UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CARRERA DE CIENCIAS ECONÓMICAS

TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA CON MENCION EN GESTION EMPRESARIAL.

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE “PUDIN DE CHOCOLATE” EN EL CANTÓN MILAGRO

PETITA MARIBEL IDROVO DOMINGUEZ

MILAGRO, ECUADOR

2022

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CERTIFICACIÓN

El suscrito, Docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de director **CERTIFICO QUE:** he revisado el Trabajo de Titulación, denominada: **ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE "PUDIN DE CHOCOLATE" EN EL CANTÓN MILAGRO**, el mismo que ha sido elaborado y presentado por la estudiante, **IDROVO DOMINGUEZ PETITA MARIBEL**; quien cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador para este tipo de estudios.

Atentamente,

_____

Econ. Jenny Yánez Cabrera Msc.

Guayaquil, 21 de Diciembre del 2021

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

TEMA

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE "PUDIN DE CHOCOLATE" EN EL CANTÓN MILAGRO

AUTORA

IDROVO DOMINGUEZ PETITA MARIBEL

TRABAJO DE TITULACIÓN

APROBADA Y PRESENTADA AL CONSEJO DIRECTIVO COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTION EMPRESARIAL

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

_____
Econ. Francisco Viera Vaca MSc.
PRESIDENTE

_____
Ing. Daira Carvajal Morales MSc.
EXAMINADOR PRINCIPAL

_____
Econ. Jenny Yanez Cabrera MSc.
EXAMINADOR SUPLENTE

AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud a Dios por bendecir mi vida, por darme sabiduría e iluminar mi camino, por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad.

Mis más sinceros agradecimientos a mis padres quienes han sido el pilar fundamental de cada uno de mis logros; a mi papá Juan quien han sido mi ejemplo de trabajo y honradez; a mamá Amparo por los consejos, valores y principios que me ha inculcado.

Agradezco a mi compañero de vida mi esposo Mario por su apoyo y paciencia en toda esta etapa de mi vida; a mis hermanos por su amor inmenso y particular.

Gracias por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en todas mis expectativas.

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser mi guía y por darme fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, por su comprensión y ayuda idónea en cada momento. A mi esposo por ser mi compañero de lucha quien me anima día a día para seguir adelante, por su ayuda incondicional y su esfuerzo diario.

A toda mi familia por estar siempre presentes, acompañándome, por haber sido mi apoyo moral a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida.

Gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

RESPONSABILIDAD

La responsabilidad, derecho de la investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones que aparecen en el presente Trabajo de Titulación corresponden exclusivamente al Autora y los derechos académicos otorgados a la Universidad Agraria del Ecuador.

_____

Petita Maribel Idrovo Dominguez

C. I. 0302528146

RESUMEN

En la presente investigación estableció como objetivo general diseñar un plan de negocio para determinar la viabilidad de la producción y comercialización de "Pudín de Chocolate" en el Cantón Milagro. Para el desarrollo de la tesis se ha tomado en cuenta varios aspectos y características, en las cuales se ha aplicado el método tipo de estudio descriptivo formulando encuestas a posibles consumidores del producto ofrecido considerando una muestra de 383 personas dentro del Cantón y entrevistas directas a posibles comerciantes interesados en distribuir el producto, utilizando esta información como instrumento de recolección de datos primaria. En los resultados se delimito la viabilidad de la producción y comercialización, conociendo que las personas estarían interesados en consumir producto saludable, nuevo en el mercado, de buena calidad y buen sabor con nutrientes saludables para personas de todas las edades, en cuanto al estudio técnico se puede observar que las personas tienen preferencia en cuanto al precio del producto por ser económico y encontrarse en lugares comunes como panaderías y pastelerías dentro del Cantón Milagro, por otro lado se obtuvo un Van (valor Actual Neto) de $12.905,57 y una Tir (Tasa Interna de Retorno) de 19,12% lo cual se concluyó que la propuesta es viable económica y financieramente, finalmente dentro de las conclusiones y recomendaciones se indica el plan de tesis basándose en los resultados obtenidos en todo el proceso del proyecto.

Palabras claves: *Producción, comercialización, viabilidad, Van, Tir*

SUMMARY

The general objective of this research was to design a business plan to determine the viability of the production and commercialization of "Chocolate Pudding" in the Milagro Canton. For the development of the thesis, several aspects and characteristics have been taken into account, in which the descriptive study type method has been applied, formulating surveys of possible consumers of the product offered considering a sample of 383 people within the Canton and direct interviews with possible merchants interested in distributing the product, using this information as an instrument for collecting data. Primary data. The results delimited the viability of production and commercialization, knowing that people would be interested in consuming a healthy product, new on the market, of good quality and good taste with healthy nutrients for people of all ages, in terms of From the technical study it can be observed that people have n preference regarding the price of the product for being cheap and found in common places such as bakeries and patisseries within the Milagro Canton, on the other hand a Van (Net Present value) of $ 12,905.57 and a Tir (Internal Rate of Return) was obtained of 19.12% which was concluded that the proposal is economically and financially viable, finally within the conclusions and recommendations the thesis plan is indicated based on the results obtained throughout the project process.

Keywords: *Production, commercialization, feasibility, Van, Tir*

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN 1
Caracterización del Tema 1
Planteamiento de la Situación Problemática 2
Justificación e Importancia del Estudio 2
Delimitación del Problema..... 3
Formulación del Problema 3
Objetivos 3
Objetivo General 3
Objetivos Específicos 3
Hipótesis o Idea Defender 4
Aporte Teórico Conceptual..... 4
Aplicación Práctica 4

CAPÍTULO I 5
MARCO TEÓRICO 5
1.1. Estado del Arte 5
1.2. Bases Científicas y Teóricas de la Temática 8
1.3. Fundamentación legal 13

CAPÍTULO II 15
ASPECTOS METODOLÓGICOS 15
2.1. Métodos..... 15
2.2. Variables 15
2.3. Población y Muestra 16
2.4. Técnicas de Recolección de Datos 17
2.5. Estadística Descriptiva e Inferencial..... 17
2.6. Cronograma de Actividades 18

RESULTADOS.....19
DISCUSIÓN 41
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 42
BIBLIOGRAFÍA CITADA 44
ANEXOS 48
APÉNDICES 54

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N°1: Operacionalización de las Variables 46

Anexo N°2: Encuestas 49

Anexo N°3: Entrevistas 51

Anexo N°4: Cronograma de Actividades.....52

Anexo N°5: Proceso de Producción.....51

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice Nº 1: Entrevista Panadería “California” 52

Apéndice Nº 2: Entrevista Panadería y Dulcería “El rey” 52

Apéndice Nº 3: Entrevista Panadería “Tino´s” 53

Apéndice Nº 4: Etiqueta del Producto 53

Apéndice Nº 5: Producto Elaborado..... 54

Apéndice Nº 6: Presupuesto Inversión..... 55

Apéndice Nº 7: Activos Fijos 56

Apéndice Nº 8: Activos Corrientes 57

Apéndice Nº 9: Depreciación ..... **¡Error! Marcador no definido.**8

Apéndice Nº 10: Presupuesto de Producción 59

Apéndice Nº 11: Sueldos Mano de Obra ..... **¡Error! Marcador no definido.**61

Apéndice Nº 12: Demanda Insatisfecha..... 62

Apéndice Nº 13: Proyección 63

Apéndice Nº 14: Escenarios 63

Apéndice Nº 15: Flujo de Caja……64

INTRODUCCIÓN

Caracterización del Tema

Actualmente Ecuador se ha visto afectado por el alto nivel de desempleo y la falta de oportunidades de trabajo, que parte de ella es por la presencia del virus COVID-19, contrayendo una pandemia mundial, donde a raíz de esto los emprendimientos han tomado fuerza, dando impulso a personas para la creación de propias, micro o medianas empresas desde la comodidad de su hogar que trae consigo un crecimiento económico fomentando el desarrollo del país.

El tema planteado busca innovar el derivado que tiene el chocolate y su transformación al ser reconocido como pudín. Por lo cual surge con la necesidad y diferenciación del producto frente al mercado y la competencia; para así llegar a tener un producto reconocido y de alta calidad presentándolo como un emprendimiento de plan de negocio para la producción y comercialización de un producto con escasa actividad económica.

Se puntualiza el estado de la competencia y como se encuentra el sector chocolatero en el país debido a que el chocolate es uno de los sabores más apetecidos por los consumidores especialmente por mujeres y niños, en la misma que hemos decidido darle forma a este exquisito producto, a través de la diferenciación que tiene como producto.

El pudín de chocolate cremoso es un alimento reconfortante para la clientela del Cantón Milagro, pero la mayoría de versiones que se comercializan en las tiendas, e incluso las caseras, contienen mucha azúcar o pocos nutrientes. Sin embargo, es posible hacer un pudín súper chocolatoso con beneficios para la salud.

Planteamiento de la Situación Problemática

En el proyecto de investigación se identifica un gran número de población con escasa actividad económica generada en el Cantón, razón por la cual se quiere abarcar un poco este mercado por medio de un emprendimiento para llegar a nuevos consumidores, y proyectar este negocio con la introducción de este producto.

Se plantea un concepto de negocio para fomentar el emprendimiento en personas con problemas de ingresos dentro de sus hogares, con base al diseño de establecer un comercio especializado en pudín de chocolate, con materia prima artesanal, completamente saludables y elaborados al gusto del consumidor.

Se puede mencionar que el objetivo o finalidad por medio del proyecto de investigación es generar fuentes de empleo para las personas que estén interesados en comercializar o distribuir el producto presentando, determinando factores claves para el posicionamiento del pudín de chocolates en el Cantón Milagro.

Justificación e Importancia del Estudio

El presente trabajo de investigación sobre la producción y comercialización del “Pudin de Chocolate” al mercado del Cantón Milagro se da como una alternativa diferente, sobre otros productos azucarados, ya que el consumo de este producto daría un aporte al bienestar psicológico debido a su agradable sabor.

En lo que se puede decir que es una oportunidad apropiada para fomentar el emprendimiento por medio de la elaboración del pudín de chocolate que para ello, la inversión debe ser un elemento clave para lograr mayor crecimiento en el corto y mediano plazo, sin embargo para conocimiento, nuestro producto no depende de materia prima con precios muy elevados el cual sería un punto a favor de quienes estén dispuesto a comercializarlo.

Es importante recalcar que, con esta idea de negocio se pretende formular un estudio de inversión, el cual va encaminado a beneficiar a la sociedad en general, pues lo que se pretende es, que el producto proporcione la mayor

satisfacción posible a los futuros consumidores y comerciantes, de tal manera demostrar su rentabilidad económica y la viabilidad del proyecto, dando un aporte a la población emprendedora.

Considerando estos factores se pre-visualiza en un futuro la competencia que, aunque puede ser pequeña, se encuentra en crecimiento; siendo así uno de los factores inminentes que incidan en nuestra fructífera venta del producto. Por lo tanto, nuestra idea propone una mejor forma de satisfacer la demanda frente a la competencia, lo que representa una garantía del negocio en el mercado, que, además; se tendrá como base la tendencia actual de la demanda, la competencia existente y la innovación.

Delimitación del Problema

La presente investigación se desarrollará, tomando como referencia a los habitantes del Cantón Milagro, provincia del Guayas

Formulación del Problema

¿La producción y comercialización del pudín de chocolate es viable en el cantón Milagro?

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de negocio para determinar la viabilidad de la producción y comercialización de "Pudín de Chocolate” en el Cantón Milagro. Objetivos **Específicos**

- Desarrollar un estudio de mercado para la comercialización de "pudín de chocolate" en el cantón Milagro.
- Diseñar el estudio técnico para la producción y comercialización de pudín de chocolate.
- Analizar la factibilidad económica para la producción y comercialización de pudín de chocolate.

Hipótesis o Idea Defender

La producción y comercialización del pudín de chocolate será viable para determinar la perspectiva económica y financiera de un nuevo emprendimiento dentro del mercado milagreño.

Aporte Teórico Conceptual

Para la elaboración y distribución del Pudín de Chocolate en el cantón Milagro, podremos mostrar por medio de un análisis cómo se desarrolla el comercio y la influencia que tendría nuestro producto en los consumidores; por tal motivo con el conocimiento obtenido de este levantamiento de información se espera contribuir a futuros investigadores que estén interesados en conocer e implementar la información proporcionada ya que será de uso público aportando al conocimiento requerido para la elaboración del producto mencionado, con el fin de satisfacer sus necesidades y fidelidad sobre nuestro producto.

Es importante indicar que el trabajo de investigación esta direccionado a investigadores interesados en un producto nuevo como alternativa de emprendimiento, ya que el producto contiene materia prima económica y con una receta casera enfocado en poder ser la elección número uno en la compra de cada consumidor, además; de ser delicioso cuenta con sustancias antioxidantes que favorecen la función cardiovascular y previenen enfermedades ligadas al envejecimiento.

Aplicación Práctica

El Pudín de Chocolate ha sido un producto muy llamativo y delicioso el cual se ha involucrado de una manera minuciosa en el mercado con la finalidad de nuestro proyecto es poder llevar a conocer a cada una de las personas nuestro producto mediante una excelente publicidad.

Para lograr los objetivos de estudio se acude a las técnicas de investigación como instrumento para medir el factor de motivación y aceptación del proyecto en la misma que también se espera sea un aporte para futuros emprendedores que deseen elaborar este nuevo producto.

CAPÍTULO I

Marco Teórico

1.1. Estado del Arte

Según un artículo de Ramos (2017) en el Ecuador el cacao se cultiva en la región Costa y Amazónica, de las cuales las provincias más representativas son Los Ríos, Guayas, Manabí, la tipología de cacao es el fino de aroma el cual es llamado criollo o nacional, este tiene un color amarillo y un aroma y sabor inigualable, lo que lo hace es más cotizado en el mercado internacional destinado a la producción de chocolate gourmet, mientras que el cacao CCN-51 es de color rojo y distinguido por el alto rendimiento y es comercializado para la obtención de semielaborados que el país los derivado de este se dan en gran cantidad.

Según una investigación desarrollada por Pino (2018) El cacao es el producto ecuatoriano de exportación tradicional con una relevante historia en la economía del país, que incluye alrededor de 100.000 familias productora, según una encuesta realizada a nivel nacional por el INEC en el año 2016 establece que el 5% de la Población Económicamente Activa (PEA) se encuentra en el sector cacaotero y el 15% de la PEA rural.

Según Anecacao (2018) la variedad Nacional, es la más requerida en la industria del chocolate, debido a la cantidad de granos y a la finura de su aroma. El Ecuador acapara el 70% de la producción mundial del cacao fino y de aroma, lo cual lo posiciona ante el más importante productor de cacao de aroma en el mundo ya que este posee propiedades como los toques florales, nueces, almendras, especies que lo convierten en un producto único y conocido por su sabor arriba.

La producción de cacao alcanza 240 millones de toneladas métricas, de las cuales 230 millones son destinadas a la exportación, (2018), el cacao en grano y productos derivados tienen un incremento del 10% cada año, de las exportaciones el 87% fue en cacao en grano mientras que el 12% en semielaborados de cacao y un 0,8% representa los productos terminados. El destino del cacao en el exterior se da la siguiente manera, el 39% exportando a Estados Unidos, le sigue Holanda con un 14%, Malasia y México con el 9%, por

otro lado, la representación de las exportaciones por continentes comprende a un 54% en América, seguido del continente europeo con un 29%.

Sánchez en el (2017) elaboro un plan de negocio para la creación de una empresa de repostería artesanal que busca ofrecer productos de alta calidad estaba basada en metodologías de emprendimiento y marketing, junto a metodologías de ingenierías ligadas a la gestión y mejora de procesos. Uno de los objetivos principales de la empresa es fidelizar clientes para que busquen la calidad de sus productos, por eso mediante la aplicación del desarrollo de clientes la empresa tiene como mercado objetivo mujeres adultas que tengan la necesidad de obtener el tipo de productos que ofrecía SweetCakes.

Según Bazán en el (2017) Ecuador el cacao en la provincia de los Ríos, el movimiento comercial de este cultivo se da mayormente en Quevedo y Babahoyo, las que han representado al crecimiento industrial y demográfico de la provincia, y pequeños cantones como Buena Fe, Ventanas, Vinces y Valencia que se han sumado a la productividad y desarrollo de la zona.

Según el artículo del productor en el (2018) En la provincia del Guayas es muy conocida por la ruta del cacao la cual empieza por la parroquia rural de Taura del cantón Naranjal cuyo sector desarrollo 2.000 hectáreas de cultivos fino de aroma, seguido de los atractivos turísticos Manglares de Churute, La hacienda Cañas la cual se dedica a la producción de cacao y banano, la hacienda Jambelí, la comunidad Shuar y las Aguas termales de Balo Chico.

Bianchi, Linares & Saucedo mencionan que en el (2017) elaboraron un proyecto basado en el conocimiento previo que tenía que obtener información por medio de encuestas de diferentes fuentes acerca del mercado de los espárragos verdes, el poder atender la demanda insatisfecha de este producto en los mercados nacional e internacional que para ello se desarrolló un plan de negocio del proyecto para conformar la empresa que atienda esa demanda no atendida. El plan de negocio contempla y destaca la metodología académica empleada, con lo que se logró viabilizar el proyecto. Se muestra el análisis y diagnóstico situacional enfatizando el microentorno y macroentorno, determinando las oportunidades y amenazas a afrontar

Dentro los procesos que pueden observar los visitantes de las rutas procesos de las haciendas en el manejo del cacao, el sistema de riesgo, post cosecha, comercialización, elaboración de productos, fuera de la ruta del cacao existen otras haciendas que se encuentran ubicados alrededor de Guayaquil, Milagro y Simón Bolívar las cuales no se encuentran dentro de la ruta turística debido a las hectáreas que estas agrupa, pero que son muy visitadas en el año, sin contar la cantidad de pequeños agricultores que se dedican a esta labor durante décadas. (El Universo, 2018)

Por otro lado, durante la producción de cacao las semillas están cubierta de un mucílago o también conocido como maguey el cual contiene de 10 a 15% de azúcar , por lo que parte de este mucílago es necesario para la producción de alcohol y ácido acético para la fermentación de almendras, pero que normalmente se desperdician más de 70 litros por tonelada de este material mucilaginoso, este exceso de pulpa es utilizado por diferentes países como Brasil, Costa Rica, Colombia para fabricar productos alimenticios. (Vallejo, 2017)

Un punto importante para el desarrollo de nuevos productos es considerar todas las alternativas productivas que ofrece el cultivo de cacao, lo cual contribuiría al crecimiento industrial del país del mismo modo que crea fuentes de trabajo, permitiría incrementar los ingresos de las familias en el sector rural, que viven de este cultivo pero que no hay aprovechado al máximo los beneficios económicos adicionales que el aporta el cacao. (Vera, 2018)

Coronel en el (2018) Menciona que en nuestro país Ecuador la mayor parte de las empresas que recién inician sus actividades deben tener un plan de negocios bien estructurado y definido seguido de los reglamentos por la ley, y lo principal tener fines de lucro, sin embargo, muchas de las empresas fracasan por no contar con buenas asesorías legales, tributarias, financieras y RRHH que permiten el crecimiento de la empresa.

El principal objetivo del estudio es la creación de una empresa de producción y comercialización Avena Coconut en la ciudad de Guayaquil dado el caso que es una empresa nueva en el mercado, la “Avena Coconut” es un producto alimenticio muy usado y cotizado por los mayoristas y minoritas ya que los guayaquileños compran desayunos preparados el cual pueden optar por

nuestra bebida hecha desde casa, donde le aportara para un desayuno equilibrado para todas las edades. (Coronel Carbo, 2018)

1.2. Bases Científicas y Teóricas de la Temática

1.2.1. Cacao

El cacao es una fruta de origen tropical, el fruto es leñoso y tiene una forma alargada, el color depende del tipo de cacao este puede ser amarillo, blanco, rojo o verde, el grano está compuesto por una pulpa rica en azúcar la cual es conocido por diferentes nombres, este puede ser mucílago, baba, venas de caca o maguey. (MA&CAO Exportadora Agrícola, 2017)

1.2.2 Variedades

Cacao Nacional

Este cacao fino y de aroma tiene la particularidad específica de aroma y sabor el cual es muy cotizado por las industrias chocolateras, es el primer producto considerado por su excelencia de cacao Arriba fino y de aroma, el cual proviene de la variedad nacional y que ha sido renombrado por su sabor en el mercado internacional, se estima que el 75% es destinado a las exportaciones del cacao fino de aroma, mientras que 25% a las otras variedades como el CCN-51. (Castillo, 2018)

Cacao CCN-51

Castro desde 1952 investigó las diversas variedades del grano, en las que obtuvo la de tipo 51, las iniciales de este cacao significan Colección Castro Naranjal, el cual posee características como una alta tolerancia a las enfermedades, y mantiene una alta productividad y calidad, los frutos tienen una coloración rojiza cuando se encuentra en desarrollo y almacenan gran cantidad de grasa. (Vallejo Torres, 2017)

1.2.3 Desarrollo Rural

Las políticas públicas se han enfocado en abordar con otra visión el desarrollo rural, más allá de la agricultura, es necesario mejorar el bienestar de millones de personas que viven en los sectores apartados de la sociedad, donde existe la pobreza extrema que son sostenidas con las actividades de mercadeo

diario, ya que el medio principal de sustento para estas familias la producción agrícola, las medidas de gobierno deben salvaguardar este sector. (Cárdenas, 2016)

El sector agrícola y el medio rural expresan un cambio estructural en los países, considerando que estos han sido desprotegidos debido a la falta de ayuda a las familias que se dedican a la agricultura, el desarrollo rural por lo tanto debe ir de la mano con la participación pública, haciendo énfasis que sin la existencia de la agricultura las empresas y el gobierno no tendrían altos ingresos económicos. (Bustillos-Garcia & Bechara-Dickdan, 2016)

Por otro lado, la seguridad alimentaria forma parte del desarrollo rural, ya que el hambre y la sostenibilidad guardan relación con el sector agrícola, la falta de alimentación impide que la población trabaje de manera eficaz y disminuiría el rendimiento en la producción, que a su vez, esta baja producción acentúa la pobreza en las zonas rurales, por ello el mejor resultado para el desarrollo es cuando se ha logrado un crecimiento agrícola y la economía rural no agrícola se refuerzan mutuamente. (Reddiar, 2017)

Para ellos la Organización de las Naciones Unidad para la Alimentación y la Agricultura crearon una serie de estrategias enfocadas en el desarrollo rural donde hacen énfasis en la tenencia de la tierra, la gestión de los recursos hídricos y las finanzas rurales, acompañadas de opciones políticas como incentivos y medidas regulatorias, la educación rural y la inversión institucional. (Macías, 2020)

1.2.4 Desarrollo Territorial

En el sector rural, el desarrollo territorial surge desde los años 90 en Europa, pero en Ecuador y América Latina el concepto es relativamente nuevo, lo que explica la falta de proyectos aplicados en los territorios, diferentes estudios han dejado en evidencia que el desarrollo territorial permite al desarrollo rural tornar al camino de los territorios porque este estaría de nuevo basado sobre productos y servicios específicos y procedentes del lugar. (Rodriguez, 2015)

El desarrollo territorial permite tener un sector rural más proactivo ante los posibles problemas, lo que se quiere con esto es integral en el hacer público una cultura prospectiva en entorno que considere a cada uno de los actores en la

planificación, gestión y evaluación de las políticas públicas, para ello se debe fortalecer la autonomía municipal e impulsar las relaciones con otros gobiernos municipales a nivel nacional, regional e internacional. (Amaya, 2017)

1.2.5 Plan de Negocios

Un plan de negocios es un documento donde se establece la idea o la iniciativa empresarial, a su vez se establecen estrategias, estructura organizacional y la inversión que se requiere para financiar la propuesta y las posibles soluciones en el caso de que se suscitase algún problema, los planes de negocios son también conocidos como proyectos de negocio o plan de una empresa. (Olivares, 2019)

Dentro de la estructura de un plan de negocio se encuentra el resumen ejecutivo, donde se sintetiza el modelo de negocio a su vez se define los productos o servicios que se van a ofrecer, mediante un estudio de mercado se realiza un estudio donde se establezca a los posibles consumidores, también se analiza la posible competencia existente en el mercado, por otro lado, el estudio de financiación permitirá detallar la inversión exacta de lo que se va a necesitar para el inicio del negocio. (Samsing, 2017)

Por otro lado, el estudio técnico sirve para describir los requerimientos físicos indispensables para el funcionamiento del negocio, la infraestructura, el proceso productivo y la capacidad de producción, dentro de la parte financiera se realiza una simulación de los posibles ingresos y gastos de la propuesta de negocio, donde se aprecian el presupuesto de las ventas, el presupuesto de flujo de caja proyectado. (Komiya, 2020)

También se emplean los indicadores de rentabilidad como el valor actual neto y la tasa interna retorno, como parte final del plan de negocios se establece un modelo DAFO el cual es una herramienta que permite estudiar la situación de una empresa cuyas características internas son la debilidades y fortalezas y la situación externa las amenazas y oportunidades de la misma. (Peña, 2018)

El plan de negocios es un documento escrito de manera sencilla, el cual refleja los resultados de una planificación, los objetivos y las actividades a realizar para alcanzar esos dichos objetivos, también se lo cataloga como un instrumento

guía para el emprendedor o el empresario que vaya a implementar un negocio, este tiene etapas que involucran a una serie de tareas que delimitan en tiempo en una serie de tiempo. (Andrade, 2016)

El plan de negocios ayuda a conocer los antecedentes, estrategias, factores de éxito o fracaso y las metas previstas para el negocio, dentro de varios estudios se ha determinado que los planes de negocios inciden en las características y habilidades de una persona al momento de iniciar una actividad económica, ya que está comprobado que las personas emprendedoras canalizan las ideas al desarrollar un documento escrito. (Puente, 2017)

Dentro de la estructura de un plan de negocios está el resumen ejecutivo, la descripción y visión del emprendimiento, el análisis del mercado, el planteamiento estratégico que permite saber en qué parte se direcciona la idea de negocio, las estrategias de comercialización y ventas, el análisis del proceso productivo, de qué manera se produce, que insumos se necesitan, maquinarias, etc., y el respectivo análisis económico financiero, el cual refleja los ingresos y gastos que va a tener el emprendimiento. (Pérez, 2019)

1.2.6 Estudio de Mercado

Por medio de estudio de mercado se trata de entender el comportamiento del mercado ante un servicio o producto, con el fin de plantear las estrategias comerciales más adecuada, el concepto de mercado es amplio, pero involucra un conjunto de compradores y vendedores, este estudio permite definir el precio y de último a quién se lo ofrece, para ellos también se deben conocer los productos similares que existen dentro de un mercado. (Thompson, 2019)

El estudio de mercado comprende varios puntos a tratar, como primero está la necesidad del consumidor identificar la insatisfacción producida por no tener algo, la demanda de las misma el tener la certeza de cuantos compradores están dispuestos adquirir el producto, la oferta determinando la cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio. (Irarrázabal, 2017)

Por otro lado, el intercambio que se realiza ante la persona a otra, el mercado que se entiende como el lugar donde se realiza ese intercambio y la

actividad de marketing para satisfacer las necesidades y los deseos del posible consumidor, el tamaño del mercado de un producto es la cantidad vendida durante un periodo de tiempo, este es medida por la unidades físicas y económicas de tal manera que es aquí cuando se ha definido el mercado potencial del producto comercializado. (Solís, 2017)

1.2.7 Estudio Técnico

El estudio técnico comprende todo aquellos que tiene una relación con el funcionamiento y operatividad de un negocio, el cual está compuesto por siete etapas, la ubicación de la empresa es importante por lo que hay que considerar los factores de vías de acceso, clima, cercanía con los proveedores, costo del terreno estímulos físicos, entre otros, como segunda etapa contempla en tamaño de la empresa, la capacidad de producción instalada, es decir, cuanto va producir y que equipos va a utilizar. (Martínez Armendáriz, Soto Zapata, & Magaña Magaña, 2015)

En cuanto al equipo, este consiste en elaborar las fichas técnicas de las maquinarias que se va a necesitar durante el proceso de producción, así como la materia prima requerida, en la cuarta etapa y una de las más importantes es el capital humano por lo que se deben definir las personas que serán necesarias para operar el negocio, como etapa número cinco está la materia prima la cual abarca los insumos que se requieren para el proceso de producción, por lo que se analiza un ficha técnica sobre el tamaño, la forma de presentación, la vida útil estimada y la forma de almacenamiento. (Duffus, 2018)

En la etapa seis que involucra el proceso productivo, uno de los pasos más importantes, se definen en los insumos que transforman la materia prima en el producto final, dentro de este proceso se especifican las actividades a realizar durante la trasformación del producto, dentro de la última etapa, se encuentra la distribución de la planta, a lo que hace referencia a la forma adecuada en la que se acomodan los equipos, materiales y talento humano dentro de la empresa, con la finalidad de lograr la productividad deseada. (Echeverría, 2017)

1.2.8 Estudio Financiero

La factibilidad financiera o estudio financiero, permite al empresario proyectarse a futuro, a su vez, se registran todas las operaciones para el funcionamiento de la empresa, desde los gastos por adquisición de materia prima como el pago al personal que labora, los registros de gastos por infraestructura que estos pueden ser con capital propio o por medio de un préstamo, registrando así todos los ingresos por ventas y los gastos de inicialización y promoción. (Andrade, 2016)

La viabilidad de una empresa consiste en que tenga la capacidad de mantenerse operando en el tiempo, lo cual lo liga directamente con la rentabilidad a largo plazo, ya que en general los en los inicios de periodos la empresa debe incurrir en costos para el beneficio futuro como son, la publicidad, compra de insumos, costos de organización, entre otros. (Ortega Almón, Vílchez Ortiz, & Rojo Gallego-Burin, 2020)

El estudio financiero mantiene una estructura que permite determinar los ingresos netos por operaciones, ya que muchos emprendedores suelen tener buenos prospectos de las ventas, para ello la viabilidad de toda propuesta se basa con dos determinantes claves de este análisis el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno los cuales indicaran si el proyecto es viable o no. (Benítez, 2016)

1.3. Fundamentación legal

Constitución de la República del Ecuador

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente. Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Ley de Economía Popular y Solidaria

Art. 18.- Sector Asociativo. - Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley. (LEPS, 2018)

Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales

Artículo 4.- Tierra rural. Para los fines de la presente Ley la tierra rural es una extensión territorial que se encuentra ubicada fuera del área urbana, cuya aptitud presenta condiciones biofísicas y ambientales para ser utilizada en producción agrícola, pecuaria, forestal, silvícola o acuícola, actividades recreativas, ecoturísticas, de conservación o de protección agraria; y otras actividades productivas en las que la Autoridad Agraria Nacional ejerce su rectoría. Se exceptúan las áreas reservadas de seguridad, las del sistema nacional de áreas protegidas, áreas de protección y conservación hídrica, bosques y vegetación protectores públicos, privados y comunitarios, patrimonio forestal del Estado y las demás reconocidas o declaradas por la Autoridad Ambiental Nacional. (Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales, 2016)

Artículo 5.- De lo agrario. Para fines de la presente Ley, el término agrario incluye las actividades agrícolas, pecuarias, acuícolas, silvícolas, forestales, ecoturísticas, agro turísticas y de conservación relacionadas con el aprovechamiento productivo de la tierra rural. (Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales, 2016).

CAPÍTULO II

Aspectos Metodológicos

2.1. Métodos

Para Aguilera en el (2019) la metodología se ha encaminado a seguir mediante una serie de operaciones y reglas. Para el análisis de hechos a través del razonamiento, se utilizó el método deductivo e inductivo, con el objetivo de tener conclusiones que van desde lo general a lo particular; dicho método facilitaría la elaboración de conclusiones a partir de los hechos mediante el respectivo estudio de campo donde se utilizará la aplicación de encuestas en el Cantón Milagro.

2.1.1. Modalidad y Tipos de Investigación

La investigación contó con una modalidad de tipo descriptiva la cual esta permitirá analizar e interpretar toda la información necesaria para el desarrollo de la tesis, bajo un enfoque cuantitativo se consideró los datos que fueron manipulados de la encuesta. La encuesta fue realizada de corte transversal ya que los datos fueron actuales. Estas bases metodológicas permitieron al investigador definir de manera más certera el desarrollo del proyecto.

2.2. Variables

2.2.1 Variable independiente

Plan de Negocio

2.2.2 Variable dependiente

Rentabilidad

2.2.3 Operacionalización de las Variables

En el presente proyecto se determinó para cada variable el tipo de medición e indicador, así mismo las técnicas de tratamiento de la información y los resultados esperados, lo cual se demostró de forma clara en el siguiente cuadro: (Ver Anexo N°1)

2.3. Población y Muestra

2.3.1. Población

El desarrollo del plan de negocios para la elaboración y comercialización de pudín de chocolate fue aplicado para la población existente en el Cantón Milagro, teniendo en cuenta que consta con una población demográfica de aproximadamente 166.634 habitantes.

2.3.2. Muestra

Para López (2004) la muestra es un subconjunto o parte del universo representativo de la población, que serán objeto de registro y captación de datos dentro de una investigación.

En el presente trabajo la muestra se ejecutó bajo un diseño probabilístico en donde se determinó a cada persona de la población bajo estudio como una posibilidad de ser designado como parte de la muestra en donde se aplicó la encuesta a la población económicamente activa. En Milagro corresponde al 49,3% del total de la población; según el último censo realizado por el INEC muestra un segmento de población reducido de 82151 habitantes.

La fórmula aplicada es la siguiente:

$$\mathbf{n} = \frac{\boldsymbol{Z}^{\mathbf{2}} * \mathbf{p} * \mathbf{q} * \mathbf{N}}{(\mathbf{N} - \mathbf{1}) * \boldsymbol{e}^{\mathbf{2}} + \boldsymbol{Z}^{\mathbf{2}} * \mathbf{p} * \mathbf{q}}$$

Dónde:

N: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza

p: Posibilidad de que ocurra un evento

q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento

e: Índice de error de estimación

DATOS

N	82151
Z	1,96
E	0,05
P	0,5
Q	0,5
N	?

$$\mathbf{n} = \frac{(\mathbf{1,96})^{\mathbf{2}} * \mathbf{0,5} * \mathbf{0,5} * \mathbf{82151}}{(\mathbf{82151} - \mathbf{1}) * (\mathbf{0,05})^{\mathbf{2}} + (\mathbf{1,96})^{\mathbf{2}} * \mathbf{0,5} * \mathbf{0,5}}$$

$$\mathbf{n} = \mathbf{383}$$

Al sustituir los datos en la fórmula conseguimos como resultado una muestra de 383, lo que indica que este sería el número de personas a encuestar para la recolección de datos.

2.4. Técnicas de Recolección de Datos

La técnica de recolección de datos más utilizada es la encuesta, para la presente investigación se aplicó una encuesta dirigida a los posibles consumidores de pudín de chocolate que este caso será la muestra de los habitantes del cantón Milagro con la finalidad de conocer el porcentaje de las personas que estarán dispuestos a adquirir este producto.

2.5. Estadística Descriptiva e Inferencial

Para el desarrollo del objetivo N°1.- Se realizó una encuesta a posibles consumidores y entrevistas a posibles comerciantes para determinar la demanda de mercado del pudín de chocolate, especificando el consumo de este producto y la probabilidad de su venta permitiendo así proyectar el segmento de mercado y las posibles ventas, la cual será aplicada en el Cantón Milagro, ciudad que han sido consideradas de mayor desarrollo económico en la provincia del Guayas. (Ver Anexo N°2) (Ver Anexo N°3)

Para el desarrollo del objetivo N°2.- se recopiló la información de nuestro primer objetivo el cual nos permitió detallar el estudio técnico necesario para la implementación del proyecto donde se examinó y predijo los posibles valores

Para el desarrollo del objetivo N°3.- se estableció la viabilidad financiera por medio de indicadores de rentabilidad como el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR), el área de influencia de la presente investigación son los consumidores del cantón como población para determinar las características socioeconómicas que envuelven a los clientes.

2.6. Cronograma de Actividades

Por medio de un cuadro se presenta el proceso de actividad realizada conforme a la realización del proyecto de investigación. (Ver Anexo N°4)

RESULTADOS

Estudio de Mercado para la Comercialización de "Pudín de Chocolate" en el Cantón Milagro.

En el trabajo de investigación sobre la producción y comercialización del pudin de chocolate sucedánea a diferentes postres a base de chocolate se utilizó un método de recolección de información como diseño de encuesta a consumidores y entrevistas a comerciantes o dueños de negocios, con la cual se analizó el mercado en su condición actual y la aceptación del producto.

El estudio de mercado se desarrolló en la parte céntrica del Cantón Milagro por medio de encuestas a posibles consumidores del Pudín de Chocolate, con el fin de recolectar información para cumplir con los objetivos planteados, de tal manera se tomó en cuenta las preguntas 4, 6, 7, 8 de las encuestas donde en la pregunta 4 nos indica que al menos el 79% estarían interesados en consumir el Pudín de Chocolate, el 48% les gustaría que el productos se encuentre en Panaderías o pastelerías, en la pregunta 7 un 59% le gustaría ver el producto promocionarse por medio de redes sociales que actualmente es lo más utilizado por jóvenes y adultos, por último en la pregunta 8 un 51% de la población encuestada prefiere pagar $1 por el producto ofrecido.

Desde el punto comercial se realizó entrevistas a una pequeña cantidad de los dueños de negocios con más captación de clientela dentro del mercado del Cantón Milagro, teniendo en cuenta las preguntas 6, 7, 8, 9 con más relevancia a sus respuesta dado a que al menos el 80% indicaron que si estarían dispuestos a comercializar nuestro productos dentro de sus locales para brindar algo diferente, saludable, buen precio y sobre todo de buena calidad siendo estos factores necesarios para seguir siendo líderes en el mercado milagreño.

A continuación, presentamos los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas realizadas. Estos resultados de forma ordenada y tabulada nos ayudaron a responder los objetivos antes planteados.

Encuesta

Se consideró a la población del Cantón Milagro para realizar encuesta exactamente a 383 habitantes considerados como posibles consumidores para dar respuesta a nuestro primer objetivo.

Tabla 1

Sexo

Frecuencia	Personas	%
Femenino	215	56%
Masculino	168	44%
Total general	**383**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2022.

Con respecto a la primera pregunta de la encuesta se obtuvo, que de la muestra que desea consumir nuestro producto, la gran mayoría corresponde al género Femenino.

Tabla 2

Edades

Frecuencia	Personas	%
Entre 15 a 20	112	29%
Entre 21 a 30	117	31%
Entre 31 a 40	96	25%
Entre 41 a 50	42	11%
más de 50 años	16	4%
Total general	**383**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2022

Analizados los resultados tabulados con respecto a la presente interrogante podemos deducir que la mayoría de la población que prefiere nuestro producto está dentro del rango de 21 a 30 años de edad

Tabla 3

Conocimiento del pudin de chocolate

Frecuencia	Personas	%
No	169	44%
Si	214	56%
Total general	**383**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2022

Si apreciamos la tabla con los datos obtenidos encontramos que la mayor parte de la población encuestada tiene conocimiento de nuestro producto

Tabla 4

Predisposición de consumo del pudin de chocolate

Frecuencia	Personas	%
No	25	7%
Si	301	79%
Tal vez	57	15%
Total general	**383**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2022

Al igual que la interrogante anterior, existe un 79% de la población encuestada con aceptación en consumir nuestro producto, mientras que una mínima parte de las personas encuestadas indicó que No estarían dispuestos a consumirlo.

Tabla 5

Características de elección del pudín de chocolate

Frecuencia	Personas	%
Calidad	125	33%
Diseño	54	14%
Gustos o Preferencias	72	19%
Precio	132	34%
Total general	**383**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2022

Entre las características más relevantes, los encuestados indicaron que escogerían el producto por el precio y la calidad por encima de las otras características.

Tabla 6

Probabilidad de adquirir el producto

Frecuencia	Personas	%
Tiendas	48	13%
Despensas	41	11%
Supermercados	112	29%
Penderías o Pastelerías	182	48%
Total general	**383**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2022

Recopilando los resultados de la encuesta apreciamos que la mayor parte de la población encuestada desearía adquirir el producto en panaderías y pastelerías, al contrario, una mínima parte de los encuestados prefieren adquirir este producto en despensas.

Tabla 7

Frecuencia de uso de medios de comunicación

Frecuencia	Personas	%
Redes Sociales	227	59%
Revistas	15	4%
Televisión	57	15%
Todas las Anteriores	84	22%
Total general	**383**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2022

Los resultados obtenidos demuestran que gran parte de la población encuestada estarian de acuerdo en que el producto se promocione o se de a conocer por medio de las redes sociales, ya que usualmente éste es el medio más conocido por toda la sociedad.

Tabla 8

Predisposición a pagar por el pudín de chocolate

Frecuencia	Personas	%
$1,00	197	51%
$2,00	136	36%
$2,50	50	13%
Total general	**383**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2022

Observando los resultados tabulados los encuestados prefieren pagar $1,00 por el Pudin de chocolate, en tanto que una pequeña parte expresan en que cancelarían $2.50 por aquel producto.

Tabla 9

Presentación ideal en gramos del pudin de chocolate

Frecuencia	Personas	%
100g	184	48%
200g	53	14%
50g	146	38%
Total general	**383**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2022

Es importante conocer el punto de vista de los posibles consumidores es así que el 48% de los encuestados prefieren que la presentación del producto en un frasco de 100g.

Tabla 10

Frecuencia que consumiría el pudín de chocolate

Frecuencia	Personas	%
Mensual	75	20%
Quincenal	123	32%
Semanal	185	48%
Total general	**383**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2022

Según los datos presentes en la tabla notamos que la mayor parte de la población encuestada indicó que consumiría este producto de forma Semanal, así mismo un porcentaje pequeño lo consumiría mensual.

Tabla 11

Posible recomendación del producto

Frecuencia	Personas	%
No	9	2%
Si	340	89%
Tal vez	34	9%
Total general	**383**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2022

Según lo recopilado en la encuesta realizada el 89% de la población están dispuestos a recomendar nuestro producto, al contrario, el 9% de los encuestados indicaron que tal vez no lo recomendarían

Entrevistas

Para obtener información necesaria, se realizaron entrevistas a posibles comerciantes de nuestro producto en el sector comercial del Cantón Milagro, en esta ocasión se entrevistaron a 10 dueños de negocios con más demanda en este sector como panaderías, pastelerías y tienda necesarias para cumplir con los objetivos planteados, ya que existe un mercado potencial en cuanto al consumo del producto presentado.

1. **¿Qué tipo de negocio tiene y cuánto tiempo lleva dentro del mercado?**

   En la cantidad considerada a entrevistar, muchos propietarios de negocios coincidieron en tener entre 20 a 30 años dentro de mercado comercializando productos azucarados.

2. **¿Considera usted que su negocio atrae buena clientela?**

   Un 80% de comerciantes dio a conocer que en el tiempo que llevan dentro del mercado consideran que si tienen buena cliente, fiel y satisfecha de sus productos y servicios.

3. **¿Qué tipo de azucarado comercializa usted en su negocio?**

   Entre los tipos de azucarados que ellos comercializan, muchos coincidieron en la venta de; dulce de 3 leches, pasteles, gelatinas, queso de leche, torta de 3 leches, budín, recalcando que a través de estos productos se han mantenido dentro del mercado con buena clientela. (Ver Apéndice Nº 1)

4. **¿En sus años de experiencia dentro del mercado ha escuchado o comercializado pudin de chocolate?**

   Gran parte de los dueños de negocios entrevistados indicaron que no han escuchado ni comercializado hablar el Pudín de Chocolate dentro de este Cantón, a diferencia de otra parte muy pequeña que Si, pero de forma diferente; es decir como un pan, cabe mencionar que no descartan la idea de comercializar algo nuevo e innovador.

5. **¿Usted con experiencia en el comercio, considera que este producto pueda tener buena acogida en el Cantón Milagro?**

   Estas personas cuentan con experiencia en comercializar productos deliciosos, al menos el 80% mencionaron que si puede tener acogida este producto por contener nutrientes saludables.

6. **¿Si llegase a salir al mercado nuestro producto, le interesaría comercializarlo beneficiándose con $0,10 por cada unidad vendida dentro del Cantón Milagro?**

   Ellos indicaron que, sí les gustaría comercializar este producto teniendo una ganancia de $0,10 teniendo algo nuevo en sus locales, ya que los consumidores necesitan variedad y calidad. (Ver Apéndice Nº 2)

7. **¿Cuánto cree usted que sería el precio estimado para la comercialización de un frasco pequeño de 100g de un producto nuevo en el mercado?**

   Con sus años de experiencia en la comercialización ellos nos dieron a conocer que estaría bien el comercializar el Pudín de Chocolate a un precio de $1,00, ya que sería accesible al bolsillo de todas las personas de esta localidad.

8. **¿Cuál cree usted que sería el medio de comunicación en el que se podría dar a conocer el Pudin de chocolate?**

   En este punto los comerciantes comentaron que el producto se podría dar a conocer por medio de redes sociales, ya que en la actualidad es lo más utilizado por persona de todas las edades.

9. **¿Cuál cree usted que sería la característica importante del producto para que se de preferencia ante el consumidor?**

   En este caso se tomó en cuenta la respuesta del Sr. Darwin Pino Lazo propietario de la Panadería Pino´s donde mencionó “Es muy buena la propuesta, pero para que sea atractivo debería tener un valor agregado como crema de Chantillí” (Ver Apéndice Nº 3).

Estudio Técnico para la Producción y Comercialización de Pudín de Chocolate.

Para el desarrollo de nuestro segundo objetivo, se tomó de referencia la información necesaria del estudio de mercado del primer objetivo, donde se muestra la tendencia de la demanda a partir de la identificación de las necesidades del cliente reales y potenciales de nuestro producto; así como también la comercialización y determinación de los precios, de tal manera estos datos nos permitieron realizar el análisis del estudio técnico proporcionando información cuantitativa para determinar el monto de la inversión y costos de operación necesarios para el desarrollo del mismo.

Análisis del Producto

El Pudín de Chocolate nació como alternativa al consumo natural de un producto azucarado saludable y de buena calidad. (Ver Apéndice Nº 4)

El producto será presentando con una etiqueta de su mismo nombre, y su presentación será en frascos de plásticos de 100g, con la finalidad de conservar el producto en buen estado para la venta, con un diseño artesanal personalizado que sirva como obsequio para el cliente.

Tamaño Óptimo del Proyecto

En este elemento del estudio técnico se desarrollaron los requerimientos necesarios de los bienes que se deben tomar en cuenta, de tal manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a la demanda;

A continuación, se presentan factores importantes para su desarrollo:

El mercado

Para este primer punto se hace una revisión del estudio de mercado, para determinar si la demanda potencial estimada es favorable o no, por el cual se

hace referencia en la pregunta N.4 de las encuestas, donde un 79% de la población menciona que si les gustaría consumir el “Pudín de Chocolate” y a su vez una demanda muy pequeña del 7% que considera que el proyecto no llena sus expectativas.

Adicional a ello, los posibles consumidores por medio de encuestas indican que estarías dispuestos a pagar $1,00 por un frasco de pudin de chocolate así mismos los dueños de negocio recomiendan el mismo valor ya que es un producto nuevo y llamativo de tal manera a un bajo costo sería accesible para consumidores y comerciantes.

Tomando en cuenta la competencia que da los demás productos azucarados, notamos que el precio es un factor importante que nos orienta a demandar el valor a pagar por el pudin de chocolate, observando que el precio más alto de la competencia es de $0,60 por un budín, siendo así un factor inminente en la venta fructífera de nuestro producto.

Recursos financieros

Para el desarrollo de este punto en el Objetivo No.3, en necesario realizar un análisis comparativo entre el capital necesario y el que se afronta para poder financiarlo de tal manera conocer fuentes de financiamiento, es decir, si se puede cubrir la inversión únicamente con un capital propio o de una banca privada; o a su vez la combinación de las dos opciones de financiamiento.

Personal operativo o Mano de obra

Identificar un personal necesario, capacitado e idóneo para laborar en las áreas de producción, administración y finanzas; factores importantes para el posicionamiento de nuestro emprendimiento dentro del mercado del Cantón Milagro, obteniendo resultados positivos con los clientes; además de ellos sirviendo como aporte al posibles emprendedores que están dispuestos a tomar como oportunidad la comercialización o distribución del “Pudin de chocolate”

Tabla 12

Mano de obra

Personal	Cantidad	Sueldo Básico C/U
Producción		$ 1.500,00
Operarios	2	$ 1.000,00
Supervisor	1	$ 500,00
Administración		$ 1.100,00
Contador	1	$ 600,00
Conserje	1	$ 500,00
Distribución		$ 500,00
Operadores de Distribución	1	$ 500,00

Elaborado por: La Autora, 2022

Tecnología

Es la instalación física del sistema productivo del proyecto, es decir, el conjunto sistémico de métodos técnicas, instrumentos y actividades cuya aplicación permite obtener el producto deseado.

A ello se presenta una tabla con equipos requeridos para el desarrollo, con la cantidad y precios señalando el valor total en equipos tecnológicos.

Tabla N°13

Equipos de Computo

Descripción	Cantidad	Valor	Valor Total
Computadora (mouse, teclado, CPU)	2	$ 500,00	$ 1.000,00
Teléfono	2	$ 230,00	$ 460,00
Impresora	1		$ 260,00
Copiadora y escaneadora	1		$ 600,00
Total			**$ 2.320,00**

Elaborado por: La Autora, 2022

Maquinarias y suministros de oficinas

En este punto se identifica la existencia de maquinaria necesaria para la elaboración del producto a comercializarse indicando la cantidad y precios reales que estos ofrecen.

Tabla 14

Maquinarias

Descripción	Cantidad	Valor	Valor Total
Horno industrial	2	$ 370,00	$ 740,00
Vitrina Frigorífica	2	$ 929,00	$ 1.858,00
Sartén Hierro Fundido	1	$ 19,00	$ 19,00
Batidora Industrial	3	$ 477,00	$ 1.431,00
Cocina Industrial	2	$ 325,00	$ 650,00
Total			**$ 4.698,00**

Elaborado por: El Autora, 2022

Además; también los suministros de oficina primordiales para la ejecución de actividades dentro de la microempresa presentada en una tabla mostrando cantidades y precios.

Tabla 15

Suministros

Descripción	Cantidad	Valor	Valor Total
Escritorio	1	$ 120,00	$ 120,00
Archivador	1	$ 130,00	$ 130,00
Sillas de oficina	3	$ 80,00	$ 240,00
Sillas plásticas	3	$ 10,00	$ 30,00
Otros enseres			$ 100,00
TOTAL			**$ 620,00**

Elaborado por: El Autora, 2022

Materia Prima Directa

Abarca todos los materiales necesarios para la producción del Pudin de Chocolate, se demuestra en la siguiente tabla la materia prima para elaborar tan solo 10 unidades de producto, acotando que la cantidad del material dependerá del volumen que se quiera producir.

Tabla 16

Materia Prima Directa

Descripción	Cantidad	Medida
Huevos	6	Unidad
Azúcar	5	Cucharadas
Leche	2	Litros
Chocolate Orgánico	2	Tableta
Cacao en Polvo	2	Cucharadas
Esencia de Vainilla	2	Cucharadas
Canela	2	Cucharadas
Pan sin Gluten	2	Barra

Elaborado por: El Autora, 2022

Materia Prima Indirecta

Abarca el material preciso previo a la comercialización del producto como; los envases, etiquetas y el gas para la elaboración del mismo.

Tabla 17

Materia Prima Directa

Descripción	Medida
Botellas	unidad
Etiquetas	unidad
Gas	unidad
Boul	unidad
Moldes	unidad

Elaborado por: El Autora, 2022

Localización de la Planta

Hace referencia al lugar elegido por el empresario para situarla y desarrollar su actividad productiva, esto es, el emplazamiento al que se deben dirigir todos los factores de producción y dónde se obtienen los productos., en este caso se tomó de referencia un lugar alejado del sector comercial para la elaboración del producto, para de ahí ser distribuido a panaderías o pastelerías como se indica en la pregunta N.6 de la encuestas donde la población del Cantón Milagro mencionó su lugar de preferencia para adquirir el producto.

Proceso Productivo

Es el procedimiento en el cual se identifican materias primas a ser transformadas en un producto lanzado al mercado para su comercialización, en el cual para el “Pudín de Chocolate” se presenta los siguientes insumos o ingredientes; (Ver Apéndice Nº 5)

- Huevos
- Azúcar
- Leche
- Chocolate Orgánico
- Cacao en Polvo
- Naranja
- Esencia de Vainilla
- Canela
- Pan sin Gluten

Para su proceso de elaboración en la que consiste la incorporación de la materia prima, empaque de producto, aplicación de etiquetas, refrigeración y distribución a pastelerías. (Ver Anexo N°10)

Distribución del Producto

El proceso consiste en la distribución del Pudín de Chocolate por medio de un personal capacitado que demuestre su eficiencia y eficacia, tratando de reducir las distancias de los diferentes puestos de trabajo o establecimientos interesados en comercializarlo, para que en su recorrido sea en el menor tiempo posible de tal

manera lograr metas propuesta por la microempresa en el mes, con respecto en la venta del mismo.

Inversión del Producto

Teóricamente, la inversión del producto en el estudio técnico consiste en la determinación de la inversión fija, diferida y capital en términos totales para nuestro estudio financiero que se realizara en nuestro Objetivo N°3.

A continuación, se presentada en una tabla de la estimación de costos del proyecto tanto para el efecto de rentabilidad, como la variedad de elementos necesarios en un estudio financiero (Ver **¡Error! No se encuentra el origen de la r eferencia.**).

Factibilidad Económica para la Producción y Comercialización de Pudín de Chocolate.

Para identificar a la factibilidad del proyecto de inversión, se aplicaron indicadores financieros necesarios.

Inversión

Se tomó de referencia todos los activos necesarios para el micro emprendimiento como son los activos fijos, diferidos, corrientes, capital propio y mano de obra corrientes que dieron un total a invertir $223.866,80 el cual se detallan a continuación;

Tabla 18.
Inversión

Total Inversión	**$**	**223.866,80**
Capital Propio	**$**	**5.000,00**
Activos Fijos	**$**	**5.704,00**
Activos Diferidos	**$**	**1.460,00**
Activos Corrientes	**$**	**523,92**
Mano de Obra	**$**	**62.233,20**

Elaborado por: La Autora, 2022

Activos Fijos

Los activos fijos son bienes necesarios para el funcionamiento de una empresa o micro emprendimiento; en este caso se tomaron en cuenta las instalaciones adicionales, maquinaria, suministros de oficina y equipo de cómputo para la producción del Pudín de Chocolate, en el cual se hizo una sumatoria general de los totales, que dieron un total de activos fijos de 109.125,00 (Ver **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**7).

Activos Diferidos

Los activos diferidos hacen referencia a los bienes o servicios por anticipado, como son los gastos en permisos y licencias, marca, publicidad que dan un total de 1.460,00

Tabla 19
Activos Diferidos

Concepto		Valor
Gastos en Permisos y licencias	$	160,00
Permisos de funcionamiento	$	70,00
Registro Sanitario	$	50,00
Patente municipal(renovación)	$	40,00
Gastos de Puesta en Marcha	$	1.300,00
Marca	$	1.000,00
Publicidad	$	150,00
Transporte	$	150,00
Total Activos Diferidos	$	1.460,00

Elaborado por: La Autora, 2022

Activos Corrientes

Denominado como un activo liquido o circulante para su utilización inmediata como es la materia prima directa e indirecta para la elaboración del producto Pudin de Chocolate, el cual nos dio 1.460,00 en producción de frascos de 100g mensuales.(Ver Apéndice Nº 8).

Financiamiento

Corresponde a la obtención de dinero o crédito para invertir o concretar el financiamiento de la microempresa, el cual en nuestro proyecto se tiene un total de $ 223.866,80 a invertir, pues se pretende financiar con un capital propio de $5.000,00 y un capital externo de $218.866,80 por medio de una institución financiera.

Estructura de Capital		Valor	%
Capital Externo	$	218.866,80	97,77%
Capital Propio	$	5.000,00	2,23%
Total	**$**	**223.866,80**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2022

Tabla 20

Financiamiento

INSTITUCION:	BanEcuador			
MONTO:	$ 218.866,80			
TASA EFECTIVA:	11%			
PLAZO:	5	años	Cuota:	$ (59.218,86)

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	$ 218.866,80			
1	$ 183.723,29	$(35.143,51)	$(24.075,35)	$(59.218,86)
2	$ 144.713,99	$(39.009,30)	$(20.209,56)	$(59.218,86)
3	$ 101.413,68	$(43.300,32)	$(15.918,54)	$(59.218,86)
4	$ 53.350,32	$(48.063,35)	$(11.155,50)	$(59.218,86)
5	$ -	$(53.350,32)	$ (5.868,54)	$(59.218,86)
		Total Interés	**$(60.203,45)**	**$ (4.934,90)**

Elaborado por: La Autora, 2022

Depreciación

Se refiere a los costos de los bienes en su vida útil estimada en el cual puede derivarse sobre los desgastes debido al uso, el paso del tiempo y la vejez de los mismos (Ver Apéndice Nº 9).

Tasa de Descuento

Permite saber el grado de rentabilidad que tiene una inversión para determinar el pago futuro, sacando un total de costo ponderando para el cálculo del periodo de recuperación.

Tabla 21

Tasa descuento

Inflación Anual	2,26%
Tasa Pasiva Referencial	5,48%
TMAR	**7,74%**
Peso Capital Propio	2,18%
TMAR SA	7,74%
Peso Capital Externo	97,82%
Costo del Capital	11,00%
Costo Ponderado	**10,93%**

Elaborado por: La Autora, 2022

Presupuesto de Producción

Este punto abarca los costos del proyecto donde se muestran los datos de costos de producción, gastos de fabricación, gastos de operación y los costos financieros con una proyección de 5 años con un 2,26 de promedio de inflación que aumenta cada año (Ver Apéndice Nº 10).

Mano de Obra

Básicamente es el sueldo de las personas que trabajan o aportan con su esfuerzo dentro de la empresa en el proceso de producción del Pudin de Chocolate, en el cual se ha clasificado en tres áreas producción, administración, distribución (Ver **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**11).

Margen de Utilidad

Abarca los costos directos e indirectos de producción, siendo una medida analítica para evaluar la salud financiera de una empresa en el cual nos muestra el valor a venta del producto donde tendremos $0,40 de ganancia por cada frasco de 100g de Pudín de Chocolate.

Tabla 22

Margen de Utilidad

Costos Totales de Producción		27.347,3200
Número total de Producción		87.613,5744
Costo unitario frasco de 100g Pudin de Chocolate	$	0,60
Precio Venta Unitario	$	1,00
Ganancia Unitaria	$	0,40
Margen de Utilidad		**67%**

Elaborado por: La Autora, 2022

Demanda Insatisfecha

Se entiende que la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros, destacando que se prevalecen las condiciones bajo las cuales se hizo el cálculo, analizando que nuestra competencia sería un 15% de población que menciono estaría interesado en otros productos similares al nuestro, dado a esto se puede observar que se estaría satisfaciendo a la de población indicada del Cantón Milagro del 79% que mencionó que Si les gustaría consumir el Pudin de Chocolate (Ver **¡Error! No se e ncuentra el origen de la referencia.**12).

Proyección de Ventas

Es el cálculo estimado, utilizando técnicas estadísticas, que permite conocer la previsión de ventas de una empresa proyectando a 5 años, donde el valor de venta de los frascos de pudin de chocolates es de $1 en el año uno el mismo que se estima, vaya incrementando $0,10 a su valor real en los años proyectados el cual resulta un ingreso estimado significativo (Ver **¡Error! No se e ncuentra el origen de la referencia.**13).

Escenarios

Nos permite identificar desde la perspectiva optimista los beneficios con volúmenes de ventas y el pesimista la peor situación que podría enfrentar la empresa, aunque en este caso la diferencia no es mucha (Ver **¡Error! No se e ncuentra el origen de la referencia.**14).

Flujo de Caja

Hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado, siendo un indicador importante para la liquidez de la empresa (Ver **¡Error! No se encuentra el origen de la r eferencia.**5)

Criterio VAN – TIR

El valor actual neto del proyecto se determina en $ 155.238,64 debido a los flujos anuales del proyecto donde se determina que el VAN es positivo y se considera rentable la propuesta de emprendimiento.

En la cual se establece una tasa interna de retorno del 32,70% que sería una propuesta atractiva para los inversionistas.

Tabla 23.

VAN y TIR

Criterios	**Esperado**
VAN	$ 155.238,64
TIR	32,70%

Elaborado por: La Autora, 2022

Período de Recuperación

El cálculo nos sirve para identificar el período en el que se va a recuperar nuestra inversión el cual nos proyecta 3 años debido a que se el último periodo

negativo que está posicionado en el año 3 con el último flujo acumulado dividido al flujo actualizado del año siguiente.

Tabla 24

Período de Recuperación

PERIODOS	FLUJOS DE CAJA	ACTUALIZACION	ACUMULADO
0	$ (223.866,80)	$ (223.866,80)	$ (223.866,80)
1	$ 72.437,86	$ 65.302,15	$ (158.564,65)
2	$ 85.818,15	$ 69.743,38	$ (88.821,27)
3	$ 97.106,47	$ 71.143,28	$ (17.678,00)
4	$ 97.140,55	$ 64.157,61	$ 46.479,61
5	$ 114.544,83	$ 68.200,10	$ 114.679,71

Elaborado por: La Autora, 2022

$$PRD = N^{\circ}\ de\ ultimo\ periodo\ negativo + \frac{ultimo\ flujo\ acumulado\ negativo}{flujo\ actualizado\ del\ año\ siguiente}$$

PRD= **3 Años**

0 Meses

DISCUSIÓN

En relación al primer objetivo específico se comparó el trabajo de investigación de Chávez Suárez (2019) de la Universidad de Guayaquil donde implementaron un plan de negocios para la comercialización de postres, que para ello fue necesario conocer si el producto es aceptado por los habitantes, el cual realizó la recolección de información a través de encuestas, de tal manera el estudio se asimila a nuestro proyecto de investigación donde para dar solución a los objetivos, fue necesario la recopilación de datos por medio de encuestas a la población milagreña, sirviendo de ayuda para verificar si el proyecto es viable o no.

En referencia al segundo objetivo se comparó el proyecto realizado por Villalobos Vera (2020) en la que aplican un estudio técnico herramienta indispensable para la efectividad del desarrollo y evaluar un proyecto de inversión, de tal manera coincide con el estudio planteado en este proyecto que ha permitido determinar la localización y el tamaño óptimo de las instalaciones; cálculo financiero evidenciando los factores determinantes para su buen desempeño que conlleva a satisfacer la necesidad de consumo de los habitantes del Cantón.

En el estudio financiero realizado por Mitte Jaime & Muñiz Cevallos en él (2017) han hecho de uso el Valor Actualizado Neto (VAN) es positivo; la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mucho mayor que la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) el cual permitió evidenciar la factibilidad del proyecto; de tal manera se compara a este trabajo de investigación, el cual se aplican los mismos indicadores financieros VAN – TIR para analizar la rentabilidad del proyecto donde su valor obtenido dio como resultado ser factible.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

Una vez desarrollado del trabajo de investigación se pone en consideración las siguientes conclusiones:

- Se desarrollaron los objetivos planteados del plan de negocio determinando factores importantes para la comercialización de Pudín de Chocolate que de tal manera han permitido determinar la viabilidad del proyecto.
- Según los datos obtenidos en el estudio de mercado nos mostró una demanda potencial significativa del 79% para el consumo de este producto, el mismo que indico les gustaría que se dé a conocer por medio de redes sociales y disponible en pastelerías o panaderías con el precio de $1,00
- Por otro lado, se buscó principalmente la factibilidad con respecto a la producción y comercialización del Pudin de chocolate llegando a producir 1.460 unidades mensuales distribuyendo a pastelerías o panaderías en $1,00 teniendo una ganancia de $0,40. Debido a que nuestro costo unitario de fábrica es de $0,60 el cual brinda la oportunidad de que el dueño de negocio lo venda al precio que él considere conveniente.
- Por último, con respecto al análisis financiero, nos mostró una data para que el proyecto sea rentable de una TIR 28,20% rentabilidad conveniente para la inversión, afirmándolo con un VAN de $ 114.679,71.

RECOMENDACIONES:

Según la información obtenida en el trayecto del desarrollo del tema se recomienda lo siguiente:

- Es recomendable que se implementen políticas precisas y estrictas con respecto al proceso de selección del personal de trabajo, ya que es importante contar con empleados de confianza a quienes se le pueda asignar actividades y responsabilidades de tal manera no presentar problemas a futuros en la toma de decisiones
- En otro punto debido a que la tecnología avanza, se recomienda la implantación de este producto dando un enfoque tecnológico en cuanto a su promoción o marketing.
- Optimizar los recursos que presenta el proyecto de forma que la persona interesada en utilizarlo se beneficie y al mismo tiempo genere un buen posicionamiento dentro del mercado.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Aguilera, R. M. (2019). *Identidad y diferenciación entre método y metodología.* Distrito F Mexico.

Amaya, J. (2017). La gestión del desarrollo territorial. *Geo Innova*. Obtenido de https://geoinnova.org/blog-territorio/la-gestion-del-desarrollo-territorial/

Andrade, J. (2016). Plan de Negocios: Demostración de empresa usando la tecnología de la información como un recurso. Obtenido de https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracion-de-empresas/plan-de-negocio-empresa-demo

Anecacao. (2018). El cacao, uno de los más significativos símbolos de nuestro país. *Anecacao.* Obtenido de http://www.anecacao.com/

Anecacao. (2018). Exportación ecuatoriana de cacao. *Anecacao.* Obtenido de http://www.anecacao.com/

Bazán, M. (2017). Tesis de Maestría: "La inversión de la banca pública como herramienta financiera para la transformación productiva territorial en la provincia de Los Ríos. Período 2010-2013". *Repositorio de la Universidad de Guayaquil.*

Benítez, A. G. (2016). Evaluación financiera para la construcción y operacaión de un rastro tipo inspección federal. *Redalyc*. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/141/14146082006.pdf

Bianchi Ramirez, C., Linares Ramirez, I. A., Saucedo Linares, J. E. (2017). Plan de negocio para la construcción y comercialización de esparragos verdes. *Repositorio UP*, 15.

Bustillos-Garcia, L., Bechara-Dickdan, Z. (2016). Sustentabilidad y desarrollo rural de los agroecosistemas bufalinos. *Redalyc*, 50-61. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/290/29045347004.pdf

Cárdenas, J. (2016). Agricultura y desarrollo rural en Colombia 2011-2013: una aproximación Revista Apuntes del CENES. *Redalyc*, 87-124. Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=479553172004

Castillo, B. (2018). El cultivo y proceso del cacao fino de aroma. Obtenido de https://www.academia.edu/31086532/El cultivo y proceso del cacao fino de aroma.

Chávez Suárez, A. C. (2019). Plan de negocios para la creación de una microempresa Alma Dulce. *Respositorio UG*, 3.

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Obtenido de https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf

Coronel Carbo, R. K. (2018). Plan de negocios para producción comercialización de avena COCONUT en Guayaquil. *REPOSITORIO UG* , 25.

Duffus, D. (2018). Estudio técnico para la evaluación de proyectos en la fase de pre inversión en Cuba. *Enciclopedia Latinoamericana*. Obtenido de https://www.eumed.net/rev/oel/2018/05/evaluacion-proyectos-cuba.html

Echeverría, C. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Revista Publicando*. Obtenido de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/836

El Productor. (2018). 593 Cacao Guayas, un sueño que empieza al otro lado del río. *El productor*. Obtenido de https://elproductor.com/593-cacao-guayas-un-sueno-que-empieza-al-otro-lado-del-rio/

El Universo. (2018). Prefectura del Guayas impulsa el turismo por la Ruta del Cacao. *El Universo*. Obtenido de https://www.eluniverso.com/noticias/2018/02/11/nota/6618742/prefectura-impulsa-turismo-ruta-cacao

Irarrázabal, F. (2017). Guía Interna para el Desarrollo de Estudios de Mercado. Obtenido de https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2017/10/Guia_Estudios_Mercado_Final_oct2017.pdf

Komiya, A. (2020). ¿Qué es un plan de negocios y cómo hacer uno? (incluye estructura y ejemplo). Obtenido de https://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios/

LEPS. (2018). Ley de Economía Popular y Solidaria. Obtenido de https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/ ley organica de economía popular y solidaria actualizada.

Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales. (2016). Obtenido de https://www.eltelegrafo.com.ec/images/cms/EdicionImpresa/2016/Marzo/14-03-16/14-03-16-pol-Ley-de-Tierras.pdf

López, P. (2004). *Población, muestra y muestreo.* Punto Cero.

MAyCAO Exportadora Agrícola. (2017). Características del cacao. *MAyCAO Exportadora agrícola*. Obtenido de http/www.exportadoramaicao.com/cacao/

Macías, R. (2020). Distribución de recursos en programas para el desarrollo rural en México. *Redalyc*. Obtenido de https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29062641022/29062641022.pdf

Martínez Armendáriz, C. A., Soto Zapata, M.,Magaña Magaña, J. (2015). Estudio técnico del proyecto Tomato Mix. *Redalyc*. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/141/14132408013.pdf

Mitte Jaime, S. C.,Muñiz Cevallos, K. L. (2017). Elaboración de productos de reposteria endulzados con estevia en la ciudad de Guayaquil*. Repositorio UG*, 3.

Olivares, D. (2019). ¿Qué es un plan de negocio? Obtenido de https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio

Ortega Almón, M. Á., Vílchez Ortiz, T. J.,Rojo Gallego-Burin, A. (2020). El Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados y el ciclo político: incidencia económica desde una doble perspectiva. *Redalyc*. Obtenido de https://www.redalyc.org/jatsRepo/5764/576462997007/576462997007.pdf

Peña, A. (2018). Plan de negocios. Conceptos y elementos principales. Obtenido de https://www.gestiopolis.com/plan-negocios-concepto-elementos-principales/

Pérez, S. (2019). Cómo hacer un plan de negocios en 8 pasos. Obtenido de https://lanzadera.es/como-hacer-plan-negocios/

Pino, S. A. (2018). La Denominación de origen para cacao arriba.

Prethel Sanchez , E. (2017). Desarrollo de un concepto innovador de negocio en el sector reposteria. *Biblioteca UTB*, 14.

Puente, M. (2017). Plan de negocios una guía empresarial para pequeños negocios. *Observatorio Economía Latinoamericana*. Obtenido de https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/plan-negocios-ecuador.html

Ramos Mendez , J. M. (2017). Perfil del sector cacao y elaborados. *ProEcuador*, 15. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/

Reddiar, L. (2017). Agricultura familiar para el desarrollo rural incluyente. *Redalyc*, 135-147. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/573/57350494005.pdf

Rodriguez, L. G. (2015). Desmontando el desarrollo territorial rural (DTR) en América Latina. *Redalyc*, 181-202. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/396/39643561009.pdf

Samsing, C. (2017). Cómo crear un plan de negocios: guía paso a paso (con ejemplos). Obtenido de https://blog.hubspot.es/marketing/como-crear-plan-comercial

Solís, D. (2017). El papel del mercado en la construcción de organizaciones sustentables. *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.phpscript=sciarttextpid=S0188-45572017000100273

Thompson, I. (2019). El Estudio de Mercado. Obtenido de https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html

Vallejo Torres, C. A. (2017). Utilización del mucílago de cacao, tipo nacional y trinitario, en la obtención de jalea. Obtenido de https://docplayer.es/41409903-Utilizacion-del-mucilago-de-cacao-tipo-nacional-y-trinitario-en-la-obtencion-de-jalea.htmlfbclid=IwAR1EcAUU9SPk2f3dT4Y3pFdms8cRCvI10mMLHBnpmwFp6

Vallejo, C. (2017). Utilización del mucílago de cacao, tipo nacional y trinitario, en la obtención de jalea. *Espam Ciencia*. Obtenido de http://www.uteq.edu.ec/doc/page/3/Gruposde investigación Aprodefruta. Utilización del mucílago tipo nacional y trinitario, en la obtención de jalea.pdf

Vera, S. C. (2018). Evaluación de las características del mucílago de cacao (Theobroma cacao L.) En la obtención de alcohol etílico . *Repositorio de la Universidad de las Fuerzas Armadas*. Obtenido de http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/15798/1/T-ESPESD-002891.pdf

Villalobos Vera, A. C. (2020). Plan de negocio para la creación de la repostería si ALPOSTRE S.A. *Repositorio Ucc*, 27.

ANEXOS

Anexo N°1 Operacionalización de las variables

TIPO DE VARIABLE	VARIABLE	DEFINICIÓN	TIPO DE MEDICIÓN E	TECNICAS DE TRATAMIENTO DE LA INFORMACION	RESULTADOS ESPERADOS
Independiente	Plan de negocios	Dentro del plan de negocios se podrá focalizar y planificar la comercialización de pudín de chocolate.	Segmento de mercado Producto Precios	Encuestas y entrevistas	Elaboración de plan de negocios
Dependiente	Rentabilidad	Analizamos cuan rentable seria la producción y comercialización del Pudin de chocolate dentro del mercado del Cantón Milagro.	TIR VAN Flujo de caja		Presentación de viabilidad financiera, estudio de mercado que permita determinar qué tan rentable es la propuesta planteada.

Elaborado por: La Autora, 2022

Anexo N°2.- Encuestas

ENCUESTA PARA POSIBLES CONSUMIDORES

La siguiente encuesta se aplicará a los Consumidores del Cantón Milagro que son quienes demandaran nuestro producto dentro de la propuesta de un plan de negocio para producción y comercialización de pudín de chocolate

1. **Sexo**
   a. Masculino
   b. Femenino
2. **¿En qué rango de edad se encuentra?**
   a. Entre 15 y 20
   b. Entre 21 y 30
   c. Entre 31 y 40
   d. Entre 41 y 50
   e. Más de 50 años
3. **¿Conoce usted el pudín de chocolate?**
   a. Si
   b. No
4. **Si llegase a estar dentro del mercado ¿estaría dispuesto a consumirlo?**
   a. Si
   b. Tal vez
   c. No
5. **¿Cuál sería la característica que te haría escoger este producto antes que otros?**
   a. Precio
   b. Diseño
   c. Calidad
   d. Gustos o preferencias
6. **¿Dónde le gustaría poder adquirir este producto?**
   a. Tienda
   b. Supermercados
   c. Despensas
   d. A domicilio

7. **¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información sobre este producto?**
   a. Redes Sociales
   b. Televisión
   c. Revistas
   d. Todos los anteriores.
8. **¿Cuánto pagaría por el pudín de chocolate?**
   a. $1,00
   b. $2,00
   c. $2,50
9. **¿Cuál sería la presentación ideal en gramos al adquirir el pudín de chocolate?**
   a. 50 g
   b. 100 g
   c. 200 g
10. **¿Con qué frecuencia consumiría el pudín de chocolate?**
    a. Cada Semana
    b. Cada Quince días
    c. Cada Mes
11. **¿Recomendarías a tus amigos este producto?**
    a. Si
    b. Tal vez
    c. No

Elaborado por: La Autora, 2022

Anexo N°3.- Entrevistas

ENTREVISTA PARA POSIBLES COMERCIANTES

La siguiente entrevista se aplicará a los posibles comerciantes del Cantón Milagro que son quienes demandaran nuestro producto dentro de la propuesta de un plan de negocio para producción y comercialización de Pudín de Chocolate

Lugar donde se realiza la entrevista: _____

1. **¿Qué tipo de negocio tiene y cuánto tiempo lleva dentro del mercado?**
2. **¿Considera usted que su negocio atrae buena clientela?**
3. **¿En sus años de experiencia ha escuchado sobre el pudin de chocolate?**
4. **¿Qué tipo de azucarado comercializa usted en su negocio?**
5. **¿En el tiempo que lleva su negocio activo ha comercializado alguna ves pudin de chocolate**
6. **¿Usted con experiencia en el comercio, considera que este producto pueda tener buena acogida en el Cantón Milagro?**
7. **¿Si llegase a salir al mercado nuestro producto, le interesaría comercializarlo beneficiándose con 0.10 ctvs. Por cada unidad vendida dentro del Cantón Milagro?**
8. **¿Cuánto cree usted que sería el precio estimado para la comercialización de un frasco pequeño de 100g de un producto nuevo en el mercado?**
9. **¿Cuál cree usted que sería el medio de comunicación en el que se podría dar a conocer el Pudin de chocolate?**
10. **¿Cuál cree usted que sería la característica importante del producto para que se de preferencia ante el consumidor?**

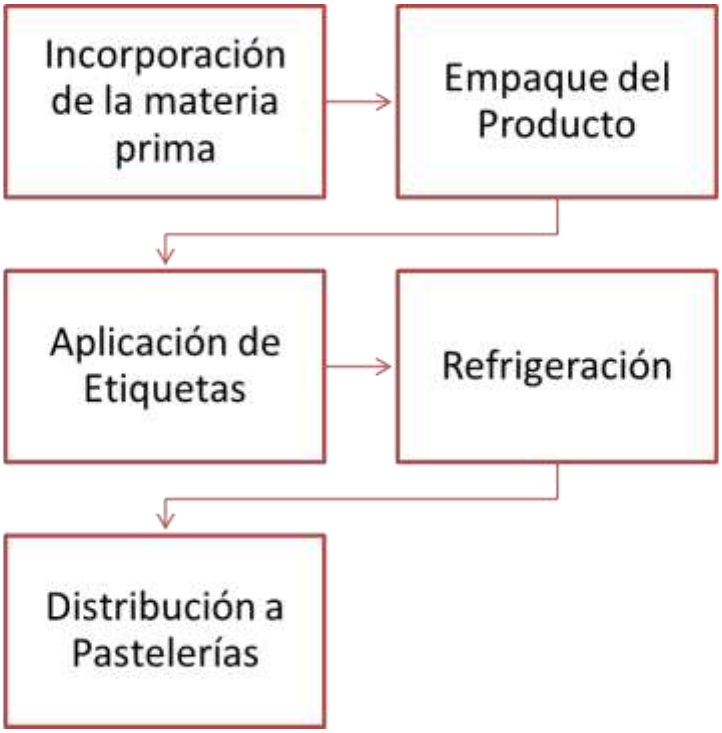
Elaborado por: La Autora, 2022

Anexo N°4.- Cronograma de Actividades

Actividades	2021											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Introducción - Planteamiento del problema												
Formulación del problema												
Justificación de la investigación												
Objetivos General y Específicos												
Hipótesis												
Capítulo 1												
Estado de Arte y bases teóricas y científicas												
Marco legal												
Capítulo 2												
Modalidad y tipo de investigación												
Población y muestra												
Técnicas de Investigación y estadística descriptiva												
Resultados												
Resolución Objetivo 1												
Resolución Objetivo 2												
Resolución Objetivo 3												
Discusión												
Conclusión y Recomendación												
Presentación de Tesis												

Elaborado por: La Autora, 2022

Anexo N°5.- Proceso de producción



Elaborado por: La Autora, 2022

APÉNDICES

Apéndice Nº 1 Entrevista Panadería "California"

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice 1 Entrevista Panadería y dulcería "El rey"

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice Nº 2 Entrevista Panadería “Tino´s”

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice 3 Etiqueta del Producto

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice Nº 5 Producto elaborado

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice N°6 Presupuesto Inversión

RESUPUESTO	Inversión	Activos Fijos
		Activos Diferidos
		Activos Corrientes
	Financiamiento	Propio
		Externo
	Mano de Obra	Área de Producción
		Área de Administración
		Área de Distribución
	Depreciación	Maquinarias
		Equipo de computo
		Suministros de Oficina
	Costo Proyecto	Producción
		Fabricación
		Operación
		Financiero
	Margen de Utilidad	Precio Producto
	Demanda Insatisfecha	Producción Necesaria
	Proyección de Ventas	Demanda
		Precios Estimado
	Escenarios	Optimista
		Pesimista
	Flujo de caja	VAN
		TIR

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice N°7 Activos Fijos

Instalaciones Adicionales			**$ 3.550,00**
Descripción	Cantidad	Valor	Valor Total
Instalaciones eléctricas			$ 1.300,00
Instalación de maquinarias			$ 1.500,00
Adecuación de baterías sanitarias			$ 750,00
Maquinarias de Producción			**$ 5.630,00**
Descripción	Cantidad	Valor	Valor Total
Horno industrial	2	$ 790,00	$ 1.580,00
Vitrina Frigorífica	2	$ 900,00	$ 1.800,00
Sartén Hierro Fundido	3	$ 25,00	$ 75,00
Batidora Industrial	4	$ 300,00	$ 1.200,00
Cocina Industrial	3	$ 325,00	$ 975,00
Suministro de Oficina			**$ 6.295,00**
Descripción	Cantidad	Valor	Valor Total
Escritorio	5	$ 450,00	$ 2.250,00
Archivador	15	$ 130,00	$ 1.950,00
Sillas de oficina	10	$ 70,00	$ 700,00
Sillas plásticas	24	$ 10,00	$ 240,00
Plumas	100	$ 0,30	$ 30,00
Papelería	150	$ 3,00	$ 450,00
Perforadora	25	$ 2,50	$ 62,50
Grapadora	25	$ 4,00	$ 100,00
Resmas de hoja	125	$ 2,50	$ 312,50
Otros enseres			$ 200,00
Equipo de Computo			**$ 93.650,00**
Descripción	Cantidad	Valor	Valor Total
Computadora (mouse, teclado, CPU)	7	$ 750,00	$ 5.250,00
Teléfono	5	$ 200,00	$ 1.000,00
Impresora	3	$ 260,00	$ 780,00
Copiadora y escaneadora	2	$ 600,00	$ 1.200,00
Maquinaria	5	$ 15.000,00	$ 75.000,00
Impresora	7	$ 260,00	$ 1.820,00
Copiadora	5	$ 600,00	$ 3.000,00
web site	1	$ 850,00	$ 850,00
Móvil	5	$ 200,00	$ 1.000,00
Laptop	5	$ 550,00	$ 2.750,00
Software	1	$ 1.000,00	$ 1.000,00
Total Activos Fijos			**$ 109.125,00**

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice Nº 8 Activos Corrientes

Materia prima directa					**$**	**2.071,45**
Descripción	**Cantidad**	**Medida**	**Valor Unitario**			**Valor Total**
Huevos	1500	Unidad	$	0,15	$	225,00
Azúcar	50	kg	$	0,88	$	43,75
Leche	75	Litros	$	1,00	$	75,00
Chocolate Orgánico	40	Libras	$	3,00	$	120,00
Cacao en Polvo	5000	Gramos	$	0,30	$	1.500,00
Esencia de Vainilla	60	Miligramos	$	1,10	$	66,00
Canela	20	Gramos	$	0,21	$	4,20
Pan sin Gluten	30	Barra	$	1,25	$	37,50
Producción en Kilogramos	**6775,00**					
Producción en gramos mensual	6775000					
Costo de producción	$ 2.071,45					
Costo de un gramo de producción	0,00030575					
Costo de un frascos de 100 g	0,30575					
Producción de frascos mensual	**1.460**					
Producción diaria	48,68					
Materia prima indirecta					**$**	**322,60**
Descripción	**Cantidad**	**Medida**	**Valor Unitario**			**Valor Total**
Botellas	1.460	unidad	$	0,05	$	73,00
Etiquetas	1.460	unidad	$	0,01	$	14,60
Gas	15	unidad	$	3,00	$	45,00
Boul	30	unidad	$	1,00	$	30,00
Moldes	40	unidad	$	4,00	$	160,00
Servicio Eléctrico					**$**	**50,00**
Servicio de Agua					**$**	**20,00**
Telefonía e internet					**$**	**35,00**
Total Materia Prima Indirecta					**$**	**2.499,05**
			Valor Anual			**29.988,60**

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice Nº 9 Depreciación

Concepto	Valor	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Maquinarias de Producción	$ 5.630,00	10	$ 563,00	$ 563,00	$ 563,00	$ 563,00	$ 563,00	$ 563,00	$ 563,00	$ 563,00	$563,00	$ 563,00
Muebles de Oficina	$ 6.295,00	5	$1.259,00	$1.259,00	$ 1.259,00	$1.259,00	$1.259,00	$1.259,00	$ 1.259,00	$1.259,00	$1.259,00	$1.259,00
Equipos de Computación	$ 93.650,00	3	$31.216,67	$31.216,67	$ 31.216,67	$31.216,67	$31.216,67	$31.216,67	$31.216,67	$31.216,67	$31.216,67	$31.216,67
Total	**$105.575,00**		**$33.038,67**	**$33.038,67**	**$33.038,6**	**$ 33.038,6**	**$ 33.038,6**	**$ 33.038,6**	**$33.038,6**	**$33.038,6**	**$33.038,6**	**$33.038,6**

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice Nº 10 Presupuesto de Producción

COSTOS DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de Producción					
Materia prima directa	$ 24.857,40	$ 25.419,18	$ 25.993,65	$ 26.581,11	$ 27.181,84
Materia prima indirecta	$ 3.871,20	$ 3.958,69	$ 4.048,16	$ 4.139,64	$ 4.233,20
Mano de obra directa	$28.424,24	$ 29.066,63	$ 29.723,53	$ 30.395,29	$ 31.082,22
Subtotal	**$57.152,84**	**$ 58.444,49**	**$ 59.765,34**	**$ 61.116,04**	**$ 62.497,26**
Gastos de Fabricación					
Depreciación de maquinarias Producción	$ 563,00	$ 563,00	$ 563,00	$ 563,00	$ 563,00
Servicio de energía	$ 600,00	$ 613,56	$ 627,43	$ 641,61	$ 656,11
Servicio de agua	$ 240,00	$ 245,42	$ 250,97	$ 256,64	$ 262,44
Subtotal	**$ 1.403,00**	**$ 1.421,98**	**$1.441,40**	**$ 1.461,25**	**$ 1.481,55**
Total Costo de Producción	**$ 58.555,84**	**$ 59.866,48**	**$ 61.206,74**	**$ 62.577,29**	**$ 63.978,81**
Gastos de Operación					
Gastos Administrativos y Ventas					
Mano de obra indirecta	$ 33.808,96	$ 34.573,04	$35.354,39	$ 36.153,40	$ 36.970,47
Depreciación de muebles de oficina	$ 1.259,00	$ 1.259,00	$ 1.259,00	$ 1.259,00	$ 1.259,00
Depreciación equipos de computación	$ 31.216,67	$ 31.216,67	$ 31.216,67	$ 31.216,67	$ 31.216,67
Amortización de Diferidos	$ 1.460,00	$ 1.493,00	$ 1.526,74	$ 1.561,24	$ 1.596,53
Servicio de teléfono e internet	$ 420,00	$ 429,49	$ 439,20	$ 449,12	$ 459,27
Subtotal	**$ 68.164,63**	**$ 68.971,20**	**$ 69.796,00**	**$70.639,44**	**$ 71.501,94**
Costo Financiero					
Interés de capital	$ (24.075,35)	$ (20.209,56)	$ (15.918,54)		
Subtotal	**$ (24.075,35)**	**$(20.209,56)**	**$ (15.918,54)**	**$**	**$**
Total Gastos Operativos	**$ 44.089,28**	**$ 48.761,64**	**$ 53.877,46**	**$ 70.639,44**	**$ 71.501,94**
TOTAL PRESUPUESTO	**$ 102.645,12**	**$ 108.628,11**	**$ 115.084,19**	**$ 133.216,72**	**$ 135.480,74**

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice Nº11 Sueldos Mano de Obra

		MENSUAL	ANUAL		Beneficios de Ley				
Personal	**Cantidad**	**Sueldo Básico C/U**	**Sueldo Anual C/U**	**Aporte al IESS (11,15%)**	**Fondo de Reserva (8,33%)**	**Décimo Tercero**	**Décimo Cuarto**	**Beneficios Anuales**	**Total Anual**
Producción		**$ 1.775,00**	**$ 21.300,00**	**$ 197,91**	**$ 147,86**	**$ 147,92**	**$ 100,00**	**$ 13.664,40**	**$ 28.424,24**
Operarios	3	$ 1.275,00	$ 15.300,00	$ 142,16	$ 106,21	$ 106,25	$ 66,67	$ 5.055,44	$ 20.355,44
Supervisor	1	$ 500,00	$ 6.000,00	$ 55,75	$ 41,65	$ 41,67	$ 33,33	$ 2.068,80	$ 8.068,80
Administración		**$ 1.225,00**	**$ 14.700,00**	**$ 136,59**	**$ 102,04**	**$ 102,08**	**$ 66,67**	**$ 6.790,48**	**$ 26.890,48**
Contador	1	$ 800,00	$ 9.600,00	$ 89,20	$ 66,64	$ 66,67	$ 33,33	$ 3.070,08	$ 12.670,08
Vendedores	3	$ 450,00	$ 5.400,00	$ 50,18	$ 37,49	$ 37,50	$ 33,33	$ 1.901,92	$ 7.301,92
Conserje	1	$ 425,00	$ 5.100,00	$ 47,39	$ 35,40	$ 35,42	$ 33,33	$ 1.818,48	$ 6.918,48
Distribución		**$ 425,00**	**$ 5.100,00**	**$ 47,39**	**$ 35,40**	**$ 35,42**	**$ 33,33**	**$ 1.818,48**	**$ 6.918,48**
Operadores de Distribución	1	$ 425,00	$ 5.100,00	$ 47,39	$ 35,40	$ 35,42	$ 33,33	$ 1.818,48	$ 6.918,48
Total Mano de Obra Directa									**$ 28.424,24**
Total Mano de Obra Indirecta									**$ 33.808,96**
									$ 62.233,20

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice Nº 12 Demanda Insatisfecha

Año	Demanda del Pudin de Chocolate	Oferta del Pudin de Chocolate	Demanda Insatisfecha	%	Producción Planificada
2021	2.027.962	1.917.438	110.524	0,01	921
2022	2.058.382	1.946.200	112.182	0,02	1842
2023	2.089.257	1.975.393	113.865	0,02	2763
2024	2.120.596	2.005.024	115.572	0,03	3684
2025	2.152.405	2.035.099	117.306	0,04	4605

Población de Milagro	**166.634,00**	
Mayor de 18 años 65,1%	108.478,73	
PEA	53.480,02	
Mercado Meta (79%)	**42.249,21**	
Demanda Insatisfecha (5,45%)	**2.302,58**	
Consumo mensual x Persona	4	
Producción necesaria - **MES**	9.210,33	**mensual**
Producción necesaria - **Anual**	110.524	
Capacidad instalada	**1.460,25**	**mensual**
Cuota de Mercado	100%	

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice Nº 13 Proyección

Proyección	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda	110.523,94	112.181,80	113.864,53	115.572,49	117.306,08
Precio	$ 1,00	$ 1,10	$ 1,20	$ 1,30	$ 1,40
Ingreso Estimado	$ 110.523,94	$ 123.399,98	$ 136.637,43	$ 150.244,24	$ 164.228,51

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice Nº 14 Escenarios

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variación					
Op(+) Pes (-)	$ 110.523,94	$ 123.399,98	$ 136.637,43	$ 150.244,24	$ 164.228,51
Optimista (+)	$ 12.157,63	$ 13.574,00	$ 15.030,12	$ 16.526,87	$ 18.065,14
Pesimista (-)	$ 99.471,55	$ 111.059,98	$ 122.973,69	$ 135.219,82	$ 147.805,66

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice Nº 45 Flujo de Caja

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ingreso x Ventas		$ 110.523,94	$ 123.399,98	$ 136.637,43	$ 150.244,24	$ 164.228,51
Total Ingresos		**$ 110.523,94**	**$ 123.399,98**	**$ 136.637,43**	**$ 150.244,24**	**$ 164.228,51**
Egresos						
Presupuesto de producción		$ 102.645,12	$ 108.628,11	$ 115.084,19	$ 73.997,86	$ 135.480,74
Amortización de diferidos		$ 1.460,00	$ 1.493,00	$ 1.526,74	$ 1.561,24	$ 1.596,53
Total Egresos		**$ 104.105,12**	**$ 110.121,11**	**$ 116.610,93**	**$ 75.559,11**	**$ 137.077,27**
Utilidad Bruta		**$ 6.418,82**	**$ 13.278,87**	**$ 20.026,50**	**$ 74.685,14**	**$ 27.151,24**
Participación de Trabajadores (15%)		$ 962,82	$ 1.991,83	$ 3.003,97	$ 11.202,77	$ 4.072,69
Utilidad Antes de Impuesto		**$ 5.456,00**	**$ 11.287,04**	**$ 17.022,52**	**$ 63.482,37**	**$ 23.078,56**
Impuesto a la Renta (22%)		$ 1.200,32	$ 2.483,15	$ 3.744,96	$ 13.966,12	$ 5.077,28
Utilidad Neta		**$ 4.255,68**	**$ 13.770,19**	**$ 20.767,48**	**$ 77.448,49**	**$ 28.155,84**
(+) Depreciación		$ 33.038,67	$ 33.038,67	$ 33.038,67	$ 33.038,67	$ 33.038,67
(-) Amortización		$ (35.143,51)	$ (39.009,30)	$ (43.300,32)	$ (48.063,35)	$ (53.350,32)
Inversión	**$ (223.866,80)**					
FLUJO DE CAJA	**$ (223.866,80)**	**$ 72.437,86**	**$ 85.818,15**	**$ 97.106,47**	**$ 158.550,51**	**$ 114.544,83**

Elaborado por: La Autora, 2022