



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACION Y
COMERCIALIZACION DE UN CHICLE PARA LA ANSIEDAD EN LA
CIUDAD DE AMBATO ZONA CENTRO PROVINCIA DE
TUNGURAHUA”**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en
Administración de Empresas y Negocios

Autor(a)

Mejía Rivadeneira María José

Tutor(a)

Ing. Jaqueline Peñaherrera. Mg.

AMBATO – ECUADOR

2018

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, María José Mejía Rivadeneira, declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE UN CHICLE PARA LA ANSIEDAD EN LA CIUDAD DE AMBATO ZONA CENTRO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 13 días del mes de Agosto de 2018, firmo conforme:

Autor: María José Mejía Rivadeneira

Firma:

Número de Cédula: 1803851177

Dirección: Av. Los Atis y Víctor Hugo

Correo Electrónico: mariajosemejiariva@gmail.com

Teléfono: 0987711873

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE UN CHICLE PARA LA ANSIEDAD EN LA CIUDAD DE AMBATO ZONA CENTRO PROVINCIA DE TUNGURAHUA” presentado por María José Mejida Rivadeneira, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 13 de Agosto 2018

.....
Ing. Jaqueline Peñaherrera. Mg.

DIRECTORA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, 13 de Agosto 2018

María José Mejía Rivadeneira

CI: 1803851177

AUTOR

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE UN CHICLE PARA LA ANSIEDAD EN LA CIUDAD DE AMBATO ZONA CENTRO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 13 de Agosto, 2018

F.....
Ing. Sandra Paulina Tejada Moyano. Mg
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

F.....
Dr. Luis Voroshilov Hernández Espin
VOCAL

F.....
Ing. Monica Paulina Espinoza Guano. Mg
VOCAL

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la sabiduría en realizar el presente plan de negocios, a mis padres por brindarme el apoyo necesario día a día y motivándome a seguir adelante sin darme por vencida.

Agradezco a mis profesores que han sido un pilar muy importante en este proceso ya que con sus conocimientos he podido finalizar el presente plan de negocios para obtener mi título de ingeniera tan anhelado.

DEDICATORIA

Dedico este plan de negocios a Dios por permitir que lo haya finalizado dicho, a mi madre que estuvo a mi lado apoyándome y motivándome a culminar exitosamente, a mi padre que me ayudo a no darme por vencida y entenderme en cualquier circunstancia difícil durante este proceso, a mi hermana que siempre han estado pendiente en la realización de mi plan de negocios.

El autor

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
RESUMEN EJECUTIVO	xix
ABSTRACT	xx
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
ÁREA DE MARKETING	2
DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	2
Especificación del Producto o Servicio	2

Aspectos innovadores que proporciona	2
¿Qué mercado se va a tocar en general?	3
Categorización de sujetos	3
Plan de Muestreo	4
Prueba Piloto.....	4
Diseño y recolección de Información.	7
Análisis e Interpretación.	8
Análisis del macro ambiente.....	21
SEGUIMIENTO DE CLIENTES	33
CAPITULO II	35
ÁREA DE PRODUCCIÓN	35
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	35
Proceso de la elaboración del chicle para la ansiedad.	35
Ritmo de Producción	41
Número de trabajadores	42
Capacidad de Producción Futura	42
Especificaciones de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar	43
CALIDAD	44
Método	44
NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTEN SU INSTALACIÓN	47

Permiso de funcionamiento cuerpo de bomberos	47
Aprobación de planos	47
Seguridad industrial	48
CAPITULO III	50
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	50
ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	50
Visión de la empresa.....	50
Misión de la empresa	50
Análisis (FODA).....	50
ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	51
Describe brevemente los cargos del organigrama.	52
Perfil de gerencia.....	53
Perfil de producción.....	55
Perfil de financiero	56
CONTROL DE GESTIÓN	57
CAPITULO IV	58
ÁREA JURÍDICO LEGAL	58
DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	58
PATENTES Y MARCAS	59
CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	68
BIBLIOGRAFIA.....	83

ANEXOS.....	87
-------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. 1. Categorización de sujetos	3
Tabla N. 2. Dimensión conductual.....	3
Tabla N. 3 Dimensión geográfica.....	4
Tabla N. 4 Dimensión demográfica	4
Tabla N. 5. Elaboración de sigma	6
Tabla N. 6. Cuadro de necesidades Objetivo N.1	6
Tabla N. 7. Cuadro de necesidades Objetivo N.2	7
Tabla N. 8. Consumo de barras de chicle al día	8
Tabla N. 9. Resultado pregunta	9
Tabla N. 10. Resultado pregunta 2	10
Tabla N. 11. Resultado pregunta 2	11
Tabla N. 12. Resultado pregunta 3	12
Tabla N. 13. Resultado pregunta 4	13
Tabla N. 14. Resultado pregunta 5	14
Tabla N. 15. Resultado pregunta 6	15
Tabla N. 16. Resultado pregunta 6	16
Tabla N. 17. Resultado pregunta 8	17
Tabla N. 18. Resultado pregunta 9	18
Tabla N. 19. Cuadro de proyección de la demanda.....	19

Tabla N. 20. Poder de negociación de los clientes	20
Tabla N. 21. Rivalidad entre competidores	20
Tabla N. 22. Poder de negociación de los proveedores.....	20
Tabla N. 23. Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	21
Tabla N. 24. Amenaza de ingreso de productos sustitutos.....	21
Tabla N. 25. Factores EFE	22
Tabla N. 26. Factores EFI	23
Tabla N. 27. Matriz del perfil competitivo (MPC).....	24
Tabla N. 28. Matriz Plan de acción.....	25
Tabla N. 29. Matriz Plan de acción.....	27
Tabla N. 30. Ventas (Competencia)	28
Tabla N. 31. Proyección Oferta.....	28
Tabla N. 32. Demanda Potencial Insatisfecha.....	29
Tabla N. 33. Canales de comunicación	30
Tabla N. 34. Seguimiento a clientes.....	33
Tabla N. 35. Requisitos de goma de mascar -dietéticas	37
Tabla N. 36. Equipos para la producción	40
Tabla N. 37. Ritmo de producción	41
Tabla N. 38. Nivel de inventario promedio.....	42
Tabla N. 39. Número de trabajadores.....	42
Tabla N. 40. Capacidad de producción futura.....	43

Tabla N. 41. Materia prima sustituible.....	43
Tabla N. 42. Proveedores sustitutos	44
Tabla N. 43. Diagrama de Pareto	44
Tabla N. 44. Mapa estratégico.....	51
Tabla N. 45. Funciones del perfil de gerencia.....	53
Tabla N. 46. Funciones del perfil de ventas	54
Tabla N. 47. Funciones del perfil de producción	55
Tabla N. 48. Funciones del perfil de financiero	56
Tabla N. 49. Indicadores de gestión.....	57
Tabla N. 50. Necesidades de personal.....	57
Tabla N. 51. Plan de inversiones	63
Tabla N. 52. Capital del trabajo	64
Tabla N. 53. Forma de financiamiento.....	65
Tabla N. 54. Tabla de financiamiento	65
Tabla N. 55. Detalle de Interés y Capital	67
Tabla N. 56. Cálculo de costos y gastos.....	68
Tabla N. 57. Proyección de costos	69
Tabla N. 58. Gastos administrativos	70
Tabla N. 59. Gastos de ventas	70
Tabla N. 60. Gastos financieros	70
Tabla N. 61. Proyección de gastos	71

Tabla N. 62. Mano de obra.....	72
Tabla N. 63. Personal Administrativo	72
Tabla N. 64. Depreciación.....	73
Tabla N. 65. Proyección de la depreciación.....	73
Tabla N. 66. Cálculo de ingresos	74
Tabla N. 67. Proyección de ingresos	75
Tabla N. 68. Flujo de caja	76
Tabla N. 69. Punto de equilibrio	77
Tabla N. 70. Estado de resultados	78
Tabla N. 71. Balance general	79
Tabla N. 72. Cálculo del VAN	80
Tabla N. 73. Cálculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento	80
Tabla N. 74. Tasa Interna de Retorno	80
Tabla N. 75. Beneficio Costo	81
Tabla N. 76. Periodo de recuperación	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N. 1 Consumo de barras de chicles al día	8
Gráfico N. 2 Tabulación pregunta 2	9
Gráfico N. 3 Tabulación pregunta 2.....	10
Gráfico N. 4 Tabulación Pregunta 2.....	11
Gráfico N. 5 Tabulación pregunta 3	12
Gráfico N. 6 Tabulación de la pregunta 4	13
Gráfico N. 7. Tabulación de la pregunta 5	14
Gráfico N. 8 Tabulación de la pregunta 6	15
Gráfico N. 9 Tabulación pregunta 6	16
Gráfico N. 10 Tabulación pregunta 8	17
Gráfico N. 11. Tabulación pregunta 9	18
Gráfico N. 12. Proyección de la demanda	19
Gráfico N. 13 Oferta.....	29
Gráfico N. 14 Diagrama de Pareto	45
Gráfico N. 15. Diagrama de Ishikawa	46

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N. 1 Marca del producto	31
Ilustración N. 2 Canales de distribución.....	32
Ilustración N. 3 Proceso de elaboración	38
Ilustración N. 4. Mapa de procesos	39
Ilustración N. 5 Plano de las instalaciones	40
Ilustración N. 6 Organigrama estructural	51
Ilustración N. 7 Organigrama funcional.....	52

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N. 1 Árbol de problemas	87
Anexo N. 2 Árbol de objetivos	87
Anexo N. 3 Encuesta.....	87
Anexo N. 4 Cotización Facebook-Instagram.....	91
Anexo N. 5 Cotización YouTube.....	91
Anexo N. 6 Cotización radio.....	91
Anexo N. 7. TCP Ecuador	92
Anexo N. 8 Consulta de existencia de la marca.....	92
Anexo N. 9. Prueba Piloto	92

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

TÉMA: “ PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE UN CHICLE PARA LA ANSIEDAD EN LA CIUDAD DE AMBATO ZONA CENTRO PROVINCIA DE TUNGURAHUA ”.

AUTOR:

María José Mejía Rivadeneira

TUTOR:

Ing. Jaqueline Peñaherrera. Mg.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad presentar un plan de negocios para la elaboración y comercialización de chicle para la ansiedad. El análisis permitió establecer la oferta y la demanda del producto planteado, recurriendo a tomar información directa con el consumidor potencial identificado. Se hizo también el análisis de los recursos, requerimientos de insumos y equipamientos, dentro del proyecto; además se planteó una propuesta de organización que soporte la implantación de la ingeniería. La estrategia de comercialización del producto promueve la ventaja diferenciadora con referencia a la competencia, por su alto contenido de productos naturales. La información levantada entre el consumidor potencial revela datos importantes en cuanto a gustos y preferencias de los potenciales consumidores. La investigación de mercado realizada permitió analizar las estrategias adecuadas para los procesos de fabricación y comercialización del producto. Para determinar la elaboración de producto se realizó experimentos los cuales sirvieron para mejorar y satisfacer las necesidades de los clientes. Finalmente, se abordó el estudio financiero que determinó la factibilidad y la viabilidad del proyecto.

Palabra clave: chicle, natural, ansiedad.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

THEME:"BUSINESS PLAN TO DEVELOP AND MARKETING OF BUBBLE GUM FOR ANXIETY IN AMBATO AREA CENTER PROVINCE OF TUNGURAHUA".

AUTHOR: María José Mejía Rivadeneira

TUTOR: Ing. Jaqueline Peñaherrera.Mg

ABSTRACT

The aim of this project is to present a business plan to develop and marketing of bubble gum for anxiety. The analysis allowed to determine the supply and demand of the product, by getting information with the identified potential consumer. The resources, supplies requirements and equipment are analyzed within the project . Additionally, an organizational proposal is put forward to support the project engineering. The product marketing strategy promotes the differentiating advantage related to the competition, due to its high content of natural products. Important data of consumer tastes and preferences has been gathered. Furthermore, the marketing research has allowed to analyze appropriate strategies for the manufacturing and commercialization processes of the product. Experiments are conducted to determine the product manufacturing improvement and to satisfy customer's needs. Finally, the financial study determines the feasibility and viability of the project.

KEYWORDS: bubble gum, natural, anxiety.

INTRODUCCIÓN

En el presente plan de negocios se busca descubrir la factibilidad de una empresa fabricante y comercializadora de un chicle para la ansiedad en la provincia de Tungurahua, dicha idea nace al encontrar un porcentaje alto en personas que sufren de ansiedad en la provincia antes mencionada; por lo tanto el objetivo es ofrecer un producto sano que está hecho a base a productos naturales como lo es la valeriana y el cedrón. La metodología usada en el plan de negocios está partiendo desde el capítulo uno que contiene el estudio de mercado con el fin de establecer la demanda y la oferta de los posibles consumidores del producto, como también haciendo énfasis en las especificaciones del producto. En el capítulo dos se detalla sobre el área de producción donde se da a conocer el proceso productivo a través de un mapa de procesos, adicional a ello se determina la capacidad de producción, la proyección de la misma y los correspondientes métodos de control de calidad que se aplicaran en el proceso. En el capítulo tres conlleva todo lo referente el análisis estratégico donde se plantea la misión y visión de la empresa, también se analiza una matriz FODA los factores externos e internos de la misma adicionalmente se elabora el organigrama estructural y funcional, En el capítulo cuatro se determina los requisitos para constituir la empresa como la base legal. En el capítulo cinco se detalla el área financiera del proyecto la misma que se desarrolló todos los cálculos e indicadores necesarios para determinar si el proyecto es viable y rentable a corto, mediano y largo plazo.

CAPÍTULO I

ÁREA DE MARKETING

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Especificación del Producto o Servicio

La idea de crear un chicle para la ansiedad nace de la necesidad de ayudar a personas que sufren de sobrepeso por el problema de la misma, la fabricación de este tipo de producto busca que las personas acepten y consuman el chicle que está fabricado a base de ingredientes naturales.

De acuerdo con los investigadores del Departamento de Medicina Familiar del IMSS los síntomas de ansiedad se relacionan directamente con la obesidad, una de las conclusiones más interesantes del estudio revela que la ansiedad es un trastorno que se encuentra sub-diagnosticado, por lo que es importante identificarlo y tratarlo en los pacientes con sobrepeso (Martínez , 2015).

Aspectos innovadores que proporciona

El producto que se va a fabricar es por su concepto diferenciador, su fórmula contiene ingredientes naturales que ayuda a reducir la ansiedad de las personas ya que los componentes son plantas naturales (Fraguaz, 2017), menciona que el cedrón y la valeriana ayuda a reducir el apetito, calma la ansiedad y ayuda a bajar de peso.

La creación del producto nace ante la necesidad de personas que no pueden controlar la ansiedad en comer y no están dispuestos en ingerir productos farmacéuticos; por esta razón el chicle se elaboró con ingredientes naturales que no causan dependencia ni efectos secundarios en el cuerpo de las personas que lo consumen.

DEFINICIÓN DEL MERCADO

El mercado potencial está compuesto por hombres y mujeres que pudieran consumir chicles y que además son propensos a presentar problemas de sobrepeso por causa de la ansiedad.

Según Martínez Laura (2015) un estudio del Departamento de Medicina Familiar del IMSS indica que personas mayores de 18 años y menores de 60 son propensas a tener exceso de peso, los resultados desvelaron que 75% de los pacientes presentaron ansiedad, por esta razón se tomó en cuenta dicha investigación y tomamos en cuenta a personas de rango de edad entre de 25 a 54 años para mi mercado potencial.

¿Qué mercado se va a tocar en general?

Categorización de sujetos

Tabla N. 1. Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
Quién compra?	Personas que sufren de ansiedad
Quién usa?	Personas que sufren de ansiedad
Quién decide?	Personas que sufren de ansiedad
Quién influye?	Especialistas sobre la ansiedad

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Estudio de Segmentación para consumidor

Dimensión Conductual

Tabla N. 2. Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad	Fisiológicas, Seguridad
Tipo de compra	Comparación
Relación de compra	Si
Actitud frente a la marca	Positivo

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Dimensión Geográfica

Tabla N. 3 Dimensión geográfica

VARIABLE	DESCRIPCION	PORCENTAJE	2010	2017
País	Ecuador	1,95%	14483499	16579984
Región	Sierra	1,84%	6449355	7327318
Provincia	Tungurahua	1,50%	504583	560009
Ciudad	Ambato	1,47%	329856	365332
Zona	Urbana	1,47%	165185	182951

Nota: Los datos presentados en la tabla pertenecen al censo poblacional del año 2010 a 2017 están proyectados con el promedio de la Tasa de crecimiento poblacional anual (TCP) respectiva de cada segmento, para obtener el promedio de la TCP 2017 se toma en cuenta el año 2010 multiplicado por el porcentaje de cada variable.

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Datos Censo Poblacional 2010 (INEC)

Dimensión Demográfica.

Tabla N. 4 Dimensión demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	2010	2017
Edad	Entre 25 a 54 años	1,47%	165168	182932
Sexo	hombres y mujeres	1,47%	81976	90793

Nota: Para realizar la proyección del año 2010 a 2017 se toma en consideración el valor de la Tasa de crecimiento poblacional (TCP) del 1.47% del cantón Ambato y para obtener el valor de la TCP 2017 se toma en cuenta el dato del año 2010 por el porcentaje de cada variable

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Datos Censo Poblacional 2010 (INEC)

Plan de Muestreo

Prueba Piloto

Se define una prueba piloto misma que fue dirigida a 30 consumidores en el cantón Ambato, Zona urbana, Provincia de Tungurahua para conocer si existe la aceptación del producto chicle para la ansiedad, la información de dicha pregunta se encuentra en el anexo número 1.

Fórmula de Investigación no probabilístico:

$$N = \frac{G^2 * Z^2}{E^2}$$

Simbología:

N= Universo

Z= Nivel de confiabilidad (1.96)

E= Error de la muestra (0.05)

σ = Prueba piloto (4.5)

m= Muestra

Nota: Schatz (2015) menciona que el muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados.

$$\frac{\text{Valor mayor} + \text{valor menor}}{\# \text{de datos}}$$

$$\sigma = \frac{8 + 1}{2}$$

$$\sigma = \frac{9}{2}$$

$\sigma = 4.5$ Chicles consumidos al día

Cálculo:

$$N = \frac{G^2 * Z^2}{E^2} .$$

$$N = \frac{4.5^2 * 1.96^2}{0.05^2}$$

$$N = \frac{20.25 * 3,8416}{0,0025}$$

$$N = \frac{0,59290000}{0,0025}$$

N = 31116 muestra inicial

Tabla N. 5. Elaboración de sigma

Tiempo	σ Sigma	n
1 día	4,5	3116
4 horas	0,72	288

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Nota: Para obtener la muestra, se calcula el número menor de las unidades con el número mayor de unidades de la prueba piloto y se divide para 2, por ende, se consigue el valor de sigma 4.5 se dividió para 7 días de la semana y se obtuvo el valor diario, este mismo valor se divide para 24 horas día, este cálculo permite conocer el valor promedio y se multiplica por 4 horas obteniendo el resultado final de 288 para sigma, universo, demanda y para el proceso de cálculo para la muestra.

Cuadro de Necesidades:

Objetivo General: Determinar la viabilidad de un chicle para la ansiedad en la Provincia de Tungurahua Cantón Ambato.

Objetivos Específicos

Tabla N. 6. Cuadro de necesidades Objetivo N.1

OBJETIVO ESPECIFICO N.1: Realizar una investigación de mercado para determinar la aceptación del chicle para la ansiedad en la ciudad de Ambato.

NECESIDADES DE INFORMACION	TIPO DE INFORMACION	FUENTES	INSTRUMENTOS
Segmentación	Secundaria	INEC	Servicios agrupados

Aceptación de Mercado	Primaria	Consumidor	Encuestas
Conocer los Factores principales que influyen en la Compra	Primaria	Consumidor	Encuestas

Elaborado por: Mejía. M
Fuente: Investigación propia

Tabla N. 7. Cuadro de necesidades Objetivo N.2

OBJETIVO ESPECIFICO N.2: Especificar las propiedades que contiene el chicle para la ansiedad en la ciudad de Ambato.

NECESIDADES DE INFORMACION	TIPO DE INFORMACION	FUENTES	INSTRUMENTOS
Características del Producto.	Primaria	Consumidor	Encuestas
Beneficios del Producto.	Primaria	Consumidor	Encuestas
Dar a			
Conocer los Síntomas de una Persona con ansiedad	Secundaria	Revista Científica	Internet

Elaborado por: Mejía. M
Fuente: Investigación propia

Diseño y recolección de Información.

Información Secundaria

Necesidad N.3 del objetivo: Especificar las propiedades que contiene el chicle para la ansiedad hacia los consumidores en la provincia de Tungurahua.

La obesidad se ha asociado a una multiplicidad de síntomas comúnmente presentes, como bajo concepto de sí mismo, ansiedad y depresión (Castillo, García & Guzmán,

2013); explican en gran parte las conductas relacionadas con los trastornos de alimentación, así como también la insatisfacción corporal, potenciando de esa forma la persistencia de la obesidad a la vez, la ansiedad puede ser a su vez consecuencia de la misma acompañando a una imagen corporal.

Análisis e Interpretación.

¿Cuántos chicles consume al día?

Tabla N. 8. Consumo de barras de chicle al día

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
1	55	19%
2	67	23%
3	50	17%
4	57	20%
5	13	5%
6	25	9%
7	11	4%
8	10	3%
Total	288	100%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

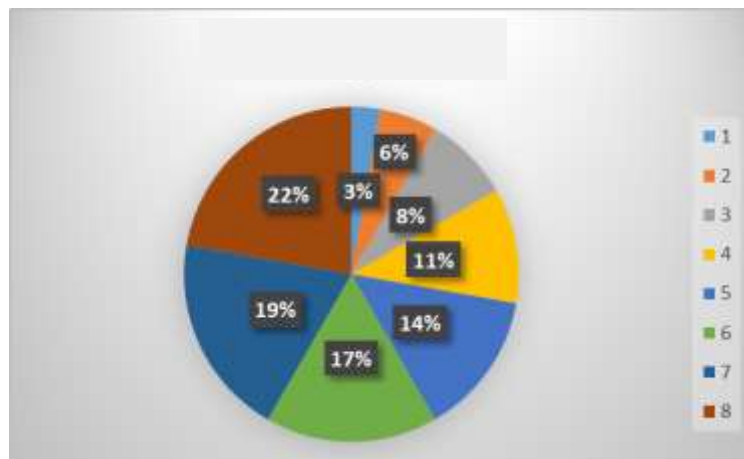


Gráfico N. 1 Consumo de barras de chicles al día

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

Análisis e Interpretación: El 23% de la población consumo 2 chicles al día, el 20% consume 4 chicles, el 19% consume 2 chicles estos valores son los más altos de la encuesta realizada, dicha pregunta nos ayuda a conocer nuestros posibles consumidores.

1. ¿Qué se le viene a la mente cuando escucha las siguientes palabras?

Chicle:

Tabla N. 9. Resultado pregunta

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
goma	75	26%
flexible	63	22%
golosina	67	23%
chicloso	39	14%
elastico	44	15%
Total	288	100%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

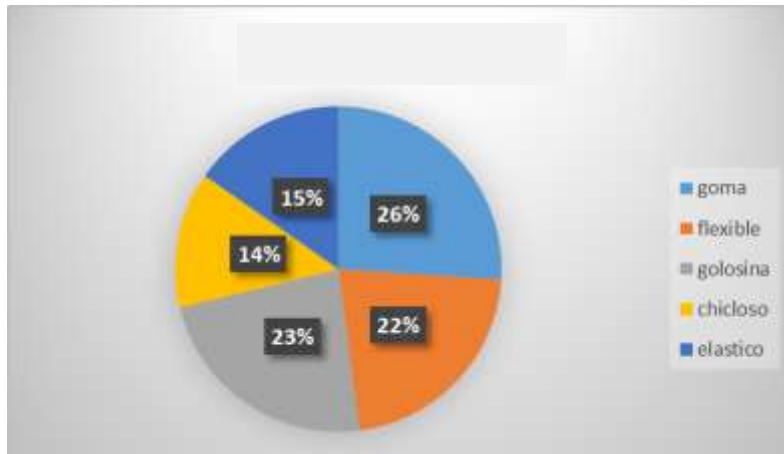


Gráfico N. 2 Tabulación pregunta 2

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

Análisis e interpretación: Los valores más altos de la encuesta realizada al escuchar la palabra chicle son con el 26% goma, 22% flexible, 23% golosina estas palabras nos ayuda para tomar en cuenta para el nombre del producto.

2. ¿Qué se le viene a la mente cuando escucha las siguientes palabras?

Elasticidad:

Tabla N. 10. Resultado pregunta 2

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
tiempo	69	24%
elastico	73	25%
largo	58	20%
durable	47	16%
flexible	41	14%
Total	288	100%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

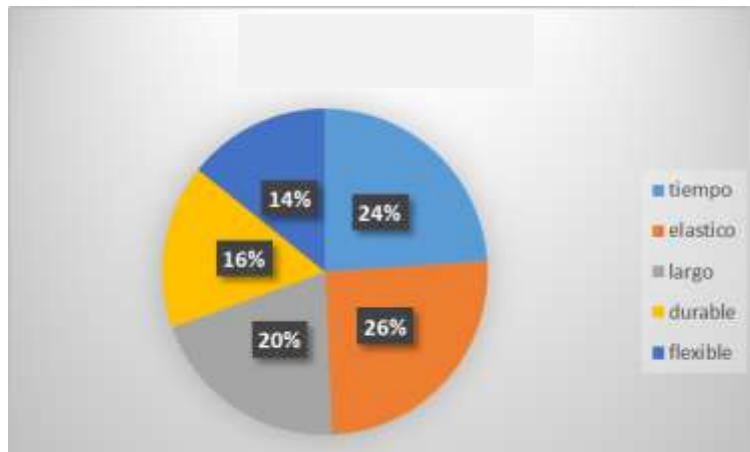


Gráfico N. 3 Tabulación pregunta 2

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Mejía. M

Análisis e interpretación: Los valores más altos al escuchar la palabra elasticidad son con el 20 % largo, el 26% elástico, el 24% tiempo, estos datos nos ayuda para la elaboración del nombre del producto.

Tabla N. 11. Resultado pregunta 2

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
dulce	78	27%
agridulce	64	22%
boca	59	20%
paladar	38	13%
gusto	49	17%
Total	288	100%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

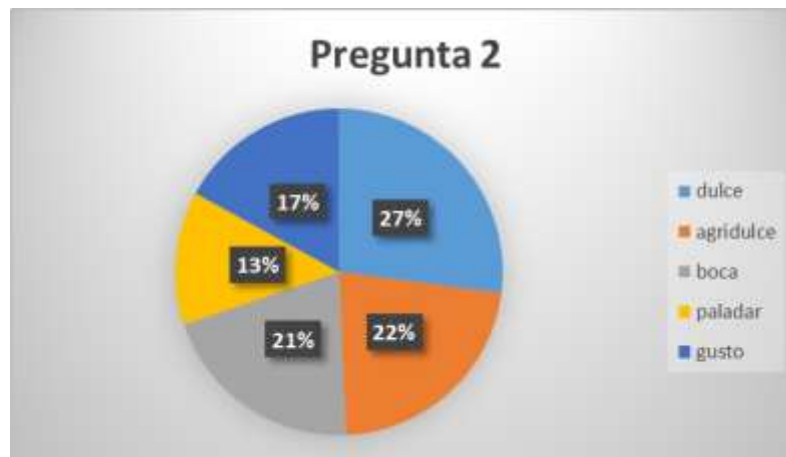


Gráfico N. 4 Tabulación Pregunta 2

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

Análisis e interpretación: Al escuchar la palabra sabor las palabras con los valores más alto son 27% dulce, 22% agridulce y 21% boca estas palabras nos ayudan para la elaboración del nombre del producto.

3. ¿De las siguientes características que posee el chicle califíquelas en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 3 menos importante?

Tabla N. 12. Resultado pregunta 3

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
precio	130	45%
sabor	101	35%
diseño	57	20%
Total	288	100%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

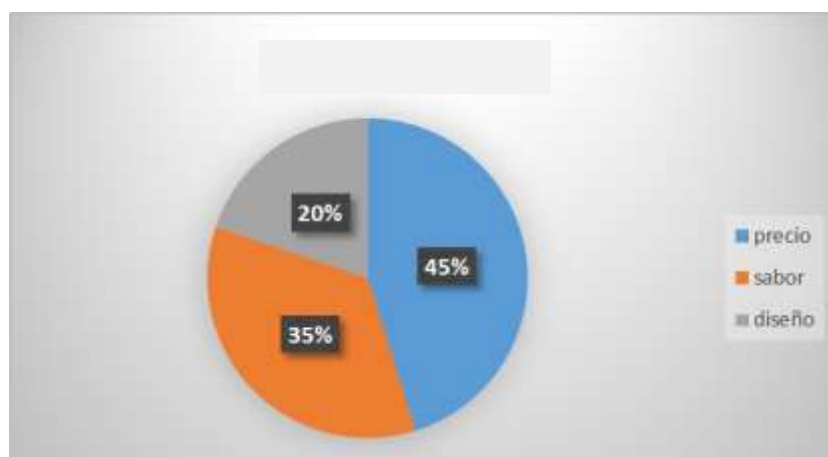


Gráfico N. 5 Tabulación pregunta 3

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

Análisis e interpretación: Las personas encuestadas colocaron en primer lugar el precio del producto, en segundo lugar el sabor y en tercer lugar el diseño de la misma esta pregunta nos va ayudar para la elaboración y comercialización del producto.

4. ¿Qué tipo de color le gustaría para un empaque de chicle?

Tabla N. 13. Resultado pregunta 4

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
azul	41	14%
fucsia	75	26%
blanco	73	25%
negro	53	18%
morado	46	16%
total	288	100%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

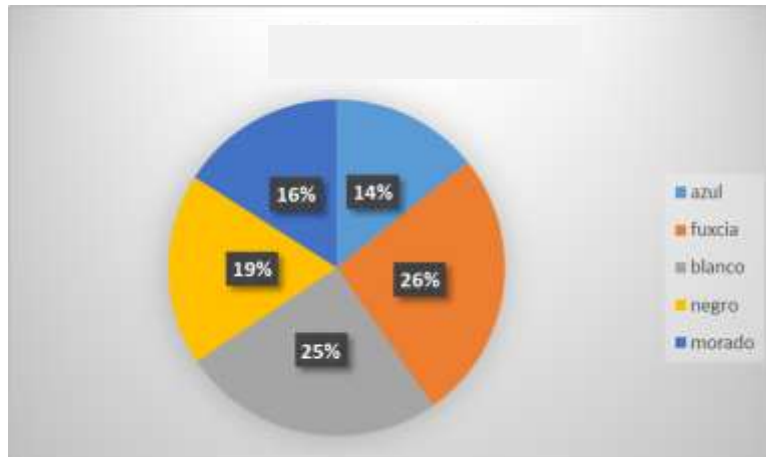


Gráfico N. 6 Tabulación de la pregunta 4

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

Análisis e interpretación: De acuerdo a las encuestas el 25% eligió el color blanco, 26% color fucsia, 19% color negro estos datos nos ayuda para la elección del color del empaque del producto.

5. ¿Qué tipo de textura del empaque le gustaría para la elaboración del chicle?

Tabla N. 14. Resultado pregunta 5

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
suave	78	27%
ligera	64	22%
liso	59	20%
fino	38	13%
blanda	49	17%
total	288	100%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

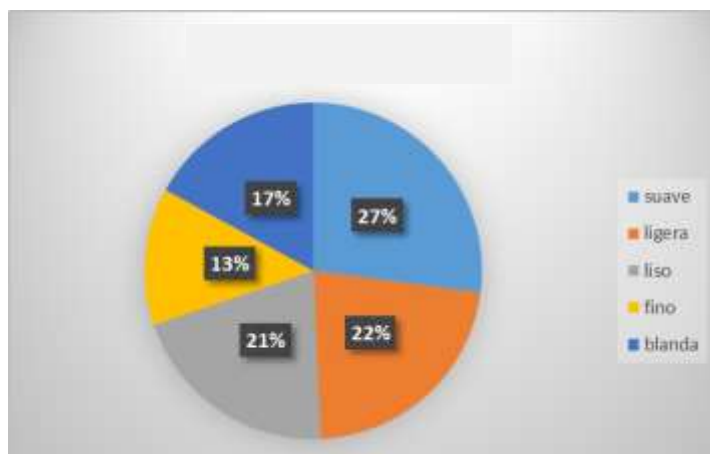


Gráfico N. 7. Tabulación de la pregunta 5

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

Análisis e interpretación: De acuerdo a las encuestas las características más sugeridas para la textura es con 27% suave, 22% ligera, esta pregunta me ayudara a elegir como les gustaría que sea la textura del empaque del chicle.

6. ¿Qué material de empaque les gustaría para la elaboración del producto?

Tabla N. 15. Resultado pregunta 6

<u>ALTERNATIVAS</u>	<u>TOTAL</u>	<u>PORCENTAJE</u>
carton	160	56%
plastico	69	24%
papel	59	20%
total	288	100%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

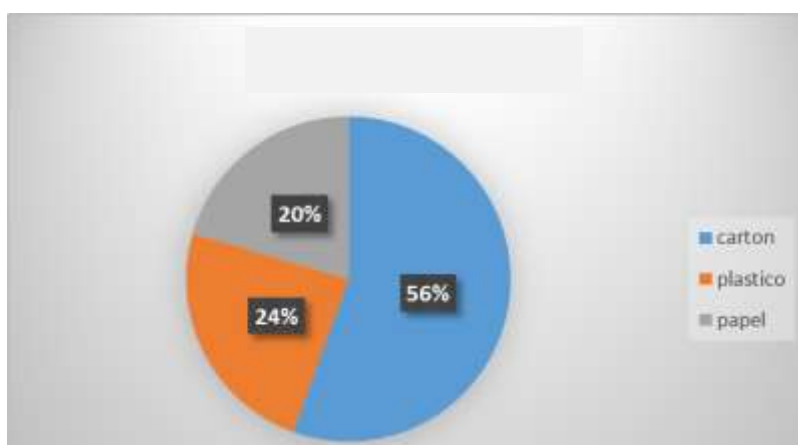


Gráfico N. 8 Tabulación de la pregunta 6

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

Análisis e interpretación: De acuerdo al análisis de las encuestas el empaque que el consumidor eligió fue el cartón con el 56%, en segundo lugar está el plástico con el 24% y el papel con el 20%, esta pregunta me ayudara a elegir qué tipo de empaque requiere el consumidor.

7. De los siguientes puntos de venta ordene según su comodidad de compra de chicles siendo 1 el de mayor comodidad y 4 el de menor comodidad.

Tabla N. 16. Resultado pregunta 6

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
tiendas barriales	64	22%
micromercados	71	25%
supermercados	86	30%
farmacias	67	23%
total	288	100%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

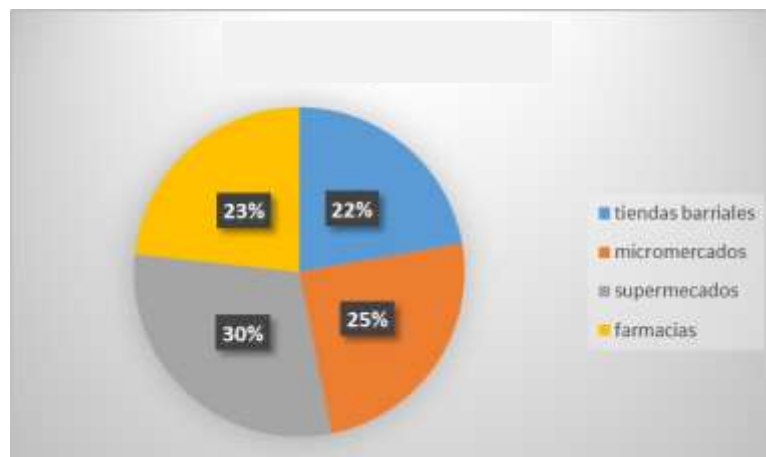


Gráfico N. 9 Tabulación pregunta 6

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

Análisis e interpretación: De acuerdo al análisis de las encuestas los supermercados son el mayor punto de venta con el 30%, y en segundo lugar con el 25% son los micro mercados para la compra de chicles, esta pregunta me va ayudar a elegir cual será mi canal de distribución de venta del producto.

8. De las siguientes marcas enumere según su preferencia siendo uno el de mayor preferencia y 4 el de menor preferencia:

Tabla N. 17. Resultado pregunta 8

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
orbit	67	23%
trident	123	43%
agogo	98	34%
total	288	100%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

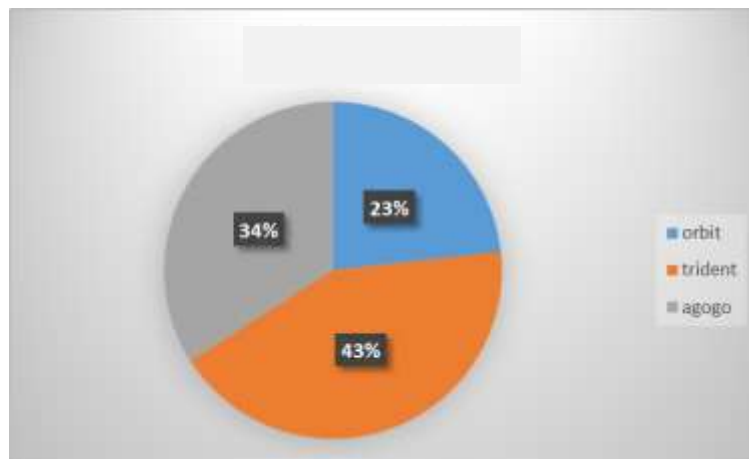


Gráfico N. 10 Tabulación pregunta 8

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Tabulación de las encuestas

Análisis e interpretación: De acuerdo al análisis de las encuestas la marca trident con el 43% es el chicle que puede ser mi mayor competencia, esta pregunta me ayuda analizar precios y características de la competencia.

9. De los siguientes medios de comunicación seleccione en orden de importancia, siendo 1 la de mayor importancia y 7 la de menor importancia.

Tabla N. 18. Resultado pregunta 9

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Redes Sociales	80	28%
Radio	64	22%
Televisión Nacional	45	16%
Televisión Cable	34	12%
Periodico	31	11%
Revistas	24	8%
Gigantografia	10	3%
total	288	100%

Elaborado por: Mejía. M
Fuente: Tabulación de las encuestas

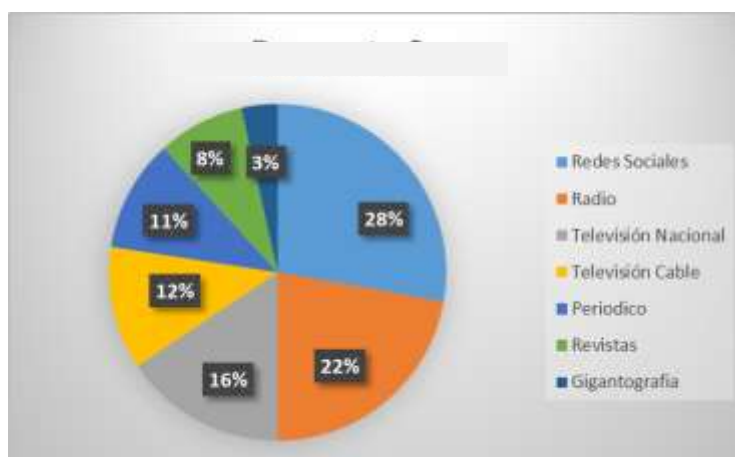


Gráfico N. 11. Tabulación pregunta 9

Elaborado por: Mejía. M
Fuente: Tabulación de las encuestas

Análisis e interpretación: De acuerdo a las encuestas los medios de comunicación más frecuentes son las redes sociales y la radio estos datos nos va ayudar a realizar el plan de medios.

Demanda Potencial.

Demanda es la cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por unidad de tiempo, para

el cálculo de la demanda se toma el valor del universo de sigma obtenido de la prueba piloto y se proyecta con la T.C.P 1.54 %, para luego calcular con el 4.5 valor que corresponde a sigma que se obtuvo de la prueba piloto.

Tabla N. 19. Cuadro de proyección de la demanda

AÑO	T.C.P 1,54%	SIGMA	
		SEMANAL	SIGMA AL AÑO
2016	31117	14936	179234
2017	31568	15153	181833
2018	32026	15372	184469
2019	32490	15595	187144
2020	32961	15821	189858
2021	33439	16051	192610

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: INEC

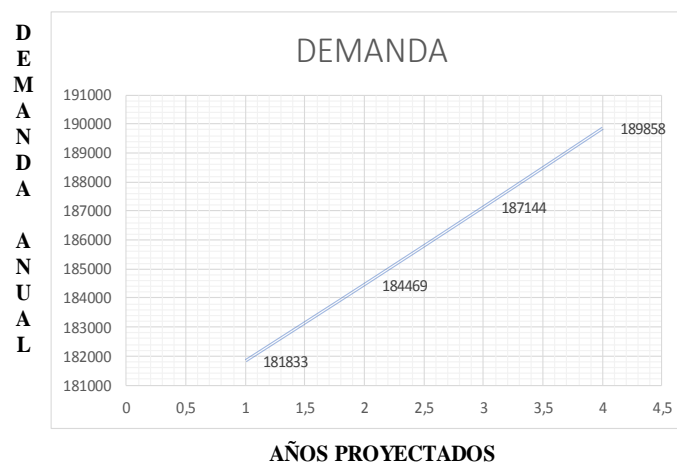


Gráfico N. 12. Proyección de la demanda

Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Mejía. M

Análisis: El aumento de la demanda de personas se da con la tasa de crecimiento poblacional que es de 1,42 como dato proporcionado del INEC, para el año 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2021; respectivamente. Obteniendo de esta manera una demanda de 192610 personas para el año 2021.

ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.

Análisis del Micro Ambiente.

FUERZAS DE PORTER

Tabla N. 20. Poder de negociación de los clientes

OPCIONES	SI(+)	MEDIO	NO(-)
Concentracion en los clientes	X		
Cobro en ventas al por mayor			X
Producto diferenciador	X		
Precio competitivo		X	

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigacion propia

Tabla N. 21. Rivalidad entre competidores

OPCIONES	SI(+)	MEDIO	NO(-)
Seguimiento de clientes	X		
Canales de distribucion definida		X	
Posicionamiento de la marca			X
Compromisos estrategicos	X		

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigacion propia

Tabla N. 22. Poder de negociación de los proveedores

OPCIONES	SI(+)	MEDIO	NO(-)
Variedad de proveedores	X		
Alianzas estratégicas		X	
Variedad de precio en materia prima		X	
Alta calidad en materia prima		X	

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigacion propia

Tabla N. 23. Amenaza de entrada de nuevos competidores.

OPCIONES	SI(+)	MEDIO	NO(-)
Experiencia en publicidad			X
Saturación de mercado		X	
Cambios políticos y económicos	X		
Economías de escala		X	

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Tabla N. 24. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

OPCIONES	SI(+)	MEDIO	NO(-)
Promociones	X		
Publicidad		X	
Lealtad a la marca			X
Precio de venta		X	

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Análisis del macro ambiente.

Matriz EFE.

La matriz EFE permite analizar las oportunidades y amenazas que se van a presentar para la fabricación del nuevo producto las mismas que se demuestra a través de la tabla para su respectivo análisis estratégico.

Tabla N. 25. Factores EFE

OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACION	PESO PROMEDIO	MEJORADA	
1.Oportunidades políticas para los emprendedores	0,08	3	0,24	4	0,32
2.Alianza estratégica con proveedores nacionales	0,1	3	0,3	3	0,3
3.Convenios para distribución	0,1	4	0,4	4	0,4
4.Políticas de consumo de productos naturales	0,1	3	0,3	3	0,3
5.Expansión en el territorio nacional	0,03	3	0,09	4	0,12
AMENAZAS					
1.Inestabilidad política	0,05	2	0,10	2	0,1
2. Tecnología cambiante	0,4	1	0,40	1	0,4
3.Productos sustitutos	0,02	2	0,04	3	0,06
4. Cambios en sistemas económicos	0,02	2	0,04	3	0,06
5.Aparicion de nuevos competidores	0,1	1	0,10	2	0,2
Total	1		2,01		2,26

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigacion propia

Interpretación: El valor del promedio ponderado es 2.26 indica que la empresa está respondiendo de manera media a las oportunidades y amenazas existentes en su fabricación. En otras palabras, las estrategias de la empresa deben ser aprovechadas de mejor manera con validez las oportunidades existentes y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas externas.

Tabla N. 26. Factores EFI

FORTALEZAS	PESO	CALIFICACION	PESO PROMEDIO	MEJORADA
1.Calidad en la fabricación	0,1	3	0,3	3
2.Producto innovador	0,1	3	0,3	2
3.Producto natural no causa adicción	0,05	3	0,15	2
4. Producto que ayuda a disminuir la ansiedad.	0,1	3	0,3	3
5.	0,08	4	0,32	4
DEBILIDADES				
1.Falta de experiencia	0,1	2	0,20	2
2. Desconocimiento de la marca	0,09	2	0,18	3
3.Retraso en el cumplimiento del inventario	0,08	2	0,16	3
4. Falta de financiación	0,1	1	0,10	2
5.Poca experiencia en el mercado	0,2	2	0,40	2
Total	1		2,41	2,53

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigacion propia

Interpretación: El valor del promedio ponderado es 2.53 indica que la empresa está respondiendo de manera alta a las fortalezas y debilidades existentes en su fabricación. En otras palabras, las estrategias de la empresa deben ser aprovechadas de mejor manera con validez las oportunidades fortalezas y minimizando los posibles efectos negativos de las debilidades internas.

Tabla N. 27. Matriz del perfil competitivo (MPC)

MATRIZ MEJORADA (MPC)							
		Cía A (baja ya)		Cía B (Ansiolítico)		Cía A (Mejorada)	
FACTORES DE ÉXITO	PONDERACION	Calificación	P.P	Calificación	P.P	Calificacion	P.P
Servicio al cliente	0,2	4	0,8	3	0,6	4	0,8
Calidad del producto	0,3	3	0,9	4	1,2	3	0,9
Proveedores	0,3	3	0,9	3	0,9	4	1,2
Competitividad del precio	0,1	3	0,3	3	0,3	4	0,4
Posicionamiento del producto.	0,1	3	0,3	4	0,4	4	0,4
TOTAL	1		3,2		3,4		3,7

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigacion propia

Análisis: En la matriz MPC se identificó las herramientas de nuestro consumidor más importante, los factores con la más alta calificación es la calidad del producto y el posicionamiento de la marca estos resultados nos ayuda a realizar estrategias para tomar las mejores decisiones y ser un alto nivel de competitividad con la competencia.

Tabla N. 28. Matriz Plan de acción

PLAN DE ACCIÓN FUERZAS DE PORTER						
FUERZAS DE PORTER	ESTRATEGIA	TÁCTICA	RESPONSA BLE	CRONOGR AMA	PRESUPUE STO	INDICADORES
Poder de negociación con los clientes	Participación en el Mercado.	Desarrollar un producto que satisfaga las necesidades de nuestros clientes potenciales	Gerente	Período 2018	1000,00	Número de clientes conformes /Total de clientes
Rivalidad entre competidores	Aumentar canales De ventas.	Realizar encuestas, para definir cuáles son los puntos de venta de mayor aceptación de nuestros clientes	Gerente	Período 2018	350,00	Número de puntos de venta/ Número de ventas
Poder de negociación	Realizar una base	Crear un plan estratégico	Gerente	Período 2018	150,00	Proveedores actuales/ Proveedores iniciales

con los proveedores de datos con proveedores Nacionales. de contratación con los Proveedores

Amenaza de entrada de nuevos competidores	Crear posicionamiento de la marca en el mercado	Invertir en publicidad masiva para nuestros clientes Potenciales	Gerente	Período 2018	1000,00	Número de clientes actuales/ Número de clientes entrantes
Amenaza de ingreso de productos sustitutos	Innovar el producto	Desarrollo de nuevos sabores del producto por parte de un Experto.	Ing. En alimentos	Período 2018	800	Ventas actuales/ Ventas futuras

Elaborado por: Mejía. M
Fuente: Investigacion propia

Tabla N. 29. Matriz Plan de acción

PLAN DE CONTINGENCIA				
Estrategia	Táctica	Responsable	Indicador	Medio de verificación
Aprovechar demanda creciente de los productos naturales en la competencia	Crear un producto con alto valor nutritivo	Administrador	Personas con IMC normal/personas con sobrepeso	MSP

Elaborado por: Mejía. M
Fuente: Investigación propia

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La proyección de oferta es una fase importante en el estudio de mercado, que tiene la finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con determinado bien o servicio (Cuevas, 2016).

Tabla N. 30. Ventas (Competencia)

FARMACIA	N.FARMACIAS	STOCK MENSUAL	MENSUAL TOTAL	ANUAL
SANA SANA	8	100	800	9600
CRUZ AZUL	6	80	480	5760
ECONOMICAS	4	100	400	4800
FYBECA	2	150	300	3600
			TOTAL ANUAL	23760

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación:

En base a la información obtenida en diálogo con empleados de cada una de las farmacias más representativas de la provincia de Tungurahua se puede concluir que existe un stock de 23760 unidades anuales de ansiolíticos para la ansiedad.

Tabla N. 31. Proyección Oferta

AÑO	UNIDADES	TASA DE INFLACIÓN
2017	23760	1,12%
2018	24026	1,12%
2019	24295	1,12%
2020	24567	1,12%
2021	24842	1,12%
2022	25121	1,12%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: (INEC, 2017)



Gráfico N. 13 Oferta
Elaborado por: Mejía. M
Fuente: (INEC, 2017)

Análisis e interpretación:

El dato de Tasa de Inflación es de 1,12% es tomado de la fuente del INEC con referencia al año 2017.

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Demanda Potencial Insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre lo cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (Andrade, 2013)

Tabla N. 32. Demanda Potencial Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI
2017	181833	23760	158073
2018	184469	24026	160443
2019	187144	24295	162849
2020	189858	24567	165291
2021	192610	24842	167768

Elaborado por: Mejía. M
Fuente: (INEC, 2017)

Promoción y publicidad que se realizara (Canales de distribución)

Tabla N. 33. Canales de comunicación

CANALES DE COMUNICACIÓN						
Objetivo: Aumentar el 15% el posicionamiento de la marca y la captacion de nuestros consumidores potenciales a traves de los medios publicitarios en la ciudad de Ambato.						
MEDIO	ESTRATEGIA	TÁCTICA	RESPONSABLE	CRONOGRAMA	PRESUPUESTO	INDICADORES
Redes sociales	Fortalecimiento de la marca	Realizar publicidad BTL para que el consumidor tenga claro los beneficios en consumir nuestro producto.	Dpto. de ventas	Periodo 2018	500	Numero de cientes/ Número de clientes actuales
Radio	Llamar la atencion de nuestros consumidores potenciales	Llegar al consumidor con nuestro producto, transmitiendo nuestros beneficios y promociones en horarios estelares.	Dpto. de ventas	Periodo 2018	150	Ventas actuales/ Ventas futuras

Elaborado por: Mejía. M
Fuente: Investigacion propia

Diseño de empaque del producto.



Ilustración N. 1 Marca del producto

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Sistema de distribución a utilizar (canales de distribución)

Los canales de distribución son importantes para conocer los procedimientos adecuados para comercializar el producto, el propósito es saber si el producto es eficiente al momento que llega hasta el consumidor. Para este plan de negocios se toma en consideración los canales a utilizar como; productor, mayorista, minorista y por último el consumidor.



Ilustración N. 2 Canales de distribución
Elaborado por: María José Mejía
Fuente: Investigación propia

SEGUIMIENTO DE CLIENTES

El seguimiento a los clientes se realizará con software gratuitos que existen en la web diseñadas para el control de comportamiento del consumidor lo cual me permitirá abrir una ficha para cada cliente en que se tengan los datos de contacto y otros datos de interés basados en el producto innovador, en el siguiente gráfico se muestra el sistema de ingreso de datos para el control de los clientes en general.

Tabla N. 34. Seguimiento a clientes

SEGUIMIENTO DE CLIENTES					
Objetivo: Desarrollar incentivos a los consumidores potenciales en la compra del producto teniendo en cuenta los beneficios y características del chicle.					
MEDIO DE SEGUIMIENTO	ESTRATEGIA	TÁCTICA	RESPONSABLE	CRONOGRAMA	PRESUPUESTO
Página Web	Seguimiento de clientes	Utilizar una página Web que nos permita recibir comentarios de los clientes, así como también enviar promociones del producto.	Dpto. de ventas	Periodo 2018	500

Elaborado por: Mejía. M
Fuente: Investigación propia

ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS

En caso de que la empresa no pudiese cumplir con los objetivos para lo que fue creada, y si es que no se cumplió el tiempo de recuperación que se analizó en el área financiera, se establecerá nuevos procesos para general un caramelo que ayude para la ansiedad, que se pueda aplicar para cualquier edad, ya que la maquinaria invertida puede utilizarse para realizar el caramelo mencionado y así poder recuperar lo invertido.

CAPITULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Es un producto nuevo para el mercado, aun no existe un proceso establecido para la elaboración del mismo es por eso que se realizara una investigación profunda acerca de productos similares para la elaboración del chicle para la ansiedad.

- Recepción de materia prima
- Derretido
- Mezclado
- Enrollado
- Acondicionamiento
- Partido
- Elaboración de cobertura
- Cortado
- Empaquetado

Proceso de la elaboración del chicle para la ansiedad.

Recepción de materia prima

En este proceso se encarga el personal responsable para la producción de la materia prima, antes de comenzar las operaciones de esta área debe tener la indumentaria adecuada y limpiar e higienizar muy bien los equipos y utensilios a utilizar ya que esto es una fuente de contaminación para la elaboración del producto, los ingredientes que se necesitan en la elaboración del producto son el cedrón, valeriana, base goma, glicerina, jarabe de maíz y endulzante natural sabor a fresa.

Derretido

Para poder fabricar el chicle es necesario derretir y purificar la base de la goma de mascar, la base goma es una sustancia insoluble y nutritiva que permite que un chicle se pueda masticar durante horas sin que sufra cambios notables las propiedades físicas son la elasticidad, plasticidad, dureza y textura deseada la cual generalmente ya está previamente procesada y extraída de la resina de algunos árboles. Ésta, viene formada en pequeñas porciones redondas la duración de este proceso es de 10 minutos.

Mezcladora

Una vez derretida la base goma se añade a la mezcla de colorantes naturales, jarabe de maíz, saborizantes naturales, valeriana, cedrón y endulzante natural se vierte en una máquina mezcladora que debe estar con una temperatura de 15°F, este proceso dura 8 minutos.

Enrollado

De la mezcla anterior se invierte en la maquina estrujadora moldeadora y es aplanada por medio de rodillos continuos que hacen que éste afine su tamaño y grosor este proceso dura 8 minutos.

Acondicionamiento

Cuando el chicle ya tiene su forma definida, se traslada a un lugar acondicionado, en donde la temperatura debe estar esterilizada a una temperatura de 15°C para que el chicle tenga la textura y consistencia adecuada, este proceso dura 7 minutos.

Elaboración de la cobertura

La elaboración de cobertura se crea mediante una mezcla preparada con agua, edulcorante natural y colorante orgánico, este proceso dura 3 minutos, posteriormente la mezcla se invierte en el chicle que esta acondicionado utilizando aspersores lo cual dura 5 minutos; esta cobertura caramelizada por aspersion forma la capa que envuelve al chicle.

Cortado

Culminado el proceso anterior, se procede a cortar el chicle en forma de barra para ser envuelto en el papel que lo envuelve y posteriormente llevado a la maquina empaquetadora este proceso dura 6 minutos.

Empacado

En esta fase el chicle envuelto con el papel couche se introduce en la maquina empacadora para que lo selle una vez terminado el proceso que dura 7 minutos, se guarda en la caja del chicle para la comercialización del producto.

Para la elaboración del chicle para la ansiedad se debe cumplir ciertos requisitos según las Normas INEN:

Requisitos de goma de mascar- dietéticas

Tabla N. 35. Requisitos de goma de mascar -dietéticas

Requisitos		Min.	Max.	Método de ensayo
Humedad	%	-	5	NTE INEN 265
Goma base residual.	%	12	-	NTE INEN 2218
Sacarosa	%	-	80	AOAC 925.46

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Norma INEN

Requisitos para la elaboración de chicles

Las gomas de mascar deben tener y conservar el color, sabor y olor característicos desde su elaboración hasta su consumo.

No se permite la adición de colorantes ni otros aditivos alimentarios que modifiquen la naturaleza del producto deben cumplir con los niveles máximos permitidos dados en la NTE INEN – CODEX 192.

Las gomas de mascar no deben contener materias extrañas, metales pesados, toxinas y otros.

Proceso de elaboración del chicle para la ansiedad.

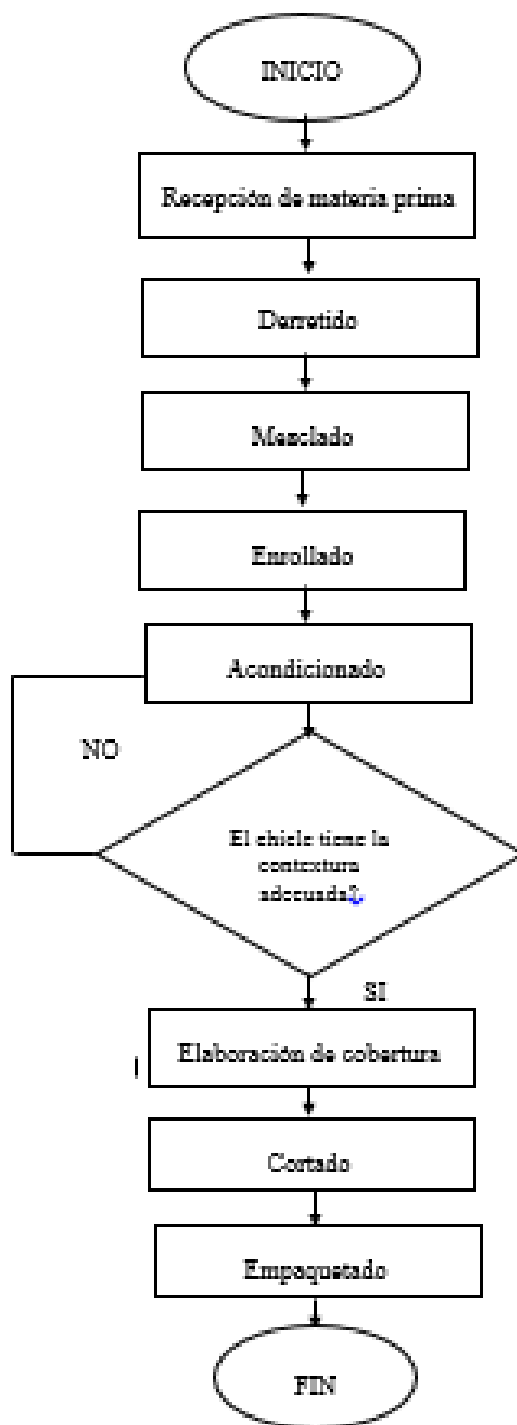


Ilustración N. 3 Proceso de elaboración
Autor: Mejía. M
Fuente: Investigación propia

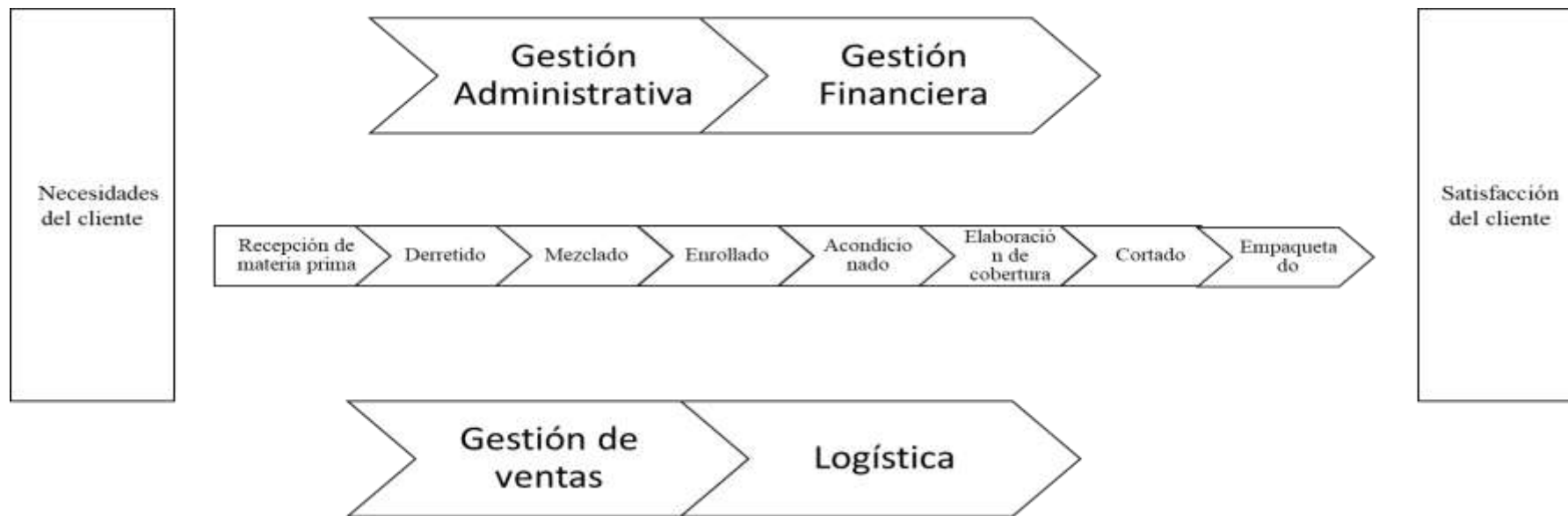


Ilustración N. 4. Mapa de procesos

Autor: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Descripción de instalaciones, equipos y personas

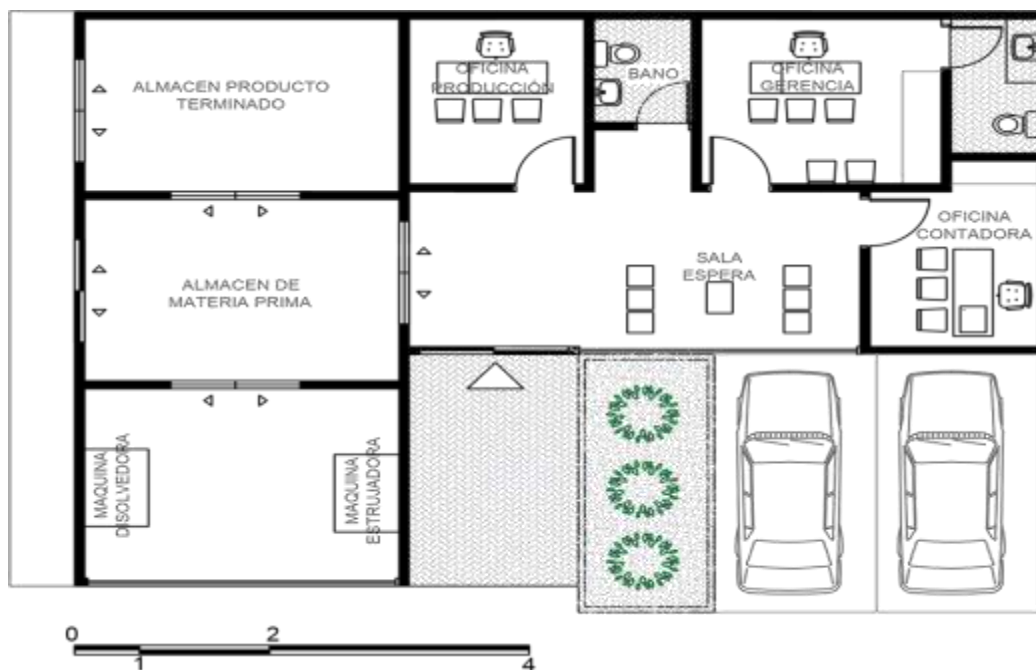


Ilustración N. 5 Plano de las instalaciones

Elaborado por: Arq. Xavier Salguero (2018)

Fuente: AUTOCAD

Equipos para la producción

Tabla N. 36. Equipos para la producción

EQUIPO	ACTIVIDAD	ESPECIFICACIONES TECNICAS	COSTOS
Maquina disolvedora mezcladora	Disuelve y mezcla la masa del chicle	Acero inoxidable y calibracion automatica	1100
Maquina enrolladora y moldeadora Empaquetadora	Enrolla y moldea el chicle	Acero inoxidable y motor trifásico	800
Empaquetadora	Aplica la envoltura final en la caja	Motor monofasico	500

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Tecnología a aplicar

La tecnología que se va a aplicar será de forma manual y mecánica ya que se va a utilizar maquinas que tienen que ser manipuladas por el hombre.

Cuando hablamos de la elaboración del chicle para la ansiedad, se menciona que es un proceso no complicado y fácil de realizarlo si se tiene la maquinaria pertinente y colaboradores que sepan el proceso de elaboración. Para lograr un producto de calidad se contará con todos los factores, elementos, metodología y etapas necesarias, para que de esa manera no se desperdicie materia prima ni recursos como tiempos y movimientos. Tomando en cuenta el mantenimiento de cada máquina que se va a utilizar.

FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

Ritmo de Producción

Tabla N. 37. Ritmo de producción

Actividades	No. Personas	Tiempo promedio (minutos)	Tiempo normal (minutos)	Ritmo de trabajo
Recepción de MP	1	10	10	
Derretido	1	10	12	
Mezclado	1	5	7	24000 unidades a producir mensualmente
Enrollado	1	8	10	
Acondicionado	1	6	8	
Elaboración de cobertura y cortado	1	4	6	
Empaquetado		10	10	

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación de campo

Nivel de inventario promedio

Tabla N. 38. Nivel de inventario promedio

Producción mensual Cajas	Reserva en bodega 20%	Stock promedio mensual
24000 unidades a producir mensualmente	120000 Cajas de reserva	6912 cajas en stock de productos terminados

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación de campo

Número de trabajadores

Tabla N. 39. Número de trabajadores

Número de Trabajadores	Cargo	Función	Fijo / Variable	Planta / Subcontratado
1	Contadora	Realizar funciones según perfil	Fijo	Planta
1	Operario	Realizar funciones según perfil	Fijo	Planta
1	Vendedor	Realizar funciones según perfil	Fijo	Planta

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación de campo

Nota. En el capítulo de organización se encuentra detallado cada perfil con sus diferentes funciones.

CAPACIDAD DE PRODUCCION

Capacidad de Producción Futura

La capacidad de producción futura en general se puede interpretar como el volumen de producción en un periodo. Se desea tener una capacidad suficiente para proveer el tiempo y la cantidad de producción necesaria para satisfacer la demanda actual y futura del cliente.

Tabla N. 40. Capacidad de producción futura

Año	Capacidad de Producción Unidades
2018	142024,7
2019	144173,4
2020	146292,7
2021	148443,2
2022	150625,3

Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Investigación de campo

Nota: Se ha realizado la proyección de producción futura con el 5% de incremento por cada año, la misma que se encuentra de tallada en la siguiente tabla.

DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCION

Especificaciones de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

Tabla N. 41. Materia prima sustituible

Materia prima	Grado de sustitución	Sustituto
Base goma	2%	Base goma procesada
Edulcorantes orgánicos	10%	Edulcorantes artificiales

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación de campo

Tabla N. 42. Proveedores sustitutos

Proveedor	Producto	Poder de negociación 1-5
Wold	Base goma	3
Confiteca	Saborizantes	3
El huerto	Cedrón, valeriana	2

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación de campo

CALIDAD

Método de control de calidad

Diagrama de Pareto

Alberto Núñez, (2013) dice que el diagrama de Pareto es un gráfico especial de barras cuyo campo de análisis o aplicación son los datos categóricos, y tiene como objetivo ayudar a localizar el o los problemas vitales, así como sus causas más importantes. La idea es que cuando se quiere mejorar un proceso o atender sus problemas, no se den “palos de ciego” y se trabaje en todos los problemas al mismo tiempo y se ataquen todas sus causas a la vez, sino que, con base en los datos e información aportados por un análisis de Pareto, se establezcan prioridades y se enfoquen los esfuerzos donde puedan tener mayor impacto

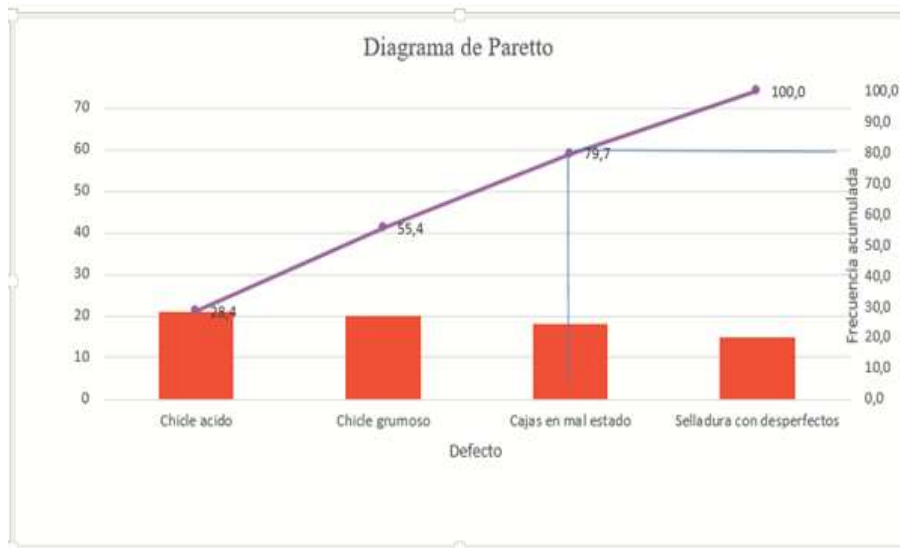
Tabla N. 43. Diagrama de Pareto

Defecto	Frecuencia	%Fre. Absoluta	%Fre. Acumulada
Chicle acido	21	28,4	28,4
Chicle grumoso	20	27,0	55,4
Cajas en mal estado	18	24,3	79,7
Selladura con desperfectos	15	20,3	100,0
Total	74		

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N. 14 Diagrama de Pareto



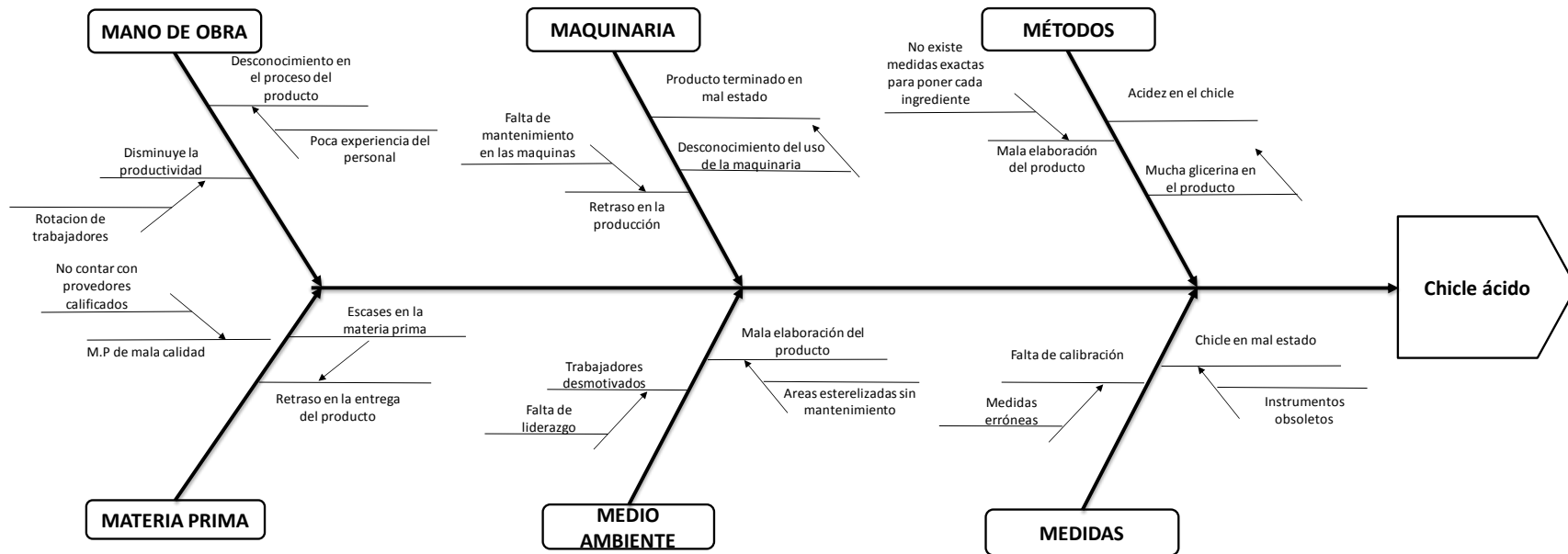
Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación de campo

Método de Ishikawa

El diagrama de Ishikawa es una herramienta de control de calidad utilizada para facilitar el análisis de un problema, se trata de una gráfica visualmente atractiva que agrupa y clasifica las causas que produce el síntoma o efecto. (Núñez, 2013)

Gráfico N. 15. Diagrama de Ishikawa



Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación de campo

NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTEN SU INSTALACIÓN

Permiso de funcionamiento cuerpo de bomberos

Requisitos previos a la obtención de permisos de Funcionamiento en la Empresa Municipal Cuerpo De Bomberos Ambato.

Para todo tipo de locales

Requisitos:

- Pago de Predio actualizado.
- Copia del RUC.
- Copia del Permiso del año anterior (para verificación).
- Informe de Inspección, Elaborado por el personal autorizado del Departamento de Prevención de la EMBA-EP.

Para centros de abastecimiento, embazadoras, centros de acopio y depósitos de distribución de GLP el permiso de la DNH, del año inmediato anterior.

Para locales de categoría turística, de tolerancia y general de acuerdo a la REFORMA Y CODIFICACIÓN DE LA ORDENAZA DE CONTROL Y REGULACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE DIVERSION Y TURISMO, publicada el 03 de diciembre de 2010, expedida por el I. Municipio de Ambato deberán presentar además informe favorable de la Dirección de Planificación de la Municipal de Ambato y el permiso único para su instalación otorgado por el IMA de acuerdo al Art. 9 y Art. 28 de la mentada Ordenanza.

Aprobación de planos

Requisitos:

- Solicitud dirigida al Gerente General de la EMBA-EP, en la que se indique el área total de construcción, números de pisos, dirección y demás datos generales del proyecto.
- Dos juegos de copias de los planos del Proyecto donde conste el conjunto de instalaciones del sistema de prevención y control de incendios, diseñados

para el proyecto sean éstos hidráulicos, eléctricos o especiales: y la ubicación correspondiente de los implementos manuales con su correspondiente simbología y ubicación, los mismos que irán con la abreviatura EE de Estudios Especiales. En caso que la complejidad del proyecto amerite, se presentarán los planos individuales con cada uno de los sistemas adoptados. Se graficará la simbología correspondiente y los planos irán firmados por el profesional responsable.

- Memoria técnica del o los sistemas de prevención y control de incendios con la firma del profesional responsable.
- Isometría del sistema contra incendios.
- Copia de la carta de pago del impuesto predial del año presente.
- Copia del RUC de quien solicita la aprobación.
- Copia del plano arquitectónico donde conste los m² de construcción.
- CD con toda la información (memoria técnica y planos)

Seguridad industrial

De acuerdo al Decreto Ejecutivo 2393 que es el “Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo”: Sobre las normas de seguridad industrial y de la salud ocupacional de la empresa, la empresa debe cumplir los siguientes parámetros:

- a) Por cada trabajador debe existir dos metros cuadrados de superficie (Art. 22 numeral 2).
- b) 2. Para cada trabajador es necesario seis metros cúbicos de volumen (Art. 22 numeral 2)
- c) Los corredores, las galerías y los pasillos deberán tener un ancho adecuado para su utilización (Art. 24 numeral 1).
- d) La separación entre máquinas u otros aparatos no tiene que ser menor a 800 milímetros, contándose esta distancia a partir del punto más saliente del recorrido de las partes que son móviles de cada máquina (Art.74 numeral 2).
- e) El ancho mínimo de las puertas que se encuentran en los exteriores será de 1,20 metros (Art. 33 numeral 4).

- f) Los pisos, paredes y techos serán lisos y susceptibles de fácil limpieza; teniendo estos últimos una altura mínima de 2,30 metros (Art. 37 numeral 2).

CAPITULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Visión de la empresa

“BAJA YA es un chicle que ayudara a reducir la ansiedad a nuestros consumidores en el Ecuador con los más altos estándares de calidad.

Misión de la empresa

“BAJA YA es un chicle para la ansiedad que desea crear confianza con nuestros consumidores brindándoles la mejor calidad para su consumo”

Análisis (FODA)

Se realizó el estudio FODA en las matrices EFE y EFI con sus respectivas estrategias en el Plan de acción y Plan de contingencia que se encuentran en el capítulo I “Plan de Marketing”, de las cuales se analizará aquellas estrategias de mayor impacto y su proyección en el tiempo detallando de manera ordenada los objetivos a ser alcanzados.

Los datos correspondientes al análisis se encuentran detallados en el siguiente cuadro resumen:

Tabla N. 44. Mapa estratégico

AÑO	OBJETIVO	POLITICA	ESTRATEGIA
AÑO 1	Establecer un plan de capacitación con la finalidad de fortalecer los conocimientos del personal para el manejo adecuado de los procesos de fabricación	Incentivar a los trabajadores en el plan de capacitación para que aprendan el manejo adecuado de los procesos de fabricación	Cumplir con los procesos adecuados para obtener un producto de calidad.
AÑO 2	Ingresar al mercado con un producto de calidad que cumpla con las expectativas del cliente	Recepcion de materia prima con altos estándares de calidad	Comercializar el producto en tiendas y mercados de los diferentes sectores de la provincia
AÑO 3	Establecer una campaña de publicidad con el proposito de incrementar las ventas	Realizar publiciad del producto en los medios de comunicación.	Verificar los costos de tansmision en los medios de comunicación
AÑO 4	Acuerdos estrategicos con proveedores reconocidos	Conseguir la materia prima a un precio determinado con proveedores directos.	Realizar contratos a largo plazo con los proveedores con un precio determinado.
AÑO 5	Buscar créditos en las instituciones bancarias para mejorar la estructura de la empresa	Investigar los intereses mas optimos para la realización del crédito	Aumento el espacio del área de producción dentro de la empresa.

Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Investigación de campo

ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna

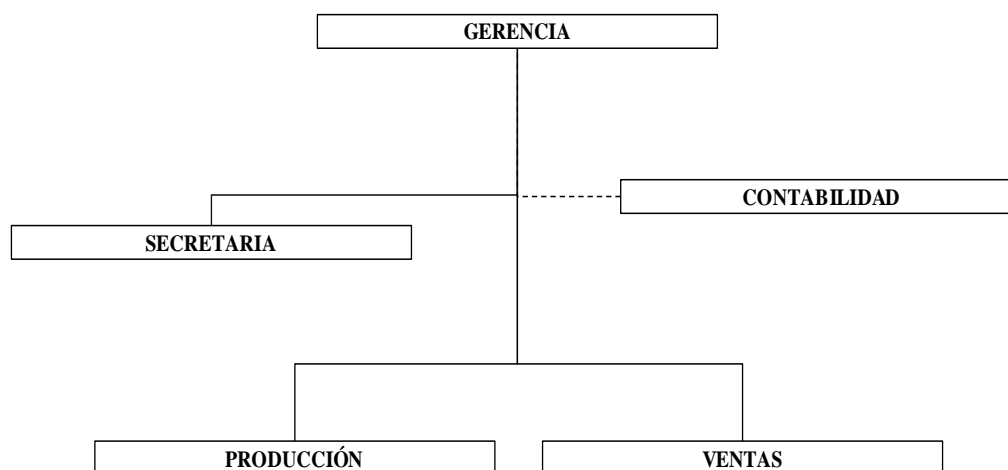


Ilustración N. 6 Organigrama estructural

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación de campo

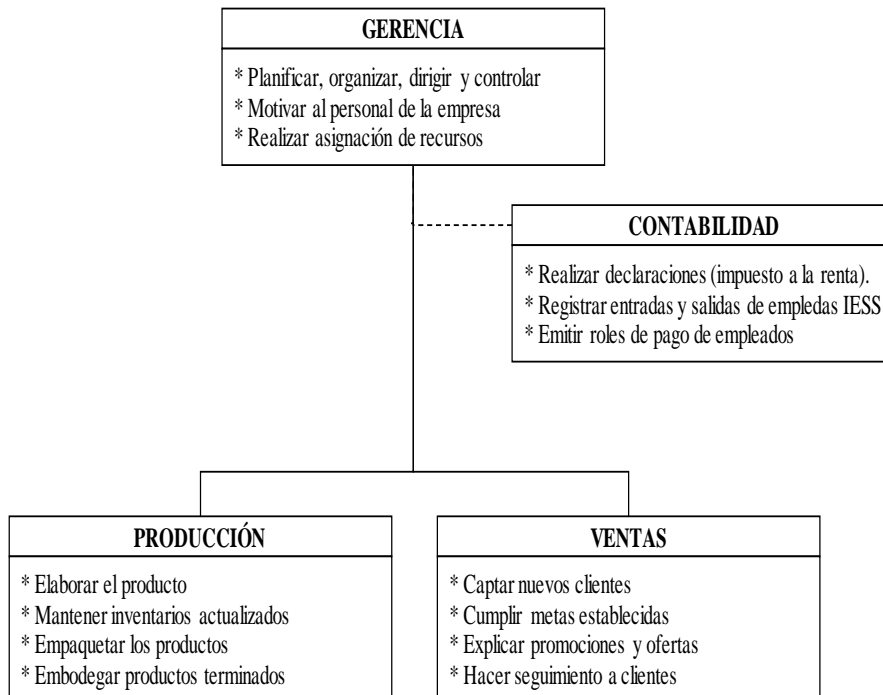


Ilustración N. 7 Organigrama funcional

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación de campo

Describe brevemente los cargos del organigrama.

Según el esquema realizado, se contratará al personal en base a la competencia del puesto que requiere la empresa, tomando en cuenta la experiencia laboral, nivel de estudio y los conocimientos adecuados para desempeñar la función encomendada por la organización.

Perfil de gerencia

Tabla N. 45. Funciones del perfil de gerencia

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Gerencia
JEFE INMEDIATO	Junta general
SUPERVISA A	Departamento administrativo y departamento de producción

II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Se encarga de evaluar periódicamente el cumplimiento de los diferentes departamentos. Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.	

III. FUNCIONES	
Proporcionar dirección a la organización.	
Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo.	
Comunicar a los directivos para analizar los problemas y tomar decisiones.	
Orientar los esfuerzos de los empleados en la organización para obtener finalidades organizacionales.	
Preservar y fortalecer los niveles de productividad, eficiencia y competitividad alcanzados en la operación	

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO	Ingeniero en Administración de empresas
EXPERIENCIA	2 años
HABILIDADES	Manejo de herramientas de trabajo
FORMACION	Ingeniero Civil Industrial, Ingeniero Comercial, Ingeniero en Administración de Empresas

Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Investigación propia

Perfil de ventas

Tabla N. 46. Funciones del perfil de ventas

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Departamento de ventas
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Vendedor

II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
El departamento de ventas es el encargado de persuadir a un mercado de la existencia de un producto, valiéndose de su fuerza de ventas o de intermediarios, las técnicas y políticas de ventas	

III. FUNCIONES	
Definir la Organización de Ventas.	
Implantar una Metodología de Ventas y dirigir a sus equipos a través de ella	
Identificar las características de sus vendedores en el comportamiento del cliente.	
Preparar y participar en los procesos de selección y evaluación	
Planificar y hacer seguimiento y control de la actividad de los vendedores de su equipo	

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ingeniero en Administración de empresas
EXPERIENCIA	2 años
HABILIDADES	Manejo de herramientas de trabajo.
FORMACIÓN	Marketing, Ventas en Empresas

Elaborado por: Mejía.M

Fuente: Investigación propia

Perfil de producción

Tabla N. 47. Funciones del perfil de producción

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Departamento de producción
JEFE INMEDIATO	Gerencia
SUPERVISA A	Operarios

II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Relaciona los recursos utilizados en la producción (factores productivos) con el producto terminado conseguido. Expresa la cantidad máxima de output que se puede obtener con unos factores productivos y con una tecnología existente	

III. FUNCIONES	
Establecer relaciones con proveedores para la compra de materia prima.	
Control del producto terminado.	
Toma los insumos y convertirlos en salidas para uso del cliente.	
Rentabilizar y planificar los recursos productivos de la empresa para obtener un aumento de la productividad.	
Diseñar y controlar la calidad de los procesos mediante determinación de estándares de calidad, su medición y la corrección de desviaciones.	

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ingeniero en Administración de empresas
EXPERIENCIA	2 años
HABILIDADES	Experto es procesos y manejo de personal
FORMACION	Ingeniero Comercial, Ingeniero en Administración de Empresas.

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Perfil de financiero

Tabla N. 48. Funciones del perfil de financiero

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Departamento financiero
JEFE INMEDIATO	Gerencia
SUPERVISA A	Departamento de ventas

II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Desarrollar un presupuesto realista que indique claramente lo que la organización va a pasar, de este modo, ayudan a todas las ramas de la organización a planificar sus actividades.	

III. FUNCIONES	
Controlar la contabilidad de la organización.	
Gestionar los costes, empleando los ingresos y costos diferenciales a través del margen de contribución	
Controlar los presupuestos de ventas, de producción, de compras, de mano de obra directa, de gastos de estructura.	
Buscar las fuentes de financiación más ventajosas para la empresa, teniendo en cuenta tres variables como son la rentabilidad, el riesgo y la liquidez.	
Buscar opciones de inversión con las que pueda contar la empresa, opciones tales como la creación de nuevos productos	

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ingeniero en Administración de empresas
EXPERIENCIA	2 años
HABILIDADES	Experto en finanzas y contabilidad
FORMACION	Ingeniero Comercial, Ingeniero en contabilidad y auditoria

Elaborado por: Mejía.M

Fuente: Investigación propia

CONTROL DE GESTIÓN

Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios.

Tabla N. 49. Indicadores de gestión

ÁREAS	INDICADORES	FÓRMULA
Administración	Administración eficiente.	Planificación estratégica / Planificación ejecutada
	Desarrollar estrategias para las actividades a realizar en la empresa.	Número de estrategias / Número de actividades a realizar
Secretaría - Contabilidad	Realizar informes mensuales.	Número de informes mensuales / Número de producción anual.
	Llevar la contabilidad de la empresa.	Estado de resultado, balance general, costos, gastos.
Producción	Realizar los registros diarios control de calidad del producto.	Número de unidades aceptada / Número de unidades producidas
Ventas	Contactar con nuevos clientes en el mercado.	Número de clientes / Numero de ventas.

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Como la capacidad instalada de producción y ventas de la empresa se cubrirá con el personal existente, no es necesario contratar nuevo personal para la producción de los siguientes 5 años.

Tabla N. 50. Necesidades de personal

AÑO	PERSONAL			
	GERENCIA	PRODUCCIÓN	SECRETARIA CONT.	VENTAS
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
3	1	1	1	1
4	1	1	1	1
5	1	1	1	1

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

CAPITULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La empresa se establecerá jurídicamente como Unipersonal de Responsabilidad Limitada, para el efecto deberá cumplir lo siguiente:

Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la Ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello. (Artículo 1 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada).

Como se observa, estas Empresas solo pueden tener un titular o gerente-propietario, designación con la que lo identifica la Ley, que debe necesariamente ser una persona natural. No pueden constituir estas Empresas las personas jurídicas ni las personas naturales que según la ley no pueden ejercer el comercio. (Artículo 5 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada). Así lo propusimos nosotros también en nuestro Proyecto de 1979.

Empresario unipersonal de responsabilidad limitada es el gerente-propietario de ella.

La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte a que se refiere el artículo 37 de la Ley.

La persona natural a quien pertenece una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada se llama "gerente-propietario" y no "titular" como lo propusimos nosotros (Artículo 4 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada). En este aspecto la Ley exige en el constituyente dos calidades: El ser el empresario y el ser el administrador y representante legal de la Empresa como lo establece, con claridad, el artículo 38. La proposición en nuestro Proyecto de Ley era que el titular o constituyente podía ser el representante legal de la Empresa pero podía también entregar esa representación a un tercero. Esto nos parece más conveniente. (Salgado, 2015).

PATENTES Y MARCAS

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas. (EPI B. d., 2017)

Precio de la marca.

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas es de \$ 208,00 USD. La protección de la marca tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento. (EPI, 2017)

Para registrar otra marca, estos son los pasos a seguir:

BÚSQUEDA FONÉTICA:

- “Realizar la búsqueda fonética de denominación “duración 5 días hábiles”. Para el efecto se debe presentar una carta o enviar un correo electrónico en el que detalle la denominación cuya búsqueda va a solicitar.
- Informe de búsqueda general de Signo Distintivo \$ 16,00
- Informe de búsqueda especial con base en cualquiera de los siguientes criterios: titular, clase internacional, año de registro y solicitudes en trámite en determinado período (por cada signo distintivo encontrado) \$ 2,00
- Copia a color de la cédula y papeleta de votación del propietario del negocio.
- Copia a color del RUC
- Comprobante del pago en la cuenta del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual con el valor de los \$ 16,00.” (Registro de Marca del IEPI, 2016).

REGISTRO DE LA MARCA COMERCIAL:

Una vez revisado el resultado de la búsqueda fonética se inicia el trámite de registro de marca y/o nombre comercial, “duración 6 meses aproximadamente” y se deberá presentar la siguiente documentación:

1. Carta solicitando que se realice el trámite de registro de marca y/o de nombre comercial.
2. Solicitud de registro de signos distintivos, suscrita por el peticionario.
3. Dos copias de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación del peticionario.
4. Copia notariada del nombramiento del representante legal, en caso de ser compañía.

5. Si la marca es figurativa o mixta deberá presentar seis etiquetas a color tamaño 5 x 5 cm., en papel adhesivo.
6. “Declaración de exoneración de responsabilidades”, debidamente suscrita por el socio. (Registro de Marca del IEPI, 2017).

PROCESO DE LAS SOLICITUDES EN LÍNEA PARA REGISTRAR UNA MARCA

- Ingresar a la página de www.propiedadintelectual.gob.ec
- Seleccionar la pestaña Programas / Servicios, del menú principal ubicado en la parte superior.
- Ingresar a la opción solicitudes en línea
- La aplicación le preguntará si usted posee Casillero Virtual del IEPI. Si cuenta con un casillero ya registrado, ingrese los datos respectivos, caso contrario sírvase acceder al link adjunto y cree su casillero. (Registro de Marca del IEPI, 2017).
- “Llenar la solicitud del casillero virtual con la información virtual. Al momento de Ingresar su información cumpla con todos los campos obligatorios.
- Usted recibirá un mensaje a través del correo electrónico registrado en su solicitud, con el usuario y contraseña para acceder al sistema.
- Retornar a la página web institucional del IEPE www.propiedadintelectual.gob.ec
- Seleccione la pestaña Programas/Servicios, del menú principal ubicado en la parte superior.
- Introducir al usuario y contraseña recibidos en el mensaje de correo antes mencionado.
- La primera vez que ingrese al sistema Casillero Virtual se solicitará cambiar su contraseña como acción de seguridad. Luego de esta acción, usted ha creado un casillero virtual, por lo que, puede ya cerrar la aplicación. Recuerde que en este casillero recibirá las próximas notificaciones generadas por los trámites ingresados.
- Ingresar nuevamente a la pestaña Solicitudes en Línea, del menú lateral ubicado a la parte izquierda del portal.
- Introducir el usuario y contraseña que usted registró y obtuvo de la aplicación de Casilleros Virtuales.” (Registro de Marca del IEPI, 2017).
- Ingresar la información requerida considerando los campos obligatorios. Toda la información a registrar debe ser clara y bajo los formatos establecidos en el formulario. Recuerde que la información ingresada por usted es la que será registrada en su trámite, si requiere un cambio de datos por alguna razón deberá hacerlo como un trámite de alcance o modificación al registro.
- Una vez completa la información, generar la vista previa de la solicitud.

- Si no existen cambios u observaciones a la solicitud, ingresar nuevamente a la misma con el botón de Editar y Generar Comprobante de Pago. (Registro de Marca del IEPI, 2017)
- “Imprimir el comprobante de pago y acercarse a cualquier agencia del Banco del Pacífico para realizar el pago por el servicio.
- Una vez realizado el pago, ingresar nuevamente al módulo de Solicitudes en línea.
- Ingresar el número de Depósito / Comprobante / CUR que se encuentre registrado en el comprobante de pago.
- Escanear el comprobante de pago o el registro de pago correspondiente, y adjuntarlo en formato PDF.
- Seleccionar Aceptar
- Considere que una vez que usted inicia el proceso, el sistema automáticamente le asignará un número de trámite (expediente y otorgará la fecha y hora de recepción del mismo. (Esto se considerará para la prioridad del trámite), por lo que, deberá verificar la consistencia de dichos datos.
- Las solicitudes generadas no requerirán la entrega física en las ventanillas del IEPI, a no ser que se requiera ingresar documentación que no pudo ser adjuntada al trámite en línea. Mientras que, para las solicitudes correspondientes a búsquedas fonéticas es obligatorio entregar la solicitud en las ventanillas de Recepción de Documentos del IEPI.
- Usted podrá verificar el estado de la solicitud remitida en la parte superior de su buzón electrónico, al ingresar a la opción Solicitudes en Línea del portal www.propiedadintelectual.gob.ec.” (Registro de Marca del IEPI, 2017).

Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (patentes, inicio de actividades, etc.).

a) Requisitos para la obtención del RUC:

- Copia de la cédula, papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Copia del nombramiento del representante legal de la empresa.
- Copia de los estatutos de la constitución de la empresa.
- Llenar el documento 01 del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

b) Requisitos para la obtención de la patente municipal:

- “R.U.C. completo
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Formulario de declaración inicial de la actividad económica”

c) Certificado de uso de suelo

- “Solicitud dirigida al Alcalde”
- Copia del RUC

d) Requisitos para la obtención del certificado del cuerpo de bomberos:

- Copia RUC y RISE
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación
- Permiso de funcionamiento del año anterior
- Copia impuesto predial
- Copia contribución de bomberos
- Informe de inspección.

e) Requisitos para obtener la calificación patronal en el Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social (IESS):

- “Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Copia de la cédula de identidad de los trabajadores.
- Llenar el formulario de la cédula de Inscripción Patronal” (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2017, pág. 1).

a) Requisitos para la obtención del permiso funcionamiento del Ministerio de Salud Pública

- b)** Solicitud para permiso sanitario dirigido al Jefe Provincial de Salud de Tungurahua en el lugar que pertenezca la jurisdicción de la empresa, en el del cantón Ambato.

Aprobada por la solicitud, el Inspector de Salud realiza la inspección respectiva a la empresa a fin de otorgar el permiso.

Permiso de funcionamiento para locales establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario (Acuerdos Ministeriales 4712 y 4907)

Solicitud para permiso de funcionamiento.

Planilla de Inspección.

Copia RUC del establecimiento.

Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros del Ministerio de Salud.

CAPÍTULO V

AREA FINANCIERA

PLAN DE INVERSIONES

Un Plan de Inversiones es un modelo sistemático, unos pasos a seguir, con el objetivo de guiar nuestras inversiones (actuales o futuras) hacia un camino más seguro. El plan de inversiones es fundamental para reducir riesgos a la hora de invertir. Quienes no tienen un plan bien desarrollado tendrá muchas probabilidades de fracasar a la hora de invertir su dinero.

Tabla N. 51. Plan de inversiones

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)
Local			\$ 18.500,00
1	Terreno	\$ 18.500,00	\$ 18.500,00
Instalaciones y remodelaciones			\$ 300,00
1	Intalaciones Eléctricas	\$ 300,00	\$ 300,00
Muebles y Enseres			\$ 670,00
2	Escritorios de oficina	\$ 115,00	\$ 230,00
2	Sillón giratorio	\$ 70,00	\$ 140,00
1	Anaquele de archivo	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Sillón de oficina	\$ 200,00	\$ 200,00
Maquinaria y equipo			\$ 2.400,00
1	Maquina disolvedora mezcladora	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
1	Maquina estrujadora moldeadora	\$ 800,00	\$ 800,00
1	empaquetadora	\$ 500,00	\$ 500,00
Equipo de computación			\$ 1.950,00
2	Computadoras de escritorio	\$ 800,00	\$ 1.600,00
1	Impresora multifuncional	\$ 350,00	\$ 350,00
Equipo de oficina			\$ 180,00
1	Fax	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Teléfono	\$ 80,00	\$ 80,00
Inventarios (primer mes)			\$ 245,25
100	gr Base goma	\$ 1,00	\$ 100,00
200	gr Glicerina	\$ 0,30	\$ 60,00
50	gr Hierba buena	\$ 0,05	\$ 2,50
55	gr Valeriana	\$ 0,05	\$ 2,75
150	gr Azúcar impalpable	\$ 0,20	\$ 30,00
200	gr Glucosa	\$ 0,25	\$ 50,00
Costos de Constitución			\$ 892,00
1	Registro de la marca	\$ 242,00	\$ 242,00
1	Patente	\$ 150,00	\$ 150,00
1	Tramitador para Documentación	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL			\$ 25.137,25

Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Investigación propia

En el plan de inversiones presentado se encuentra la asignación de los todos recursos necesarios para iniciar con las actividades del negocio, tales como la disponibilidad de la planta de producción, instalaciones, muebles y enseres, herramientas, maquinaria y equipo, equipo de computación, equipo de oficina, inventario del mes inicial y los costos de constitución.

PLAN DE FINANCIAMIENTO

Para autores como (Boscán & Sandra, 2013), el financiamiento constituye la opción con que las empresas cuentan para desarrollar estrategias de operación mediante la inversión, lo que les permite aumentar la producción, crecer, expandirse, construir o adquirir nuevos equipos o hacer alguna otra inversión que se considere benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que se suscite en el mercado.

Tabla N. 52. Capital del trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Sueldos y beneficios	\$ 2.550,00
Materia prima	\$ 245,25
Otros costos	\$ 550,00
Servicios generales	\$ 70,00
TOTAL	\$ 3.415,25

Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Investigación propia

Al analizar los requerimientos para la puesta en marcha de la empresa se estima que se requiere de una inversión de \$ 25.137,25 más un capital de trabajo de 3415,25 para lo cual se estima hacer la siguiente distribución de recursos para su financiamiento.

Forma de Financiamiento:

El financiamiento se lo realizará mediante recursos propios y mediante crédito para lo cual se establece la siguiente tabla:

Tabla N. 53. Forma de financiamiento

PLAN DE FINANCIAMIENTO			
DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
Recursos propios	\$ 20.607,50	100,00%	72,17%
Efectivo	\$ 1.137,25	5,52%	3,98%
Bienes	\$ 19.470,25	94,48%	68,19%
Recursos de terceros	\$ 7.945,00	100,00%	27,83%
Préstamo privado	\$ -	0,00%	0,00%
Préstamo bancario	\$ 7.945,00	100,00%	27,83%
TOTAL	\$ 28.552,50		100,00%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

De acuerdo con el plan de financiamiento de los recursos propios, el efectivo corresponde al 3.98% es decir \$1.137,25 y en cuanto a bienes entregados \$19.470,25 equivalentes al 68.18 % por la infraestructura y terreno; mientras tanto de los recursos de terceros por un préstamo bancario de \$7.945 corresponde al 27.83% del financiamiento total.

AMORTIZACIÓN

Tabla de amortización para 60 períodos con una tasa de interés del 12% anual con un préstamo de \$7.945 con una cuota fija a través del tiempo.

Tabla N. 54. Tabla de financiamiento

Nº	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERESES	CAPITAL	CAP.+INT.	SALDO FINAL
0						\$ 7.945,00
1	\$ 7.945,00	\$ 176,73	\$ 79,45	\$ 97,28	\$ 176,73	\$ 7.847,72
2	\$ 7.847,72	\$ 176,73	\$ 78,48	\$ 98,25	\$ 176,73	\$ 7.749,46
3	\$ 7.749,46	\$ 176,73	\$ 77,49	\$ 99,24	\$ 176,73	\$ 7.650,23
4	\$ 7.650,23	\$ 176,73	\$ 76,50	\$ 100,23	\$ 176,73	\$ 7.550,00
5	\$ 7.550,00	\$ 176,73	\$ 75,50	\$ 101,23	\$ 176,73	\$ 7.448,76
6	\$ 7.448,76	\$ 176,73	\$ 74,49	\$ 102,24	\$ 176,73	\$ 7.346,52
7	\$ 7.346,52	\$ 176,73	\$ 73,47	\$ 103,27	\$ 176,73	\$ 7.243,25
8	\$ 7.243,25	\$ 176,73	\$ 72,43	\$ 104,30	\$ 176,73	\$ 7.138,95
9	\$ 7.138,95	\$ 176,73	\$ 71,39	\$ 105,34	\$ 176,73	\$ 7.033,61
10	\$ 7.033,61	\$ 176,73	\$ 70,34	\$ 106,40	\$ 176,73	\$ 6.927,21

11	\$ 6.927,21	\$ 176,73	\$ 69,27	\$ 107,46	\$ 176,73	\$ 6.819,75
12	\$ 6.819,75	\$ 176,73	\$ 68,20	\$ 108,53	\$ 176,73	\$ 6.711,22
13	\$ 6.711,22	\$ 176,73	\$ 67,11	\$ 109,62	\$ 176,73	\$ 6.601,60
14	\$ 6.601,60	\$ 176,73	\$ 66,02	\$ 110,72	\$ 176,73	\$ 6.490,88
15	\$ 6.490,88	\$ 176,73	\$ 64,91	\$ 111,82	\$ 176,73	\$ 6.379,06
16	\$ 6.379,06	\$ 176,73	\$ 63,79	\$ 112,94	\$ 176,73	\$ 6.266,12
17	\$ 6.266,12	\$ 176,73	\$ 62,66	\$ 114,07	\$ 176,73	\$ 6.152,05
18	\$ 6.152,05	\$ 176,73	\$ 61,52	\$ 115,21	\$ 176,73	\$ 6.036,84
19	\$ 6.036,84	\$ 176,73	\$ 60,37	\$ 116,36	\$ 176,73	\$ 5.920,47
20	\$ 5.920,47	\$ 176,73	\$ 59,20	\$ 117,53	\$ 176,73	\$ 5.802,94
21	\$ 5.802,94	\$ 176,73	\$ 58,03	\$ 118,70	\$ 176,73	\$ 5.684,24
22	\$ 5.684,24	\$ 176,73	\$ 56,84	\$ 119,89	\$ 176,73	\$ 5.564,35
23	\$ 5.564,35	\$ 176,73	\$ 55,64	\$ 121,09	\$ 176,73	\$ 5.443,26
24	\$ 5.443,26	\$ 176,73	\$ 54,43	\$ 122,30	\$ 176,73	\$ 5.320,96
25	\$ 5.320,96	\$ 176,73	\$ 53,21	\$ 123,52	\$ 176,73	\$ 5.197,44
26	\$ 5.197,44	\$ 176,73	\$ 51,97	\$ 124,76	\$ 176,73	\$ 5.072,68
27	\$ 5.072,68	\$ 176,73	\$ 50,73	\$ 126,01	\$ 176,73	\$ 4.946,68
28	\$ 4.946,68	\$ 176,73	\$ 49,47	\$ 127,27	\$ 176,73	\$ 4.819,41
29	\$ 4.819,41	\$ 176,73	\$ 48,19	\$ 128,54	\$ 176,73	\$ 4.690,87
30	\$ 4.690,87	\$ 176,73	\$ 46,91	\$ 129,82	\$ 176,73	\$ 4.561,05
31	\$ 4.561,05	\$ 176,73	\$ 45,61	\$ 131,12	\$ 176,73	\$ 4.429,93
32	\$ 4.429,93	\$ 176,73	\$ 44,30	\$ 132,43	\$ 176,73	\$ 4.297,50
33	\$ 4.297,50	\$ 176,73	\$ 42,97	\$ 133,76	\$ 176,73	\$ 4.163,74
34	\$ 4.163,74	\$ 176,73	\$ 41,64	\$ 135,09	\$ 176,73	\$ 4.028,65
35	\$ 4.028,65	\$ 176,73	\$ 40,29	\$ 136,45	\$ 176,73	\$ 3.892,20
36	\$ 3.892,20	\$ 176,73	\$ 38,92	\$ 137,81	\$ 176,73	\$ 3.754,39
37	\$ 3.754,39	\$ 176,73	\$ 37,54	\$ 139,19	\$ 176,73	\$ 3.615,20
38	\$ 3.615,20	\$ 176,73	\$ 36,15	\$ 140,58	\$ 176,73	\$ 3.474,62
39	\$ 3.474,62	\$ 176,73	\$ 34,75	\$ 141,99	\$ 176,73	\$ 3.332,63
40	\$ 3.332,63	\$ 176,73	\$ 33,33	\$ 143,41	\$ 176,73	\$ 3.189,23
41	\$ 3.189,23	\$ 176,73	\$ 31,89	\$ 144,84	\$ 176,73	\$ 3.044,39
42	\$ 3.044,39	\$ 176,73	\$ 30,44	\$ 146,29	\$ 176,73	\$ 2.898,10
43	\$ 2.898,10	\$ 176,73	\$ 28,98	\$ 147,75	\$ 176,73	\$ 2.750,35
44	\$ 2.750,35	\$ 176,73	\$ 27,50	\$ 149,23	\$ 176,73	\$ 2.601,12
45	\$ 2.601,12	\$ 176,73	\$ 26,01	\$ 150,72	\$ 176,73	\$ 2.450,40
46	\$ 2.450,40	\$ 176,73	\$ 24,50	\$ 152,23	\$ 176,73	\$ 2.298,17
47	\$ 2.298,17	\$ 176,73	\$ 22,98	\$ 153,75	\$ 176,73	\$ 2.144,42
48	\$ 2.144,42	\$ 176,73	\$ 21,44	\$ 155,29	\$ 176,73	\$ 1.989,13
49	\$ 1.989,13	\$ 176,73	\$ 19,89	\$ 156,84	\$ 176,73	\$ 1.832,29
50	\$ 1.832,29	\$ 176,73	\$ 18,32	\$ 158,41	\$ 176,73	\$ 1.673,88
51	\$ 1.673,88	\$ 176,73	\$ 16,74	\$ 159,99	\$ 176,73	\$ 1.513,89
52	\$ 1.513,89	\$ 176,73	\$ 15,14	\$ 161,59	\$ 176,73	\$ 1.352,30
53	\$ 1.352,30	\$ 176,73	\$ 13,52	\$ 163,21	\$ 176,73	\$ 1.189,09
54	\$ 1.189,09	\$ 176,73	\$ 11,89	\$ 164,84	\$ 176,73	\$ 1.024,25
55	\$ 1.024,25	\$ 176,73	\$ 10,24	\$ 166,49	\$ 176,73	\$ 857,76

56	\$ 857,76	\$ 176,73	\$ 8,58	\$ 168,15	\$ 176,73	\$ 689,60
57	\$ 689,60	\$ 176,73	\$ 6,90	\$ 169,84	\$ 176,73	\$ 519,77
58	\$ 519,77	\$ 176,73	\$ 5,20	\$ 171,53	\$ 176,73	\$ 348,23
59	\$ 348,23	\$ 176,73	\$ 3,48	\$ 173,25	\$ 176,73	\$ 174,98
60	\$ 174,98	\$ 176,73	\$ 1,75	\$ 174,98	\$ 176,73	\$ 0,00

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Tabla N. 55. Detalle de Interés y Capital

Tabla de interés y pago	Interés	Pago capital
Primer año	\$ 887,00	\$ 1.233,78
Segundo año	\$ 730,53	\$ 1.390,26
Tercer año	\$ 554,21	\$ 1.566,57
Cuarto año	\$ 355,53	\$ 1.765,26
Quinto año	\$ 131,65	\$ 1.989,13

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

Tabla N. 56. Cálculo de costos y gastos

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO		UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	UNIDADES PRODUCIDAS/ MES	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN FINAL	RUBROS INDIV.	% DE PARTICIPACIÓN	
Materia Prima	base goma	Kg	100	\$ 1,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00		\$ 0,050			
	glicerina	kg	200	\$ 0,30	\$ 60,00	\$ 720,00		\$ 0,030			
	hierba buena	kg	50	\$ 0,05	\$ 2,50	\$ 30,00		\$ 0,001	\$ 0,12	27,25%	
	valeriana	kg	55	\$ 0,05	\$ 2,75	\$ 33,00		\$ 0,001			
	azucar impalpable	kg	150	\$ 0,20	\$ 30,00	\$ 360,00		\$ 0,015			
Glucosa	Kg	200	\$ 0,25	\$ 50,00	\$ 600,00		\$ 0,025				
Mano de obra	Trabajador de planta	Persona	1	\$ 593,40	\$ 593,40	\$ 7.120,80	24000	\$ 0,297			\$ 0,30
Costos Indirectos de fabricación	Caja para chicle	m2	12000	\$ 0,03	\$ 360,00	\$ 4.320,00			\$ 0,180		
	papel cruchee	Metro	20000	\$ 0,50	\$ 8.800,00	\$ 105.600,00			\$ 0,005	\$ 0,06	13,33%
	Pegamento	litro	2	\$ 0,00005	\$ 0,0001	\$ 0,00			\$ 0,000		
	Agua	m3	2500	\$ 0,00400	\$ 10,00	\$ 120,00			\$ 0,005		
	Energia electrica	kw	100000	\$ 0,0006	\$ 60,00	\$ 720,00			\$ 0,030		
	Caja para distribucion	m2	1000	\$ 0,10	\$ 100,00	\$ 1.200,00			\$ 0,050		
Mantenimiento de la maquinaria			20	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 240,00			\$ 0,010		
TOTALES				\$ 595,78	\$ 10.188,65	\$ 122.263,80		\$ 0,45	\$ 0,45	100,00%	

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Se estima un total de costos de \$122.263,05 en los cuales se ha incluido los gastos de depreciación de la maquinaria y equipos

Proyección de Costos:

Para el autor García Colín, 20014 el costo es: “el valor monetario de los recursos que se entregan o prometen entregar a cambio de bienes o servicios que se adquieren”.

Tabla N. 57. Proyección de costos

DESCRIPCION	COSTO		COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5		
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB.	FIJOS		VARIAB	FIJOS		VARIAB	FIJOS		VARIAB	FIJOS		VARIAB	FIJOS		VARIAB	
Materia prima	\$ 245,25		\$ 2.943,00		\$ 2.943,00	\$ 2.975,96		\$ 2.975,96	\$ 3.009,29		\$ 3.009,29	\$ 3.043,00		\$ 3.043,00	\$ 3.077,08		\$ 3.077,08		
Mano de Obra	\$ 593,40	\$ 7.120,80		\$ 7.120,80	\$ 7.122,30	\$ 7.123,79		\$ 7.122,30	\$ 7.123,79	\$ 7.125,29		\$ 7.125,29	\$ 7.126,78		\$ 7.126,78		\$ 7.126,78		
CFI	\$ 550,00		\$ 6.600,00		\$ 6.600,00	\$ 6.673,92		\$ 6.673,92	\$ 6.748,67		\$ 6.748,67	\$ 6.824,25		\$ 6.824,25	\$ 6.900,68		\$ 6.900,68		
TOTALES	\$ 1.388,65	\$ 7.120,80	\$ 9.543,00		\$ 16.663,80	\$ 7.122,30		\$ 9.649,88	\$ 16.772,18	\$ 7.123,79		\$ 16.881,75	\$ 7.125,29		\$ 9.867,25	\$ 16.992,54	\$ 7.126,78	\$ 9.977,76	\$ 17.104,55

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Para determinar la proyección de los costos se ha hecho referencia un horizonte de cinco años, el mismo que está proyectado con el indicador de crecimiento de la tasa de inflación del periodo 2017 correspondiente al 1,12%. (BCE, Banco Central del Ecuador, 2018)

Detalle de Gastos:

Tabla N. 58. Gastos administrativos

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SUELDOS Y SALARIOS				\$ 1.131,88	\$ 13.582,50
Sueldos del Administrador	dólares	\$ 679,13	\$ 1,00	\$ 679,13	\$ 8.149,50
Sueldo de la contadora	dólares	\$ 452,75	\$ 1,00	\$ 452,75	\$ 5.433,00
SUMINISTROS DE OFICINA				\$ 7,00	\$ 73,05
Esferos	unidad	\$ 0,35	\$ 3,00	\$ 1,05	\$ 3,15
Clips	caja	\$ 0,25	\$ 1,00	\$ 0,25	\$ 1,50
Grapas	caja	\$ 0,70	\$ 1,00	\$ 0,70	\$ 8,40
Hojas de papel bond	resma	\$ 5,00	\$ 1,00	\$ 5,00	\$ 60,00
SUMINISTRO DE LIMPIEZA				\$ 14,90	\$ 76,80
Escoba	unidad	\$ 3,00	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 6,00
Desinfectantes	unidad (galón)	\$ 2,50	\$ 2,00	\$ 5,00	\$ 30,00
Trapeador	unidad	\$ 1,20	\$ 1,00	\$ 1,20	\$ 2,40
Papel higienico	u	\$ 0,35	\$ 2,00	\$ 0,70	\$ 8,40
Jabon liquido	ml	\$ 2,00	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 12,00
Desinfectante de manos	ml	\$ 3,00	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 18,00
OTROS GASTOS				\$ 70,00	\$ 840,00
Depreciaciones				\$ -	
Servicios Básicos		\$ 70,00	\$ 1,00	\$ 70,00	\$ 840,00
TOTALES		\$ 1.220,23		\$ 1.223,78	\$ 14.572,35

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Tabla N. 59. Gastos de ventas

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Vendedor	persona	452,75	1,00	\$ 452,75	\$ 5.433,00
radio	#veces de transmision	\$ 150,00	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00
redes sociales		\$ 150,00	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00
TOTALES				\$ 300,00	\$ 9.033,00

Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Investigación propia

Tabla N. 60. Gastos financieros

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Pago de intereses	\$		1,00	111,22	1.334,67
TOTALES		0,00	1,00	111,22	1.334,67

TOTAL GASTOS

1.635,00 24.940,02

Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Investigación propia

De acuerdo con la siguiente imagen, se presenta el detalle de los gastos administrativos, de venta y financieros de forma mensual y anual con su respectiva frecuencia de compra, unidad de medida y valor unitario en unidades monetarias.

Proyección de gastos

Tabla N. 61. Proyección de gastos

DESCRIPCION	GASTO		GASTOS		TOTAL AÑO		GASTOS		TOTAL AÑO		GASTOS		TOTAL AÑO		GASTOS		TOTAL AÑO	
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB	1	FIJOS	VARIAB	2	FIJOS	VARIAB	3	FIJOS	VARIAB	4	FIJOS	VARIAB	5		
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 1.131,88	\$ 13.582,50		\$ 13.582,50	\$ 13.867,73	\$ -	\$ 13.867,73	\$ 14.158,95	\$ -	\$ 14.158,95	\$ 14.456,29	\$ -	\$ 14.456,29	\$ 14.759,88	\$ -	\$ 14.759,88		
Sueldos del Administrador	\$ 679,13	\$ 8.149,50		\$ 8.149,50	\$ 8.320,64	\$ -	\$ 8.320,64	\$ 8.495,37	\$ -	\$ 8.495,37	\$ 8.673,78	\$ -	\$ 8.673,78	\$ 8.855,93	\$ -	\$ 8.855,93		
Sueldo de la contadora	\$ 452,75	\$ 5.433,00		\$ 5.433,00	\$ 5.547,09	\$ -	\$ 5.547,09	\$ 5.663,58	\$ -	\$ 5.663,58	\$ 5.782,52	\$ -	\$ 5.782,52	\$ 5.903,95	\$ -	\$ 5.903,95		
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 7,00		\$ 84,00	\$ 84,00	\$ -	\$ 84,94	\$ 84,94	\$ -	\$ 85,89	\$ 85,89	\$ -	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ -	\$ 87,83	\$ 87,83		
Esferos	\$ 1,05		\$ 12,60	\$ 12,60	\$ -	\$ 12,74	\$ 12,74	\$ -	\$ 12,88	\$ 12,88	\$ -	\$ 13,03	\$ 13,03	\$ -	\$ 13,17	\$ 13,17		
Clips	\$ 0,25		\$ 3,00	\$ 3,00	\$ -	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ -	\$ 3,07	\$ 3,07	\$ -	\$ 3,10	\$ 3,10	\$ -	\$ 3,14	\$ 3,14		
Grapas	\$ 0,70		\$ 8,40	\$ 8,40	\$ -	\$ 8,49	\$ 8,49	\$ -	\$ 8,59	\$ 8,59	\$ -	\$ 8,69	\$ 8,69	\$ -	\$ 8,78	\$ 8,78		
Hojas de papel bond	\$ 5,00		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ -	\$ 60,67	\$ 60,67	\$ -	\$ 61,35	\$ 61,35	\$ -	\$ 62,04	\$ 62,04	\$ -	\$ 62,73	\$ 62,73		
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	\$ 14,90		\$ 178,80	\$ 178,80	\$ -	\$ 180,80	\$ 180,80	\$ -	\$ 182,83	\$ 182,83	\$ -	\$ 184,88	\$ 184,88	\$ -	\$ 186,95	\$ 186,95		
Escoba	\$ 3,00		\$ 36,00	\$ 36,00	\$ -	\$ 36,40	\$ 36,40	\$ -	\$ 36,81	\$ 36,81	\$ -	\$ 37,22	\$ 37,22	\$ -	\$ 37,64	\$ 37,64		
Desinfectantes	\$ 5,00		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ -	\$ 60,67	\$ 60,67	\$ -	\$ 61,35	\$ 61,35	\$ -	\$ 62,04	\$ 62,04	\$ -	\$ 62,73	\$ 62,73		
Trapeador	\$ 1,20		\$ 14,40	\$ 14,40	\$ -	\$ 14,56	\$ 14,56	\$ -	\$ 14,72	\$ 14,72	\$ -	\$ 14,89	\$ 14,89	\$ -	\$ 15,06	\$ 15,06		
Papel higienico	\$ 0,70		\$ 8,40	\$ 8,40	\$ -	\$ 8,49	\$ 8,49	\$ -	\$ 8,59	\$ 8,59	\$ -	\$ 8,69	\$ 8,69	\$ -	\$ 8,78	\$ 8,78		
Jabon liquido	\$ 2,00		\$ 24,00	\$ 24,00	\$ -	\$ 24,27	\$ 24,27	\$ -	\$ 24,54	\$ 24,54	\$ -	\$ 24,82	\$ 24,82	\$ -	\$ 25,09	\$ 25,09		
Desinfectante de manos	\$ 3,00		\$ 36,00	\$ 36,00	\$ -	\$ 36,40	\$ 36,40	\$ -	\$ 36,81	\$ 36,81	\$ -	\$ 37,22	\$ 37,22	\$ -	\$ 37,64	\$ 37,64		
OTROS GASTOS	\$ 70,00	\$ 840,00		\$ 840,00	\$ 849,41	\$ -	\$ 849,41	\$ 858,92	\$ -	\$ 858,92	\$ 868,54	\$ -	\$ 868,54	\$ 878,27	\$ -	\$ 878,27		
Depreciaciones	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
Servicios Básicos	\$ 70,00	\$ 840,00		\$ 840,00	\$ 849,41	\$ -	\$ 849,41	\$ 858,92	\$ -	\$ 858,92	\$ 868,54	\$ -	\$ 868,54	\$ 878,27	\$ -	\$ 878,27		
TOTALES	\$ 1.223,78	\$ 14.422,50	\$ 262,80	\$ 14.685,30	\$ 14.717,14	\$ 265,74	\$ 14.982,88	\$ 15.017,88	\$ 268,72	\$ 15.286,60	\$ 15.324,83	\$ 271,73	\$ 15.596,56	\$ 15.638,14	\$ 274,77	\$ 15.912,92		

DESCRIPCION	GASTO MENSUAL	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIAB	TOTAL AÑO 1	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIAB	TOTAL AÑO 2	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIAB	TOTAL AÑO 3	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIAB	TOTAL AÑO 4	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIAB	TOTAL AÑO 5
Vendedor	\$ 452,75	\$ 5.433,00		\$ 5.433,00	\$ 5.547,09		\$ 5.547,09	\$ 5.663,58		\$ 5.663,58	\$ 5.782,52		\$ 5.782,52	\$ 5.903,95		\$ 5.903,95
radio	\$ 150,00		\$ 1.800,00	\$ 1.800,00		\$ 1.820,16	\$ 1.820,16		\$ 1.840,55	\$ 1.840,55		\$ 1.861,16	\$ 1.861,16		\$ 1.882,00	\$ 1.882,00
redes sociales	\$ 150,00		\$ 1.800,00	\$ 1.800,00		\$ 1.820,16	\$ 1.820,16		\$ 1.840,55	\$ 1.840,55		\$ 1.861,16	\$ 1.861,16		\$ 1.882,00	\$ 1.882,00
TOTALES	\$ 300,00	\$ 5.433,00	\$ 3.600,00	\$ 9.033,00	\$ 5.547,09	\$ 3.640,32	\$ 9.187,41	\$ 5.663,58	\$ 3.681,09	\$ 9.344,67	\$ 5.782,52	\$ 3.722,32	\$ 9.504,84	\$ 5.903,95	\$ 3.764,01	\$ 9.667,96

DESCRIPCION	GASTO MENSUAL	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIAB	TOTAL AÑO 1	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIAB	TOTAL AÑO 2	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIAB	TOTAL AÑO 3	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIAB	TOTAL AÑO 4	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIAB	TOTAL AÑO 5
Pago de intereses	\$ 111,22	\$ 1.334,67		\$ 1.334,67	\$ 459,74		\$ 459,74	\$ 348,78		\$ 348,78	\$ 223,74		\$ 223,74	\$ 82,85		\$ 82,85
TOTALES	\$ 111,22	\$ 1.334,67	\$ -	\$ 1.334,67	\$ 459,74	\$ -	\$ 459,74	\$ 348,78	\$ -	\$ 348,78	\$ 223,74	\$ -	\$ 223,74	\$ 82,85	\$ -	\$ 82,85

TOTAL GASTOS				25.052,97			24.630,04			24.980,05			25.325,15			25.663,73
---------------------	--	--	--	------------------	--	--	------------------	--	--	------------------	--	--	------------------	--	--	------------------

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Para determinar la proyección de los gastos administrativos, ventas y financieros se ha hecho referencia un horizonte de cinco años, el mismo que está proyectado con el indicador de crecimiento de la tasa de inflación del periodo 2017 correspondiente al 0,42%

Mano de Obra

De acuerdo al autor Merino, 2012 la mano de obra se conoce como mano de obra al esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien.

Tabla N. 62. Mano de obra

ORD.	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
				SBU	OTROS	TOTAL	VIARIOS	9.45%	TOTAL	
1	Trabajador 1	Producción	"05041154900287"	\$ 450,00	\$ -	\$ 450,00	\$ -	\$ 42,53	\$ 42,53	\$ 407,48
	TOTALES			\$ 450,00	\$ -	\$ 450,00	\$ -	\$ 42,53	\$ 42,53	\$ 407,48

PROVISIONES Y BENEFICIOS SOCIALES								
PATRONAL 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,5 %	XIII	XIV	FONDO DE RESERVA	VACAC	TOTAL	COSTO MO
\$ 50,18	\$ 2,25	\$ 2,25	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 18,75	\$ 185,93	\$ 593,40
\$ 50,18	\$ 2,25	\$ 2,25	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 18,75	\$ 185,93	\$ 593,40

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Tabla N. 63. Personal Administrativo

ORD.	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
				SBU	OTROS	TOTAL	VIARIOS	9.45%	TOTAL	
1	NN	Administrador	1123	\$ 800,00	\$ -	\$ 750,00	\$ -	\$ 70,88	\$ 70,88	\$ 679,13
2	NN	Secretaria-Contadora	1234	\$ 500,00		\$ 500,00	\$ -	\$ 47,25	\$ 47,25	\$ 452,75
	TOTALES			\$ 1.300,00	\$ -	\$ 1.250,00	\$ -	\$ 118,13	\$ 118,13	\$ 1.131,88

PATRONAL 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,5 %	XIII	XIV	FONDO DE RESERVA	VACAC	TOTAL	COSTO ADM.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 83,63	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 62,50	\$ 62,50	\$ 62,50	\$ 31,25	\$ 309,88	\$ 989,00	\$ 11.805,50	\$ 12.907,89	\$ 14.038,90	\$ 15.269,01	\$ 16.606,90
\$ 55,75	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 206,58	\$ 659,33	\$ 7.870,33	\$ 8.605,26	\$ 9.359,27	\$ 10.179,34	\$ 11.071,27
\$ 139,38	\$ 6,25	\$ 6,25	\$ 104,17	\$ 104,17	\$ 104,17	\$ 52,08	\$ 516,46	\$ 1.648,33	\$ 19.675,83	\$ 21.513,15	\$ 23.398,17	\$ 25.448,35	\$ 27.678,17

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Depreciación.

La depreciación es la estimación del desgaste o pérdida de valor que sufre un activo fijo por su utilización en la actividad productiva por el paso del tiempo o por la aparición de métodos de producción más eficaces.

Tabla N. 64. Depreciación

DETALLE DEL BIEN	VIDA UTIL AÑOS	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Escritorios de oficina	10	\$ 230,00	10%	\$ 23,00
Sillón giratorio	10	\$ 140,00	10%	\$ 14,00
Anaquele de archivo	10	\$ 100,00	10%	\$ 10,00
Sillón de oficina	10	\$ 200,00	10%	\$ 20,00
Maquina disolvedora mezcladora	10	\$ 1.100,00	10%	\$ 110,00
Maquina estrujadora moldeadora	10	\$ 800,00	10%	\$ 80,00
empaquetadora	10	\$ 500,00	10%	\$ 50,00
Computadoras de escritorio	3	\$ 1.600,00	33%	\$ 533,33
Impresora multifuncional	10	\$ 350,00	10%	\$ 35,00
Fax	10	\$ 100,00	10%	\$ 10,00
Teléfono	10	\$ 80,00	10%	\$ 8,00
TOTAL		5.200,00		\$ 893,33

Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Investigación propia

Tabla N. 65. Proyección de la depreciación

DETALLE DEL BIEN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Escritorios de oficina	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00
Sillón giratorio	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00
Anaquele de archivo	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Sillón de oficina	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Maquina disolvedora mezcladora	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00
Maquina estrujadora moldeadora	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
empaquetadora	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Computadoras de escritorio	\$ 533,33	\$ 533,33	\$ 533,33	\$ -	\$ -
Impresora multifuncional	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Fax	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Teléfono	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
TOTAL	\$ 893,33	\$ 893,33	\$ 893,33	\$ 360,00	\$ 360,00

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Cálculo de Ingresos

Tabla N. 66. Cálculo de ingresos

DESCRIPCIÓN	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO MENSUAL	% de Participación	MARGEN DE UTILIDAD %	INGRESOS MENSUALES \$	UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA UNITARIO
Materia Prima	base goma	Kg	\$ 40,00	0,38%		\$ 8,80		\$ 0,002
	glicerina	kg	\$ 200,00	1,90%		\$ 44,00		\$ 0,010
	hierba buena	kg	\$ 50,00	0,47%		\$ 11,00		\$ 0,003
	valeriana	kg	\$ 55,00	0,52%		\$ 12,10		\$ 0,003
	azucar impalpable	kg	\$ 200,00	1,90%		\$ 44,00		\$ 0,010
Mano de obra	Glucosa	Kg	\$ 50,00	0,47%		\$ 11,00		\$ 0,003
	Trabajador de planta	Persona	\$ 593,40	5,63%	22%	\$ 130,55	24000	\$ 0,030
Costos Indirectos de fabricación	Caja para chicle	m2	\$ 360,00	3,42%		\$ 79,20		\$ 0,018
	papel cruchee	Metro	\$ 8.800,00	83,50%		\$ 1.936,00		\$ 0,447
	Pegamento	litro	\$ 0,00010	0,00%		\$ 0,00002		\$ 0,000
	Agua	m3	\$ 10,00	0,09%		\$ 2,20000		\$ 0,001
	Energia electrica	kw	\$ 60,00	0,57%		\$ 13,20000		\$ 0,003
	Caja para distribucion	m2	\$ 100,00	0,95%		\$ 22,00000		\$ 0,005
	Mantenimiento de la maquinaria		\$ 20,00	0,19%		\$ 4,40000		\$ 0,001
TOTALES			\$ 10.538,40	100%		\$ 2.318,45		\$ 0,54

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Se ha determinado que el costo mensual de producción será de \$10.583,40 el mismo que se le ha establecido un margen de utilidad del 22% a un precio unitario de venta de \$0,54 dando como resultado un ingreso mensual de \$12.856,85.

Tabla N. 67. Proyección de ingresos

DESCRIPCIÓN	PRODUCTOS	CAN	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 1	CAN	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 2	CAN	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 3	CAN	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 4	CAN	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 5
	base goma		\$ 0,00	\$ 585,60		0,002	\$ 621,77		\$ 0,00	\$ 660,17		\$ 0,00	\$ 700,94		\$ 0,00	\$ 744,23
	glicerina		\$ 0,01	\$ 2.928,00		0,010	\$ 3.108,83		\$ 0,01	\$ 3.300,83		\$ 0,01	\$ 3.504,69		\$ 0,01	\$ 3.721,14
Materia Prima	hierba buena		\$ 0,00	\$ 732,00		0,003	\$ 777,21		\$ 0,00	\$ 825,21		\$ 0,00	\$ 876,17		\$ 0,00	\$ 930,29
	valeriana		\$ 0,00	\$ 805,20		0,003	\$ 854,93		\$ 0,00	\$ 907,73		\$ 0,00	\$ 963,79		\$ 0,00	\$ 1.023,31
	azucar impalpable		\$ 0,01	\$ 2.928,00		0,010	\$ 3.108,83		\$ 0,01	\$ 3.300,83		\$ 0,01	\$ 3.504,69		\$ 0,01	\$ 3.721,14
	Glucosa		\$ 0,00	\$ 732,00		0,003	\$ 777,21		\$ 0,00	\$ 825,21		\$ 0,00	\$ 876,17		\$ 0,00	\$ 930,29
Mano de obra	Trabajador de planta	288000	\$ 0,03	\$ 8.687,38	302.400	0,031	\$ 9.223,91	317.520	\$ 0,03	\$ 9.793,58	333.396	\$ 0,03	\$ 10.398,43	350.066	\$ 0,03	\$ 11.040,64
Costos Indirectos de fabricación	Caja para chicle		\$ 0,02	\$ 5.270,40		0,019	\$ 5.595,90		\$ 0,02	\$ 5.941,50		\$ 0,02	\$ 6.308,45		\$ 0,02	\$ 6.698,06
	papel cruchee		\$ 0,45	\$ 128.832,00		0,452	\$ 136.788,66		\$ 0,46	\$ 145.236,73		\$ 0,46	\$ 154.206,55		\$ 0,47	\$ 163.730,35
	Pegamento		\$ 0,00	\$ 0,00		0,000	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00
	Agua		\$ 0,00	\$ 146,40		0,001	\$ 155,44		\$ 0,00	\$ 165,04		\$ 0,00	\$ 175,23		\$ 0,00	\$ 186,06
	Energia electrica		\$ 0,00	\$ 878,40		0,003	\$ 932,65		\$ 0,00	\$ 990,25		\$ 0,00	\$ 1.051,41		\$ 0,00	\$ 1.116,34
	Caja para distribucion		\$ 0,01	\$ 1.464,00		0,005	\$ 1.554,42		\$ 0,01	\$ 1.650,42		\$ 0,01	\$ 1.752,35		\$ 0,01	\$ 1.860,57
	Mantenimiento de la maquinaria		\$ 0,00	\$ 292,80		0,001	\$ 310,88		\$ 0,00	\$ 330,08		\$ 0,00	\$ 350,47		\$ 0,00	\$ 372,11
TOTALES			\$ 0,54	\$ 154.282,18		0,54	\$ 163.810,64		\$ 0,55	\$ 173.927,59		\$ 0,55	\$ 184.669,36		\$ 0,56	\$ 196.074,54

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Para determinar la proyección de ingresos se ha tomado a consideración un horizonte de cinco años, el mismo que está proyectado con el indicador de crecimiento que es el 5% de la tasa de inflación del periodo 2017 correspondiente al 1.12%; también se proyectó el incremento de unidades de producción del 5% anual que pretende crecer la empresa para cada uno de los siguientes periodos

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja hace referencia a los flujos de ingresos y egresos que tiene que incurrir una empresa en un período determinado

Tabla N. 68. Flujo de caja

	DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A.	INGRESOS OPERACIONALES	\$ 28.552,50	\$ 155.160,58	\$ 164.743,29	\$ 174.917,84	\$ 185.720,77	\$ 197.190,88
	Recursos propios	\$ 20.607,50					
	Recursos de terceros	\$ 7.945,00					
	Ingresos por ventas		\$ 155.160,58	\$ 164.743,29	\$ 174.917,84	\$ 185.720,77	\$ 197.190,88
B.	EGRESOS OPERACIONALES		\$ 145.982,10	\$ 147.725,20	\$ 149.491,71	\$ 151.281,99	\$ 153.096,38
	Materia Prima		\$ 2.943,00	\$ 2.975,96	\$ 3.009,29	\$ 3.043,00	\$ 3.077,08
	Mano de Obra		\$ 7.120,80	\$ 7.122,30	\$ 7.123,79	\$ 7.125,29	\$ 7.126,78
	CIF		\$ 112.200,00	\$ 113.456,64	\$ 114.727,36	\$ 116.012,30	\$ 117.311,64
	GASTOS DE ADMINISTRACION		\$ 14.685,30	\$ 14.982,88	\$ 15.286,60	\$ 15.596,56	\$ 15.912,92
	GASTOS DE VENTAS		\$ 9.033,00	\$ 9.187,41	\$ 9.344,67	\$ 9.504,84	\$ 9.667,96
C.	FLUJO OPERACIONAL (A - B)	\$ 28.552,50	\$ 9.178,48	\$ 17.018,10	\$ 25.426,13	\$ 34.438,78	\$ 44.094,50
D.	INGRESOS NO OPERACIONALES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
E.	EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 5.333,84	\$ 4.774,26	\$ 6.735,74	\$ 9.291,89	\$ 12.033,48
	Pago de capital de préstamo	\$ 7.945,00	\$ 1.233,78	\$ 1.390,26	\$ 1.566,57	\$ 1.765,26	\$ 1.989,13
	Pago de intereses de préstamo		\$ 2.120,79	\$ 730,53	\$ 554,21	\$ 355,53	\$ 131,65
	Pago de participación de utilidades		\$ 1.058,65	\$ 2.443,14	\$ 3.730,79	\$ 5.112,49	\$ 6.594,43
	Pago de impuestos		\$ 920,62	\$ 210,33	\$ 884,17	\$ 2.058,61	\$ 3.318,26
F.	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	\$ -	\$ (5.333,84)	\$ (4.774,26)	\$ (6.735,74)	\$ (9.291,89)	\$ (12.033,48)
G.	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	\$ 28.552,50	\$ 14.512,31	\$ 21.792,36	\$ 32.161,88	\$ 43.730,67	\$ 56.127,98
H.	SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -	\$ 3.415,25	\$ 17.927,56	\$ 39.719,92	\$ 71.881,79	\$ 115.612,46
I.	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	\$ 3.415,25	\$ 17.927,56	\$ 39.719,92	\$ 71.881,79	\$ 115.612,46	\$ 171.740,44

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

PUNTO DE EQUILIBRIO

Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al Costo Total y por ende no hay utilidad ni pérdida.

Tabla N. 69. Punto de equilibrio

DETALLE DE VARIABLES		TOTALES
Ingresos	\$	154.282,18
Costos Fijos	\$	28.310,97
Costos Variables	\$	118.285,80
Costos totales	\$	146.596,77
Numero de unidades		288000
Precio Unitario de venta	\$	0,54
Costo Variable Unitario	\$	0,41

PE= (\$)	\$ 52.765,35
PE n= unidades	82.696
PE %	73%



Elaborado por: Mejía. M
Fuente: Investigación propia

Para alcanzar el PE en el primer año se debe comercializar el 73% de la producción propuesta es decir \$52.765,35 o 82.696 chicles para la ansiedad.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

El estado de resultados (o de ingresos o de pérdidas y ganancias) indica los resultados de las actividades de una empresa dirigidas al logro de utilidades durante el periodo que abarca. Indica los ingresos, gastos, ganancias, pérdidas y la utilidad (o pérdida) neta resultante. El estado de resultados presenta cifras de los componentes de la utilidad y de las ganancias por acción.

Tabla N. 70. Estado de resultados

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	\$ 154.282,18	\$ 163.810,64	\$ 173.927,59	\$ 184.669,36	\$ 196.074,54
(-) Costo de Ventas	\$ 121.543,80	\$ 122.826,83	\$ 124.124,22	\$ 125.436,12	\$ 126.762,70
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 32.738,38	\$ 40.983,81	\$ 49.803,37	\$ 59.233,24	\$ 69.311,84
(-) Gastos de venta	\$ 9.033,00	\$ 9.187,41	\$ 9.344,67	\$ 9.504,84	\$ 9.667,96
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 23.705,38	\$ 31.796,40	\$ 40.458,70	\$ 49.728,40	\$ 59.643,88
(-) Gastos Administrativos	\$ 14.685,30	\$ 14.982,88	\$ 15.286,60	\$ 15.596,56	\$ 15.912,92
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 9.020,08	\$ 16.813,51	\$ 25.172,10	\$ 34.131,84	\$ 43.730,96
(-) Gastos Financieros	\$ 1.334,67	\$ 459,74	\$ 348,78	\$ 223,74	\$ 82,85
(+) Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 7.685,41	\$ 16.353,77	\$ 24.823,32	\$ 33.908,09	\$ 43.648,11
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 1.152,81	\$ 2.453,07	\$ 3.723,50	\$ 5.086,21	\$ 6.547,22
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 6.532,60	\$ 13.900,71	\$ 21.099,82	\$ 28.821,88	\$ 37.100,89
(-) Impuesto a la renta	\$ 856,59	\$ 201,89	\$ 877,97	\$ 2.036,28	\$ 3.278,13
(=) UTILIDAD Ó PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 5.676,01	\$ 13.698,81	\$ 20.221,85	\$ 26.785,60	\$ 33.822,76

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

BALANCE GENERAL

El estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto). Por lo tanto, es una especie de fotografía que retrata la situación contable de la empresa en una cierta fecha. Gracias a este documento, el empresario accede a información vital sobre su negocio, como la disponibilidad de dinero y el estado de sus deudas. Significados, (2017)

Tabla N. 72. Cálculo del VAN

VAN	\$ 82.930,35
Comprobación VAN cero	0%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

VAN: El resultado de \$ 82930,35 nos quiere decir que el proyecto es viable ya que es superior a cero.

Cálculo TMAR:

Tabla N. 73. Cálculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

TMAR	VALOR	ESTRUCTURA	COSTO DE OPORTUNIDAD	PONDERACION
Capital Propio	\$ 20.607,50	72%	10%	7%
Capital financiado	\$ 7.945,00	28%	12%	3%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 28.552,50	100%		11%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

Se ha utilizado la tasa mínima aceptable de rendimiento para determinar la tasa de descuento que resultó ser de 11%; esto significa que es el rendimiento mínimo que deberá ganar la empresa para costear el 20% de interés del capital financiado.

Tasa Interna de Retorno.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

Tabla N. 74. Tasa Interna de Retorno

TIR	63,89%
Comprobación de TIR	63,89%

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

La TIR del proyecto es del 63,89%; comparada con la tasa de descuento del 11% del TMAR se determina que el proyecto es viable y rentable puesto que está muy por encima de la tasa de descuento.

Beneficio Costo.

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

Tabla N. 75. Beneficio Costo

$$\text{BENEFICIO / COSTO} = \$ 4,80$$

Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Investigación propia

La relación beneficio/costo nos indica que por cada dólar invertido se obtendrá \$4,80 en el horizonte proyectado.

Período de Recuperación.

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial.

Tabla N. 76. Periodo de recuperación

PERIODO DE RECUPERACIÓN	AÑOS	MESES
\$ 35.080,65	2	1,5

Elaborado por: Mejía. M

Fuente: Investigación propia

El período de recuperación de la inversión será aproximadamente de 2 años y 1.5 meses.

BIBLIOGRAFIA

Aiteco Corpotation. (2016). Gestion por procesos.

Atom. (13 de Octubre de 2012).

<http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com>. Obtenido de <http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com/2012/10/el-punto-de-equilibrio.html>

Atom. (2013). PROYECCIONES FINANCIERAS. Obtenido de

<http://conceptosfinancierosaldia.blogspot.com/p/proyecciones-financieras.html>

Baeza, C. (s.f). Clinica de la ansiedad.

BCE. (2018). Banco Central del Ecuador. Obtenido de

https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Beneficiospro.blogspot. (2014). beneficiospro.blogspot.com. Obtenido de

beneficiospro.blogspot.com: <http://beneficiospro.blogspot.com>

Boscán, & Sandra. (2006). publicaciones.urbe.edu. Obtenido de

<http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/viewArticle/4587/590>

1

Bueno, María José Sanchèz. (2012). EL PROCESO INOVADOR.

Casas, C. (2015). Clinica de la ansiedad.

Cojedez, Carlos. (2014). Obtenido de www.monografias.com: <http://costos de fabricaciòn.com>

[fabricaciòn.com](http://costos de fabricaciòn.com)

Corbin, J. A. (s.f). Psicologia y mente. Obtenido de

<https://psicologiymente.net/clinica/tipos-de-trastornos-de-ansiedad>

CreceNegocios. (2013). El análisis costo-beneficio. Obtenido de

<https://www.crecenegocios.com/el-analisis-costo-beneficio/>

- Cultural, E. (2008). Obtenido de <http://delirm.blogspot.com/>
- Davidson. (2 de Febrero de 2009). Compendio de Conceptos de Contabilidad. Obtenido de <http://conceptoscontabilidad.blogspot.com/2009/02/estado-de-resultados.html>
- DUIS. (2011). Evaluación Financiera. Obtenido de <http://www.duis.gob.mx/proceso/Pages/Evaluacion-Financiera.aspx>
- Economipedia. (s.f.). Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>
- Economipedia. (2017). Economipedia.com. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- El Comercio.com. (25 de Febrero de 2012). El capulí es un fruto andino que se desarrolla y degusta en la Serranía. El capulí es un fruto andino que se desarrolla y degusta en la Serranía, pág. 3.
- EPI. (2017).
- EPI, B. d. (2017).
- ESAN. (2014). Fundamentos financieros: el valor actual neto (VAN). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>
- ESAN. (24 de Enero de 2017). El PRI: uno de los indicadores que más llama la atención de los inversionistas. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>
- Escandón, L. A. (2013). Explotación Efectiva. México: ISEF.
- IEPI, I. E. (2018). Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. Recuperado el 24 de 01 de 2018, de Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>

- IEPI, R. d. (2018). Solicitud en Línea. Recuperado el 2018, de https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/2014/04/Instructivo_servicio_en_linea2.pdf
- IESS, I. E. (2018). IESS. Recuperado el 12 de 01 de 2018, de <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>
- Inversión-es. (2014). La Enciclopedia de las inversiones. Obtenido de <http://www.inversion-es.com/plan-de-inversiones.html>
- Iván Thompson . (01 de Febrero de 2012). Definición de mercado . Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicion-concepto.html>
- Jaime. (2008). Contabilidad Financiera I. 22.
- Jorge Luis Batlle Ibáñez. (13 de octubre de 2014). Propiedad organoléptica. Obtenido de Propiedad organoléptica: https://es.wikipedia.org/wiki/Propiedad_organoliptica
- Josselyn, Martines. (lunes de 14 Junio de 2010). capuli-2010.blogspot.com. Obtenido de blogspot.com: <http://capuli-2010.blogspot.com/>
- Lope, C. d. (s.f.). Clínica de la ansiedad.
- López, B. (2013). La Esencia del Marketing. Barcelona-España: Barcelona Digital,SL.
- Macedo, J. J. (2013). La Oferta en el Mercado. Chile: Umbral.
- Mar Medina. (2006). Vivir sin ansiedad.
- Maria, M. (s.f.). rtve.
- Meyers y Gerstman . (2015). <http://www.marketing-free.com>. Obtenido de <http://www.marketing-free.com/producto/empaques.html>

misremedios.com. (12 de Enero de 2013). <http://misremedios.com>. Obtenido de <http://misremedios.com>: <http://misremedios.com>

Natursan-Ntl. (15 de Noviembre de 2014). www.natursan.net. Obtenido de www.natursan.net: <https://www.natursan.net>

Obando, J. (2010). Elementos de Micro Economía . España : EUNED .

Porto, J. P., & Merino, M. (2012). Definición de mano de obra. Obtenido de <https://definicion.de/mano-de-obra/>

Rubin, A. (2016). lifeder.com.

Rubio, Aracely Chavez. (21 de Octubre de 2013). Google. Obtenido de <http://matriz-de-evaluacion-de-factores-internos-efi>

S.L, PUBLICACIONES VÉRTICE. (2012). google.com. Obtenido de books.google.com.ec: <https://books.google.com.ec>

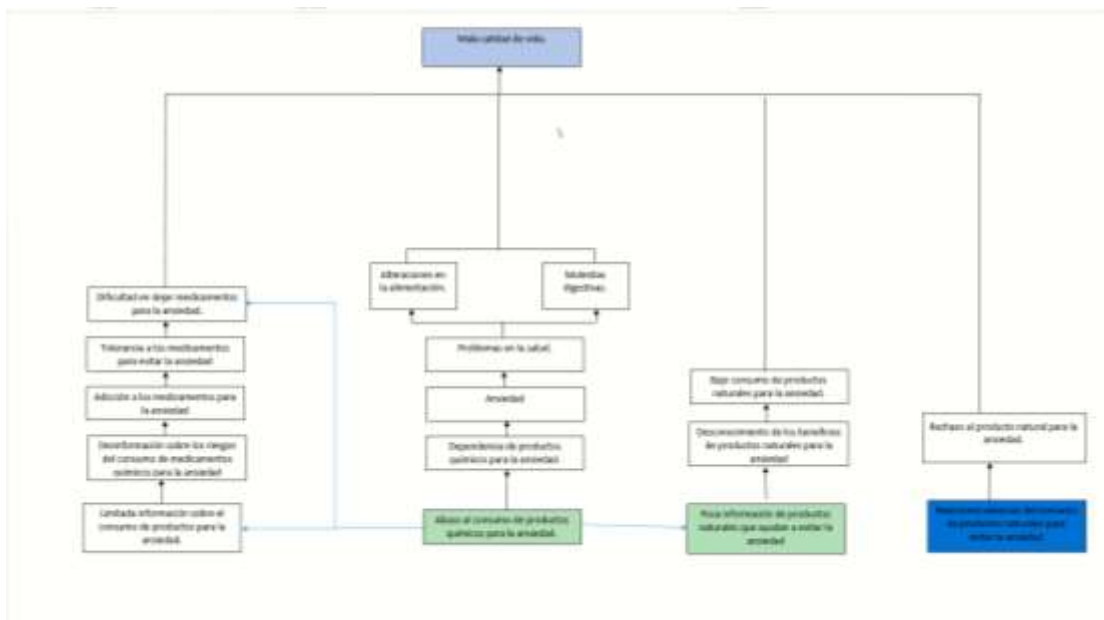
Salgado, R. (22 de Octubre de 2015). Derecho Ecuador. Obtenido de <https://derechoecuador.com/empresa-unipersonal-de-responsabilidad-limitada>

SRI, S. d. (2018). SRI. Recuperado el 20 de 01 de 2018, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ins-pnatural>

Walter Niveló Andrade. (2013). Manual Práctico para el Diseño de proyectos. Española.

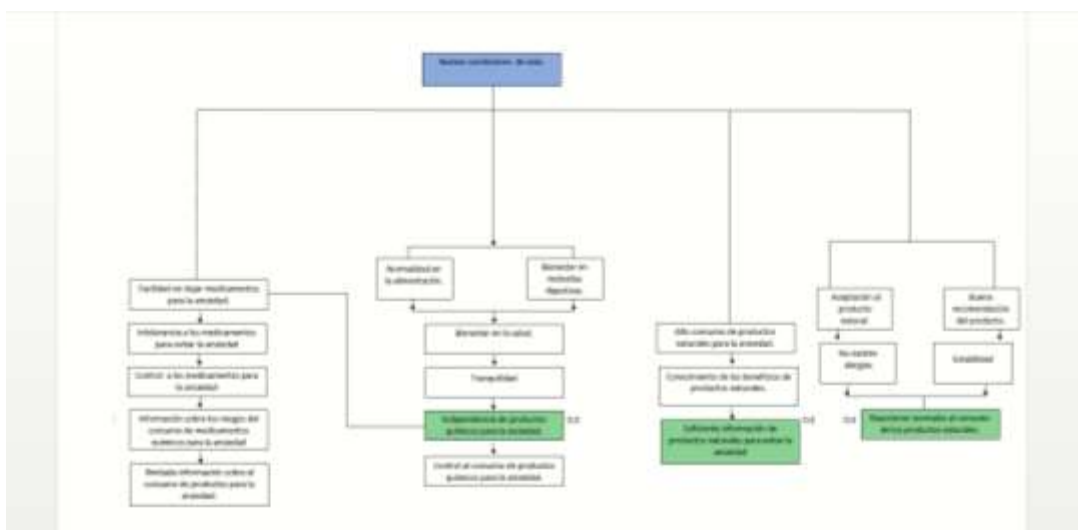
ANEXOS

Anexo N. 1 Árbol de problemas



Elaborado por: María José Mejía
Fuente: Investigación propia

Anexo N. 2 Árbol de objetivos



Anexo N. 3 Encuesta

ENCUESTA DE GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL PRODUCTO

DE CHICLE PARA LA ANSIEDAD.

Instrucciones: A continuación se presenta una serie de preguntas que usted debe responder con honestidad, por favor léalas detenidamente y marque con una X de acuerdo a su criterio.

1. ¿Cuántas barras de chicles consume al día?

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

2. ¿Qué se le viene a la mente cuando escucha las siguientes palabras?

Chicle.	
Elasticidad.	

Sabor.	
--------	--

3. ¿De las siguientes características que posee el chicle califíquelas en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 4 menos importante?

Sabor.	
Textura.	
Presentación.	
Color.	

4. . De los siguientes medios de comunicación seleccione en orden de importancia, siendo 1 la de mayor importancia y 7 la de menor importancia.

REDES SOCIALES

RADIO

TELEVISION

REVISTAS

PERIODICO

GIGANTOGRAFIAS

5. De los siguientes puntos de venta ordene según su comodidad de compra de chicles siendo 1 el de mayor comodidad y 5 el de menor comodidad.

Tiendas de barrio	
Confiterías	
Supermercados	
Supermarket	

Farmacias	
-----------	--

6. De las siguientes marcas enumere según su preferencia siendo uno el de mayor preferencia y 6 el de menor preferencia:

Orbit	
Trident	
Agogo	
Clorets	
Chiclets	
Bubbaloo	

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo N. 4 Cotización Facebook-Instagram

CARACTERÍSTICAS
Desarrollo de La Campaña

Anuncios patrocinados Facebook e Instagram incluye:

- Segmentación por perfiles, geográfica, por gustos e interés según las carreras país y modalidad de estudio a las provincias de Tungurahua, Pichincha y el resto del país.
- Seis Conjuntos de anuncios patrocinados repartidos en las distintas modalidades de estudios, visibles en el muro de noticias, lado derecho de Facebook y dispositivos móviles (según las características de la plataforma Facebook) e Instagram
- Dos publicaciones patrocinadas por modalidad de estudio.
- Se estima tener un alcance en cada grupo de anuncios patrocinados en la segmentación descrita, con más usuarios en Facebook, con un aproximado de impresión de los anuncios diarios en 2100 a 13.000 usuarios aproximadamente (esta es solo una estimación. Los números indicados se basan en el rendimiento promedio de los anuncios dirigidos al público seleccionado y a la disponibilidad de conexión de los usuarios).
- Pruebas A/B en anuncios
- Los anuncios estarán destinados hacia la página de Facebook y al sitio web de la Universidad.
- Seguimiento de la campaña (edición de anuncios y monitoreo de resultados)
- Adaptación de Artes para los distintos anuncios (de ser necesario).

Valor por 31 días de campaña en Facebook e Instagram: \$1950+ IVA

Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Investigación propia

Anexo N. 5 Cotización YouTube

Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Investigación propia

Anexo N. 6 Cotización radio

Una	cuñas	y	una	mención	diaria
La					Tuya
Una	cuña	y		mención	diaria
INVERSION			MENSUAL		\$1.641,00
PRECIO ESPECIAL	\$1.500,00				

Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Investigación propia

Anexo N. 7. TCP Ecuador



Elaborado por: María José Mejía

Fuente: INEC 2010

Anexo N. 8 Consulta de existencia de la marca



Elaborado por: María José Mejía

Fuente: Programa Marcanet

Anexo N. 9. Prueba Piloto

¿Cuánto barras de chicles consume usted al día?

1. ¿Cuántos chicles consume al día?

Escala	Frecuencia	Frecuencia relativa
1	6	20%
2	7	0,23
3	8	0,27
4	5	0,17
5	1	0,03
6	1	0,03
7	1	0,03
8	1	0,03
Total	30	100%

Nota: La información obtenida es para conocer el valor de sigma, ya que la investigación es, no probabilístico.



Análisis e Interpretación: De acuerdo a la información de los valores porcentuales es la representación diaria de consumo de chicle por persona, por ende, el valor unitario está dirigida al número de personas y se obtiene los resultados de consumo con la formula no probabilística que se detalla a continuación.

TABLA DE EXPERIMENTO

Nombre de la persona que realiza el experimento: María José Mejía

Producto: chicle para la ansiedad

Sabor: fresa

Fecha: 25-Jul-2017

Hora: 11:30 am

N.- de Personas	Género	Observaciones	Calificación
1	Mujer		8
2	Hombre	Color	8
3	Mujer		8
4	Mujer	Poca durabilidad	6
5	Mujer		10
6	Mujer	Poca durabilidad	7
	Total		51

Total Hombres: 1

Total Mujeres: 5

Promedio= calificación / # de pers.

Total Género: 2

54/6= 9

Total de personas: 33