cubre el Producto.....	13
➤ Caracterización del producto	14
➤ Productos sustitutos	16
➤ Aplicaciones alternativas del producto.....	16
➤ Ciclo de vida del producto.....	17
3.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	19
➤ Segmentación del mercado	19
➤ Conducta de compra de los clientes	20
➤ Consumidor potencial	21
➤ Consumidor actual	22
3.1.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	23

3.1.4.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	38
3.1.5.	ANÁLISIS DE LA OFERTA EXISTENTE EN EL MERCADO	39
➤	Aspectos cualitativos.....	39
➤	Distribución geográfica de la competencia.....	40
➤	Características de sus clientes.....	41
➤	Fortalezas y debilidades	41
➤	Canales de comercialización de la competencia.....	43
➤	Tipo de mercado	43
➤	Precios.....	44
3.2.	PLAN DE MARKETING	46
➤	Misión.-	46
➤	Visión.-.....	46
3.2.1.	RAZÓN SOCIAL Y LOGOTIPO DE LA EMPRESA	47
3.2.2.	VENTAJAS COMPETITIVAS.....	48
➤	Diferenciación del producto:.....	48
3.2.3.	ESTRATEGIAS PARA COMPETIR.....	49
➤	Estrategia de Costos:.....	49
➤	Estrategia de precios:.....	49
➤	Estrategia de Promoción y Publicidad:.....	50
➤	Estrategia de Producto:.....	51
➤	Estrategia de canales de comercialización (Place):.....	51
➤	Estrategia de Capacitación:.....	51
3.2.4.	ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO	52
3.3.	ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERIA DEL PROYECTO	53
➤	Localización Óptima del Proyecto.....	54
➤	CROQUIS DE LA UBICACIÓN DEL LOCAL.....	55
➤	Distribución de las instalaciones	56
➤	PLANOS.....	57
3.3.1.	INGENIERÍA DE PROCESOS	58
➤	Diseños de los procesos - Diagramas y manuales de procedimientos	59
➤	Flujos de procesos del producto	62
3.3.2.	REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO.....	69
➤	Requerimiento de Equipos para la Producción en cuanto a especificaciones técnicas.	69

➤	Requerimiento total para el desarrollo de la actividad de la empresa.....	69
3.3.3.	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL Y ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA	
	75	
➤	Organización funcional.....	75
➤	Organización estructural.....	85
3.3.4.	ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA	86
➤	Patentes municipales	86
➤	Sistema tributario y legal	86
➤	Garantía sanitaria de los productos que elabora la empresa	87
3.3.5.	NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.....	89
➤	Reglamento interno	89
➤	Procedimientos	90
3.3.6.	PRÉSTAMO BANCARIO	93
3.4.	ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO	94
3.4.1.	OBJETIVOS.....	94
➤	Inversión total	95
➤	Fuentes de financiamiento.	95
➤	Ingresos por venta.....	96
➤	Costos.....	96
➤	Gastos de Administración	97
➤	Estado de resultado	98
➤	Flujo de caja	100
➤	Punto de Equilibrio.....	101
➤	Análisis de sensibilidad del proyecto	102
3.5.	ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	105
3.5.1.	SITUACIÓN ECONÓMICA.....	106
3.5.2.	SITUACIÓN SOCIAL	107
3.5.3.	SITUACIÓN CULTURAL.....	108
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	109
4.1.	CONCLUSIONES	109
4.2.	RECOMENDACIONES	111
5.	BIBLIOGRAFIA	113

CONTENIDO DE TABLAS

- Tabla # 1 Caracterización del producto
- Tabla # 2 Proyección de la demanda
- Tabla # 3 Requerimiento de materia prima
- Tabla # 4 Requerimiento de maquinaria y equipos
- Tabla # 5 Requerimiento de utensilios para la producción
- Tabla # 6 Requerimiento de materiales de oficina
- Tabla # 7 Requerimiento de utensilios y materiales de limpieza
- Tabla # 8 Requerimiento de servicios básicos
- Tabla # 9 Requerimiento de recurso humano
- Tabla # 10 Requerimiento o cantidad de producción
- Tabla # 11 Inversión total
- Tabla # 12 Fuentes de financiamiento
- Tabla # 13 Ingresos por ventas
- Tabla # 14 Costos de producción
- Tabla # 15 Gastos de Administración
- Tabla # 16 Estado de resultado
- Tabla # 17 Flujo de caja
- Tabla # 18 Punto de equilibrio
- Tabla # 19 Análisis de sensibilidad. Escenario Optimista.
- Tabla # 20 Análisis de sensibilidad. Escenario más probable.
- Tabla # 21 Análisis de impactos
- Tabla # 22 Situación económica
- Tabla # 23 Situación social
- Tabla # 24 Situación cultural

ILUSTRACIONES

- Ilustración # 1 Logo de la empresa
- Ilustración # 2 Croquis de la ubicación de la empresa
- Ilustración # 3 Distribución de las instalaciones (Planos)

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tuvo como propósito la *“Creación de una empresa especializada en la producción de dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas, y en la comercialización de caramelos y chocolates, con servicio integrado”*. Esta es una propuesta distinta a un producto reconocido tradicionalmente en el mercado esmeraldeño y a nivel nacional, como son los dulces tradicionales de la provincia, añadiéndole ciertas características y cualidades, para brindarle una mejor promoción.

Cabe mencionar que la propuesta pretende darle a este producto una garantía sanitaria, que avale el cuidado y preservación en su elaboración, y la seriedad de esta empresa al ofrecer su producto al mercado, como también establecer la importancia que representan estos dulces en la identidad tradicional, generando una mejor proyección dentro del medio esmeraldeño.

Esta investigación fue de tipo exploratoria y de campo, debido a que fue necesario entrar en contacto con la realidad del medio escogido para estudio, se utilizó el método Inductivo, para llevar un proceso analítico-sintético, que permitió hacer un estudio minucioso en la ciudad de Esmeraldas, como núcleo del producto propuesto a investigar, cuales son los dulces tradicionales como la esencia de este proyecto y caramelos y chocolates en general, para brindar un producto opcional y garantizar la rentabilidad de la empresa.

Las técnicas utilizadas en la investigación fueron: La **encuesta** dirigida **398** personas ubicados en la urbe de la ciudad de Esmeraldas, potencial consumidor sin determinación de edad, la **entrevista** dirigidas a los vendedores ambulantes de los dulces tradicionales de la localidad, y administradores de negocios como TIA, AKI, MULTIAHORRO, entre otros.

Dichas técnicas utilizadas fueron la base para realizar el estudio de mercado, con el objetivo de comprobar aceptación de los potenciales clientes, identificar las características del producto, además conocer las preferencias del mercado, como también la competencia. La información recopilada fueron tabuladas de manera manual, y sus resultados fueron aplicados mediante una hoja de Excel.

Los resultados de acuerdo a los objetivos específicos obtenidos en esta investigación conforme al **estudio de mercado**, fue que de las personas encuestadas, 397 respondieron satisfactoriamente a esta propuesta, comprobando de esta manera la aceptación de esta empresa en la localidad, frente a tan solo 3 encuestados indiferentes a este proyecto.

En el **plan de marketing** que se desarrolló, de acuerdo a los hallazgos encontrados en la investigación exploratoria y de campo, fue entregar un producto que cumpla con las características que el producto que se encuentra en el mercado no ofrece. Así diseñó un producto que brinde garantía sanitaria, un embalaje atractivo y distintivo, logrado con las mismas bondades tradicionales que nos da el medio esmeraldeño, y bajo un nombre representativo, mediante la publicidad radial y de televisión.

Se realizó el **estudio técnico**, mediante el cual se determinó contar con activos fijos como muebles, equipos de oficina, de computación y de producción, además de tener las instalaciones adecuadas para desarrollar la actividad de esta empresa; así se consideró una inversión inicial de **\$ 99.054,36**. También mediante análisis de la materia prima requerida para satisfacer la demanda de esta esta empresa, se cuenta con un inventario, el mismo que se estimó será **\$ 7.078,68** trimestralmente. En lo referente a lo organizacional de la empresa, el RRHH se constituyó por 5 personas entre administrativos y operativos, debiéndose contar con el total de **\$ 6.005,79** para el primer trimestre. Del mismo modo se consideró los respectivos servicios básicos, suministros de aseo y de oficina, utensilios de control, además de contar con el apoyo de publicidad, para finalizar con el requerimiento y determinar el total de **\$ 14.740,88** del capital de trabajo necesario para iniciar las operaciones de la empresa. En este estudio técnico se diseñó el proceso de flujos de producción de cada producto tradicional que ofrece la empresa, se estableció las funciones por cada cargo a desempeñar, determinando contar

con un administrador, un cajero, dos operarios y un auxiliar de limpieza y servicios generales y por último se estableció las base legales sobre las cuales se sentará la empresa, siendo las patentes municipales, obligaciones tributarias, obligaciones patronales, y garantía sanitaria, además de haber desarrollado las normas y procedimientos internos de la propia empresa.

En el desarrollo del **estudio financiero**, los resultados obtenidos en una inversión de \$ **114.365,24** a una tasa menor de **8,53%**, mediante el análisis de los indicadores financieros aplicados al proyecto, usando dicha tasa menor y una tasa mayor de incertidumbre, se comprobó su rentabilidad bajo los dos escenarios; uno optimista y el otro llamado más probable. Dando resultados positivos en los dos escenarios, el más conveniente es el segundo, habiendo aplicado una tasa mayor del **13,53%**, se obtuvo un **VAN** de \$ **31.859,37**, con un **TIR** de **18%** mayor al costo por la inversión, el **PRI** es de **6 años** donde se determinó la recuperación de la inversión, lo que generó rentabilidad a partir del séptimo año y en la relación beneficio costo se obtuvo \$ **1,28** que siendo mayor a 1, se tiene **0,28** ctvs. más, tras el pago de la deuda.

En lo referente al análisis de los impactos, se encontró que este proyecto tendrá impactos positivos, ya que genera fuentes de trabajo a la mano de obra de la localidad, aporta una alternativa de distracción al medio, y en lo cultural constituye una forma de revalorizar nuestras costumbres mediante la producción y comercialización de los dulces tradicionales de la provincia.

De esta manera, tras los hallazgos encontrados sobre las variables de investigación se concluye, que este proyecto se desarrolló siguiendo un proceso sobre claros objetivos previamente planteados y que mediante los resultados de las investigaciones realizadas, se comprobó su factibilidad.

EXECUTIVE SUMMARY

The present project had as a purpose the *Creation of a company specialized in the production of traditional sweets from the province of Esmeraldas and in the marketing of candy and chocolate with integrated service*. This is a different proposal to the recognized sweets in the market of Esmeraldas and in the national market, like the traditional confectionery of the province, giving them different characteristics and quality, therefore it can have a better promotion.

We must say that the proposal has the objective of giving the product sanitary guarantee, that endorse the care and preservation of its elaboration and the responsibility of the company when offering the product to the market, as also establishing the importance that represents these sweets in the national identity ,generating a better projection inside the province of Esmeraldas.

This investigation had the purpose of exploring and marketing, due to this it was necessary getting in contact with the reality of the market selected for the study. The Inductive method was used, to carry out a synthetic-analytical, that allowed making a meticulous study in the city of Esmeraldas, as core of the product proposed to investigate, which are the traditional sweets as essence of this project and candy and chocolate in general, to bring an optional product and guarantee profitability to the company.

The techniques used in the investigation were: The survey to 398 people in the city of Esmeraldas, potential consumer without establishing the age, the interview was directed to peddlers of traditional sweet and to business administrators from TIA, AKI, MULTIAHORRO, and others more.

These techniques were the basis to perform the study of the market, with the objective of verifying the acceptance of the potential clients, identify the characteristics of the

product, and also recognize the preference of the market, like the competition. The information collected was tabulated manually, and the results were applied throughout an Excel sheet.

The results according to the specified objectives obtained in this investigation accordant to the **study of the market**, the 397 people surveyed, answered satisfactory to this proposal, proving this way that the acceptance of this company in the town, only three of the surveyed negative to the project.

In the **marketing plan** that was carried out, accordant to the discoveries found in the investigation of exploring and marketing, was to give out a product that meets the characteristics of the product already in the market can't offer. This way I designed a product that brings sanitary guarantee, an attractive packing, and under a representative advertising it through the radio and television.

A **technical study** was carried out, in which was determined counting the fixed assets such as furniture, office equipment, computers and production, also of having the adequate facilities to develop the activity of this company; therefore it was considered an initial investment of **\$ 99.054,36**. Also in the analysis of the raw material required to satisfy the demand of the company, there is an inventory of **\$ 7.078,68** quarterly. Regarding the organization of the company, the HR was formed by 5 people with administrators and operatives, having to count a total of **\$ 6.005,79** for the first quarter.

The same way was considered the respective basic services, sanitary supplies, control utensils, and also the advertising. Establishing the requirement of **\$ 14.740,88** of the capital necessary to initiate the functioning of the company. In this technical study was designed the process of flowing from the production of each national product the company offers, we established the functions of each position to carry out, counting with an administrator, a cashier, two operators, cleaning assistant and general services, at last we settled the legal bases which are the municipal patents, tax obligation, employer obligation and health guarantee, besides having developed the standards and procedures of the company.

In developing the **financial analysis**, the results of an investment of \$ **114.365,24** to a lower rate of **8.53%**, by analyzing financial indicators applied to the project, using such lower rate and a higher rates of uncertainty, its performance was found under the two scenarios, one optimistic and the other called more likely. Giving positive results in the two scenarios, the most convenient is the second, having applied a higher rate of **13.53%** obtained a **NPV of \$ 31.859,37** with an **IRR of 18%**, more than the cost of investment, **the PRI is 6 years** where the ROI was determined, generating return from the seventh year and the benefit cost \$ **1,28** that was obtained, greater than 1, then \$ **0,28** cents plus, after payment of the debt.

In the analysis of the positive impacts that this project will have such as providing a source of work of the town, provides an alternative distraction to the environment and culturally in a way of revaluing our customs through the production and marketing of traditional sweet from the province of Esmeraldas.

Therefore after the findings from our research it was concluded that this project was developed following a process of clear objectives previously raised and through the results of the investigations carried out, it was found to be feasible.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad existen muchas empresas en el mundo que producen y exportan Caramelos y Chocolates, siendo CONFITECA el líder dulcero en el Ecuador. El cacao es el producto de exportación más antiguo del país, y esta misma materia prima, es la que utiliza los ecuatorianos para la elaboración de su reconocida bombonería fina.

El Ecuador cuenta con una diversificada variedad de dulces tradicionales, por las distintas regiones y ciudades del país, que aún se mantienen en la producción artesanal y que muchos de sus pequeños productores, tienen la aspiración que estos dulces lleguen y se conozcan en mercados extranjeros. Muchos de estos dulces según sus pequeños productores, tienen buena aceptación en el país y generan gran atracción por el turista extranjero.

Estos productores se han empeñado en mantener vivas estas tradiciones gastronómicas y rescatar costumbres bajo la elaboración de sus dulces, es por eso que en el país existe la Asociación dulce tradición, integrada por algunos artesanos gastronómicos que elaboran dulces tradicionales.

En Esmeraldas no existen grandes empresas productoras de dulces, pero también se elabora exquisitos dulces artesanales por tradición, que pueden ser bien promocionados y ofertados para apoyar el turismo y de esta manera mantener viva sus tradiciones; como son sus deliciosas cocadas, bombón de coco, majar de leche y coco, cocadillas; entre otras.

Hasta este momento se distribuyen en su urbe solo puestos informales y personas ambulantes, que son quienes ofrecen estas delicias tradicionales, pero que en muchas ocasiones causan desconfianza la adquisición de este producto al consumidor final.

Por tanto, siendo una tierra que puede aprovechar al máximo sus atributos, y cuna de estos productos elaborados con coco, Esmeraldas debe contar con lugar que produzca y ofrezca sus dulces tradicionales, con las debidas normas de calidad en su elaboración.

A nivel internacional se han realizado estudios referente al **dulce de leche argentino SanCor**, producido desde el 1943 por esta empresa, que con los años logro su sistema propio y distintivo de fabricación y varios tipos de este dulce y en diferentes presentaciones. Según datos estadísticos, el consumo de dulce de leche anual es de 3 kg. por persona, y alcanza por historia, el 98% de ventas totales en el mercado interno, siendo esta empresa una de las principales productoras de dulce de leche en Argentina (SanCor, 2011).

Otro estudio realizado es de los **Dulces y postres colombianos**, que ofrece una extensa diversidad de los dulces tradicionales que tienen todas sus regiones. Según este estudio, el sector de alimentos en donde se encajó este tipo de productos, es el que genera el mayor valor agregado en la economía del país, con el 22% de participación en la industria manufacturera, mientras que el resto de las actividades en la industria, como prendas de vestir, sustancias químicas, muebles, textiles entre otras, están por debajo del 12% de participación en el mercado (Aguirre, Pizano & Sánchez, 2007).

Pero a nivel del Ecuador, hay el estudio realizado para una productora de **conservas, mermeladas y encurtidos en la ciudad de Milagro**, que aprovecha la biodiversidad de frutos que posee el Ecuador, en especial la producción de piña, mango, grosellas y muchas más, que es de donde proviene la mayor riqueza del cantón Milagro provincia del Guayas, cantón que goza de ser un lugar donde se produce y transporta frutas de la costa y sierra.

Se determina un mercado interno rentable, debido al enorme desarrollo en producción de frutas alrededor del negocio, muy transitado por vehículos proveedores de frutas de la sierra y con alto potencial para la elaboración de mermeladas, conservas y encurtidos, según su estudio el 97% de ese mercado, este producto ya está posicionado y que es un producto muy consumido diaria y semanalmente (Hoyos & Villafuerte, 2011).

También existe el estudio para la implementación de una **empresa industrial, procesadora y comercializadora de cocadas en la ciudad de Milagro**. Este estudio hace referencias a los procesos industrializados con gran demanda en el mercado, y los procesos que aún se mantienen en la elaboración artesanal, como en este caso las

cocadas u otros productos derivados del coco, haciendo énfasis en la desconfianza que da al consumidor final al no conocer la procedencia de elaboración de estos dulces o productos típicos tan escogidos por el productor artesanal para su venta informal. Siendo el coco y sus derivados consumidos en grandes cantidades en las calles de esta ciudad, y que la cocada patrimonio cultural del Ecuador es muy comercializada informalmente en otros mercados del país, el estudio dice que normalmente un 80% los habitantes de Milagro consumen productos elaborados a base de coco, y los más consumidos son los helados, jugos y cocadas en un 25%, 22% y 20% respectivamente, y por la poca existencia de lugares de venta, se determina un mercado atractivo para generar demanda, siendo la cocada negra de la provincia de Esmeraldas, la más consumida en 29% en ese mercado (Martínez & Piloso 2012).

Mur et al. (2008) entiende como empresa a una actividad económica que ha evolucionado a través de los siglos, desde la edad media por las simples actividades que desempeñaban artesanos y comerciantes, llegando a ser en la actualidad un sistema global, que interrelaciona una serie de elementos como el factor humano, el capital, la propia organización y el mundo exterior, debidamente organizada, coordinada, estructurada por áreas y dirigida, que depende de un estudio previo para desarrollar su actividad y el posterior logro de los objetivos empresariales.

Villaseca, Pombo & Serrano (2009) refiere que según la Real Academia Española de la Lengua, una empresa es una unida organizada cuyas actividades persiguen fines lucrativos, las cuales serán de diversos tipos, también clasificándolas por su tamaño, la norma para ello es el número de empleados con los que cuente, ya que son las principales generadoras de empleo. Así encontramos: Microempresas (menos de 10 trabajadores), Pequeñas empresas (menos de 50 trabajadores), Medianas empresas (entre 50 y 250 trabajadores), Gran empresa (más de 250 trabajadores). Los tres primeros grupos de empresas se suelen clasificar bajo la denominación de PYMES.

Álvarez & Durán (2009) dicen que:

La Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en América Latina juega un papel muy importante en la cohesión social, ya que contribuye significativamente a la generación de empleo, de ingresos, erradicación de la pobreza y dinamiza la actividad productiva de las economías locales. (p.5)

Es por ello, que muchas empresas son las encargadas de la producción de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.

Giménez, Fernández & Massachs (2013) refiere a la actividad productiva como la transformación de materias primas y productos semielaborados en bienes, mediante el empleo de 2 factores productivos: inputs = a trabajo y capital, siendo el capital, el lugar de producción y el equipamiento requerido para dicha transformación, y output el producto, y que la función de producción (calidad y cantidad), depende de la cantidad empleada de dichos factores productivos y de los conocimientos técnicos, es decir la combinación adecuada de los medios humanos y materiales (procesos, procedimiento, equipos, etc.).

Fellows (2004) dice: “La preparación y transformación de los alimentos se puede definir como; cualquier cambio efectuado a un alimento para alterar su calidad comestible o garantizar su conservación” (p.5).

En el proceso de la actividad que desempeña una empresa destinada a la producción de un bien o producto, requiere de la función comercial o comercialización de producto. Es así que se desempeña en un área que es la responsable de conocer las necesidades del mercado y adaptarla al producto para satisfacer a unos determinados consumidores, cumpliendo con la función de intercambio entre la empresa y el mercado mediante el marketing, para poder ser competitiva dentro de una sociedad de consumo. (Mur, et al., 2008).

Mur et al. (2008) habla de la comercialización de producto como un proceso investigativo de mercado cíclico y control continuo, que debe desarrollarse desde antes ser fabricado el producto, durante la producción, en la venta y después de ella, para permanecer vigilantes a los cambios y conocer la reacción del mercado ante el bien producido.

En tanto, esta empresa se establecerá sobre bases legales para el desarrollo de su actividad de producción y comercialización, que obtendrá su ruc en el S.R.I y sus respectivas patentes municipales con:

- ✓ Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- ✓ Copia de la cédula del propietario o representante.
- ✓ Especie de funcionamiento en rentas.
- ✓ Estado de situación inicial del negocio, reflejando el capital de operación.

En base a lo declarado, lo que es patente y permiso de funcionamiento municipal, de acuerdo al capital, la localización, y el tamaño del negocio, se liquidan los valores a pagar por las patentes.

De la misma manera, esta empresa tendrá obligaciones patronales en caso de accidentes laborales, también asumirá la obligación patronal de afiliarse a todo su personal al Instituto de seguridad social, siendo el capital humano, el factor esencial para el desarrollo de sus productos y basarse en la normativa que rige el Código de Trabajo.

Del mismo modo, para que la empresa productora y comercializadora distribuya su producto de nombre determinado y marca con su respectiva garantía sanitaria, deberá estar previamente inscrito en el Ministerio de Salud, el Registro Sanitario de Alimentos.

Para llevar a cabo el estudio se desarrollaron objetivos: General, con la finalidad de crear una empresa especializada en la comercialización de caramelos y chocolates, y la producción de los dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas. Para ello se establecieron objetivos específicos como:

Realizar un **estudio de mercado**, que permita conocer la oferta y la demanda, como también la aceptación de la empresa y las preferencias de los productos en el mercado; elaborar el **Plan de Marketing**, que permita establecer estrategias que reúna toda la información necesaria, para poner en marcha la empresa, y obtener un posicionamiento en el mercado. También desarrollar un **Estudio Técnico**, para mostrar los procesos de elaboración del producto, la ingeniería de construcción y establecer su localización. Así mismo diseñar la propuesta administrativa y operativa de acuerdo a la operación de la empresa, y sus bases legales para poder desarrollar su actividad de producción y comercialización. Por último realizar un **Estudio Financiero**, para determinar la viabilidad del proyecto, aplicando los criterios de evaluación económica.

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para la investigación de este proyecto se utilizó el **Método Inductivo**, por llevar un proceso analítico-sintético, que permitió hacer un estudio minucioso en la ciudad de Esmeraldas, como núcleo del producto propuesto a investigar, sus dulces tradicionales como la esencia de este proyecto y caramelos y chocolates en general, para brindar un producto opcional y garantizar la rentabilidad de la empresa. Además, mediante la **observación y la experimentación**, se inició la aproximación con la realidad en la búsqueda de insumos teóricos como: conocer el producto, el proceso de elaboración del producto, posibles materiales de uso para la producción, la comercialización del producto en nuestro mercado, quienes lo producen, la importancia de nuestro dulce en el medio, productos más vendidos o de preferencia, épocas de mayor ventas o demanda, quienes lo consumen etc.

En este proceso también se usaron varios **tipos de investigación**, como la **Investigación Exploratoria**, que fue necesaria para entrar contacto con la realidad del medio escogido para estudio, que fue la zona céntrica de la ciudad de Esmeraldas, comprendida entre el área que se abarca entre las calles Ricaurte hasta la Pichincha, y la calle Pedro Vicente Maldonado hasta la 6 de Diciembre. Donde se encontró, a más de consumidores de este tipo de producto, como son los Dulces Tradicionales de la Provincia de Esmeraldas y caramelos y chocolates en general, también se encontró locales comerciales, vendedores y puestos ambulantes, necesarios para obtener respuestas en esta investigación.

Lo cual ayudó a determinar la problemática de la ciudad, y como resultado, se evidenció un poco el olvido de la tradición de los dulces de la provincia, que mostraron la necesidad de una mejor promoción y oferta sanitaria de este producto en el mercado, la exigencia de mayor seguridad a sus visitantes al momento de su adquisición y la necesidad de crear mayor relevancia para la proyección de estos dulces a nivel turístico.

También fue necesario extender la zona de estudio a otras áreas, como la terminal terrestre de Esmeraldas, donde también hay ciertos puestos que los ofertan, para

conocer más acerca del dulce tradicional de Esmeraldas, ya que son muy pocos, quienes los comercializan.

El otro tipo de investigación que se usó, fue la **Investigación de campo**, que también mantuvo el contacto con el objeto a investigar, y de esa manera se conoció el proceso de elaboración de diversos fabricantes en este mercado.

Mediante esta investigación de campo, también se mantuvo contacto con miembros de la asociación de artesanos, que proporcionaron información relevante, sobre las propias tradiciones arraigadas con estos dulces y sus procesos de fabricación, como lo hacían nuestros ancestros.

Para la recopilación de estos datos relevantes, del mismo modo, se usó diversas **técnicas de investigación**, como fue la **encuesta**, aplicada a la muestra de 398 personas, que se obtuvo de acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) del año 2001. Esta encuesta ayudó a conocer el grado de aceptación de los habitantes, con respecto a la creación de la *empresa especializada en la producción de dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas, y en la comercialización de caramelos y chocolates, con servicio integrado* dentro de la ciudad, y su factibilidad en este mercado.

Otra técnica de investigación fue la **entrevista**, y fue aplicada a pequeños productores de los Dulces Tradicionales que tiene la Provincia de Esmeraldas, vendedores informales y dueños de locales comerciales vendedores de dulces y confites, como parte de productos alternativos a la oferta. Que reunió toda la información necesaria, que permitió conocer la realidad de este mercado, y ayudó a tener datos más reales sobre el consumo de dulces tradicionales de la provincia y confites en general. Por último se hizo apoyo de análisis bibliográfico, revistas, artículos entre otros.

2.1. ANÁLISIS DE FUENTES PRIMARIAS

Para efecto de toda esta investigación, se hizo el Análisis de Fuentes Primarias, donde para la investigación de mercados, se diseñó una encuesta que se dirigió a los ciudadanos de las áreas escogidas para esta investigación, y se elaboró 2 tipos de entrevistas, que fueron aplicadas a pequeños productores de los Dulces Tradicionales de la Provincia de Esmeraldas, y dueños de locales comerciales vendedores de dulces y confites, como parte de productos alternativos a la oferta.

2.2. ANÁLISIS DE FUENTES SECUNDARIAS

Se necesitaron de varias fuentes, para poder analizar sobre la creación de esta empresa en el mercado de la ciudad de Esmeraldas, entre ellas tenemos: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Servicio de Rentas Internas (SRI), Municipio del Cantón de Esmeraldas, Internet.

- INEC: Donde obtuvimos información respecto a la población de la Ciudad de Esmeraldas, número de habitantes de la zona urbana, tasa de crecimiento poblacional y otros indicadores estadísticos que brindaron la información requerida.
- SRI: Esta institución gubernamental, nos permitió acceder a información del número de contribuyentes por cantones, que se dedican a la elaboración de Dulces Tradicionales de la Provincia de Esmeraldas. **(Anexo pág. 126-127)**
- Municipio de Esmeraldas: Esta institución, nos indicó los requisitos necesarios para obtener las patentes municipales de esta empresa; y así mismo en qué condiciones se lo puede hacer.

- INTERNET: A través de este medio, pudimos acceder a un sinnúmero de fuentes de información para establecer el marco contextual, teórico, herramientas tecnificadas para elaborar dulces entre otros.

2.3. NECESIDADES DE INFORMACIÓN

Del mismo modo, para el estudio del presente proyecto se necesitó recopilar la siguiente información:

- Determinar la aceptación sobre la creación de esta empresa.
- Conocer los productos de preferencia dentro del mercado ya existen y el mercado potencial.
- Determinar el precio a pagar por los futuros consumidores de estos productos.
- Se necesita conocer la demanda que tienen los dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas, los caramelos y chocolates, para este proyecto.
- Se necesita determinar nuevas estrategias de promoción y presentación, para este producto un tanto olvidado, pero preservando su necesaria conservación.
- Determinar equipamientos industriales para su producción, pero de la misma manera ciertos utensilios artesanales, que usaban nuestros antecesores para la elaboración de estos dulces y adaptados a la capacidad productiva de esta empresa, para pueda preservar su sabor típico. **(Anexos pág. 129 - 133)**
- Identificar las alternativas competidoras a esta empresa dentro de este mercado.

2.4. DETERMINAR FUENTES DE DATOS

Para efectos del presente estudio, se utilizó como fuentes de información: la encuesta y entrevista.

Las encuestas fueron aplicadas al segmento del mercado que hemos definido en la ciudad de Esmeraldas, para lo cual se seleccionará una muestra representativa que permita tener una visión global del mercado. Para analizar a los consumidores actuales y potenciales, definimos como uso de estudios a diversos sectores de la zona urbana céntrica de la ciudad de Esmeraldas, entre los cuales escogimos: Parque Roberto Luis Cervantes (Parque Infantil), el Parque 20 de Marzo (Parque Central) y la Plaza Cívica.

También se aplicó en un mínimo porcentaje, encuestas a personas de otros sectores diferentes a los escogidos en este estudio, para conocer su opinión y si se desplazarían a alguno de estos sectores, para poder consumir este producto.

Las entrevistas fueron realizadas a personas que desarrollan esta actividad.

2.5. TRABAJO DE CAMPO

Las encuestas y las entrevistas fueron realizadas por el investigador, quien está capacitado para realizar la recopilación de los datos, y a la vez supervisar, coordinar y organizar toda la información. Además se contó con los recursos económicos, técnicos y los materiales necesarios para la realización de la investigación.

En lo referente a las encuestas realizadas en la urbe de la ciudad de Esmeraldas, dirigida a todo potencial consumidor sin determinación de edad; la investigación duró cuatro semanas, gracias al plan de trabajo trazado de realizar 100 encuestas cada semana, culminando con el tamaño de la muestra (398 encuestados).

La entrevista se realizó en cuatro días, dirigida a los vendedores informales de los Dulces Tradicionales de la Provincia de Esmeraldas, dentro de la urbe y sectores determinados. También nos desplazamos hacia la zona sur de la ciudad (terminal terrestre), por la poca existencia de la venta de estos dulces de la provincia en la zona céntrica y además, se realizó una entrevista fuera de la ciudad, en el cantón Atacames, por ser considerado como el único local formal existente más cercano y como competencia.

Así mismo se realizó entrevistas a los dueños de locales comerciales vendedores de dulces, aunque no de forma exclusiva a los mismos.

2.6. VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Fue la autora quien realizó la investigación, por lo que se certifica la veracidad y objetividad de la información obtenida de las encuestas y la entrevista, asegurando que el proyecto quedará fundamentado sobre bases sólidas que permitirán su desarrollo.

2.7. TABULACIÓN

Las tabulaciones de las encuestas se realizaron de manera manual, porque el número de datos eran limitados. Estos datos son presentados de manera descriptiva y a través de tablas estadísticas. Las técnicas son las del porcentaje y lo podemos visualizar a través de los gráficos de barras, mostrando sus respectivos indicadores.

3. RESULTADOS

3.1. ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercado, fue aplicado con el objetivo de determinar la viabilidad y la aceptación de la empresa, dentro del medio donde se pretende establecer. Así mismo, como conocer el producto y determinar el producto óptimo que la demanda exige, del cual se definió y en las siguientes líneas se detalla: las generalidades, necesidades que cubre el producto que se ofrece, su caracterización; es decir el tipo de producto que esta empresa ofrece.

Del mismo modo, muestra las amenazas existentes en el mercado, como los productos sustitutos al que esta empresa ofrece, y las aplicaciones alternativas en las que la empresa podría incurrir, para sostener la rentabilidad de la misma.

También se refleja su **análisis de demanda**, en base a la segmentación del mercado, factores de consumo, conducta de compra de los clientes, y el consumidor actual y potencial.

Así mismo como el **análisis de la oferta existente en el mercado**; sus aspectos cualitativos, distribución geográfica de la competencia, características de sus clientes, fortalezas y debilidades de la competencia, canales de comercialización de la oferta, tipo de mercado y precios.

3.1.1. EL PRODUCTO

➤ Generalidades del Producto

Se propone la creación de una empresa especializada en la producción de dulces tradicionales de Esmeraldas, y en la comercialización de caramelos y chocolates, que presentará un servicio integrado con juegos para niños. El producto esencial de esta empresa serán los dulces; como son los caramelos, chocolates y su producto estrella que son los Dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas, siendo el coco la base de este producto para su elaboración.

➤ Necesidades que cubre el Producto

Por ser Esmeraldas tierra tradicional de los dulces elaborados con coco, se ha pensado en la creación de esta empresa, que brinde este producto con todas las medidas y normas de calidad, que en esta ciudad no se brinda al consumidor final, y que por ello se ve obligado a adquirir un producto sin garantía sanitaria. La elaboración de dulces tradicionales, está considerada como una tradición casi perdida, a la que se está restando importancia como parte de nuestra cultura, y que hay que darse a conocer más.

Así tenemos como necesidades que cubre este producto a:

- ✓ Un producto elaborado con garantía sanitaria.
- ✓ Un producto que brinde medidas y normas de calidad.
- ✓ Un producto que preserve su sabor típico.
- ✓ Un producto que ofrezca una excelente presentación.
- ✓ Un producto que ostente una marca.
- ✓ Y atención al cliente.

Además, la creación de esta empresa ha sido pensada en necesidades globales que sufre este mercado, como es la falta de sitios de distracción; por ello este producto será

ofrecido dentro de un sitio que brinde este tipo de necesidad, siendo esta, la implementación de ciertos fuegos infantiles, además de generar fuentes de empleo en la ciudad, y por ende se logrará fortalecer el desarrollo económico local.

➤ **Caracterización del producto**

a. Tipo de Producto

Dentro de esta empresa se ofrecerá 3 tipos de productos distintos, los cuales de acuerdo a su temática serán dulces. Su producto estrella serán los dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas, además de contar con una variedad de caramelos y chocolates según la preferencia de los encuestados.

Dentro de cada uno de estos apartados pueden diferenciarse las siguientes líneas de producto:

TABLA # 1 CARACTERIZACION DEL PRODUCTO

<p style="text-align: center;">①</p> <p style="text-align: center;">DULCES TRADICIONALES DE LA PROVINCIA</p>	Dulces elaborados con coco	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cocadas ➤ Bombones ➤ Manjar
	Dulces elaborados con leche	➤ Manjar
	Conservas	➤ De guayaba y guineo
<p style="text-align: center;">②</p> <p style="text-align: center;">CONFITERIA</p>	Con azúcar y calorías	Chupetes, tangos, paleas, gelatinosos, chicles, etc.
	Bajos en azúcar y calorías	
<p style="text-align: center;">③</p> <p style="text-align: center;">CHOCOLATERIA</p>	Rellenos de frutos y centros líquidos	

A esta oferta hay que añadir la complementación de juegos para niños, y el espacio disponible para un futuro servicio de bar (helados, malteadas y ciertas comidas rápidas) si la demanda lo requiere, que aun no pudiendo considerarse estrictamente como productos de confitería, han sido analizados en este estudio a efecto de consumo interno.

b. Recetas de la investigación

Se pretende dinamizar el ejercicio de revitalizar, potencializar y producir las siguientes recetas de productos tradicionales:

1. Cocadas
2. Manjar de leche
3. Manjar de coco
4. Conservas de guineo con guayaba
5. Bombones

c. Caramelos y chocolates

En inicio, la empresa ofrecerá los siguientes productos: Chicles bubaloo surtidos, trident sin azúcar, tofee menta, zoom surtido, deli gomis ositos, plop surtido, Ferrero rocher clásico y cheri licor, american bombones licores, tango negro y blanco, chocolate galak, barra crunch y manicero.

➤ **Productos sustitutos**

En este mercado existe demanda de consumo de productos sustitutos, que podrían significar una amenaza a la hora de elección a optar por uno de los productos, que la empresa productora y comercializadora de dulces ofrece. Productos sustitutos tales como:

a. Dulces caseros.- En la actualidad se televisan gran cantidad de programas de cocina, en los que enseñan a preparar todo tipo de postres y dulces, los cuales facilitan su elaboración, para quienes se interesen en este tipo de actividad.

b. Pastelerías.- En la ciudad de Esmeraldas existen muchas pastelerías en la zona céntrica, que ofrecen diversos tipos de dulces, que se consideran la alternativa a los dulces tradicionales de la provincia, convirtiéndose en amenaza para esta empresa.

c. Heladerías.- En la zona de estudio de la ciudad de Esmeraldas, también se encuentran algunos locales que ofrecen este producto sustituto, al de este proyecto.

d. Ferias temporales.- En las épocas festivas de la provincia de Esmeraldas y meses como diciembre, se establecen algunas ferias populares donde se ofrecen variedad de productos, entre ellos, dulces para el deleite de los niños y de quienes gusten de las golosinas, confites y pastelería.

➤ **Aplicaciones alternativas del producto**

Si en algún momento el mercado llegara a saturarse por la existencia de estos productos en la competencia, se tienen varias alternativas de aplicación para esta empresa y continuar generando utilidades, tales como:

- En este estudio se propuso complementar la empresa con un grupo de juegos para niños dentro de ella, con el propósito de lograr más ingresos y así generar mayores utilidades.
- También se hizo estudio sobre la alternativa de brindar servicio de un pequeño bar dentro de este establecimiento, con una cantidad mínima de productos a ofrecer, si la demanda lo requiere.
- Aun así, si el mercado se saturara, se ofrecerá la elaboración de sus dulces tradicional para ferias turísticas, de diversas organizaciones que se dedican a preservar nuestros tesoros ancestrales. **(Anexo pág. 128)**
- También elaboración de los dulces tradicionales para eventos privados.
- Para incrementar las utilidades en las ventas, también se establecerán convenio con aerolíneas, que adquirirán este producto para brindar en sus vuelos, como parte de su servicio a bordo.
- La empresa también facilitará sus instalaciones en alquiler de fiestas infantiles.

➤ **Ciclo de vida del producto**

El producto que ofrece esta empresa, los dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas, se encuentra en etapa de madurez en el mercado. Pese a que los pequeños productores existentes, acaban con el stock de sus productos en las ventas y estas se han estabilizado, normalmente no se acrecientan, si no es determinado por la alta temporada, debido a que estos no cuentan con los medios económicos para hacer uso de estrategias, que hagan más conocido y demandado el producto que ellos elaboran.

En el caso de los caramelos y chocolates, estos son productos que están en etapa de crecimiento, debido a la constante y creciente demanda, y al ingreso de más competidores en el mercado, creando más consumidores.

Por tal motivo, esta empresa se dirige a un mercado, con un producto que siendo identificado, se deberá aplicar las debidas y diferentes estrategias para hacer que llegue al cliente el producto que esta empresa ofrece.

De esta manera, la publicidad deberá ser informativa, para introducir los dulces tradicionales de Esmeraldas, debido a la propuesta distinta de esta empresa sobre el producto; sus características, la calidad que ofrece, la diferencia que aporta. Mientras que la publicidad para los caramelos y chocolates deberá ser persuasiva, debido a que estos productos siguen en su etapa creciente, y el mercado oferente se expande.

3.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

➤ Segmentación del mercado

Para introducir un determinado producto en el mercado, es necesario identificar el segmento al que se va a dirigir, y que necesidades se pretende cubrir. Por lo cual se realiza la segmentación socio demográfica, enfocada a la zona urbana de la ciudad de Esmeraldas, y así tenemos los siguiente factores del mercado estudiado.

1. Factores Geográficos

Cantón: Esmeraldas.

Parroquia: Esmeraldas.

Zona: Los potenciales clientes y consumidores de estos productos, son de la zona céntrica de la ciudad de Esmeraldas.

2. Factores Demográficos

Edad: De acuerdo al estudio realizado, los potenciales clientes y consumidores están entre 26 y 45 años de edad. (Más de la mitad de encuestados).

Sexo: Las preferencias sobre los dulces en general, están distribuidas casi equitativamente, tanto por hombres y mujeres. (Ambos sexos los consumen casi por igual).

3. Factores Sico gráficos

Nivel de estudio: Los encuestados de esta investigación, son equitativos los resultados en lo que se refiere a estudios secundarios y estudio superior. Lo que indica que la mitad de los clientes y consumidores potenciales, están en capacidad de adquirir las ofertas de dulces en este mercado.

Factores de Consumo: En lo que se refiere a caramelos y chocolates, su consumo se da a diario por necesidades afectivas, que son las necesidades de deseo, satisfacción y placer; pero existe un incremento significativo en su demanda, en días especiales que son: san Valentín, día de la madre, día del niño, navidad y fin de año. Otro factor de consumo son las marcas y productos más reconocidos.

Con respecto a los dulces tradicionales de la provincia, también su consumo se da por necesidades afectivas de deseo, satisfacción y placer; y del mismo modo su consumo es diario por el consumidor local, turistas nacionales y extranjeros, y aunque ha decaído en el pasar del tiempo no solo su consumo, sino también su elaboración, ha sido transmitido de generación en generación. El turista nacional lo adquiere en feriados, siendo los feriados otro factor de consumo.

Así tenemos como factores de consumo de este producto a:

- ✓ Las necesidades afectivas.
- ✓ Fechas de mayor demanda.
- ✓ Las marcas.
- ✓ Y los productos más reconocidos.

➤ **Conducta de compra de los clientes**

La conducta de compra de los clientes, sería el motivo de adquisición del producto, y para entender esta conducta de compra, es necesario identificar en primera instancia, cuales son las necesidades que demanda el segmento de mercado, preferencias de compras, el precio que pagan actualmente, y lo que estarían dispuesto a pagar por ese producto. Para lo cual nos hemos apoyado en encuesta realizadas en la zona céntrica de la ciudad de Esmeraldas, y en entrevistas a fabricantes y vendedores ambulantes de dulces de la provincia de Esmeraldas, y a dueños de locales comerciales que ofrecen dulces y confites en general.

Así se determina básicamente como, aspectos de la conducta de compra de los clientes de este producto a:

- ✓ Las fechas de mayor demanda, como obsequios en las festividades.
- ✓ Movimiento de las masas turísticas, como las vacaciones de la sierra al desplazarse a la provincia de Esmeraldas y carnaval.
- ✓ Y para enviar el producto tradicional a otras ciudades, o familiares en el extranjero.

➤ **Consumidor potencial**

En las encuestas aplicadas a la zona céntrica de la ciudad de Esmeraldas, siendo estos los potenciales clientes consumidores, mostraron una excelente aceptación por la creación de esta empresa, y según el estudio, habría una gran demanda del producto, más de la mitad lo adquirirían por lo menos semanalmente. En lo que se refiere a caramelos y chocolates, su preferencia sería la confitería baja en azúcar y calorías y los chocolates rellenos pero sin mucha diferencia de las otras variedades.

Referente al producto estrella, los dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas, todos los que ofrecería la empresa, son de preferencia en este estudio, teniendo una mayor predilección el manjar de leche, y entre los dulces elaborados con coco, el manjar de coco, pero sin una mayor diferencia de los otros.

También se determinó otro consumidor potencial, a través de convenio con una aerolínea, adquiriendo mensualmente los productos de esta empresa, en lo que se refiere a los Dulces Tradicionales de la Provincia de Esmeraldas, como parte de su servicio a bordo.

➤ **Consumidor actual**

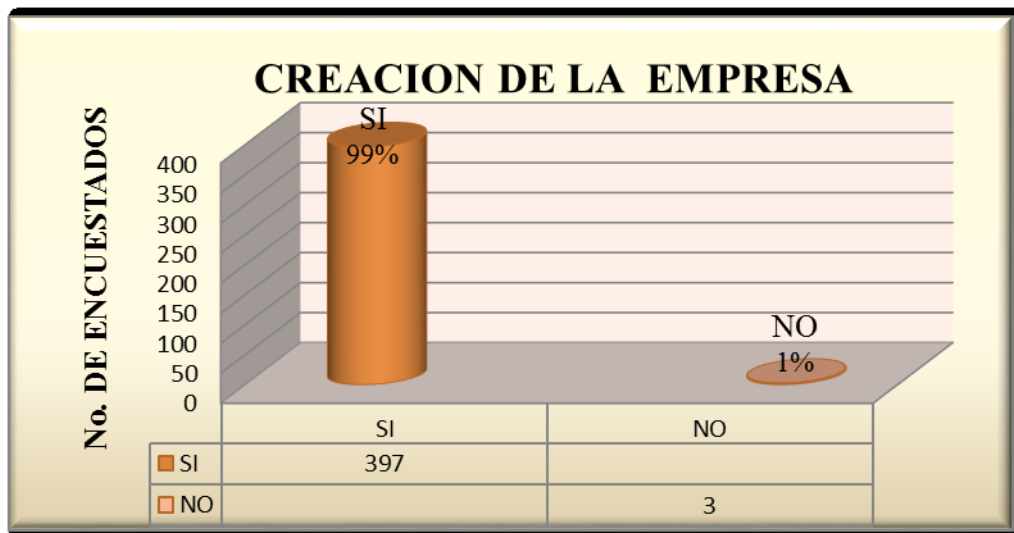
Según las entrevistas a los dueños de las empresas que comercializan caramelos, chocolates y confitería en general, ninguno tiene poca salida, todos se venden casi por igual, y de todos los productos su venta es a diario, acabándose así el stock que estas empresas adquieren.

En las entrevistas a los productores de los dulces de la provincia de Esmeraldas, estos productos del mismo modo, todos tienen salida, aunque el que se vende en menor cantidad, es el majar de leche, y sus consumidores en su mayoría son los turistas nacionales y el mayor motivo de compra, es enviar estos dulces a familiares en el exterior o retornar a sus ciudades de residencia, con estos productos que aquí se ofrece, como son los dulces tradicionales.

Sus precios son asequibles, por lo cual existe conformidad en el consumidor, siendo los dulces de leche un poco más económicos que los de coco y dependiendo también de su tamaño. Su mayor venta se da en todos los feriados, sobre todo carnaval, las vacaciones en la sierra, y fin de año.

3.1.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

1) Aceptación de la empresa.



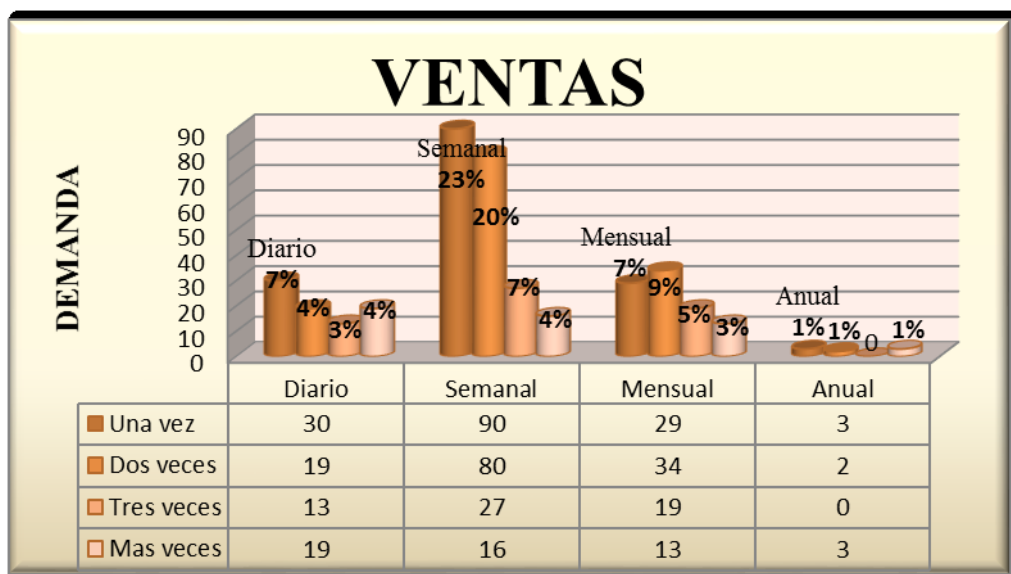
Fuente: Resultado de las encuestas

Análisis:

La pregunta se planteó, con el objetivo de conocer si a las personas de la ciudad de Esmeraldas, dentro de la zona que fue uso para el estudio, les gustaría que existiera este tipo de empresa, dedicada a la comercialización de caramelos, chocolates y la producción de dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas y así puedan acceder a este producto que la empresa ofrece.

El resultado que se obtiene de este estudio, es la aceptación de esta empresa dentro de este mercado, debido a que el 99% de encuestados muestra su aprobación, y tan solo un 1% en negativa al establecimiento de la misma. De esta manera se cubre prácticamente en su totalidad, el mercado al que se dirige este producto y empresa, siendo este resultado el primer índice de éxito en su creación.

2) Frecuencia de Compra.



Fuente: Resultado de las encuestas

Análisis:

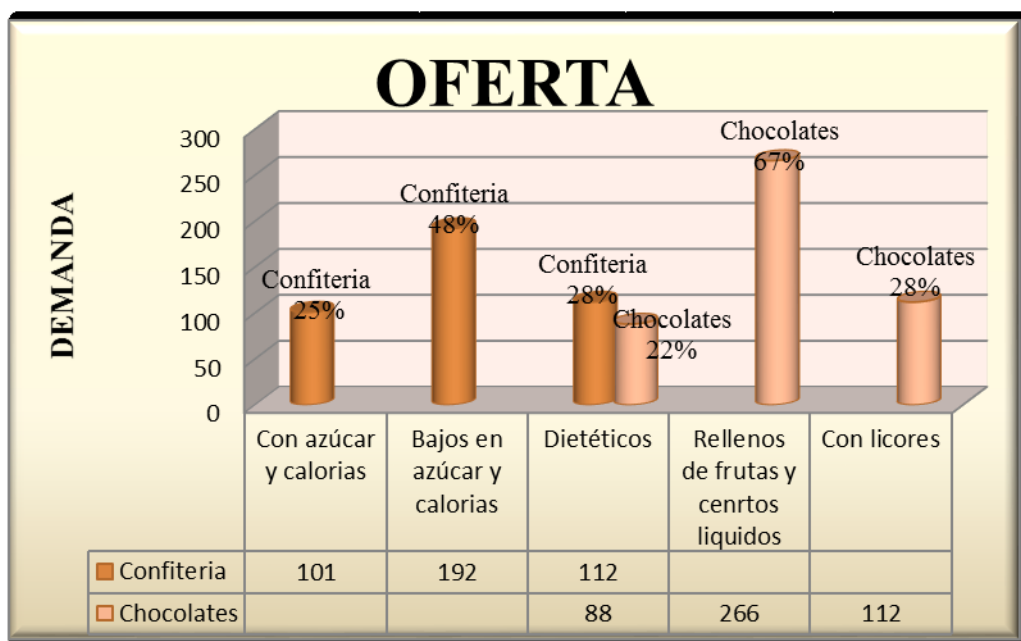
La pregunta se planteó, con el objetivo de conocer con qué frecuencia los potenciales clientes consumidores, comprarían los productos que la empresa ofrece, ya sea diario, semanal, mensual, o anualmente y así poder determinar el volumen de demandantes que existiría diarios, semanales, mensuales o anuales, y cuantas compras harían por estos productos.

El cuadro refleja un 54% - 213 encuestados, es decir más de la mitad, comprarían de estos productos semanalmente. Pero aun así, representando el mayor número de encuestados que respondieron a la compra semanal, y que este número de demandantes, incrementaría y estaría determinando el número de sus compras ya sea una, dos, tres o más veces en esa semana, representa menos participantes anuales, que a los que se ascenderían en la compra diaria, que siendo 81 potenciales clientes consumidores diariamente, representa más demandantes y compras anuales.

Aun así, obteniendo más demandantes diariamente, la cantidad de productos a ofrecer, se determinará por las personas que dijeron comprarán estos productos semanalmente, procurando basarse en un escenario moderado de las ventas y fijar el total de productos en stock, ya sea semanal o mensual, para minimizar sobrantes.

3) Productos de preferencia por el mercado.

a.



Fuente: Resultado de las encuestas

Análisis:

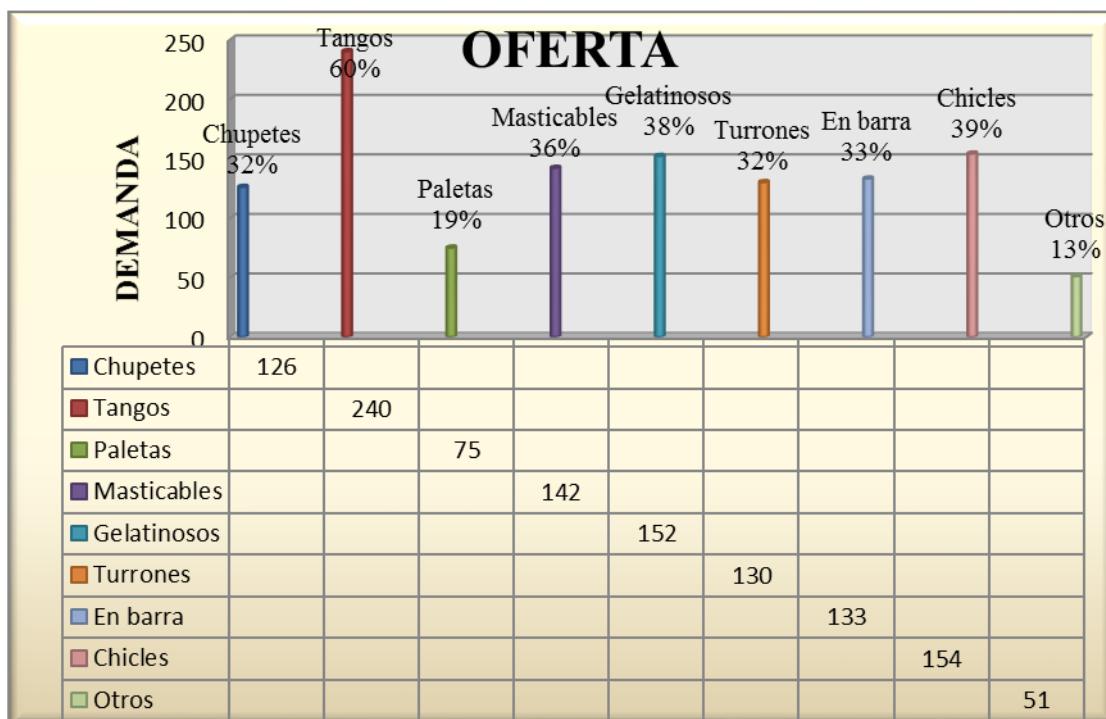
El objetivo de la pregunta, fue identificar los productos de preferencia en este mercado, y así determinar los que se ofrecerán mayoritariamente en esta empresa, pero conservando una oferta diversificada y de esta manera poder mantener un mejor control del stock.

La preferencia de los potenciales clientes consumidores, fue mayoritaria por la confitería bajos en azúcar y calorías en un 48% - 192 personas, esto muestra que serán los productos de mayor consumo y de los que se debe tener mayor stock. El cuadro también indica un 28% - 112 personas, un poco más de la mitad de la elección mayoritaria de consumo, la opción por la confitería dietética. Quedando la alternativa minoritaria, el 25% - 101 personas, por la confitería con azúcar y calorías.

En la chocolatería, la preferencia son los rellenos de frutas y centros líquidos, con el 67%, mucho más de la mitad de los encuestados, y mucho menos de la mitad de esta opción, están los chocolates con licores, el 28% - 112 personas que la optaron.

Un pequeño porcentaje de consumo, está en los chocolates dietéticos, siendo el 22% - 88 consumidores de esta investigación; lo que muestra que por esta variedad de producto, no existe mayor agrado en este mercado. De esta manera se podrá controlar mejor el stock de cada variedad a ofrecer.

b.



Fuente: Resultado de las encuestas

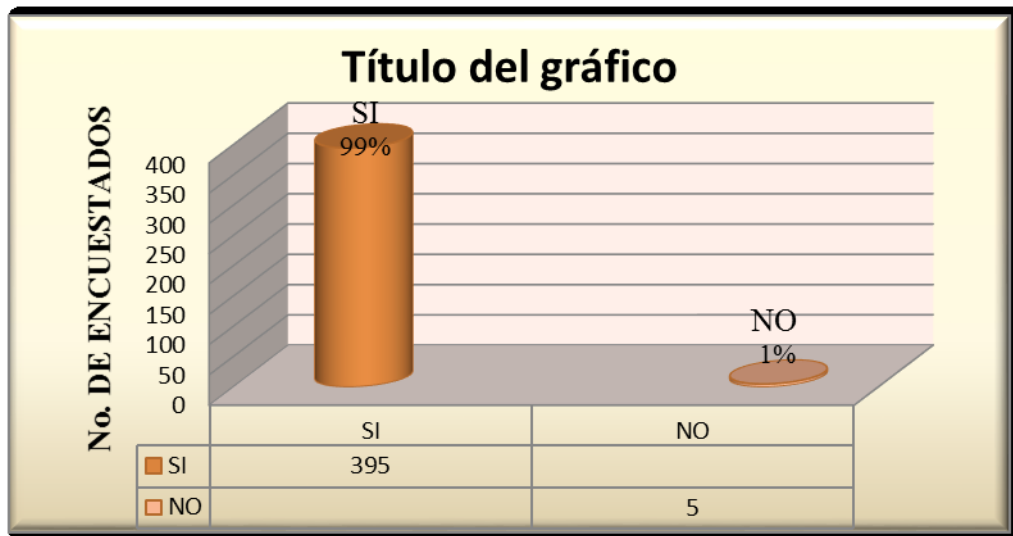
Análisis:

Este cuadro es una referencia, de la variedad de productos que existirán en esta nueva empresa, los más consumidos por el mercado potencial, los que darán mayor demanda.

De acuerdo al estudio, el tango es de gran elección, el 60% de los encuestados mostraron su preferencia. Entre el 32% y el 39% se refleja el consumo de otros productos como son los chupetes, los caramelos masticables y los gelatinosos, los turrone y los chicles.

La menor demanda según la investigación está en el consumo de las paletas, solo el 19% lo escogieron. Un 13% contestaron que les gustaría hubieran otros productos de elección.

4) Promoción y comercialización de los dulces tradicionales de la provincia.



Fuente: Resultado de las encuestas

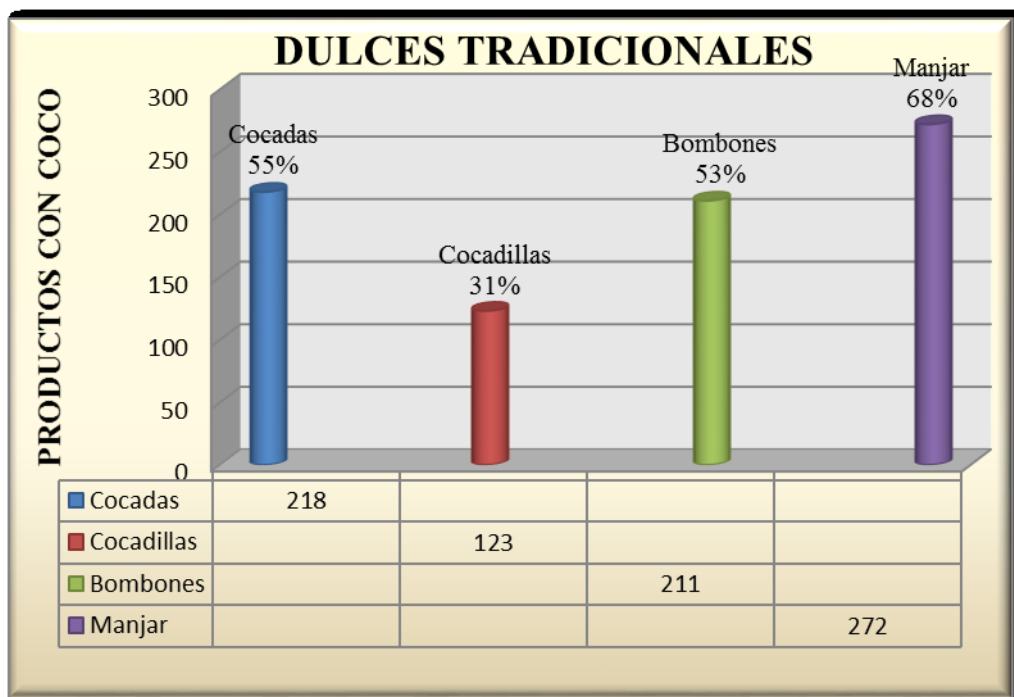
Análisis:

El objetivo de la pregunta, fue conocer la opinión de las personas, sobre darle una mayor promoción y comercialización a los dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas.

De la cual, la población seleccionada para esta investigación, confirma en su totalidad, que siendo Esmeraldas cuna de los productos elaborados con coco, debe darse una mejor promoción y comercialización a sus dulces tradicionales, sobrando una cantidad imperceptible de la población, que muestra ningún interés en que se dé una mejor imagen y producto de calidad, al turista nacional y extranjero que pudieran acceder a esta oferta.

5) Dulces tradicionales de preferencia.

a.



Fuente: Resultado de las encuestas

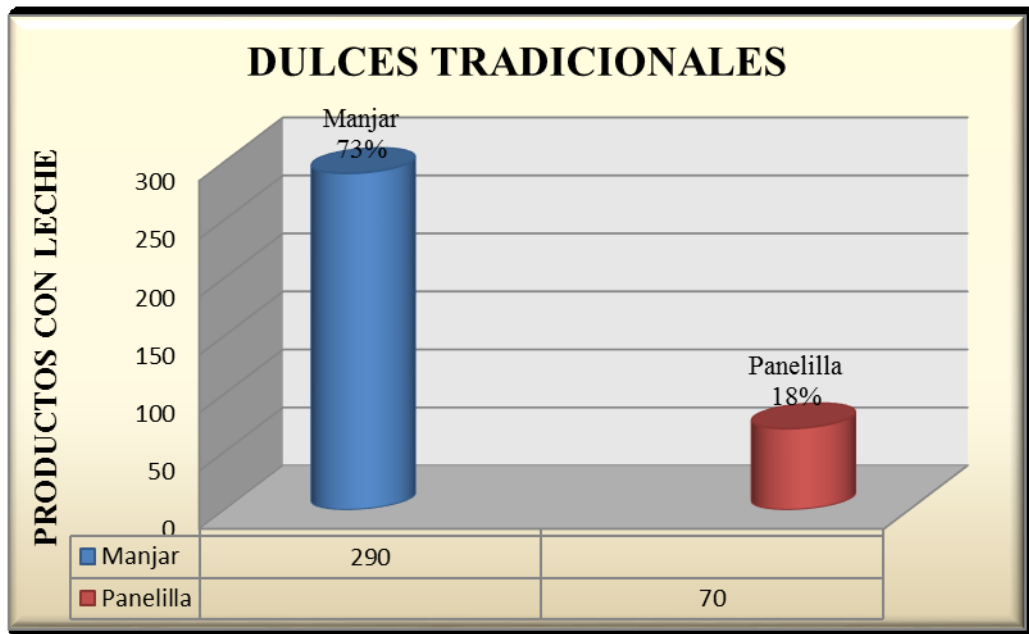
Análisis:

El objetivo de la pregunta, fue conocer que dulces tradicionales son de preferencia en este mercado, y así poder determinar cuáles serán los de mayor demanda.

En este estudio, la mayoría de los dulces de la provincia elaborados con coco, muestran una gran predilección, siendo poca la diferencia entre uno y otro. El 68% - 272 personas prefieren el manjar, siendo este producto según el estudio, el de mayor demanda. Sin gran diferencia están las cocadas, el 55% - 218 personas; y el 53% - de los encuestados 211 personas, su predilección fueron los bombones, tomando en cuenta que estos, según las entrevistas y la investigación de campo, no son ofrecidos en el mercado que ha sido zona de estudio, la ciudad de Esmeraldas.

El porcentaje minoritario de consumo, es el de las cocadillas, siendo el 31% - 123 encuestados. Estos resultados indican, que todos los dulces tradicionales son de basta elección, y son los que ayudarán a fijar el stock por cada producto.

b.

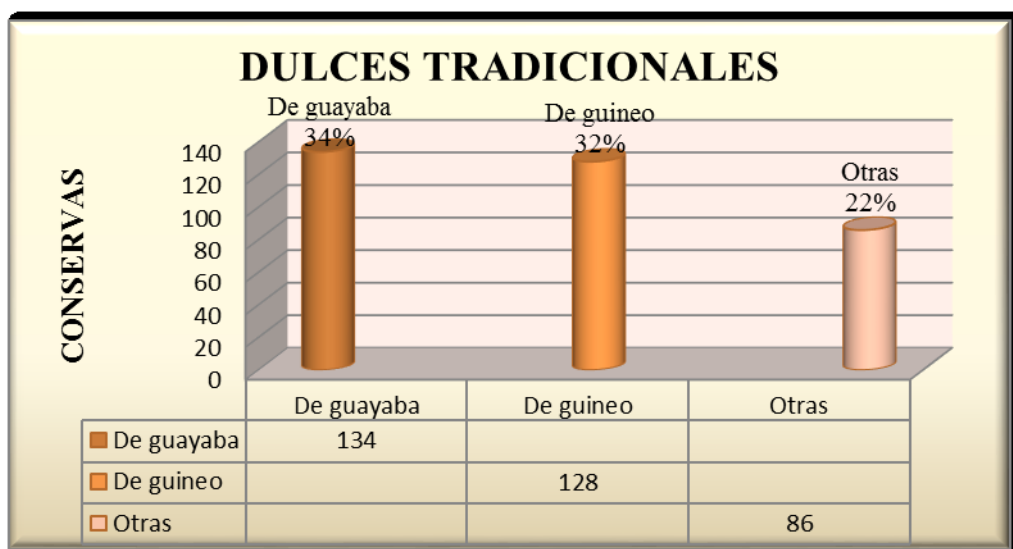


Fuente: Resultado de las encuestas

Análisis:

En lo que se refiere a los dulces tradicionales con leche propuestos en esta investigación, la variación entre los dos productos es considerablemente notoria. La preferencia se inclina 4 veces más al manjar de leche, con respecto al otro producto que representa un consumo bajo en este estudio.

c.



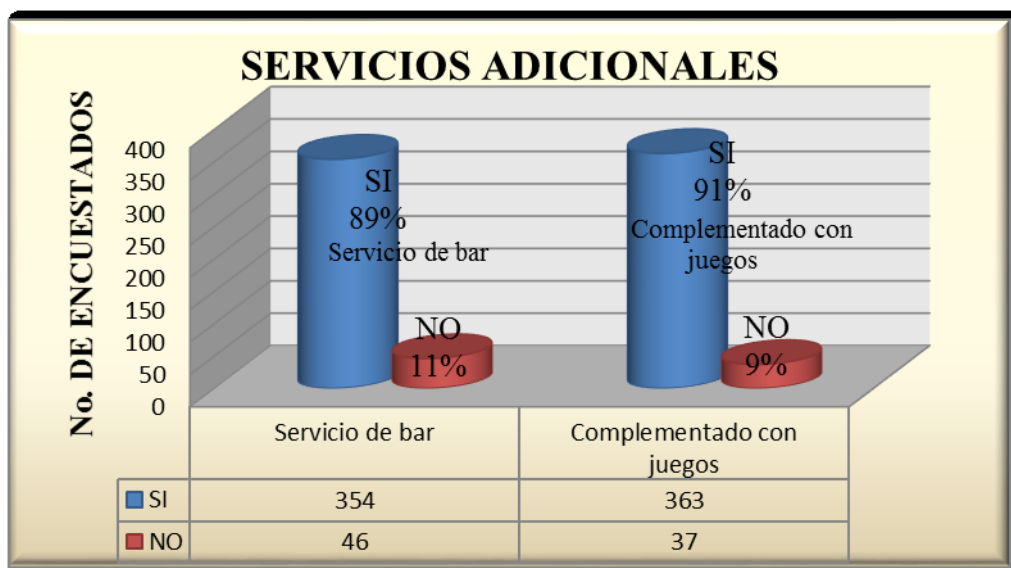
Fuente: Resultado de las encuestas

Análisis:

Según esta investigación, el 34% será el consumo de las conservas de guayaba, estando por debajo de la mitad del porcentaje de aceptación del producto, de acuerdo al número de encuestados. Un poco menos consumo, representan la conserva de guineo, y un 22% se inclinan por recibir otras opciones a las ya propuestas; por tanto, este cuadro refleja la poca preferencia por las conservas, y la oportuna necesidad de crear nuevas opciones, o hacerla más apetecibles y de mayor consumo a las mismas.

6) Otros servicios a ofrecer en esta empresa

a.



Fuente: Resultado de las encuestas

Análisis:

La pregunta se planteó, con el objetivo de conocer si los potenciales clientes consumidores, además de recibir los productos que son la esencia o razón de ser de esta empresa, quisieran recibir o que existiera otros servicios adicionales dentro de la misma, de manera que se pudieran presupuestar estos servicios complementarios en esta empresa.

De la cual, 89% de los encuestados, dijo que les gustaría que en esta empresa existiera el servicio de un bar, y tan solo un 11% no lo consideraron.

También se propuso complementar este negocio con juegos para niños, del cual el 91% - 363 personas, les gustó esta alternativa en el establecimiento, y un muy bajo porcentaje, respondieron desinteresados a esta elección. Lo que indica que los potenciales clientes consumidores, ven más atractiva la oferta de esta empresa, con la existencia de estos servicios complementarios dentro de ella.

b.



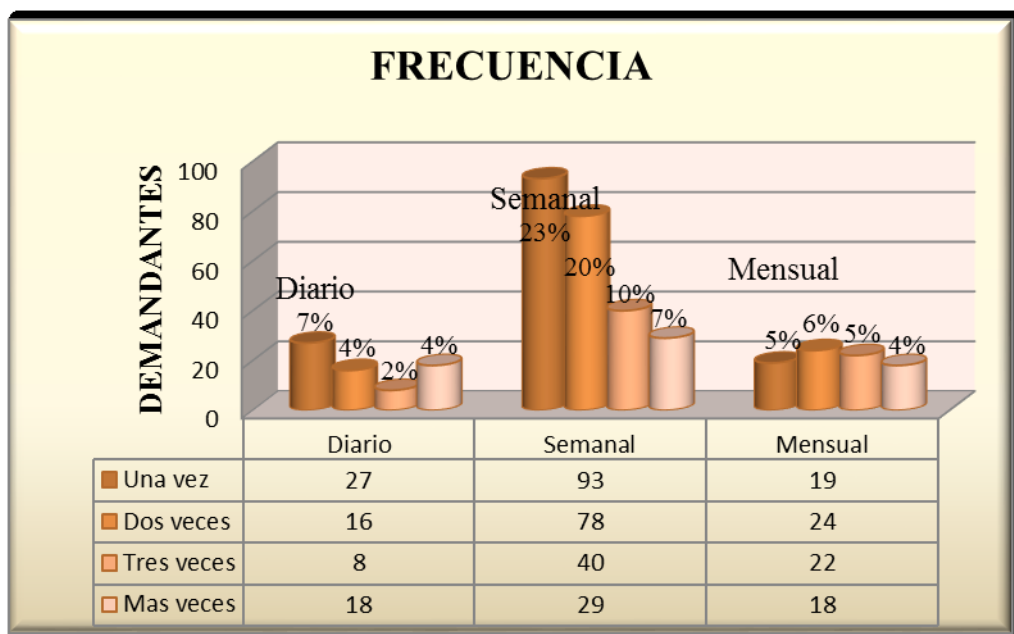
Fuente: Resultado de las encuestas

Análisis:

Según el estudio, esta empresa tendría otros servicios adicionales, como un bar dentro de la misma, y los productos que se podrían ofrecer dentro del bar, todos como dice el cuadro, su consumo o aprobación sería mayor al 50%, excepto el 25% en aceptación a otro tipo de dulces, a los tradicionales de la provincia de Esmeraldas, porque los encuestados opinaron, que estos representarían una competencia a nuestro producto tradicional.

Los encuestados también dieron diversas sugerencias para ofrecer en el bar; mayoritariamente pizzas, hamburguesas, ensalada de frutas y jugos.

7) Frecuencia por propuesta complementaria.



Fuente: Resultado de las encuestas

Análisis:

El objetivo de la pregunta, es determinar si con la existencia de estos productos y servicios adicionales, se incrementaría la frecuencia diaria, semanal, o mensual a este local. Con el propósito de mantener activa en sus compras a los potenciales demandantes, y aumentar el ingreso por ventas totales de la empresa.

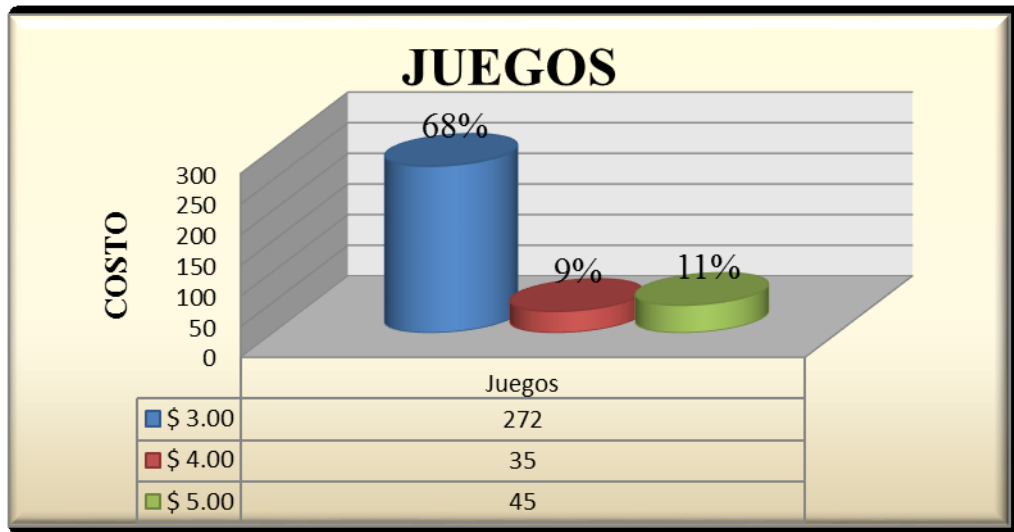
Considerando que se logró la participación del 99,25 % de los encuestados, en la compra de los productos de esta empresa, los dulces tradicionales, caramelos y chocolates; sin la propuesta complementaria de servicio de un bar y juegos para niños.

Se analiza que los resultados obtenidos en relación con la frecuencia en compras, de los dulces tradicionales, caramelos y chocolates, que se determinó mayoritariamente, se obtendrían más demandas anuales, por los potenciales clientes consumidores, que dijeron comprarían estos productos diariamente; a diferencia, se determinan mayores ingresos anuales, en consecuencia a un aumento de frecuencia semanal, por contar con estos productos y servicios complementarios.

Los resultados son, el 60% de los encuestados, 240 personas semanales, entre una, dos, tres o más veces en esa semana, que representa 485 frecuencias semanales, es decir 23.280 frecuencias anuales. Pese a este incremento de la frecuencia semanal, por la propuesta complementaria, y la disminución de los participantes diarios que comprarían los dulces tradicionales, caramelos y chocolates sin incluir esta propuesta; seguiría existiendo mayor demanda determinada por los potenciales clientes consumidores diarios, que habiendo disminuido a 69 personas diarias, representan 24.840 frecuencia anuales.

8) Lo que el mercado está dispuesto a pagar por consumir los productos y servicios adicionales de esta empresa

a.



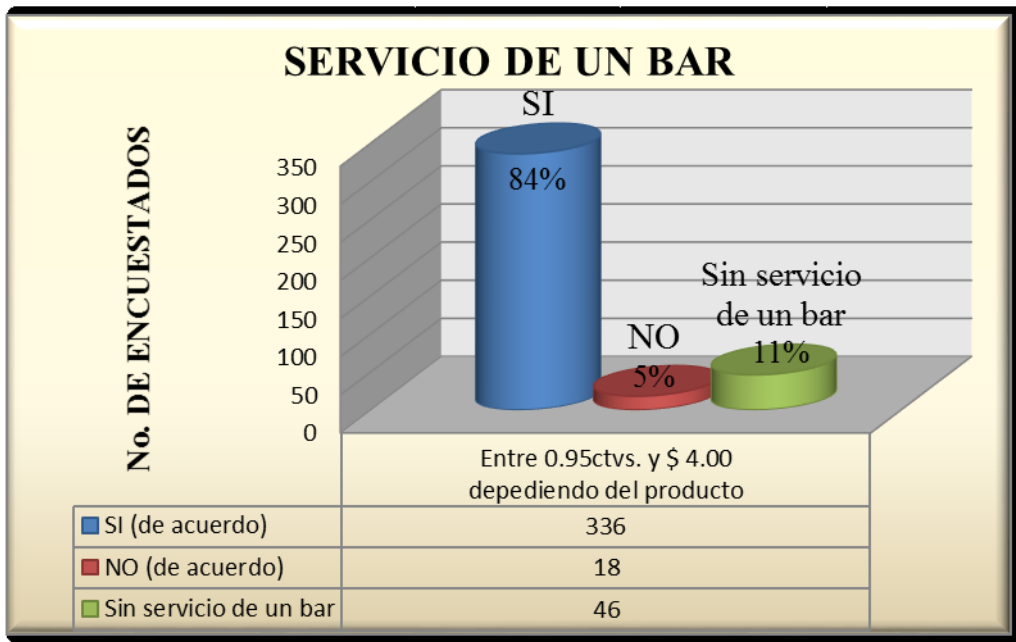
Fuente: Resultado de las encuestas

Análisis:

El objetivo de la pregunta, fue determinar el valor que se cobraría, para que los niños accedan a estos juegos.

Del total de los encuestados, más de la mitad, el 68% - 272 personas, accedieron a pagar por los juegos que la empresa propone, un costo de 3.00\$, quedando este como el valor establecido por el uso de los juegos.

b.

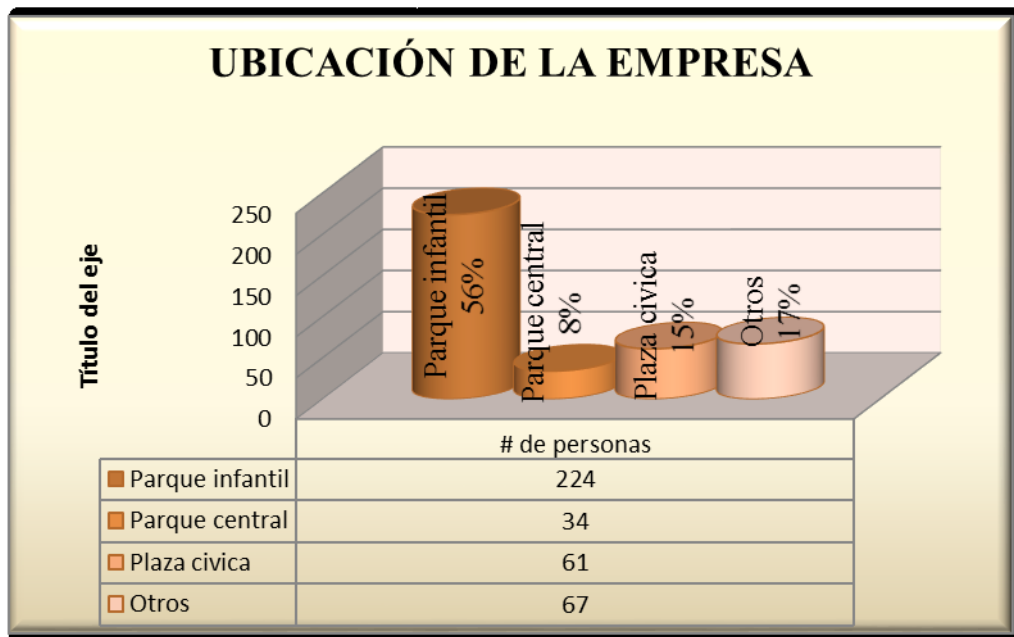


Fuente: Resultado de las encuestas

Análisis:

En este cuadro con un 84% - 336 personas, los encuestados muestran estar de acuerdo en pagar entre 0.95ctvs. y 4.00\$ dependiendo del producto. Solo un 5% - 18 personas, muestran desacuerdo con este costo y un 11% prefieren que no haya este tipo de servicio en esta empresa.

9) Ubicación del local.



Fuente: Resultado de las encuestas

Análisis:

El objetivo de la pregunta, fue conocer donde prefiere la demanda, que se encuentre ubicada la empresa. Es decir, determinar la ubicación objetiva del negocio.

De la cual se determinó, que la ubicación objetiva de la empresa está cerca del parque infantil, como lo indica el cuadro, con más de los encuestados inclinados a esta alternativa de ubicación.

3.1.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Se tomó en consideración los datos obtenidos en la investigación de mercado, para la proyección de la demanda de este proyecto.

Según los resultados de las encuestas, la demanda que representa este proyecto en sus productos, es de 29.160 compras anuales por 81 personas diarias, solo a un acto de compra por cada una de ellas. Mientras que 395 compras semanales, representan 18.960 ventas de los productos de esta empresa anualmente, que es de donde fue determinado el consumo de estos productos, procurando no ser tan optimistas en dichas ventas, como se representa en el cuadro.

TABLA # 2

Demanda del proyecto				
# De consumo Semanal	Producción Mensual	Consumo Anual	Producción de Dulces Tradicionales 70% Anual	Caramelos y Chocolates 30% Anual
395	1580	18.960	13.272	5.688

3.1.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA EXISTENTE EN EL MERCADO

➤ Aspectos cualitativos

Una vez realizado el estudio de mercado, se pudo conocer quiénes son la competencia directa del producto, encontrando que en la zona céntrica de la ciudad de Esmeraldas, solo existen tres competidores rivales de los dulces tradicionales de esta provincia, los cuales son puestos informales, mismos elaboran y venden sus productos.

Los dulces que estos productores ofrecen, después de haber realizado las entrevistas son:

- ✓ Cocadas negras y blancas (en distintas presentaciones y precios).
- ✓ Cocadas de manjar con leche y coco.
- ✓ Conservas mezcladas con guineo y guayaba.
- ✓ Manjar de leche (solo por pedido).

Otros competidores que se encontró en el mercado, según la naturaleza de este negocio, por estar también destinados a ofrecer esta variedad de productos, que son caramelos y chocolates, fueron locales comerciales como TIA, AKI, MULTIAHORRO, RICKI, COMERCIAL VALERIA. Aunque estos no están dedicados especial y únicamente a la comercialización de caramelos y chocolates.

Algunas de las marcas más reconocidas que estos locales comerciales ofrecen, según las entrevistas realizadas a los dueños o administradores son: Nestlé, Conffiteca, Ferrero, Navisco, Noel, Argor, La Universal, Colombina, Superior, Adams.

➤ **Distribución geográfica de la competencia**

En la zona céntrica de la ciudad de Esmeraldas, se encuentran 3 puestos informales: uno de ellos ubicado en la calle 10 de Agosto entre Sucre y Bolívar, y dos más en la calle 9 de Octubre entre Olmedo y Sucre; los mismos, no llevan nombre que los identifique. En la zona sur de la ciudad, donde se encuentra la terminal de transportes terrestre, existen 2 locales que ofrecen los dulces tradicionales de Esmeraldas; el local “Cocadas Doña Edit” y el local que se lo reconoce como “Asociación de Expendedores de Cocadas de Esmeraldas”; y fuera de la ciudad, hacia la zona sur de la provincia, está el único local formal ubicado en el cantón de Atacames, que se lo reconoce con el nombre “Gabilos”. Estos tres últimos locales, por estar fuera de la zona donde se va a implantar esta empresa, se los considera competidores indirectos.

Los locales de dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas antes mencionados, fueron encontrados mediante la investigación exploratoria, y el trabajo de campo realizado.

En lo que se refiere a caramelos y chocolates, tenemos competidores que se desarrollan en este mercado como la empresa Dulce Mundo, ubicada en la calle Espejo entre las avenidas Olmedo y Sucre; también encontramos al Aki, en la calle malecón Pedro Vicente Maldonado y Juan Montalvo; supermercados Tía, en la calle Bolívar y Rocafuerte; tienda Riky, en la calle Olmedo y Piedrahita; micro mercado Multiahorro, en calle Olmedo y Mejía; el Comercial Valeria, en la calle Manuela Cañizares y Pedro Vicente Maldonado (malecón); el Gran Aki, en la calle Pedro Vicente Maldonado y Manabí. Todos estos locales comerciales se consideran competidores indirectos, ya que su venta no es exclusivamente de caramelos y chocolates, y no ofrecen los Dulces Tradicionales de la Provincia de Esmeraldas.

➤ **Características de sus clientes**

De acuerdo a la investigación de campo, por lo general la mayoría de los clientes-consumidores de los dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas, son los turistas de la sierra, que se desplazan a nuestra ciudad en su época de vacaciones y en feriados, especialmente carnaval; ellos responden a la mayor demanda de este producto. También visitante de otros puntos del país, lo consumen cuando llegan a nuestra ciudad y cuando retornan a sus ciudades de origen.

Este es un producto muy apetecido por los visitantes, ya que en todo momento y motivo de viaje es adquirido, según las entrevistas a los vendedores de este producto, que desempeñan esta actividad en la terminal terrestre de la ciudad de Esmeraldas.

Además este producto es bastante pedido por nuestros compatriotas migrantes, quienes sus familiares envían estos dulces de la provincia de Esmeraldas, unas dos veces al año, a los países donde estos radiquen. Para los turistas extranjeros, como lo es toda nuestra gastronomía, los dulces tradicionales esmeraldeños, representan algo exótico para ellos, que no se pierden de saborear en su visita, a tierras esmeraldeñas.

En lo que se refiere a caramelos y chocolates, sus consumidores mayoritariamente son niños y todas aquellas personas que gustan mucho de los dulces.

➤ **Fortalezas y debilidades**

Se determinó las fortaleza y debilidades de los **competidores directos** que se encontró en el estudio de mercado, siendo estos, tres puestos informales de los dulces tradicionales que se encuentra ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Esmeraldas, uno en la calle 10 de Agosto, entre Sucre y Bolívar, y dos más en la calle 9 de Octubre, entre Olmedo y Sucre, cerca de la futura ubicación donde se establecerá esta empresa.

Debilidades:

- Ninguno de ellos cuenta con un nombre que los identifique en el mercado.
- Son puestos informales, por lo que no garantizan la calidad en la elaboración de sus productos.
- No utilizan publicidad para la venta de sus productos.
- No poseen conocimiento técnicos para la administración de sus negocios y la rentabilidad de sus ganancias.
- Falta de conocimientos para la aplicación de estrategias.
- Ninguno de estos puestos informales, ofrece los bombones de coco dentro de la gama de los dulces tradicionales, que ofrece la provincia de Esmeraldas.

Fortalezas:

- Son puestos informales que llevan más de 35 años en el mercado, en la elaboración y venta de estos dulces tradicionales, habiéndose pasado por sus generaciones familiares.
- Sus productos ya están en el mercado.
- Sus precios ya han sido aceptados por la demanda.

También se determinó las fortalezas y debilidades de **competidores indirectos** de los dulces tradicionales de la provincia, que se encuentra ubicados hacia la zona sur de la ciudad de Esmeraldas, en su terminal terrestre, encontrando dos locales informales

Debilidades:

- Básicamente presentan las mismas debilidades de los competidores directos.

Fortalezas:

- Estos puesto si cuentan con un nombre que los identifique.
- Estar ubicados en la terminal terrestre.
- Productos que ya están en el mercado.
- Sus precios ya han sido aceptados por la demanda.

Así mismo se determinó las fortalezas y debilidades de los locales donde se ofrecen a la venta caramelos y chocolates, tales como: Dulce mundo, el AKI, Supermercado TIA, el Ricky, Micro mercado Multiahorro y el Comercial Valeria; todos estos ubicados en la zona céntrica de la ciudad.

Debilidades:

- Algunos de estos locales presentan una mala organización de las perchas.
- Algunos de estos locales no utilizan la publicidad para la venta de sus productos.

Fortalezas:

- Son empresas conocidas ya en el mercado.
- Ya tienen captados clientes.
- Algunos cuentan con publicidad diaria y realizan promociones.
- Ubicadas en sector muy accesible para la demanda de la zona céntrica de la ciudad.

➤ **Canales de comercialización de la competencia**

Estos establecimientos tienen un canal directo de comercialización de sus productos, es decir que no tienen ningún tipo de intermediario, para ofertar sus productos al consumidor final.

➤ **Tipo de mercado**

Es importante dentro del estudio de mercado, para la realización de un proyecto de inversión, determinar el mercado donde se va a establecer o enfrentar, para hacer un análisis del producto con el que se va a entrar, los precios con los que se va a competir, los canales de distribución que se usarán y de que publicidad requiere para dar a conocer y hacer llegar la oferta.

De esta manera, bajo el concepto básico de mercado = oferta y demanda, se define que el presente proyecto se desarrollará en un mercado físico o sitio real, donde se venderán sus productos a la demanda determinada en el estudio. Del mismo modo se define el tipo de mercado donde se establecerá esta empresa, por las siguientes variables.

1. Desde el punto de vista geográfico, siendo un ámbito reducido o limitado para este estudio, el tipo de mercado es el local, donde esta empresa desarrollará sus actividades.
2. Por la naturaleza de los productos que ofrece esta empresa, incluye dentro del mercado de bienes perecederos, o en este caso productos comestibles, lo cual determina el tipo de mercado según la naturaleza del comprador.
3. Por la naturaleza del comprador, comprende el mercado de consumidores, porque son los que buscan satisfacer un tipo de necesidad, con el producto que esta empresa ofrece.
4. Según la competencia establecida, esta empresa se establece en un tipo de mercado de oligopolio, por la existencia de pocas empresas productoras que elaboran el dulce tradicional de la provincia de Esmeraldas.

➤ **Precios**

Los precios de los productos que se ofertan en el mercado, en cuanto a los dulces tradicionales de Esmeraldas, oscilan entre 0,25ctvs. y \$3.70, los mismos varían de acuerdo al producto, tamaño y presentación.

En este caso las cocadas se las puede encontrar blancas y negras; pequeñas por un precio de 0,25ctvs., medianas en 0,50ctvs. y grandes a \$1,00; y en presentaciones como en platillos a \$1,25 y bolones en \$1,00; siendo este producto el más elaborados por los oferentes de este mercado. Las conservas se las encuentra por el precio de \$1,00 solo de guayaba y en otros casos a \$1,75. El manjar de leche a \$2,50 la tarrina pequeña y a la

mediana en \$3,00. El manjar de coco a \$2,70 la tarrina pequeña y la mediana en \$3,70. Todos estos precios de mercado suben al 50% en temporada alta.

En lo que se refiere a caramelos y chocolates, sus precios varían dependiendo de la marca y del producto.

3.2. PLAN DE MARKETING

El plan de marketing de este proyecto, fue desarrollado con el propósito de contar con un soporte, que contenga y muestre las cualidades con las que cuenta el producto, para competir en el mercado, y con el objetivo de comercializar el producto que ofrece la empresa, mostrando como será reconocido y como será reconocida la misma empresa, que creo una imagen distintiva ante el mercado consumidor. De esta manera se planteó su misión y visión, se determinó las ventajas competitivas que brinda el producto que se ofrece, se estableció y definió las estrategias de competencia, y así poder dar inicio a la actividad a la que está dirigida la empresa, producción y comercialización.

➤ Misión.-

Salvaguardar parte de la gastronomía tradicional de Esmeraldas, como son sus dulces tradicionales, con esta empresa que se orienta a la revalorización de esta manifestación, como elemento estratégico del desarrollo local y del fortalecimiento de la identidad cultural de la población.

➤ Visión.-

Es una empresa identificada a nivel provincial, como productora de los dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas, y reconocida como pionera en ofrecer estos dulces, dentro de las correspondientes normas de calidad, proyectándolos como valor cultural y de nuestra provincia ante los visitantes.

En el 2015, extender la comercialización de sus productos a mercados nacionales.

3.2.1. RAZÓN SOCIAL Y LOGOTIPO DE LA EMPRESA

Para la identificación de la empresa productora de dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas y comercializadora de caramelos y chocolates, como imagen del negocio, se usará el letrero publicitario en el local, publicidad contratada a través de los medios de comunicación social, impresión de hojas membretadas para oficios, comunicaciones, reportes, facturas, balances y tarjetas de presentación, la que se reconocerá con el logo de la empresa.

ILUSTRACION # 1



Nombre del negocio: MUNDO CAMELO

Tipo de negocio: Producción y comercialización de dulces tradicionales de la provincia de esmeraldas, y comercialización caramelos y chocolates

3.2.2. VENTAJAS COMPETITIVAS

El presente negocio, propone varias ventajas sobre los competidores, para diferenciarse dentro del mercado, las cuales son:

➤ **Diferenciación del producto:**

El producto posee cualidades diferentes, ya que se pretende cubrir de manera óptima, las expectativas de los clientes aun no satisfechas con los productos actuales. Como será brindar al consumidor final, un producto que garantice ser elaborado con todas las normas sanitarias que el mismo requiera, también presentaciones, envolturas y empaques innovadores, así mismo promocionarlo y proyectarlo, de manera cómo no lo hacen los productores actuales, y ofrecer al cliente una variedad de valores agregados, como será el área de juegos para niños. A demás de realizar la capacitación necesaria al personal, todo para aumentar el mercado consumidor y por ende la rentabilidad del negocio.

También se ofrecerá al mercado, dentro de la gama de productos de los dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas, lo que son los bombones de coco, mostrándose a estos como otra ventaja competitiva, ya que estos no son ofrecidos siendo de gran elección en el mercado demandante.

3.2.3. ESTRATEGIAS PARA COMPETIR

➤ Estrategia de Costos:

Habr  un control sobre los costos en los que incida el negocio, para de esta manera no tener un desperdicio de recursos económicos, que disminuyan la ganancia; como los costos semanales de producción de los dulces tradicionales de Esmeraldas, los costos mensuales del surtido de caramelos y chocolates; lo cual se detalla en el estudio económico de la empresa.

Además de determinar el punto de equilibrio, para llevar un mejor control de las ventas, que permita conocer si se est  trabajando a pérdida o ganancia.

Como estrategias se tendrá:

- ✓ Proveedores permanentes en la empresa, que garanticen la calidad de su producto.
- ✓ Abastecimiento por especulación de alza de precios.
- ✓ Abastecimiento por producción en materia prima (guayaba), cuando hay escases del fruto.
- ✓ Recuperación de costos con los sobrantes de la materia prima innecesaria para la producción (concha del coco) en venta para los artesanos, contribuyendo al bajo impacto ambiental.

➤ Estrategia de precios:

Reconociendo que esta empresa se propone a este mercado con varias ofertas, se aplica diferentes estrategias para cada una de ellas.

Para los dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas, en base a la investigación de precios de la oferta en el mercado, se estima entrar con precios que genere una utilidad entre 35% y 40%, que serán cocadas \$1.00, conservas \$2.00, manjar de coco \$4.25 y manjar de leche \$3.50, bonbones 0,20 ctvs. atribuidos por la propuesta de valor

que ofrece el producto de esta nueva empresa, considerando que esta propuesta de valor, sea percibida por los potenciales clientes y consumidores, a diferencia de la oferta de valor que se da en el mercado.

En lo referente a la estrategia de precios para los caramelos y chocolates, se introduce en el mercado con precios más bajos que la competencia, con una utilidad estimada de 25% del costo por estos productos.

Por último, se emplea como estrategia de precios para lograr la participación del mercado, en lo que se refiere a los valores agregados que ofrece esta empresa, como son los juegos, la fijación del precio en base a lo que la demanda está dispuesta a pagar, determinado según el estudio de mercado realizado.

También se realizará descuentos por grandes cantidades en compras, de los productos de esta empresa.

➤ **Estrategia de Promoción y Publicidad:**

Las estrategias que se proponen como una empresa nueva en el mercado, primeramente será la publicidad por medio de la radio del medio, con el objetivo de informar del nuevo producto que se ofrece, y de persuadir a los demandantes de estos productos, a la compra de los que esta empresa ofrece, que permita a los clientes actuales y potenciales, conocer las características de los productos con los que se cuenta.

Además en cuanto a publicidad, será contar con una imagen corporativa de negocio, el logotipo de la empresa.

En promociones habrá la docena de trece, en los productos de los dulces tradicionales, en días determinados al azar.

➤ **Estrategia de Producto:**

Se utilizará para la envoltura del producto tradicional, la concha de coco y cajitas de madera balsa macho.

Se ofrecerá un producto que contará con garantía sanitaria, además de tener personal capacitado, instalaciones con variedad de equipos, espacio suficiente y con valores agregados a la razón de ser de la empresa.

➤ **Estrategia de canales de comercialización (Place):**

La empresa especializada en la producción de dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas y la comercialización de caramelos y chocolates, utilizará un canal directo de comercialización a los clientes, ofreciendo sus productos al consumidor final en el mismo local, y a través de una adecuada publicidad y promoción.

También se considerará como medio de comercialización a realizar, el despacho y entrega de estos productos por pedidos, siendo intermediarios de otras empresas como aerolíneas TAME, que se pretende establecer convenios de compras mensuales.

➤ **Estrategia de Capacitación:**

Se capacitará de manera periódica al personal de la empresa, tanto administrativo como operativo, para que realicen un trabajo de calidad y puedan brindar un excelente producto, cubriendo las necesidades de los clientes consumidores, con el objetivo de vender, y en temas como: Calidad, trabajo en equipo, motivación, logística, administración. Temas que serán preparados por el Administrador, y con el objetivo del progreso de la organización.

3.2.4. ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO

La estrategia de lanzamiento de producto, para el producto de los dulces tradicionales de Esmeraldas, será su degustación, distribuyendo en las zonas propuestas para la ubicación de la empresa, que son cerca del parque infantil, plaza cívica, parque central, unas pequeñas carpas donde se puedan ofrecer muestras de estos dulces a la ciudadanía, para dar a conocer esta nueva oferta y su existencia en el mercado.

3.3. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERIA DEL PROYECTO

El presente estudio técnico e ingeniería del proyecto, fue fundamental en este proyecto de inversión, ya que se encargó de definir, dónde, cuánto, cómo y con qué producir.

De esta manera el estudio procuró contestar las preguntas, ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir?

Así se logra mostrar, las variables que hacen parte de este proyecto de inversión, como es la localización óptima del proyecto, la distribución de las instalaciones a usar, procesos para hacer el producto, las maquinarias o los equipos de producción, la mano de obra, cantidad del producto a ofrecer en el mercado, y todos los requerimientos en los que incurre la empresa para el desarrollo de su actividad.

Además este estudio técnico, permitió tener la base para la evaluación económica y el cálculo financiero del proyecto.

➤ **Localización Óptima del Proyecto**

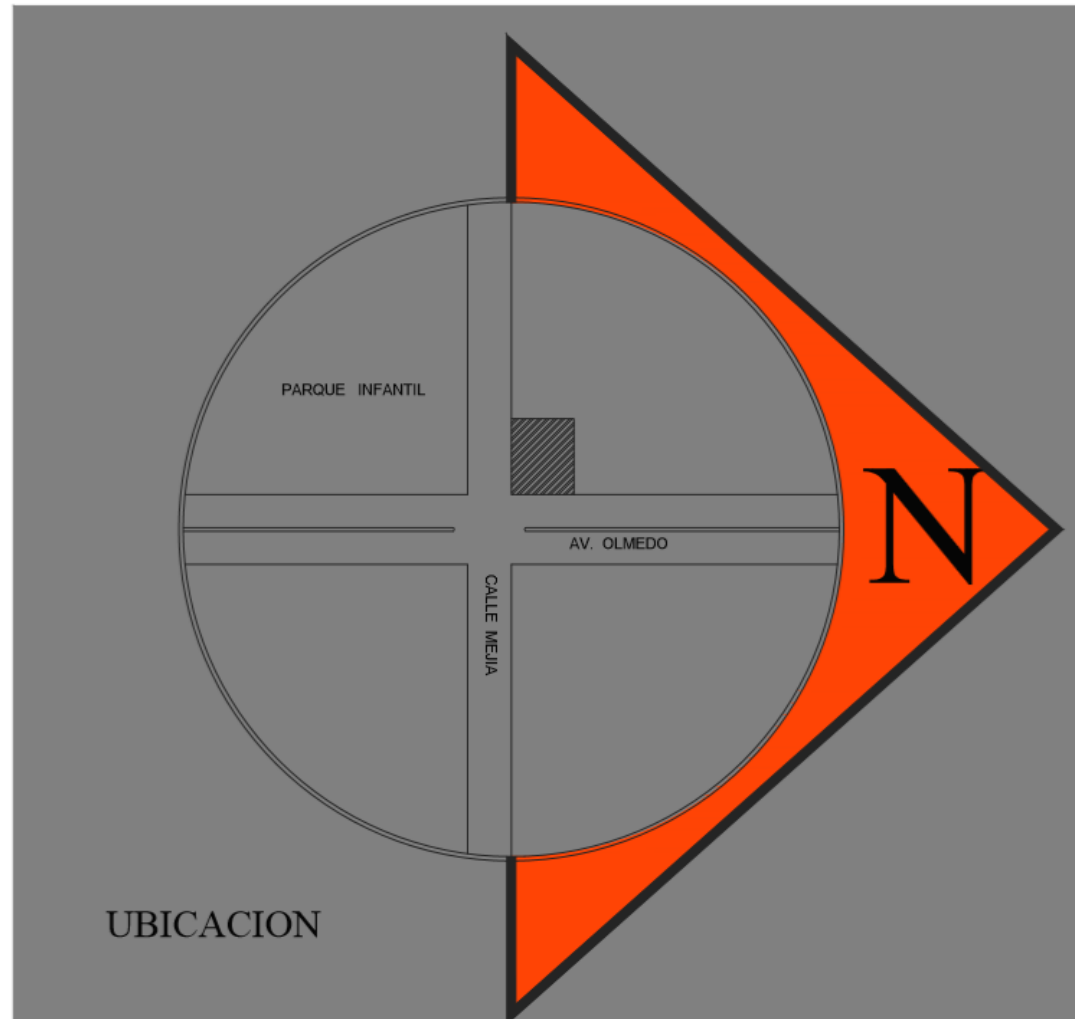
Se procedió hacer la micro y macro localización, con la finalidad de lograr determinar con exactitud la ubicación más estratégica para el negocio o empresa, así como también identificar la ubicación de cada área con sus respectivas dimensiones; determinando que la empresa especializada en la producción de dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas, y la comercialización de caramelos y chocolates, funcionará en la **AVENIDA OLMEDO Y MEJIA ESQUINA**, parroquia urbana **ESMERALDAS**, Cantón **ESMERALDAS**, provincia de **ESMERALDAS**.

La empresa contará con una infraestructura amplia y dotada de servicios básicos (agua, luz, teléfono) y fácil vía de acceso.

La localización del establecimiento queda demostrada en el croquis de ubicación del local.

➤ CROQUIS DE LA UBICACIÓN DEL LOCAL

ILUSTRACION # 2



➤ **Distribución de las instalaciones**

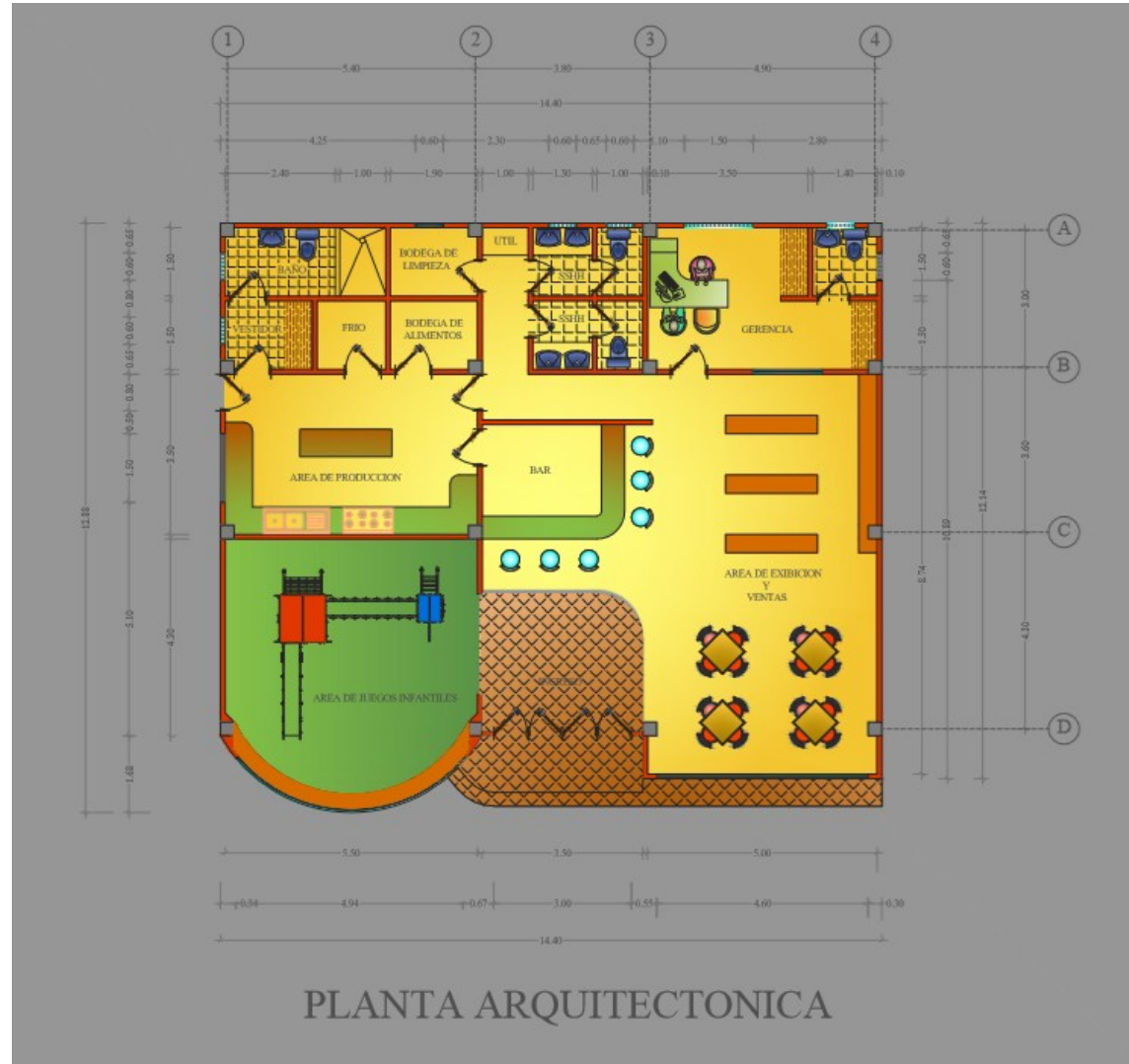
La distribución de las instalaciones para la empresa productora y comercializadora, contará con el espacio suficiente para la adecuación de todos sus equipos, mediante la zonificación de la propuesta que consta de 4 subdivisiones.

- 1. Zona de producción** que comprende el área de producción de los Dulces Tradicionales de Esmeraldas; un cuarto frío, una bodega de alimentos, vestidores para el personal de producción y de limpieza, y con sus respectivos baños para el personal operativo. Al costado de la zona de producción, su ingreso independiente para el abastecimiento.
- 2. Zona administrativa** que comprende la oficina de gerencia con su respectivo baño.
- 3. Zona recreativa** que abarca el área de juegos infantiles.
- 4. Zona de servicio** donde se encuentra el área de exhibición o ventas (perchas), bar donde se hará la facturación del producto y uso de los juegos, y los baños generales.

Toda esta distribución de las instalaciones para la actividad de esta empresa, se ven reflejada en el plano de construcción de la empresa.

➤ PLANOS

ILUSTRACION # 3

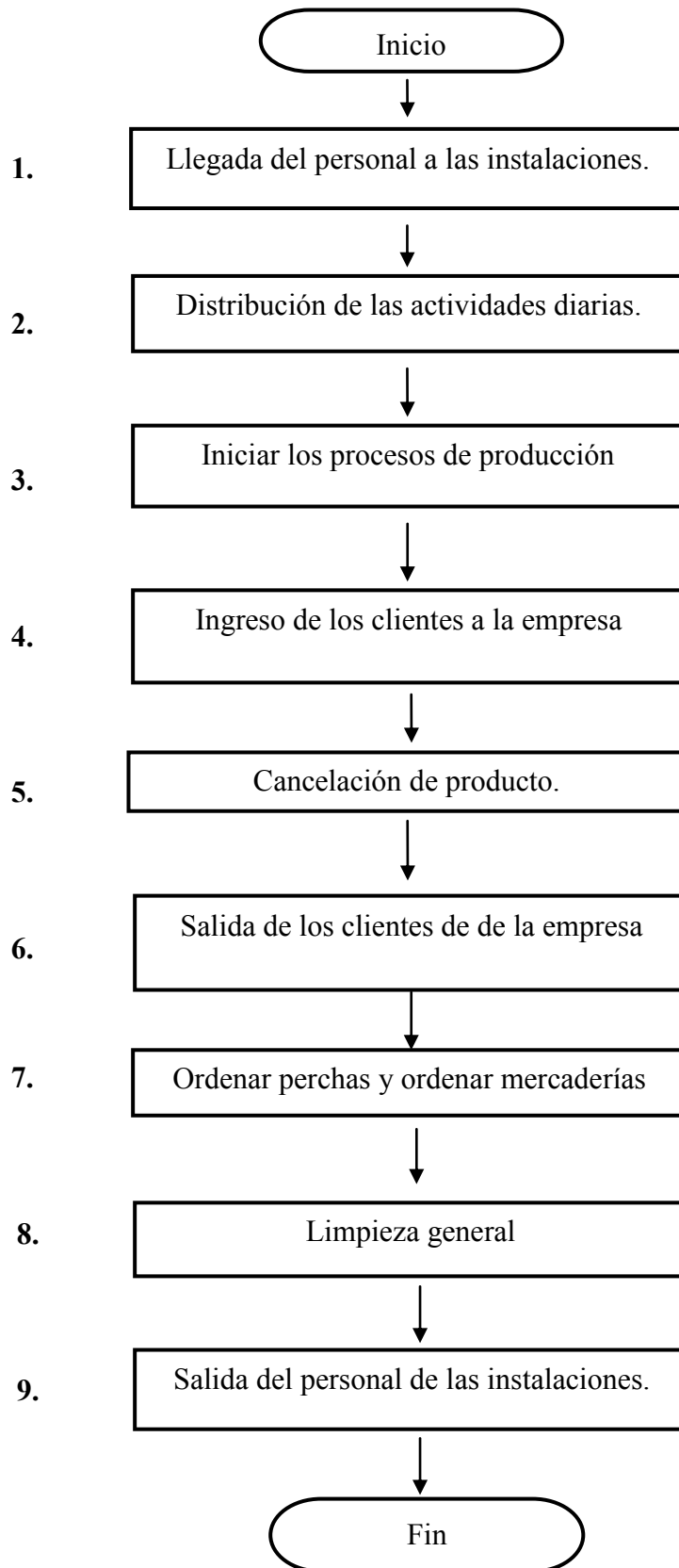


3.3.1. INGENIERÍA DE PROCESOS

Básicamente la ingeniería de procesos en este proyecto, muestra el diseño de proceso para la actividad de la empresa, reflejada en el diagrama de bloque y el proceso que lleva la operación de transformación, diseñando los procesos productivos de cada producto de esta empresa, reflejada en el diagrama de flujos. También define los requerimientos de materia prima y equipos para el proceso de producción.

➤ Diseños de los procesos - Diagramas y manuales de procedimientos

a. El proceso en general - Diagrama de bloque



b.Procedimientos generales diarios

1.Llegada del personal a las instalaciones:

El personal administrativo y operativo del negocio, deberá estar de lunes a viernes a las 09h00 y los sábados a las 9h30, en las instalaciones de la empresa, y luego reportar su hora de llegada, hasta la apertura del mismo a las 09h30 de lunes a viernes y sábado 10h00.

2.Distribución de las actividades diarias:

Luego el administrador del negocio, planeará las actividades a realizarse en el día, indicando a cada uno de los miembros del personal, las tareas correspondientes, a llevarse a cabo.

3.Iniciar los procesos de producción:

Previamente distribuidas las actividades en el local, los encargados del área de producción iniciarán los procesos para la elaboración de los dulces tradicionales.

4.Ingreso de los clientes a la empresa:

El establecimiento tendrá abiertas sus puertas a los clientes de lunes a viernes a partir de las 9h30, y los sábados a partir de las 10h00.

5.Cancelación de los productos:

De ser necesario, el cliente realizará el pago respectivo del producto en efectivo, en la caja de la empresa, donde el cajero facturará todos los productos consumidos, o que lleve el cliente en sus compras.

6.Salida de los clientes de la empresa:

Al término del día, se despedirá a los clientes y se cerrará el local al público, para proceder al cuadro de caja de las ventas del día.

7. Ordenar perchas y ordenar mercaderías:

El encargado de los servicios generales, ordenará las perchas donde se ubicarán los productos de la empresa, de tal manera que se mantenga el control de los inventarios permanentes del almacén.

8. Limpieza general:

Se procederá a realizar la limpieza del almacén, para poder mantener los estándares de calidad de la empresa.



















9. Salida del personal de las instalaciones:

El personal administrativo y operativo del negocio, se retirará a las 18h00 de lunes a viernes y sábados las 15h00, habiendo reportado su hora de salida al administrador de la empresa.

c. Diagramas de flujos

Los diagramas de flujos son la representación gráfica que llevará a cabo el proceso de elaboración paso a paso del producto, “los dulces tradicionales de Esmeraldas” que aplicará esta empresa mediante símbolos con su significado definido, que representa los pasos para la producción del dulce, y representa el flujo de ejecución mediante flechas que conectan el proceso de inicio a fin, con el objetivo de mantener un mejor flujo de control general en la producción.

➤ **Flujos de procesos del producto**

<p align="center">DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL ALISTAMIENTO DE LA OPERACIÓN DIARIA EN LA EMPRESA</p>						SIMBOLOGIA			
							TRASLADO		DEMORA
CANTIDAD	SIMBOLOGIA					DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD			
1						Entrada y registro del personal			
2						Distribución de personal según sus labores			
3						Inspección de los equipos			
4						Limpieza de los equipos			
5						Limpieza del local			
6						Revisión de inventarios			
7						Inspección de productos			
8						Preparación de productos (si se ha acabado o falta producción)			
9						Apertura del local			
10						Atención al cliente durante el día			
11						Operaciones varias durante el día			
12						Cierre del local al cliente			
13						Cierre de caja			
14						Refrigeración de productos sobrantes del día			
15						Limpieza del local			
16						Salida del personal			



















<p style="text-align: center;">DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE PRODUCCION DE LOS DULCES TRADICIONALES DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS</p>					SIMBOLOGIA	
						TRASLADO
						DEMORA
						OPERACIÓN
						INSPECCION
						ALMACENAMIENTO
CANTIDAD	SIMBOLOGIA				DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	
1						Recepción de la leche
2						Inspección de toda la materia prima
3						Inspección de los equipos y utensilios a utilizar
4						Alistamiento de los equipos y utensilios a utilizar
5						Alistamiento de la materia prima
6						Inicio del proceso de producción
7						Control del proceso de producción
8						Obtención del estado óptimo del producto elaborado
9						Inspección del producto
10						Enfriamiento del producto
11						Envasado del producto
12						Etiquetado del producto
13						Traslado del producto a las perchas del local




















































































DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE ELABORACION DEL MANJAR DE LECHE					SIMBOLOGIA	
						TRASLADO
						DEMORA
						OPERACIÓN
						INSPECCION
						ALMACENAMIENTO
CANTIDAD	SIMBOLOGIA				DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	
1					Recepción de la leche	
2					Inspección de la leche	
3					Alistamiento de toda la materia prima a requerir en este producto	
4					Inspección de los equipos y utensilios	
5					Alistamiento de los equipos y utensilios	
6					Preparación de la leche (hervirla y mesclar con los ingredientes)	
7					Iniciación del proceso de producción del manjar de leche en la paila	
8					Espera de obtención del estado óptimo del producto sin detener el proceso	
9					Inspección de la mezcla obtenida	
10					Envasado del producto	
11					Etiquetado del producto	
12					Traslado del producto a las perchas del local	

DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE ELABORACION DEL MANJAR DE COCO					SIMBOLOGIA	
						TRALADO
						DEMORA
						OPERACIÓN
						INSPECCION
						ALMACENAMIENTO
CANTIDAD	SIMBOLOGIA				DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	
1						Alistamiento de toda la materia prima a requerir en este producto
2						Inspección de los equipos y utensilios
3						Alistamiento de los equipos y utensilios
4						Raspado del coco
5						Obtención del zumo del coco
6						Integración del zumo del coco en con los demás ingredientes
7						Iniciación del proceso de producción del manjar de coco en la paila
8						Espera de obtención del estado óptimo del producto sin detener el proceso
9						Inspección de la mezcla obtenida
10						Envasado del producto
11						Etiquetado del producto
12						Traslado del producto a la percha del local

<p style="text-align: center;">DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE ELABORACION DEL CARAMELO BOMBON</p>					SIMBOLOGIA	
						TRASLADO
						DEMORA
						OPERACIÓN
						INSPECCION
						ALMACENAMIENTO
CANTIDAD	SIMBOLOGIA				DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	
1						Alistamiento de toda la materia prima a requerir en este producto
2						Inspección de los equipos y utensilios
3						Alistamiento de los equipos y utensilios
4						Raspado del coco
5						Obtención del zumo del coco
6						Cocción del azúcar en la paila con las especies requeridas para este dulce hasta que se quemé (mover sin parar)
7						Agregar el zumo del coco a la cocción del azúcar
8						Espera de obtención del estado óptimo del producto sin detener el proceso
9						Obtención del estado óptimo del producto elaborado
10						Inspección del producto elaborado
11						Enfriamiento de la mezcla en una batea
12						División de la mezcla obtenida
13						Amasado la mezcla
14						Creación de la forma del producto
15						Embalaje del producto
16						Etiquetado del producto
17						Traslado del producto a las perchas del local

<p style="text-align: center;">DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE ELABORACION DE LA COCADA</p>					SIMBOLOGIA	
						TRASLADO
						DEMORA
						OPERACIÓN
						INSPECCION
						ALMACENAMIENTO
CANTIDAD	SIMBOLOGIA				DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	
1						Inspección de los equipos y utensilio
2						Alistamiento de los equipos y utensilios
3						Raspado del coco
4						Cocción del azúcar en la paila hasta quemar
5						Integrar el raspado del coco a la cocción del azúcar
6						Agregar un poco de agua
7						Espera de obtención del estado óptimo del producto sin detener el proceso
8						Tostar el maní
9						Pelar el maní
10						Antes de la obtención del estado óptimo del producto agregar el maní
11						Obtención del estado óptimo del producto elaborado
12						Inspección del producto elaborado
13						Enfriamiento del producto
14						Cortado del producto
15						Creación de la forma del producto
16						Envasado del producto
17						Etiquetado del producto
18						Traslado del producto a las perchas del local

<p style="text-align: center;">DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE ELABORACION DE LA CONSERVA DE GUINEO CON GUAYABA</p>					SIMBOLOGIA	
						TRASLADO
						DEMORA
						OPERACIÓN
						INSPECCION
						ALMACENAMIENTO
CANTIDAD	SIMBOLOGIA				DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	
1						Alistamiento de toda la materia prima a requerir en este producto
2						Inspección de los equipos y utensilios
3						Alistamiento de los equipos y utensilios
4						Iniciación del proceso de producción de la conserva en la paila
5						Cocción de los guineos majados con la guayaba madura
6						Agregar las especies requeridas
7						Espera de obtención del estado óptimo del producto sin detener el proceso
8						Inspección de la mezcla obtenida
9						Enfriamiento del producto
10						Envasado del producto
11						Etiquetado del producto
12						Traslado del producto a las perchas del local

3.3.2. REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

➤ Requerimiento de Equipos para la Producción en cuanto a especificaciones técnicas.

Para la consecución del presente proyecto, se efectuó un análisis de los diferentes tipos de equipos que existen en el mercado, de acuerdo a los requerimientos en cuanto a costos, calidad y accesibilidad a los mismos, efectuado en base a la forma de elaboración de estos dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas, de tal manera que se pueda ofrecer un buen producto. Así se determinó tener para el equipo de producción a:

- ✓ Máquina para la elaboración de los dulces tradicionales **Modelo DND80-10**
- ✓ Máquina para raspar coco
- ✓ Paila de bronce adicional de **50 KGS**

(Ver anexos pág. 129 - 133)

➤ Requerimiento total para el desarrollo de la actividad de la empresa

Además se determinó el requerimiento de materia prima, para el óptimo desarrollo del producto estrella de la empresa, y se cuantificó el requerimiento de equipos y utensilios para la producción, materiales y utensilios de limpieza, RRHH, y todo el requerimiento en el que incida la empresa, para dar inicio a su actividad de producción y comercialización.

TABLA # 3
REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA

DETALLE	Unidades
Leche Fresca	Litro
Coco (zumo)	Unidad
Azúcar	Quintal
Arroz	Libra
Maní	Libra
Anís molido	Funda
Guineo	Unidad
Guayaba	Unidad
Mantequilla	Unidad

TABLA # 4
REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

Equipos de Producción	Cantidad Anual
Máquina para la elaboración de los dulces tradicionales	1
Raspador de coco	1
Paila de bronce	1
Ollas grande (100ltrs)	1
TOTAL	4
Muebles y Enseres	Cantidad Anual
Escritorio (Servidor)	2
Silla de Oficina Pilot c/ Brazos	2
Archivadores	1
TOTAL	5
Equipos de Oficina	Cantidad Anual
Teléfono/ Fax	1
Caja registradora	1
TOTAL	2
Equipo de Computación	Cantidad Anual
Computadora (CPU, monitor y teclado)	1
TOTAL	1

TABLA # 5
REQUERIMIENTO DE UTENSILIOS PARA LA PRODUCCIÓN

Producción	Cantidad Anual
Cuchara de palo para ollas grandes	4
Bateas	2
Cernideros susunga	2
Vasos de aluminio	12
TOTAL	20
Control	Cantidad Anual
Tanque de gas	1
Tanque receptor de leche (200ltrs.)	3
Balanza para pesar la materia prima	1
Balanza para el producto terminado	1
TOTAL	6

TABLA # 6
REQUERIMIENTO DE MATERIALES DE OFICINA

Materiales de Oficina	Cantidad Anual
Grapadora Alex	2
Perforadora Alex	2
Bolígrafos BIC x 12 und.	1
Resmas de Papel Bond A4 75g	5
Libreta Espiral	6
Rollos de Papel para Punto de Ventas	24
Folders	12
Saca Grapas	2
Cinta Transparente de Embalaje	12
Flash Memory G. 4	1
Corrector BIC	6
Sellos de Madera E/R	4
Caja de Grapas	4
Porta Clips	2
Cajas de clips	24
Calculadora BLT	2
Marcadores	12
Borradores	6
TOTAL	127

TABLA # 7

REQUERIMIENTO DE UTENSILIOS Y MATERIALES DE LIMPIEZA

Utensilios de Limpieza	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
Cepillo industrial 60 cm.	1	4
Balde 16 ltrs.	1	4
Pala para recoger basura	2	24
Escoba (Florescia)	3	36
Trapeador	2	24
Cepillos para Inodoros (la brujita W.C.)	2	24
Tachos para basura 5ltrs.	8	24
Franela (mtrs.)	1	12
Guantes amarillo de caucho (AKI)	2	24
TOTAL	22	176
Materiales de Limpieza	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
Fundas para basura x 20 und. 68cm.	3	36
Desinfectante Kalipto (1 galón)	3	36
Aceite para muebles corona original (250 ml)	1	12
Ambientadores Glade gel (31g)	1	12
Limpia Vidrio MAX (600cc)	4	48
Papel Higiénico Biosolutions biodegradable (200 m.)	4	48
Cloro desinfectante la original (1,6 ltrs)	2	24
Fibra abrasiva estrella (ollas, vasos, etc.) x 5	3	36
Crema Lava (1000 g.)	2	24
Toalla de papel para cocina doble hoja elite clásica (50 hojas)	2	24
Jabón de Tocador 3 und.	5	60
Dispensador de agua + Botellón (20 ltrs.)	1	1
TOTAL	31	361
Materiales para manipulación de alimentos	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
Toallas de cocina medianas	6	72
Toallas de cocina pequeña	6	72
Uniforme de cocina	6	6
Mascarillas	4	48
TOTAL	22	198

TABLA # 8
REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	Unidad	Sector
Agua	Metro Cúbico	Comercial
Luz Eléctrica	Kilovatio /Hora	Comercial
Consumo de Teléfono	Minutos	Comercial

TABLA # 9
REQUERIMIENTO DE RECURSO HUMANO

N°	DETALLE
Administrativo	
1	Administrador
1	Cajero-facturador
1	Auxiliar servicios generales
Operativo	
1	Asistente operario
1	Asistente operario
5	TOTAL

TABLA # 10
REQUERIMINETO O CANTIDAD DE PRODUCCIÓN

Dulces tradicionales de la provincia de Esmeralda	Producción semanal	Producción mensual	Producción Anual
Manjar de leche	64	256	3072
Manjar de coco	60	240	2881
Caramelo Bombón	47	186	2235
Cocada	48	192	2309
Conservas de guineo con guayaba	58	231	2775
Subtotal de producción (Vta. Directa)	277	1106	13272
Incremento Meses mayor demanda	53	213	840
Total de producción (Vta. Directa)	330	1319	14112
Ventas Tame	308	1232	14784
Ventas Decameron	2150	8600	103200
PRODUCCION TOTAL	2752	11008	132096

3.3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL Y ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

➤ Organización funcional

Nombre del cargo: Administrador

- **Personas a cargo:** Jefe de producción, jefe de ventas, auxiliar de servicios generales.
- **Formación:** Estudios mínimos, 7 semestres en Administración de empresas.
- **Experiencia:** Mínima de un año como auxiliar administrativo.
- **Funciones:**
 1. Representar a la organización en todo acto, ser su imagen formal y ser su vocero.
 2. Controlar constantemente todas las operaciones del establecimiento.
 3. Programar los turnos de los empleados de acuerdo a los días de mayor demanda.
 4. Propender la buena imagen del establecimiento en cuanto al aseo, ambientación y orden, antes de realizar la apertura al público.
 5. Solucionar los problemas que se puedan suscitar entre el personal, de ser necesaria su intervención.
 6. Responsable de los recursos de la organización.
 7. Coordinar en el tiempo los recursos disponibles de la organización (actuales y futuros, materiales, humanos y financieros).
 8. Definir y asignar los recursos necesarios para cada departamento de la empresa, así como facilitar los mismos cuando sea necesario y requeridos para el desarrollo de toda actividad.
 9. Gestionar las negociaciones tanto internas como externas de la empresa.
 10. Establecer enlaces de comunicación de las operaciones de la organización entre los departamentos, para el logro de los objetivos y tomar decisiones en el momento que sea necesario.
 11. Diseñar programas de capacitación, bienestar e incentivos que aumenten la motivación.

12. Responsable del manejo de las llaves, para abrir y cerrar el establecimiento a diario.

- **Habilidades Humanas:** Capacidad para liderar procesos y grupos de trabajo, excelente manejo de relaciones interpersonales, integrador, motivador, vocero de la organización, persona social, entusiasta y optimista.
- **Habilidades Intelectuales:** Uso de autoridad que le otorga su jerarquía formal. Planificador, tener capacidad de coordinación en el tiempo de los recursos disponibles (actuales y futuros; materiales, humanos e intangibles) en función de las necesidades operativas, en directa relación a de los objetivos deseados.
- **Valores:** Ética y disciplina en relación con lo bueno y lo malo, con el deber y las obligaciones morales. Muchas de las decisiones que tome el administrador, exige que tome en cuenta quien puede resultar afectado, y de la misma manera fomentarla a todo el personal laboral, en la consecución de sus labores correspondientes.
- **Condiciones de trabajo:** Oficina e instalaciones para todas las operaciones de su cargo.

Nombre del cargo: Jefe de producción

- **Jefe inmediato:** Administrador
- **Formación:** Ingeniero de alimentos y control de calidad.
- **Experiencia:** Mínima de 1 año como jefe de producción y elaboración de dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas.
- **Funciones:**
 1. Supervisar la producción durante todo el proceso de elaboración de los dulces hasta su embalaje.
 2. Supervisar el desempeño del personal (mano de obra), así como verificar el uso adecuado de la maquinaria, y del equipo asignado.
 3. Controlar el orden y limpieza del área de producción en todo momento
 4. Verificar que los materiales que se va a utilizar sean los correctos.
 5. Responsable del abastecimiento de la materia prima necesaria para el proceso.
 6. Responsable de las existencias de materia prima, material de empaque, cantidad de inventario, para mantener el nivel óptimo, para el buen funcionamiento del área.
 7. Controlar el uniforme completo del equipo de producción.
 8. Analizar todos los fallos o imprevistos durante la producción y dar solución.
 9. Llevar control de los productos enviados a la percha y de los productos devueltos ya caducados.
 10. Controlar el buen estado de las máquinas y demás equipos de producción.
 11. Realizar la atención a los proveedores.
 12. Revisar el plan de actividades y sugerir ajustes de ser necesario.
 13. Se asegura de seguir los proyectos de mejora continua y de calidad.
 14. Seleccionar los postulantes al puesto del área.
 15. Capacitar a los operarios del departamento de producción y crear los diagramas de flujos.
 16. Identificar ahorro de costos y coordinar con Administración.
 17. Ser nexo entre el área de producción y la administrativa.
 18. Emitir informes o reportes de producción que respalden la toma de decisiones.
 19. Conocer el proceso de producción que se aplica, la operación de la maquinaria con las que se trabaja, así como la normativa de seguridad e higiene a seguir.

20. Cumplir y hacer cumplir la normativa de seguridad e higiene.

- **Condiciones de trabajo:** Instalaciones y equipos para todo el proceso productivo, uniformes, buen ambiente laboral.

Nombre del cargo: Asistente operario

- **Jefe inmediato:** Jefe de producción
- **Formación:** Estudio mínimo, 6 semestres de hotelería y turismo, gastronomía nacional o control de calidad.
- **Experiencia:** Conocimientos de la elaboración de los dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas.
- **Funciones:**
 1. Manejo del equipo de producción (elaboración del producto).
 2. Embalaje del producto.
 3. Limpieza del área de producción antes y después.
 4. Encargado del almacenamiento de la materia prima.
 5. Emitir reportes de los productos entregados para la venta y de la materia prima recibida para la producción.
 6. Solicitar la materia prima al jefe de producción cuando sea necesario.
 7. Identificar y reportar la materia prima en mal estado y solicitar su reposición.
 8. Cumplir la normativa de seguridad e higiene.
 9. Cumplir con la producción programada en tiempo, cantidad y calidad.
 10. Mantener el buen orden en el área de trabajo y las relaciones cordiales entre compañeros.
 11. Responsables de los equipos encomendados para su labor.
- **Condiciones de trabajo:** Equipos para todas las operaciones a su cargo, instalaciones del local, materiales de trabajo, uniformes, buen ambiente laboral.

Nombre del cargo: Jefe de ventas

- **Jefe inmediato:** Administrador
- **Formación:** Estudio mínimo, 7 semestres de ingeniería en MKT.
- **Experiencia:** Mínima de 1 año como jefe de ventas.
- **Funciones:**
 1. Lograr comercializar el producto en empresas e instituciones del mercado.
 2. Realizar los convenios y contratos de compra con las aerolíneas, y demás empresas o instituciones que requieran el producto.
 3. Supervisar los rechazos de los clientes e informar al área competente.
 4. Investigar siempre el mercado, ofertas y demandas.
 5. Definir estrategias tanto de ventas, como de precios, productos y publicidad.
 6. Realizar planes de ventas.
 7. Plantear objetivos económicos en ventas.
 8. Revisión de reporte de ventas semanales y mensuales.
 9. Verificación del cumplimiento del plan de ventas.
 10. Realizar seguimiento de la gestión de venta diaria, semanal y mensual.
 11. Preparación de reportes u otra información solicitada por la Administración.
 12. Proponer propuestas para mejorar el producto en imagen, calidad, así como en ventas y promociones.
- **Condiciones de trabajo:** Oficina para las operaciones a su cargo, equipos necesarios, materiales de trabajo, buen ambiente laboral.

Nombre del cargo: Asistente ventas

- **Jefe inmediato:** Jefe de ventas
- **Formación:** Bachillerato en MKT.
- **Experiencia:** No requerida.
- **Funciones:**
 1. Mantener la sección asignada limpia y ordenada.
 2. Controlar el producto en los percheros.
 3. Revisar que la mercadería esté correctamente etiquetada.
 4. Cooperar activamente con la seguridad y vigilancia de los productos de la empresa.
 5. Atender a los clientes en el momento de compra de los productos.
 6. Conocer las características de los productos que ofrece la empresa.
 7. Motivar al cliente al acto de compra.
 8. Controlar circulación ordena de los clientes en el área de ventas.
 9. Informar al área de producción espacio disponible para mantener el stock del producto.
 10. Comunicar al Supervisor de Ventas y al comprador respectivo, la falta de alguna mercadería con el fin de velar por el adecuado surtido de su sección.
 11. Colaborar en actividades de traspaso, pedidos, devoluciones y cambios de mercaderías.
 12. Participar en el inventario en bodega.
- **Actitudes:** Ganas de trabajar, alto sentido de responsabilidad, capacidad de respuesta a la demanda del cliente, actitudes positivas al atender al cliente.
- **Imagen del vendedor:** Buena presencia, cuidar siempre de todo su aseo personal.
- **Condiciones de trabajo:** Materiales de trabajo, uniformes, instalaciones del local, buen ambiente laboral.

Nombre del cargo: Contador

- **Jefe inmediato:** Administrador
- **Formación:** CPA (contador público autorizado).
- **Experiencia:** Mínima de 1 año.
- **Funciones:**
 1. Las aperturas de los libros de contabilidad.
 2. Llevar y controlar todos los registros contables; ingresos, egresos, pagos al personal laboral, impuestos, etc.
 3. Establecimientos de sistemas de contabilidad.
 4. Estudios de estados financieros y sus análisis.
 5. Certificación de planillas para pagos de impuestos.
 6. Elaboración de estados financieros en fechas requeridas, con información oportuna y verídica para la toma de decisiones.
 7. Controlar el correcto registro de los asistentes de contabilidad.
 8. Examinar el valor de los inventarios de los productos y efectuar ajustes respectivos.
 9. Coordinar la elaboración de presupuesto general y dar seguimiento al mismo.
 10. Asignar y supervisar las tareas del personal de contabilidad.
 11. Verificar que cada uno de sus colaboradores desarrolle en forma correcta las funciones que demanda su puesto de trabajo, capacitándolo constantemente en destrezas técnicas, actitudes y conocimientos.
 12. Confeccionar las declaraciones de impuestos y ventas.
 13. Confeccionar las declaraciones de retención impuesto de renta.
 14. Revisar y firmar conciliaciones bancarias.
 15. Revisar y compara gastos mensuales.
- **Aptitudes:** Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad, rapidez de decisión, capacidad de juicio, buena atención, honradez, disciplina.
- **Condiciones de trabajo:** Oficina y materiales para todas las operaciones de su cargo, instalaciones del local, ambiente laboral.

Nombre del cargo: Asistente contable

- **Jefe inmediato:** Contador
- **Formación:** Bachiller contable (CBA).
- **Experiencia:** Mínima de 1 año.
- **Funciones:**
 1. Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos.
 2. Revisa y compara listas de pagos, comprobantes, cheques, y otros registros con las cuentas respectivas.
 3. Archiva documentos contables para su uso y control interno.
 4. Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos.
 5. Revisa y verifica planillas de retención de impuestos.
 6. Recibe los ingresos, cheques nulos y órdenes de pago, asignándoles el número de comprobantes.
 7. Totaliza las cuentas de ingresos y egresos y emite un informe de resultados.
 8. Participa en la elaboración de inventarios.
 9. Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
 10. Realiza tareas afines que le sean asignadas.
- **Aptitudes:** Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad, rapidez de decisión, capacidad de juicio, buena atención, honradez, disciplina.
- **Condiciones de trabajo:** Oficina y materiales para todas las operaciones de su cargo, instalaciones del local, ambiente laboral.

Nombre del cargo: Cajero

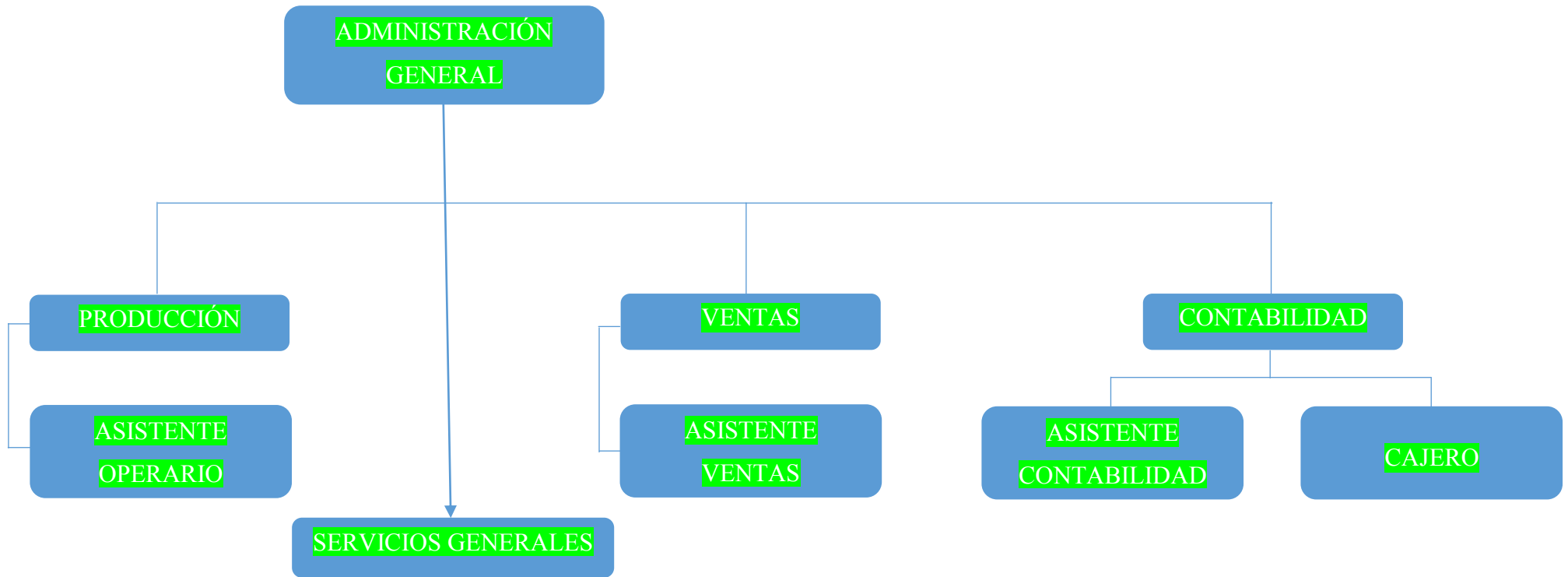
- **Jefe inmediato:** Contador
- **Formación:** Bachiller contable (CBA).
- **Experiencia:** Mínima de 1 año.
- **Funciones:**
 1. Responsable de recibir y cobrar dinero por los productos y el uso de los juegos.
 2. Responsable del dinero de caja.
 3. Emisión de facturas a los clientes.
 4. Coordinar para obtención de monedas para vueltos.
 5. Verificación de dinero recibido.
 6. Emitir el reporte diario de caja.
- **Aptitudes:** Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad, rapidez de decisión, habilidad expresiva, coordinación tacto visual, capacidad de juicio, buena atención, honradez, disciplina.
- **Condiciones de trabajo:** Oficina y materiales para las operaciones de su cargo, instalaciones del local, ambiente laboral.

Nombre del cargo: Servicios generales

Jefe inmediato: Administrador

- **Formación:** Estudios medios.
- **Experiencia:** No requerida, solo conocimientos básicos o esenciales en manejo de equipos e insumos de aseo.
- **Funciones:**
 1. Realizar el aseo y limpieza diario del local o las zonas que sean asignadas.
 2. Encargado también de la limpieza diaria de los equipos, inmuebles y demás que sean encomendados.
 3. Responsable por los elementos utilizados para la ejecución de sus tareas.
 4. Informar a su superior cuando estén por acabarse los materiales para el aseo y limpieza, y solicitar su requisición.
 5. Informar a su jefe inmediato, por cualquier novedad ocurrida en las instalaciones del local, como daños o desperfectos.
 6. Realizar función de mensajería.
 7. Ejercer el autocontrol en todas las funciones que le sean asignadas.
- **Cualidades del auxiliar de Servicios Generales:** Receptividad ante las instrucciones recibidas, actitud discreta ante la documentación de la empresa, organización, atención, cuidado y rigor en el manejo de productos y mezclas peligrosas, pulcritud, eficiencia, destreza manual en la utilización instrumentos, resistencia a largos períodos de pie, flexibilidad y agilidad.
- **Condiciones de trabajo:** Materiales de trabajo, uniformes, instalaciones del local, buen ambiente laboral.

➤ Organización estructural



3.3.4. ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

➤ Patentes municipales

Esta empresa será una empresa de hecho, que estará formada y sentada por una persona natural, domiciliada con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que obtendrá su ruc para el ejercicio de la misma en el S.R.I y sus respectivas patentes municipales con:

- ✓ Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos
- ✓ Copia de la cedula del propietario o representante.
- ✓ Especie de funcionamiento en rentas.
- ✓ Estado de situación inicial del negocio, reflejando el capital de operación.

En base a lo declarado, lo que es patente y permiso de funcionamiento municipal, de acuerdo al capital, la localización, y el tamaño del negocio, se liquidan los valores a pagar por las patentes.

➤ Sistema tributario y legal

a) Obligaciones tributarias

Para la empresa productora y comercializadora, deberá registrarse en el Servicio de Rentas Internas (SRI), y obtener un Registro Único del Contribuyente (RUC); así mismo tendrá el compromiso de cumplir, con las siguientes obligaciones tributarias, tal como lo determina la Ley de Control Tributario:

- Anexo de Compras y Retenciones en la fuente por otros Conceptos.
- Anexo de Relación de Dependencia.
- Declaración del Impuesto a la Renta.
- Declaración de Retenciones en la Fuente.
- Declaración Mensual de IVA.

b) Contratación laboral: Obligaciones Patronales en Caso de Accidentes Laborales

De acuerdo al código de trabajo, en su **Título IV DE LOS RIESGOS DEL TRABAJO, Capítulo I Determinación de los Riesgos y de la Responsabilidad del Empleador; y Capítulo II de los Accidentes**, todo empleado tiene derecho a indemnización por accidentes y enfermedades causadas por su labor.

Esta empresa cumplirá con todas sus obligaciones laborales, de tal manera que asumirá la obligación patronal de afiliar a todo su personal al Instituto de seguridad social, siendo el capital humano, el factor esencial para el desarrollo de sus productos, la buena atención a sus consumidores, y basarse en la normativa que rige el Código de Trabajo.

➤ Garantía sanitaria de los productos que elabora la empresa

Para que la empresa productora y comercializadora distribuya su producto de nombre determinado y marca, con su respectiva garantía sanitaria, deberá estar previamente inscrito en el Ministerio de Salud, el Registro Sanitario de Alimentos.

a) Registro de Alimentos

Cualquier persona física o jurídica que fabrique, comercialice, importe y distribuya alimentos, debe obtener previamente su Registro. Solo podrán registrarse alimentos que hayan sido elaborados en establecimientos, que cuenten con permiso de funcionamiento al día, o en caso de ser importados, que sean de libre venta en el país de origen. La inscripción, no excluirá la responsabilidad plena de las personas físicas o jurídicas, que hayan fabricado, elaborado o importado el alimento, en cuanto a su garantía sanitaria, calidad nutritiva o inocuidad.

b) Requisitos

Para el registro de productos alimenticios de producción nacional, bajo esta condición, se deberá presentar en un fólder debidamente identificado: Con nombre de la empresa y el nombre del producto, con índice y páginas numeradas, con siguiente la información:

1. Formulario de solicitud de registro completo y legible, firmado por el representante legal de la empresa.
2. Permiso de funcionamiento vigente.
3. Etiqueta original, o proyecto de etiqueta para aquellos productos que no hayan salido al mercado. Las etiquetas de los alimentos para regímenes especiales, deben presentar la declaración del valor nutritivo del producto.
4. Pago del arancel fijado para el registro.

3.3.5. NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA

➤ Reglamento interno

La empresa productora y comercializadora, contará con normas y procedimientos que rijan el comportamiento de los empleados, que conlleven a un adecuado clima organizacional:

- 1.** Todos los empleados deberán presentarse diariamente a sus labores, de acuerdo al horario de trabajo establecido.
- 2.** Esta empresa atenderá de lunes a viernes, en horarios de 09h30 a 18h30 y sábados de 10h00 a 15h00, con su respectiva hora de descanso. Este horario se debe cumplir, según lo establecido en el contrato de concesión.
- 3.** Se deberá cumplir con todas las horas laborales impuestas por la empresa, para cada actividad, caso contrario se descontará de su sueldo establecido. En caso de suma urgencia, se consentirán sus necesidades sin disminución del sueldo correspondiente, pero sin exceder las 24 o 48 horas dependiendo de la urgencia del empleado.
- 4.** Todos los empleados deben checar su entrada, según el programa de horario en la empresa, teniendo un periodo de 15 minutos como máximo, para que no se les considere atraso, si por alguna causa no pueden llegar, deberán avisar y la razón tendrá que ser justificada.
- 5.** Deberán mantener limpio y en buen estado sus lugares de trabajo.
- 6.** El teléfono es para cuestiones de trabajo, por lo que se debe utilizar lo menos posible en asuntos personales.

7. Cada vez que algún empleado deba salir del local, es necesario que notifique su salida en administración, a donde va y a la vez registrar su hora de salida.
8. El equipo con el que labora cada empleado, es responsabilidad suya, por lo que deberá cuidarlo y mantenerlo en buenas condiciones.
9. Cada empleado deberá llenar su reporte de actividades diarias.
10. La última persona que salga de las instalaciones, es responsable de cerrar y dejar apagadas las luces.
11. Se deberá cuidar el comportamiento (vocabulario, aseo personal, respeto entre compañeros etc.) dentro del centro de trabajo.
12. Los mal entendidos se atenderá con los involucrados y el gerente de la empresa si el caso lo requiere.
13. Todo aquello que no está en este reglamento y que pudiera generar dudas o conflictos, deberá ser tratado directamente con el gerente.

➤ **Procedimientos**

La empresa contará con ciertos procedimientos, para llevar un mejor y controlado manejo del dinero y otras obligaciones de la empresa.

- **Solicitud de Orden de Compra:**

Cuando se requiera de materiales, equipos o accesorios, deberá solicitar la compra a través de una solicitud, en la cual deberá indicarse la fecha, el nombre del solicitante y él o los artículos requeridos, además de la firma de autorización.

- **Solicitud de Cheque:**

Cada que se requiera hacer un pago, ya sea por concepto de honorarios, u algún otro gasto que no sea de emergencia, deberá solicitarse un cheque mediante una solicitud. En el cual se debe indicar la fecha, el nombre del beneficiario, la cantidad y el concepto, además de la firma de autorización.

- **Contratación de Personal:**

Un adecuado capital humano, es imprescindible para el buen funcionamiento del negocio, por lo tanto es necesario dictar un procedimiento, para que las contrataciones se hagan de una manera apropiada.

1. Una vez que se tiene conocimiento de que una persona dejará de laborar en el negocio, el administrador deberá reclutar candidatos de acuerdo al puesto a cubrir, y los requisitos indispensables que deberá cumplir.
2. El administrador debe reclutar candidatos, haciéndoles llenar una solicitud, para conocer si pueden postular al puesto.
3. De acuerdo a lo anterior, el administrador procederá a entrevistarlos, y en relación al cumplimiento de los requisitos previamente establecidos, aplicando su criterio, deberá elegir a uno. En caso de que ninguno cubra satisfactoriamente el puesto, se procederá hacer otro reclutamiento.
4. Una vez elegida la persona, se entrevistará nuevamente con el administrador, para que conozca un poco más respecto a la cultura y objetivos organizacionales, posteriormente se procederá al arreglo de los documentos y firma del contrato temporal o de prueba.
5. Al inicio de sus labores, al nuevo contratado, se le dará una pequeña inducción, que consiste en presentarle al personal y las herramientas con las que va a trabajar a partir de ese momento.

6. Después de tres meses de estar laborando, se evalúa, y en caso de calificar si no se le notifica al empleado, entenderán las dos partes que el contrato se extiende a un año.

3.3.6. PRÉSTAMO BANCARIO

Se deberá conocer que la empresa productora y comercializadora, recurrirá a un préstamo bancario, sujetándose a las políticas de pago establecidas por la Institución Financiera; ya que no se cuenta con suficiente capital, para financiar la totalidad del proyecto.

3.4. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

Este estudio se elabora, teniendo en cuenta las investigaciones previamente realizadas para el desarrollo de este plan de empresa, donde se determina los fondos que se requieren para llevarlo a cabo, y con el objetivo de comprobar su viabilidad, para justificar la decisión de inversión, tanto para el emprendedor, como para los socios, inversionistas, o entidades financieras. Dicho de otra manera, este estudio económico – financiero, enfrenta los ingresos, con los costos que genera el proyecto, a través de su vida útil.

Por lo tanto, para la realización de este estudio, se plantea los siguientes objetivos.

3.4.1. OBJETIVOS

- Describir el monto de la inversión para la realización del proyecto.
- Definir las fuentes de financiamiento de la inversión.
- Definir los ingresos, costos y gasto, mensuales y anuales que generara el proyecto.
- Elaborar el estado de resultado, a lo largo de la vida útil del proyecto.
- Establecer el flujo de efectivo proyectado.
- Realizar el punto de equilibrio, para determinar lo que se debe vender para no perder ni ganar.
- Realizar el estudio de sensibilidad.

➤ **Inversión total**

La inversión total que se requiere para financiar este proyecto es de **\$ 148.005,77**. La cual está compuesta por la inversión fija, capital de trabajo, y gastos de constitución; como se refleja en la siguiente tabla.

TABLA # 11

Inversión Fija	Valores
Activos	
Equipos de Oficina	\$ 420,00
Muebles y Enseres	\$ 418,98
Equipos de Computación	\$ 1.115,99
Equipos de Producción	\$ 2.450,00
Construcción	\$ 94.649,39
Inversión Inicial	\$ 99.054,36
Capital de trabajo	\$ 14.740,88
Gastos de Constitución	\$ 570,00
Inversión Total	\$ 114.365,24

➤ **Fuentes de financiamiento.**

El proyecto estará financiado a través de dos fuentes que son: aporte de socios e institución financiera, como se expresa en el cuadro.

TABLA # 12

FUENTES DE FINANCIAMIENTO					
INVERSION INICIAL	114.365,24	100%	Tasa sistema financiero		Tasa aplicada al proyecto
Total aporte del propietario	45.746,10	40,00%	Tasa Pasiva	4,53%	0,0181
Préstamo entidad financiera	68.619,15	60,00%	Tasa activa	11,20%	0,0672
TOTAL INVERSION	114.365,24	1,00000000	Tasa de rentabilidad		0,085320
					8,53%

➤ Ingresos por venta

Los ingresos anuales que se obtendrán por los productos y servicios que ofrece esta empresa son:

TABLA # 13

Detalle	Ingresos Mensuales	Ingresos Anual
Dulces Tradicionales	\$ 5.421,67	\$ 65.060,00
Caramelos y chocolates	\$ 1.867,01	\$ 22.404,12
Juegos	\$ 775,00	\$ 9.300,00
Total	\$ 8.063,68	\$ 96.764,12

➤ Costos

Los costos para el primer año en los que incurrirá la empresa para la producción de los dulces tradicionales y venta de los caramelos y chocolates, son:

TABLA # 14

Costos de Producción 1er año		
Detalle	Mensual	Anual
Materia prima	\$ 1.085,36	\$ 13.024,32
Confitería	\$ 968,32	\$ 11.619,84
Mano de obra	\$ 796,52	\$ 9.558,20
CIF	\$ 305,88	\$ 3.670,56
TOTAL	\$ 3.156,08	\$ 37.872,92

➤ **Gastos de Administración**

Los gastos de administración que se necesita cubrir para el pago de sueldos y salarios, servicios básicos, gastos de constitución, depreciaciones, materiales de aseo y limpieza, materiales de oficina y publicidad para el primer año son:

TABLA # 15

Gastos de Administración		
Detalle	Mensual	Anual
Sueldos y salarios	\$ 1.205,42	\$ 14.464,98
Servicios Básicos	\$ 84,80	\$ 1.017,60
Gastos de Constitución		\$ 570,00
Depreciaciones		\$ 3.468,93
Materiales de aseo y limpieza	\$ 344,27	\$ 1.479,58
Materiales de oficina	\$ 13,77	\$ 165,29
Publicidad	\$ 125,00	\$ 1.500,00
TOTAL		\$ 22.666,38

➤ Estado de resultado

TABLA # 16

INGRESOS	VIDA ÚTIL DEL PROYECTO										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
VENTAS	96.764,12	101.602,33	106.682,44	112.016,56	117.617,39	123.498,26	129.673,18	136.156,83	142.964,68	150.112,91	1.217.088,70
Costo de Venta	37.872,92	38.218,02	39.440,99	40.703,10	42.005,60	43.349,78	44.736,98	46.168,56	47.645,95	49.170,62	429.312,52
Total Costo de Venta	37.872,92	38.218,02	39.440,99	40.703,10	42.005,60	43.349,78	44.736,98	46.168,56	47.645,95	49.170,62	429.312,52
Utilidad Bruta en Ventas	58.891,20	63.384,31	67.241,45	71.313,46	75.611,79	80.148,48	84.936,20	89.988,28	95.318,72	100.942,29	787.776,18
GASTOS OPERACIONALES											
Sueldos	14.464,98	14.988,01	15.467,62	15.962,59	16.473,39	17.000,54	17.544,56	18.105,98	18.685,37	19.283,30	167.976,34
Servicios Básicos	1.017,60	1.050,16	1.083,77	1.118,45	1.154,24	1.191,18	1.229,29	1.268,63	1.309,23	1.351,12	11.773,67
Publicidad	1.500,00	1.548,00	1.597,54	1.648,66	1.701,41	1.755,86	1.812,05	1.870,03	1.929,87	1.991,63	17.355,05
Materiales de limpieza	1.479,58	1.526,93	1.575,79	1.626,21	1.678,25	1.731,96	1.787,38	1.844,58	1.903,60	1.964,52	17.118,79
Materiales de oficina	165,29	170,58	176,04	181,68	187,49	193,49	199,68	206,07	212,66	219,47	1.912,46
Deprec. de Activos Fijos	3.468,93	3.468,93	3.468,93	3.134,13	3.134,13	3.134,13	3.134,13	3.134,13	3.134,13	3.134,13	32.345,70
Gastos de Constitución	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	570,00
Tot. Gastos de Administración	22.153,38	22.809,61	23.426,69	23.728,71	24.385,92	25.064,15	25.764,09	26.486,42	27.231,87	28.001,17	249.052,00
GASTOS FINANCIEROS											
Intereses bancarios	7.139,80	5.860,73	4.430,82	2.832,28	1.045,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	21308,84
Total Gastos Financieros	7.139,80	5.860,73	4.430,82	2.832,28	1.045,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	21308,84
Total Gastos Operacionales	29.293,18	28.670,34	27.857,51	26.560,99	25.431,13	25.064,15	25.764,09	26.486,42	27.231,87	28.001,17	270.360,84
UTILIDAD OPERACIONAL	29.598,02	34.713,97	39.383,94	44.752,47	50.180,66	55.084,33	59.172,11	63.501,86	68.086,85	72.941,11	517.415,34

15% Participación trabajadores	4.439,70	5.207,10	5.907,59	6.712,87	7.527,10	8.262,65	8.875,82	9.525,28	10.213,03	10.941,17	77.612,30
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	25.158,32	29.506,88	33.476,35	38.039,60	42.653,56	46.821,68	50.296,30	53.976,58	57.873,83	61.999,95	439.803,04
22% Impuesto a la Renta	5.534,83	6.491,51	7.364,80	8.368,71	9.383,78	10.300,77	11.065,19	11.874,85	12.732,24	13.639,99	96.756,67
UTILIDAD NETA	19.623,49	23.015,36	26.111,56	29.670,89	33.269,78	36.520,91	39.231,11	42.101,73	45.141,58	48.359,96	343.046,37

Los costos y gastos se incrementan de acuerdo a la inflación que es el 3,2% del 2014, y las ventas de acuerdo al índice de crecimiento poblacional del 4,5% del 2014.

➤ Flujo de caja

TABLA # 17

INGRESOS	AÑO 0	VIDA ÚTIL DEL PROYECTO										
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
INVERSION TOTAL	114.365,24											
UTILIDAD		19.623,49	23.015,36	26.111,56	29.670,89	33.269,78	36.520,91	39.231,11	42.101,73	45.141,58	48.359,96	343.046,37
Pago de cuota bancaria		10.845,80	12.124,87	13.554,78	15.153,32	16.940,38	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	68.619,15
Deprec. de Activos fijos		3.468,93	3.468,93	3.468,93	3.134,13	3.134,13	3.134,13	3.134,13	3.134,13	3.134,13	3.134,13	32.345,70
Gastos de Constitución		57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	570,00
VALOR DE RESCATE												35.128,66
FLUJO NETO	-114.365,24	12.303,62	14.416,42	16.082,71	17.708,70	19.520,53	39.712,04	42.422,24	45.292,86	48.332,72	86.679,75	342.471,58

➤ Punto de Equilibrio

TABLA # 18

PUNTO DE EQUILIBRIO										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS FIJOS + GASTOS FIJOS	32.963,74	32.340,90	31.645,52	30.470,23	29.465,46	29.227,58	30.060,74	30.920,57	31.807,91	32.723,65
MARGEN CONTRIBUCIÓN	62.561,76	67.054,87	71.029,47	75.222,70	79.646,12	84.311,91	89.232,86	94.422,43	99.894,77	105.664,76
PEQ	0,53	0,48	0,45	0,41	0,37	0,35	0,34	0,33	0,32	0,31
PEY	50.984,93	49.003,31	47.529,88	45.374,20	43.513,12	42.811,92	43.684,27	44.587,36	45.521,98	46.488,93

➤ **Análisis de sensibilidad del proyecto**

Para la realización del proyecto, se consideró una inversión de \$ 114.365,24, la cual fue financiada por dos fuentes: CFN con el 60% de participación y un costo de capital del 11,20%, la diferencia fue el Aporte de socios, con un costo de capital de una tasa pasiva del 4,53%. Para determinar la viabilidad del estudio, se ha considerado algunos indicadores económicos financieros, como: El **(VAN)** valor actual neto, la **(TIR)** tasa interna de retorno, **B/C** beneficio costo, y **PRI**, periodo de recuperación de la inversión.

El análisis se realizará, considerando dos tasas de descuento: Una tasa menor de 8,53% y una tasa mayor de 13,53%, con un incremento de incertidumbre del 5%, manteniendo los mismos flujos en ambos escenarios. Con esta información se procedió a realizar la evaluación, dando los siguientes resultados.

1. Escenario Optimista

TABLA # 19

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD		
INVERSIÓN		\$ 114.365,24
COSTO	TASA MENOR	8,53%
AÑO VIDA		10
AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO ACUM
0	-114.365,24	-114.365,24
1	12.303,62	-102.061,62
2	14.416,42	-87.645,20
3	16.082,71	-71.562,49
4	17.708,70	-53.853,80
5	19.520,53	-34.333,27
6	39.712,04	5.378,77
7	42.422,24	47.801,02
8	45.292,86	93.093,88
9	48.332,72	141.426,59
10	86.679,75	228.106,34
INDICADORES ECONÓMICOS		
VA		\$195.003,08
INVERSIÓN		-114.365,24
VAN		\$ 80.637,84
TIR		18%
B/C		\$ 1,71
PRI		6 AÑOS
PEY		50.984,93

Análisis 1: El VAN generó un beneficio de \$ 80.637,84, al utilizar una tasa del **8,53%**, con un retorno (**TIR**) del 18% mayor al costo por la inversión. **Beneficio Costo** fue de \$ 1,71, que significa que por cada dólar invertido, se tiene disponible \$ 1,71 que permite pagar la inversión quedando 0,71 ctvs., el **PRI** es en 6 años aproximadamente, lo que quiere decir, que la recuperación se hace antes de los siete primeros años de vida del proyecto, generando rentabilidad a partir del séptimo año, considerando que ya se canceló la deuda bancaria. Respecto al punto de equilibrio, para el primer año se debe vender el 53% de las ventas, generando un ingreso de \$ 50.984,93 para no perder ni ganar. Por lo tanto bajo estos indicadores, el proyecto es viable.

2. Escenario más probable

TABLA # 20

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD		
TASA INCERTIDUMBRE		5%
INVERSIÓN		\$ 114.365,24
COSTO	TASA MAYOR	13,53%
AÑO VIDA		10
AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO ACUM
0	(114.365,24)	(114.365,24)
1	12.303,62	(102.061,62)
2	14.416,42	(87.645,20)
3	16.082,71	(71.562,49)
4	17.708,70	(53.853,80)
5	19.520,53	(34.333,27)
6	39.712,04	5.378,77
7	42.422,24	47.801,02
8	45.292,86	93.093,88
9	48.332,72	141.426,59
10	86.679,75	228.106,34
INDICADORES ECONÓMICOS		
VA		\$ 146.224,61
INVERSIÓN		(114.365,24)
VAN		\$ 31.859,37
TIR		18%
B/C		\$ 1,28
PRI		6 AÑOS
PEY		50.984,93

Análisis 2: El VAN generó un valor de \$ 31.859,37 positivo, como beneficio al utilizar una tasa del **13,53%**, con un retorno (**TIR**) del 18% mayor al costo por la inversión. **Beneficio Costo** fue de \$ 1,28, que significa que por cada dólar invertido, se tiene disponible \$ 1,28 que permite pagar la inversión y queda \$ 0,28 ctvs., el **PRI** es de 6 años aproximadamente, lo que quiere decir, que la recuperación se hace antes de los siete primeros años de vida del proyecto, generando rentabilidad a partir del séptimo año, considerando que ya se canceló la deuda bancaria. Respecto al punto de equilibrio, para el primer año se debe vender el 53% de las ventas, generando un ingreso de \$ 50.984,93 para no perder ni ganar. Por lo tanto bajo estos indicadores el proyecto es viable.

3.5. ANÁLISIS DE IMPACTOS

En los siguientes cuadros se dará a conocer, las huellas positivas o beneficios que el proyecto va a generar en los diferentes ámbitos, los mismos que para una mejor interpretación, se los analiza sobre la base de matrices de impactos, que tiene la siguiente estructura y metodología.

Para lograr una adecuada interpretación, se estableció niveles de impacto que van con valores numéricos desde menos 3 hasta más 3, de acuerdo a la siguiente tabla.

TABLA # 21

NIVEL DE IMPACTO	INTERPRETACIÓN
-3	Alto Negativo
-2	Mediano Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No hay Impacto
1	Bajo Positivo
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Para el análisis se ha elaborado una matriz, donde se ubica horizontalmente el rango de impactos establecidos en el cuadro anterior, y verticalmente se colocarán una serie de indicadores, que determinen el nivel de impacto. Asignando un valor para cada indicador, para luego realizar la sumatoria total, que será dividida para el número de indicadores que nos permitirá encontrar el nivel de impacto.

Se analiza la situación económica, social y cultural, de impactos que produce el proyecto en el medio.

3.5.1. SITUACIÓN ECONÓMICA

TABLA # 22

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Dinamización del Aparato Económico local							x	
Fuentes de empleos							x	
Generación de Utilidades							X	
TOTAL							9	9

$$\text{Situación Económica} = \frac{E}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Situación Económica} = \frac{9}{3} = 3$$

Análisis:

El impacto económico es alto positivo, lo que significa que es un proyecto que permitirá ofrecer fuente de trabajo a la mano de obra apta para la elaboración de los Dulces Tradicionales de la Provincia de Esmeraldas, en el cual pondrán a manifiesto sus capacidades, y ofreciendo así un producto que garantice calidad, el cual generará utilidades.

3.5.2. SITUACIÓN SOCIAL

TABLA # 23

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Excelente Alternativa						X		
Interrelación personas locales							X	
Incremento de atractivo dentro del medio social local							X	
TOTAL						2	6	8

$$\text{Situación Social} = \frac{E}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Situación Social} = \frac{8}{3} = 2,66$$

Análisis:

El impacto social del proyecto es mediano positivo, porque se plantea una alternativa nueva de esparcimiento, donde la localidad esmeraldeña y en especial la zona céntrica de la ciudad, puede optar por distracción al llevar a sus hijos al lugar, por la opción de juegos que esta presenta, al tiempo que también puede adquirir los productos que esta empresa ofrece.

Además la empresa potencializa y promociona parte de nuestras tradiciones ancestrales, siendo sus dulces tradicionales el eje y esencia de la misma, dentro de un marco distintivo y atractivo para el cliente - consumidor.

3.5.3. SITUACIÓN CULTURAL

TABLA # 24

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejor calidad de un producto local tradicional							X	
Proyección de un producto esmeraldeño tradicional							X	
Reconciliación con parte de las raíces esmeraldeñas							X	
TOTAL							9	9

$$\text{Situación Cultural} = \frac{\text{E}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Situación Cultural} = \frac{9}{3} = 3$$

Análisis:

El impacto cultural del proyecto es alto positivo, porque se promociona un producto tradicional de la Provincia de Esmeraldas, se realiza su importancia en el medio para sus habitantes y reconoce tradiciones un tanto perdida con el transcurso del tiempo. Al mismo tiempo le brinda beneficios y ventajas para la promoción a nivel nacional en un futuro cercano.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- El estudio de mercado determinó la aceptación de esta nueva *empresa productora y comercializadora de dulces tradicionales, caramelos y chocolates*, dentro de la ciudad de Esmeraldas, pudiéndose considerar a este resultado como el primer índice de éxito, debido a la aprobación que se evidenció en la investigación realizada.
- El producto que ofrece esta empresa encuentra a su cliente objetivo entre 26 y 45 años de edad, por consiguiente personas que se encuentran en facultad de poder adquirir el producto por sus propios medios económicos.
- La mayor demanda se da en las fechas entre julio a septiembre, por consumidores de la sierra en lo que se refiere a los dulces tradicionales, por lo que implica un incremento del stock, de este producto en estas fechas.
- Los productos en su mayoría sobrepasan el 30% en agrado y elección por los encuestados en cuanto a caramelos y chocolates, y en cuanto a los dulces tradicionales de Esmeraldas, todos sobrepasan el 50% en preferencia, con excepción de las cocadillas.
- Para la realización del **plan de Marketing**, en la investigación se encontró que los productores y vendedores de los dulces tradicionales esmeraldeños, unas de sus debilidades es no contar con una herramienta de comercialización para sus productos. Ante ello se determinó la necesidad de contar con un Plan de Marketing para esta nueva empresa productora y comercializadora de dulces tradicionales de caramelos y chocolates, por lo que se decidió contar con una imagen representativa ante el mercado consumidor de estos productos, así se definió un nombre y creó una marca que represente su distintivo en el medio oferente, favorece en el reconocimiento de esta empresa y aporta apoyo en la comercialización de los productos.
- Se diseñó estrategias de competencias con las que no cuentan los productores informales de estos dulces tradicionales, como la presentación de ciertos

productos con embalaje innovador a base de algunas bondades del mismo medio, contar con una garantía sanitaria y realizar una inversión en medios de publicidad.

- Con el desarrollo del **estudio técnico e ingeniería del proyecto**, habiendo definido la ubicación exacta para el establecimiento según exige la demanda, y con la documentación de construcción (planos) de lo que será el local, se concluye que esta empresa está en capacidad de desempeñar sus actividades con fluidez.
- De esta manera cuenta con una distribución organizada de las instalaciones para el desarrollo de las actividades, con el control paso a paso de las operaciones diarias en la empresa, en especial el control e inspección de los procesos de elaboración del producto para un mejor flujo, el desarrollo de un proceso de producción eficaz y más acelerado, gracias a la implantación de equipos industriales para la producción, y la definición de las funciones por cada cargo a desempeñar. Así mismo, se definió la cantidad de producción que esta empresa tendrá por cada producto a elaborar semanalmente.
- Así se puede determinar, y se concluye que mediante este estudio se logró determinar los recursos técnicos, humanos y los requerimientos de la empresa, con la determinación del monto de la inversión. Además, se determinó las bases legales exigidas para la implementación y funcionamiento de la empresa.
- El **estudio Económico-Financiero**, se cuantificó el total de la inversión, las fuentes de financiamiento para la ejecución de este proyecto, así como también los ingresos, costos y gastos en los que incurre la empresa, estableciendo los estados financieros presupuestados, que permitieron realizar el estudio de sensibilidad bajo los indicadores financieros en dos escenarios, usando una tasa de descuento menor de 8,53% para el primero, obteniéndose un beneficio en todos sus indicadores financieros, y una tasa mayor de 13,53% en el segundo, del mismo modo obteniendo resultados positivos para el proyecto. Al comparar los resultados de estos escenarios, se pudo evidenciar al realizar el análisis en ambos, que el proyecto es factible, dando resultados positivos en sus indicadores económicos financieros. Bajo estas consideraciones, el escenario

más acertado de acuerdo a los cambios políticos, es el segundo, que lleva el nombre escenario más probable, al considerar una tasa de descuento del **13,53%** que incluye un incremento de incertidumbre del **5%**, permitiendo generar rentabilidad del proyecto en el transcurso de su vida útil, y tener una proyección más real, sin usar un escenario tan optimista que refleje elevadas utilidades.

4.2. RECOMENDACIONES

Para el estudio de mercado

- Implementar la nueva *empresa productora y comercializadora de dulces tradicionales, caramelos y chocolates*, dentro del mercado de la ciudad de Esmeraldas debido a los resultados de aceptación en la investigación.
- Seguir manteniendo la demanda y mediante estrategias de producto captar más mercado en niños y adolescente que inducirían a realizar más compras al mercado adultos.
- En las fechas de menos demanda como enero, entre marzo a junio y octubre, aplicar más estrategias y realizar un aumento en la contratación de publicidad para incrementar las ventas en esos meses.
- Invertir en este negocio ya que mediante la investigación de mercado se comprobó la considerable persuasión que tienen todos los productos que ofrece esta nueva empresa, y que con este resultado se demuestra la gran participación que se tendría en este mercado.

Para el plan de marketing:

- Aplicar el plan de marketing desarrollado, debido a que este representa una ventaja sobre los otros productos que se ofrecen en este mercado, por no contar con esta herramienta de comercialización, que permite obtener más participación del mercado, mas reconocimiento tanto de la empresa como del producto y mayor demanda.

- Emplear las estrategias de competencia ya que estas representan una ventaja, siendo un distintivo para el producto de esta empresa dentro de la oferta que existe en este mercado.

Para el estudio técnico:

- Crear la empresa de acuerdo a los planos diseñados, ya que se cuenta con una distribución adecuada y organizadas de las instalaciones, que permiten desarrollar todas las actividades con fluidez.
- Introducir la empresa en este mercado en la ubicación definida, que es donde se determinó su demanda.
- Desarrollar las actividades de la empresa de acuerdo a los procesos de flujos fijados que permiten un trabajo con fluidez.
- Contar con los requerimientos definidos, tanto técnicos como humanos, materiales y utensilios, considerando el monto total de la inversión.

Para el estudio Económico-Financiero:

- Aprovechar las fuentes de financiamiento de las instituciones financieras, como también el aporte socio de acuerdo a su costo de capital, los ingresos por ventas, costos, y gastos que demandará el proyecto a lo largo de su vida útil, que fundamentado en los escenarios optimistas, y más probable se establecerá la factibilidad del proyecto.

5. BIBLIOGRAFIA

1. Aguirre, P.A., Pizano, R.E., & Sánchez, D.P. (2007). *Dulces y postres de Colombia*. Institución Universitaria CEIPA SABANETA, Colombia.
2. Anónimo. (2011, junio). Nueva línea de envasado para dulce de leche. *Revista SanCor*. Recuperado de [http:// www.sancor.com/files/revista-sancor-n-682?es](http://www.sancor.com/files/revista-sancor-n-682?es)
3. Álvarez M. (2009). *Manual de la micro, pequeña y mediana empresa: Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas*. El Salvador: Deutsche Gesellschaft Für Technische Zusammenarbeit (GTZ)
4. Block, S. B. & Hirt, G. A. (2008). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Mc Graw Hill.
5. Burbano. (2011). *Presupuesto: Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión y control de recursos*. Bogotá-Colombia: Mc Graw Hill.
6. Cateora & Phillip, R. (2009). *Marketing Internacional*. México: Mc Graw Hill.
7. Chase, Richard, B., Jacobs, F. & Aquilano, J. (2005). *Administración de la operación y producciones: Para una ventaja competitiva*. México: Mc Graw Hill.
8. Chiavenato. (2009). *Gestión del talento humano*. México: Mc Graw Hill.
9. Chiavenato. (2010). *Planeación Estratégica: Fundamentos y Aplicaciones*. Rio de Janeiro-Brasil: Mc Graw Hill.
10. Dessler & Gary. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson.
11. Duarte, S. & J. E. (2008). *Emprendedor: Crear su propia empresa*. Bogotá-Colombia: Alfaomega.
12. Escobar, R. (1981). *Memoria viva: Costumbres y Tradiciones de Esmeraldas*. Quito-Ecuador: Grupo Canoíta.
13. Escobar, R. (1996). *Comidas Típicas De Esmeraldas*. Quito-Ecuador: Grupo La Canoíta.
14. Fellows, P. (2005). *Los alimentos: Su elaboración y transformación*. Roma, Italia: Fao
15. Fincawsky, F. (2009). *Organización de Empresas*. México: Mc Graw Hill.

16. Giménez, J. A. (2013). *Economía de la empresa*. Madrid, España: McGraw-Hill.
17. Gitman, J. (2007). *Principios de la Administración Financiera*. México: Pearson.
18. Grupo Cultural (2008). *Enciclopedia practica de ventas*. Madrid-España: Autor.
19. Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad*. México: Mc Graw Hill.
20. Hellriegel,. (2009). *Administración: Un enfoque basado en competencias*. México: Cengage Learning.
21. Hernández, R. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
22. Hernández, S. (2011). *Fundamentos de Gestión Empresarial: Enfoque basado en competencia*. México: Mc Graw Hill.
23. Horngren, T. (2006). *Contabilidad Administrativa*. México: Pearson.
24. Hoyos, M.J., & Villafuerte, J.M., (2011). *Creación de una productora de mermeladas, conservas y encurtidos envasados en vidrio en la ciudad de milagro* (Tesis de grado). Universidad Estatal de Milagro UNEMI, Milagro, Ecuador.
25. Lerma, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. México: Cengage Learning.
26. Lind, A. (2004). *Estadística para Administración y Economía*. Bogotá-Colombia: Alfaomega.
27. Longenecker, G. (2007). *Administración de pequeñas empresas*. México: Cengage Learning.
28. Malhotra, K. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson.
29. Martínez, N.M., & Piloza, J. G. (2012). *Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa industrial, procesadora y comercializadora de cocadas*. (Tesis de grado). Universidad Estatal de Milagro UNEMI, Milagro, Ecuador.
30. Méndez, L. & Rafael (2012). *Formulación y Evaluación de Proyectos: Enfoque para emprendedores*. Bogotá-Colombia: Icontec Internacional.
31. Meza Orozco. (2010). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá-Colombia: Ecoediciones.
32. Mur, A. (2008). *Economía de la empresa*. Aragón, España: Gobierno de Aragón.
33. Murcia, J. (2009). *Proyecto: Formulación y Criterios de Evaluación*. Bogotá-Colombia: Alfaomega.

34. Pazos, J. (1991). *Cocinemos Lo Nuestro*. Quito – Ecuador: El Conejo.
35. Pervaiz, K. & Ahmed (2012). *Administración de la Innovación*. México: Pearson.
36. Ramírez, M. (1984). *Folclore De La Zona norte Esmeraldeña*. Quito-Ecuador: Pambil.
37. Romero, M. & Gesvin. (2007). *Gestión de Proyectos*. Lima-Perú: Megabyte.
38. Rosillo, & Jorge (2008). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Bogotá-Colombia: Cengage Learning.
39. Sangüesa, M., Dueñas, R. M. & Ilzarbe, L. (2006). *Teoría y práctica de la calidad*. Madrid-España: Thomson.
40. Schiffman, L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson.
41. Schroeder, G. (2011). *Administración de Operaciones: Conceptos y casos contemporáneos*. México: Mc Graw Hill.
42. Villaseca, E. J. (2012). *Manual de gestión de Pymes: El plan de negocio como herramienta de gestión*. Recuperado de http://aecidvenezuela.org/aecid/wpcontent/uploads/2012/10/manual_pymes1.pdf
43. Warren, S. (2010). *Contabilidad Administrativa*. México: Cengage Learning.
44. Werther, W. B. & Keith, D. (2008). *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las empresas*. México: Mc Graw Hill.
45. Whetten, D. A. (2011). *Desarrollo de habilidades directivas*. México: Pearson.
46. Posso Yépez, M. A. (2006). *Metodología Para El Trabajo De Grado*. Ibarra – Ecuador.
47. Leiva, F. (2006). *Nociones de metodología de la investigación, Investigación Científica*. Quito – Ecuador
48. Estupiñan, J. (1983). *El Negro En Esmeraldas*. Esmeraldas – Ecuador.
49. Stanton, W. J., Etzel, M. J. & Welker, B. J. (2004). *Fundamentos del marketing*. McGraw-Hill

ANEXOS

The word "ANEXOS" is rendered in a bold, 3D-style font. Each letter is filled with a different color from a rainbow spectrum: 'A' is pink, 'N' is red, 'E' is orange, 'X' is yellow, 'K' is green, 'O' is blue, and 'S' is purple. The letters have a slight perspective, appearing to stand on a surface, and cast soft, grey shadows to their left and slightly forward. The background is plain white.

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO**

OBJETIVO: Determinar el nivel de aceptación que tiene la creación de una empresa en la ciudad de Esmeraldas, dedicada a la comercialización de caramelos y chocolates y la producción de dulces tradicionales de la Provincia de Esmeraldas llamada “MUNDO CARAMELO”.

ENCUESTA DIRIGIDA AL PÚBLICO

Nombre del encuestado:.....

Dirección:.....

Teléfono:.....

Nivel de estudio:.....

Edad: 12 - 17..... 36 - 45..... **Sexo:** M..... F.....
 18 - 25..... 46 - 60.....
 26 - 35..... 60.....

1) ¿Está usted de acuerdo con la creación de una empresa que se dedique a comercialización de caramelos y chocolates y a la producción de dulces tradicionales esmeraldeños?

SI

NO

2) De estar de acuerdo, ¿Cuántas veces comprarías estos Dulces y Confites?

Diario Una vez..... Dos veces..... Tres veces..... Mas veces.....

Semanal Una vez..... Dos veces..... Tres veces..... Mas veces.....

Mensual Una vez..... Dos veces..... Tres veces..... Mas veces.....

Anual Una vez..... Dos veces..... Tres veces..... Mas veces.....

3) ¿Qué productos desea que ofrezca la empresa que se dedicará a la comercialización de caramelos y chocolates?

Con:

Azúcar y calorías

Bajos en:

Azúcar y calorías

Dietéticas

Confiteria

Rellenos de:

Frutas o centros líquidos

Con licores

Dietéticos

Chocolates

Chupetes

Tangos

Paletas

Masticables

Gelatinosos

Turrone

En barra

Chicles

Otros

4) ¿Piensa usted que siendo Esmeraldas cuna de los productos elaborados con **coco**, debería darse una mejor promoción y comercialización de los dulces tradicionales de la provincia?

SI

NO

5) De estar de acuerdo ¿Qué dulces de la provincia le gustaría que ofrezca?

Productos con coco:

Cocadas

Cocadillas

Bombones

Manjar

Productos con leche:

Manjar

Conservas:

de guayaba

de guineo

otras

Sugerencias.....
.....
.....

6) ¿Qué otros servicios le gustaría que ofrezca esta empresa a crear?

Servicio de bar

SI

NO

Productos

Helados

Malteadas

Otros dulces

Sánduches

Sugerencias.....
.....

Complementado con juegos

SI

NO

En un área

Dispersos en toda el área

Casa estación de juegos

Piscina de caramelos

Resbaladera

Sugerencias.....
.....

7) ¿De existir estos servicios adicionales, con qué frecuencia asistiría a este negocio que se va a implementar?

Diario Una vez..... Dos veces..... Tres veces..... Mas veces.....

Semanal Una vez..... Dos veces..... Tres veces..... Mas veces.....

Mensual Una vez..... Dos veces..... Tres veces..... Mas veces.....

8) ¿Cuánto está dispuesto a pagar por consumir los productos y servicios de esta empresa?

Juegos

Servicio en el bar:

3.00\$.....

Entre 0.95 ctv. Y 4.00\$

4.00\$.....

dependiendo del producto

5.00\$.....

de acuerdo:

SI

NO

9) ¿Dónde le gustaría que esté ubicado el negocio dedicado a la comercialización de caramelos y chocolates y a la producción de dulces tradicionales esmeraldeños?

Cerca de:

Parque infantil.....

Parque central.....

Plaza cívica.....

Otros.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
ENTREVISTA DIRIGIDA A DUEÑOS DE LOCALES COMERCIALES

Nombre completo del entrevistado:.....
.....
Cargo o función que desempeña:.....

1) ¿Qué tiempo tiene funcionando su empresa en Esmeraldas?

1 año 2 años 3 años

2) ¿Cuántas personas tiene a su cargo?.....

3) ¿Cuántas unidades administrativas tiene su empresa?.....

4) ¿Qué productos de confitería se ofrecen en su local comercial?.....

.....
.....

5) ¿Cuál de los productos de confitería que se ofrecen en este local comercial es el de mayor salida?.....

.....
.....

6) ¿A qué se debe el mayor consumo de ese producto?.....

.....
.....

7) ¿Qué cantidad de personas adquieren los productos de confitería?.....

8) ¿Con qué frecuencia sus clientes compran los productos de confitería que aquí se ofrecen?.....

9) ¿Cuáles son las fechas en que más consumen confitería?.....

.....
.....

10) ¿Qué volumen de productos de confiterías adquiere a sus proveedores semanal o mensualmente?

.....

11) ¿Con que fábricas y marcas trabaja en forma exclusiva?.....

.....

.....

12) ¿Por qué utiliza esas marcas en su local comercial?.....

.....

.....

13) ¿Qué marca de caramelos, chocolates y galletas es la de mayor consumo dentro de su empresa?

.....

.....

14) ¿A qué atribuye el consumo de esta marca?.....

.....

15) ¿Cuál es la inversión que realizan en confitería en forma semanal o mensual?.....

.....

16) ¿Los consumidores prefieren más los productos nacionales o extranjeros?.....

.....

17) ¿Qué producto nacional es el de mayor consumo?.....

.....

18) ¿Utilizan algún tipo de promoción para la venta de los producto de menor salida, cuál?..

.....

.....

19) ¿Cuál es el ingreso aproximado por sus venta en confitería?.....

.....

LE AGRADEZCO POR SU COLABORACIÓN

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO
ENTREVISTA DIRIGIDA A VENEDORES DE LOS DULCES TRADICIONALES DE
LA PROVINCIA DE ESMERALDAS

1. ¿Usted es productor de los dulces tradicionales de la provincia?

SI NO

2. ¿Qué dulces elabora o produce?

.....
.....

3. ¿Cuál de los dulces que usted elabora es el más vendido?.....

.....

4. ¿En qué fecha tienen más salidas los dulces que usted elabora?.....

.....

5. ¿Es vendida diariamente la producción?

SI NO

PORQUE.....

6. ¿Cuáles son los dulces que tienen poca salida?.....

.....

7. ¿A qué cree que se deba la poca salida de los dulces?.....

.....

8. ¿Quiénes consumen más sus dulces?

- Los habitantes de la ciudad
- Los turistas nacionales
- Los turistas extranjeros

9. ¿La materia prima que utiliza para la elaboración de cada dulces, que debe requerir?.....

.....

10. ¿Cuánto es su ingreso diario por venta?.....

LE AGRADEZCO POR SU COLABORACIÓN

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
ENTREVISTA DIRIGIDA A EMPRESAS PRIVADAS

Nombre completo del entrevistado:.....

Cargo o función que desempeña:.....

1. ¿Aerolíneas TAME en Esmeraldas ofrece a sus usuarios en sus vuelos los Dulces Tradicionales de la Provincia de esmeraldas?

SI..... NO.....

2. ¿La aerolínea TAME en esmeraldas, como empresa prestadora de servicio de transporte aéreo, le interesaría brindar en sus vuelos a sus usuarios como parte de su alimentación algunos de los Dulces Tradicionales de la Provincia de Esmeraldas?

SI..... NO.....

3. ¿Qué dulces le interesaría para ofrecer a sus usuarios?

Manjar de leche.....

Manjar de coco.....

Bombones.....

Cocadas.....

Conservas de guineo y guayaba.....

4. ¿Cuántos dulces compraría mensualmente?.....

5. ¿Le interesaría establecer algún convenio con esta empresa que producirá los Dulces Tradicionales de la Provincia Esmeraldas?.....

LE AGRADEZCO MUCHO POR SU COLABORACIÓN

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO
ENTREVISTA DIRIGIDA A EMPRESAS PRIVADAS

Nombre completo del entrevistado:.....

Cargo o función que desempeña:.....

1. ¿Resort Hotel DECAMERON en Mompiche - Esmeraldas, ofrece a sus clientes los Dulces Tradicionales de la Provincia de esmeraldas?

SI..... NO.....

2. ¿Resort DECAMERON, como empresa prestadora de servicio de hospedaje, alimentación, diversión, le interesaría brindar a sus huéspedes algunos de los Dulces Tradicionales de la Provincia de Esmeraldas, como una nueva forma de venta de sus servicios con lo típico de esta provincia?

SI..... NO.....

3. ¿Qué dulces le interesaría para ofrecer a sus usuarios?

Manjar de leche.....

Manjar de coco.....

Bombones.....

Cocadas.....

Conservas de guineo y guayaba.....

4. ¿Cuántos dulces compraría mensualmente?.....

5. ¿Le interesaría establecer algún convenio con esta empresa que producirá los Dulces Tradicionales de la Provincia Esmeraldas?.....

LE AGRADEZCO MUCHO POR SU COLABORACIÓN

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
ENTREVISTA DIRIGIDA A INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD

Nombre completo del entrevistado:.....

Cargo o función que desempeña:.....

1. ¿En su institución educativa realizan agasajos y fiestas a sus estudiantes?

.....

2. ¿Cuántas veces al año festejan a sus estudiantes?

.....

3. ¿En sus festejos hay caramelos y chocolates?

.....

4. ¿Qué confites compran para sus agasajos?

.....
.....
.....
.....

5. ¿Cuántos confites adquieren para abastecer la cantidad de estudiantes que hay en su unidad educativa y demás personas que asiste a los agasajos?

.....

6. ¿Establecería convenio con esta nueva empresa en el mercado esmeraldeño para realizar los agasajos que normalmente tienen en el año?.....

LE AGRADEZCO POR SU COLABORACIÓN



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
DIRECCIÓN PROVINCIAL ESMERALDAS



OFICIO NO. 108012011OATN000127
TRÁMITE NO. 108012011000864
CEDULA: 0802655431
ASUNTO: Se Atiende Petición
FECHA: Esmeraldas,

Señorita	ESMERALDAS
SANCHEZ MENENDEZ JOHANNA ALEXANDRA	QUININDÉ
Dirección: Olmedo y Rocafuerte	ATACAMES
Teléfonos: 062721514 - 097360795	LA CONCORDIA
	ELOY ALFARO
	SAN LORENZO
	MUSINE
	RIOVERDE

De mi consideración:

Mediante Resolución NAC-DNRRENI10-00687 del 09 de noviembre del 2010 el Director General del Servicio de Rentas Internas encargó al Dr. Roberto Alfonso Silva Salvador la Dirección Provincial de Esmeraldas del Servicio de Rentas Internas.

En atención a su oficio signado con número de trámite **108012011000864** ingresado el 16 de marzo del 2011, donde solicita una base de datos donde se registre el # de contribuyentes que se dedican a la actividad de producir y vender dulces tradicionales de la provincia de Esmeraldas y desglosados por cantones, al respecto le comunico lo siguiente:

De conformidad con lo señalado en el Art. 99 de la Codificación del Código Tributario, las informaciones relacionadas con las obligaciones tributarias únicamente pueden ser utilizadas por la Administración Tributaria para la consecución de sus fines propios. Por otro lado, el inciso primero del Art.92 de la Constitución Política de la República del Ecuador consagra: *"Toda persona, por sus propios derechos o como representante legitimado para el efecto, tendrá derecho a conocer de la existencia y a acceder a los documentos, datos genéticos, bancos o archivos de datos personales e informes que sobre sí misma, o sobre sus bienes, consten en entidades públicas o privadas, en soporte material o electrónico. Asimismo tendrá derecho a conocer el uso que se haga de ellos, su finalidad, el origen y destino de información personal y el tiempo de vigencia del archivo o banco de datos."*

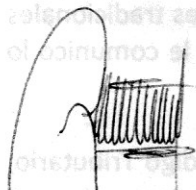
Además, pongo en su conocimiento que mediante Resolución No. NAC-DGER2005-0168, publicada en el Registro Oficial 562 del 11 de abril del 2005, el Servicio de Rentas Internas, procedió a clasificar como reservada información perteneciente a la Institución.

Sin embargo le informo que en la Provincia de Esmeraldas **existen 201 contribuyentes con actividades de producir y vender dulces tradicionales** repartidas de la siguiente manera:

Cantón	Nº de contribuyentes
ESMERALDAS	99
QUININDE	29
ATACAMES	17
LA CONCORDIA	18
ELOY ALFARO	7
SAN LORENZO	13
MUISNE	14
RIOVERDE	4

Particular que comunico para los fines de ley.

Atentamente,



Dr. Roberto Silva Salvador
DIRECTOR PROVINCIAL (E) ESMERALDAS
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Funcionario Responsable: Gerson Teddy Barcia Rivera

Firma: 

Revisado por: Ing. Leonara Rodríguez

Firma: 

Departamento de Servicios Tributarios

LAS FERIAS DE DULCES TRADICIONALES EN ESMERALDAS

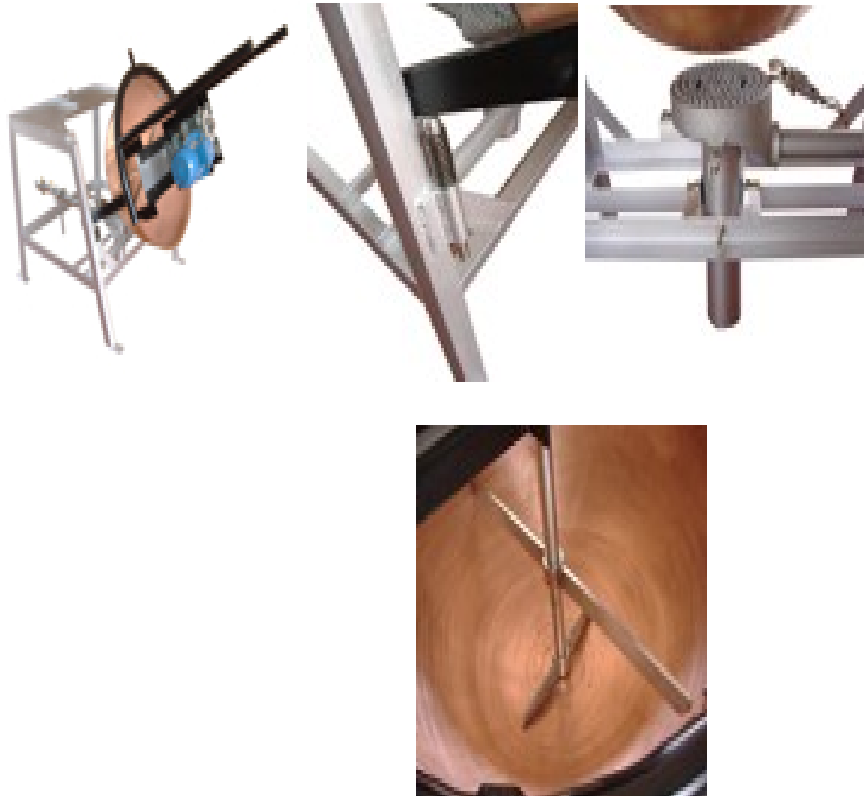
- Los días 1, 2 y 3 de agosto, la Plaza Cívica, presenta la feria artesanal y gastronómica denominada '**Las manos que crean**', que exhibe una serie de 'tesoros' escondidos que existen o se generan en los barrios de Esmeraldas y parte de ello son los **Dulces Tradicionales de la Provincia**, junto con otras actividades recreativas para el deleite de los más pequeños y en la noche disfrutar de eventos culturales.

Ministerio de Turismo de la Provincia de Esmeraldas.

- El **Centro Cultural MANDAGUA**, también se dedica a generar estos tesoros ancestrales de nuestra provincia y actualmente trabajan en un proyecto, cuyas instalaciones se ubicarán en las Palmas, dentro del cual también se incluyen los Dulces Tradicionales de nuestra Provincia.
- El Gobierno Local, a través de la Dirección de Cultura, organiza anualmente durante las fiestas Agustinas, una feria de comida tradicional, donde también se exponen los Dulces tradicionales de la Provincia de Esmeraldas.
- El Ministerio de Turismo, en las campañas de promoción de la Provincia, difunde esta manifestación tradicional de nuestra provincia.
- La Pontificia Universidad Católica y Vargas Torres, a través de las escuelas de Turismo, organizan la semana de la gastronomía tradicional, ferias y exposiciones donde están presente estos dulces.

MÁQUINAS PARA ELABORACION DE DULCES TRADICIONALES





Características:

- ✓ Paila de cobre electrolítico, repujada a torno.
- ✓ Estructura portante de acero al carbono pintada con esmaltes especiales para altas temperaturas.
- ✓ Sistema de agitación mecánica o sistema de agitación manual con paleta de madera dura.
- ✓ Sistema de calentamiento a gas (natural o envasado) con mechero radial.
- ✓ Sistema de volcado mediante paila basculante con freno amortiguador.
- ✓ Para producir hasta 80-85 litros por batch (tachada).
- ✓ Para el proceso de fabricación de todos los dulces artesanales.

Modelo DND80-10

Especificaciones técnicas:

Paila:

- ✓ 80 cm de diámetro.
- ✓ 2mm de espesor.
- ✓ 135 lts de capacidad al ras.
- ✓ 80-85 lts. de capacidad útil.

Agitación mecánica:

- ✓ Agitador doble paleta y eje macizo de acero.
- ✓ Acero inoxidable AISI 304.
- ✓ Motor reductor de 1HP, alimentación trifásica.

Agitación manual (opcional):

- ✓ Agitación mediante pala de madera dura (provista).
- ✓ Quemador radial homologado (gas natural o envasado) 30.000 Kcal/h.

Opcional:

- ✓ Aislación térmica.
- ✓ Sistema de volcado basculante con freno.
- ✓ Amortiguador (opcional) de mínimo esfuerzo,
- ✓ Montado sobre bujes de bronce.

MÁQUINA PARA RASPAR COCO



Características salientes del raspador de coco:

- ✓ Hecho de alta calidad de cuerpo de acero inoxidable.
- ✓ Motor de alta potencia.
- ✓ Bajo consumo de energía raspado.
- ✓ Capacidad de 40 a 60 cocos por hora.
- ✓ Para un trabajador.

PAILA DE BRONCE DE 50KGS



Características:

- ✓ Paila de bronce tradicional, peso en bronce 50kgs.
- ✓ Da características especiales de sabor y color a lo que se vaya a elaborar.
- ✓ Tiene 70 cm de diámetro por 37 cm de alto.

UTENSILIOS PARA LA PRODUCCION DE LOS DULCES
TRADICIONALES



Cuchara de madera para mover ollas grandes

Batea



Descripción:

Batea de madera de guaripio, sostenible del bosque húmedo tropical de Esmeraldas utilizada para cubierta de enfriamiento del producto de manjar de leche y coco, cocadas etc.



Susunga tradicional

Descripción:

Sostenible del bosque húmedo tropical de Esmeraldas utilizada para cernir los alimentos dulces tradicionales, como la leche, el agua o sumo de coco y la infusión de yerbas que acompañan a la sazón gastronómica del dulce.

MATERIALES PARA EL ENVASADO Y EMBALAJE

Recipiente



Utensilio de casa sostenible del bosque húmedo tropical de Esmeraldas, utilizada para agregado de embalaje de los dulces tradicionales, que pueden ser manjar de leche, cocadas etc.

Canastitas de cestería chachi



Canastitas de cestería chachi, material de Rampira sostenible del bosque húmedo tropical de Esmeraldas utilizada en el embalaje, como agregado cultural del producto de manjar tradicional.

Cajita de madera balsa macho



Cajita de madera balsa macho sostenible, materia prima del bosque húmedo tropical de Esmeraldas. Sirve para embalaje de conservas de coco, cocadas y otros productos.

DULCES TRADICIONALES DE LA PROVINCIA DE
ESMERALDAS

Cocada artesanal



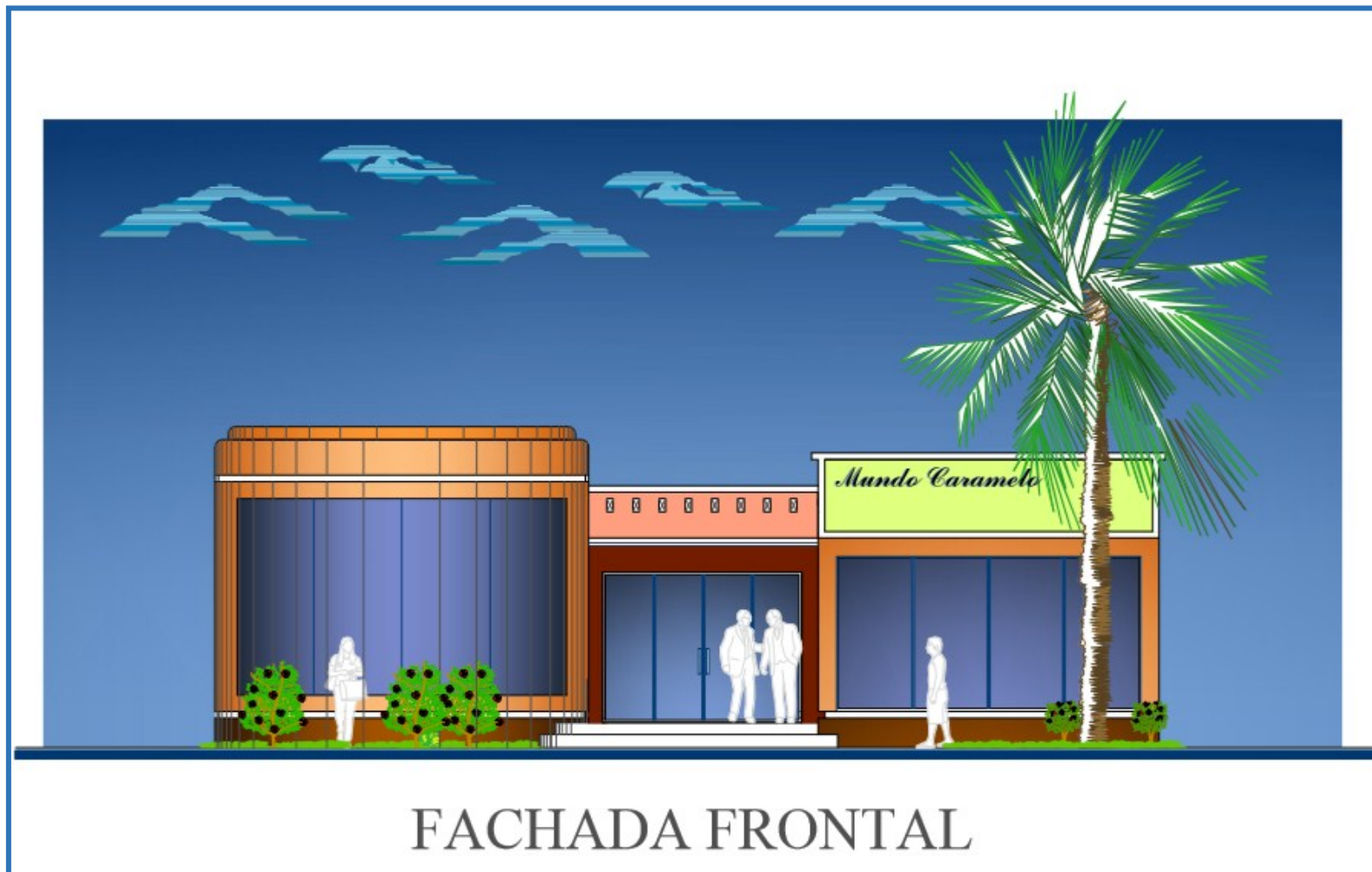
Manjar de leche



Conserva de guineo con guayaba



FACHADA DEL LOCAL COMERCIAL



INFORMACIÓN DEL ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVOS

<u>Activos Corrientes:</u>		14.740,88	12,89%
Bancos	14.740,88		
<u>Activos Fijos:</u>		99.054,36	
Muebles y Enseres	418,98		0,37%
Equipos de Oficina	420,00		0,37%
Equipos de Computación	1.115,99		0,98%
Equipos de Producción	2.450,00		2,14%
Edificio	63.069,39		55,15%
Terreno	31.580,00		27,61%
<u>Otros Activos:</u>		570	0,50%
Gastos de Constitución	570		

TOTAL ACTIVOS **114.365,24** **100,00%**

PASIVOS

<u>Pasivos Corrientes:</u>		10.845,80	9,48%
Obligaciones Bancarias a Corto Plazo	10.845,80		
<u>Pasivos a Largo Plazo:</u>		57.773,35	
Obligaciones Bancarias a Largo Plazo	57.773,35		50,52%
TOTAL DE PASIVOS		68.619,15	
PATRIMONIO		45.746,10	
Capital Social	45.746,10		40,00%

TOTAL DE PASIVO+PATRIMONIO **114.365,24** **100,00%**

COSTOS DE PRODUCCION DE LOS DULCES TRADICIONALES

COSTO MATERIA PRIMA		
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Manjar de leche	\$ 250,80	\$ 3.009,60
Manjar de coco	\$ 352,80	\$ 4.233,60
Bombón	\$ 54,00	\$ 648,00
Cocada	\$ 388,72	\$ 4.664,64
Conservas	\$ 39,04	\$ 468,48
TOTAL	\$ 1.085,36	\$ 13.024,32
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
En manjar de leche	\$ 76,00	\$ 912,00
En manjar de coco	\$ 84,00	\$ 1.008,00
En bombón	\$ 9,00	\$ 108,00
En cocada	\$ 9,04	\$ 108,48
En conservas	\$ 127,84	\$ 1.534,08
TOTAL	\$ 305,88	\$ 3.670,56
TOT. PRODUC. DULCES TRADICIONALES	\$ 1.391,24	\$ 16.694,88

COSTOS EN CARAMELOS Y CHOCOLATES

Resumen de costos de Confites								
Chicles								
Detalle	Precio al consumidor x caja	20% ganancia x caja	costo x caja	Unidades x caja (fundas / cajas)	Requerimiento (cajas x mes)	Precio unitario + 25%	Costo Mensual	Costo Anual
Goma de mascar bubaloo surtidos. (cereza, fresa, clásico)	\$ 77,56	\$ 15,51	\$ 62,05	30	1	\$ 2,59	\$ 62,05	\$ 744,58
Trident (sin azúcar)	\$ 33,84	\$ 6,77	\$ 27,07	25	1	\$ 1,35	\$ 27,07	\$ 324,86
Caramelos Masticables								
Tofee Menta	\$ 67,20	\$ 13,44	\$ 53,76	35	1	\$ 1,92	\$ 53,76	\$ 645,12
ZOOM surtidos (fresa, naranja piña, limón)	\$ 45,15	\$ 9,03	\$ 36,12	35	1	\$ 1,29	\$ 36,12	\$ 433,44
Caramelos Gelatinosos								
Deli Gomis Ositos	\$ 52,80	\$ 10,56	\$ 42,24	25	2	\$ 2,11	\$ 84,48	\$ 1.013,76
Chupetes								
Plop surtido	\$ 28,65	\$ 5,73	\$ 22,92	15	3	\$ 1,91	\$ 68,76	\$ 825,12
TOTAL					9		\$ 332,24	\$ 3.986,88

CHOCOLATES								
Rellenos								
Detalle	Precio al consumidor x caja	20% ganancia x caja	costo x caja	Unidades x caja (fundas / cajas)	Requerimiento (cajas x mes)	Precio unitario + 25%	Costo Mensual	Costo Anual
Ferrero Rocher clásico	\$ 85,60	\$ 17,12	\$ 68,48	20	2,5	\$ 4,28	\$ 171,20	\$ 2.054,40
F. Cheri Licor	\$ 85,60	\$ 17,12	\$ 68,48	20	1	\$ 4,28	\$ 68,48	\$ 821,76
American Bombones Surtidos rellenos (canela/manzana, naranja, menta)	\$ 67,20	\$ 13,44	\$ 53,76	35	1,5	\$ 1,92	\$ 80,64	\$ 967,68
American Bombones (licores)	\$ 67,20	\$ 13,44	\$ 53,76	35	1	\$ 1,92	\$ 53,76	\$ 645,12
Tangos								
Tango Negro (mini)	\$ 52,40	\$ 10,48	\$ 41,92	20	2	\$ 2,62	\$ 83,84	\$ 1.006,08
Tango Blanco (mini)	\$ 52,40	\$ 10,48	\$ 41,92	20	2	\$ 2,62	\$ 83,84	\$ 1.006,08
Barras								
Chocolate Galak	\$ 82,20	\$ 16,44	\$ 65,76	60	0,5	\$ 1,37	\$ 32,88	\$ 394,56
Chocolate Barra Crunch	\$ 56,40	\$ 11,28	\$ 45,12	40	0,5	\$ 1,41	\$ 22,56	\$ 270,72
Manicero	\$ 97,20	\$ 19,44	\$ 77,76	72	0,5	\$ 1,35	\$ 38,88	\$ 466,56
TOTAL					11,5		\$ 636,08	\$ 7.632,96
TOTAL CARAMELOS Y CHOCOLATES							\$ 968,32	\$ 11.619,84

GASTOS DE MATERIALES DE ASEO Y LIMPIEZA				
Utensilios de Limpieza	Cantidad	Precio Unitario	Total (Mensual)	Total (Anual)
Cepillo industrial 60 cm.	1	\$ 10,12	\$ 10,12	\$ 40,48
Balde 16 ltrs.	1	\$ 4,90	\$ 4,90	\$ 19,60
Pala para recoger basura	2	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Escoba (Florescia)	3	\$ 2,16	\$ 6,48	\$ 77,76
Trapeador	2	\$ 2,21	\$ 4,42	\$ 53,04
Cepillos para Inodoros (la brujita wc)	2	\$ 0,96	\$ 1,92	\$ 23,04
Tachos para basura 5ltrs.	8	\$ 3,00	\$ 24,00	\$ 72,00
Franela (mtrs.)	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 36,00
Guantes amarillo de caucho (AKI)	2	\$ 1,24	\$ 2,48	\$ 29,76
TOTAL			\$ 59,32	\$ 375,68
Materiales de Limpieza	Cantidad	Precio Unitario	Total (Mensual)	Total (Anual)
Fundas para basura x 20 und. 68cm.	3	\$ 2,22	\$ 6,66	\$ 79,92
Desinfectante Kalipto (1 galón)	3	\$ 5,72	\$ 17,16	\$ 205,92
Aceite para muebles corona original (250 ml)	1	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 18,00
Ambientadores Glade gel (31g)	1	\$ 0,89	\$ 0,89	\$ 10,68
Limpia Vidrio MAX (600cc)	4	\$ 2,32	\$ 9,28	\$ 111,36
Papel Higiénico Biosolutions biodegradable (200 m.)	4	\$ 2,39	\$ 9,56	\$ 114,72
Cloro desinfectante la original (1,6 ltrs)	2	\$ 1,36	\$ 2,72	\$ 32,64
Fibra abrasiva estrella (ollas, vasos, etc.) x 5	3	\$ 0,84	\$ 2,52	\$ 30,24
Crema Lava (1000 g.)	2	\$ 2,48	\$ 4,96	\$ 59,52
Toalla de papel para cocina doble hoja elite clásica (50 hojas)	2	\$ 0,80	\$ 1,60	\$ 19,20
Jabón de Tocador 3 und.	5	\$ 0,66	\$ 3,30	\$ 39,60
Dispensador de agua + Botellón (20 ltrs.)	1	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50
TOTAL			\$ 72,65	\$ 734,30
Materiales para manipulación de alimentos	Cantidad	Precio Unitario	Total (Mensual)	Total (Anual)
Toallas de cocina medianas	6	\$ 1,15	\$ 6,90	\$ 82,80
Toallas de cocina pequeña	6	\$ 0,90	\$ 5,40	\$ 64,80
Uniforme de cocina	6	\$ 33,00	\$ 198,00	\$ 198,00
Mascarillas	4	\$ 0,50	\$ 2,00	\$ 24,00
TOTAL			\$ 212,30	\$ 369,60
TOTAL GASTOS DE MATERIALES DE ASEO Y LIMPIEZA			\$ 344,27	\$ 1.479,58

GASTOS DE MATERIALES DE OFICINA				
Materiales de Oficina	Cantidad	Precio Unitario	Total (Anual)	Total (Mensl)
Grapadora Alex	2	\$ 3,85	\$ 7,70	
Perforadora Alex	2	\$ 3,95	\$ 7,90	
Bolígrafos BIC x 12 und.	1	\$ 3,00	\$ 3,00	
Resmas de Papel Bond A4 75g	5	\$ 4,00	\$ 20,00	
Libreta Espiral	6	\$ 1,25	\$ 7,50	
Rollos de Papel para Punto de Ventas	24	\$ 0,75	\$ 18,00	
Folders	12	\$ 2,60	\$ 31,20	
Saca Grapas	2	\$ 0,55	\$ 1,10	
Cinta Transparente de Embalaje	12	\$ 1,20	\$ 14,40	
Flash Memory G. 4	1	\$ 9,00	\$ 9,00	
Corrector BIC	6	\$ 1,85	\$ 11,10	
Sellos de Madera E/R	4	\$ 5,50	\$ 22,00	
Caja de Grapas	4	\$ 1,20	\$ 4,80	
Porta Clips	2	\$ 0,85	\$ 1,70	
Cajas de clips	24	\$ 0,40	\$ 9,60	
Calculadora BLT	2	\$ 3,73	\$ 7,46	
Marcadores	12	\$ 0,50	\$ 6,00	
Borradores	6	\$ 0,20	\$ 1,20	
SUBTOTAL			\$ 183,66	\$ 15,31
TOTAL	10% descuento en el lugar de compra		\$ 165,29	\$ 13,77

GASTOS DE UTENSILIOS			
Producción	Cantidad	Precio Unitario	Total (Anual)
Cuchara de palo para ollas grandes	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Bateas	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Cernideros susunga	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Vasos de aluminio	12	\$ 0,55	\$ 6,60
TOTAL			\$ 106,60
Control	Cantidad	Precio Unitario	Total (Anual)
Tanque de gas	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Tanque receptor de leche (200ltrs.)	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Balanza para pesar la materia prima	1	\$ 16,19	\$ 16,19
Balanza para el producto terminado	1	\$ 70,95	\$ 70,95
TOTAL			\$ 177,14
TOTAL GASTOS DE UTENSILIOS			\$ 283,74

GASTOS SERVICIOS BASICOS						
Servicio Básico	Consumo Estimado	Unidad	Sector	Costo / Unidad	Costo (Mensual)	Costo (Anual)
Agua	30	Metro Cúbico	Comercial	0,36	\$ 10,80	\$ 129,60
Luz Eléctrica	800	Kilovatio /Hora	Comercial	0,08	\$ 64,00	\$ 768,00
Consumo de Teléfono	100	Minutos	Comercial	0,1	\$ 10,00	\$ 120,00
TOTAL					\$ 84,80	\$ 1.017,60

INVERSION FIJA

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Equipos de Producción	Cantidad	Precio Unitario	Total (Anual)
Máquina para la elaboración de los dulces tradicionales	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Raspador de coco	1	\$ 850,00	\$ 850,00
Paila de bronce	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Ollas grande (100lts)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL			\$ 2.450,00
Muebles y Enseres	Cantidad	Precio Unitario	Total Anual
Escritorio (Servidor)	2	\$ 99,99	\$ 199,98
Silla de Oficina Pilot c/ Brazos	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Archivadores	1	\$ 89,00	\$ 89,00
TOTAL			\$ 418,98
Equipos de Oficina	Cantidad	Precio unitario	Total (Anual)
Teléfono/ Fax	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Caja registradora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
TOTAL			\$ 420,00
Equipo de Computación	Cantidad	Precio unitario	Total (Anual)
Computadora (CPU, monitor y teclado)	1	\$ 1.115,99	\$ 1.115,99
TOTAL			\$ 1.115,99

Resumen Inversión Fija	
Activos	
Equipos de Oficina	\$ 420,00
Muebles y Enseres	\$ 418,98
Equipos de Computación	\$ 1.115,99
Equipos de Producción	\$ 2.450,00
Construcción	\$ 94.649,39
Inversión Inicial	\$ 99.054,36

MATERIA PRIMA O INVENTARIO

DETALLE	Mensual
Dulces Tradicionales	
Manjar de leche	\$ 326,80
Manjar de coco	\$ 436,80
Bombón	\$ 63,00
Cocada	\$ 397,76
Conserva de Guineos con Guayaba (cuando hay y no hay cosecha)	\$ 166,88
Confitería	
Chicles	\$ 89,12
C. Gelatinosos	\$ 84,48
C. Masticables	\$ 89,88
Chupetes	\$ 68,76
Chocolates Rellenos	\$ 374,08
Tangos	\$ 167,68
Choc. En Barra	\$ 94,32
TOTAL	\$ 2.359,56

PRESUPUESTO DE REMUNERACIÓN PARA EL PRIMER AÑO

CANTIDAD	FUNCIONES	REMUNERACIÓN UNIFICADA	APORTE PATRONAL 9.35%	TOTAL	1º TERCERO	1º CUARTO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	MENSUAL	ANUAL
1	Administrador- Contador	\$ 358,26	\$ 33,50	\$ 324,76	\$ 29,86	\$ 28,33	\$ 28,33		\$ 411,28	\$ 4.935,41
1	Cajero-facturador	\$ 347,45	\$ 32,49	\$ 314,96	\$ 28,95	\$ 28,33	\$ 28,33		\$ 400,58	\$ 4.807,01
1	Operario	\$ 346,80	\$ 32,43	\$ 314,37	\$ 28,90	\$ 28,33	\$ 28,33		\$ 399,94	\$ 4.799,29
1	Asistente operario	\$ 343,40	\$ 32,11	\$ 311,29	\$ 28,62	\$ 28,33	\$ 28,33		\$ 396,58	\$ 4.758,91
1	Auxiliar de limpieza / serv. Generales	\$ 340,34	\$ 31,82	\$ 308,52	\$ 28,36	\$ 28,33	\$ 28,33		\$ 393,55	\$ 4.722,56
5	TOTAL	\$ 1.736,25	\$ 162,34	\$ 1.573,91	\$ 144,69	\$ 141,67	\$ 141,67		\$ 2.001,93	\$ 24.023,18

Las vacaciones se paga a partir del segundo año

PRESUPUESTO DE REMUNERACIÓN PARA EL SEGUNDO AÑO

CANTIDAD	FUNCIONES	REMUNERACIÓN UNIFICADA	APORTE PATRONAL 9.35%	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	MENSUAL	ANUAL
1	Administrador- Contador	\$ 358,26	\$ 33,50	\$ 324,76	\$ 29,86	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,93	\$ 426,21	\$ 5.114,54
1	Cajero-facturador	\$ 347,45	\$ 32,49	\$ 314,96	\$ 28,95	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,48	\$ 415,06	\$ 4.980,74
1	Operario	\$ 346,80	\$ 32,43	\$ 314,37	\$ 28,90	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,45	\$ 414,39	\$ 4.972,69
1	Asistente operario	\$ 343,40	\$ 32,11	\$ 311,29	\$ 28,62	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,31	\$ 410,88	\$ 4.930,61
1	Auxiliar de limpieza / serv. Generales	\$ 340,34	\$ 31,82	\$ 308,52	\$ 28,36	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,18	\$ 407,73	\$ 4.892,73
5	TOTAL	\$ 1.736,25	\$ 162,34	\$ 1.573,91	\$ 144,69	\$ 141,67	\$ 141,67	\$ 72,34	\$ 2.074,28	\$ 24.891,30

Capital de Trabajo		
DETELLE	Mensual	Trimestral
Sueldo	\$ 2.001,93	\$ 6.005,79
Materia prima o Inventario	\$ 2.359,56	\$ 7.078,68
Publicidad	\$ 125,00	\$ 375,00
Suministros de aseo	\$ 344,27	\$ 914,75
Suministros oficina	\$ 13,77	\$ 41,32
Utensillos	\$ 23,65	\$ 70,94
Servicios básicos	\$ 84,80	\$ 254,40
TOTAL	\$ 4.952,98	\$ 14.740,88

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Descripción	Valor
Permiso Cuerpo de Bomberos	15
Permiso de funcionamiento Municipio	215
Permiso de funcionamiento Intendencia	30
Permiso del Ministerio de Salud	10
Escritura notariada	200
Elaboración de minuta	100
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 570,00

DEPRECIACIONES			
Nombre del Activo:	Edificio		
Costo:	63.069,39		
Vida útil:	20 Años		
Valor Residual:	10%	6306,94	
Depreciación Anual:	2838,12		
Años	Depreciación Anual	Depreciación Acum.	Valor libros
0			63069,39
1	2838,12	2838,12	60231,27
2	2838,12	5676,25	57393,14
3	2838,12	8514,37	54555,02
4	2838,12	11352,49	51716,90
5	2838,12	14190,61	48878,78
6	2838,12	17028,74	46040,65
7	2838,12	19866,86	43202,53
8	2838,12	22704,98	40364,41
9	2838,12	25543,10	37526,29
10	2838,12	28381,23	34688,16
11	2838,12	31219,35	31850,04
12	2838,12	34057,47	29011,92
13	2838,12	36895,59	26173,80
14	2838,12	39733,72	23335,67
15	2838,12	42571,84	20497,55
16	2838,12	45409,96	17659,43
17	2838,12	48248,08	14821,31
18	2838,12	51086,21	11983,18
19	2838,12	53924,33	9145,06
20	2838,12	56762,45	6306,94
TOTAL	56762,45		
Nombre del Activo:	Equipos de oficina		
Costo:	420		
Vida útil:	10 Años		
Valor Residual:	10%	42	
Depreciación Anual:	37,8		
Años	Depreciación Anual	Depreciación Acum.	Valor libros
0			420

1	37,8	37,8	382,2
2	37,8	75,6	344,4
3	37,8	113,4	306,6
4	37,8	151,2	268,8
5	37,8	189	231
6	37,8	226,8	193,2
7	37,8	264,6	155,4
8	37,8	302,4	117,6
9	37,8	340,2	79,8
10	37,8	378	42
TOTAL	378		

Nombre del Activo: Muebles de oficina

Costo: 418,98

Vida útil: 10 Años

Valor Residual: 10% **41,90**

Depreciación Anual: 37,71

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acum.	Valor libros
0			418,98
1	37,71	37,71	381,27
2	37,71	75,42	343,56
3	37,71	113,12	305,86
4	37,71	150,83	268,15
5	37,71	188,54	230,44
6	37,71	226,25	192,73
7	37,71	263,96	155,02
8	37,71	301,67	117,31
9	37,71	339,37	79,61
10	37,71	377,1	41,90
TOTAL	377,1		

Nombre del Activo: Equipos de Compt.

Costo: 1115,99

Vida útil: 3 Años

Valor Residual: 10% **111,60**

Depreciación Anual: 334,80

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acum.	Valor libros
0			1115,99
1	334,80	334,80	781,19

2	334,80	669,59	446,40
3	334,80	1004,4	111,60
TOTAL	1004,4		
Nombre del Activo: Equipos de Producción			
Costo: 2.450,00			
Vida útil: 10 Años			
Valor Residual: 10% 245,00			
Depreciación Anual: 220,5			
Años	Depreciación Anual	Depreciación Acum.	Valor libros
0			2.450,00
1	220,5	220,5	2.229,50
2	220,5	441	2.009,00
3	220,5	661,5	1.788,50
4	220,5	882	1.568,00
5	220,5	1102,5	1.347,50
6	220,5	1323	1.127,00
7	220,5	1543,5	906,50
8	220,5	1764	686,00
9	220,5	1984,5	465,50
10	220,5	2205	245,00
TOTAL	2205		
VALOR DE RESCATE			35.128,66

RESUMEN DE DEPRECIACIONES							
NOMBE DEL ACTIVO	COSTO DEL ACTIVO	VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Edificio	\$ 63.069,39	20	10%	\$ 6.306,94	\$ 2.838,12	\$ 56.762,45	\$ 236,51
Equipos de Oficina	\$ 420,00	10	10%	\$ 42,00	\$ 37,80	\$ 378,00	\$ 3,15
Muebles de oficina	\$ 418,98	10	10%	\$ 41,90	\$ 37,71	\$ 377,1	\$ 3,14
Equipos de Computación	\$ 1.115,99	3	10%	\$ 111,60	\$ 334,80	\$ 1.004,4	\$ 27,90
Equipos de producción	\$ 2.450,00	10	10%	\$ 245,00	\$ 220,50	\$ 2.205,0	\$ 18,38
TOTAL	\$ 67.474,36			\$ 6.747,44	\$ 3.468,93	\$ 60.726,92	\$ 289,08

TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL				
METODO		CUOTA FIJA		
CAPITAL	68.619,15	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL		11,20%	PERIODOS	60
PLAZO		5	AÑOS	
PAGOS ANUALES	12	INTERES	0,93%	MENSUAL
PAGO PERIODICO	1.498,80			
PERIODO	PAGO	INTERESS	CAPITAL	SALDO
	PERIODICO	PAGADOS	PAGADO	INSOLUTO
0				68.619,15
1	1.498,80	640,45	858,35	67.760,79
2	1.498,80	632,43	866,37	66.894,43
3	1.498,80	624,35	874,45	66.019,97
4	1.498,80	616,19	882,61	65.137,36
5	1.498,80	607,95	890,85	64.246,51
6	1.498,80	599,63	899,17	63.347,34
7	1.498,80	591,24	907,56	62.439,79
8	1.498,80	582,77	916,03	61.523,76
9	1.498,80	574,22	924,58	60.599,18
10	1.498,80	565,59	933,21	59.665,97
11	1.498,80	556,88	941,92	58.724,05
12	1.498,80	548,09	950,71	57.773,35
TOTAL	17.985,60	7.139,80	10.845,80	
13	1.498,80	539,22	959,58	56.813,76
14	1.498,80	530,26	968,54	55.845,23
15	1.498,80	521,22	977,58	54.867,65
16	1.498,80	512,10	986,70	53.880,95
17	1.498,80	502,89	995,91	52.885,04
18	1.498,80	493,59	1.005,21	51.879,83
19	1.498,80	484,21	1.014,59	50.865,24
20	1.498,80	474,74	1.024,06	49.841,18
21	1.498,80	465,18	1.033,62	48.807,57
22	1.498,80	455,54	1.043,26	47.764,31
23	1.498,80	445,80	1.053,00	46.711,31
24	1.498,80	435,97	1.062,83	45.648,48
TOTAL	17.985,60	5.860,73	12.124,87	
25	1.498,80	426,05	1.072,75	44.575,73
26	1.498,80	416,04	1.082,76	43.492,97
27	1.498,80	405,93	1.092,87	42.400,11
28	1.498,80	395,73	1.103,07	41.297,04
29	1.498,80	385,44	1.113,36	40.183,68
30	1.498,80	375,05	1.123,75	39.059,93

31	1.498,80	364,56	1.134,24	37.925,69
32	1.498,80	353,97	1.144,83	36.780,86
33	1.498,80	343,29	1.155,51	35.625,35
34	1.498,80	332,50	1.166,30	34.459,05
35	1.498,80	321,62	1.177,18	33.281,87
36	1.498,80	310,63	1.188,17	32.093,70
TOTAL	17.985,60	4.430,82	13.554,78	
37	1.498,80	299,54	1.199,26	30.894,44
38	1.498,80	288,35	1.210,45	29.683,99
39	1.498,80	277,05	1.221,75	28.462,24
40	1.498,80	265,65	1.233,15	27.229,09
41	1.498,80	254,14	1.244,66	25.984,43
42	1.498,80	242,52	1.256,28	24.728,15
43	1.498,80	230,80	1.268,00	23.460,15
44	1.498,80	218,96	1.279,84	22.180,31
45	1.498,80	207,02	1.291,78	20.888,52
46	1.498,80	194,96	1.303,84	19.584,68
47	1.498,80	182,79	1.316,01	18.268,67
48	1.498,80	170,51	1.328,29	16.940,38
TOTAL	17.985,60	2.832,28	15.153,32	
49	1.498,80	158,11	1.340,69	15.599,69
50	1.498,80	145,60	1.353,20	14.246,49
51	1.498,80	132,97	1.365,83	12.880,66
52	1.498,80	120,22	1.378,58	11.502,08
53	1.498,80	107,35	1.391,45	10.110,63
54	1.498,80	94,37	1.404,43	8.706,19
55	1.498,80	81,26	1.417,54	7.288,65
56	1.498,80	68,03	1.430,77	5.857,88
57	1.498,80	54,67	1.444,13	4.413,75
58	1.498,80	41,20	1.457,60	2.956,15
59	1.498,80	27,59	1.471,21	1.484,94
60	1.498,80	13,86	1.484,94	0,00
TOTAL	17.985,60	1.045,22	16.940,38	
	89.927,99	21.308,84	68.619,15	

