



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
GRANOLA A BASE DE HOJUELAS DE MAÍZ, EN LA CIUDAD DE AMBATO**

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas y negocios.

Autor

Raúl Israel Mariño Guapisaca

Tutora

Ing. Germania Elizabeth Vayas Ortega, PhD.

AMBATO-ECUADOR

2022

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

Yo, Raúl Israel Mariño Guapisaca, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular con el nombre “Plan de negocio para la elaboración y comercialización de granola a base de hojuelas de maíz, en la ciudad de Ambato”, como requisito para optar al grado de Licenciado en Administración de Empresas 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 9 días del mes de mayo de 2022, firmo conforme:

Autor: Raúl Israel Mariño Guapisaca

Firma:



Número de cédula: 1804291621

Dirección: Tungurahua, Mocha.

Correo electrónico: ra86isma_05@hotmail.com

Teléfono: 0983954029

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Integración Curricular “PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRANOLA A BASE DE HOJUELAS DE MAÍZ, EN LA CIUDAD DE AMBATO”, presentado por Raúl Israel Mariño Guapisaca, para optar por el título de Licenciado en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho Trabajo de Integración Curricular 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 los Lectores que se designe.

Ambato, 30 de agosto de 2022



Firmado electrónicamente por:
**GERMANIA
ELIZABETH VAYAS
ORTEGA**

.....
Ing. Germania Elizabeth Vayas Ortega, PhD.

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD

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

Ambato, 30 de agosto de 2022



.....
Raúl Israel Mariño Guapisaca

1804291621

APROBACIÓN DE LECTORES

El Trabajo de Integración Curricular ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRANOLA A BASE DE HOJUELAS DE MAÍZ, EN LA CIUDAD DE AMBATO”, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustanciación del trabajo de titulación.

Ambato, 30 de agosto de 2022



Firmado electrónicamente por:

**TATIANA
GUADALUPE
RODRIGUEZ RUIZ**

.....
Ing. Tatiana Rodríguez Ruiz
LECTOR

**JUAN CARLOS
SUAREZ PEREZ**

Firmado digitalmente por
JUAN CARLOS SUAREZ
PEREZ
Fecha: 2022.10.04 08:28:04
-05'00'

.....
Ing. Juan Suárez Pérez
LECTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia que es el puntal de mi vida, gracias por el apoyo permanente en mi existencia.

Raúl Israel Mariño Guapisaca

AGRADECIMIENTO

Gracias a mis profesores que me han enseñado los conocimientos para lograr mi profesión, a mis compañeros de estudios por las experiencias vividas en las aulas de clase durante mi estancia y a las personas que han colaborado en esta investigación durante las encuestas aplicadas.

Raúl Israel Mariño Guapisaca

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
APROBACIÓN DE LECTORES	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
Mercado y Comercialización	3
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	3
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO	3
1.2.1. Fundamentación del producto	3
1.2.2. Característica del producto	3
1.3 Mercado	4
1.3.1. Público objetivo del producto	4
1.3.1.1. Categorización de sujetos	4
1.3.1.2. Estudio de segmentación	5
1.3.1.3. Plan de muestreo	7
1.3.1.4. Instrumentos para recopilar la información	7
1.3.1.6. Análisis e interpretación	10
1.3.2. Demanda Potencial	23
1.4.2. Análisis del macro-ambiente	27
1.4.3. Proyección de la oferta	30
1.5. Demanda Potencial Insatisfecha	30
1.4 Estrategia de Marketing	33
1.5 Publicidad que se realizará	34
1.6 Canales de distribución	35
1.7 Seguimiento a clientes	36

1.8	Especificar mercados alternativos.....	37
CAPÍTULO II.....		38
Operaciones		38
2.1	Objetivo del Capítulo	38
2.2	Descripción del proceso	38
2.2.1.	Descripción de proceso de transformación de la granola a base de hojuelas de maíz.	38
2.2.2.	Descripción de instalaciones, equipos y personas	45
2.2.4.	Factores que afectan las operaciones.....	52
2.3	Capacidad de producción.....	54
2.3.1.	Capacidad de producción futura	54
2.4	Definición de Recursos necesarios para la producción.....	55
	Especificación de la materia prima y grado de sustitución que puedan presentar ..	55
2.5	Calidad	57
2.5.1.	Métodos de control de calidad.....	57
2.6	Normativa y permisos que afectan la instalación del negocio	59
2.6.1.	Seguridad e Higiene ocupacional	59
CAPÍTULO III.....		61
Organización y Gestión		61
3.1	Objetivo del capítulo	61
3.2	Análisis estratégico y definición de objetivos	61
3.5.1	Visión de la empresa	61
3.2.2.	Misión de la empresa	61
3.3	Organización funcional de la empresa	63
3.3.1.	Organización interna	63
3.3.2.	Descripción de puestos	64
3.4	Control de gestión	70
3.4.1.	Indicadores de gestión	70
3.5.	Necesidades de personal.....	70

CAPÍTULO IV	72
Jurídico Legal	72
4.1 Objetivo del capítulo	72
4.2 Determinación de la forma jurídica	72
4.3 Registro de marca.....	74
4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales	75
CAPÍTULO V.....	78
Evaluación Financiera	78
5.1 Objetivos del capítulo	78
5.2 Plan de Inversiones	78
5.3 Cálculo de Costos y Gastos.....	79
5.3.1. Mano de Obra	79
5.3.3 Proyección de la Depreciación	81
5.3.4 Detalle de Costos	82
5.3.5 Proyección de Costos	83
5.3.6 Detalle de Gastos	84
5.3.7 Proyección Gastos	86
5.4 Plan de Financiamiento	87
5.4.1 Forma de financiamiento	87
5.5 Cálculo de ingresos	87
5.6 Punto de equilibrio	89
5.7 Estado de Resultados Proyectado	92
5.8 Flujo de caja	93
5.9 Evaluación Financiera.....	94
5.9.1. Indicadores	94
5.9.2. Valor Actual Neto (VAN)	94
5.9.1.2 Tasa Interna de Retorno.....	95
5.9.1.3 Beneficio Costo	96
5.9.1.4 Período de recuperación	96

BIBLIOGRAFÍA 97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Característica del producto</i>	3
Tabla 2 <i>Categorización de sujetos</i>	4
Tabla 3 <i>Dimensión conductual</i>	5
Tabla 4 <i>Dimensión geográfica</i>	6
Tabla 5 <i>Dimensión demográfica</i>	6
Tabla 6 <i>Necesidades de información</i>	8
Tabla 7 <i>Necesidades de información</i>	8
Tabla 8 <i>Necesidades de información</i>	9
Tabla 9 <i>Consumidor conoce la granola</i>	10
Tabla 10 <i>Compra de granola</i>	11
Tabla 11 <i>Consumidor dispuesto a consumir granola a base de hojuelas de maíz</i>	12
Tabla 12 <i>Frecuencia que estaría dispuesto a consumir granola a base de hojuelas de maíz</i>	13
Tabla 13 <i>Número de empaques que estaría dispuesto a comprar</i>	14
Tabla 14 <i>Aspectos de la granola de maíz que tendrían mayor valor</i>	15
Tabla 15 <i>Tipo de promoción</i>	16
Tabla 16 <i>Medio para encontrar el producto</i>	17
Tabla 17 <i>Red social que utiliza con mayor frecuencia</i>	18
Tabla 18 <i>Medio para recibir publicidad</i>	19
Tabla 19 <i>Horario al que accede a los medios de comunicación</i>	20
Tabla 20 <i>Peso de la granola a base de hojuelas de maíz</i>	22
Tabla 21 <i>Dimensión demográfica</i>	23
Tabla 22 <i>Número de personas desde el año 2022 hasta el año 2027</i>	24
Tabla 23 <i>Cálculo de demanda de productos año 2022</i>	24
Tabla 24 <i>Proyección de la demanda</i>	24
Tabla 25 <i>Matriz EFE</i>	27
Tabla 26 <i>Matriz EFI</i>	28
Tabla 27 <i>Matriz de perfil competitivo</i>	29
Tabla 28 <i>Productos que venden los negocios estudiados</i>	30
Tabla 29 <i>Proyección de la oferta</i>	30
Tabla 30 <i>Demanda potencial insatisfecha</i>	30
Tabla 31 <i>Nombre de la marca</i>	31

Tabla 32 <i>Plan de comunicación</i>	33
Tabla 33 <i>Publicidad que se realizará</i>	34
Tabla 34 <i>Seguimiento a clientes</i>	37
Tabla 35 <i>Mercados alternativos</i>	37
Tabla 36 <i>Simbología del diagrama de flujo</i>	42
Tabla 37 <i>SIPOC</i>	45
Tabla 38 <i>Distribución de áreas m²</i>	46
Tabla 39 <i>Descripción de los equipos</i>	48
Tabla 41 <i>Descripción de equipos de computo</i>	50
Tabla 42 <i>Herramientas- Utensilios</i>	50
Tabla 43 <i>Descripción de personas para la elaboración de las hojuelas de maíz</i>	51
Tabla 44 <i>Descripción de personas para la elaboración de granola a base de hojuelas de maíz</i>	51
Tabla 45 <i>Ritmo de producción de las hojuelas de maíz</i>	52
Tabla 46 <i>Ritmo de producción de granola a base de hojuelas de maíz</i>	53
Tabla 47 <i>Número de trabajadores</i>	54
Tabla 48 <i>Descripción de la producción</i>	54
Tabla 49 <i>Capacidad de producción futura</i>	54
Tabla 50 <i>Check List</i>	57
Tabla 51 <i>Pareto</i>	58
Tabla 52 <i>Gerente</i>	64
Tabla 53 <i>Jefe de producción</i>	65
Tabla 54 <i>Operario de producción</i>	66
Tabla 55 <i>Jefe de Marketing y Ventas</i>	67
Tabla 56 <i>Vendedor</i>	68
Tabla 57 <i>Contador</i>	69
Tabla 58 <i>Indicadores de gestión</i>	70
Tabla 59 <i>Indicadores de gestión</i>	71
Tabla 60 <i>Plan de Inversiones</i>	78
Tabla 61 <i>Personal departamento de producción</i>	79
Tabla 62 <i>Personal Administrativo</i>	79
Tabla 63 <i>Personal de Ventas</i>	80
Tabla 64 <i>Depreciación</i>	81

Tabla 65 <i>Proyección de la Depreciación</i>	81
Tabla 66 <i>Detalle de los Costos de Producción</i>	82
Tabla 67 <i>Proyección de Costos</i>	83
Tabla 68 <i>Detalle de Gastos Administrativos</i>	84
Tabla 69 <i>Detalle de Gastos de Ventas</i>	84
Tabla 70 <i>Detalle de Gastos de Financieros</i>	84
Tabla 71 <i>Proyección de gastos</i>	86
Tabla 72 <i>Plan financiero</i>	87
Tabla 74 <i>Ingreso anual</i>	88
Tabla 75 <i>Proyección de ingresos</i>	88
Tabla 76 <i>Punto de equilibrio</i>	89
Tabla 77 <i>Punto equilibrio en unidades monetarias</i>	89
Tabla 78 <i>Punto equilibrio en unidades monetarias</i>	90
Tabla 79 <i>Punto equilibrio en valores relativos</i>	90
Tabla 80 <i>Estado de Resultados Proyectado</i>	92
Tabla 81 <i>Flujo de caja</i>	93
Tabla 82 <i>TMAR</i>	95
Tabla 83 <i>TIR</i>	95

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 <i>Conocimiento del consumidor sobre la granola</i>	10
Gráfico 2 <i>Compra de granola actualmente</i>	11
Gráfico 3 <i>Consumidor dispuesto a consumir granola a base de hojuelas de maíz</i>	12
Gráfico 4 <i>Frecuencia de consumo de granola a base de hojuelas de maíz</i>	13
Gráfico 5 <i>Número de empaques o unidades de granola a base de hojuelas de maíz</i>	14
Gráfico 6 <i>Aspectos de granola a base de hojuelas de maíz de mayor valor para el consumidor</i>	15
Gráfico 7 <i>Tipo de promoción</i>	16
Gráfico 8 <i>Medio para encontrar la granola a base de hojuelas de maíz</i>	17
Gráfico 9 <i>Red social que utiliza con mayor frecuencia</i>	18
Gráfico 10 <i>Medio para recibir publicidad</i>	19
Gráfico 11 <i>Horario al que accede de los medios de comunicación</i>	21
Gráfico 12 <i>Peso de la granola a base de hojuelas de maíz</i>	22
Gráfico 13 <i>Logo</i>	31
Gráfico 14 <i>Etiqueta de GRANOLA MIX</i>	32
Gráfico 15 <i>Empaque de GRANOLA MIX</i>	32
Gráfico 16 <i>Canales de distribución</i>	35
Gráfico 17 <i>Mapa de procesos</i>	41
Gráfico 18 <i>Flujograma de proceso</i>	43
Gráfico 19 <i>Distribución de la planta</i>	47
Gráfico 20 <i>Diagrama de Pareto</i>	58
Gráfico 21 <i>Objetivos y estrategias</i>	62
Gráfico 22 <i>Organigrama Estructural</i>	63
Gráfico 23 <i>Organigrama Estructural</i>	63
Gráfico 24 <i>Punto de equilibrio</i>	90

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRANOLA A BASE DE HOJUELAS DE MAÍZ, EN LA CIUDAD DE AMBATO

AUTOR: Raúl Israel Mariño Guapisaca

TUTORA: Ing. Germania Elizabeth Vayas Ortega, Mg

RESUMEN EJECUTIVO

En todo el mundo hay un 10,7% de desnutrición por falta de alimentos. En Ecuador, el 11,4% de la población sufre carencia de alimentos y el 23,0% sufre desnutrición. Asimismo, el maíz en el campo es un producto de consumo ancestral y se encuentra en la región sierra, sus propiedades alimenticias son altamente nutritivas. Sin embargo, tiene poco uso industrial, ya sea por falta de capital o alta inversión en maquinaria para su procesamiento, por lo que en este trabajo se estudia la forma de procesar este producto y comercializarlo a personas de todas las edades. ya que aporta vitaminas y minerales. En base a este criterio se propuso desarrollar un plan de negocios para la producción y comercialización de granola a base de hojuelas de maíz en la ciudad de Ambato. Con el fin de cubrir el mercado potencial para lo cual se aplicó una metodología cuantitativa de análisis estadístico se utilizaron estas diferentes herramientas como la aplicación de encuestas para conocer las necesidades del mercado y marketing. Se determinó la capacidad de producción y operación necesaria, así como la planeación y control estratégico, así como los aspectos legales a cumplir, y se establecen las necesidades financieras en términos de inversión y oportunidades de negocio, donde se determina la tasa interna de retorno.

DESCRIPTORES: hojuelas de maíz, granola, comercialización, desnutrición,

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

THEME: BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND MARKETING OF GRANOLA BASED ON CORNFLAKES, IN THE CITY OF AMBATO

AUTHOR: Raúl Israel Mariño Guapisaca

TUTORA: Ing. Germania Elizabeth Vayas Ortega, Mg

ABSTRACT

Around the world, there is a 10.7% malnutrition due to lack of food. In Ecuador, 11.4% of the population suffers from a lack of food and 23.0% suffers from malnutrition. Also, corn in the country is a product of ancestral consumption and is found in the sierra region, its nutritional properties are highly nutritious. However, it has little industrial use, either due to lack of capital or high investment in machinery for its processing, which is why, in this paper, the way to process this product and market it to people of all ages is studied, since it provides vitamins and minerals. Based on this criterion, it was proposed to develop a business plan for the production and marketing of granola based on cornflakes in the city of Ambato. In order to cover the potential market for which, a quantitative methodology of statistical analysis was applied these different tools were used such as the application of surveys to know the needs of the market and marketing. The necessary production and operation capacity was determined, as well as the strategic planning and control, as well as the legal aspects to comply with, and the financial needs in terms of investment and business opportunities are established, where the internal rate of return is determined.

KEYWORDS: cornflakes, granola, marketing, malnutrition.

INTRODUCCIÓN

Contextualización del plan de negocios

En el país se encuentran cultivos de maíz que son parte de la producción agrícola del Ecuador, existe una limitada utilización de esta materia prima por parte de los emprendedores para elaborar productos, por lo que las personas no realizan actividades para la producción de productos derivados de este cultivo, además el desconocimiento de los canales adecuados para la comercialización del producto y el deficiente desarrollo de tecnología o aplicación de la innovación, es un precedente para tomar la decisión de realizar un producto como la granola a base de hojuelas de maíz.

Así mismo, una problemática que se da en los emprendedores, es que no tienen las herramientas técnicas para llevar a cabo un plan de negocios, con lo cual este trabajo de Titulación, aporta como una fuente de consulta y de revisión de aspectos metodológicos.

El presente trabajo se compone de cinco capítulos, los cuales se describen a continuación con cada uno de sus componentes.

En el Capítulo I, se estableció el desarrollo de los elementos investigativos del producto, con sus características, el mercado, su segmentación, se realiza un análisis del macro y el microambiente, se calcula además la demanda potencial insatisfecha, tanto la oferta y la demanda que sirve de base para el Capítulo V.

En el Capítulo II, se detalla la parte de operaciones del negocio, en donde se establece los equipos para la producción, las personas que intervienen en el plan de negocio, con el ritmo de producción y la capacidad instalada de la planta a implementar, aquellas cifras corresponden a los cinco años del plan de negocios.

En el Capítulo III, se detalló la organización y funciones de las personas que intervienen en el plan de negocios y los indicadores de gestión.

En el Capítulo IV, se establece el tema jurídico y legal para el plan de negocio propuesto, en donde se investiga y analiza los componentes, necesidades, requisitos y licencias del negocio.

En el Capítulo V, se registra las matrices correspondientes a la parte económica y financiera del plan de negocios, para ello se tienen los resultados favorables para la instalación del emprendimiento.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo general

Desarrollar un plan de negocio para la elaboración y comercialización de granola a base de hojuelas de maíz, en la ciudad de Ambato, con el fin de cubrir el mercado potencial.

Objetivos específicos

- Investigar los componentes de la comercialización dentro del plan de negocio para la colocación del producto en el mercado.
- Analizar los aspectos operativos de la producción para la planificación de manera óptima en la empresa.
- Determinar la estrategia, organización y gestión del plan de negocio para la comercialización de granola.
- Identificar los elementos legales necesarios para el negocio de modo que cumpla con los requerimientos de ley.
- Analizar los aspectos económicos y financieros para el plan de negocio de forma que se conozca la situación de la empresa.

CAPÍTULO I

Mercado y Comercialización

1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO

Determinar el mercado y forma de comercialización para granola a base de hojuelas de maíz.

1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO

1.2.1. Fundamentación del producto

Las características del producto se relacionan a los atributos que son tangibles del producto, aquellas son las que brindan el valor agregado del mismo (Olicar 2020), los aspectos diferenciadores del producto están unidos al criterio del diseño del producto, el mismo que, debe cubrir las necesidades de los consumidores, este diseño tiene como elemento fundamental ser distinto a los demás que se encuentran en el mercado por ende está presente la innovación en el producto; la misma se produce porque se aplica el conocimiento y también interviene la aplicación de la tecnología dentro de los procesos de producción (Alfonso, Franco y Suárez 2020).

1.2.2. Característica del producto

Tabla 1

Característica del producto

Características	Aspectos diferenciadores	Beneficios que obtiene el cliente
Granola a base de hojuelas de maíz textura suave	Maíz natural descascarado	Aporta con fibra para buena salud intestinal
Hojuelas de maíz de masa de harina de maíz	Producto natural	Aporta hierro y mejora el sistema inmunológico
Utilización de granos secos: ajonjolí, semillas de calabaza, semillas de girasol, nueces, pasas, castañas, arándanos	Mayor contenido de granos que aportan a las necesidades del consumidor	Los granos secos aportan vitaminas: el ajonjolí con la vitamina B3, las semillas de calabaza con la B5, las nueces aportan con magnesio, las pasas con la vitamina B1, las castañas vitamina E, mientras que los arándanos aportan con la vitamina A y C.1
Peso ligero de la granola	Contextura suave de la granola	Ligero para transportar en la bolsa de compras

1 Massoni, Julie. *Una manera de estar sano*. EEUU: Babelcube, 2017.

La Tabla 1 muestra las características del producto, es un alimento conformado por las hojuelas de maíz y los frutos secos que ayudan a proteger el organismo del ser humano, el maíz natural aporta con fibra para la buena salud intestinal y con hierro al cuerpo para mantener saludable el sistema inmunológico, los frutos secos como ajonjolí, semillas de calabaza, semillas de girasol, nueces, pasas, castañas, arándanos son complementos alimenticios que aportan al organismo los nutrientes indispensables para el óptimo funcionamiento.

1.3 Mercado

Se describe al mercado como el lugar donde se encuentran los potenciales compradores, los mismos que tienen capacidad de pago y con necesidades insatisfechas, por lo que ubican los bienes y servicios para su satisfacción (Escudero 2014).

1.3.1. Público objetivo del producto

El público objetivo son las personas que pertenecen a la población económicamente activa de la ciudad de Ambato, desde los 5 años de edad hasta los 70 años.

1.3.1.1. Categorización de sujetos

Tabla 2

Categorización de sujetos

Categoría	Sujeto	Producto	Precio	Plaza	Promoción
¿Quién compra?	Hombres y mujeres económicamente activa			X	
¿Quién consume?	Hombres y mujeres entre 5 y 70 años	X			
¿Quién decide?	Hombres y mujeres económicamente activa		X		
¿Qué influye?	Gustos de los consumidores				X

La caracterización de sujetos se muestra en la Tabla 2, en la que, se puede determinar que las personas de 5 a 70 años son las que inician el consumo de la granola y quienes hacen posible la decisión de compra son hombres y mujeres económicamente activa, ya que, tienen capacidad de ingresos propios por sus actividades, sin embargo, influye el gusto de los consumidores por el producto.

1.3.1.2. Estudio de segmentación

La segmentación de mercado se refiere a la identificación de los diferentes tipos de consumidores, los mismos que se pueden agrupar a través de variables que pueden ser geográficas, demográficas, psicográficas o por la conducta de los consumidores (Blanco, Padro y Mercado 2016).

Dimensión Conductual

La dimensión conductual que se encuentra en el estudio de segmentación se relaciona con las costumbres de los consumidores que se interiorizan y que se ponen de manifiesto con el comportamiento en la compra (Mollá, y otros 2014).

Tabla 3

Dimensión conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad	Fisiológica
Tipo de compra	De consumo
Relación con la marca	Ninguna
Actitud frente al producto	Predisposición por productos nutritivos y naturales

Como describe en la Tabla 3 la dimensión conductual de la granola a base de hojuelas de maíz es fisiológica, el tipo de compra es de consumo, ya que, es un producto alimenticio, la relación con la marca no se produce porque es un producto nuevo en el mercado, mientras que la actitud frente al producto se da porque existe la predisposición por productos nutritivos y naturales.

Dimensión geográfica

Se denomina dimensión geográfica el sitio donde se encuentran los consumidores finales y se puede constituir por variables como sexo, edad, tamaño de la ciudad (Kotler y Kotler 2016).

Tabla 4
Dimensión geográfica

Variable	Descripción	Población 2010	TCP	No. de Habitantes 2022
País	Ecuador	14.483.499	1,56%	17.439.973
Región	Sierra	6.150.000	1,56%	7.405.381
Provincia	Tungurahua	504.583	1,56%	607.582
Tamaño de la ciudad	Ambato	329.856	1,56%	397.189
Zona	Urbana	165.185	1,56%	198.904

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos 2010) INEC

En la Tabla 4 se muestra la dimensión geográfica, donde se calculó la tasa de crecimiento del 1,56% para cada una de las variables, da como resultado el valor de la zona urbana de 198.904 personas, que son los habitantes de esta área.

Dimensión demográfica

La dimensión demográfica corresponde a la conformación de la estructura de la población que puede constituirse por edades o localización (Cairó y Céspedes 2020)

Tabla 5
Dimensión demográfica

Variable	Descripción	Población 2010	TCP	Población 2022
Sexo	Hombres	159.830	1,56%	192.456
	Mujeres	170.026	1,56%	204.733
Edad	Hombres	138.170	1,56%	166.374
	Mujeres	146.871	1,56%	176.851
Personas de la población económicamente activa	PEA	78.884	1,56%	94.986

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos 2010) INEC

La Tabla 5 muestra la dimensión demográfica, en la cual se identificó que hombres y mujeres del mercado objetivo son parte de los hogares de la ciudad de Ambato en el área urbana, por lo que el total de hombres es de 159.830 y las mujeres es de 170.026, de esta cantidad de personas pertenecen a la población económicamente activa en la ciudad de Ambato una cantidad de 94.986 personas.

1.3.1.3. Plan de muestreo

Para determinar la muestra es necesario considerar primero el universo total porque es importante que se localice de forma específica una parte de la población, que viene a constituir la muestra para que se pueda realizar el estudio respectivo (Hernández y Carpio 2019).

En esta investigación se utilizó la fórmula de la población finita que es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Z^2 * p * q + Ne^2}$$

De acuerdo a la ecuación se tiene que:

Z^2 = valor de 1,96 es la confiabilidad

p y q= probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia

N= valor de la muestra

e= valor del error 5% es de 0,05

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 94.986}{1,96^2 * 0,50 * 0,50 + (94.986) (0,05)^2}$$

$$n = \frac{91.224,55}{0,96040 + 237,47}$$

$$n = \frac{91.224,55}{238,42}$$

$$n = 383$$

El total de 383 es el valor numérico de la muestra que corresponden a las personas que se les aplica el cuestionario, el mismo que se establece con las preguntas respectivas para la recopilación de la información.

1.3.1.4. Instrumentos para recopilar la información

Objetivo 1: Investigar los componentes de la comercialización dentro del plan de negocios para la colocación del producto en el mercado.

Tabla 6
Necesidades de información

Necesidades de información	Tipos de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar cuál es el medio más eficiente para comercializar el producto	Secundaria	Libros de texto y artículos recientes	Biblioteca UTI-Google scholar
Conocer la frecuencia del número de veces que se consume la granola a base de hojuelas de maíz	Primaria	Consumidores	Encuesta
Conocer los medios de comunicación que son más utilizados	Primaria	Consumidores	Encuesta
Investigar cuál es la característica que más le gusta al consumidor sobre este tipo de granola	Primaria	Consumidores	Encuesta

Fuente: Investigación de campo

Objetivo 2: Analizar las características demográficas para obtener la demanda insatisfecha.

Tabla 7
Necesidades de información

Necesidades de información	Tipos de información	Fuente	Instrumentos
Características de la segmentación del mercado para la granola a base de hojuelas de maíz	Secundaria	Libros de texto y artículos recientes	Biblioteca UTI-Google scholar
Número de unidades de consumo de granola a base de hojuelas de maíz en el mercado de la ciudad de Ambato	Primaria	Consumidores	Encuesta
Número de unidades que venden los negocios de la competencia sobre el producto	Primaria	Competencia	Encuesta
Realizar los cálculos matemáticos para conocer la demanda insatisfecha	Primaria	Consumidores	Encuesta

Fuente: Investigación de campo

Objetivo 3: Establecer cuál es el canal de distribución de la granola a base de hojuelas de maíz.

Tabla 8

Necesidades de información

Necesidades de información	Tipos de información	Fuentes	Instrumentos
Características de los tipos de distribución que se puede aplicar en el plan de negocio	Secundaria	Libros de texto y artículos recientes	Biblioteca UTI- Google scholar
Investigar la entrega del producto y la forma de llevar al consumidor final	Primaria	Consumidores	Encuesta
Beneficios de instalar el negocio en un lugar accesible	Primaria	Consumidores	Encuesta
Estudiar las preferencias del comercio por internet para el producto	Primaria	Consumidores	Encuesta

Fuente: Investigación de campo

1.3.1.5. Diseño y recolección de información

Desarrollo de instrumentos. Necesidad 1

En la necesidad 1 se detalla como Objetivo 1 El análisis de la comercialización de la granola a base de hojuelas de maíz, para obtener esta información es necesario obtener las frecuencias en que los consumidores adquieren el producto, también sobre los medios de comunicación que los potenciales consumidores utilizan para observar la publicidad de los productos, ante lo cual se puede aplicar estrategias sobre estos medios, además lo que más le apetece al consumidor en este apartado se puede estudiar a través de la recopilación de datos con la encuesta.

Desarrollo de instrumentos. Necesidad 2

En la necesidad 2 se comprueba el Objetivo 2, referente a la segmentación de mercado, aquí se analiza las características demográficas, geográficas y conductuales, en cada una de ellas se describen las cantidades que se encuentran en las bases de datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos, realizado en el año 2010, en primer lugar se obtiene la cantidad de personas del sector geográfico; en esta necesidad también se

focaliza cuál es la cantidad de unidades de granola a base de hojuelas de maíz, ya que esta cantidad sirve para el cálculo de la demanda del producto.

Desarrollo de instrumentos. Necesidad 3

En la necesidad 3 se requiere información sobre la distribución del producto, por lo cual se estudian los tipos de distribución que existen, esto sirve para decidir cual se aplicará en el plan de negocios, de la misma forma la entrega del producto requiere de materiales, equipos y de vehículos, por este motivo la aplicación de la encuesta es de forma directa a los consumidores en el mercado.

1.3.1.6. Análisis e interpretación

La siguiente encuesta (Anexo 4) se utilizó 12 preguntas y se aplicó a 383 personas del sector urbano de la ciudad de Ambato, con el fin de identificar y conocer lo que desean los consumidores en el mercado. Para la aplicación del cuestionario se utilizó como herramienta el Microsoft forms y los datos fueron tabulados mediante el paquete informático Excel.

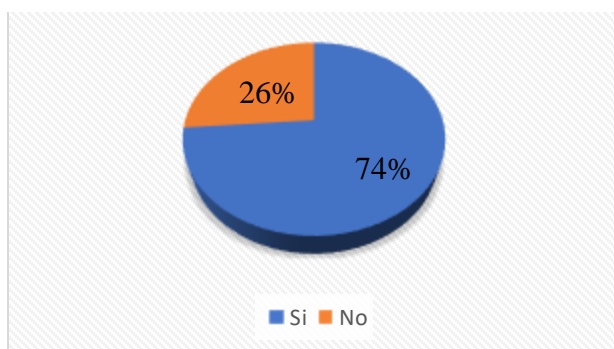
Pregunta 1. ¿Usted cómo consumidor conoce que en el mercado los comerciantes venden granola?

Tabla 9
Consumidor conoce la granola

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	283	73,89
No	100	26,11
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 1
Conocimiento del consumidor sobre la granola



Fuente: Investigación de campo

Análisis

En el mercado se encuentran los consumidores potenciales, a aquellas personas se les encuestó y respondieron que, si conocen que la granola se encuentra en el mercado, así respondieron el 74% en tanto que el 26% aproximadamente respondieron que no conocen este producto.

Interpretación

Los consumidores tienen costumbre de compra de productos alimenticios, en este caso, la granola es un producto que si es conocido por parte de los consumidores, la denominación del nombre granola es conocido por ellos, lo cual es de beneficio para esta investigación porque el nombre se encuentra ya posicionado en la mente de las personas que acuden a comprar este tipo de alimento.

Pregunta 2. ¿Usted compra en el mercado algún tipo de granola?

Tabla 10

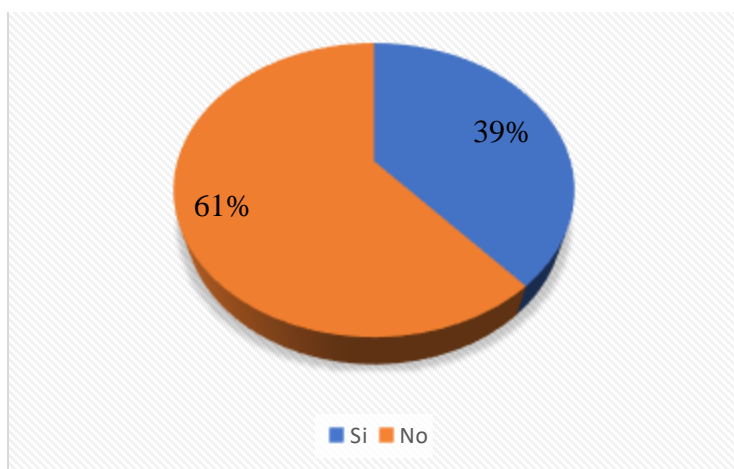
Compra de granola

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	149	38,90
No	234	61,10
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 2

Compra de granola actualmente



Fuente: Investigación de campo

Análisis

De las personas que se encuestó, se determinó que aquellas compran actualmente granola un porcentaje de 39%, en tanto que el 61% no compra granola.

Interpretación

La compra de granola por parte de las personas que fueron encuestadas es baja, en esta investigación se determinó que la granola es un producto para todas las edades, debido a que se pueden combinar sabores y la textura suave permitirá que el producto sea apetecido en el mercado.

Pregunta 3. ¿Usted estaría dispuesto a consumir granola a base de hojuelas de maíz para una buena nutrición?

Tabla 11

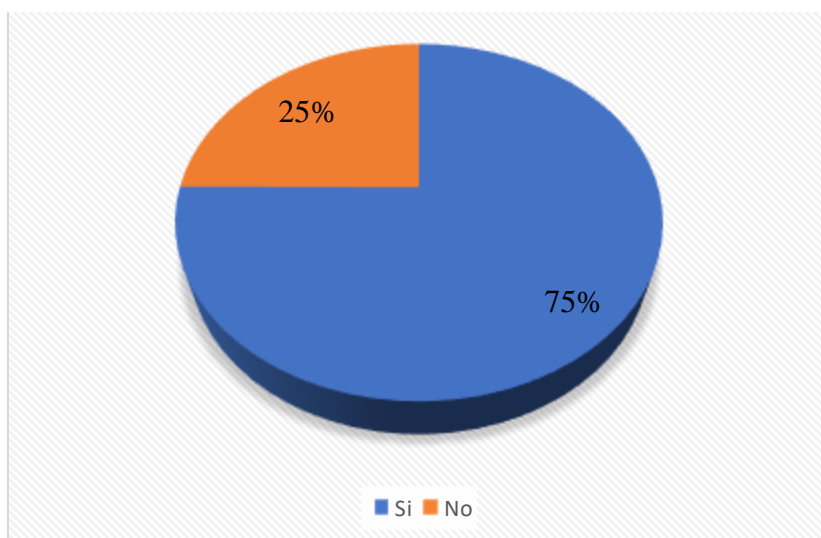
Consumidor dispuesto a consumir granola a base de hojuelas de maíz

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	288	75,20
No	95	24,80
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 3

Consumidor dispuesto a consumir granola a base de hojuelas de maíz



Fuente: Investigación de campo

Análisis

De las personas que se encuestó, se observó que tienen la disponibilidad de querer consumir granola a base de hojuelas de maíz en un 75% y un 25% no desean el consumo de este alimento.

Interpretación

La disponibilidad de los consumidores potenciales es alta, debido a que se les preguntó si tendrían el deseo de comprar este producto, la percepción de estas personas con la granola a base de hojuelas de maíz tiene un impacto bueno debido a la calidad nutritiva que tiene este alimento.

Pregunta 4. ¿Usted considera que la granola a base de hojuelas de maíz es un alimento que se podría consumir con qué frecuencia?

Tabla 12

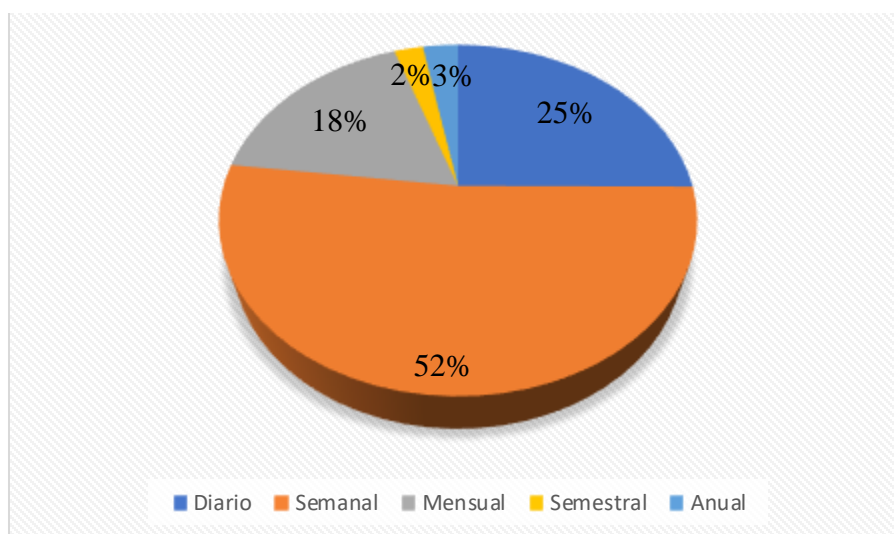
Frecuencia que estaría dispuesto a consumir granola a base de hojuelas de maíz

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Diario	96	25,07
Semanal	199	51,96
Mensual	68	17,75
Semestral	9	2,35
Anual	11	2,87
Total	383	100,00

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 4

Frecuencia de consumo de granola a base de hojuelas de maíz



Fuente: Investigación de campo

Análisis

Al aplicar el cuestionario se obtuvo respuestas sobre la frecuencia que estarían dispuestos a adquirir la granola a base de hojuelas de maíz, el 52% contestó que semanalmente, el 25% manifestó que diariamente, el 18% mensual, el 2% manifestó que semestral y el 3% anual.

Interpretación

La frecuencia de consumo de granola se observó que es regularmente semanal, puesto que los consumidores no compran a largo plazo, la frecuencia semestral y anual no es apetecida por parte de los consumidores, esto significa que la granola a base de hojuelas de maíz es un producto que forma parte de la canasta alimenticia de los hogares, representados por las personas a las cuales se encuestó.

Pregunta 5. ¿Cuántos paquetes o unidades de la granola a base de hojuelas de maíz cree que compraría al mes?

Tabla 13

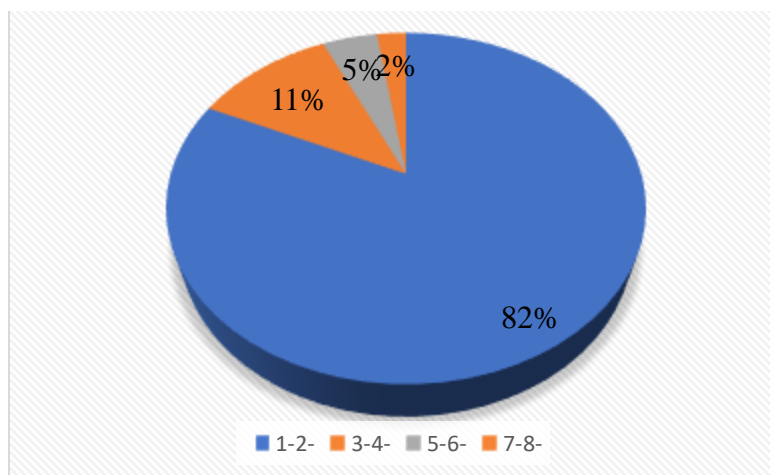
Número de paquetes que estaría dispuesto a comprar

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1-2-	314	81,98
3-4-	43	11,23
5-6-	17	4,44
7-8-	9	2,35
Total	383	100,00

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 5

Número de paquetes o unidades de granola a base de hojuelas de maíz



Fuente: Investigación de campo

Análisis

Las personas que se encuestó respondieron que estarían dispuestos a comprar de 1 a 2 unidades o empaques de granola a base de hojuelas de maíz, el 82%, el 11% respondió que, de 3 a 4 unidades, el 5% de 5 a 6 unidades, el 2% manifestó que de 7 a 8 unidades.

Interpretación

Las respuestas sobre el número de unidades que las personas pueden comprar de granola a base de hojuelas de maíz, es mayoritariamente de una o dos empaques, esto significa que las personas consumen en cantidades pequeñas en sus hogares.

Pregunta 6. ¿De los siguientes aspectos de la granola a base de hojuelas de maíz cuál es el que tendría mayor valor para usted?

Tabla 14

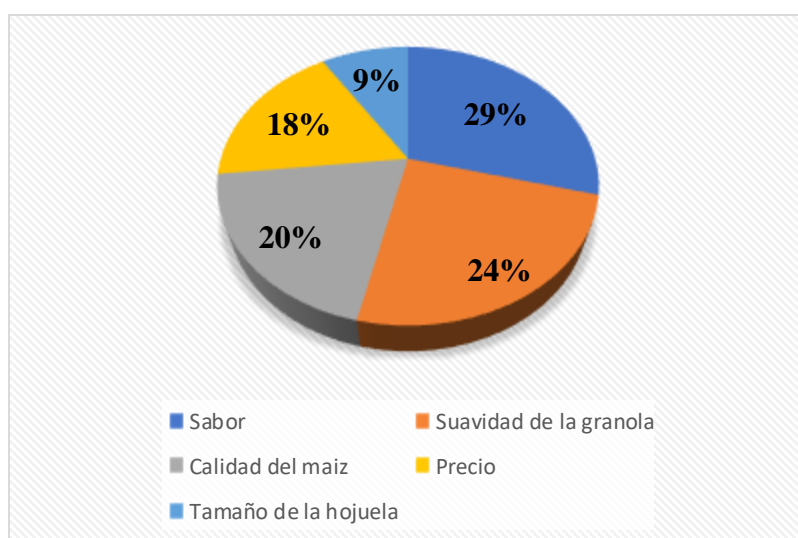
Aspectos de la granola de maíz que tendrían mayor valor

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	113	29,50
Suavidad de la granola	93	24,28
Calidad del maíz	75	19,58
Precio	68	17,75
Tamaño de la hojuela	34	8,88
Total	383	100,00

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 6

Aspectos de granola a base de hojuelas de maíz de mayor valor para el consumidor



Fuente: Investigación de campo

Análisis

De la totalidad de personas encuestadas respondieron que es el sabor el que tendría mayor peso en el producto, con el 29%, en segundo lugar, está la suavidad de la granola 24%, en tercer lugar, se encuentra la calidad del maíz 20%, el 18% indicó que es el precio y el 9% el tamaño de la hojuela de maíz.

Interpretación

El sabor de la granola y la suavidad que tenga la composición de este producto es lo que les apetece a los consumidores, con esta información se debe hacer el tratamiento adecuado para lograr este tipo de producto, ya que el precio no es un elemento que sea preponderante en este producto.

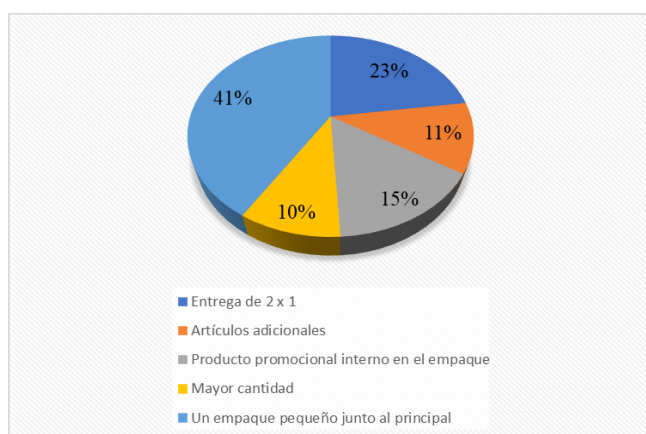
Pregunta 7. ¿Le gustaría recibir algún tipo de promoción al comprar la granola a base de hojuelas de maíz? Por favor elija de la lista de alternativa la respuesta en orden de importancia.

Tabla 15
Tipo de promoción

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Entrega de 2 x 1	87	22,72
Artículos adicionales	43	11,23
Producto promocional interno en el empaque	58	15,14
Mayor cantidad	37	9,66
Un empaque pequeño junto al principal	158	41,25
Total	383	100,00

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 7
Tipo de promoción



Fuente: Investigación de campo

Análisis

El 41% indicó que le gustaría recibir 2 productos por la compra de 1, mientras que el menor porcentaje del 10% indica que la mayor cantidad no es de su preferencia.

Interpretación

El tipo de promoción que más les gustaría obtener los consumidores potenciales es aquel que se relaciona con la entrega de dos productos por uno, el tener este tipo de valor agregado es lo que motiva a la compra, de igual forma un empaque pequeño junto al principal también es la promoción de mayor preferencia para los compradores.

Pregunta 8. ¿A través de qué medio le gustaría encontrar el producto?

Tabla 16

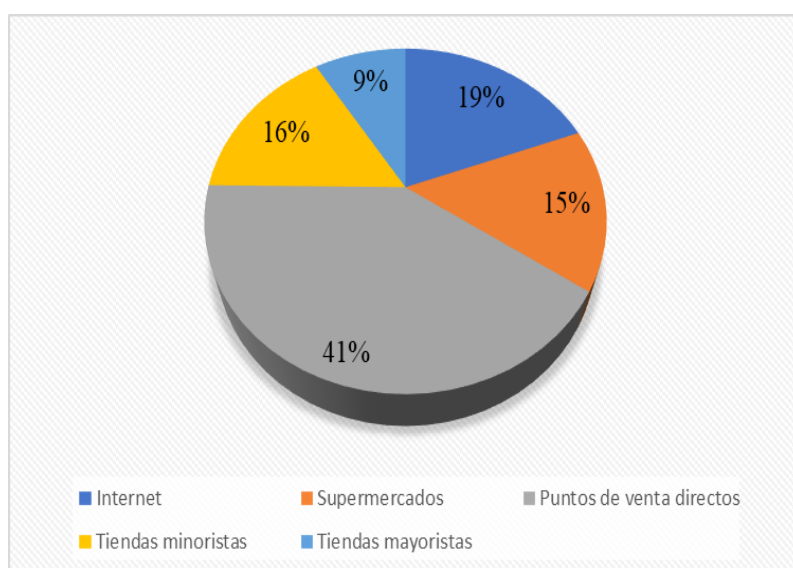
Medio para encontrar el producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Internet	74	19,32
Supermercados	58	15,14
Puntos de venta directos	156	40,73
Tiendas minoristas	61	15,93
Tiendas mayoristas	34	8,88
Total	383	100,00

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 8

Medio para encontrar la granola a base de hojuelas de maíz



Fuente: Investigación de campo

Análisis

De las personas encuestadas respondieron que el medio para encontrar el producto es el punto de venta directo el 41%, el 19% internet, en tanto que el 16% manifestó que, en tiendas minoristas, el 16% en supermercados y el 9% tiendas mayoristas.

Interpretación

Considerar un punto de venta directo en este plan de negocios es importante para la venta de la granola a base de hojuelas de maíz y el uso de internet a través de la tecnología le brindará al producto un valor añadido por el marketing que se realizará en este tipo de redes.

Pregunta 9. ¿Cuál es la red social que utiliza con más frecuencia?

Tabla 17

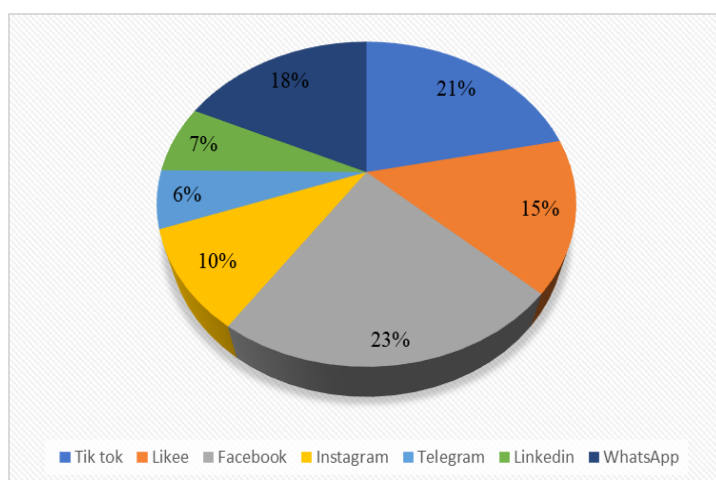
Red social que utiliza con mayor frecuencia

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Ti tok	83	21,67
Like	58	15,14
Facebook	87	22,72
Instagram	38	9,92
Telegram	22	5,74
Linkedin	26	6,79
WhatsApp	69	18,02
Total	383	100,00

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 9

Red social que utiliza con mayor frecuencia



Fuente: Investigación de campo

Análisis

De las personas encuestadas respondieron que la red social que utilizan con mayor frecuencia es Facebook el 23%, seguido de Tik tok 21%, el WhatsApp 18% como las más representativas.

Interpretación

El uso de las redes sociales es un elemento importante en el marketing para el producto, se constituye en un medio directo para que el consumidor pueda apreciar las características de la granola a base de hojuelas de maíz, por lo que el Facebook y el Tik Tok gustan en igual proporción.

Pregunta 10. ¿En qué medio usted preferiría recibir la publicidad de la granola a base de hojuelas de maíz?

Tabla 18

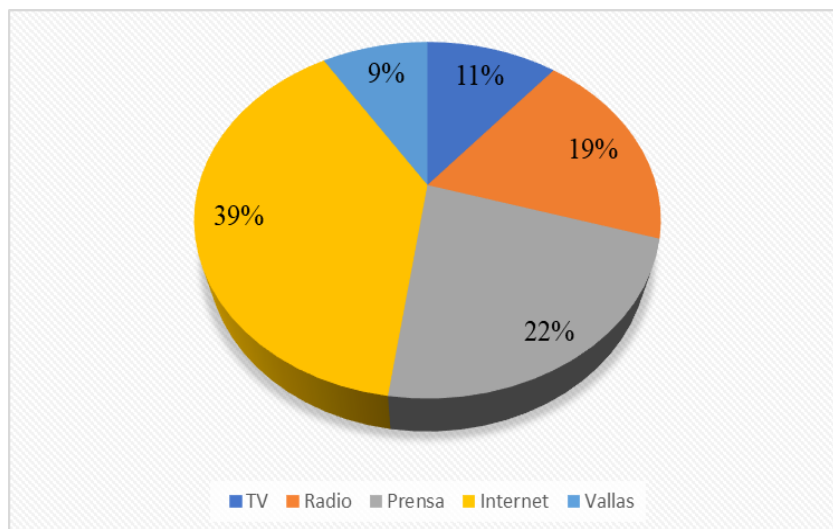
Medio para recibir publicidad

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
TV	42	10,97
Radio	72	18,80
Prensa	86	22,45
Internet	149	38,90
Vallas	34	8,88
Total	383	100,00

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 10

Medio para recibir publicidad



Fuente: Investigación de campo

Análisis

De las personas encuestadas respondieron el 39% que prefieren recibir por internet la publicidad, el 22% contestó que, en la prensa, el 19% radio, el 11% TV y el 9% vallas.

Interpretación

El uso de los canales de comunicación tanto escritos o por la televisión, permite que la empresa pueda remitir el mensaje de forma correcta al consumidor, en este caso el internet es el medio que mayormente está en disponibilidad de los usuarios, el uso de este es permanente en los teléfonos celulares lo que dará la oportunidad de crecer en el negocio.

Pregunta 11. ¿Cuál es el horario que usted accede a estos medios de comunicación?

Tabla 19

Horario al que accede a los medios de comunicación

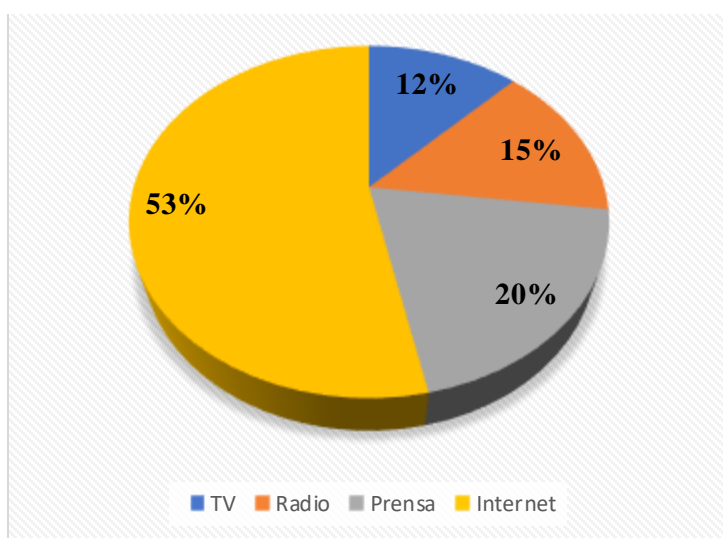
Descripción	Horario	Frecuencia	Porcentaje
TV		47	12,34
	06 am a 09 am	12	
	09 am a 12 pm	4	
	12 pm a 15 pm	3	
	15 pm a 18 pm	6	
	18 pm a 21 pm	9	
	21 pm a 00 am	13	
Radio		56	14,70
	06 am a 09 am	33	
	09 am a 12 pm	6	
	12 pm a 15 pm	2	
	15 pm a 18 pm	3	
	18 pm a 21 pm	4	
	21 pm a 00 am	8	
Prensa		75	19,69
	06 am a 09 am	39	
	09 am a 12 pm	8	
	12 pm a 15 pm	9	
	15 pm a 18 pm	2	
	18 pm a 21 pm	3	
	21 pm a 00 am	14	

Internet		205	53,28
	06 am a 09 am	57	
	09 am a 12 pm	12	
	12 pm a 15 pm	10	
	15 pm a 18 pm	33	
	18 pm a 21 pm	23	
	21 pm a 00 am	70	
Total		383	100,00

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 11

Horario al que accede de los medios de comunicación



Fuente: Investigación de campo

Análisis

De las personas encuestadas respondieron el 53% acceden al internet en horario mayoritariamente en la mañana y en la noche. El 20% optan por la prensa ya que en el horario de la mañana utilizan más ese medio. El 15% prefieren la radio ya que en el horario mañana utilizan más las personas, mientras que el 12% eligen la TV ya que horario de la noche es el medio que más utilizan.

Interpretación

El horario que utilizan las personas para leer la prensa, utilizar la internet o mirar la televisión, es importante para este plan de negocios en vista de que a través de aquellos se puede realizar campañas publicitarias que beneficiarán a la empresa.

Pregunta 12. ¿Cuál peso considera que debería tener la granola a base de hojuelas de maíz?

Tabla 20

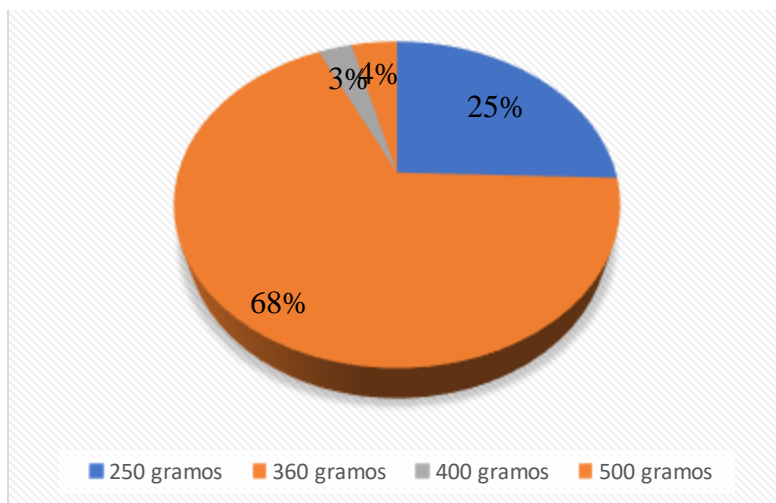
Peso de la granola a base de hojuelas de maíz

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
250 gramos	96	25,07
360 gramos	256	66,84
400 gramos	11	2,87
500 gramos	15	3,92
600 gramos	5	1,31
Total	383	100,00

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 12

Peso de la granola a base de hojuelas de maíz



Fuente: Investigación de campo

Análisis

De las personas encuestadas respondieron el 68% prefieren un envase con 360 gramos, en tanto que el 25% indicó que, de 250 gramos, el 4% indicó que de 500 gramos y el 3% de 400 gramos.

Interpretación

El peso del envase de la granola es importante para el consumidor, debido a que es una cantidad adecuada para su consumo, el de 360 gramos que es el de mayor preferencia indica que este producto puede ser consumido con mayor facilidad por los consumidores debido a que es un tamaño ideal dentro del mercado.

1.3.2. Demanda Potencial

La demanda tiene una concepción para el mercado, puesto que es la cantidad de los bienes que pueden ser tangibles o intangibles, que el mismo mercado con los demandantes requieren conseguirlos (Cruz 2019).

Para obtener la demanda se procedió a realizar los siguientes pasos:

- 1) Se consideró la tabla de la dimensión demográfica, cuyo total es de 94.986 personas que son de la PEA.
- 2) Se tomó en cuenta la pregunta número 3, que dice: ¿Usted estaría dispuesto a consumir granola a base de hojuelas de maíz para una buena nutrición?, en donde se tiene el porcentaje de 75,20%, que respondieron que SI, que corresponde al consumidor dispuesto a consumir granola a base de hojuelas de maíz.
- 3) Se consideró la pregunta 5, ¿Cuántos empaques o unidades de la granola a base de hojuelas de maíz cree que compraría al mes?, en este cálculo se determinó el promedio de los empaques comprados.
- 4) Se obtuvo la demanda en productos que es el resultado de la multiplicación entre el número de personas que compran al mes los empaques de granola por la cantidad promedio de empaques.

Tabla 21
Dimensión demográfica

Variable	Descripción	Población 2010	TCP	Población 2022
Sexo	Hombres	159.830	1,56%	192.456
	Mujeres	170.026	1,56%	204.733
Edad	Hombres	138.170	1,56%	166.374
	Mujeres	146.871	1,56%	176.851
Personas de la población económicamente activa	PEA	78.884	1,56%	94.986

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos 2010) INEC

Tabla 22*Número de personas desde el año 2022 hasta el año 2027*

Año	Demanda de personas	TCP	Incremento
2022	94.986	1,56%	1.482
2023	96.468	1,56%	1.505
2024	97.973	1,56%	1.528
2025	99.501	1,56%	1.552
2026	101.053	1,56%	1.576
2027	102.630	1,56%	1.601

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos 2010) INEC

Tabla 23*Cálculo de demanda del producto año 2022*

Años	PEA del año 2022	Pregunta 3 ¿Ud. estaría dispuesto a consumir granola a base de hojuelas de maíz para una buena nutrición? SI=75,20%	Pregunta 5 ¿Cuántos empaques o unidades de granola cree que compraría al mes? Total de porcentaje	Número de personas que compran al mes los empaques de granola	Promedio de empaques que compran	Demanda de productos año 2022
2022	94.986	71429	82%	58558	1,5	87837
			11%	8022	3,5	28075
			4%	3171	5,5	17443
			2%	1679	7,5	12589
Total de la demanda de productos año 2022						145945

Fuente: Investigación de campo

Tabla 24*Proyección de la demanda*

Año	Demanda de producto	TCP	Incremento
2022	145.945	1,56%	2.277
2023	148.221	1,56%	2.312
2024	150.534	1,56%	2.348
2025	152.882	1,56%	2.385
2026	155.267	1,56%	2.422
2027	157.689	1,56%	2.460

Fuente: Investigación de campo

Para la proyección de la demanda se aplicó la tasa de crecimiento del 1,56% en donde se obtuvo el incremento de cada año, para el año 2027 el total de la demanda de producto es de 157.689 empaques.

1.4. Análisis del macro y microambiente

1.4.1. Análisis microambiente

La organización tiene que enfrentarse a su ambiente interno si debe tomar decisiones adecuadas a sus objetivos, por ese motivo el microambiente lo forman ciertos factores que se relacionan con la capacidad que tiene para resolver con cada uno de ellos los problemas que se presenten, el microambiente de la empresa también está conformado por los proveedores, intermediarios, clientes, competidores y público en general, aquellos grupos tienen un interés particular que la empresa debe conocer o identificar para enfrentarlos (Gómez, Atlahua y González 2019).

En el caso de este estudio se lleva a cabo el análisis con las 5 fuerzas de Porter, sobre las fuerzas que en la empresa se analizó para conocer cuáles son las incidencias de aquellas sobre la empresa.

Amenaza de nuevos competidores

En esta fuerza se presentó en el mercado de la ciudad de Ambato, pequeños productores que fueron identificados, quienes tienen sus negocios de venta de granola, la diferencia de aquellos es que su producción es de baja escala, se encuentran en actividad el mercado local, pero no se identificó sus marcas, de la misma manera, los competidores antiguos con marcas que son ya conocidas en el mercado, sus plantas son de Quito o Guayaquil.

La amenaza de nuevos competidores si existe para este tipo de negocios, porque es un mercado donde existe la demanda suficiente y el producto es saludable para la población, esta amenaza se enfrentará con estrategias de publicidad y de marca del producto.

Rivalidad entre los competidores

La competencia en el mercado de la ciudad de Ambato será con los productores pequeños, cuyo producto se vende en los mercados locales, para lo cual, el diseño de la

marca y las estrategias que se utilizarán con las redes sociales permitirá tener otro tipo de mercado, porque el producto será de categoría superior.

Poder de negociación de los proveedores

El maíz es un producto de producción agrícola local y que se encuentra en la parte rural en abundancia en las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo y Pichincha, por lo que este producto se encuentra en los mercados locales y en los mayoristas, por este motivo el poder de negociación de los proveedores no se encuentra negativo, porque los precios del producto se mantienen debido a la existencia de competencia entre ellos.

Poder de negociación de los clientes

Los clientes tienen la decisión de la compra y son los que deciden el volumen o el precio para comprar el producto, sin embargo, en este tipo de producto, ese poder de negociación se pierde debido a que se va a distribuir a través de un sitio específico de venta y el precio estará competitivo en el mercado en relación a otros productos similares de la competencia.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

En este tipo de productos como es la granola con base a hojuelas de maíz, si se encontrará productos sustitutos, puesto que la granola es un alimento de consumo diario cuya combinación se puede realizar con otros cereales como son la avena, trigo, chíca, ajonjolí o alguna variedad de maíz sea morado o amarillo, por este motivo si hay amenazas de productos sustitutos.

1.4.2. Análisis del macro-ambiente

Tabla 25

Matriz EFE

Factores que tienen éxito	Peso por cada factor	Calificación obtenida	Ponderación del peso
Oportunidades			
Lograr más clientes porque el producto es rico	0,15	4	0,6
Conseguir mejores precios por el maíz en el sector rural	0,25	4	1
Financiamiento externo en la Banca tradicional a mejor interés	0,1	3	0,3
Financiamiento externo en la base de Cooperativas de Ahorro y Crédito que pertenecen a la SEPS	0,12	3	0,36
Aumento de personas que quieren trabajar	0,15	3	0,45
Amenazas			
Precios de otras granolas que sean menores	0,05	4	0,2
Calidad de granola con más ingredientes de la competencia	0,08	4	0,32
Oferta de mayor cantidad de la granola de la competencia	0,1	3	0,3
Total	1		3,53

Fuente: Investigación de campo

Análisis

El total de los factores que se encuentran ponderados es de 3,53 puntos, lo que significa que las situaciones son más positivas que negativas, las oportunidades de crear este tipo de negocio se encuentran sobre las amenazas, debido a que cada característica se ubica en el mercado, la empresa tiene que orientar sus acciones a que se cumpla los objetivos propuestos para el plan de negocios.

Tabla 26 *Matriz EFI*

Factores que tienen éxito	Peso por cada factor	Calificación obtenida	Ponderación del peso
Fortalezas			
Tamaño del producto es el habitual en el mercado	0,12	4	0,48
Mezcla de los ingredientes dan el sabor único	0,15	4	0,6
Empresa unipersonal y comprometimiento de trabajo	0,14	4	0,56
Distribución física interna da calidad en el ambiente laboral	0,09	3	0,27
Se cumple con las leyes en pagos al personal	0,12	3	0,36
Debilidades			
No se tiene conocimiento sobre la tecnología actual	0,1	4	0,4
Deficiente capacitación a las personas porque no se ha hecho un estudio sobre lo que se requiere	0,09	4	0,36
Carencia de manuales internos para sus funciones	0,05	4	0,2
Total	0,86		3,23

Fuente: Investigación de campo

Análisis

El total de los factores de la matriz interna da como resultado un puntaje de 3,23 con lo cual se observó que estos elementos contribuyen menos que la matriz EFE, de factores externos, es decir que la empresa internamente tiene que mejorar esos aspectos para que puedan ser utilizados más adelante.

Tabla 27
Matriz de perfil competitivo

Factores del perfil competitivo	Granola “Galapaguitos”		Granola Paz		Granola a base de Hojuelas de maíz				
	Ponderación		Ponderación		Ponderación				
Publicidad en las redes sociales	0,25	4	1	0,2	4	0,8	0,1	2	0,2
Producto tiene registro correspondiente	0,1	3	0,3	0,27	3	0,81	0,1	3	0,3
Empaque con colores que impacta	0,13	2	0,26	0,14	4	0,56	0,2	3	0,6
Precio de granola está en términos aceptables para el mercado	0,19	3	0,57	0,14	3	0,42	0,25	3	0,75
Promociones en el producto que son visibles	0,2	2	0,4	0,13	3	0,39	0,3	4	1,2
Granola tiene información nutricional	0,13	4	0,52	0,12	3	0,36	0,05	3	0,15
Total	1		3,05	1		3,34	1		3,2

Fuente: Investigación de campo

Los valores que se obtuvieron en la matriz de perfil competitivo indican que la empresa de este plan de negocios debe mejorar en los aspectos legales como son la obtención de permisos y licencias, porque son los elementos que tiene menores ponderaciones, de otro lado se observó que las promociones y el precio serán los aspectos con los que enfrente a la competencia, por lo que debe tener buenas perspectivas para que pueda llegar a los consumidores

1.4.3. Proyección de la oferta

Tabla 28

Oferta

Año 2022	CEREALES HEIDI'S		CEREALES ANDINOS		PRODUCTOS NATURALES SHALOM		MYCUYANO	
	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual
Stock	2100	25200	1500	18000	1700	20400	1900	22800
Precio	\$2,50		\$2,00		\$2,20		\$1,80	
Unidades ofertadas		25200		18000		20400		22800
Total de unidades ofertadas	86400							

Fuente: Investigación de campo

Con los resultados investigados de las diferentes empresas dedicadas a la producción y venta de granola, que fueron visitados para conseguir esta información, se obtuvo que en total tienen ventas forma anual.

Tabla 29

Proyección de la oferta

Años	Oferta proyectada	TC	Incremento
2022	86400	1,56%	1348
2023	87748	1,56%	1369
2024	89117	1,56%	1390
2025	90507	1,56%	1412
2026	91919	1,56%	1434
2027	93353	1,56%	1456

Fuente: Investigación de campo

1.5. Demanda Potencial Insatisfecha

Tabla 30

Demanda potencial insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	DPI
2022	145945	86400	59545
2023	148221	87748	60474
2024	150534	89117	61417
2025	152882	90507	62375
2026	155267	91919	63348
2027	157689	93353	64336

Fuente: Investigación de campo

La demanda potencial insatisfecha cuyas siglas son DPI está para el año 2022 con un total de 59545 unidades de granola a base de hojuelas de maíz, esta demanda se observó que subirá cada año, lo que se convierte en algo positivo para este plan de negocios.

1.6. Diseño de marca (Branding)

Gráfico 13

Logo



Tabla 31

Nombre de la marca

Nombre de la marca	Descripción
GRANOLA MIX	GRANOLA MIX tiene como nombre la marca que persigue posicionarse en el mercado de la ciudad de Ambato, hace referencia al producto que es un nombre que se recuerda por parte de los consumidores, la palabra MIX implica que la empresa tendrá varios tipos de granos secos lo que es un aspecto a favor de la empresa.
<i>Colores de la marca</i>	
Blanco	El color blanco implica la pureza desde la psicología del color, significa la tranquilidad y la paz, lo que significa que en la granola se quiere transmitir la confianza en el consumo del producto.
Celeste	El celeste significa la elegancia y la tranquilidad, por lo que hace perfecta armonía con el blanco de la marca de la granola a base de hojuelas de maíz.
Rosado	El color rosa es el que significa suavidad y alegría se transmite en este color es el confort de sentir que el producto sirve para el aparato digestivo.
Café	Es el color que indica el confort y el equilibrio, por lo que implica que la granola brindará este equilibrio en el organismo.

Fuente: (Valdez y Huerta 2020)

Gráfico 14
Etiqueta de GRANOLA MIX



Gráfico 15
Empaque de GRANOLA MIX



1.4 Estrategia de Marketing

Plan de comunicación

Tabla 32

Plan de comunicación

Objetivos	Estrategias	Medio	Indicadores	Responsable	Presupuesto	Tiempo
Realizar la promoción de la granola a base de hojuelas de maíz	Diseñar la página web para promocional la granola	Uso del internet	Número de visitas en la página	Gerente	\$150	1 mes
Lograr el aumento de clientes	Crear mensaje de consumo saludable	Uso del internet	Número de visitas en la página Medición de la percepción de los consumidores en el mercado con la marca	Gerente	\$250	1 mes
Aumentar el posicionamiento de la marca granola en Ambato	Difundir la marca	Vallas publicitarias		Gerente	\$400	2 meses

Fuente: Investigación de campo

El plan de comunicación tiene como presupuesto el valor de \$ 800 en un tiempo de 4 meses, se realizarán tres actividades que se refieren a la promoción de la granola a base de hojuelas de maíz y las estrategias que en el mercado se conozca el producto a través de medios publicitarios digitales y de vallas publicitarias.

1.5 Publicidad que se realizará

Tabla 33

Publicidad que se realizará

Objetivo	Estrategia	Proyectos estratégicos	Medio publicitario	Presupuesto	Responsable	Indicador
Difundir la marca de la granola a base de hojuelas de maíz	Realizar el diseño de la página web para las redes sociales	Elaborar el plan integral sobre la difusión en las redes sociales	Marketing digital	\$400	Gerente	Número de visitas al sitio/Número de likes que se reciben en la página
				Tiempo		
				3 meses		

Fuente: Investigación de campo

Análisis

En base a la publicidad que se realizará, en este plan de negocios lo que se busca es que la mayor parte de los hogares conozcan de la marca GRANOLA MIX, es una marca local, que estará con promociones y ofertas para los consumidores de la ciudad de Ambato, a través de esta publicidad se logrará la cobertura del mercado en la proporción que la empresa necesite para lograr las ventas de este producto.

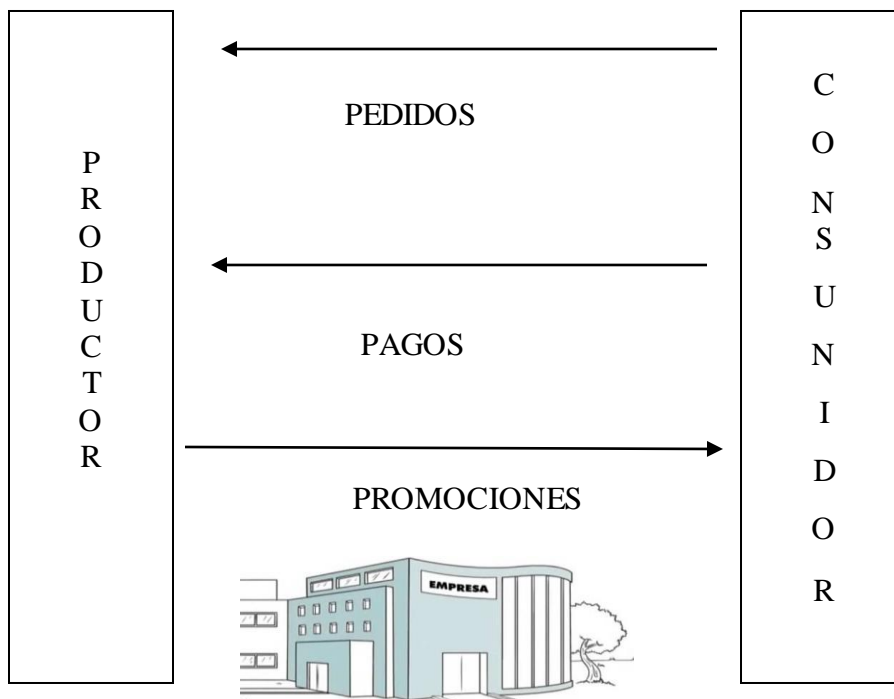
1.6 Canales de distribución

Como parte de la gestión comercial y logística se encuentra la decisión de tomar los canales de distribución para el producto, por lo que los flujos de la distribución en el canal comercial van desde el productor hasta el consumidor, en donde se producen los flujos de pago que son aquellos relacionados a los pagos que el productor recibe por parte del consumidor final, en tanto que entre mayoristas y detallistas se produce un flujo de negociación, porque se va a distribuir el producto, aquí se discuten en cambio aspectos como el precio del producto, cantidades de compra, aspectos financieros, la promoción o la entrega del producto (Molinillo 2020).

En el caso de este plan de negocios se tiene el canal de distribución del productor al consumidor final, no se tendrá detallistas ni mayoristas, como se indica en este cuadro.

Gráfico 16

Canales de distribución



Fuente: (Molinillo 2020).

1.7 Seguimiento a clientes

La herramienta que se utilizará para hacer seguimiento a los clientes es el CRM denominado amoCRM, que es una herramienta para realizar el seguimiento por WhatsApp, la funcionalidad de este sistema consiste en tener una base de clientes a través de etiquetarlos y categorizarlos con la necesidad empresarial, de modo que se puedan enviar mensajes y hacer seguimiento a los clientes con las compras repetidas si así lo solicitan (amoCRM 2022).

Imagen 1

WhatsApp para las ventas con amoCRM

The image shows a promotional graphic for amoCRM. On the left, there is a blue background with white text that reads "CRM Software para ventas y marketing" and "NO PIERDAS COMPRADORES". Below this, there is a paragraph explaining that WhatsApp is used for casual chats, but amoCRM is designed for sales conversations. It mentions organizing prospects in a dashboard, categorizing them with tags, and sending automatic follow-ups. A "Prueba gratis" button is visible at the bottom left. On the right, there is a white background with a grid of contact cards. Each card shows a contact's name, profile picture, and a list of their purchases. For example, Isabel Romero bought a mobile app for €12,000, and Germán Olivares bought website development for €18,000. The interface also shows chat snippets for each contact, such as "Hola. Hemos decidido elegir..." and "Hola! Necesito rehacer el ar...".

Fuente: (amoCRM 2022)

Imagen 2

AmorCRM para las conversaciones de negocios

The image shows a promotional graphic for amoCRM. On the left, there is a blue background with white text that reads "Sistema de control de ventas y marketing" and "CONVERSE EN UNA SOLA APLICACIÓN". Below this, there is a paragraph explaining that amoCRM is a communication center for all business conversations. It mentions that each potential client has their own profile with all functions, and users can communicate with them through their favorite channels: phone calls, SMS, email, or messaging like WhatsApp. A "Pruébalo gratis" button is visible at the bottom left. On the right, there is a white background with a laptop displaying a chat interface. The chat shows a conversation with a contact named "Petro" who is asking for a collar. The interface also shows a list of contacts on the left side of the laptop screen, with their names and profile pictures. A chatbot icon is visible in the top right corner of the laptop screen.

Fuente: (amoCRM 2022)

Tabla 34
Seguimiento a clientes

Objetivo	Estrategias	Proyectos estratégicos	Presupuesto	Tiempo	Responsable
Aplicar el uso del Customer Relationship Management	Utilizar el CRM para mercadear a los clientes con la granola a base de hojuelas de maíz, para tener un incremento permanente en las ventas del producto	Realizar el seguimiento de clientes con la herramienta amoCRM	\$200	6 meses	Gerente

Fuente: Investigación de campo

1.8 Especificar mercados alternativos

Los mercados alternativos para colocar la granola a base de hojuelas de maíz, puede constituir las escuelas de la ciudad de Ambato tanto urbanas como rurales, en la presencialidad actual se podría colocar el producto en este tipo de mercado alternativo con las visitas a esas instituciones.

Tabla 35
Mercados alternativos

Zona 3	Número de centros educativos	General básica	Básica superior	Bachillerato
		1ero a 7mo	8vo a 10mo	
Tungurahua	89	59	10	20
Cotopaxi	51	28	13	10
Chimborazo	55	39	6	10
Pastaza	11	7	1	3

Fuente: (Ministerio de Educación 2022)

CAPÍTULO II

Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

Analizar los aspectos operativos de la producción para la planificación de manera óptima en la empresa.

2.2 Descripción del proceso

Como Mideplan (2009) afirma: El proceso es el conjunto de procedimientos que se encuentran interrelacionados y se desarrollan cronológicamente para la consecución de una serie de objetivos, esto a la vez tomando en cuenta que los procedimientos se forman por tareas que especifican cómo ejecutar un trabajo. (P.3)

2.2.1. Descripción de proceso de transformación de la granola a base de hojuelas de maíz.

A continuación, se procede a describir cada uno de los procesos para la elaboración de las hojuelas de maíz y la granola a base de hojuelas de maíz.

Proceso de elaboración de las hojuelas de maíz

1. Recepción de materia prima (4 min)

Se recibe los ingredientes como: la harina de maíz, miel de abeja, esencia de vainilla, la canela en polvo y el aceite de oliva.

2. Almacenamiento (4 min)

La materia prima es colocada cerca la a zona de producción y cada una de ellas deben ser separadas de acuerdo a su naturaleza.

3. Pesado (5 min)

Se procede a pesar los ingredientes como: 65 g de harina de maíz, 1 g de esencia de vainilla, 3 g de canela en polvo, 20 cm³ de miel de abeja, 5 cm³ de aceite de oliva y 30 cm³ de agua.

4. Mezclado (3 min)

Se procede a mezclar la harina de maíz, el aceite de oliva y la canela en polvo.

5. Disolver (3 min)

Se disuelve la miel de abeja y la esencia de vainilla en el agua.

6. Mezclado (3 min)

Agregar poco a poco en la harina, el agua previamente disuelta con la miel y mezclar hasta formar una masa ligera.

7. Moldeado (4 min)

Se debe primeramente aceitar la bandeja preparándola para colocar la masa e inmediatamente se procede esparcir bien la masa; luego se corta la masa con los moldes de distintas figuras.

8. Horneado (30 min)

Una vez realizado los moldes de distintas figuras se somete al horno a una temperatura de 150 °C durante 30 minutos.

9. Enfriado (10 min)

Retirar la bandeja de hojuelas de maíz del horno y dejar que se enfríe a una temperatura ambiente.

10. Almacenamiento (2 min)

Finalmente se almacena las hojuelas de maíz en un lugar de ambiente fresco hasta su utilización.

Proceso de elaboración de la granola a base de hojuelas de maíz

1. Recepción de materia prima (5 min)

Se recibe los ingredientes como: las hojuelas de maíz, ajonjolí, las semillas de calabaza, semillas de girasol, nuez, castañas, pasas, arándanos, azúcar, miel de abeja y el aceite de oliva.

2. Almacenamiento (5 min)

La materia prima es colocada cerca la a zona de producción y cada una de ellas deben ser separadas de acuerdo a su naturaleza.

3. Pesado (10 min)

Se procede a pesar los ingredientes como: 100g de hojuelas de maíz, 25 g de azúcar morena, 65 g de nuez, 65 g de castañas, 65 g de semillas de calabaza, 65 g de ajonjolí, 65 gramos de semillas de girasol, 65 g de pasas, 65 g de arándanos, 25 cm³ de aceite de oliva y 20 cm³ de miel de abeja.

4. Tostado (6 min)

Se procede a tostar el ajonjolí y las semillas de calabaza por 3 minutos cada producto.

5. Picado (5 min)

Se realiza el picado de la nuez, castañas y las pasas.

6. Mezclado (5 min)

Se procede a mezclar las hojuelas de maíz, nueces, castañas, semillas de calabaza, semillas de girasol y azúcar morena al tal punto que la mezcla este consistente, luego se agrega la miel de abeja, aceite de oliva y se sigue removiendo con una cuchara de palo hasta que los ingredientes queden bien incorporados.

7. Horneado (30 min)

Se debe primeramente aceitar la bandeja preparándola para colocar la mezcla de granola e inmediatamente se procede a esparcir bien la mezcla; luego se somete al horno a una temperatura de 350°C, posteriormente cada 10min se debe remover la mezcla de granola para que tenga una cocción uniforme.

8. Enfriado (15 min)

Retirar del horno la bandeja de granola y dejar que se enfríe a una temperatura ambiente.

9. Adición (3 min)

Una vez enfriado la granola, se incorpora los arándanos y se procede a mezclar bien.

10. Empacado (5 min)

Se procede a empacar la granola a base de hojuelas de maíz.

11. Almacenamiento (3 min)

Por último, se procederá a almacenar la granola a base de hojuelas de maíz en un lugar de ambiente fresco hasta su distribución.

Mapa de procesos

Según Mendez (2015) menciona “el mapa de procesos es representación gráfica de la estructura de procesos que conforma el sistema de gestión de una organización” (p.4).

El mapa de procesos que se propone contiene los procesos productivos con que cuenta la empresa “GRANOLA MIX” para llevar a cabo sus actividades, donde se detallan los procesos estratégicos, los procesos operativos y los procesos de apoyo.

Gráfico 17

Mapa de procesos

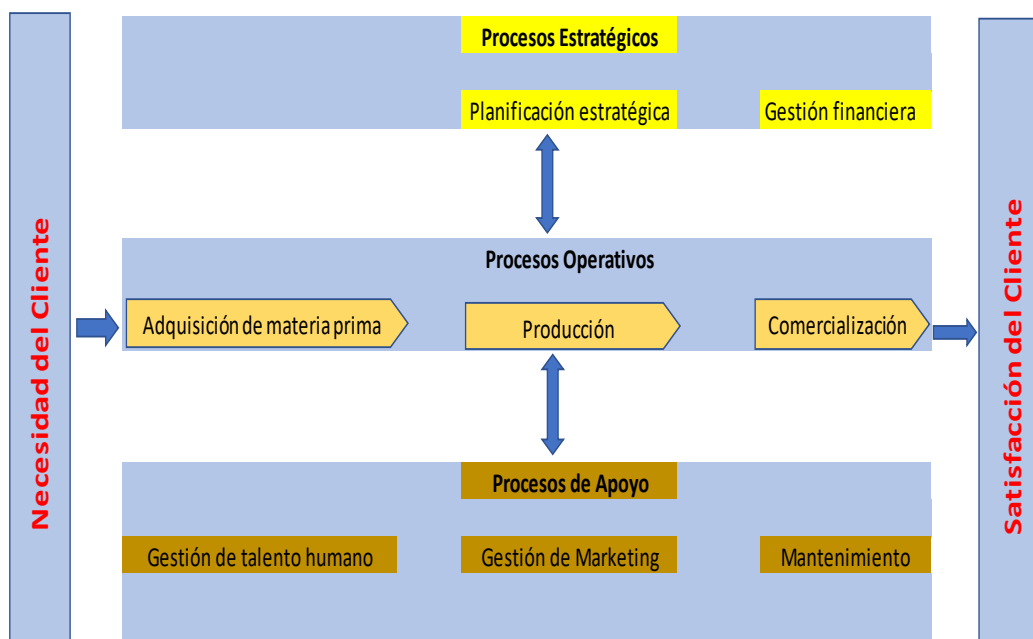


Diagrama de flujo del proceso productivo

El diagrama de flujo es un esquema que representa gráficamente un proceso.

Tabla 36

Simbología del diagrama de flujo


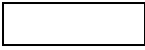
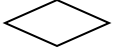
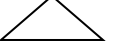

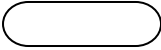
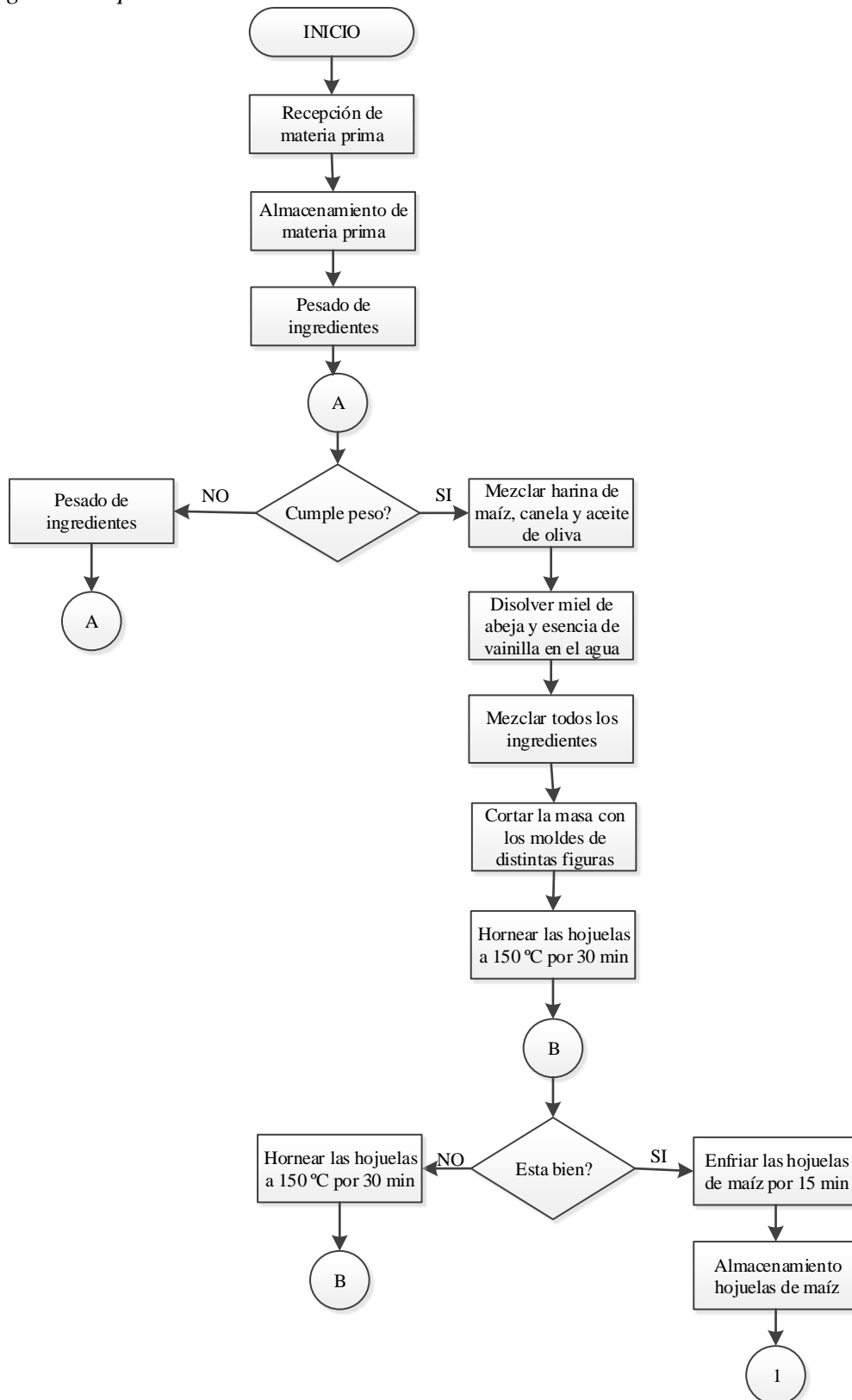
Nº	Símbolo	Representa
1		Inicio
2		Actividad
3		Decisión
4		Almacenamiento
5		Atraso/ Demora
6		Fin

Diagrama de flujo del proceso de producción

Gráfico 18

Flujograma de proceso



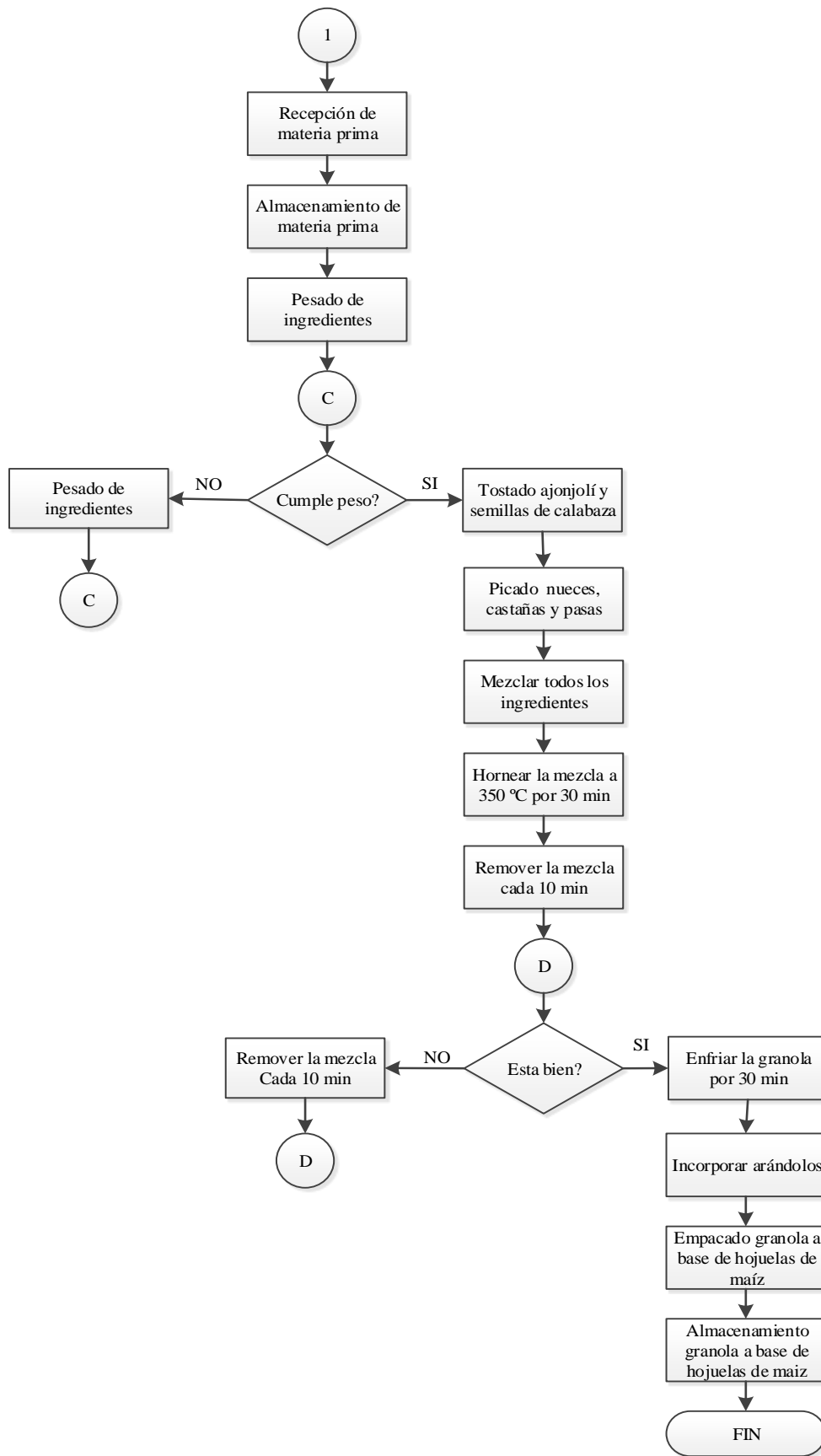


Diagrama SIPOC

El diagrama de SIPOC es una herramienta que permite visualizar el proceso de manera sencilla y está compuesto por cinco elementos que son los siguientes:(Serrano 2020, p.13)

- Proceso: Es el conjunto de actividades para transformar las entradas en salidas.
- Proveedor: Persona que aporta recurso al proceso.
- Entradas: Son los elementos introducidos al proceso.
- Salidas: Es el resultado final obtenido del proceso.
- Cliente: Persona que recibe el resultado del proceso.

El diagrama SIPOC se establece para el proceso de producción de granola a base de hojuelas de maíz.

Tabla 37
SIPOC

S (Proveedor)	I (Entradas)				P (Proceso)	O (Salidas)	C (Clientes)
	Entradas	Material	Máquina	Método			
Recursos humanos	Mano de obra	Maíz	Mezcladora de ingredientes	Mezclado	Producción	Masa con moldes de hojuela de maíz	Cliente interno

2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas

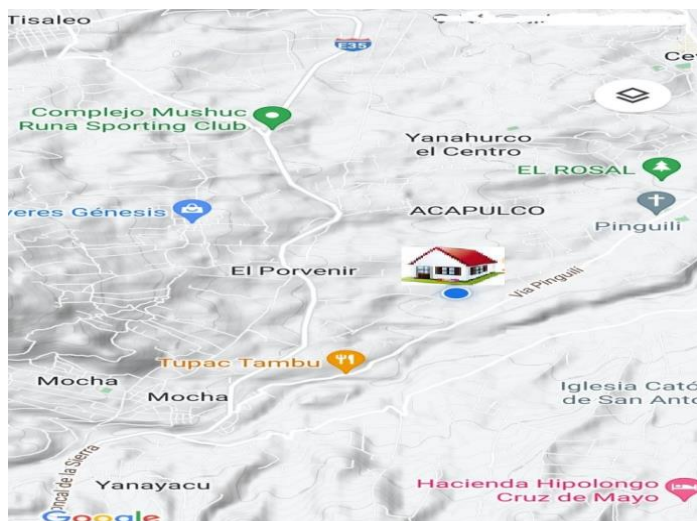
Descripción de instalaciones

La empresa GRANOLA MIX se encuentra ubicada en el Caserío San Martín de la parroquia Pingüili del Cantón Mocha, en la avenida San Martín y el Porvenir, ya que la ubicación es exacta para la granola a base de hojuelas de maíz al ser un lugar estratégico y la distribución se realizará en el cantón proveniente, cubriendo también el mercado de la ciudad de Ambato.

A continuación, en la imagen 4 se observa el lugar donde se adecuará la planta procesadora de granola.

Imagen 3

Ubicación de la Empresa



Fuente: Google Maps

Distribución de la planta

La planta para la producción de granola a base hojuelas de maíz dispone de un terreno de 1000 m² de extensión y cuenta con una infraestructura de 288 m² la cual consta de un área de recepción, área de almacenamiento de materia prima, área de almacenamiento de producto terminado, área de producción, área de horno, área de enfriamiento, área de empaqueo, área de administración, baño, pasillo y parqueadero vehicular. Además, es importante señalar que el lugar cuenta con servicios básicos como agua potable, luz, alcantarillado, teléfono e internet. A continuación, en la siguiente Tabla se detalla las medidas que tiene cada área mencionada en el plano:

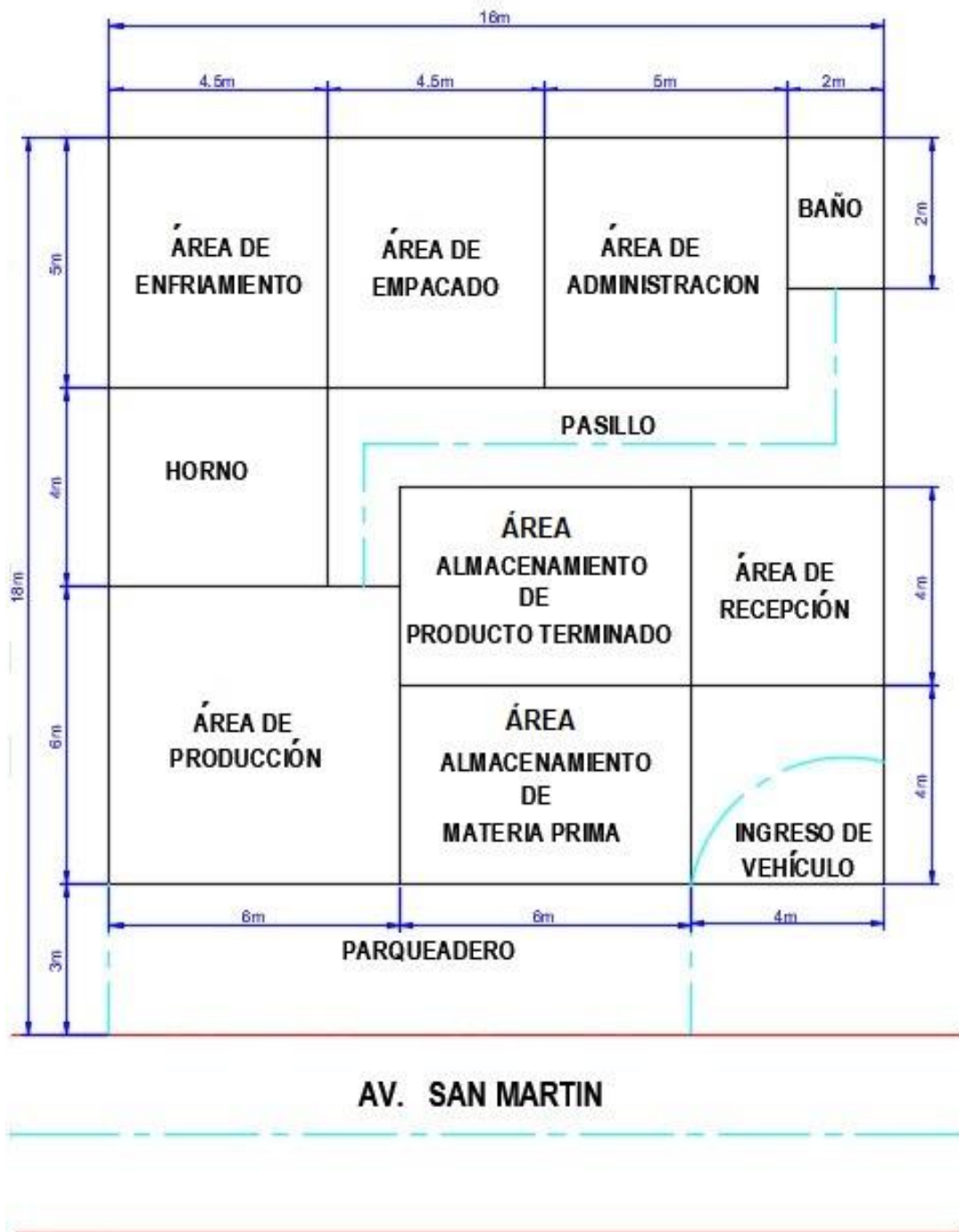
Tabla 38

Distribución de áreas m²

Áreas	Espacio (m ²)
Área de recepción	32 m ²
Área de almacenamiento de materia prima	24 m ²
Área de producción	36 m ²
Horno	18 m ²
Área de enfriamiento	22.5 m ²
Baño	4 m ²
Área de empaque	22.5 m ²
Área de almacenamiento de producto terminado	24 m ²
Área de administración	25 m ²
Pasillo	32 m ²
Parqueadero – ingreso vehicular	48 m ²
Total	288 m²

En el Gráfico 20 se muestra la distribuida la planta en una escala de 2:1.

Gráfico 19
Distribución de la planta



Descripción de equipos

A continuación, se detallará las especificaciones técnicas y costos de los equipos y herramientas que se utilizará en el proceso de elaboración de la granola a base de hojuelas de maíz.

Tabla 39

Descripción de los equipos




Actividad	Equipo	Especificaciones técnicas	Costo
Horneado	 <p>Horno</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Horno a Gas 3 Cámaras 58x65 Supermaq. • 2 bandejas de 58x65 cm por cámara. • 3 Cámaras. • 2 quemadores con tubos de encendido por cámara. • 7 kilos en lana mineral por cámara. • Piso de ladrillo refractario. • Frente y puerta de acero inoxidable. • Marcador de temperatura importado. 	\$ 1.426,81
Tostado	 <p>Cocina</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cocina a Gas 4 Quemadores Con Grill Eléctrico – EKGW24N6CSTS. • Mesa de acero inoxidable y bordes antiderrame. • 4 quemadores sellados. • Parrillas Matt Steel individuales. • Capacidad de horno 67,8 lt. • Serigrafiado a laser. • Puerta réflex. 	\$ 383,03
Pesado	 <p>Balanza</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Balanza industrial: TGX • Protección total contra líquidos: IP-68. • Doble display LED de gran luminosidad. • Función de límites de peso con indicación óptica y acústica. • Batería interna recargable y red 220 V. • Indicador de nivel de batería. • Protegida contra sobrecargas. 	\$ 97,90

Tabla 40*Descripción de muebles y enseres*





Actividad	Muebles y enseres	Especificaciones técnicas	Costo
Rendimiento y productividad	<p>Silla ejecutiva</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Marca: VMAX. • Mecanismo mariposa. • De malla. • Base cromada. • Esponja de alta densidad. 	\$ 95,00
Base para escribir	<p>Escritorio</p> 	<p>Superficie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tablex con formisa. • 140 x 122 cms. • Grosor 25mm. • Colores de la superficie: Cedro. 	\$ 75,00
Archivar documentos	<p>Archivador</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Archivador vertical metálico. • Dimensiones: 0.47X0.72X1.32 MT. • 4 Gavetas tamaño oficio. • Fabricado en lamina calibre 22. • Acabado con pintura en polvo poliéster. 	\$ 50,00
Almacenaje de carpetas colgantes	<p>Estanterías</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Estantería metálica. • El Tabla do es elaborado en Tabla do de 25 mm. • Acero CR calibre 16. • Acero A-16. • El acabado es con pintura electrostática en polvo, con curado en horno. 	\$ 45,00

Tabla 41*Descripción de equipos de computo*




Actividad	Equipo	Especificaciones técnicas	Costo
Mejora el rendimiento	 <p>Computador de escritorio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora Samsung. • Procesador Intel Pentium G (2.5 GHz). • Memoria 4 GB. • Windows 8 (64 Bits). • Pantalla LED Full HD de 21.5. 	\$ 230,00
Ejecutar impresiones	 <p>Impresora</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Epson L395. •Escáner Cama plana con sensor de líneas CIS de color. • Inyección de tinta MicroPiezo de 4 colores. • Profundidad de color de 48 bits. 	\$ 190,00
Realizar o recibir llamadas telefónicas	 <p>Teléfono de oficina</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Teléfono KX-TS880EXB. •Identificador de llamada. • Altavoz. • Jack de auriculares. • Teclado/tecla de navegación. 	\$ 35,00

Tabla 42 Herramientas- Utensilios

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
Cuchara de palo	1	6,39	6,39
Jarra de plástico 2L	1	6,92	6,92
Cuchara de mesa	5	1,70	8,50
Cuchillo de chef	3	2,95	8,85
Tabla de picar	3	3,59	10,77
Tasas medidoras	10	2,35	23,50
Molde redondo de aluminio	4	4,75	19,00
Caja de guantes quirúrgicos 50 pares	1	12,60	12,60
Sartén	1	12,00	12,00
Total			108,53

Descripción de personas

Para el área de producción de la empresa se requiere el siguiente número de personas:

Tabla 43

Descripción de personas para la elaboración de las hojuelas de maíz

Actividad	Tiempo por actividad (Minutos)	Número de Personas	Horas Hombres (Minutos)
Recepción de la materia prima	10 min	1	10 min
Almacenamiento de la materia prima	10 min	1	10 min
Pesado de los ingredientes	15 min	1	15 min
Mezclado de ingredientes	3 min	1	3 min
Disolución de ingredientes	3 min	1	3 min
Mezclado de todos los ingredientes	4 min	1	4min
Moldeado	5 min	1	5 min
Horneado	30 min	1	30 min
Enfriado	15 min	1	15 min
Almacenado de las hojuelas de maíz	2 min	1	2 min

Tabla 44

Descripción de personas para la elaboración de granola a base de hojuelas de maíz

Actividad	Tiempo por actividad (Minutos)	Número de Personas	Horas Hombres (Minutos)
Recepción de la materia prima	10 min	1	10 min
Almacenamiento de la materia prima	10 min	1	10 min
Pesado de los ingredientes	15 min	1	15 min
Tostado	10 min		10 min
Picado	5 min	1	5 min
Mezclado de todos los ingredientes	10 min	1	10 min
Horneado	30 min	1	30 min
Enfriado	15 min	1	15 min
Adición de arándanos	5 min	1	5 min
Empacado	5 min	1	5min
Almacenado de granola a base de hojuelas de maíz	2 min	1	2 min

2.2.3. Tecnología a aplicar

La tecnología que se aplicará a largo plazo es con el mejoramiento de la tecnología, en el caso del pesado de materia prima se comprarán equipos de alta precisión para que el peso sea tomado de forma más exacta, en la mezcladora de ingredientes se adquirirá una maquinaria digital en donde se pueda planificar el tiempo de mezcla de los ingredientes para que se cumpla con la combinación de los diferentes ingredientes de forma perfecta.

2.2.4. Factores que afectan las operaciones

Los factores que pueden afectar las operaciones del negocio son: Ritmo de producción e inventario promedio y número de trabajadores.

Ritmo de producción

Tabla 45

Ritmo de producción de las hojuelas de maíz

Actividad	Personas	Tiempo promedio en minutos	Tiempo promedio en horas y minutos a la semana	Tiempo normal	Ritmo de producción
Recepción de la materia prima	1	10 min	50 min	52,5 min	Normal
Almacenamiento de la materia prima	1	10 min	50 min	52,5 min	Normal
Pesado de ingredientes	1	15 min	75 min	78,75 min	Normal
Mezclado de ingredientes	1	3 min	15min	15,75 min	Normal
Disolución de ingredientes	1	3 min	15min	15,75 min	Normal
Mezclado de todos los ingredientes	1	4 min	20 min	21 min	Normal
Moldeado		5 min	25 min	26,25 min	Normal
Horneado	1	30 min	2 horas y media	2,415 horas	Normal
Enfriado	1	15 min	45 min	47,25 min	Normal
Almacenado de las hojuelas de maíz	1	2 min	10 min	10,5 min	Normal

Tabla 46*Ritmo de producción de granola a base de hojuelas de maíz*

Actividad	Personas	Tiempo promedio en minutos	Tiempo promedio en horas y minutos a la semana	Tiempo normal	Ritmo de producción
Recepción de la materia prima	1	10 min	50 min	52,5 min	Normal
Almacenamiento de la materia prima	1	10 min	50 min	52,5 min	Normal
Pesado de ingredientes	1	15 min	75 min	78,55 min	Normal
Tostado	1	10 min	50 min	52,5 min	Normal
Picado	1	5 min	25 min	26,25 min	Normal
Mezclado de todos los ingredientes	1	10 min	50 min	52,5 min	Normal
Horneado	1	30 min	2 horas y media	2,415 horas	Normal
Enfriado	1	30 min	2 horas y media	2,415 horas	Normal
Adición de arándanos	1	5 min	25 min	26,25 min	Normal
Empacado	1	5 min	25 min	26,25 min	Normal
Almacenado de granola a base de hojuelas de maíz	1	3 min	15 min	15.75 min	Normal

En el ritmo de producción se tiene los valores en minutos de las actividades diarias, esa cantidad se multiplica por los 5 días a la semana, se obtiene el valor de tiempo promedio en horas y minutos, a este valor se le adiciona el 5% de tiempo en cada actividad y se tiene el resultado del tiempo normal de producción.

Inventario promedio

Para el inventario promedio se considera el valor de 0,30 centavos de dólar para el mantenimiento del inventario, como la cantidad de la demanda potencial insatisfecha es de 59.545 para el año 2022 de forma anual, que multiplicado por 0,30 centavos de dólar da un resultado de inventario promedio del valor \$ 17.863,41.

Número de trabajadores

A continuación, se detalla el total de empleados y sus cargos que tiene la empresa GRANOLA MIX.

Tabla 47

Número de trabajadores

Cargo	Número de personas	Fijo/Variable	Horas diarias
Gerente	1	Fijo	8
Jefe de producción	1	Fijo	8
Operario	1	Fijo	8
Jefe de Marketing y ventas	1	Fijo	8
Asistente de Marketing	1	Fijo	8
Vendedor	1	Fijo	8
Contador	1	Fijo	8

2.3 Capacidad de producción

2.3.1. Capacidad de producción futura

Tabla 48

Descripción de la producción

Producción	Unidades
Producción diaria (8 horas)	180
Producción mensual (20 días)	3600
Producción anual (12 meses)	43200

Tabla 49

Capacidad de producción futura

Años	Demanda	Oferta	DPI	Capacidad de Producción futura 72,55%
2022	145945	86400	59545	43200
2023	148221	87748	60474	43874
2024	150534	89117	61417	44558
2025	152882	90507	62375	45253
2026	155267	91919	63348	45959
2027	157689	93353	64336	46676

Para obtener la capacidad de producción futura como se observa en la Tabla 49, se divide el valor de la producción de 43200 unidades con la demanda potencial insatisfecha (DPI) del año 2022 que son 59545 unidades (Tabla 30). Se obtiene que, se podrá cubrir un 72,55% de la DPI.

2.4 Definición de Recursos necesarios para la producción

Especificación de la materia prima y grado de sustitución que puedan presentar

Maíz

La materia prima principal es el maíz el mismo que se procesará hasta obtener una harina, que es la base de las hojuelas de maíz, este producto se podrá sustituir con otro tipo de maíz como el maíz morado, que puede reemplazar al amarillo que se utiliza en el producto. Este producto se comprará en el mercado mayorista de la ciudad de Ambato o en las mismas áreas de los productores locales.

Canela

La canela sirve para darle sabor a la harina con la que se harán las hojuelas de maíz, esta se consigue en los distribuidores mayoristas de la ciudad de Ambato y puede ser reemplazada por clavo de olor que también tiene un sabor dulce.

Aceite de oliva

El precio de aceite de oliva es costoso, pero la calidad del producto es alta, por lo que podrá ser sustituido por aceite vegetal para bajar el precio del producto, ya que el galón de aceite de oliva \$ 35 dólares.

Miel de abeja

La sustitución de la miel de abeja es el azúcar blanca o negra, la miel de abeja es un producto que se comprará en las áreas rurales de la ciudad de Ambato, para conseguirla de forma pura.

Esencia de vainilla

La esencia de vainilla no se podrá sustituir porque el sabor que se quiere lograr de las hojuelas es dulce, por lo que este producto se adquirirá con los proveedores de los comisariatos de la ciudad de Ambato.

Semillas de calabaza

Las semillas de calabaza pueden ser sustituidas por pepas de zambo, que se podrán conseguir en el mercado de la localidad.

Nueces

Las nueces se utilizarán cortadas por lo que es importante comprar este producto seco, la producción de nueces en la ciudad de Ambato se da en determinadas épocas del año, por ello es importante que se considere que la compra de esta materia prima puede alterar la producción del producto, se puede sustituir con trozos de coco.

Castañas

El fruto seco de las castañas se comprará alrededor del mercado central de la ciudad de Ambato, en los sitios donde venden frutos secos importados, si este producto es escaso se puede sustituir por fruta de pan que es un producto ecuatoriano y se comprará en los mercados de la costa, ya que tiene un sabor similar.

Pasas

Las pasas no podrán sustituirse con un producto similar, en este caso es la ciruela pasa, como es un producto importado el producto se encarecerá, por lo que la alternativa de sustituir la pasa es producir la pasa con la uva fresca que se encuentra en cantidad en la ciudad de Ambato.

Arándanos

El arándano rojo es un producto que se puede adquirir en los mercados de la ciudad de Ambato, aunque no se encuentra que la producción de arándanos sea abundante en esta zona, este producto se podrá sustituir con la mora que hay en cantidades abundantes y de distintas variedades en el mercado de la ciudad de Ambato.

Azúcar

Este producto se encuentra en abundancia en los supermercados y en las tiendas de la localidad, puede sustituirse con la panela que es un producto fácil de ubicar en los mercados y más saludable para la granola.

2.5 Calidad

2.5.1. Métodos de control de calidad

Para el producto de granola se aplica la hoja de registro del cumplimiento de especificaciones (Check list / hoja de verificación).

Tabla 50
Check List

HOJA DE CONTROL						
GRANOLA MIX						
Especificaciones del producto granola	Peso de la granola		Tamaño de las hojuelas de maíz		Mezcla de ingredientes con volúmenes adecuados	
	Normal	Deficiente	Normal	Deficiente	Normal	Deficiente
	25	4	12	4	15	3
Número de errores						
TOTAL		4		4		3
Fecha de verificación	Del 1 al 30 de junio 2022					
Número de observaciones	Una diaria					
Firma del verificador de calidad						

Gráfico de Pareto

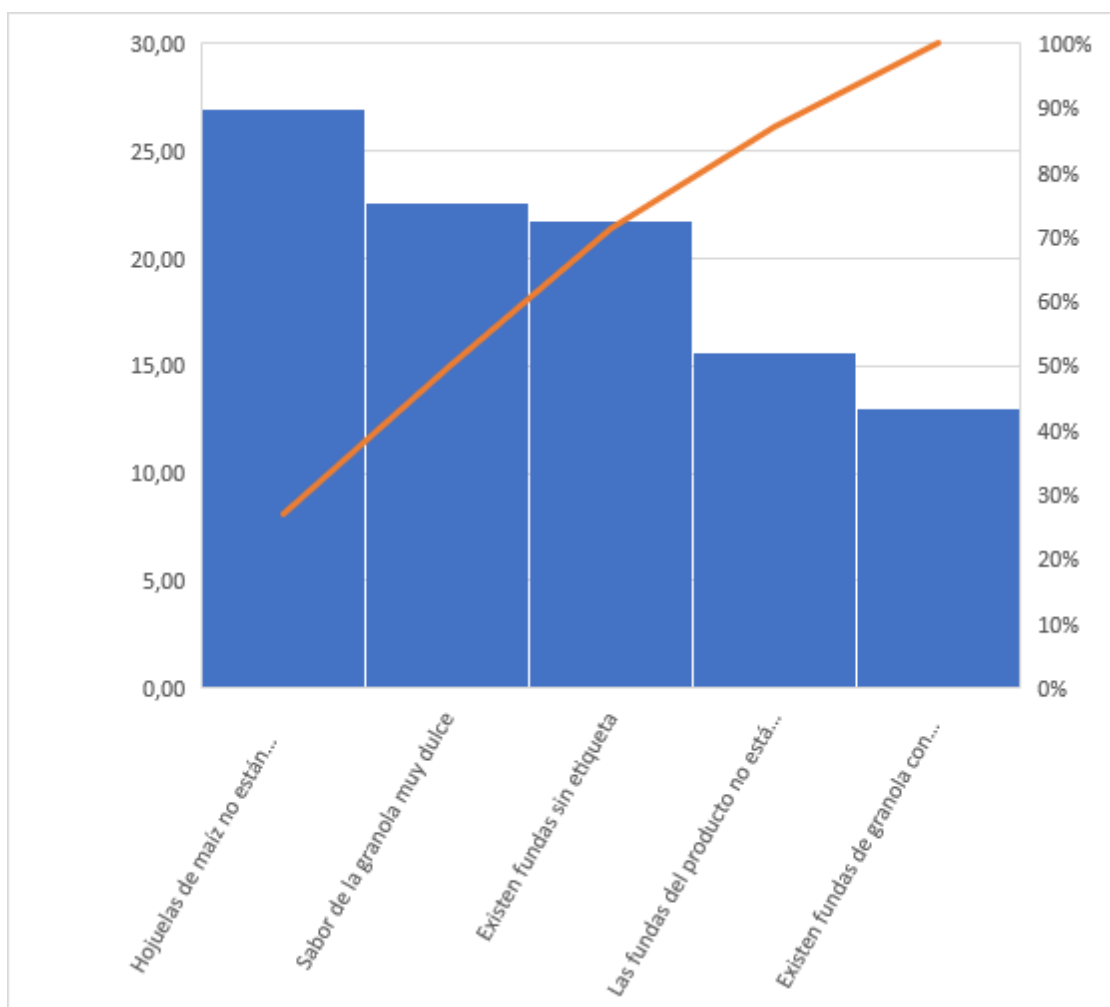
Tabla 51

Pareto

Errores presentados en la producción de granola con hojuelas de maíz	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Sabor de la granola muy dulce	26	22,61	22,61
Hojuelas de maíz no están totalmente horneadas	31	26,96	49,57
Las fundas del producto no están completamente selladas	18	15,65	65,22
Existen fundas de granola con bajo peso	15	13,04	78,26
Existen fundas sin etiqueta	25	21,74	100,00
TOTAL	115	100	

Gráfico 20

Diagrama de Pareto



2.6 Normativa y permisos que afectan la instalación del negocio

2.6.1. Seguridad e Higiene ocupacional

En materia de seguridad e higiene ocupacional, en la empresa se debe observar lo referente al cumplimiento del Código de Trabajo en Ecuador.

Código del Trabajo

El Código de Trabajo en diversos artículos determina las siguientes obligaciones del empleador para con sus trabajadores:

- El trabajo es un derecho y un deber social.
- El trabajador es libre de realizar su trabajo donde él quiera, no puede ser obligado.
- Todo trabajo debe ser legalmente remunerado.
- Los derechos laborales son irrenunciables.
- Se garantiza los derechos y protección judicial y administrativa de los operadores de justicia para con los trabajadores. (Registro Oficial Suplemento 167 2012).

En el Art. 11 del Código del Trabajo se establece que los contratos de trabajo pueden ser Expreso o Tácito, de manera verbal o por escrito, a sueldo o por jornal, por tiempo fijo o indefinido, eventual u ocasional, a prueba, por obra cierta, tarea o destajo, por enganche, individual, por grupos o por equipos (Registro Oficial Suplemento 167 2012).

En el Art. 13 se señalan las formas de remuneración, se indica que los contratos se deben realizar en base a una unidad de tiempo y se considera la actividad a realizar.

En el Capítulo III, Art. 37 del Código del Trabajo se establecen las regulaciones de los contratos de trabajo, se muestra que en cualquiera de los casos los involucrados se registrarán por lo dispuesto en este Código (Registro Oficial Suplemento 167 2012).

El Capítulo IV del Código del Trabajo determina que las obligaciones del empleador son el pagar de acuerdo a los términos del contrato y lo que exige la ley. Además, dispone que las instalaciones y lugares de trabajo dispongan de las condiciones para una buena seguridad laboral en base a la prevención, seguridad e higiene (Registro Oficial Suplemento 167 2012).

Es obligatorio para el empleador llevar un registro con los nombres y apellidos, fecha de entrada y salida, edad, procedencia, estado civil y remuneraciones, se debe mantener

actualizados estos. El empleador debe proveer a los trabajadores los materiales, útiles y todo lo que sea necesario para lograr un desarrollo productivo, limpio y seguro, en un buen ambiente de trabajo. Una obligación importante del empleador es el pago total y oportuno de los sueldos y salarios de los trabajadores, se lleva un registro completo de los días y horas trabajadas, vacaciones y otros pagos que haya realizado (Registro Oficial Suplemento 167 2012).

Acuerdo Ministerial No. MDT-2021- 277

Este Acuerdo fue firmado el 21 de diciembre del año 2021, donde se fijó el Salario Básico Unificado que regirá a partir del 1 de enero del año 2022, fijándose la cantidad de \$ 425 dólares y así como también se señala los siguientes niveles ocupacionales:

Nivel A, que es un nivel de jefatura.

Nivel B, que es de supervisión.

Nivel C que es de operación.

Nivel D, que es de asistencia.

Nivel E, que es de soporte (Ministerio del Trabajo 2021).

CAPÍTULO III

Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo

Determinar la estrategia, organización y gestión del plan de negocios de GRANOLA MIX.

3.2 Análisis estratégico y definición de objetivos

3.5.1 Visión de la empresa

“Ser una empresa líder a nivel de la ciudad de Ambato en 5 años en la producción de granola, brindando producto de alto valor nutritivo que satisfagan las necesidades de nuestros clientes y sociedad.”

3.2.2. Misión de la empresa

“Somos una empresa que produce granola a base de maíz, que contribuye a la salud de los hogares de Ambato, siendo una empresa responsable con nuestros clientes, el medio ambiente y la sociedad.”

Valores

Compromiso: Brindar un producto natural a nuestros clientes y sociedad.

Calidad: Materia prima natural verificada para la elaboración de la granola.

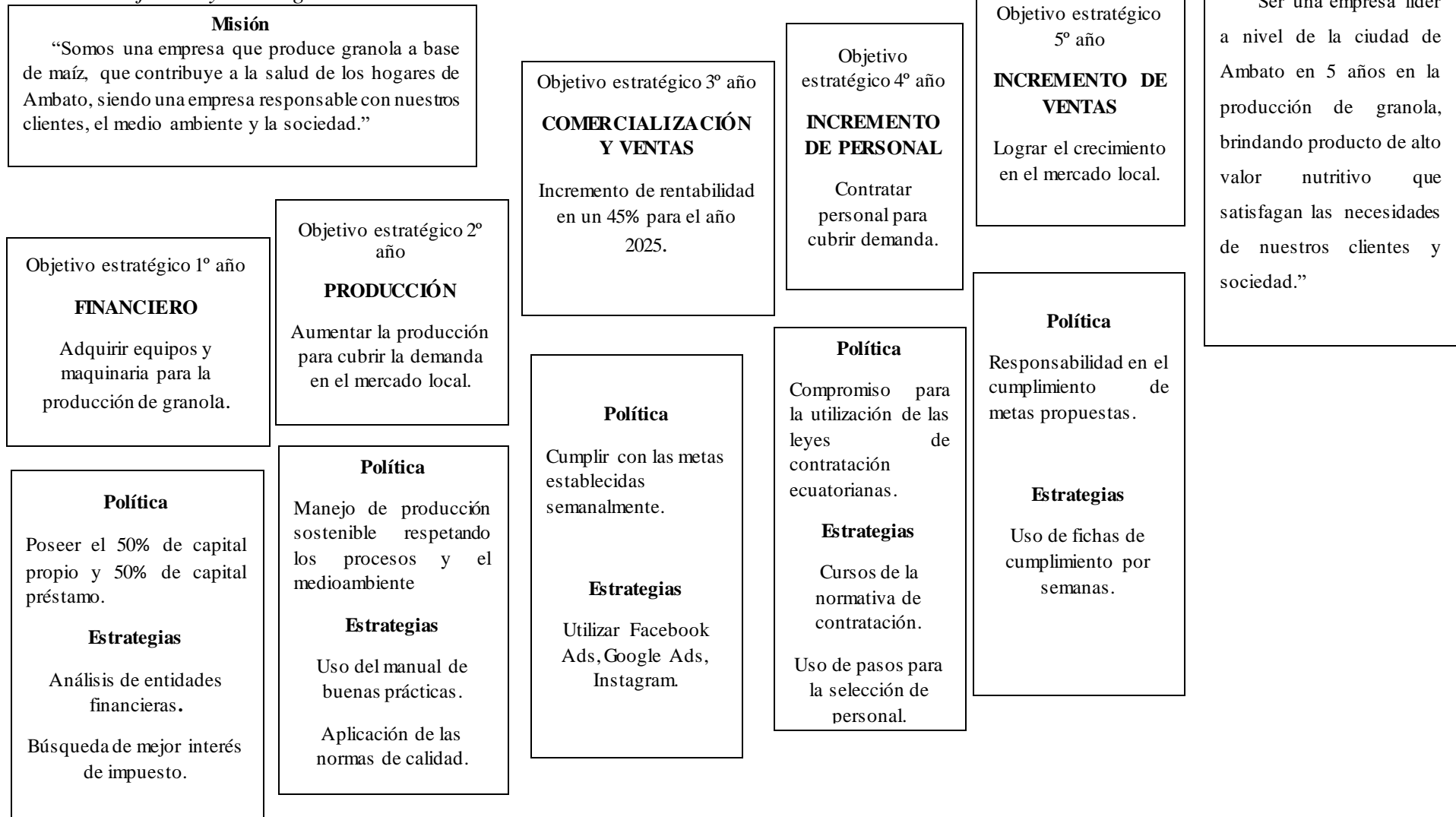
Respeto: Cuidar al medio ambiente con el uso de empaques biodegradables.

Efectividad: Entregar un producto natural y de calidad a los hogares de Tungurahua.

3.2.3. Objetivos y estrategias

De acuerdo al análisis FODA realizado en el capítulo 1 en el 1.4.2, así como la matriz EFE y EFI, tomadas como base para la construcción de los objetivos estratégicos, se establece los siguientes para los 5 años del plan de negocio.

Gráfico 21 *Objetivos y estrategias*



3.3 Organización funcional de la empresa

3.3.1. Organización interna

Gráfico 22

Organigrama Estructural

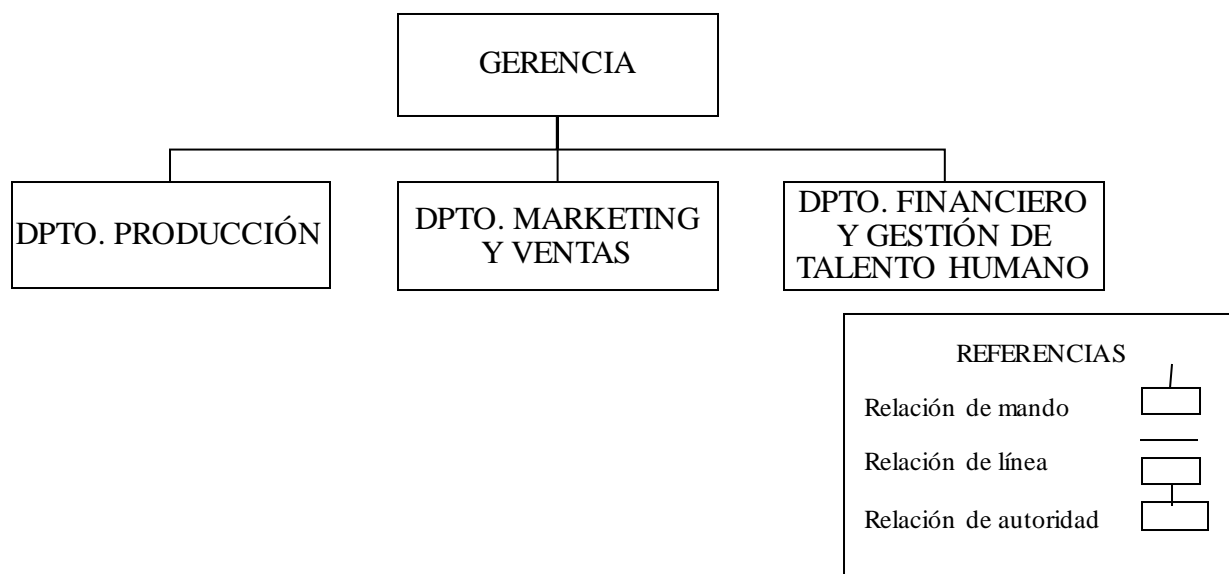
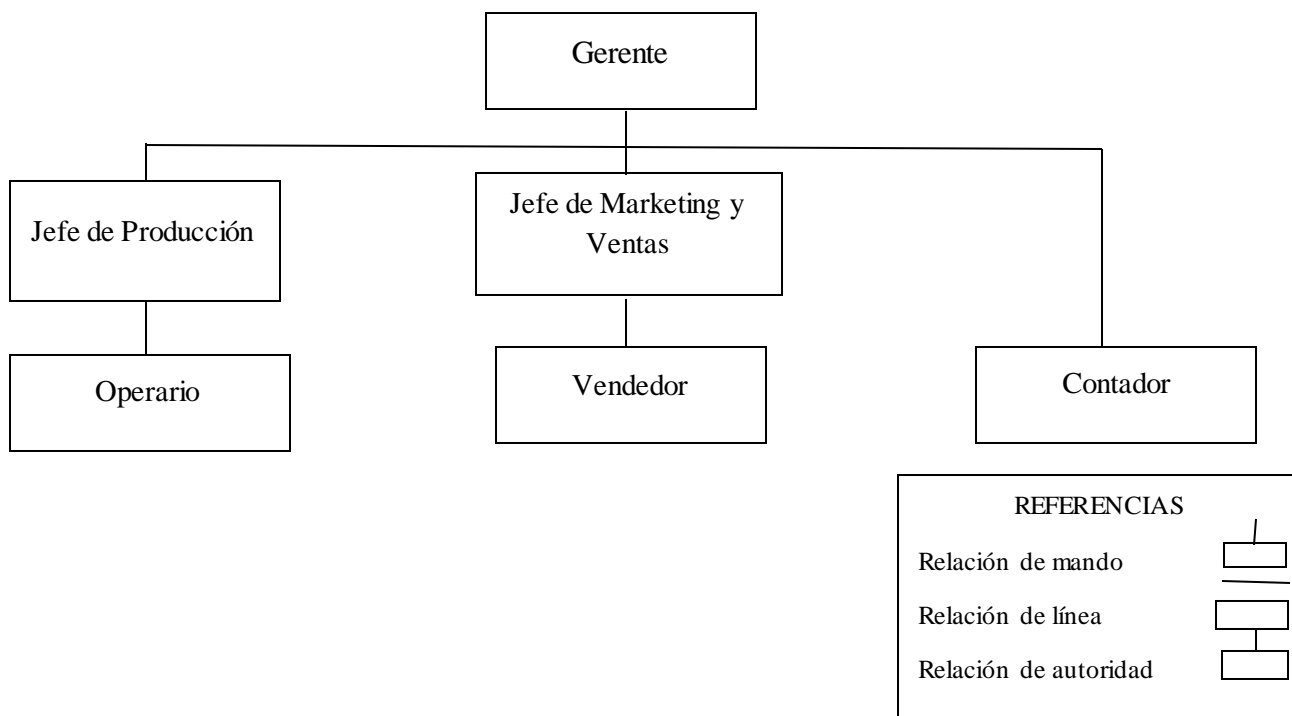


Gráfico 23

Organigrama Estructural



3.3.2. Descripción de puestos

Tabla 52

Gerente

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Gerente
Jefe inmediato superior:	Ninguno
Supervisa a:	Jefe de producción Jefe de Marketing y ventas Vendedor Operario de producción Contador (a)

II. OBJETIVO DEL PUESTO:	
Desarrollar las acciones integrales para llevar la administración del negocio de forma eficiente.	

III. FUNCIONES:	
Administrar de forma correcta el negocio.	
Verificar el cumplimiento de metas y objetivos.	
Realizar las compras para la empresa.	
Comunicar el cambio de políticas internas al personal.	
Solicitar los permisos de funcionamiento.	
Mantener reuniones con el personal de los diferentes departamentos.	
Realizar capacitaciones para las áreas de ventas y producción.	

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Ingeniero (a) de empresas
Experiencia	2 años de experiencia en administración empresas
Habilidades	Comunicación interpersonal Proactividad en la toma de decisiones
Formación	Curso de liderazgo y dirección de empresas Curso de Excel nivel 1 y 2 Curso de relaciones humanas

Tabla 53

Jefe de producción

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Jefe de Producción
Jefe inmediato superior:	Gerente
Supervisa a:	Operario de producción

II. OBJETIVO DEL PUESTO:	
Determinar las acciones para el cumplimiento de la producción en la empresa, con el uso eficiente de los recursos recibidos.	

III. FUNCIONES:	
Verificar la llegada de la materia prima.	
Controlar los pesos de la materia prima.	
Informar sobre las necesidades en el área.	
Realizar el almacenaje de las hojuelas de maíz.	
Establecer el formato para el registro de la materia prima.	
Coordinar los pedidos con los clientes.	
Entregar el producto a domicilio.	
Controlar las hojas de chequeo de los pedidos.	
Informar sobre las actividades realizadas.	
Analizar los resultados de producción semanalmente.	

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Ingeniero en Alimentos Ingeniero en Biotecnología
Experiencia	2 años en puestos de producción
Habilidades	Trabajo en equipo Planificador de las actividades
Formación	Curso de calidad Curso de prácticas en proceso de producción Curso de relaciones interpersonales

Tabla 54*Operario de producción*

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Operario de producción
Jefe inmediato superior:	Jefe de producción
Supervisa a:	Ninguno

II. OBJETIVO DEL PUESTO:	
Desarrollar las actividades de producción y el cumplimiento de las tareas para el área.	

III. FUNCIONES:	
Recibir, almacenar y verificar la materia prima.	
Realizar la comprobación de los pesos correspondientes de los ingredientes.	
Efectuar las operaciones para la mezcla del producto.	
Supervisar las cantidades de mezcla de conformidad con el registro.	
Realizar el control del enfriado de las hojuelas de maíz.	
Efectuar el almacenaje de las hojuelas de maíz.	
Realizar el control con hojas de registro el almacenaje de las hojuelas de maíz.	

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Tecnólogo en procesamiento de alimentos
Experiencia	2 años en puestos de producción
Habilidades	Trabajo en equipo Comunicación eficaz
Formación	Curso de calidad Curso de buenas prácticas en proceso de alimentos Curso de relaciones interpersonales

Tabla 55

Jefe de Marketing y Ventas

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Jefe de Marketing y Ventas
Jefe inmediato superior:	Gerente
Supervisa a:	Vendedor

II. OBJETIVO DEL PUESTO:	
Determinar la planificación de sus funciones que son inherentes al Marketing para la empresa	

III. FUNCIONES:	
Planificar las estrategias de mercadotecnia que se aplicarán en la empresa.	
Analizar las campañas publicitarias.	
Investigar el mercado local para observar nuevos nichos de mercado.	
Realizar las promociones del producto.	
Identificar las estrategias para impulsar la marca del producto.	
Desarrollar las estrategias en el ciclo de vida del producto.	
Determinar las acciones para impulsar las líneas del producto.	
Organizar los estudios en el mercado de la provincia.	
Realizar la planificación para la distribución del producto.	

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Ingeniero en Marketing Licenciado en Mercadotecnia
Experiencia	2 años
Habilidades	Trabajo en equipo Proactividad
Formación	Cursos aprobados de Marketing Curso de ventas Curso de relaciones interpersonales

Tabla 56 *Vendedor*

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Vendedor
Jefe inmediato superior:	Jefe de Marketing y Ventas
Supervisa a:	Ninguno

II. OBJETIVO DEL PUESTO:	
Desarrollar planes de visitas a clientes para la colocación de la Granola MIX en el mercado de la ciudad de Ambato.	

III. FUNCIONES:	
Realizar la ruta de visitas a los clientes.	
Implementar estrategias de comercialización.	
Manejar la cartera de los clientes.	
Coordinar la publicidad de la marca.	
Desarrollar estrategias de marketing para el producto.	
Aplicar la publicidad en base a los objetivos de la empresa.	
Entregar promociones del producto.	
Llevar el registro de los clientes.	
Manejar la base de datos de los clientes.	
Realizar el informe mensual de las ventas.	

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Ingeniero en Marketing Ingeniero en Negocios Internacionales
Experiencia	2 años en ventas
Habilidades	Trabajo en equipo Proactividad en ventas
Formación	Curso de ventas online Curso de ventas y colocaciones de productos Curso de relaciones interpersonales

Tabla 57 Contador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Contador
Jefe inmediato superior:	Gerente
Supervisa a:	Ninguno

II. OBJETIVO DEL PUESTO:	
Aplicar los principios contables de forma ética y transparente en las operaciones que se realicen en la empresa.	

III. FUNCIONES:	
Planificar el uso de recursos con presupuestos.	
Verificar los depósitos que se realiza.	
Realizar el listado de pago de sueldos y salarios.	
Ejecutar los presupuestos de compras en el tiempo establecido.	
Establecer los calendarios para las fechas de pago de impuestos.	
Informar al Gerente sobre las multas para la empresa si las hay.	
Coordinar la entrega de facturas para el vendedor.	
Recibir el dinero de los depósitos de clientes.	
Realizar el informe sobre las ventas cerradas.	
Realizar reuniones con el vendedor para cuadrar caja.	
Llevar los indicadores financieros.	

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Contador público autorizado Ingeniero en Finanzas
Experiencia	2 años de experiencia en funciones relacionadas de contabilidad
Habilidades	Comunicación interpersonal Planificador de las actividades
Formación	Curso de contabilidad avanzado Curso de Excel Curso de relaciones interpersonales

3.4 Control de gestión

3.4.1. Indicadores de gestión

Tabla 58

Indicadores de gestión

Áreas	Indicadores	Formula
Gerencia	Crecimiento de la participación en el mercado	=(% participación actual/ % participación anterior)
	Satisfacción del cliente	= Planificación estratégica/ planificación programada
Producción	Costo de mantenimiento de maquinarias y equipos	=Costo de mantenimiento actual/costo de mantenimiento anterior
	Realizar los registros diarios de control de calidad	=Unidades totales producidas/unidades totales programadas
	Realizar los registros diarios de pedidos	=Número de pedidos completos/total de pedidos
Marketing y ventas	Satisfacción del cliente	Objetivos ejecutados/objetivos programados
	Publicaciones	=Publicaciones realizadas/ publicaciones programadas
Financiero y talento humano	Rentabilidad	=Resultado actual/resultados anterior
	Capacitaciones	=Capacitaciones realizadas/capacitaciones programadas
Contadora	Realizar informes semanales	=Número de informes semanales/número de producción mensual
	Realizar registros diarios de recursos	= Recurso empleados/recursos dados

3.5. Necesidades de personal

En el presente plan de negocios las funciones están divididas en áreas como son la gerencia, en el mismo se encuentra un gerente, el área de producción con dos personas, el primero un Jefe de producción y el operario de producción, en el área de ventas se encuentra un jefe de marketing y ventas, un asistente de marketing y un vendedor y en el área financiera un Jefe financiero y una persona para desarrollar la tarea de contabilidad.

En total las necesidades de personal son 8 personas en el plan de negocios, que a corto y mediano plazo se incorporarán al negocio, a largo plazo se aspira al crecimiento económico y de ventas para incrementar el personal en base a estas cifras.

Tabla 59
Indicadores de gestión

Puesto	Número de personas	Horas de trabajo
Gerente	1	8
Jefe de producción	1	8
Operario	1	8
Jefe de marketing y ventas	1	8
Asistente de marketing	1	8
Vendedor	1	8
Contadora	1	8

CAPÍTULO IV

Jurídico Legal

4.1 Objetivo del capítulo

Determinar el marco jurídico legal necesario para el correcto funcionamiento de la empresa GRANOLA MIX.

4.2 Determinación de la forma jurídica

La forma jurídica que se adopta en esta empresa producto del plan de negocios es persona natural, la razón social de la empresa es “GRANOLA MIX”.

Se obtendrá también el registro único de contribuyentes y la patente municipal.

Registro Único de Contribuyentes RUC

Todos los ciudadanos ecuatorianos y los extranjeros que realicen actividades económicas, deben tener el Registro Único de Contribuyentes (RUC), para el pago de impuesto y otras obligaciones que exige el Servicio de Rentas Internas (SRI) para gestionar las contribuciones tributarias de los ciudadanos. El RUC es el documento que tiene un número de registro a partir de la cédula del ciudadano el cual constará en los comprobantes de venta que otorga la empresa o cualquier otro negocio o servicio por el cual se paga (Servicio de Rentas Internas 2022).

La recaudación de impuestos en el país es determinada por el régimen tributario que tiene como instrumento legal habilitante a la Constitución de la República del Ecuador que en su Art. 300, señala que el sistema tributario se regirá por los principios del derecho tributario como la generalidad, progresividad, eficiencia, equidad, transparencia, suficiencia recaudadora, etc. También señala que la política tributaria tiene como fin el fomento a la producción y el empleo, dentro del respeto a una economía socialmente responsable con la vida y el ambiente (Registro Oficial del Ecuador 2008).

El SRI es la institución encargada de la gestión tributaria en el país, es un ente técnico y autónomo de derecho público que está bajo la dirección del Gobierno Nacional, y fue creado en el año 1997. Los impuestos que recauda el SRI son el Impuesto sobre la Renta, Utilidades y Ganancias de Capital; Impuesto a la Renta; Gravamen a la Actividad Petrolera; Impuesto a los ingresos extraordinarios; Impuestos sobre la propiedad, Impuesto a las Tierras Rurales;

Impuestos a los Activos en el Exterior; Impuesto sobre la Propiedad de los Vehículos Motorizados; entre otros (Servicio de Rentas Internas del Ecuador 2022).

El Registro Único de Contribuyentes (RUC), es el instrumento que sirve para identificar al contribuyente y que necesita el SRI para gestionar los pagos que deben realizar los ciudadanos que realizan actividades comerciales. El RUC tienen validez en todo el territorio ecuatoriano y debe estar presente en cualquier documento que señale ingresos o egresos por intercambios por productos o servicios que se intercambian (Jácome 2021).

Obtención del RUC y pasos para obtener el RUC

Este trámite puede ser realizado en línea o en las oficinas del Servicio de Rentas Internas de la localidad en la cual se desarrollará el negocio. El portal web del SRI es <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-gestion-tramites-web-internet/>

Los pasos a seguir para sacar el RUC son:

- Ingresar a la web del SRI.
- Solicitar el usuario y clave de acceso.
- Ingresar los datos personales de quien realice el trámite.
- Ingresar los datos de la actividad comercial a realizar y que necesita el RUC.
- Obtener el Registro Único de Contribuyentes (Servicio de Rentas Internas SRI 2022).

Permiso de Funcionamiento y Patente Municipal

El Art. 546 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, establece el impuesto de Patentes a cargo de los municipios Cantonales y Metropolitanos. El Art. 547 de la misma ley también dispone que los ciudadanos nacionales o extranjeros que realicen actividades económicas dentro de una jurisdicción cantonal, ya sean estas de tipo comercial, profesional, industriales, financieras o inmobiliarias, deben obtener la patente municipal, que es un pago anual del impuesto de la patente (Registro Oficial Suplemento 303 2010).

Trámite de obtención del Permiso de Funcionamiento y Patente Municipal

- Adquirir el formulario de declaración inicial de actividad económica.

- Rellenar los datos solicitados en el formulario.
- Adjuntar documentos de la actividad del negocio.
- Adjuntar documentos de identidad de la persona responsable del negocio.
- Adjuntar un croquis de la ubicación del negocio.
- Copias del RUC e impuesto predial.
- Recibir el documento solicitado (Portal Único de Trámites Ciudadanos, Trámite y requisitos para obtener la Patente Municipal 2022).

4.3 Registro de marca

El registro de la marca se realizará en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), se paga todas las tasas que corresponden para que la marca pueda estar protegida de la competencia desleal.

Registro de la patente y pasos para obtenerla

En el territorio ecuatoriano el registro de la patente se la realiza en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, y su trámite se puede realizar en línea mediante el casillero virtual <https://registro.propiedadintelectual.gob.ec/casilleros/>

Los pasos a seguir para obtener el derecho de patente son:

- Ingresar a la web del SENADI y crear el casillero virtual.
- Ingresar a la opción Registro de Signos Distintivos.
- Generar la opción de pago y cancelar el valor correspondiente.
- Proporcionar todas las características y demás especificaciones sobre la patente a registrar.
- Esperar que sea aprobado el trámite.
- Obtener el certificado de Registro de Marca (Portal Único de Trámites Ciudadanos, Aceptación de oposición a un trámite de patente de invención, patente de modelo de utilidad, registro de diseños industriales o esquema de trazados de circuitos integrados, para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras 2021).

La Patentes y Marcas

Las patentes y marcas tienen derechos intelectuales que pueden ser explotados comercialmente por sus propietarios y por otros que tengan el permiso respectivo según los acuerdos alcanzados entre ellos. Cualquier derecho que se tenga sobre una patente o marca ha sido objeto de un trámite que se realiza en cualquier país que conceda este derecho, y a la vez, puede ser también de vigente en otros países que tengan el convenio respectivo para dar validez a los productos que se producen y comercializan en el territorio nacional o aquellos importados (Garnica 2021).

El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), es la institución encargada de proteger, fomentar y divulgar los derechos intelectuales sobre la propiedad de invenciones o patentes de uso en el territorio ecuatoriano. Los derechos intelectuales son aquellos que protegen la propiedad intelectual y el conocimiento tradicional de los pueblos y nacionalidades que viven en el país. La finalidad de la propiedad intelectual es promover el desarrollo comercial, científico, tecnológico, artístico, cultural y cualquier otro que demande este derecho. Este beneficio otorga al autor del mismo el derecho de reconocimiento y los beneficios que se generan del mismo (Universidad de Cuenca 2022).

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), fue creado en 1967 y pertenece a las Naciones Unidas. Fue creado para desarrollar un sistema internacional de propiedad intelectual con vigente en la mayoría de países del mundo. La OMPI presta asistencia a los gobiernos, elabora normas de fomento y control de la propiedad, administra los tratados internacionales, administra el sistema de presentación de patentes, soluciona controversias, fomenta, debate y propone nuevas iniciativas de la propiedad intelectual (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI 2022).

4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

A nivel local se deben obtener permisos de funcionamiento que los otorga el Gobierno Autónomo Descentralizado, Municipalidad de Ambato, como son la Patente Municipal, Permiso de Bomberos y Permiso de Funcionamiento.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Ambato

Para obtener este documento se debe contar con los siguientes documentos habilitantes:

- Predio actualizado.
- RUC
- Informe de inspección favorable del Departamento del Cuerpo de Bomberos de Ambato.
- Recibir el Permiso de Funcionamiento.

Registro de la empresa en el Ministerio del Trabajo

El Ministerio del Trabajo cuenta con la opción de realizar el trámite a través de su página web, donde se debe ingresar los datos y adjuntar documentos para una correcta gestión de registro:

- Ingresar la información de la empresa, nombre, actividad económica a realizar, dirección, correos, etc.
- Ingresar los datos de identificación del representante legal de la empresa.
- Ingresar los contratos de trabajo de los trabajadores de la empresa.
- Establecer clave de acceso al Sistema Único de Trabajo (SUT).

Registro de contratos de trabajo en el Ministerio del Trabajo

- Acceder al sistema de registro en la plataforma virtual, mediante la clave del empleador.
- Registrar los datos del trabajador, que incluyen documentos de identidad, fechas de ingreso, actas de finiquito, dirección domiciliaria, etc.
- Guardar los datos en el SUT.

Permiso fitosanitario

El permiso fitosanitario es la certificación para productos vegetales que permite se cumplan diversos requisitos para proteger al sector agrícola de plagas y otras enfermedades que se puede transmitir en las diversas etapas de producción y comercialización. Este permiso puede ser solicitado por personas naturales o jurídicas ecuatorianas o extranjeras, en las dependencias de la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario (ARCFZ) (Portal Único de Trámites Ciudadanos Sistema del ARCFZ 2022).

Requisitos para obtener el Permiso Fitosanitario

- Acceder a sistema GUIA de Agrocalidad.
- Ingresar la información que solicita el sistema, que es la relacionada con la identificación de la persona responsable de la actividad.
- Realizar la solicitud de inspección al departamento técnico de la Dirección Distrital que corresponda.
- Realizar la solicitud de emisión del certificado fitosanitario
- Realizar el pago del trámite en uno de los Bancos señalados y registrar el mismo luego de haber sido realizado.
- Recibir el documento solicitado (Portal Único de Trámites Ciudadanos Sistema del ARCFZ 2022).

Certificado de uso de suelo

La Dirección de Gestión de Suelo del GAD Municipalidad de Ambato administra el aprovechamiento y uso de las actividades que se realizan en el suelo del cantón, según los lineamientos del Plan de Uso y Gestión de Suelo, con el fin de mantener una actividad sostenible y sustentable en el territorio. El Certificado de Uso de Suelo es un documento obligatorio para quienes realizan actividades económicas, la misma que debe responder a la compatibilidad del suelo según a la planificación del GAD Municipalidad de Ambato (Portal Único de Trámites Ciudadanos y GAD Municipalidad de Ambato 2021)

Requisitos para obtener el Certificado de Uso de Suelo

- Acceder al link del GADMA y luego al Balcón de Servicios para solicitar un turno en la Unidad de Atención Ciudadana.
- En la Solicitud de Certificado de Uso de Suelo ingresar los datos de la actividad económica del negocio.
- Ingresar los datos del lugar donde funcionará el negocio.
- Ingresar los datos del responsable del negocio y solicitante del certificado.
- Acceder al turno para ser atendido en la Unidad de Atención Ciudadana.
- Ingresar los documentos solicitados.
- Recibir el Certificado de Uso de Suelo (Portal Único de Trámites Ciudadanos y GAD Municipalidad de Ambato 2021).

CAPÍTULO V

Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del capítulo

Analizar los aspectos económicos y financieros para el plan de negocios de forma que se conozca la situación de la empresa.

5.2 Plan de Inversiones

Tabla 60

Plan de Inversiones

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total (USD)
	Local	15.000,00	15.000,00
	Terreno	15.000,00	15.000,00
	Instalaciones y remodelaciones	1.000,00	1.000,00
	Instalaciones	600,00	600,00
	Remodelaciones	400,00	400,00
	Muebles y Enseres	265,00	605,00
3	Sillas ejecutivas	95,00	285,00
3	Escritorios	75,00	225,00
1	Archivadores	50,00	50,00
1	Estanterías	45,00	45,00
	Herramientas - Utensilios	58,39	122,31
2	Bandeja de aluminio	17,14	34,28
1	Cuchara de palo	6,39	6,39
1	Jarra de plástico 2L	6,92	6,92
5	Cuchara de mesa	1,70	8,50
3	Cuchillo de chef	2,95	8,85
3	Tabla de picar	3,59	10,77
10	Tasas medidoras	2,35	23,50
4	Molde redondo de aluminio	4,75	19,00
1	Caja de guantes quirúrgicos 50 pares	12,60	12,60
1	Sartén	12,00	12,00
	Maquinaria y Equipo	1.907,74	1.927,74
1	Horno	1.426,81	1.426,81
1	Cocina	383,03	383,03
1	Balanza	97,90	97,90
	Vehículos	12.000,00	12.000,00
1	Camioneta Chevrolet	12.000,00	12.000,00
	Equipo de computación	420,00	880,00
3	Computadores	230,00	690,00
1	Impresora	190,00	190,00
	Equipo de oficina	35,00	35,00
1	Teléfono de oficina	35,00	35,00
	Inventarios	22.714,43	22.714,43
	Costos de Constitución	1.055,00	1.055,00
	Permiso del ARCSA	120,00	120,00
	Promoción y publicidad	800,00	800,00
	Obtención de la marca	80,00	80,00
	RUC	25,00	25,00
	Permiso de funcionamiento	30,00	30,00
	Capital de trabajo	-	6.743,53
	Total		56.343,99

La Tabla 60 muestra el plan de inversión de la empresa, se destina un valor total de \$ 56.343,99 para la ejecución, en los cuales se invierte en local, instalaciones, muebles y enseres, herramientas, equipo de cómputo y de oficina que son necesarios para el funcionamiento.

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

5.3.1. Mano de Obra

Tabla 61

Personal departamento de producción.

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
1	NN	Jefe de producción	504154109048	400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20
2	NN	Operario de producción	504154109056	350,00	0,00	350,00	0,00	33,08	33,08	316,93
Totales				750,00	0,00	750,00	0,00	70,88	70,88	679,13
Provisiones										
	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacaciones	Total Provisión		Costo MO
	44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	0,00	16,67	131,93		494,13
	39,03	1,75	1,75	29,17	29,17	0,00	14,58	115,44		432,37
	83,63	3,75	3,75	62,50	62,50	0,00	31,25	247,38		926,50
Costo mensual departamento de producción =										926,50

En la Tabla 61 se observa la mano de obra necesaria para el correcto funcionamiento de la planta de producción, se dispone de dos personas un jefe de producción y un operario, los cuales recibirán un sueldo básico más beneficios de la ley, el costo mensual del sueldo es el valor de \$ 926,50.

Tabla 62

Personal Administrativo

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
1	NN	Gerente	1918200000101	500,00	0,00	500,00	0,00	47,25	47,25	452,75
2	NN	Contador	1910000000012	400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20
TOTALES				900,00	0,00	900,00	0,00	85,05	85,05	814,95

Provisiones

Patronal	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondo	Vacaciones	Total	Costo
11,15%	0,50%	0,50%			Reserva		Provisión	MO
55,75	2,50	2,50	41,67	0,00	0,00	20,83	123,25	528,75
44,60	2,00	2,00	33,33	0,00	0,00	16,67	98,60	423,00
100,35	4,50	4,50	75,00	0,00	0,00	37,50	221,85	951,75
Costo mensual del sueldo del personal administrativo =								951,75

En la Tabla 62 se presenta el costo mensual del sueldo del personal administrativo que es de \$ 951,75 que corresponde a dos personas que son el gerente y el contador, cuyos valores son el resultado del sueldo básico unificado para esas funciones, más las provisiones, estos valores sirvieron más adelante para proyectar estos costos.

Tabla 63*Personal de Ventas*

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
1	NN	Jefe de marketing y ventas	1930000000021	425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
2	NN	Vendedor	1930000000020	400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20
TOTALES				825,00	0,00	825,00	0,00	77,96	77,96	747,04

Provisiones									
Patronal	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondo	Vacaciones	Total	Costo	
11,15%	0,50%	0,50%			Reserva		Provisión	MO	
47,39	2,13	2,13	35,42	0,00	0,00	17,71	104,76	449,44	
44,60	2,00	2,00	33,33	0,00	0,00	16,67	98,60	423,00	
91,99	4,13	4,13	68,75	0,00	0,00	34,38	203,36	872,44	
Costo mensual del sueldo del personal de ventas =								872,44	

En la Tabla 63 se muestra el personal necesario para el área de ventas, para lo cual es necesario contar con un jefe de ventas, un asistente de marketing y un vendedor, los cuales recibirán todos los beneficios de la ley y cuyo costo mensual del sueldo es de \$ 872,44.

5.3.2 Depreciación

Tabla 64
Depreciación

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y Enseres	10	605,00	10%	60,50
Herramientas - Utensilios	10	122,31	10%	12,23
Maquinaria y Equipo	10	1.919,74	10%	191,97
Vehículo	5	12.000,00	20%	2.400,00
Equipo de computación	3	880,00	33%	293,30
Equipo de oficina	10	35,00	10%	3,50
TOTAL		15.562,05		2.961,51

La Tabla 64 se detalla la depreciación de los bienes de la empresa como son muebles y enseres, herramientas, maquinaria, vehículo, equipo de computación y de oficina que sufrirán un desgaste por el uso de personal, dando como resultado un valor de depreciación anual de \$ 2.961,51.

5.3.3 Proyección de la Depreciación

Tabla 65
Proyección de la Depreciación

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50
Herramientas - Utensilios	12,23	12,23	12,23	12,23	12,23
Maquinaria y Equipo	191,97	191,97	191,97	191,97	191,97
Vehículos	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Equipo de computación	293,30	293,30	293,30	-	-
Equipo de oficina	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
TOTAL	2.901,01	2.901,01	2.901,01	2.607,71	2.607,71

En la Tabla 65 se detalla la proyección de la depreciación se observó que varía a partir del cuarto año, por la disminución en el porcentaje de depreciación en los equipos de computación, en el primer año \$ 2.901,01, en el segundo año \$ 2.901,01, en el tercer año \$ 2.901,01, en el cuarto año \$ 2.607,71 y el quinto año \$ 2.607,71.

5.3.4 Detalle de Costos

Tabla 66
Detalle de los Costos de Producción

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costos anual
Materia prima				4.640,40	55.684,80
Harina de maíz	Gramos	23.400	0,0100	234,00	2.808,00
Miel de abeja	Centímetros cúbicos	7.200	0,0200	144,00	1.728,00
Esencia de vainilla	Gramos	360	0,0100	3,60	43,20
Canela en polvo	Gramos	1.080	0,0100	10,80	129,60
Aceite de oliva	Centímetros cúbicos	9.000	0,0200	180,00	2.160,00
Azúcar morena	Gramos	9.000	0,0100	90,00	1.080,00
Nuez	Gramos	23.400	0,0200	468,68	5.616,00
Castañas	Gramos	23.400	0,0100	234,00	2.808,00
Semillas de calabaza	Gramos	23.400	0,0200	468,00	5.616,00
Ajonjolí	Gramos	23.400	0,0300	702,00	8.424,00
Semillas de girasol	Gramos	23.400	0,0300	702,00	8.424,00
Pasas	Gramos	23.400	0,0200	468,00	5.616,00
Arándanos	Gramos	23.400	0,0400	936,00	11.232,00
Mano de Obra				926,50	11.118,00
Jefe de producción				494,13	5.929,60
Operario de producción				432,37	5.188,40
Costos Indirectos				44,42	533,01
Luz eléctrica	Kw/hora	120,00	0,09	10,80	129,60
Agua potable	M3	20,00	0,35	7,00	84,00
Suministros materiales	Unidades	12,00	0,80	9,60	115,20
Depreciación Producción				17,02	204,21
TOTALES				5.611,32	67.335,81

Como se muestra en la Tabla 66 los detalles de costos corresponden a la materia prima un valor de \$ 55.684,80, el costo de mano de obra un valor de \$ 11.118,00 y los costos indirectos un el valor de \$ 533.01. Se puede decir que el valor total de los costos es de \$ 67.335,81.

5.3.5 Proyección de Costos

Tabla 67

Proyección de Costos

Descripción	Costo mensual	Costos		Total año 1	Costos		Total año 2	Costos		Total año 3	Costos		Total año 4	Costos		Total año 5
		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Materia prima	4.640,40		4.640,40	55.684,80		4.728,57	56.742,81		4.818,41	57.820,92		4.909,96	58.919,52		5.003,25	60.038,99
Harina de maíz	234,00		234,00	2.808,00		238,45	2.861,35		242,98	2.915,72		247,59	2.971,12		252,30	3.027,57
Miel de abeja	144,00		144,00	1.728,00		146,74	1.760,83		149,52	1.794,29		152,36	1.828,38		155,26	1.863,12
Esencia de vainilla	3,60		3,60	43,20		3,67	44,02		3,74	44,86		3,81	45,71		3,88	46,58
Canela en polvo	10,80		10,80	129,60		11,01	132,06		11,21	134,57		11,43	137,13		11,64	139,73
Aceite de oliva	180,00		180,00	2.160,00		183,42	2.201,04		186,90	2.242,86		190,46	2.285,47		194,07	2.328,90
Azúcar morena	90,00		90,00	1.080,00		91,71	1.100,52		93,45	1.121,43		95,23	1.142,74		97,04	1.164,45
Nuez	468,00		468,00	5.616,00		476,89	5.722,70		485,95	5.831,44		495,19	5.942,23		504,59	6.055,14
Castañas	234,00		234,00	2.808,00		238,45	2.861,35		242,98	2.915,72		247,59	2.971,12		252,30	3.027,57
Semillas de calabaza	468,00		468,00	5.616,00		476,89	5.722,70		485,95	5.831,44		495,19	5.942,23		504,59	6.055,14
Ajonjolí	702,00		702,00	8.424,00		715,34	8.584,06		728,93	8.747,15		742,78	8.913,35		756,89	9.082,70
Semillas de girasol	702,00		702,00	8.424,00		715,34	8.584,06		728,93	8.747,15		742,78	8.913,35		756,89	9.082,70
Pasas	468,00		468,00	5.616,00		476,89	5.722,70		485,95	5.831,44		495,19	5.942,23		504,59	6.055,14
Arándanos	936,00		936,00	11.232,00		953,78	11.445,41		971,91	11.662,87		990,37	11.884,47		1.009,19	12.110,27
Mano de Obra	926,50	926,50		11.118,00	944,10		11.329,24	962,04		11.544,50	980,32		11.763,84	998,95		11.987,36
Jefe de producción	494,13	494,13		5.929,60	503,52		6.042,26	513,09		6.157,07	522,84		6.274,05	532,77		6.393,26
Operario de producción	432,37	432,37		5.188,40	440,58		5.286,98	448,95		5.387,43	457,48		5.489,79	466,17		5.594,10
Costos Indirectos	44,42	26,62	17,80	533,01	26,80	18,14	539,25	26,99	18,48	545,62	27,17	18,83	552,10	27,37	19,19	558,72
Luz eléctrica	10,80		10,80	129,60		11,01	132,06		11,21	134,57		11,43	137,13		11,64	139,73
Agua potable	7,00		7,00	84,00		7,13	85,60		7,27	87,22		7,41	88,88		7,55	90,57
Suministros materiales	9,60	9,60		115,20	9,78		117,39	9,97		119,62	10,16		121,89	10,35		124,21
Depreciación producción	17,02	17,02		204,21	17,02		204,21	17,02		204,21	17,02		204,21	17,02		204,21
TOTALES	5.611,32	953,12	4.658,20	67.335,81	970,90	4.746,71	68.611,31	989,03	4.836,89	69.911,04	1.007,50	4.928,79	71.235,47	1.026,31	5.022,44	72.585,06

En la Tabla 67 se detalla la proyección de costos de la elaboración de granola a base de hojuelas de maíz y se realizó la proyección para 5 años, en el primer año con un total de \$ 67.335,81, a partir del segundo año se incrementó en base a la inflación, entonces en el segundo año tiene un total de \$68.611,31, en el tercer año con un total de \$69.911,04, en el cuarto año un total de \$ 71.235,47 y en el último año tiene un resultado de \$72.585,06.

5.3.6 Detalle de Gastos

Tabla 68

Detalle de Gastos Administrativos

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldos al personal administrativo				951,75	11.421,00
Suministros de oficina				20,00	240,00
Depreciaciones	Activos administrativos			29,78	357,30
				29,78	357,30
Total Gastos Administrativos				1.001,53	12.018,30

Tabla 69

Detalle de Gastos de Ventas

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldos					
Jefe de Marketing y Ventas				449,44	5.393,25
Vendedor				423,00	5.076,00
Total Gastos de Ventas				872,44	10.469,25

Tabla 70

Detalle de Gastos Financieros

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Intereses pagados				229,17	2.750,00
Total Gastos Financieros				229,17	2.750,00
Total de Gastos				2.103,13	25.237,55

En las Tablas 68, 69 y 70 se puede observar los gastos de los diferentes departamentos de la empresa, los gastos administrativos un valor mensual de \$ 1.001,53 y anual de \$ 12.018,30, en los gastos de ventas un valor mensual de \$ 872,44 y anual de \$ 10.469,25 y en los gastos financiero un valor mensual de \$ 229,17 y anual de 2.750,00. Finalmente, el resultado total de gastos mensualmente es de \$ 2.103,13 y anualmente es de \$ 25.237,55.

5.3.7 Proyección Gastos

Tabla 71

Proyección de gastos

Descripción	Gasto	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
	mensual	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Sueldos al personal administrativo	951,75	951,75		11.421,00	969,83		11.638,00	988,26	-	11.859,12	1.007,04	-	12.084,44	1.026,17	-	12.314,05
Suministros de oficina	20,00		20,00	240,00		20,38	244,56	-	20,77	249,21	-	21,16	253,94	-	21,56	258,77
	29,78	29,78		357,30	29,78		357,30	29,78		357,30	29,78		357,30	29,78		357,30
Activos administrativos	29,78	29,78		357,30	29,78		364,09	29,78		357,30	29,78		357,30	29,78		357,30
TOTAL	1.001,53	1.011,30	20,00	12.018,30		20,38	12.239,86	1.018,04	20,77	12.465,63	1.036,81	21,16	12.695,69	1.055,95	21,56	12.930,12
GASTOS DEVENTAS																
Descripción	Gasto	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
	mensual	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Jefe de marketing y ventas	449,44	449,44		5.393,25	457,98		5.495,72	466,68		5.600,14	475,55		5.706,54	484,58		5.814,97
Vendedor	423,00	423,00		5.076,00	431,04		5.172,44	439,23		5.270,72	447,57		5.370,86	456,08		5.472,91
TOTAL	872,44	872,44		10.469,25	889,01		10.668,17	905,91		10.870,86	923,12		11.077,41	940,66		11.287,88
GASTOS FINANCIEROS																
Descripción	Gasto	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
	mensual	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Intereses pagados	229,17	229,17		2.750,00	233,52		2.802,25	237,96		2.855,49	242,48		2.909,75	247,09		2.965,03
TOTAL	229,17	229,17		2.750,00	233,52		2.802,25	237,96		2.855,49	242,48		2.909,75	247,09		2.965,03
TO TALE	2.103,13	2.112,90	20,00	25.237,55	1.122,53	20,38	25.710,28	2.161,90	20,77	26.191,99	2.202,41	21,16	26.682,84	2.243,69	21,56	27.183,03

En la Tabla 71 se detalla la proyección de gastos de la elaboración de granola a base de hojuelas de maíz y se realizó la proyección para 5 años, en el primer año con un total de \$ 25.237,55, en el segundo año tiene un total de \$ 25.710,28, en el tercer año con un total de \$ 26.191,99, en el cuarto año un total de \$ 26.682,84 y en el último año tiene un resultado de \$ 27.183,03.

5.4 Plan de Financiamiento

5.4.1 Forma de financiamiento

Tabla 72

Plan de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios	31.343,99	100,00	55,63
Efectivo	19.343,99	61,72	34,33
Bienes	12.000,00	38,28	21,30
Recursos de terceros	25.000,00	100,00	44,37
Préstamo bancario	25.000,00	100,00	44,37
TOTAL	56.343,99		100,00

Como se observa en la Tabla 72 el plan de financiamiento de la empresa GRANOLA MIX se compone de recursos propios con un valor de \$ 31.343,99 y de recursos de terceros con un valor \$ 25.000,00. Finalmente, el resultado total del total del financiamiento es de \$56.343,99 y con un porcentaje de 100%.

5.5 Cálculo de ingresos

Tabla 73

Precio de venta

Productos	Materia Prima	Mano de Obra	Costos Indirectos	Costo Total (mensual)	Unidades (mensual)	Margen de utilidad %	Margen de utilidad \$	Precio de Venta Unitario
Granola a base de hojuelas de maíz	4.640,40	926,50	44,42	5.611,32	3.600	73,00%	4.096,26	2,70
TOTALES				5.611,32			4.096,26	2,70

La Tabla 73 muestra el precio de venta unitario del producto con un valor de \$ 2,70, que es el resultado de los cálculos con la materia prima, mano de obra y costos indirecto.

Cálculo del ingreso anual

Tabla 74

Ingreso anual

Productos	Precio de venta unitario	Unidades producidas (anuales)	Ingresos del primer año
Granola de hojuelas de maíz	2,70	43.200	\$ 116.490,94
TOTALES		43.200	\$ 116.490,94

En la Tabla 74 se observa los ingresos del primer año con un valor total de \$ 116.2490,94. Se consideró el total de la producción que es de 43.200 unidades a un precio de \$ 2.70.

5.5.1 Proyección de Ingresos

Tabla 75

Proyección de ingresos

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
Granola a base de hojuelas de maíz	43.199,68	2,70	116.490,94	44.020,47	2,75	120.959,65	44.539,91	2,78	122.386,98	45.065,48	2,81	123.831,14	45.597,26	2,85	125.292,35
TOTAL INGRESOS			116.490,94			120.959,65			122.386,98			123.831,14			125.192,35

La Tabla 75 muestra la proyección de ingresos se determina el precio unitario del producto de \$2,70, además el total del año 1 es el valor de \$116.490,94 y en el año 5 se expresa un resultado de \$125.292,35.

5.6 Punto de equilibrio

Tabla 76

Punto de equilibrio

Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Detalle de costos	\$ 11.437,41	\$ 55.898,40	\$ 67.335,81
Gastos de Administración	\$ 12.135,61	\$ 240,00	\$ 12.375,61
Gastos de Ventas	\$ 10.469,25	0,00	\$ 10.469,25
Gastos Financieros	\$ 2.750,00	0,00	\$ 2.750,00
SUMAN	\$ 36.792,26	\$ 56.138,40	\$ 92.930,66
Número unidades	\$ 43.873,48		
Precio unitario de venta	\$ 2,70		
Ingresos totales	\$116.490,94		

Punto de equilibrio en unidades monetarias

Tabla 77

Punto equilibrio en unidades monetarias

Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))			
P.E. \$ =	\$ 36.792,26	\$ 0,52	
P.E. \$ =	\$ 71.015,49		USD en ventas al año
	\$ 5.917,96		USD en ventas mensuales

Punto de equilibrio en unidades físicas

Tabla 78

Punto equilibrio en unidades monetarias

$$\text{Punto de Equilibrio } U = \text{Costos Fijos} / (\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario})$$

P.E. u =	36.792,26	1
P.E. u =	36.792,26	unidades vendidas al año

Punto de equilibrio en valores relativos

Tabla 79

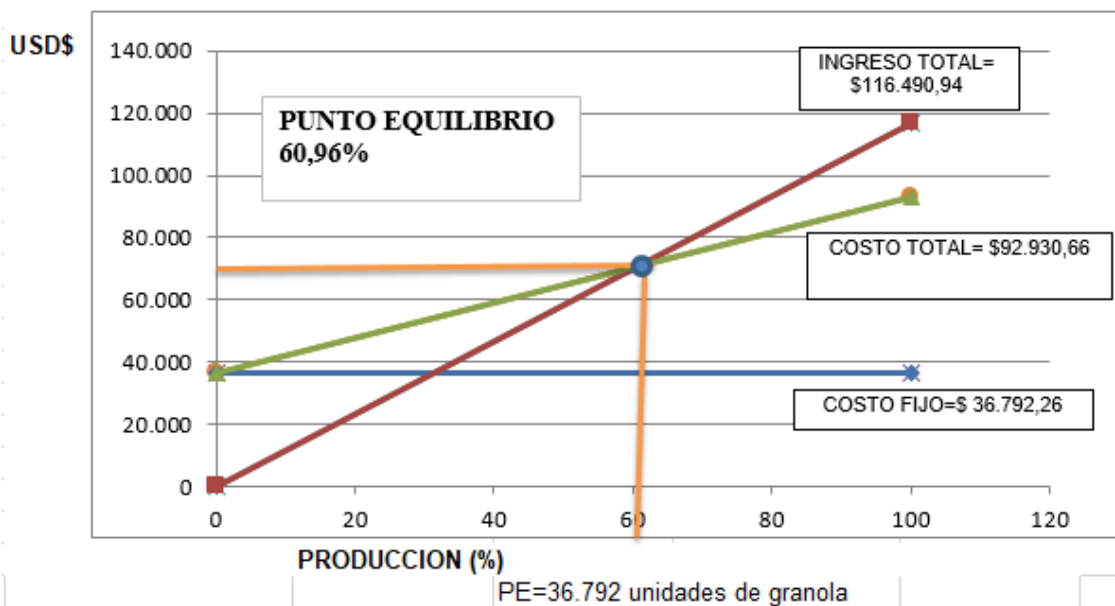
Punto equilibrio en valores relativos

$$\text{Punto de Equilibrio } \% = \text{Punto de Equilibrio } \$ * 100 / \text{Ingresos Totales}$$

% P.E. =	71.015,49 * 100 /	116.490,94
% P.E. =	60,96%	

Gráfico 24

Punto de equilibrio



En la gráfica 24 se observa los valores del punto de equilibrio grafican que las unidades cubren los costos a un determinado nivel de costos totales, siendo el porcentaje de 60,96% el punto donde no se pierde ni se gana. En el punto de equilibrio de las unidades tiene un resultado de 36.792 unidades.

5.7 Estado de Resultados Proyectado

Tabla 80

Estado de Resultados Proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	116.490,94	120.959,65	122.386,98	123.831,14	125.292,35
(-) Costo de Ventas	67.335,81	68.611,31	69.911,04	71.235,47	72.585,06
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	49.155,14	52.348,35	52.475,94	52.595,67	52.707,29
(-) Gastos de venta	10.469,25	10.668,17	10.870,86	11.077,41	11.287,88
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	38.685,89	41.680,18	41.605,07	41.518,26	41.419,41
(-) Gastos Administrativos	12.018,30	12.239,86	12.465,63	12.695,69	12.930,12
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	26.667,58	29.440,32	29.139,44	28.822,57	28.489,29
(-) Gastos Financieros	2.750,00	2.802,25	2.855,49	2.909,75	2.965,03
(+) Otros Ingresos	-	-	-	-	-
(-) Otros Egresos	-	-	-	-	-
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	23.917,58	26.638,07	26.283,95	25.912,83	25.524,26
(-) 15% Participación trabajadores	3.587,64	3.995,71	3.942,59	3.886,92	3.828,64
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	20.329,95	22.642,36	22.341,36	22.025,90	21.695,62
(-) Impuesto a la renta	792,43	792,43	1.033,80	995,95	956,31
(=) UTILIDAD Ó PÉRDIDA DEL EJERCICIO	19.537,51	21.849,93	21.307,56	21.029,96	20.739,30

La Tabla 80 muestra el Estado de Resultados en el período de 5 años futuro en la cual se visualiza una utilidad positiva, como resultado en año 1 la utilidad es de 19.537,51 y finalmente en el año 5 con una utilidad de \$20.739,30.

5.8 Flujo de caja

Tabla 81

Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. INGRESOS OPERACIONALES	56.343,99	116.490,94	120.959,65	122.386,98	123.831,14	125.292,35
Recursos propios	31.343,99					
Recursos de terceros	25.000,00					
Ingresos por ventas		116.490,94	120.959,65	122.386,98	123.831,14	125.292,35
B. EGRESOS OPERACIONALES	-	89.823,36	86.226,11	93.241,17	95.002,08	96.803,06
Materia prima directa		55.684,80	56.742,81	57.820,92	58.919,52	60.038,99
Mano de obra directa		11.118,00	6.042,26	11.544,50	11.763,84	11.987,36
Costos indirectos de fabricación		533,01	533,01	539,25	545,62	558,72
Gastos Administrativos		12.018,30	12.239,86	12.465,63	12.695,69	12.930,12
Gastos de Ventas		10.469,25	10.668,17	10.870,86	11.077,41	11.287,88
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	56.343,99	26.667,58	34.733,54	29.145,81	28.829,06	28.489,29
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	-	-	-	-	-	-
Créditos a contratarse a largo plazo						
Otros ingresos						
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	-	11.144,33	11.552,40	11.740,65	11.647,13	11.549,21
Pago de créditos a largo plazo		4.014,26	4.455,83	4.945,97	5.490,02	6.093,93
Pago de participación de utilidades		3.587,64	3.995,71	3.942,59	3.886,92	3.828,64
Pago de interés en créditos a largo plazo		2.750,00	2.308,43	1.818,29	1.274,23	670,33
Pago de impuestos		792,43	792,43	1.033,80	995,95	956,31
Otros egresos						
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	-	-11.144,33	-11.552,40	-11.740,65	-11.647,13	-11.549,21
			46.285,94	40.886,46	40.476,19	40.038,50
G. FLUJO NETO GENERADO (C - F)	56.343,99	15.523,26	23.181,14	17.405,16	17.181,93	16.940,08
H. SALDO INICIAL DE CAJA	-	6.743,53	6.743,53	6.743,53	6.743,53	6.743,53
I. SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	56.343,99	22.266,79	29.924,67	24.148,69	23.925,46	23.683,61

En la Tabla 81 se observa el flujo de caja existe una proyección futura a 5 años se analiza la inversión total de \$ 56.343,99 en el cual se ha obtenido el flujo neto generado para el año 1 es de \$ 15.523,26 y finalmente para el año 5 es de \$ 16.940,08.

5.9 Evaluación Financiera

5.9.1. Indicadores

5.9.2. Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n I_t = \frac{Ft}{(1+TIR)^1} + \frac{Ft}{(1+TIR)^2} + \frac{Ft}{(1+TIR)^3} + \frac{Ft}{(1+TIR)^4} + \frac{Ft}{(1+TIR)^5}$$

$$VAN = -56.343,99 + \sum_{t=1}^n I_t = \frac{15.523,26}{(1+0,18)^1} + \frac{23.181,14}{(1+0,18)^2} + \frac{17.405,16}{(1+0,18)^3} + \frac{17.181,93}{(1+0,18)^4} + \frac{16.940,08}{(1+0,18)^5}$$

$$VAN = 10.553,15$$

Tabla 82*TMAR*

DESCRIPCIÓN	VALOR	% PARTICIPACION	TASA DE RENTABILIDAD	PROMEDIO PONDERADO
Capital Propio	31.343,99	55,63	12,00%	6,68%
Capital financiado	25.000,00	44,37	11,00%	4,88%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	56.343,99	100,00		11,56%

En la tabla 82 muestra la tasa mínima de rendimiento es de 11,56% que está compuesto por promedio ponderado del capital propio y del capital financiado.

5.9.1.2 Tasa Interna de Retorno

Tabla 83*TIR*

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	-	-11.144,33	-11.552,40	-11.740,65	-11.647,13	-11.549,21
G. FLUJO NETO GENERADO (C - F)	-56.343,99	15.523,26	23.181,14	17.405,16	17.181,93	16.940,08
H. SALDO INICIAL DE CAJA	-	6.743,53	6.743,53	6.743,53	6.743,53	6.743,53
I. SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	56.343,99	22.266,79	29.924,67	24.148,69	23.925,46	23.683,61
FLUJO ACUMULADO	56.343,99	22.266,79	52.191,46	76.340,15	100.265,61	123.949,22
MESES DEL AÑO	12,00					

La Tabla 83 muestra la tasa interna de retorno se obtuvo de la suma de los flujos del año 1 hasta el año 5, restando posteriormente de la inversión.

$$\mathbf{TIR} = 18 \%$$

Como la tasa interna de retorno (18%) es superior a la tasa mínima de rendimiento (TMAR) 11,56%, se asume que el proyecto es rentable.

5.9.1.3 Beneficio Costo

$$\frac{B}{C} = \frac{VAI}{VAC}$$
$$\frac{B}{C} = \frac{\$33.888}{\$56.343,99}$$
$$\frac{B}{C} = 0.60$$

El beneficio obtenido es de 0,60 que significa que son \$ 0,60 que cubrirá los costos en este plan de negocios.

5.9.1.4 Período de recuperación

$$\mathbf{Payback} = \frac{Io}{F}$$
$$\mathbf{Payback} = \frac{\$56.343,99}{\$33.888}$$
$$\mathbf{Payback} = 1,66$$

Período de recuperación= 1 año, 7 meses, 6 días.

El playback se realizó con los datos de la inversión dividido para los valores del flujo de caja, dando como resultado 1,66 que significa que se recuperará en un año.

Posteriormente los meses se obtuvieron de los valores decimales por 12 meses y de la misma forma se obtuvo para los días.

BIBLIOGRAFÍA

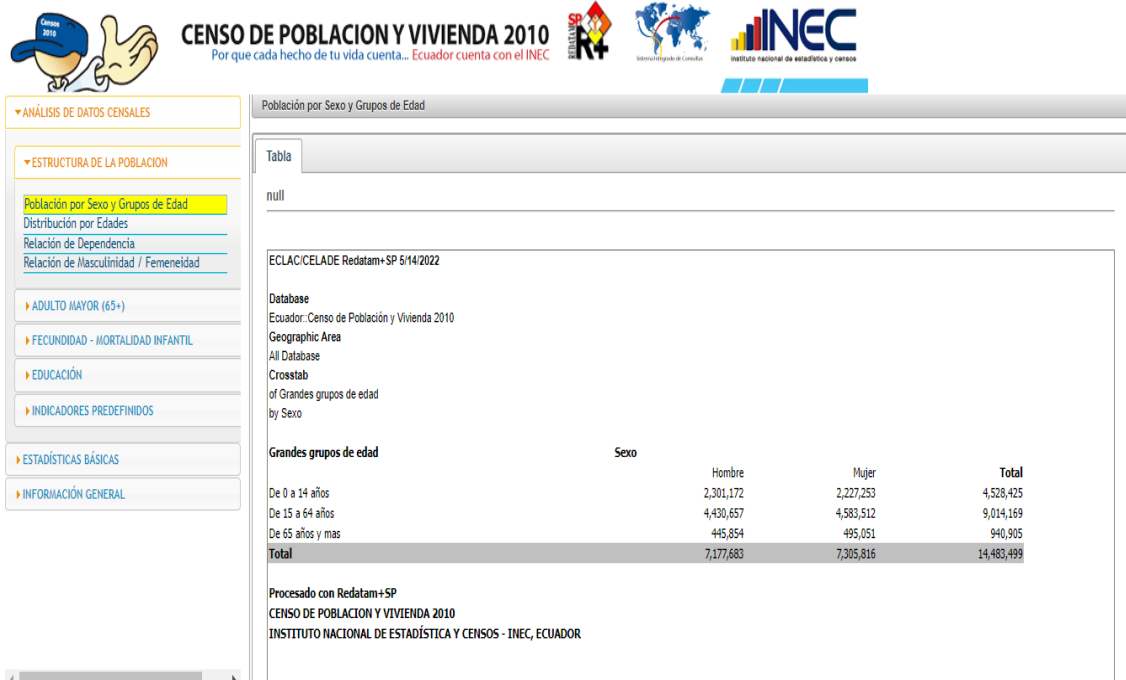
- Alfonso, Rodney, Mercedes Franco, y Rogelio Suárez. «La gestión de innovación fuente de ventajas competitivas en hoteles de categoría superior, del destino Manta-Ecuador.» *San Gregorio*, 2020: 18-31.
- Alvarado, Diana, Roxana Barreto, y Miguel Baque. «Emprendimiento e Innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia covid-19.» *Polo del conocimiento*, 2021: 2145-2164.
- amoCRM. *El mejor CRM de whatsApp*. 2022. https://es.amocrm.com/crm-ecuador/?utm_source=google&utm_campaign=crm-ecu&utm_medium=cpc&utm_content=crm-software&gclid=CjwKCAjw4ayUBhA4EiwATWYBrq1E2-b7qpiifTfTcs6HHnxbsWWAAyMajPSLn_AjWewNI7QTAp6JEhoCkPQQAyD_BwE.
- Blanco, Alicia, Alberto Padro, y Carmelo Mercado. *Introducción al Marketing y la Comunicación en la empresa*. Madrid: Libros profesionales de Empresa ESIC, 2016.
- Cairó, Gemma, y Ramón Céspedes. *Economía mundial*. Barcelona: Ediciones de la Universidad de Barcelona, 2020.
- Castillo, Christian, Marcelo Mancheno, y Jenny Gamboa. «Panorama socioeconómico de los emprendedores de la economía informal de la ciudad de Ambato-Ecuador.» *Revista Ciencia UNEMI*, 2020: 47-58.
- Clavedes, Marlo. «Producción de semilla de maíz duro en el Ecuador; retos y oportunidades.» *Aci avances en Ciencias e Ingeniería*, 2019: 116-123.
- Cruz, Antonia. *Planificación y gestión de la demanda*. Málaga: ic editorial, 2019.
- Escudero, María. *El Mercado (Marketing en la actividad comercial)*. s/n: Editex, 2014.
- Garnica, Sergio. «Patente de segundo uso en el Ecuador: Análisis comparado entre la ley ingenios ecuatoriana con la Ley de Patentes española desde la formación de abogados.» *Revista Conrado*, 2021: 372-380.
- Gómez, María, Mariana Atlahua, y Emmanuel González. «Análisis de Factores microambientales que impiden el desarrollo competitivo de las queserías de la localidad de Escárcega, Campeche.» *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 2019: 1-17.
- Hernández, Carlos, y Natalia Carpio. «Metodología de la investigación.» *Revista Alerta*, 2019: 76.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. *REDATAM*. 2010. <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>.

- Jácome, Wilson. «Recaudación de Impuestos en Ecuador 2018-2020.» *Qualitas*, 2021: 28-45.
- Kotler, Philip, y Milton Kotler. *Marketing de ciudades*. EEUU: CID, 2016.
- Massoni, Julie. *Una manera de estar sano*. EEUU: Babelcube, 2017.
- Mendez, Florible. *Descripción de procesos y mapa de procesos (Archivo PDF)*. 2015.
- Mideplan. *Guía para levantamiento de procesos (Archivo PDF)*. 2009.
- Ministerio de Educación. *Secretaría de apoyo, seguimiento y regulación de la educación*. 2022. <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/08/ZONA-3-COTOPAXI-CHIMBORAZO-TUNGURAHUA-PASTAZA.pdf>.
- Ministerio del Trabajo. «Acuerdo Ministerial No. MDT-2021-277.» 22 de Diciembre de 2021. https://www.fielweb.com/App_Themes/InformacionInteres/mdt-277-fw.pdf.
- Molinillo, Sebastián. *Distribución comercial aplicada*. Madrid: ESIC Editorial, 2020.
- Mollá, Alejandro, Gloria Berenguer, Miguel Gómez, y Miguel Quintanilla. *Comportamiento del consumidor*. Madrid: Editorial UOC, 2014.
- Olicar, Neiro. «El Neuromarketing: una herramienta efectiva para el posicionamiento de un nuevo producto.» *Revista Academia & Negocios*, 2020: 127-142.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI. «PCT - El Sistema Internacional de Patentes.» 2022. <https://www.wipo.int/pct/es/>.
- Portal Único de Trámites Ciudadanos. «Aceptación de oposición a un trámite de patente de invención, patente de modelo de utilidad, registro de diseños industriales o esquema de trazados de circuitos integrados, para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras.» 17 de Agosto de 2021. <https://www.gob.ec/senadi/tramites/aceptacion-oposicion-tramite-patente-invencion-patente-modelo-utilidad-registro-disenos-industriales-esquema-trazados-circuitos-integrados-personas-naturales-juridicas-sean-nacionales-extranjeras#>.
- Portal Único de Trámites Ciudadanos Sistema del ARCFZ. «Emisión de Certificado Fitosanitario de Exportación de productos vegetales.» 29 de Abril de 2022. <https://www.gob.ec/arcfz/tramites/emision-certificado-fitosanitario-exportacion-productos-vegetales> (último acceso: 30 de Julio de 2022).
- Portal Único de Trámites Ciudadanos. «Trámite y requisitos para obtener la Patente Municipal.» 2022. <https://www.gob.ec/index.php/gadmc-mocha/tramites/tramite-requisitos-obtener-patente-municipal>.
- Portal Único de Trámites Ciudadanos y GAD Municipalidad de Ambato. «Certificado de Uso de Suelo.» 12 de Julio de 2021. <https://www.gob.ec/gadma/tramites/certificado-uso-suelo> (último acceso: 30 de Julio de 2022).

- Registro Oficial del Ecuador. «Constitución de la república del Ecuador.» 20 de Octubre de 2008. <https://www.tce.gob.ec/wp-content/uploads/2022/01/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>.
- Registro Oficial Suplemento 167. «Código del Trabajo.» 26 de Septiembre de 2012. <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/CODIGO-DEL-TRABAJO-1.pdf>.
- Registro Oficial Suplemento 303. «Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización.» 19 de Octubre de 2010. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf.
- Serrano, Monica. *Diagnóstico y análisis de mejora del proceso de evaluación de productos a licenciar en una empresa Biotecnológica (Maestría en gestión de la ingeniería, Instituto Tecnológico de estudios superiores de Monterrey)*. Repositorio institucional.
- Servicio de Rentas Internas del Ecuador. «Servicio de Rentas Internas del Ecuador.» 2022. <https://www.sri.gob.ec/que-es-el-sri>.
- Servicio de Rentas Internas. «Registro Único de Contribuyentes, RUC.» 2022. <https://www.sri.gob.ec/RUC#%C2%BFqu%C3%A9-es>.
- Servicio de Rentas Internas SRI. «Registro Único de Contribuyentes RUC.» 2022. <https://www.sri.gob.ec/RUC#%C2%BFqu%C3%A9-es>.
- Solórzano, Lilibeth. «La Economía informal en zonas de influencia con financiamiento microempresarial: Caso de estudio, El Carmen, Ecuador.» *Universidad y Sociedad Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 2018: 243-247.
- Universidad de Cuenca. «UCUENCA EN LÍNEA.» *Propiedad Intelectual*. 2022. <https://www.ucuenca.edu.ec/investigacion/propiedad-intelectual-diuc>.
- Valdez, Andrés, y Juan Huerta. *Liderazgo y habilidades directivas*. Guadalajara: Editorial Universitaria, 2020.
- Velasco, Evelyn, y Ibeth Velastegui. «Repositorio Universidad Técnica de Ambato.» *Comportamiento alimentario en estudiantes de la carrera de enfermería de la Universidad Técnica de Ambato durante el confinamiento de la pandemia COVID-19*. 2022. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/35148>.
- Zamora, Amisaday. *Mapeo de procesos (Archivo PDF)*. 2016.

ANEXOS

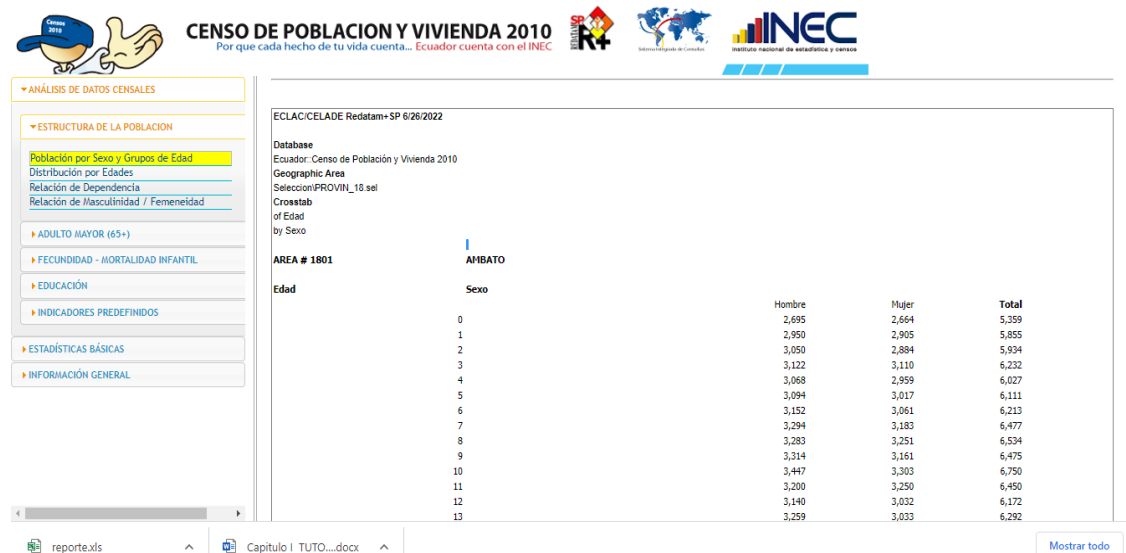
Anexo 1 Grandes grupos de edad



Fuente:

<http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Anexo 2 Población por sexo



Fuente:

<http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Anexo 3 Categoría de ocupación población económicamente activa

The screenshot shows the INEC web interface for the 2010 Census. The left sidebar contains navigation options: ANÁLISIS DE DATOS CENSALES, ESTADÍSTICAS BÁSICAS, FRECUENCIAS (selected), PROMEDIOS, CRUCE DE VARIABLES, LISTA DE VARIABLES, and INFORMACIÓN GENERAL. The main content area displays data for 'ECLAC/CELADE Redatam+ SP 6/26/2022'. The selected category is 'Categoría de Ocupación' for 'AREA # 1801' (AHBATO). The table below shows the distribution of occupations with columns for 'Categoría de Ocupación', 'Counts', '%', and 'Cumul %'.

Categoría de Ocupación	Counts	%	Cumul %
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	10,543	13.37	13.37
Empleado/a u obrero/a privado	33,424	42.37	55.74
Jornalero/a o peón	1,557	1.97	57.71
Patrón/a	5,537	7.02	64.73
Socio/a	1,277	1.62	66.35
Cuenta propia	21,798	27.63	93.98
Trabajador/a no remunerado	1,018	1.29	95.27
Empleado/a doméstico/a	2,140	2.71	97.98
Se ignora	1,590	2.02	100.00
Total	78,884	100.00	100.00
N.A.:	86,301		

Fuente:

<http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Anexo 4 Granola a base de hojuelas de maíz



Anexo 5

ENCUESTA

UNIVERSIDAD INDOAMERICA

Saludos cordiales, mi nombre es Raúl Mariño el motivo de la presente encuesta es para recopilar información para analizar y comprobar la factibilidad de la creación de un producto hecho de granola a base de hojuelas de maíz que sirve para una buena nutrición de las personas. Su aporte es muy valioso para el desarrollo de esta investigación. Agradezco de antemano su atención.

Objetivo: Recopilar información para determinar la factibilidad de la creación de un producto hecho de granola a base de hojuelas de maíz para la comercialización en la ciudad de Ambato.

Instrucciones: Leer pausadamente y responder las siguientes preguntas de acuerdo a su criterio.

Pregunta 1. ¿Usted cómo consumidor conoce que en el mercado los comerciantes venden granola?

Si

No

Pregunta 2. ¿Usted compra en el mercado algún tipo de granola?

Si

No

Pregunta 3. ¿Usted estaría dispuesto a consumir granola a base de hojuelas de maíz para una buena nutrición?

Si

No

Pregunta 4. ¿Usted considera que la granola a base de hojuelas de maíz es un alimento que se podría consumir con qué frecuencia?

Diario

Semanal

Mensual
Semestral
Anual

Pregunta 5. ¿Cuántos paquetes o unidades de la granola a base de hojuelas de maíz cree que compraría al mes?

1-2
3-4
5-6
7-8

Pregunta 6. ¿De los siguientes aspectos de la granola a base de hojuelas de maíz cuál es el que tendría mayor valor para usted?

Sabor
Suavidad de la granola
Calidad del maíz
Precio
Tamaño de la hojuela

Pregunta 7. ¿Le gustaría recibir algún tipo de promoción al comprar la granola a base de hojuelas de maíz? Por favor elija de la lista de alternativa la respuesta en orden de importancia.

Entrega de 2 x 1
Artículos adicionales
Producto promocional interno en el empaque
Mayor cantidad
Un empaque pequeño junto al principal

Pregunta 8. ¿A través de qué medio le gustaría encontrar el producto?

Internet
Supermercados
Puntos de venta directos

Tiendas minoristas

Tiendas mayoristas

Pregunta 9. ¿Cuál es la red social que utiliza con más frecuencia?

Tik tok

Like

Facebook

Instagram

Telegram

Linkedin

WhatsApp

Pregunta 10. ¿En qué medio usted preferiría recibir la publicidad de la granola a base de hojuelas de maíz?

TV

Radio

Prensa

Internet

Vallas

Pregunta 11. ¿Cuál es el horario que usted accede a estos medios de comunicación?

TV

06 am a 09 am

09 am a 12 pm

12 pm a 15 pm

15 pm a 18 pm

18 pm a 21 pm

21 pm a 00 am

Radio

06 am a 09 am

09 am a 12 pm

12 pm a 15 pm

15 pm a 18 pm

18 pm a 21 pm

21 pm a 00 am

Prensa

06 am a 09 am

09 am a 12 pm

12 pm a 15 pm

15 pm a 18 pm

18 pm a 21 pm

21 pm a 00 am

Internet

06 am a 09 am

09 am a 12 pm

12 pm a 15 pm

15 pm a 18 pm

18 pm a 21 pm

21 pm a 00 am

Pregunta 12. ¿Cuál peso considera que debería tener la granola a base de hojuelas de maíz?

250 gramos

360 gramos

400 gramos

500 gramos

600 gramos