

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Hacemos gente de talento!



ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
TECNOLOGÍA SUPERIOR

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

“REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA “LA ETERNA JUVENTUD” DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PANELA EN BLOQUE Y PANELA GRANULADA DE LA PARROQUIA VILCABAMBA EN EL AÑO 2021. EN EL PERIODO 2021-2022”

INFORME DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN LA TECNOLOGÍA EN
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

AUTORA:

Solano Sarango Heidy Katherine

DIRECTORA:

Ing. María Verónica Paredes Malla. Mgs.

Loja, octubre 2021

a) Certificación

Ing. María Verónica Paredes Malla, Mgs.

DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN**CERTIFICA:**

Que ha supervisado el presente proyecto de investigación titulado: “Reestructuración del Plan de Negocios de la empresa “La Eterna Juventud” dedicada a la elaboración y comercialización de panela en bloque y panela granulada de la parroquia Vilcabamba en el año 2021. En el periodo 2021-2022”, el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano; por consiguiente, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Loja, septiembre 2021

f. _____

María Verónica Paredes Malla, Mgs

C.I. 1104876394

b) Declaración Juramentada

Loja, septiembre 2021

Nombres: Heidy Katherine Solano Sarango

Cédula de identidad: 1150815403

Carrera: Administración Financiera

Semestre de ejecución del proceso de titulación: Abril – Septiembre 2021

Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación:

“Reestructuración del Plan de Negocios de la empresa “La Eterna Juventud” dedicada a la elaboración y comercialización de panela en bloque y panela granulada de la parroquia Vilcabamba en el año 2021. En el periodo 2021-2022”

En calidad de estudiantes del instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja;

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autora del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado no presentado anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional

5. Los datos presentados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, graficas, fotografías y demás son de nuestra autoría; y en caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

Por lo expuesto; mediante la presente asumimos frente al INSTITUTO cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la auditoria, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

En consecuencia; nos hacemos responsables frente al INSTITUTO y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar al INSTITUTO o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en el trabajo de investigación de fin de carrera presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello.

Así mismo por la presente nos comprometemos a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para el INSTITUTO en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones, o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumimos las consecuencias y sanciones que de nuestra acción se deriven, sometiéndonos a la normatividad vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja.

.....
Heidy Katherine Solano Sarango
1150815403

c) Dedicatoria

El presente trabajo investigativo está dedicado especialmente a mis padres y hermanas por haber sido el pilar fundamental a lo largo de mi carrera y a todas las personas más allegadas que me acompañaron en esta etapa de mi vida, por impulsarme a seguir adelante y buscar el sendero del camino, por motivarme a darle más valor a la vida y poder cumplir con una de mis metas más anheladas, a mi madre por demostrarme siempre su cariño sin importar nuestras diferencias de opiniones, por ser mi fortaleza, por enseñarme a enfrentar la vida y ser valiente ante cualquier adversidad. A mi padre por su amor, sus consejos, por escucharme y ayudarme en cualquier momento.

d) Agradecimiento

Quiero expresar mi gratitud principalmente a Dios, por darme la fuerza para continuar con este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados.

A mis padres Elmer y Sandra por su amor incondicional, su esfuerzo, sus consejos, por el apoyo ético y moral que siempre me brindaron a lo largo de estos años.

A mis hermanas Fernanda, Nuria, Yorely, Abigail, María Alejandra por estar presentes en todo momento, por sus palabras de aliento, por extender su mano en momentos difíciles por el amor brindado cada día gracias.

Agradezco infinitamente a mi familia, amigos, vecinos quienes me ayudaron de buena voluntad.

Así mismo, doy el reconocimiento del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano y a todo su grupo de trabajo por ser quienes hacen todo esto posible, a mis docentes por la formación profesional y como ser humano que me inculcaron día a día.

La Autora

e) Acta de cesión de derechos**ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
DE FIN DE CARRERA**

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos de proyecto de investigación de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA. – La Ing. María Verónica Paredes Malla, Mgs., por sus propios derechos, en calidad de directora del proyecto de investigación de fin de carrera; Heidi Katherine Solano Sarango; mayor de edad, por sus propios derechos en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; emite la presente acta de cesión de derechos

SEGUNDA. - Declaratoria de autoría y política institucional.

UNO. –Heidy Katherine Solano Sarango realizó la investigación titulada: “Reestructuración del Plan de Negocios de la empresa “La Eterna Juventud” dedicada a la elaboración y comercialización de panela en bloque y panela granulada de la parroquia Vilcabamba en el año 2021. En el periodo 2021-2022”; para optar por el título de Tecnóloga en Administración Financiera, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección de la Ing. María Verónica Paredes Mgs.

DOS. - Es política del Instituto que los proyectos de investigación de fin de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

TERCERA. - Los comparecientes Ing. María Verónica Paredes Malla, Mgs. , en calidad de Directora del proyecto de investigación de fin de carrera y Heidi Katherine Solano Sarango como autora, por medio del presente instrumento, tiene a bien ceder en forma gratuita sus derechos en proyecto de investigación de fin de carrera titulado “Reestructuración del Plan de Negocios de la empresa “La Eterna Juventud” dedicada a la elaboración y comercialización de panela en bloque y panela granulada de la parroquia Vilcabamba en el año 2021. En el periodo 2021-2022” a

favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, concede autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA. - Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de septiembre del año 2021.

.....
Ing. María Verónica Paredes Malla, Mgs

DIRECTORA

C.I. 1104876394

.....
Heidy Katherine Solano Sarango

AUTORA

C.I. 1150815403

Índice

a)	Certificación.....	II
b)	Declaración Juramentada	III
c)	Dedicatoria	V
d)	Agradecimiento	VI
e)	Acta de cesión de derechos	VII
1.	Resumen.....	15
1.	Abstract	16
2.	Problemática.....	17
3.	Tema.....	18
4.	Justificación.....	19
5.	Objetivos	20
5.1.	Objetivo General	20
5.2.	Objetivos Específicos	20
6.	Marco teórico	21
6.1.	Marco Institucional.....	21
6.1.1.	Historia.....	21
6.1.2.	Misión	22
6.1.3.	Visión.....	22
6.1.4.	Valores	22
6.1.5.	Organigrama	23
7.	Marco conceptual	24
7.1.	Plan de Negocios	24
8.	Reestructuración	25
9.	Mercado.....	26
10.	Investigación de Mercado	26
11.	Inversión	27
12.	Negocios	27
12.1.	Modelo de Negocio.....	27
13.	Empresa	28
14.	Análisis del Entorno	29
15.	Descripción general de la empresa La Eterna Juventud.....	29
16.	Plaza	29

17.	Metodología.....	30
17.1.	Métodos de Investigación	30
17.2.	Método Fenomenológico	30
17.3.	Método hermenéutico	31
17.4.	Método práctico proyectual	31
18.	Técnicas.....	31
18.1.	Técnicas de investigación	31
18.2.	Recopilación bibliográfica.....	31
19.	Encuestas.....	32
20.	Resultados	34
21.	Propuesta de acción.....	47
21.1.	Estudio de Mercado	47
22.	Segmentación	47
22.1.	Geográfica:.....	47
22.2.	Sociodemográfica:	47
22.3.	Psicográfica:.....	47
23.	Plan de comercialización (Marketing Mix).....	50
23.1.	Etiqueta	51
23.2.	Logotipo.....	51
24.	Estudio Técnico.....	53
24.1.	Reingeniería del Proyecto.....	53
24.2.	Requerimiento para la producción	54
24.3.	Requerimiento para la comercialización.....	56
24.4.	Requerimiento de talento humano o personal.....	59
25.	Estudio Organizacional	64
25.1.	Filosofía	64
26.	Políticas	65
26.1.	Políticas para el producto.....	65
26.2.	Políticas para la administración	65
27.	Acta Constitutiva.....	66
27.1.	Acta Constitutiva.	66
27.2.	Permisos de funcionamiento:.....	66
28.	Estructura Organizacional.....	67
28.1.	Organigrama Funcional	67

28.2. Organigrama Posicional.....	68
29. Manual de Funciones	69
30. Estudio Económico	73
30.1. Activos Fijos	73
30.2. Depreciación de Maquinaria.....	74
30.3. Resumen de activos fijos	75
31. Activos Diferidos	76
31.1. Resumen de activos diferidos	76
32. Activo Circulante	77
32.1. Resumen de activo circulante	81
33. Gastos Administrativos	81
33.1. Resumen de gastos administrativos	83
34. Presupuesto para la empresa	84
35. Conclusiones	85
36. Recomendaciones.....	86
37. Bibliografía	87
38. Anexos	91
Anexo 1: Certificación de aprobación del proyecto de investigación de fin de carrera	91
Anexo 2: Oficio.....	92
Anexo 4: Cronograma.....	94
Anexo 5: Presupuesto	95
Anexo 6: Encuesta	96
Anexo 7: Encuestas realizadas mediante Drive	99
Anexo 10: Certificado de Abstract.....	106

Índice de Tablas

Tabla 1: Descripción General de la Empresa "La Eterna Juventud"	29
Tabla 2: Género.....	34
Tabla 3: Edad	35
Tabla 4: Usted adquiere productos de la empresa La Eterna Juventud	36
Tabla 5: La presentación de los productos que ofrece la empresa La Eterna Juventud a su criterio es:	37
Tabla 6: Considera usted que el logo de empresa La Eterna Juventud plasma los colores y gráficos adecuados para su apreciación.....	38
Tabla 7: Le gustaría una nueva imagen del producto	39
Tabla 8: Considera usted que la calidad del producto de la empresa La Eterna Juventud es:.....	40
Tabla 9: Con qué frecuencia consume usted panela	41
Tabla 10: Qué cantidad le gustaría adquirir de panela en bloque	42
Tabla 11: Qué cantidad le gustaría adquirir de Panela Granulada.....	43
Tabla 12: Qué características son más importantes para Ud. en este producto	44
Tabla 13: En dónde le gustaría adquirir el producto.....	45
Tabla 14: Competencia	48
Tabla 15: Capacidad real en días mujeres.....	60
Tabla 16: Capacidad real en días hombres	61
Tabla 17: Capacidad utilizada – tiempo mujeres	61
Tabla 18: Capacidad utilizada – tiempo hombres corte de caña.....	61
Tabla 19: Capacidad utilizada – tiempo hombres producción.....	61
Tabla 20: Capacidad utilizada – tiempo hombres ventas.....	62
Tabla 21: Diagrama de proceso	63
Tabla 22: Manual de funciones - Administrador	69
Tabla 23: Manual de funciones - Contadora.....	70
Tabla 24: Manual de funciones - Vendedor.....	71
Tabla 25: Manual de funciones - Representante Legal.....	72
Tabla 26: Activos Fijos - Maquinaria	73
Tabla 27: Depreciación de Maquinaria	74
Tabla 28: Activos Fijos – Materia Prima.....	75
Tabla 29: Activos Fijos - Equipos de seguridad	75

Tabla 30: Resumen de activos fijos	75
Tabla 31: Activos Diferidos	76
Tabla 32: Resumen de activos diferidos	76
Tabla 33: Activo Circulante – Materiales Directos	77
Tabla 34: Activo Circulante – Materiales Indirectos	78
Tabla 35: Activo Circulante - Inventario	78
Tabla 36: Activo Circulante – Mano de Obra Directa	79
Tabla 37: Activo Circulante – Mano de Obra Indirecta	80
Tabla 38: Resumen de activo circulante	81
Tabla 39: Gastos Administrativos – Servicios Básicos	81
Tabla 40: Gastos Administrativos – Materiales de Aseo	82
Tabla 41: Gastos Administrativos – Personal	82
Tabla 42: Gastos Administrativos – Transporte	83
Tabla 43: Resumen de gastos administrativos	83
Tabla 44: Inversión total de la empresa	84
Tabla 45: Presupuesto	95
Tabla 46: Matriz Metodológica.....	104

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Organigrama estructural.....	23
Ilustración 2: Género	34
Ilustración 3: Edad	35
Ilustración 4: Usted adquiere productos de la empresa La Eterna Juventud.....	36
Ilustración 5: La presentación de los productos que ofrece la empresa La Eterna Juventud a su criterio es:	37
Ilustración 6: Considera usted que el logo de empresa La Eterna Juventud plasma los colores y gráficos adecuados para su apreciación.....	38
Ilustración 7: Le gustaría una nueva imagen del producto.....	39
Ilustración 8: Considera usted que la calidad del producto de la empresa La Eterna Juventud es:	40
Ilustración 9: Con qué frecuencia consume usted panela	41
Ilustración 10: Qué cantidad le gustaría adquirir de panela en bloque.....	42
Ilustración 11: Qué cantidad le gustaría adquirir de Panela Granulada	43

Ilustración 12: Qué características son más importantes para Ud. en este producto	44
Ilustración 13: En dónde le gustaría adquirir el producto	45
Ilustración 14: Productos de la empresa La Eterna Juventud.....	50
Ilustración 15: Etiquetas de la empresa La Eterna Juventud.....	51
Ilustración 16: Logotipo de la empresa La Eterna Juventud	51
Ilustración 17: Evidencia fotográfica - Parte externa de la empresa La Eterna Juventud	53
Ilustración 18: Evidencia fotográfica - Parte externa de la empresa La Eterna Juventud	53
Ilustración 19: Distribución de la planta	59
Ilustración 20: Localización de la planta.....	60
Ilustración 21: Organigrama funcional de la empresa.....	67
Ilustración 22: Organigrama posicional de la empresa La Eterna Juventud	68

1. Resumen

Ante la creciente apertura de los mercados se observa la necesidad de innovación y modernización para las empresas especialmente para las PYMES tomando en cuenta que esto hace referencia a las pequeñas y medianas empresas que día a día se enfrentan a un mercado tan competitivo siendo que la tecnología se ha convertido en una herramienta empresarial que les ha permitido obtener información más ágil y precisa de lo que busca una sociedad en pleno desarrollo, algunos de estos negocios involucran en su organización una reestructuración del plan de negocios que acceda a conocer la posición de la empresa frente a su demanda, desarrollado así el tema: reestructuración del plan de negocios de la empresa “la eterna juventud” dedicada a la elaboración y comercialización de panela en bloque y panela granulada de la parroquia Vilcabamba en el año 2021.

La presente investigación tiene como objetivo principal el reestructurar un plan de negocios enfocado al crecimiento económico de la microempresa donde se empleó el método hermenéutico para obtener información del sector y potencializar las fortalezas de la organización, con el método fenomenológico se sustentó teóricamente el proyecto con fuentes bibliográficas citado en normas APA y finalmente con el método práctico proyectual se realizaron los cálculos financieros para conocer la factibilidad del proyecto.

Como resultado principal del estudio de mercado realizado se destaca que el 88.90% de personas indican que la presentación del producto debe cambiar en cuanto a empaque para una mejora calidad ya que el 79.70% manifiestan que el producto tiene buen sabor que le permite posicionar a la empresa en la mente del consumidor, la mayor fortaleza que tiene es la innovación en el producto que le permite satisfacer la demanda de sus clientes.

Finalmente, en el presupuesto de inversión se determinó que el proyecto tiene un desembolso de \$ 186.306,25 debido a la maquinaria que posee para la transformación de la materia prima y brindar un producto de calidad acorde al mercado para ser competitivo en la industria.

1. Abstract

Due to the growing opening of markets, the need for innovation and modernization is observed for companies, especially for PYMES, taking into account that this refers to small and medium-sized companies that face such a competitive market every day, since technology has become a business tool that has allowed them to obtain more agile and precise information on what society in full development is looking for, some of these businesses involve a restructuring of the business plan in their organization that allows them to know the position of the company. In response to their demand, the theme was in this way developed: restructuring of the business plan of the company "eternal youth" dedicated to the production and commercialization of panela in the block and granulated panela from the Vilcabamba parish in the year 2021.

The main objective of this research is to restructure a business plan focused on the economic growth of the microenterprise where the hermeneutical method was used to obtain information on the sector and enhance the strengths of the organization, with the phenomenological method the project was theoretically supported with sources bibliographies cited in APA standards and finally with the practical project method, financial calculations were made to know the feasibility of the project.

As the main result of the market study carried out, it is highlighted that 88.90% of people indicate that the presentation of the product must change in terms of packaging for an improvement in quality since 79.70% state that the product has a good taste that allows it to position the company in the mind of the consumer, the greatest strength it has is the innovation in the product that allows it to satisfy the demand of its customers.

Finally, in the investment budget, it was determined that the project has a disbursement of \$ 186,306.25 due to the machinery it has to transform the raw material and provide a quality product according to the market to be competitive in the industry.

2. Problemática

Ante la creciente apertura de los mercados, la agricultura colombiana se ha visto abocada a la ingente necesidad de modernización de las empresas y la especialización de la producción agropecuaria, así como a la angustiosa búsqueda de rubros de producción rentables. En el caso de la producción panelera, tales tendencias se han manifestado bajo la forma de exigencias de inversión que superan la capacidad económica de la mayor parte de los productores. (VESGA, 2014)

Según (HUILCAPI & GALLEGOS, 2020) menciona que las paralizaciones continuas de la planta de producción de panela granulada en la Empresa Bio Caña, se debe a la falta de venta de su producto, sea local o de exportación, no cuenta con personal administrativo especializado que, puedan elaborar una planificación adecuada, estados financieros y un estudio de mercado para lograr su posicionamiento en el menor tiempo posible.

En Ecuador, la producción panelera generalmente es realizada por pequeños agricultores rurales de forma artesanal, ofertando un producto que no cumple con los requisitos mínimos sanitarios, normas INEN, ni políticas de empaquetado, obligando a comercializar la panela de forma local y con bajo rendimiento económico; otro factor que agudiza el problema es la falta de organización gremial que permita a los pequeños agricultores protegerse de los intermediarios, quienes lucran con el trabajo de otros. (Gaibor, 2020)

(Correa & Castillo, 2018) menciona que en la provincia de Loja, el 66% de los cañaverales se destina a la producción de azúcar refinada y el resto a la panela, miel de caña y aguardiente. Hace 40 años funcionaban seis fábricas artesanales en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, la cual mantenía una producción diaria; hace dos décadas tenían en funcionamiento cuatro y en la actualidad solo existen dos, el funcionamiento de las molineras ancestrales era con ayuda de bueyes el cual con el tiempo se cambió a motores de Diésel y después con la evolución de la tecnología se cambió a la electricidad. La elaboración de estos productos sigue siendo tradicional en algunos sectores del país. Hasta los años 60, el mejor negocio era producir panela en las molineras, desde que inicio el ingenio azucarero (nivel industrial) cada vez hay menos moledores de caña y varias personas sin trabajo.

3. Tema

**REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA “LA
ETERNA JUVENTUD” DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE PANELA EN BLOQUE Y PANELA
GRANULADA DE LA PARROQUIA VILCABAMBA EN EL AÑO 2021. EN
EL PERIODO 2021-2022**

4. Justificación

El tema de investigación pretende plasmar los conocimientos adquiridos a lo largo de la estancia de estudio, el mismo proporcionará experiencias al momento de realizar nuevos proyectos y a su vez permite cumplir con un requisito indispensable para el proceso de titulación de la Tecnología Superior Administración Financiera la cual se imparte en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano.

La presente investigación está enfocada en una reestructuración de un plan de negocios que garantice la sostenibilidad de la organización tomando en cuenta la producción y comercialización de la empresa en base al conocimiento, innovación y desarrollo tecnológico aprovechando las capacidades del talento humano y analizando los temas de estudio del proyecto para así impulsar la productividad para el crecimiento económico de la misma.

El trabajo de investigación motiva y orienta mucho en distintos aspectos ya que el mismo aparte de brindar conocimientos y experiencias referente a los temas de estudio permite cumplir con una meta en mi vida la cual es graduarme de Tecnóloga en Administración Financiera.

La investigación pretende realizar una reestructuración de un plan de negocios para la empresa “La Eterna Juventud” para que la misma genere una rentabilidad y sea auto-suficiente para desenvolverse ante la competencia de un mercado actual, desarrollando así las estrategias adecuadas para la organización, empezando por un estudio de mercado donde está inmerso quién va a ser el público objetivo también se implementaran estrategias que determinen la diferenciación con la competencia, para así poder fidelizar a los clientes y de esta forma ayudar a que la importadora tenga mayor rentabilidad en sus ventas y este a su vez generará más fuentes de trabajo.

5. Objetivos

5.1.Objetivo General

Reestructurar el plan negocios de la empresa “La Eterna Juventud”, aplicando estrategias de mercadeo para posicionar el producto y ser competitivos ante el mercado actual.

5.2.Objetivos Específicos

- Elaborar un estudio de mercado aplicando técnicas de recolección de información para determinar el nicho de mercado de la empresa.
- Determinar los recursos: materiales, humanos y económicos a través de un estudio técnico para determinar la sostenibilidad del proyecto.
- Establecer estrategias que permitan determinar la diferenciación del producto de la empresa La Eterna Juventud para competir ante un mercado actual.
- Establecer un plan de comercialización para la organización, mediante la aplicación de técnicas de mercadeo para generar fidelización de los clientes con el producto ofertado.

6. Marco teórico

6.1.Marco Institucional

6.1.1. Historia

La empresa “La Eterna Juventud” fue creada en el año 2002 por Juan Octavio Marchena Jaramillo y Lorena Carmen Pardo Aguilera los cuales siguen siendo dueños actuales.

Se creó esta empresa con la idea de invertir el dinero que tenían mediante el trabajo de ellos que era en Europa (Italia y España), en el año 2000 el señor Vicente Marchena padre de Juan Marchena da por regalado un lote de terreno que era una peña de todos los hijos Juan acepta este lote el cual fue reconstruido con maquinaria, se hizo un plan muy amplio el cual fue suficiente para la construcción de la empresa.

Esta pareja dio en funcionamiento su empresa en el año 2002 ya que ellos estuvieron trabajando en Europa hasta el 2006 lo cual su empresa seguía en función mediante un administrador.

Durante el 2002 al 2012 la empresa se dedicaba a la producción de panela lo cual su proceso era vendido en bultos de 100 unidades lo cual tenía un peso neto de 100 libras.

La empresa tenía variedad de su producto ya que tenía algunos modelos de panela y pesos, sus precios no eran estables por motivos de invierno y verano, la primera consecuencia era también lo que es la materia prima ya que en esos tiempos el transporte de la materia prima es muy complicado que entre maquinaria por motivo de terreno. En el año 2017 la empresa se ve en la obligación de comenzar a innovar, ya que comienza a elaborar la panela con su respectivo registro sanitario lo cual ha sido entrega a varios supermercados que se dedican a la venta de todo producto como son: Coral Center, Zerimar, Romar entre otros más.

Se extendió el área de producción en el año 2019 a mediados del mes de noviembre implementado más horas de trabajo donde aumento un 10% en la producción, pero al transcurso de los días y años 2020 a mediados de enero subió a gran escala los pedidos, a la empresa le toco implementar y organizar el personal para comenzar a trabajar doble jornada, como resultado hubo un aumento en la producción ya que es muy rentable con un 50% más de producción de lo que se producía en años

anteriores, se tiene que recalcar que la empresa La Eterna Juventud se encuentra en buenas condiciones para producir a gran escala ya que se cuenta con nueva maquinaria que hacen que se evite pagar mayor costos de mano de obra, su área de embalaje y de carga ha sido extendida y se cuenta con una bodega de almacenamiento de productos terminados actualmente.

La empresa La Eterna Juventud se caracteriza por ser una entidad privada que está integrada por recursos administrativos, la empresa está dedicada a la elaboración de productos de primera necesidad ya que la panela granulada es un producto que se lo puede reemplazar por varios endulzantes que se encuentran en el mercado como son: el azúcar, pero los beneficios de la panela granulada es que su elaboración se realiza sin utilizar químicos que contienen componentes muy fuertes para la salud.

6.1.2. Misión

Ser una empresa líder en el mercado, consiguiendo así satisfacer las expectativas de nuestros clientes al brindar un producto que contribuye a mantener una buena salud.

6.1.3. Visión

Comercializar el producto y posicionarlo a nivel nacional satisfaciendo las máximas exigencias de nuestro mercado, manejando tecnología de punta y brindando un producto de excelencia y calidad, lo que permitirá lograr altos márgenes de rentabilidad.

6.1.4. Valores

- Responsabilidad
- Respeto
- Competitividad
- Honestidad
- Transparencia
- Puntualidad.

6.1.5. Organigrama

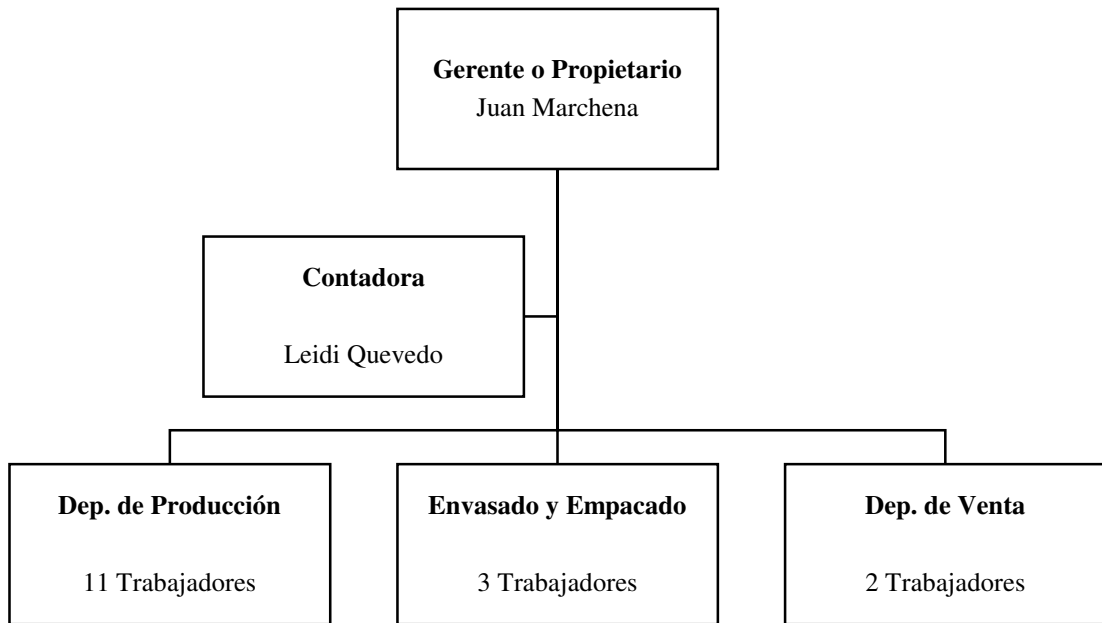


Ilustración 1: Organigrama estructural

7. Marco conceptual

7.1. Plan de Negocios

El punto de partida para virtualmente todo nuevo negocio es un plan de negocios, en el cual el empresario resume la estrategia mercantil para la nueva empresa comercial y muestra cómo será implementada. Una utilidad real del plan de negocios es que, en el acto de preparación, el empresario debe desarrollar su idea de negocio en el papel y pensar en cómo echar a andar la empresa antes de invertirle tiempo y dinero. La idea de plan de negocios no es nueva. Lo nuevo es el uso de planes de negocios especializados debido, por lo común, a que tanto acreedores como inversionistas demandan a los empresarios presentar las herramientas necesarias para tomar la decisión de financiar o invertir. (Griffin & Ebert, 2005) pág. 69

Según (Stutely, 2000) un Plan Estratégico de Negocios es aquel que expone el método llevar a cabo cierta actividad en cierto periodo en el futuro, elaborar un plan de negocios debe el proceso mismo de la planeación de negocios, esta planeación debe ser recomendada y estipulada. También menciona que los negocios más exitosos son aquellos que cuentan con un proceso de planeación adecuados en el lugar apropiado. El Plan de Estrategias de Negocios es una herramienta de primer orden para conducir un negocio.

7.2. Los diez pasos para formular exitoso un Plan Estratégico de Negocios.

Inicio: ¿Qué Planea? ¿Por qué?

1. Defina las actividades de su negocio
2. Defina la situación actual de su negocio
3. Defina las condiciones externas de mercado, la competencia que enfrenta y el posicionamiento de mercado
4. Defina los objetivos que lo animan
5. Trace una estrategia para lograr los objetivos que lo animan
6. Identifique los riesgos y las oportunidades
7. Genere una estrategia para restringir los riesgos y explotar las oportunidades
8. Depure las estrategias hasta transformarlas en planes de trabajo
9. Projete los costos, los ingresos, el flujo de efectivo
10. Finalice los planes

Conforme (Viniegra, 2007) se conoce como un Plan de Negocios a la planeación de una empresa o negocio en su conjunto, considerando cada una de las partes o áreas esenciales (administración, finanzas, mercadotecnia, operaciones, etc.) y la interacción de cada una de estas con las demás. El Plan de Negocios ayuda a visualizar como deben operar las distintas áreas de la empresa de manera conjunta en la que permitan alcanzar los objetivos deseados de manera más eficiente posible; esto es, producir el máximo de resultados con el mínimo de recursos.

En cambio (Castillejo, 2015) indica que un Plan de Negocios es un documento que describe actividades para generar ganancia, a través de la satisfacción de necesidades mediante el ofrecimiento de bienes y servicios. Ayuda a planificar las actividades del negocio, a tener un norte, a definir objetivos, cómo lograrlos y en qué tiempo lograrlos a si mismo permite hacer correcciones y modificaciones de las actividades descritas para generar ganancia. Por otro lado el Plan de negocios ayuda a obtener financiamiento ya que es un documento que se presentará a inversionistas, organizaciones gubernamentales sin fines de lucro, asociaciones extranjeras, entidades bancarias u otras organizaciones del sector financiero para lograr dicho financiamiento mostrándole la viabilidad del negocio.

8. Reestructuración

La reestructuración de las empresas es el proceso de rediseño de uno o más aspectos de una empresa. El proceso de reorganización de una empresa puede llevarse a cabo debido a varios factores, como el posicionamiento de la empresa a ser más competitivas, sobrevivir a un clima económico adverso en la actualidad, o equilibrio de la empresa para moverse en una dirección completamente nueva. La reestructuración es necesaria cuando una empresa necesita mejorar su eficiencia y rentabilidad y que requiere la gestión de expertos. Una estrategia de reestructuración de las empresas consiste en el desmantelamiento y la reconstrucción de las áreas dentro de una organización que necesitan atención especial de la gestión y el director general. (Alvarez & Tipán, 2010) pág. 7

9. Mercado

Según (Domingo, 2015) el mercado existe desde la prehistoria, desde el momento que el hombre vive en tribus y comprende que puede obtener productos que le son necesarios mediante el intercambio con otros hombres o con otras tribus, así se establece el trueque, que todavía puede encontrarse en unas regiones del mundo. A través del tiempo los mercados perfeccionaron sus formas, códigos y transacciones, aparece como objeto de cambio el papel moneda, impulsando el comercio además florece el dinero virtual o transacciones electrónicas, lo cual conjunto a las nuevas tecnologías y necesidades del mundo globalizado, agilizan toda transacción.

Desde el punto de vista del marketing, el mercado está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto. El tamaño de un mercado guarda una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta. Los economistas utilizan el término mercado para referirse al conjunto de compradores y vendedores que realizan transacciones de bienes y/o servicios. (Rendón, 2014) pág. 33

10. Investigación de Mercado

El mercadeo es una actividad empresarial proactiva, inteligente y dinámica donde el empresario, gerente, dueño o accionista debe romper paradigmas para aceptar que esta traspase a todas las demás áreas funcionales y se convierta en el alma de la organización. Ninguna empresa que quiera competir en los complejos mercados actuales nacionales o internacionales puede dejar de hacer investigaciones de mercado. (Herrera, 2013)

Según (Nogales, 2004) los profesionales de marketing e investigación de mercado tienen que ser conscientes de que la investigación de mercado no proporciona la información suficiente para una toma de decisiones adecuada a las características de mercados muy dinámicos y complejos. La experiencia y el conocimiento directo del mercado que poseen los profesionales son también elementos importantes a considerar y deben interactuar con la investigación de mercados en la búsqueda de la solución necesaria para los problemas planteados en el desarrollo de la actividad empresarial.

Por otro lado (Amo, y otros, 2014) menciona que la investigación de mercados es fruto del trabajo de un conjunto de profesores universitarios que, con una dilatada

experiencia, han sabido aunar en este libro las bases consensuadas del conocimiento de la investigación de mercado junto con las aplicaciones y técnicas que utilizan las empresas e institutos de investigación, y de realización de numerosos proyectos de investigación aplicados al estudio de la realidad actual.

11. Inversión

Esta etapa se caracteriza por la movilización de recursos humano, financieros y físicos con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa. Una de las primeras actividades que se realizan durante la inversión es la consecución de los recursos financieros definidos en el plan de negocio. En la solicitud de crédito es indispensable cuantificar la necesidad de recursos para las inversiones fijas, para el capital de trabajo y para gastos preoperativos si es del caso, teniendo en cuenta los criterios que utilizan los intermediarios financieros para tal fin. (Flórez, 2015)

En cambio según (Werner Ketelhöhn, 2004) “la inversión significa formación de capital. Desde el punto de vista económico se entiende por capital al conjunto de bienes, tangibles e intangibles, que sirven para producir otros bienes.”

Sin embargo (Martín V. E., 2004) menciona que “el termino inversión incluyen tanto los activos fijos como los activos circulantes. La estimación cuidadosa del activo circulante y su proyección en relación a su programa de ventas y producción, es tan importante como los activos fijos” pág. 24

12. Negocios

(Hingston) Menciona que “La base del negocio está constituida por la idea o el concepto del mismo; la idea debe ser viable, para que cuando la pongan en práctica, le brinde una buena calidad de vida no solo de aspecto financiero” pág. 18

12.1. Modelo de Negocio

Se puede definir un modelo de negocio como “un conjunto complejo de rutinas interdependientes que se descubren, ajustan y matizan mediante la acción”. En términos generales se suele usar para definir como un negocio o empresa genera valor a través de la utilización de la cadena de valor. (Barrios, 2010)

Según (Pigneur, 2011) Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. El modelo de negocio es una especie de

anteproyecto de una estrategia que se aplicará en las estructuras, procesos y sistemas de una empresa. Pág.15

Existe diferencia entre la definición de modelo de negocio y estrategia. El modelo de negocio, se relaciona con la forma en la que un negocio hace dinero, entrega valor a los clientes; hace referencia a la lógica de la compañía, es estático, no reflexivo, no es una descripción de la receta para el cambio y se centra en la oportunidad. Mientras que la estrategia contiene el factor diferenciador, complementa el modelo de negocio, le ayuda a tener éxito; es dinámica, reflexiva, se centra en la competencia del medio y es el plan para crear una posición única y valiosa, su función es dar un sentido y dirección para el desarrollo del modelo de negocio; no se centra en algún aspecto en particular, sino en la totalidad constituida por los componentes del modelo de negocio (Hambrick y Fredrickson, 2001; Magretta, 2002; Tikkanen et al., 2005; Morris et al., 2005, George y Bock, 2011; Casadesus-Masanell y Ricart, 2011; Wikström et al., 2010). (Preciado & Oliva, 2011) pág. 24

13. Empresa

La teoría tradicional (neoclásica) de la economía definió a la empresa como un conjunto de recursos que se transforman en productos demandados por los consumidores. Los costos con los que una empresa produce están regidos por la tecnología disponible, y la cantidad que produce y los precios a los cuáles vende están influidos por la estructura de los mercados en los que opera. La diferencia entre el ingreso que recibe y los costos en los que incurre es la utilidad. El objetivo de la empresa es maximizar su utilidad. (Paul G. Keat, 2004) pág. 28

La empresa es el elemento clave para la creación de riqueza y empleo en cualquier economía. Su función principal es producir aquellos bienes y servicios que los individuos necesitan para satisfacer sus necesidades, y para ellos transforman una serie de factores productivos para obtener el bien o servicio final que demandarán los consumidores. Pero esta función, aparentemente solidaria, encierra el objetivo fundamental de cualquier empresa que es la obtención del máximo beneficio posible. (García, 2013) Pág. 13

14. Análisis del Entorno

La metodología empleada para revisar el entorno general es el análisis PEST, que consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la empresa, pero que pueden afectar a su desarrollo futuro. Nuestra recomendación es que la sociedad se convierta en una organización activa en cuanto a la exploración del entorno, vigilancia de las tendencias y anticipación de la posición de sus competidores en el futuro. En el análisis PEST definiremos cuatro factores clave que puedan tener una influencia directa sobre la evolución del negocio; dichos factores son: políticos, económicos, tecnológicos y sociales. (Pedros & Gutiérrez, 2012) pág. 34

15. Descripción general de la empresa La Eterna Juventud

Tabla 1: Descripción General de la Empresa "La Eterna Juventud"

Descripción general de la empresa	
Nombre de la empresa	La Eterna Juventud
Gerente propietario	Sr. Juan Marchena
Actividad económica	Producción y comercialización de alimentos
Estructura legal	Unipersonal
Financiamiento	Capital y financiado
Actividad principal	Producción y comercialización de panela en bloque y panela granulada
Ubicación	Vilcabamba, vía antigua a Quinara a 2 kilómetros en el barrio Cucanamá Bajo

Nota: Información General de la empresa

16. Plaza

La plaza es el lugar donde se vende nuestro producto en este caso panela granulada y panela en bloque, en las ciudades como Loja, Cuenca. Este es un negocio en donde se produce el producto y se lo comercializa en las distintas ciudades mencionadas anteriormente. La comercialización es muy importante ya que está directamente relacionado con el posicionamiento de las ventas para que el producto tenga acogida en el mercado y pueda llegar a los consumidores.

17. Metodología

La metodología de la investigación científica es un cuerpo de conocimiento consolidado en la actualidad a partir de todos los desarrollos generados a lo largo de todo el siglo XX. A diferencia de otros cuerpos de conocimiento que se hallan en permanente evolución (tecnológica, administración, economía, medicina, etc.), la metodología de la investigación (por ser la herramienta para desarrollar conocimiento) es más bien estable, convencional con criterios estandarizados y transversales que permiten que el conocimiento sea comunicable en diferentes campos disciplinares, contextos y regiones del planeta. (Rivero, 2008) pág. 14

17.1. Métodos de Investigación

Según (Delgado & Cervantes, 2010) menciona que la palabra investigación proviene del latín *investigare*, que significa seguir la huella, indagar, descubrir, buscar, etcétera. Se define como un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado, metódico y crítico, que conduce hacia el descubrimiento de hechos, datos, relaciones, leyes o verdades nuevas en cualquier campo del conocimiento humano. Pág. 7

Los métodos de investigación que se aplicaron en el proyecto son el método fenomenológico, método hermenéutico y método práctico cada uno de ellos ayudara a mejorar el estudio porque permite establecer contacto con la realidad y a su vez contribuyen al progreso de la lectura crítica.

17.2. Método Fenomenológico

El método fenomenológico es análisis del hecho llamado “constitución”, o análisis intencional; es intuición, pero, además, es reflexión. Pero antes de todo y como primer punto de partida debe ser definido como “vuelta a las cosas mismas”. Se puede comprender como un método que se basa en la intuición, es decir, en un tipo de conocimiento que nos pone directamente ante las cosas o situaciones: se puede comprender que sea análisis intencional, es decir, un análisis de lo intuitivo para describir todo lo que lo intuitivo implica. (Martín J. S., 2009)

Este método fenomenológico se utilizó en un análisis descriptivo en base a los temas de estudio, la fenomenología hace referencia a las experiencias vividas y cualidades en este caso por parte de la microempresa La Eterna Juventud.

17.3. Método hermenéutico

Según (Flores, 2018) menciona que Algunos, en lugar de llamar a esta fenomenología existencial, la llaman fenomenología hermenéutica, término que proviene del griego hermeneuein que significa “interpretar”. Pág.21

Este método es aquel que se va aplicar durante la investigación de conocimientos del problema en diferentes estudios los mismos que conllevan a interpretar y poder discutir los distintos resultados.

17.4. Método práctico proyectual

Según (MUNARI, 1983) “El método proyectual consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo”. Pág. 12

El método práctico proyectual se basa en las actividades que realiza la microempresa La Eterna Juventud ya que consiste en una serie de operaciones tales como los distintos procesos que la microempresa realiza para adquirir un producto de calidad y a su vez conseguir un máximo resultado.

18. Técnicas

18.1. Técnicas de investigación

Técnica es el sistema de supuestos y reglas que permite realizar algo. La diferencia entre el método y la técnica radica en que el primero es el proceso fundamental mediante el cual avanza toda ciencia, y técnica es la manera particular en que se emplea el método. (Guerrero) pág. 10

18.2. Recopilación bibliográfica

Para el proceso de investigación bibliográfica se debe contar con material informativo como libros, revistas de divulgación o de investigación científica, sitios Web y demás información necesaria para iniciar la búsqueda. La información se presenta en multitud de formatos, unos más accesibles, más reconocidos y mejor valorados “académicamente” que otros, entre estos: libros, revistas, actas de congresos, reportes técnicos, normas, tesis e Internet. Los libros son el punto de partida de cualquier investigación bibliográfica, pues proporcionan una buena base y una visión global del tema elegido. (Gómez-Luna, Fernando-Navas, Aponte-Mayor, & Betancourt-Buitrago, 2014)

19. Encuestas

La encuesta es un instrumento de captura de la información estructurado, lo que puede influir en la información recogida y no puede/debe utilizarse más que en determinadas situaciones en las que la información que se quiere capturar está en la población objeto de estudio. (Martín F. A., 2011)

La técnica de investigación que se va a utilizar en el presente proyecto de reestructuración de un plan de negocios para la empresa La Eterna Juventud será la encuesta la misma nos proporcionará información clara y precisa, esta técnica de investigación se aplicará a la parroquia Vilcabamba con un número de 350 encuestas según la proyección poblacional.

Para determinar el tamaño de la muestra o número de encuestados se aplicará a un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 5% lo cual se refleja en lo siguiente:

Fórmula:

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

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población donde está su segmento

Segmento: hombre y mujeres de la parroquia Vilcabamba (4478)

σ : Desviación estándar de la población 0,5%

Z: Valor obtenido durante niveles de confianza con el 95%

e: Limite aceptable de error maestral 5%

Cálculo:

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

$$n = \frac{4478 * 0,5^2 * 1,95^2}{(4478 - 1)0,05^2 + 0,5^2 * 1,95^2}$$

$$n = \frac{4478 * 0,25 * 3,8025}{(4478)(0,0025) + 0,25 * 3,8025}$$

$$n = \frac{4256,89875}{11,195 + 0,950625}$$

$$n = \frac{4256,89875}{12,145625}$$

$$n = 350$$

20. Resultados

Análisis de las Encuestas

1. Género

Tabla 2: Género

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	199	56,9%
Mujer	151	43,1%
TOTAL	350	100%

Nota: Encuesta aplicada en la parroquia Vilcabamba

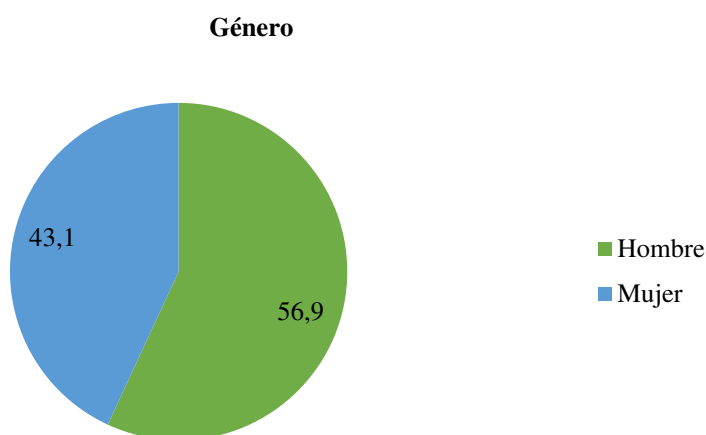


Ilustración 2: Género

Análisis Cuantitativo

Según los datos obtenidos de las encuestas aplicadas en la parroquia Vilcabamba se puede observar que los hombres cuentan con 56,9% por ciento y las mujeres con un porcentaje de 43,1%, en general se puede decir que la mayor parte de personas encuestadas fueron hombres.

Análisis Cualitativo

Según la información obtenida de las encuestadas realizadas se puede observar que la mayoría de personas encuestadas fueron hombres considerando como característica el rol que cumplen en cada uno de sus hogares y por otro lado con un menor porcentaje de las personas encuestadas hace referencia a la variable Mujeres.

2. Edad

Tabla 3: Edad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
12 a 18 años	27	7,7%
19 a 24 años	133	38%
25 a 34 años	136	38,9%
35 o más años	54	15,4%
TOTAL	350	100%

Nota: Encuesta aplicada en la parroquia Vilcabamba

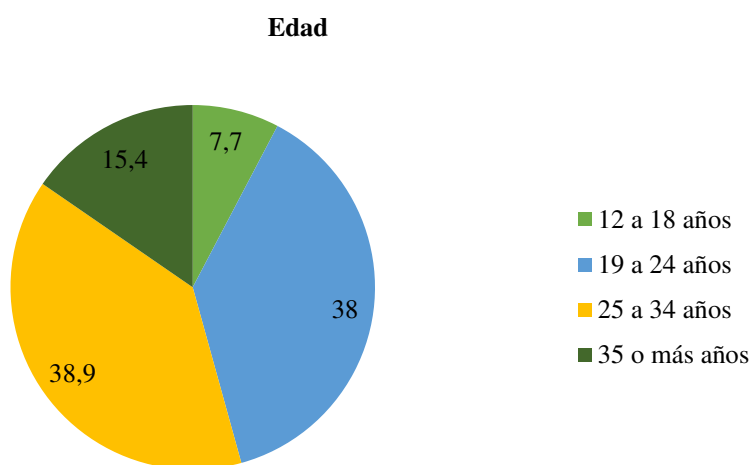


Ilustración 3: Edad

Análisis Cuantitativo

Mediante la encuesta efectuada el 7,7% corresponde de 12 a 18 años, con un 38% de 19 a 24 años, de 25 a 34 con un 38,9% y con un 15,4% de 35 o más años considerando el mayor porcentaje a la edad de las personas que fueron encuestadas es de 25 a 34 años con un porcentaje de 38,9 por ciento.

Análisis Cualitativo

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas una de las características que se puede destacar es la edad ya que la mayoría de las personas encuestadas fueron de 25 a 34 años seguido de las personas de 18 a 24 años.

3. Usted adquiere productos de la empresa La Eterna Juventud

Tabla 4: Usted adquiere productos de la empresa La Eterna Juventud

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Panela en Bloque	187	58,6%
Panela Granulada	163	41,4%
TOTAL	350	100%

Nota: Encuesta aplicada en la parroquia Vilcabamba

Usted adquiere productos de la empresa La Eterna Juventud

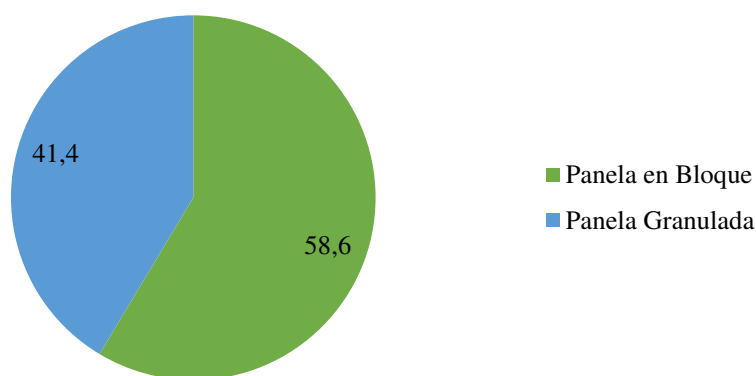


Ilustración 4: Usted adquiere productos de la empresa La Eterna Juventud

Análisis Cuantitativo

La muestra indica que el 58,9% adquieren panela en bloque y el 41,4% adquiere panela granulada teniendo una mayoría de personas encuestadas prefieren panela en bloque.

Análisis Cualitativo

Según la información obtenida de las encuestadas se puede observar que la mayoría de los consumidores adquieren panela en bloque mientras que el resto de los consumidores desean adquirir panela granulada, esto se debe a que cada producto cuenta con características diferentes como su nombre mismo lo indica.

4. La presentación de los productos que ofrece la empresa La Eterna Juventud a su criterio es:

Tabla 5: La presentación de los productos que ofrece la empresa La Eterna Juventud a su criterio es:

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	266	76%
Regular	73	20,9%
Malo	11	3,1%
TOTAL	350	100%

Nota: Encuesta aplicada en la parroquia Vilcabamba

La presentación de los productos que ofrece la empresa La Eterna Juventud a su criterio es:

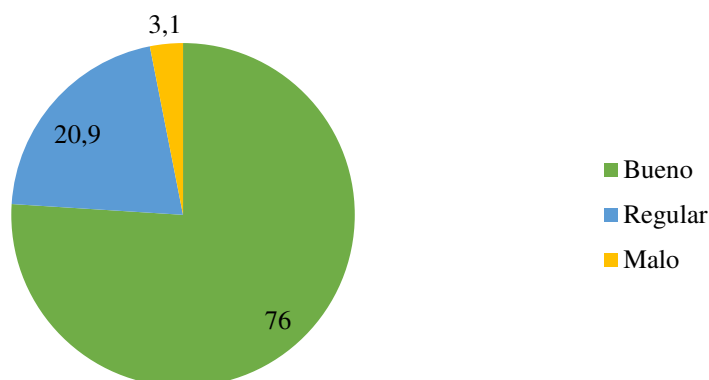


Ilustración 5: La presentación de los productos que ofrece la empresa La Eterna Juventud a su criterio es:

Análisis Cuantitativo

Según los datos obtenidos de las encuestas nos muestra que el 76% del producto es bueno siendo este el mayor porcentaje, con un 20,9% nos indica que es regular y con un 3,1% corresponde a que el producto es malo, determinando según los datos obtenidos con un 76% que el producto que ofrece la empresa La Eterna Juventud es bueno.

Análisis Cualitativo

Según la información obtenida de las encuestas una de las características que tiene la empresa La Eterna Juventud es la presentación de cada uno de los productos que ofrece la empresa a los consumidores.

5. Considera usted que el logo de empresa La Eterna Juventud plasma los colores y gráficos adecuados para su apreciación.

Tabla 6: Considera usted que el logo de empresa La Eterna Juventud plasma los colores y gráficos adecuados para su apreciación.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	311	88,9%
NO	39	11,1%
TOTAL	350	100%

Nota: Encuesta aplicada en la parroquia Vilcabamba

Considera usted que el logo de empresa La Eterna Juventud plasma los colores y gráficos adecuados para su apreciación.

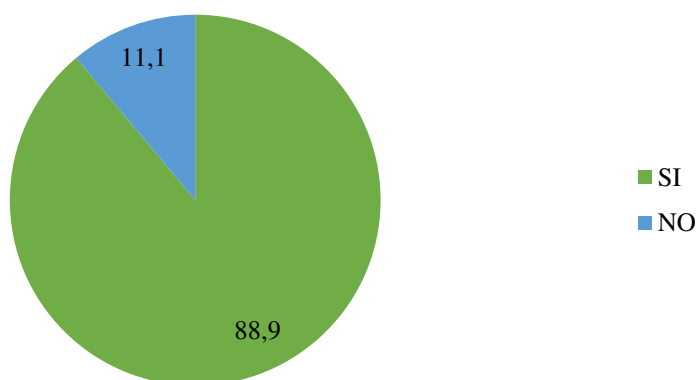


Ilustración 6: Considera usted que el logo de empresa La Eterna Juventud plasma los colores y gráficos adecuados para su apreciación

Análisis Cuantitativo

El 88,9% de las personas encuestadas SI consideran que el logo de la empresa La Eterna Juventud plasma los colores y los gráficos adecuados para su apreciación y el 11,1% NO considera que el logo de la empresa es adecuado para su apreciación.

Análisis Cualitativo

Según los datos obtenidos de las personas encuestas se puede observar que una de las cualidades con las que cuenta la empresa La Eterna Juventud es la buena apreciación de los colores y gráficos de logo de la empresa.

6. Le gustaría una nueva imagen del producto.

Tabla 7: Le gustaría una nueva imagen del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	288	82,3%
NO	62	17%
TOTAL	350	100%

Nota: Encuesta aplicada en la parroquia Vilcabamba

Le gustaría una nueva imagen del producto.

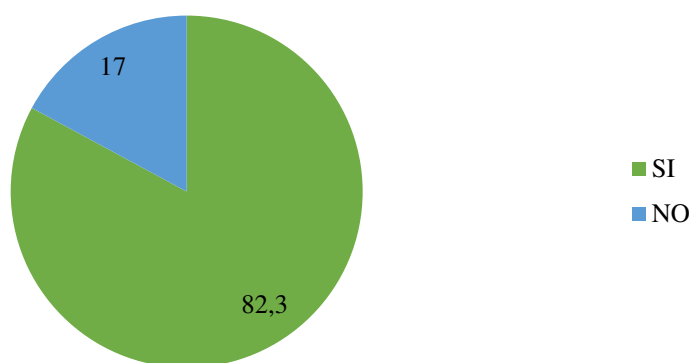


Ilustración 7: Le gustaría una nueva imagen del producto

Análisis Cuantitativo

Mediante la encuesta se observa que el 82,3% SI le gustaría una nueva imagen del producto y el 17% NO le gustaría una nueva imagen de la misma.

Análisis Cualitativo

De la información obtenida de las encuestas se puede observar que la mayoría de personas les gustaría apreciar una nueva imagen del producto considerando que esto es una característica muy importante que debe tener la empresa La Eterna Juventud.

7. Considera usted que la calidad del producto de la empresa La Eterna Juventud es:

Tabla 8: Considera usted que la calidad del producto de la empresa La Eterna Juventud es:

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	279	79,7%
Regular	58	16,6%
Malo	13	3,7%
TOTAL	350	100%

Nota: Encuesta aplicada en la parroquia Vilcabamba

Considera usted que la calidad del producto de la empresa La Eterna Juventud es:

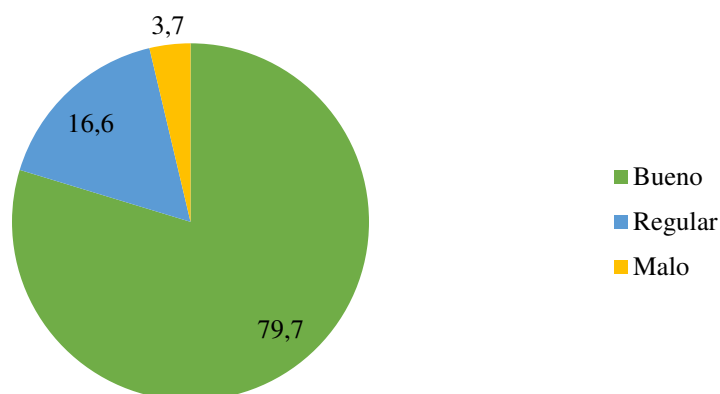


Ilustración 8: Considera usted que la calidad del producto de la empresa La Eterna Juventud es:

Análisis Cuantitativo

El 79,7% de los encuestados opina que el producto de la empresa La Eterna Juventud es bueno siendo considerado el mayor porcentaje, con un 16,6% de las personas encuestadas dicen que es regular y el 3,7% opinan que es malo. En general se podría decir que la mayoría de personas encuestadas consideran que la calidad del producto es bueno.

Análisis Cualitativo

De las encuestas realizadas se puede analizar que una de las cualidades con las que cuenta el producto que ofrece la empresa La Eterna Juventud es la calidad.

8. Con qué frecuencia consume usted panela

Tabla 9: Con qué frecuencia consume usted panela

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
3 o 2 veces por semana	121	34,6%
1 vez por semana	91	26%
1 vez cada 15 días	78	22,3%
1 vez al mes	38	10,9%
1 vez cada dos meses	16	4,6%
1 vez cada tres meses	6	1,7%
TOTAL	350	100%

Nota: Encuesta aplicada en la parroquia Vilcabamba

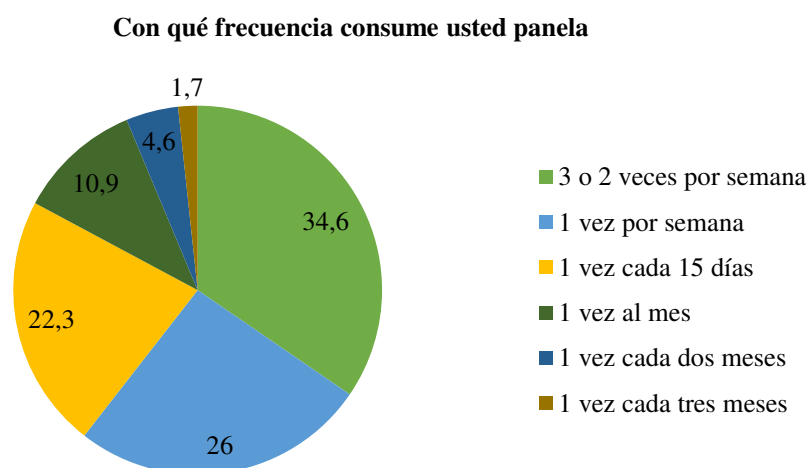


Ilustración 9: Con qué frecuencia consume usted panela

Análisis Cuantitativo

Según los datos obtenidos de las encuestas podemos determinar la frecuencia del consumo de panela, con un 34,6% de las personas encuestadas consumen 3 o 2 veces por semana, mientras que el 26% consume 1 vez por semana, el 22,3% 1 vez cada 15 días, seguido del 10,9% consumen 1 vez al mes, el 4,6% representa 1 vez cada dos meses y apenas el 1,7% consume 1 vez cada tres meses.

Análisis Cualitativo

De los datos obtenidos por las personas encuestadas se puede observar que la frecuencia con la que los consumidores adquieren panela de la empresa La Eterna Juventud es de 3 o 2 veces por semana.

9. Qué cantidad le gustaría adquirir de panela en bloque

Tabla 10: Qué cantidad le gustaría adquirir de panela en bloque

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
½ libra	76	17%
1 Libra	120	38,1%
3 Libras	81	24,7%
4 Libras	50	12,8%
1 Kilo	23	7,4%
TOTAL	350	100%

Nota: Encuesta aplicada en la parroquia Vilcabamba

Qué cantidad le gustaría adquirir de panela en bloque

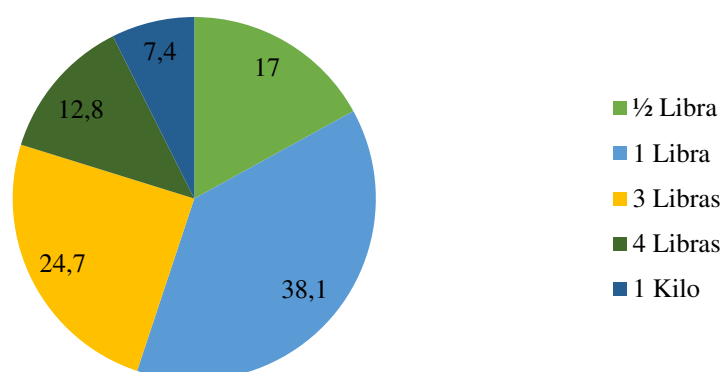


Ilustración 10: Qué cantidad le gustaría adquirir de panela en bloque

Análisis Cualitativo

De las personas encuestadas se puede observar que la mayoría desean adquirir 1 libra de panela en bloque debido a las características que posee la misma tales como el precio y tamaño.

Análisis Cuantitativo

Los datos demuestran que el mayor porcentaje está en aquellas personas que les gustaría adquirir panela de 1 libra, que representa el 38,1%, seguido del 24,7% prefiere de 3 libras, mientras que el 12,8% le gustaría adquirir panela de 4 libras, el 7,4 prefiere de 1 kilo y por último el 17% corresponde a ½ libra.

9. Qué cantidad le gustaría adquirir de Panela Granulada

Tabla 11: Qué cantidad le gustaría adquirir de Panela Granulada

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
½ Kilo	161	42,2%
1 Kilo	189	57,8%
TOTAL	350	100%

Nota: Encuesta aplicada en la parroquia Vilcabamba

Qué cantidad le gustaría adquirir de Panela Granulada

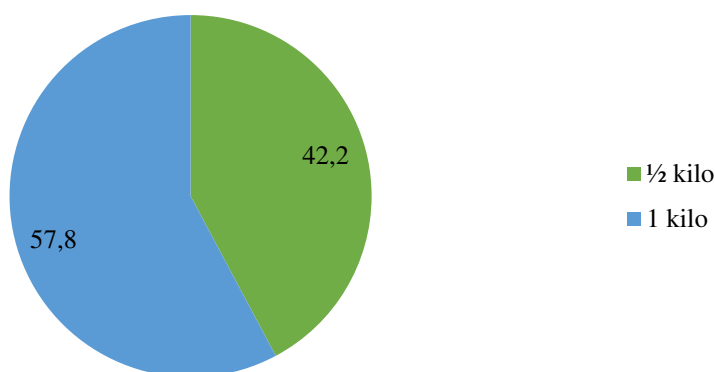


Ilustración 11: Qué cantidad le gustaría adquirir de Panela Granulada

Análisis Cuantitativo

Según los datos obtenidos se puede observar que la mayoría de personas encuestadas les gustaría adquirir ½ kilo de panela granulada mientras que el 3,2% prefieren adquirir 1 kilo de panela granulada.

Análisis Cualitativo

Según los datos recolectados se observó que la cantidad que desean adquirir de panela granulada es la de ½ kilo siendo esta considerada la más accesible para el consumidor de panela granulada.

10. Qué características son más importantes para Ud. en este producto

Tabla 12: Qué características son más importantes para Ud. en este producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	114	24,6%
Empaque	49	14,6%
Facilidad de uso	38	13,5%
Contenido Nutricional	86	22,6%
Concentración del endulzante	46	14%
Disponibilidad en el mercado	17	10,7%
TOTAL	350	100%

Nota: Encuesta aplicada en la parroquia Vilcabamba

Qué características son más importantes para Ud. en este producto

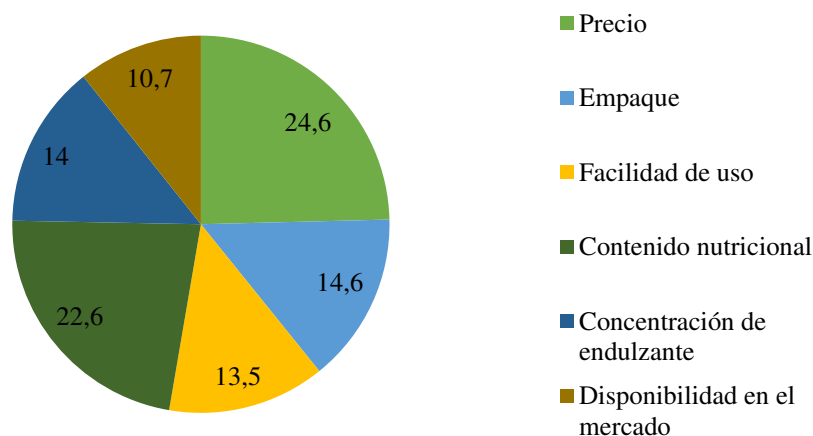


Ilustración 12: Qué características son más importantes para Ud. en este producto

Análisis Cuantitativo

De las encuestas realizadas las características que consideran más importantes son el precio con un 24,6% seguido del 22,6% que representa el contenido nutricional, mientras que el 14,6% corresponde al empaque, seguido del 14% que corresponde a la concentración del endulzante, seguido del 13,5% que representa la facilidad de uso y por último el 10,7% que corresponde a la disponibilidad en el mercado.

Análisis Cualitativo

Se puede observar que una de las características más importantes es el precio tomando en cuenta que es mismo debe ser accesible acorde a las necesidades de cada consumidor.

11. En dónde le gustaría adquirir el producto

Tabla 13: En dónde le gustaría adquirir el producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	112	33,9%
Mercado	103	30,6%
Supermercados	135	35,5%
TOTAL	350	100%

Nota: Encuesta aplicada en la parroquia Vilcabamba

En dónde le gustaría adquirir el producto

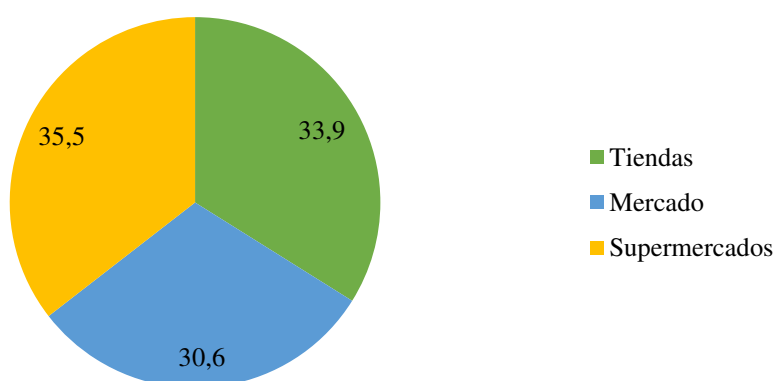


Ilustración 13: En dónde le gustaría adquirir el producto

Análisis Cuantitativo

Según los datos obtenidos se puede determinar con un mayor porcentaje que las personas encuestadas les gustaría adquirir el producto en los supermercado con 35,5%, mientras que el 33,9% prefieren adquirir el producto en las tiendas y finalmente el 30,6% corresponde a las personas que les gustaría adquirir el producto en el mercado.

Análisis Cualitativo

Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas optaron por adquirir google el producto que ofrece la empresa La Eterna Juventud en los supermercados debido a que es más económico ya que en mismo realiza ventas al por mayor y menor.

21. Propuesta de acción

21.1. Estudio de Mercado

22. Segmentación

22.1. Geográfica:

- **País:** Ecuador
- **Ciudad:** Loja
- **Provincia:** Loja-Parroquia Vilcabamba

22.2. Sociodemográfica:

- **Sexo:** Femenino y Masculino
- **Edad:** Dirigido al público en general
- **Profesión:** Indistinta

22.3. Psicográfica:

- **Estilo de Vida:** La empresa está encaminada a todas las personas que optan por consumir un endulzante natural como es la panela.
- **Economía:** Su actividad económica está dirigida a todas las personas sin preferencia de clase social, tomando en cuenta que los precios son accesibles.
- **Demanda:** En la demanda de un determinado producto influyen muchos factores; unos cuantificables, como la renta percibida por el consumidor, el precio del producto, los precios de otros productos sustitutos o complementarios, etc. (Pozas) Párr. 1
- **Oferta:** Es la capacidad de servicio existente y está relacionado al problema identificado, expresada en la misma unidad de medida que la demanda. (Valencia, 2011) pág.3

- **Competencia:** La competencia en un mercado es la lucha por la clientela. Hay competencia cuando se puja por ofrecer lo mismo o algo que lo puede reemplazar. Esta lucha debe realizarse dentro de ciertas partes para ser leal. (Otamendi)

Tabla 14: Competencia

N	Empresa	Dirección
1	ILE	Loja-Ecuador
2	Luna Miel	Cuenca-Ecuador
3	Caña Panela	Cuenca-Ecuador
4	Valdez	Milagro-Ecuador
5	Abeja Kapira	Pacto-Ecuador
6	La Abejita	Loja-Ecuador

Nota: Competencia directa de la empresa La Eterna Juventud

- **Análisis de la competencia:** Las marcas buscan un camino en el mercado acercándose a la producción de alimentos naturales, poco procesados, de origen vegetal y sobre todo de un proceso responsable con la naturaleza y el medio ambiente que es lo que el consumidor busca. (ECUADOR, 2020)
La ventaja de la empresa “La Eterna Juventud” es que no solo se dedica a producir panela en bloque sino también panela granulada tomando en cuenta que hay una gran variedad de tamaños en el producto y a su vez haciendo énfasis en la calidad del producto, otra de las ventajas con la que cuenta esta empresa es que cuenta con su respectivo registro sanitario y con su etiqueta también está en condiciones de producir a gran escala.
- **Matriz FODA:** El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson (1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas. (Talancón, 2006)

Tabla 3: Análisis FODA

MATRIZ FODA A LA MICROEMPRESA “ LA ETERNA JUVENTUD”	
ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Calidad y buen sabor del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuda del gobierno en tiempos de pandemia
<ul style="list-style-type: none"> • Abastecimiento de materia prima 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un producto natural y nutritivo
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un producto de primera necesidad para el consumidor
<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación directa con el personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de una página web
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores confiables 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa no tiene definido las funciones
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con el personal adecuado 	<ul style="list-style-type: none"> • Producción a gran escala
<ul style="list-style-type: none"> • Buena presentación en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas que apoyan a la pequeña empresa
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No es un producto nuevo en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de precios en la materia prima
<ul style="list-style-type: none"> • Precios altos por la materia prima 	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas fiscales agresivas.
<ul style="list-style-type: none"> • Empaques costosos 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de nueva Competencia.
<ul style="list-style-type: none"> • No se ha realizado antes un estudio de mercado, benchmarking y un plan de marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos sustitutos a bajo precio.
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa no tiene definido las funciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Crisis Sanitaria
<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con promociones 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad económica.
<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con una implementación de contabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgos de incendio en verano

Nota: Análisis FODA de la empresa La Eterna Juventud

- **Estrategia comercial:** Permite un mejor posicionamiento del producto también crean y emplean el mercado objetivo.

Estrategias de Porter

Liderazgo en costes: Disminuir costos de producción, mantener precios competitivos.

Estrategias de diferenciación: Buena calidad del producto, buena presentación e imagen, empaque, etiqueta.

Estrategias de enfoque o segmentación: Desarrollar y sostener alianzas estratégicas con los principales actores del sector de supermercados, bodegas y venta de productos de consumo masivo. Implementar estrategias de promoción y publicidad para mantener el posicionamiento de la empresa. Uso de herramientas tecnológicas para que la empresa sea más competitiva.

(Ucha, s.f.)

23. Plan de comercialización (Marketing Mix)



Ilustración 14: Productos de la empresa La Eterna Juventud

Panela en Bloque

½ Libra

1 Libra

3 Libras

4 Libras

1 Kilo

Panela Granulada

½ Kilo

1 Kilo

23.1. Etiqueta



Ilustración 15: Etiquetas de la empresa La Eterna Juventud

23.2. Logotipo



Ilustración 16: Logotipo de la empresa La Eterna Juventud

- **Nombre comercial:** Empresa “La Eterna Juventud”

Descripción de la marca: Es un logotipo por el hecho de ser un diseño gráfico que representa la identidad visual de la marca acompañado de texto visible que personifica el objetivo de la empresa, utilizando colores como verde oscuro, verde claro que representan la caña de azúcar y las distintas líneas gráficas, el amarillo representa la

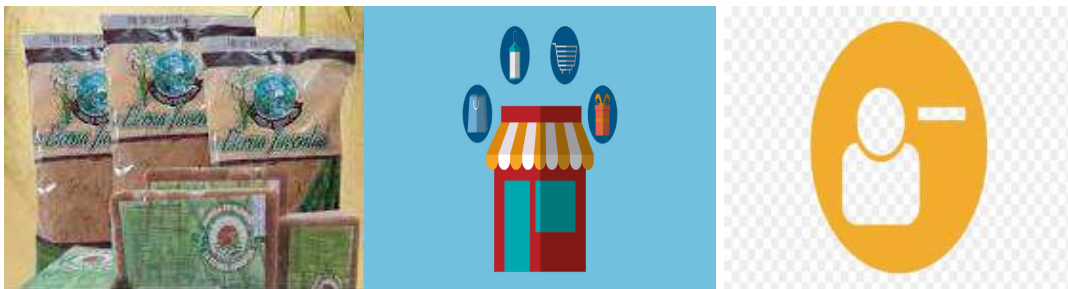
originalidad del producto, el blanco representa la calidad y da una mejor apreciación, el café rojizo en el borde de las letras muestra una buena visualización del texto.

Precio: Esencialmente, para la fijación de precios que establece la microempresa “La Eterna Juventud” se toman en cuenta los factores como: costos variables y los costos fijos que se utilizan para la producción, la competencia y la calidad del producto.

Plaza: Es el lugar donde se vende el producto en este caso panela granulada y panela en bloque, en las ciudades como Loja, Cuenca. Este es un negocio en donde se realiza la elaboración del producto y se lo comercializa en las distintas ciudades mencionadas anteriormente. La comercialización es muy importante ya que está directamente relacionado con el posicionamiento de las ventas para que el producto tenga acogida en el mercado y pueda llegar a los consumidores.

Canal Selectivo

Producto \Longrightarrow Intermediario \Longrightarrow Cliente Final



24. Estudio Técnico

24.1. Reingeniería del Proyecto PARTE EXTERNA



Ilustración 17: Evidencia fotográfica - Parte externa de la empresa La Eterna Juventud



Ilustración 18: Evidencia fotográfica - Parte externa de la empresa La Eterna Juventud

- Ubicación Vilcabamba, Barrio Cucanamá Bajo, vía antigua Quinara cerca de la escuela fiscal Macará.
- En primera instancia se puede observar una vía de acceso que permite ingresar la materia prima en su respectivo medio de transporte.
- Luego podemos observar el área donde se descarga y se realiza la extracción del jugo de caña.
- En la parte externa de la empresa también se puede visualizar el lugar donde se almacena el bagazo el mismo que es utilizado para la cocción de jugo de caña.
- En la parte externa de la empresa cuenta con la área de batería sanitaria.

Parte Interna

- Por dentro se encuentra el área de producción, donde se realiza la elaboración de la panela en bloque y panela granulada. Cerca del área de producción cuenta con un espacio pequeño para almacenar la panela granulada.
- En el área de envasado y empaçado cuenta con una mesa grande y espacio para almacenar la panela en bloque, en esta área también se encuentran las respectivas maquinas utilizadas por el Dep. de envasado y empaçado del producto.
- Cuenta con un pequeño espacio donde se procede a moler y cernir la panela granulada.
- También cuenta con una bodega para el almacenamiento de productos terminados.

24.2. Requerimiento para la producción Maquinaria

- Camión Hino
- Tractor
- Trapiche industrial mecanizado por un motor eléctrico trifásico con 15 caballos de fuerza (extracción del jugo de caña)
- Molino eléctrico (panela granulada)

- Máquina Tunnel Termoselladora (para panela en bloque, material de poliolefina)
- Elevador Eléctrico para descargar el camión
- Máquinas selladoras verticales (panela en bloque) 2 grandes y 2 medianas
- Máquina selladora codificadora (panela granula, coloca la respectiva fecha de elaboración, expedición y precio)
- Transportador de palet
- Balanza
- Balanza digital
- Cosedora de saquillos
- Batidora

Materiales Directos

- Un juego de tinas de acero inoxidable
- Tina para batir de acero inoxidable
- Tina para el lavado de las paneleras de acero inoxidable
- Tina para almacenar el jugo de caña
- Tina para almacenar la balsa de acero inoxidable
- Paneleras
- Pailas de acero inoxidable
- Balde de acero inoxidable

Materiales Indirectos

- Mesa de acero inoxidable
- Cernidor
- Recipiente para transportar panela Granulada
- Cajas de Cartón
- Rollo de Poliolefina
- Saquillos Blancos
- Etiquetas
- Empaque para granulada
- Galón de cola

- Hilo para coser saquillos
- Hilo para amarrar saquillos
- Cinta de embalaje
- Cucharón metálico para pesar

Mano de obra directa

- Personas encargadas del corte de la materia prima
- Personas encargadas en el Dep. de producción

Materia Prima

- Caña de Azúcar
- Balza
- Cal Alimenticia

24.3. Requerimiento para la comercialización

Materiales

- **Cajas de cartón:** cabe recalcar que las cajas de cartones de la empresa La Eterna Juventud tienen el respectivo nombre de la misma y a su vez hay varios tamaños de cartones según sea el producto que se va a empacar, es decir; si es panela en bloque de 1/2 libra, 1 libra, 3 libras, 4 libras, de 1 kilo o también si es panela granulada de ½ kilo o 1 kilo.



- Rollo de Poliolefina



- Etiquetas



- Saquillos blancos



- Empaque panela granulada



- Galón de cola
- Hilo para coser saquillos
- Hilo para amarrar saquillos
- Cinta de embalaje
- Cucharón metálico utilizado para pesar

Mano de obra indirecta

- Personas en cargadas del envasado y empacado
- Personas encargadas en la comercialización

Requerimiento para la administración.

Equipos de seguridad

- Señalética de seguridad
- Extintor
- Guantes

Materiales de aseo

- Escoba
- Recogedor
- Trapeador
- Líquido para trapear
- Franelas

- Jabón líquido de mano
- Papel higiénico

24.4. Requerimiento de talento humano o personal

- **Representante Legal y Administrador:** Sr. Juan Marchena
- **Contadora:** Leidi Quevedo
- **Vendedor:** Sr. Juan Marchena

Distribución de la planta



Ilustración 19: Distribución de la planta

Localización de la planta

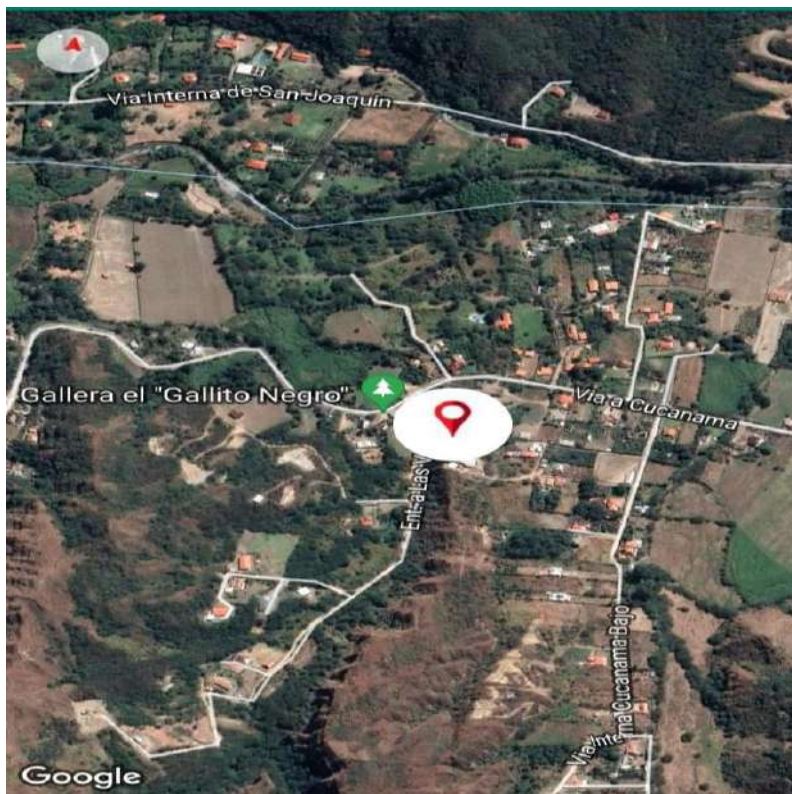


Ilustración 20: Localización de la planta

Capacidad utilizada o real

- **Capacidad utilizada:** Es la máxima de producción que realiza la empresa La Eterna Juventud esto se puede lograr durante un periodo de tiempo determinado tomando en consideración todos los recursos disponibles
- **Capacidad utilizada o real:** Es la producción real conseguida en un tiempo determinado.

Tabla 15: Capacidad real en días mujeres

Días de la semana	DÍAS (Mujeres)	
	Días al mes	Días al año
5	20	240

Nota: Información propietario de la empresa La Eterna Juventud

Tabla 16: Capacidad real en días hombres

DÍAS (Hombres)			
Nota: realizan su trabajo por tareas, cada tarea tiene 4 cochas y en el día realizan 7cochas.			
Tareas	Días de la semana	Días al mes	Días al año
7	5	20	240

Nota: Información propietario de la empresa La Eterna Juventud

Tabla 17: Capacidad utilizada – tiempo mujeres

TIEMPO (Mujeres)		
8 horas al día		8 x 60 min
		480 minutos al día
Talento humano	Tiempo de producción	Tiempo disponible al día
3	1440min	1440min

Nota: Información propietario de la empresa La Eterna Juventud

Tabla 18: Capacidad utilizada – tiempo hombres corte de caña

TIEMPO (hombres)		
Nota: corte de caña		
8 horas al día		8 x 60 min
		480 minutos al día
Talento humano	Tiempo de producción	Tiempo disponible al día
6	2880min	2880min

Nota: Información propietario de la empresa La Eterna Juventud

Tabla 19: Capacidad utilizada – tiempo hombres producción

TIEMPO (hombres)		
Nota: producción		
Trabajan por tareas		
Talento humano	N. de Tareas	N. de tareas al día
3	7	7

Nota: Información propietario de la empresa La Eterna Juventud











Tabla 20: Capacidad utilizada – tiempo hombres ventas

TIEMPO (hombres)		
Nota: ventas		
Por viaje		
Talento humano	Por Viaje	Viaje a la semana
2	1	1

Nota: Información propietario de la empresa La Eterna Juventud

Diagrama de Proceso

Tabla 21: Diagrama de proceso

Diagrama del proceso de comercialización de la empresa La Eterna Juventud								
Fases	Operación	Almacenamiento	Inspección	Transporte	Comercialización	Entrega	Descripción del proceso	Tiempo en minutos
1						OP1	Almacenamiento y conteo de los productos	120
2						OP1	Control de calidad	30
3						OP2	Enfundar con su respectivo envase (panela en bloque, panela granulada)	240
4						OP1	Sellar empaque y revisar que las fundas se encuentren bien selladas	60
5						OP2	Sello de precio y codificación	60
6						OP2	Empacado y conteo del producto	60
7						OP2	Subir la carga en el vehículo de comercialización	45
8						OP1	Comercialización	1 a 2 días
9						OP2	Control de calidad	30
10						OP1	Entrega	210
TOTAL								855min

Nota: Información propietario de la empresa La Eterna Juventud, la comercialización no está tomada en cuenta en el total.

25. Estudio Organizacional

25.1. Filosofía

- **Misión:** Ser una empresa líder en el mercado, consiguiendo así satisfacer las expectativas de nuestros clientes al brindar un producto que contribuye a mantener una buena salud.
- **Visión:** Comercializar el producto y posicionarlo a nivel nacional satisfaciendo las máximas exigencias de nuestro mercado, manejando tecnología de punta y brindando un producto de excelencia y calidad, lo que permitirá lograr altos márgenes de rentabilidad.

Valores

- Responsabilidad
- Respeto
- Competitividad
- Honestidad
- Transparencia
- Puntualidad.

26. Políticas

26.1. Políticas para el producto

- a) Cumplir con las responsabilidades específicas en la fabricación del producto especialmente con la calidad del producto ya que gracias a la marca registrada y la calidad el producto puede ser diferenciado.
- b) Cumplir con las responsabilidades específicas del puesto que se le ha asignado.
- c) Buena la comercialización y atención al cliente.
- d) Mejoramiento continuo en el proceso y desempeño de cada trabajo.
- e) Cumplir a cabalidad con la tarea asignada diariamente en cada departamento o superar la misma, para reconocer su eficiencia y eficacia en su labor.

26.2. Políticas para la administración

- a) Cumplir con todas las reglas establecidas en la empresa La Eterna Juventud, no solo en la hora de llegada sino también en las tareas encomendadas.
- b) Planificar semanalmente lo que se va a realizar en cada uno de los departamentos de la empresa.
- c) Evitar desperdicios de materia prima y de otros materiales que se utilicen para todo el proceso de producción y comercialización.
- d) Tener una actitud positiva al momento de realizar cada una de sus actividades asignadas.
- e) Elevar constantemente sus conocimientos profesionales.

27. Acta Constitutiva

27.1. Acta Constitutiva.

Según la información brindada por el SRI la empresa La Eterna Juventud inicia sus actividades el 12 de marzo del 2007.

Una vez analizados todos los asuntos relacionados con la empresa se da paso a la estructuración del negocio, la misma que se traduce en los siguientes puntos:

- **Razón social:** Juan Octavio Marchena Jaramillo
- **Título de Marca:** La Eterna Juventud
- **Domicilio:** Barrio Cucanamá Bajo, vía Quinara frente a la escuela Fiscal Macará.
- **Capital social:** Contará con capital propio.
- **Objetivo social:** Producción y comercialización de panela en bloque y panela granulada.

Representante legal Juan Marchena con número de cédula 1103157697.

27.2. Permisos de funcionamiento:

- RUC
- Permiso de Funcionamiento
- Patente Municipal
- Permiso de Bomberos
- Ficha ambiental
- Título de marca
- Categoría de la empresa microempresa
- Registro sanitario
- Certificación de calidad Inen

28. Estructura Organizacional

28.1. Organigrama Funcional

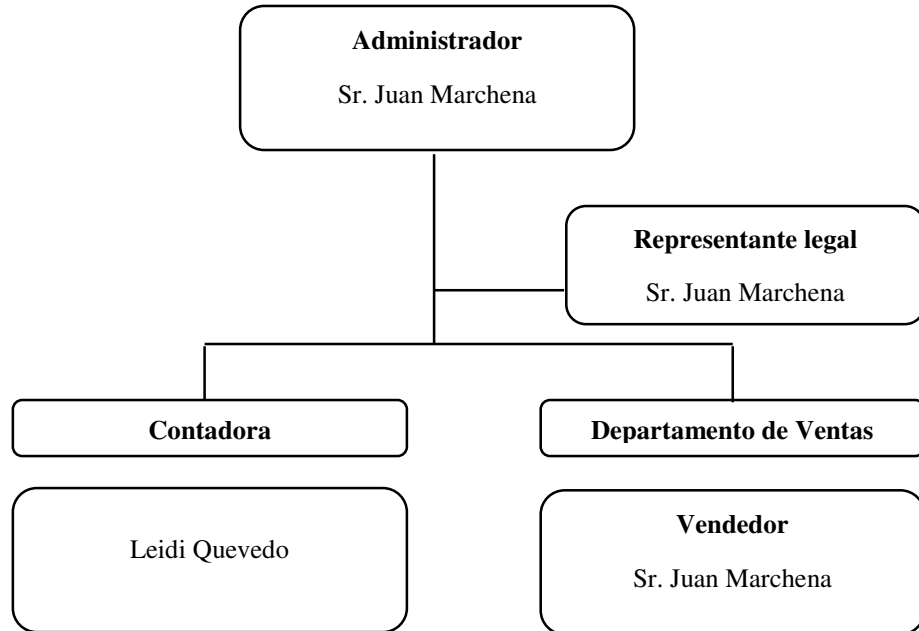


Ilustración 21: Organigrama funcional de la empresa

28.2. Organigrama Posicional

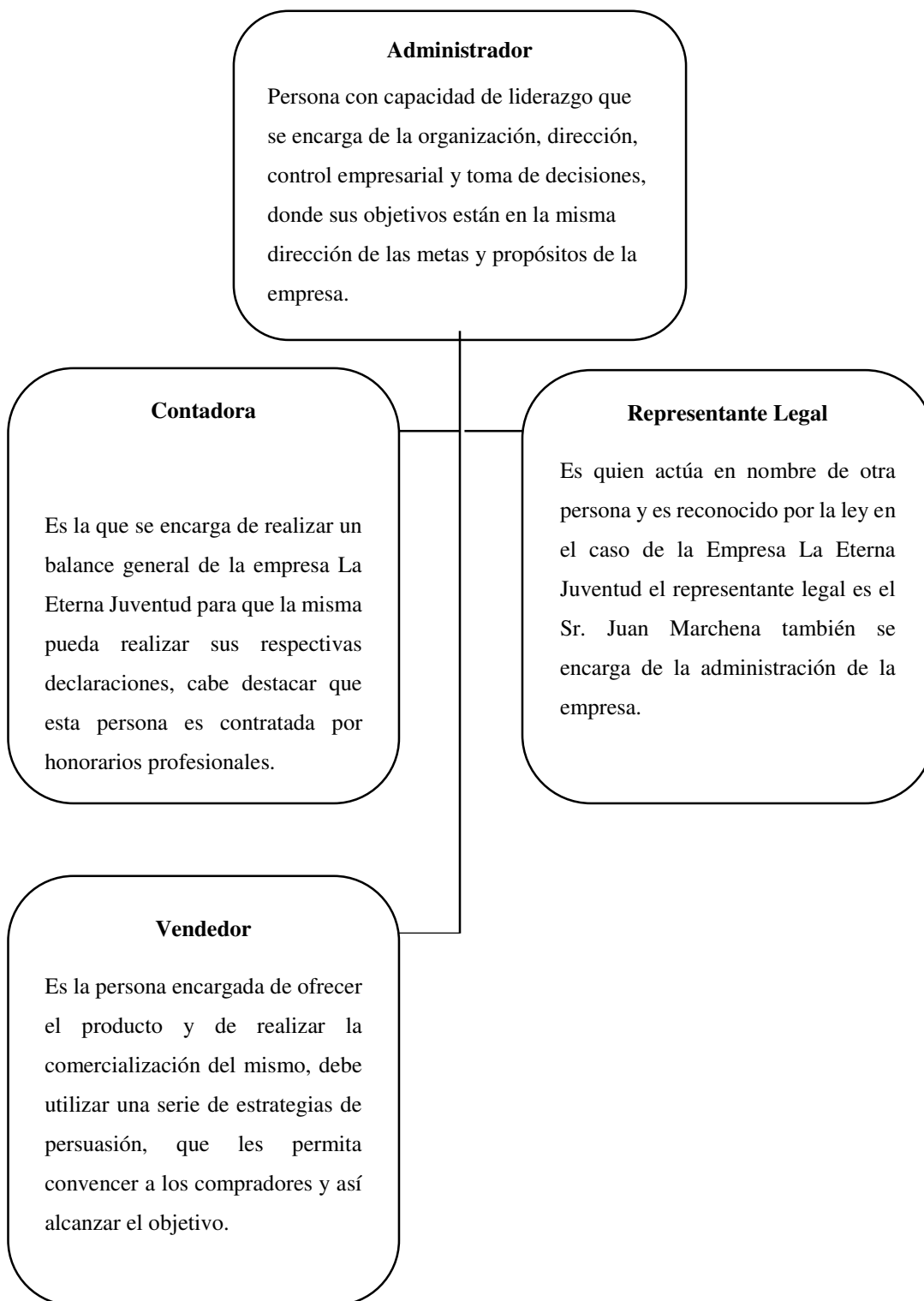


Ilustración 22: Organigrama posicional de la empresa La Eterna Juventud

29. Manual de Funciones

Tabla 22: Manual de funciones - Administrador



DEPENDENCIA

CARGO: Administrador

FUNCIONES GENERALES:

Es el responsable de supervisar cada una de las actividades que se realizan en la empresa.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

Se encarga de realizar una planeación y organización de las actividades cotidianas de la empresa.

Supervisa las actividades internas en el Dep. de producción y en el Dep. de envasado y empaclado

Controla que el trabajo se esté haciendo correctamente y que no haya desperdicio de materia prima o de otros materiales necesarios para la comercialización.

Tiene la capacidad de tomar decisiones en beneficio de la empresa.

REQUISITOS:

Tener capacidad de liderazgo.

Conocimiento de todas las actividades que se realizan en la empresa.

Tener la capacidad de tomar decisiones.

EXPERIENCIA

Experiencia de 4 años como mínimo en la que le permita realizar la toma inmediata de decisiones en circunstancias que lo ameriten.

Tabla 23: Manual de funciones - Contadora

DEPENDENCIA

CARGO: Contadora

FUNCIONES GENERALES:

- Recopilar información y elaborar un registro contable de la empresa.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Elaborar estados financieros para la empresa.
- Realizar las respectivas declaraciones.
- Elaborar presupuestos.
- Asesorar en materia financiera, tales como mejoras para su negocio y realizar reducción de costos.

REQUISITOS:

- Formación académica de tercer nivel.
- Experiencia en asesor tributario.
- Capacitaciones en el manejo de Excel y sistemas contables.

EXPERIENCIA (4 años)

- Diseña gestiona y ejecuta los procesos contables de la empresa.
 - Analiza la información de cada proceso contable de la empresa.
 - Formar parte de las decisiones gerenciales, en base a la interpretación de la información contable y financiera.
-

Tabla 24: Manual de funciones - Vendedor

DEPENDENCIA

CARGO: Vendedor(a)

FUNCIONES GENERALES:

- Tener Conocimiento de los productos que ofrece la empresa y del mercado competitivo
-

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Descubrir nuevos sectores, establecer contacto previo con el cliente acorde a sus necesidades.
 - Fidelizar a los clientes, es decir, esforzarse en establecer una venta.
 - Diseñar estrategias que permitan alcanzar metas en ventas.
 - Obtener nuevos distribuidores.
-

REQUISITOS:

- Determinación y actitud, confianza en sí mismo, en lo que vende.
 - Tener la capacidad de poder conectar con el cliente.
 - Elaborar y comunicar reportes de las ventas realizadas mensualmente.
-

EXPERIENCIA

- Demostrar compromiso, determinación y entusiasmo al momento de realizar las ventas
 - Excelente comunicador.
 - Alto nivel de servicio al cliente.
-

Tabla 25: Manual de funciones - Representante Legal

DEPENDENCIA

CARGO: Representante Legal

FUNCIONES GENERALES:

- Ejerce la facultad de ocuparse del negocio y de las distintas obligaciones y derechos que posee la empresa.
-

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Tener conocimiento en materia legal para la buena administración del negocio.
 - Coordina con las distintas actividades dentro y fuera de la empresa.
 - Realiza la elaboración y revisión de las distintas actividades realizadas por el gerente o administrador.
 - Se encarga de elaborar y revisar los actos jurídicos.
-

REQUISITOS:

- Formación académica de tercer nivel.
- Título profesional en derecho.
- Tener ganados el 80% en los casos que ha participado.

EXPERIENCIA (4 años)

- Buscar soluciones en pro de las actividades de la empresa.
 - Velar porque el negocio presente sus papeles de funcionamiento a tiempo, todos los años.
 - Mantener a la empresa informado sobre las actualizaciones de informes.
-

30. Estudio Económico

30.1. Activos Fijos

Los activos fijos permiten que la empresa desarrolle el ciclo de generación de valor, es decir, comprar insumos, procesarlos, distribuir y comercializar los productos resultantes. (Santos Jiménez, 2008)

Tabla 26: Activos Fijos - Maquinaria

Maquinaria			
Descripción	Cantidad	Valor U.	Valor Total
Camión Hino 2015	1	\$ 78.000,00	\$ 78.000,00
Tractor	1	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00
Trápiche Industrial mecanizado por un motor eléctrico trifásico	1	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00
Molino Eléctico	1	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00
Máquina Tunel Termoselladora	1	\$ 3.100,00	\$ 3.100,00
Elevador Eléctrico	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Máquinas Selladoras Verticales grandes	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Máquinas Selladoras Verticales medianas	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Máquina Selladora Codificadora	1	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00
Transportador de Palet	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Balanza	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Balanza Digital	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Cosedora de saquillos	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Batidora	1	\$ 380,00	\$ 380,00
TOTAL			\$ 152.300,00

Nota: Información propietario de la empresa

30.2. Depreciación de Maquinaria

Tabla 27: Depreciación de Maquinaria

Descripción	VIDA UTIL				Depreciación Anual	Depreciación Mensual	Depreciación semanal
	Vehículo		Máquinas				
	20%	10%	5	10			
Camión Hino 2015	\$ 15.600,00	\$ 62.400,00			\$ 12.480,00	\$ 1.040,00	\$ 260,00
Tractor	\$ 5.200,00	\$ 46.800,00			\$ 4.680,00	\$ 390,00	\$ 97,50
Trapiche Industrial mecanizado por un motor eléctrico trifásico	\$ 920,00	\$ 8.280,00			\$ 828,00	\$ 69,00	\$ 17,25
Molino Eléctico	\$ 280,00	\$ 2.520,00			\$ 2.510,00	\$ 209,17	\$ 52,29
Máquina Tunel Termoselladora	\$ 310,00	\$ 2.790,00			\$ 2.780,00	\$ 231,67	\$ 57,92
Elevador Eléctrico	\$ 250,00	\$ 2.250,00			\$ 225,00	\$ 18,75	\$ 4,69
Máquinas Selladoras Verticales grandes	\$ 16,00	\$ 144,00			\$ 14,40	\$ 1,20	\$ 0,30
Máquinas Selladoras Verticales medianas	\$ 12,00	\$ 108,00			\$ 10,80	\$ 0,90	\$ 0,23
Máquina Selladora Codificadora	\$ 290,00	\$ 2.610,00			\$ 261,00	\$ 21,75	\$ 5,44
Transportador de Palet	\$ 60,00	\$ 540,00			\$ 54,00	\$ 4,50	\$ 1,13
Balanza	\$ 22,00	\$ 198,00			\$ 19,80	\$ 1,65	\$ 0,41
Balanza Digital	\$ 7,00	\$ 63,00			\$ 6,30	\$ 0,53	\$ 0,13
Cosedora de saquillos	\$ 25,00	\$ 225,00			\$ 22,50	\$ 1,88	\$ 0,47
Batidora	\$ 38,00	\$ 342,00			\$ 34,20	\$ 2,85	\$ 0,71
TOTAL					\$ 23.926,00	\$ 1.993,83	\$ 498,46

Nota: Información propietario de la empresa

Tabla 28: Activos Fijos – Materia Prima

Materia Prima	
Nota: guarapo; sacando 40 cochas que equivale a 10 tareas, 1280 canecas de 5 galones se gasta:	
Descripción	Valor Total a la semana
Caña de Azúcar	\$ 1.500,00
Balsa (sirve para limpiar el jugo de caña)	\$ 10,00
Cal Alimenticia (sirve para cortar la sacarosa)	\$ 30,00
TOTAL	\$ 1.540,00
Nota: esta cantidad de guarapo produce un aproximado de 130 quintales	
Nota: Información propietario de la empresa	

Tabla 29: Activos Fijos - Equipos de seguridad

Equipos de Seguridad			
Descripción	Cantidad	Valor U.	Valor Total
Extintor	1	\$ 20,50	\$ 20,50
Señaléticas de seguridad (un juego)	1	\$ 15,50	\$ 15,50
Guantes	6	\$ 2,00	\$ 12,00
TOTAL			\$ 48,00
Nota: Información propietario de la empresa			

30.3. Resumen de activos fijos

Tabla 30: Resumen de activos fijos

RESUMEN DE ACTIVO FIJO	
Descripción	Rubro
Maquinaria	\$ 152.300,00
Materia Prima	\$ 1.540,00
Equipos de Seguridad	\$ 48,00
TOTAL	\$153.888,00

Nota: Información propietario de la empresa

31. Activos Diferidos

Los activos diferidos son aquellos que la empresa paga por anticipado así no hayan sido utilizados tratándose de un recurso financiero y de contabilidad en el cual se evita alterar los ingresos y egresos de la empresa.

Tabla 31: Activos Diferidos

Activos diferidos			
Descripción	1	Valor por primera vez	Valor Total
Permiso de Funcionamiento	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Permiso de Bomberos	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Patente Municipal	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Ruc	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Ficha Ambiental (se saca una sola vez)	1	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
Título de Marca	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Categoría Mipro (Microempresa)	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Registro Sanitario	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Certificación de Calidad Inen	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
TOTAL			\$ 8.550,00

Nota: Información propietario de la empresa

31.1. Resumen de activos diferidos

Tabla 32: Resumen de activos diferidos

RESUMEN DE ACTIVO DIFERIDO	
Descripción	Rubro
Permiso de Funcionamiento	\$ 400,00
Permiso de Bomberos	\$ 1.200,00
Patente Municipal	\$ 400,00
Ruc	\$ 100,00
Ficha Ambiental	\$ 3.200,00
Título de Marca	\$ 500,00
Categoría de la empresa (Microempresa)	\$ 250,00
Registro Sanitario	\$ 1.200,00
Certificación de Calidad Inen	\$ 1.300,00
TOTAL	\$ 8.550,00

Nota: Información propietario de la empresa

32. Activo Circulante

Los activos circulantes son los bienes y derechos que posee la empresa, permite que a las empresas realizar sus actividades comerciales u operarios también puede convertirse en dinero en corto plazo.

Tabla 33: Activo Circulante – Materiales Directos

Materiales Directos			
Descripción	Cantidad	Valor U.	Valor Total
Un juego de tinas de acero inoxidable	2	\$ 2.500,00	\$ 5.000,00
Tina para batir de acero inoxidable	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Tina para el lavar las paneleras de acero inoxidable	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Tina para almacenar el jugo de caña	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Tina para almacenar la balsa de acero inoxidable	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Paneleras	19	\$ 70,00	\$ 1.330,00
Pailas de acero inoxidable	4	\$ 30,00	\$ 120,00
Balde de acero inoxidable	1	\$ 60,00	\$ 60,00
TOTAL			\$ 9.040,00

Nota: Información propietario de la empresa

Tabla 34: Activo Circulante – Materiales Indirectos

Materiales Indirectos				
Descripción	Cantidad	Valor U.	Valor Total	
Mesa de acero inoxidable	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
Cernidor	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
Recipiente para transportar panela granulada	6	\$ 3,00	\$ 18,00	
Cajas de Cartón	200	\$ 0,88	\$ 176,00	
Rollo de Poliolefina	2	\$ 120,00	\$ 240,00	
saquillos Blancos	1000	\$ 0,23	\$ 230,00	
Etiquetas	25000	\$ 0,0188	\$ 470,00	
empaque para granulada	150000	\$ 0,048	\$ 7.200,00	
Galón de Cola	1	\$ 7,00	\$ 7,00	
Hilo para coser saquillos	1	\$ 3,50	\$ 3,50	
Hilo para amarrar saquillos	1	\$ 1,50	\$ 1,50	
Cinta de embalaje	1	\$ 1,50	\$ 1,50	
Cucharón metálico para pesar	3	\$ 2,30	\$ 6,90	
TOTAL			\$ 9.004,40	

Nota: Información propietario de la empresa

Tabla 35: Activo Circulante - Inventario

Inventario				
Tamaño	Descripción	Cantidad	Valor U.	Valor Total
1/2 libra	Panela en bloque	800	\$ 0,28	\$ 224,00
1 libra	Panela en bloque	2300	\$ 0,45	\$ 1.035,00
1 Kilo	Panela en bloque	100	\$ 0,99	\$ 99,00
3 libras	Panela en bloque	1080	\$ 1,35	\$ 1.458,00
4 libras	Panela en bloque	420	\$ 1,80	\$ 756,00
Quintal	Panela en bloque	13	\$ 32,00	\$ 416,00
TOTAL PANELA EN BLOQUE				\$ 3.988,00
Tamaño	Descripción	Cantidad	Valor U.	Valor Total
1/2 kilo	Panela granulada	72	\$ 0,80	\$ 57,60
1 kilo	Panela granulada	300	\$ 1,55	\$ 465,00
Quintal	Panela granulada	35	\$ 42,00	\$ 1.470,00
TOTAL PANELA GRANULADA				\$ 1.992,60
TOTAL PANELA EN BLOQUE Y PANELA GRANULADA				\$ 5.980,60

Nota: Información propietario de la empresa

Tabla 36: Activo Circulante – Mano de Obra Directa

Mano de Obra Directa (producción)							
NOTA: realizan su trabajo por tareas, es decir cada tarea tiene 4 cochas; en el día hacen 7 cochas						\$	31,50
Nómina	Cantidad de trabajadores	Valor Cocha	Días a la semana	N. de cochas	Valor T. al día de los 3 trabajadores	Valor T. a la semana de todos los trabajadores	
Dep. de producción	3	\$ 4,50	5	7	\$ 94,5	\$ 472,5	
TOTAL SEMANAL						\$ 472,5	
Mano de Obra Directa (Producción) Corte de caña							
NOTA: se cancela \$ 20,00 el día (8h.)						\$	20,00
Nómina	Cantidad de trabajadores	Valor h.	Días a la semana	Horas al día	Valor T. al día de los 8 trabajadores	Valor T. a la semana de todos los trabajadores	
Dep. de Producción	8	\$ 2,50	5	8	\$ 160,00	\$ 800,00	
TOTAL SEMANAL						\$ 800,00	
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA SEMANAL						\$ 1272,5	

Nota: Información propietario de la empresa

Tabla 37: Activo Circulante – Mano de Obra Indirecta

Mano de Obra Indirecta (envasado y empacado)						
NOTA: se cancela \$ 13,00 el día (8h.)					\$	13,00
Nómina	Cantidad de trabajadores	Valor h.	Días a la semana	Horas al día	Valor T. al día de los 3 trabajadores	Valor T. a la semana de todos los trabajadores
Dep. envasado y empacado	3	\$ 1,63	4	8	\$ 39,00	\$ 156,00
TOTAL SEMANAL						\$ 156,00
Mano de Obra Indirecta (ventas)						
NOTA: se cancela \$ 25,00 el día más viáticos(comida \$ 15)					\$	40,00
Nómina	Cantidad de trabajadores	Valor h.	Días a la semana	Horas en los 2 días	Valor T. en los días de los 2 trabajadores	Valor T. a la semana de todos los trabajadores
Conductor-Esquiador	2	\$ 2,00	2	20	\$ 80,00	\$ 80,00
TOTAL SEMANAL						\$ 80,00
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA SEMANAL						\$ 236,00

Nota: Información propietario de la empresa

32.1. Resumen de activo circulante

Tabla 38: Resumen de activo circulante

RESUMEN DE ACTIVO FIJO	
Descripción	Rubro
Materiales directos	\$ 9.040,00
Materiales Indirectos	\$ 9.004,40
Mano de obra directa	\$ 1.272,50
Mano de obra indirecta	\$ 236,00
Inventario	\$ 5.980,60
TOTAL	\$ 25.533,50

Nota: Información propietario de la empresa

33. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son aquellos que están relacionados con la actividad económica de la empresa los mismos permiten que la empresa pueda desarrollar sus actividades dentro de estos gastos se encuentra los sueldos, servicios básicos, materiales de aseo, etc.

Tabla 39: Gastos Administrativos – Servicios Básicos

Servicios Básicos			
Descripción	Cantidad	Valor Semanal	Valor Mensual
Luz	1	\$ 120,00	\$ 480,00
Agua Potable	1	\$ 11,25	\$ 45,00
Teléfono	1	\$ 7,00	\$ 28,00
TOTAL		\$ 138,25	\$ 553,00

Nota: Información propietario de la empresa

Tabla 40: Gastos Administrativos – Materiales de Aseo

Materiales de Aseo						
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor trimestral	Valor Anual	Valor semanal
Escoba	2	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 1,25
Recogedor	3	\$ 1,25	\$ 3,75	\$ 11,25	\$ 45,00	\$ 0,94
Trapeador	2	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 1,25
Líquido para trapear	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 27,00	\$ 108,00	\$ 2,25
Franelas	4	\$ 1,00	\$ 4,00	\$ 12,00	\$ 48,00	\$ 1,00
Jabón Líquido de mano	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 27,00	\$ 108,00	\$ 2,25
Papel Higiénico	3	\$ 2,75	\$ 8,25	\$ 24,75	\$ 99,00	\$ 2,06
TOTAL					\$ 528,00	\$ 11,00

Nota: Información propietario de la empresa

Tabla 41: Gastos Administrativos – Personal

Gastos del Personal					
Descripción	N. de trabajadores	Valor diario	Valor diario por todos los trabajadores	Valor Semanal	Valor Mensual
Dep. de producción corte de caña	3	\$ 31,50	\$ 94,50	\$ 472,50	\$ 1.890,00
Dep. de producción	8	\$ 20,00	\$ 160,00	\$ 800,00	\$ 3.200,00
Dep. de evasado y empaçado	3	\$ 13,00	\$ 39,00	\$ 156,00	\$ 624,00
Dep. de ventas (es el mismo valor por viaje)	2	\$ 40,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
TOTAL				\$ 1.508,50	\$ 5.794,00

Nota: Información propietario de la empresa

Tabla 42: Gastos Administrativos – Transporte

Gastos de Transporte			
Descripción		Valor Semanal	Valor Mensual
materia prima y comercialización	\$	140,00	\$ 560,00
Tractor	\$	20,00	\$ 80,00
TOTAL	\$	160,00	\$ 640,00

Nota: Información propietario de la empresa

33.1. Resumen de gastos administrativos

Tabla 43: Resumen de gastos administrativos

RESUMEN DE LOS GASTOS ADM.	
Descripción	Rubro
Servicios Básicos	\$ 138,25
Materiales de Aseo	\$ 11,00
Gastos del Personal	\$ 1.508,50
Gastos de Transporte	\$ 160,00
TOTAL	\$ 1.817,75

Nota: Información propietario de la empresa

34. Presupuesto para la empresa

Tabla 44: Inversión total de la empresa

PRESUPUESTO DE LA MICROEMPRESA "LA ETERNA JUVENTUD"	
Detalle	Valor
ACTIVO FIJO	
Maquinaria	\$ 152.300,00
Equipos de seguridad	\$ 48,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 152.348,00
ACTIVO DIFERIDO	
RUC	\$ 100,00
Permiso de Funcionamiento	\$ 400,00
Patente Municipal	\$ 400,00
Permiso de Bomberos	\$ 1.200,00
Ficha Ambiental	\$ 3.200,00
Título de Marca	\$ 500,00
Categoría de la empresa (Microempresa)	\$ 250,00
Registro Sanitario	\$ 1.200,00
Certificación Inen	\$ 1.300,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ 8.550,00
ACTIVO CIRCULANTE	
Materiales Indirectos	\$ 9.004,40
Materiales Directos	\$ 9.040,00
Materia Prima	\$ 1.540,00
Inventario	\$ 5.980,60
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	\$ 25.565,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Servicios Básicos	\$ 138,25
Materiales de Aseo	\$ 11,00
Gastos del personal	\$ 1.508,50
Gastos de transporte	\$ 160,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.817,75
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 188.280,75

Nota: Información propietario de la empresa

35. Conclusiones

Una vez finalizada la investigación de la Reestructuración de un Plan de Negocios para la microempresa “La Eterna Juventud” dedicada a la producción de panela en bloque y panela granulada podemos deducir lo siguiente:

- Según el estudio de mercado donde se aplicó como técnica de investigación la encuesta se pudo determinar el nicho de mercado para la empresa La Eterna Juventud donde se pudo observar distintas características y necesidades de los individuos de ese segmento de mercado.
- A través del estudio técnico que se realizó en la presente investigación se logró determinar detalladamente los recursos: materiales, humanos y económicos de la Microempresa La Eterna Juventud con el fin de determinar la sostenibilidad del proyecto.
- Se estableció estrategias comerciales mediante técnicas de mercadeo para de esta manera lograr la fidelización de los clientes a su vez poder alcanzar los objetivos planteados para la empresa La Eterna Juventud y a su vez también se pudo determinar la competencia directa de la empresa.
- Mediante las técnicas de investigación se pudo establecer un plan de comercialización para la empresa La Eterna Juventud con el fin de poder llegar a los clientes con el producto ofertado y a su vez poder generar una fidelización con los mismos.

36. Recomendaciones

- Se recomienda llegar a satisfacer las necesidades del segmento de mercado previamente determinado en donde la empresa La Eterna Juventud pueda brindar a sus consumidores un producto de calidad que le pueda garantizar la buena imagen de la marca del producto y de esta manera darse a conocer más en el mercado.
- Es importante tomar en cuenta todos los recursos: materiales, humanos y económicos que posee la empresa La Eterna Juventud ya que permiten poner en marcha cada una de las actividades que realiza la empresa, se recomienda dar el mejor rendimiento y uso posible a cada uno de los recursos de la empresa La Eterna Juventud.
- Utilizar cada una de las ventajas que posee la empresa las cuales le permitirán determinar la diferenciación del producto y poder hacer frente a un mercado tan competitivo, aprovechar las oportunidades y fortalezas que tiene la empresa la Eterna Juventud.
- Utilizar las estrategias comerciales que se determinaron para la empresa llegando así a obtener alianzas en los principales sectores tales como: supermercados, bodegas y ventas en consumo masivo. Implementar estrategias de promoción y publicidad para mantener el posicionamiento de la empresa, utilizar herramientas tecnológicas para que la empresa sea más competitiva.

37. Bibliografía

- Alvarez, M. C., & Tipán, G. P. (3 de Agosto de 2010). *Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca*. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4501/1/UPS-CT001914.pdf>
- Amo, M. d., Rodríguez, M. C., Borja, M. Á., Resino, J. J., Campos, Á. M., Sánchez, E. D., & Navarro., D. M.-C. (2014). *Investigación de Mercados*. ESIC.
- Barrios, M. (Abril de 2010). *Universidad Americana*. Obtenido de Universidad Americana: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51311816/modelo_de_negocios-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1623293862&Signature=RTawhsOI7lpce2L8T-mzZZIdlmErH~R~icT9zJwm7Ef5Bl6yIpZW-Oq2ZZ38J0y6x2Sa2Csqh5cpUHYyQq4as20DAvuwgBOHCWFzpxBRCEwBkHv7vYZaMDNYWnVfJLAXGb8SEB6up
- Bateman, T. S. (2009). (8. edición, Editor)
- Burbano, J. (2005). *Presupuestos*. España: McGraw-Hill.
- Carasila, A. M. (2011). La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones. *Revista SciELO*.
- Cárdenas y Nápoles, R. A. (2008). *Presupuesto Teoría y Práctica*. Mexico: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Castillejo, L. E. (2015). *Plan de Negocios*. Lima: MACRO EIRL.
- Correa, M. C., & Castillo, A. A. (Septiembre de 2018). *UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL*. Obtenido de UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35653/1/TESIS%20Gs.%20261%20-%20reactivac%20producc%20artesanal%20de%20miel%20de%20ca%20c3%20b1a%20y%20panela.pdf>
- Delgado, G. M., & Cervantes, D. G. (2010). *Métodos de investigación*. Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Domingo, R. B. (2015). *Concepto de Mercado*. DUNKEN.
- ECUADOR. (9 de junio de 2020). *La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.ec/blog/2020/06/09/consumo-elevado-de-productos-naturales/>
- Fernandez, E. (2010). Obtenido de Madrid: Paraninfo


- FINANZAS, M. D. (6 de 01 de 2020). *MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS*.
Obtenido de MINISTERIO ECONOMIA Y FINANZAS:
<http://www.finanzas.gob.ec>
- Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. Ciudad de México: Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Flores, G. (2018). metodología para la investigación cualitativa fenomenológica y/o hermenéutica. *Latinoamericana de Psicoterapia Existencial*, 23.
- Flórez, J. A. (2015). *Proyectos de Inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Gaibor, M. C. (2020). *Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18723/1/UPS-MSQ002.pdf>
- García, L. R. (2013). *Economía de la Empresa*. Tapa Blanda.
- Gómez Ceja, G. (2001). *Planeación y Organización de Empresas*. México: Mc Gra.
- Gómez-Luna, E., Fernando-Navas, D., Aponte-Mayor, G., & Betancourt-Buitrago, L. (Abril de 2014). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia: <https://www.redalyc.org/pdf/496/49630405022.pdf>
- González, C. D. (1999). *Presupuestos*. Mexico: ECASA.
- Gonzalo, A. B. (Enero de 2010). doi: Bolivia
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2005). *Negocios*. PEARSON.
- Guerrero, G. F. (s.f.). *Universidad de Londres*. Obtenido de Universidad de Londres:
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45455784/metodologia_investigacion-with-cover-page.pdf?Expires=1623168683&Signature=LNPSqqZkI84DZ5~AgmHc0OEPbL9~8hf4oWE3Y4Oc0p1KzOBBIhFvkAxZswGOGIfdE6kGmD81CU9baWaMvqulrXpDA~HhcdKEd8BaqmVv0UP5htZR3VU04~0PtVh-zM61JTd9J
- Herrera, J. E. (2013). *Investigación de Mercados*. Bogotá : Ecoe ediciones.
- Hingston, P. (s.f.). *Inicie su negocio*. Dorling kindersley.
- HUILCAPI, S., & GALLEGOS, D. (15 de 09 de 2020). *Revista Espacios*. Obtenido de Revista Espacios:
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n40/a20v41n40p02.pdf>
- Illera, R. (2008). *Administración y Funciones de Empresa*. Madrid: Ed. Sanz y Torres.,
- Martín, F. A. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Colección de cuadernos metodológicos.
- Martín, J. S. (2009). *La estructura del método fenomenológico*. digital.

- Martín, V. E. (2004). *Proyectos de inversión en ingeniería su metodología*. Limusa S.A.
- MUNARI, B. (1983 de 03 de 1983). *CÓMO NACEN LOS OBJETOS Apuntes para una metodología proyectual*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/3723/mod_resource/content/0/como_nacen_los_objetos_bruno_munari.pdf
- Nogales, Á. F. (2004). *Investigación y Técnicas de Mercado*. ESIC.
- Otamendi, J. (s.f.). La competencia desleal. *Revista Jurídica de la Universidad de Palermo*, 44. Obtenido de https://www.palermo.edu/derecho/publicaciones/pdfs/revista_juridica/n3N2-October1998/032Juridica01.pdf
- Paul G. Keat, P. K. (2004). *Economía de Empresa*. Pearson.
- Pedros, D. M., & Gutiérrez, A. M. (2012). *Análisis del Entorno*. Díaz de Santos.
- Pigneur, A. O. (Junio de 2011). *Academia Accelerating the world's research*. Centro Libros PAPP, S. L. U: Barcelona. Obtenido de Academia Accelerating the world's research: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56508306/osterwalder_INNOVACION-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1623294299&Signature=Jntfxcet77B6ekdc78NRrUcox1ME1TeUixRp2pIsNKrMu8fuUC~H~ds1qv7jDSdUDdwmCrT9NZL4CkFwDLPI1HBrMQxMwDQuMmW7dSQSrTz3TsJygDE8vqCs7NA0SYs0tq4VB
- Pozas, J. J. (s.f.). La demanda de productos alimenticios y su elasticidad respecto a la renta. *revista dialnet*, 97-113.
- Preciado, M. P., & Oliva, E. J. (2011). *Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad*. Bogotá: Administración & Desarrollo.
- Rendón, O. H. (2014). *Modelo de plan de negocios para la micro y pequeña empresa*. Grupo editorial Patria.
- Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la Investigación*. Shalom.
- Samuelson, P. &. (2002). *Economía*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Santos Jiménez, N. (2008). Decisión de Comprar o Alquilar Activos Fijos. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 9-17.
- Stutely, R. (2000). *Plan de Negocios: La Estrategia Inteligente*. Finalcial Times Pearson Education Limited.

- Talancón, H. P. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Revista Académica* , 16.
- Valencia, W. A. (2011). La demanda insatisfecha en los proyectos. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 6.
- VESGA, D. A. (Mayo de 2014). *PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA*. Obtenido de PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/12424/GomezVesgaDiegoArmando2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el Plan de Negocios*. ISBN 978-1-4303-0684-9.
- Werner Ketelhöhn, J. N. (2004). *Análisis de Inversiones estratégicas*. Bogotá: Grupo Norma.
- Wild, J. (2007). *Análisis de Estados Financieros*. Mexico: Mc Graw- Hill Interamericana.
- Zuani, R. (2003). *Introducción a la Administración de Organizaciones*. Salta: Editorial Maktub.

38. Anexos

Anexo 1: Certificación de aprobación del proyecto de investigación de fin de carrera



VICERRECTORADO ACADÉMICO

Loja, 01 de julio del 2021
Of. N° 077-V-ISTS-2021

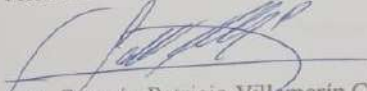
Srta. Solano Sarango Heidi Katherine
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
FINANCIERA DEL ISTS**
Ciudad


De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para comunicarles que una vez revisado el proyecto de investigación de fin de carrera de su autoría titulado **“REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA “LA ETERNA JUVENTUD” DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PANELA EN BLOQUE Y PANELA GRANULADA DE LA PARROQUIA VILCABAMBA EN EL PERIODO 2021 – 2022”**, el mismo cumple con los lineamientos establecidos por la institución; por lo que se autoriza su realización y puesta en marcha, para lo cual se nombra como director de su proyecto de fin de carrera (el/la) Ing. María Varónica Paredes Malla Mgs.

Particular que le hago conocer para los fines pertinentes.

Atentamente,


Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.
VICERRECTOR ACADÉMICO DEL ISTS
c/c. Estudiante, Archivo



Matriz: Miguel Riofrío 156-25 entre Sucre y Bolívar Telfs: 07-2587258 / 07-2587210 Pagina Web:
www.tecnologicosudamericano.edu.ec

Anexo 2: Oficio

Anexo 3: Entrega de resultados

Vilcabamba, 19 de Octubre del 2021

Ingeniera

María Verónica Paredes, Mgs.

TUTORA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Ciudad – Loja

De mis consideraciones,

Reciba un cordial y afectuoso saludo, deseándole éxito a sus funciones a usted encomendadas.

Por medio de la presente doy a conocer la entrega de los resultados del proyecto de investigación titulado: REESTRUCTURACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA MICROEMPRESA "LA ETERNA JUVENTUD" dedicada a la elaboración y comercialización de panela en bloque y panela granulada de la parroquia Vilcabamba – Loja en el periodo Abril – Agosto 2021, realizado por la estudiante Heidy Katherine Solano Sarango.

Entrega de Resultados del proyecto de investigación

Atentamente;

Juan Marchena

Propietario

Anexo 5: Presupuesto

El total del presupuesto para el presente trabajo investigativo será financiado en un 100% por los autores.

Tabla 45: Presupuesto

PRESUPUESTO		
INGRESOS		
1	Aporte del investigador Heidy Solano	\$979,00
TOTAL INGRESOS		\$979,00
EGRESOS		
RECURSOS MATERIALES		
1	Internet	\$20,00
4	Anillados	\$30,00
2	Empastados	\$35,00
1	Proyecto de titulación	\$894,00
TOTAL EGRESOS		\$979,00

Nota: Presupuesto para la realización del proyecto

Anexo 6: Encuesta**Encuesta**

Estimado (a) me encuentro desarrollando el proyecto de titulación denominado: Reestructuración del Plan de Negocios de la empresa “La Eterna Juventud” por ende solicito muy comedidamente llenar este cuestionario ya que él mismo proporcionará información de datos específicos, los datos obtenidos son para uso netamente académico.

Género

- Hombre
- Mujer

Edad

- 12 a 18 años
- 19 a 24 años
- 25 a 34 años
- 35 o más años

¿Usted adquiere productos de la empresa La Eterna Juventud?

- Panela en Bloque
- Panela Granulada

La presentación de los productos que ofrece la empresa La Eterna Juventud a su criterio es:

- Bueno
- Regular
- Malo

Considera usted que el logo de empresa La Eterna Juventud plasma los colores y gráficos adecuados para su apreciación.

SI

NO

Le gustaría una nueva imagen del producto.

SI

NO

Considera usted que la calidad del producto de la empresa La Eterna Juventud es:

Bueno

Regular

Malo

¿Con que frecuencia consume usted panela?

3 o 2 veces por semana

1 vez por semana

1 vez cada 15 días

1 vez al mes

1 vez cada dos meses

1 vez cada tres meses

¿Qué cantidad le gustaría adquirir de Panela en Bloque?

½ Libra

1 Libra

3 Libras

4 Libras

1 Kilo

¿Qué cantidad le gustaría adquirir de Panela Granulada?

½ kilo

1 kilo

¿Qué características son más importantes para Ud. en este producto?

Precio

Empaque

Facilidad de uso

Contenido nutricional

Concentración de endulzante

Disponibilidad en el mercado

¿En dónde le gustaría adquirir el producto?

Tiendas


Mercado

Supermercados


Gracias por su colaboración

Anexo 7: Encuestas realizadas mediante Drive

Preguntas Respuestas **350** Configuración Puntos totales: 0



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Hacemos gente de talento!



Encuesta

Estimado (a) me encuentro desarrollando el proyecto de titulación denominado: Reestructuración del Plan de Negocios de la empresa "La Eterna Juventud" por ende solicito muy comedidamente llenar este cuestionario ya que él mismo proporcionará información de datos específicos, los datos obtenidos son para uso netamente académico.

Género *

Hombre

Mujer

Edad *

12 a 18 años

19 a 24 años

25 a 34 años

¿Usted adquiere productos de la empresa La Eterna Juventud? *

- Panela en Bloque
- Panela Granulada

La presentación de los productos que ofrece la empresa La Eterna Juventud a su criterio es: *

- Bueno
- Regular
- Malo

Considera usted que el logo de empresa La Eterna Juventud plasma los colores y gráficos adecuados para su apreciación. *

- SI
- NO

Le gustaría una nueva imagen del producto. *

- SI
- NO

Considera usted que la calidad del producto de la empresa La Eterna Juventud es:

- Bueno
- Regular
- Malo

¿Con qué frecuencia consume usted panela?

- 3 o 2 veces por semana
- 1 vez por semana
- 1 vez cada 15 días
- 1 vez al mes
- 1 vez cada dos meses
- 1 vez cada tres meses

¿Qué cantidad le gustaría adquirir de panela en bloque?

- ½ Libra
- 1 Libra
- 3 Libras
- 4 Libras
- 1 Kilo

¿Qué cantidad le gustaría adquirir de Panela Granulada?

- ½ kilo
- 1 kilo

¿Qué características son más importantes para Ud. en este producto? *

- Precio
- Empaque
- Facilidad de uso
- Contenido nutricional
- Concentración de endulzante
- Disponibilidad en el mercado

¿En dónde le gustaría adquirir el producto? *

- Tiendas
- Mercado
- Supermercados

Anexo 9: Matriz de la Metodología**“REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA
“LA ETERNA JUVENTUD” DE LA PARROQUIA VILCABAMBA EN EL
AÑO 2021. PERIODO 2021-2022”****Presentación del Problema**

La empresa La Eterna Juventud es una empresa unipersonal la cual su actividad económica es la producción y comercialización de alimentos y su actividad principal es la elaboración, producción y venta de panela granulada pudiendo así generar ingresos, así también, surge la necesidad de establecer estrategias de mercadeo, por esta razón, se ha visto necesaria la elaboración de una Reestructuración de un Plan de Negocios para la empresa “La Eterna Juventud” asegurando así la obtención del mejor beneficio y a su vez contribuyendo a su desarrollo económico y social.

Objetivo General

Reestructurar el plan negocios de la empresa “La Eterna Juventud”, aplicando estrategias de mercadeo para posicionar en la Parroquia Vilcabamba la organización en el periodo 2021.



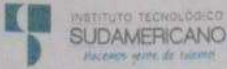


Tabla 46: Matriz Metodológica

OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA	CRONOGRAMA	ACTIVIDADES	PRESUPUESTO	EVALUACIÓN	CAPÍTULO
Elaborar un estudio aplicando técnicas de recolección de información para determinar el nicho de mercado de la Importadora.	La hipótesis parte de la observación de la técnica de investigación aplicada en este caso hace referencia a la encuesta, con un número de 300 encuestas en la ciudad de Loja.	Para el desarrollo de la primera parte del proyecto se utiliza el método fenomenológico, en la empresa “La Eterna Juventud” y nos permite la aproximación, observación, descripción e interpretación de los diferentes temas de estudio.	Abril (1 mes)	Reunir información legal de la empresa La Eterna Juventud.	979,00	Elaboración del Marco Legal y Reglamentario para la empresa La Eterna Juventud. (7 hojas)	1
Determinar los recursos: materiales, humanos y económicos a través de un estudio administrativo y financiero para determinar la sostenibilidad del proyecto.	La hipótesis continúa con el requerimiento de una correcta observación de los procesos que se llevan a cabo en la empresa La Eterna Juventud a fin de determinar la sostenibilidad del proyecto.	Para el desarrollo de la segunda parte se utiliza el hermenéutico que permite analizar los distintos procesos de la organización, para posteriormente examinarla y así proceder a cumplir con la propuesta de acción a fin de realizarlo de acuerdo con el cronograma que fue establecido con anterioridad.	Mayo - Junio (2 meses)	Recopilar información administrativa de la empresa La Eterna Juventud.	\$979,00	Elaboración del Marco Administrativo de la empresa La Eterna Juventud de acuerdo con la información obtenida. (3 hojas)	2

Establecer estrategias mediante una planeación que permita determinar características internas y externas para generar diferenciación con la competencia.	Esta hipótesis se basa en determinar la diferenciación entre la competencia es decir, analizar cuál es el valor agregado del producto que ofrece la empresa La Eterna Juventud, el cual hace la diferencia entre la competencia.	El uso del método práctico proyectual permite analizar características tanto internas como externas para así determinar una estrategia de diferenciación y proceder a su análisis y posteriormente cumplir con la propuesta de acción, de acuerdo con el cronograma anteriormente establecido.	Julio (1 mes)	Recolección de la documentación de carácter administrativa que posee la organización.	\$979,00	Diseño de la Imagen Corporativa de la entidad de acuerdo con los requerimientos que esta presenta. (20 hojas)	3
Establecer un plan de comercialización para la organización, mediante la aplicación de técnicas de mercadeo para generar fidelización de los clientes con el producto ofertado.	Finalmente, la hipótesis termina con un plan de comercialización con técnicas de mercadeo para la empresa La Eterna Juventud lo cual contribuirá a su mejora.	Mediante la utilización el método fenomenológico se analizará el mercado actual y la competencia para de esta manera poder determinar las distintas técnicas de mercadeo más aconsejables para la empresa La Eterna Juventud.	Agosto (1mes)	Elaboración y revisión del documento final.	\$979,00	Presentación de los resultados obtenidos en la investigación. (100 hojas)	4

Nota: Matriz Metodológica

Anexo 10: Certificado de Abstract

CERTIF. N°: 041-RH-ISTS-2021
 Loja, 29 de Octubre del 2021

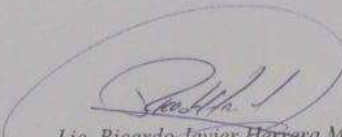
El suscrito, Lic. Ricardo Javier Herrera Morillo - **DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS - CIS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "SUDAMERICANO"**, a petición de la parte interesada y en forma legal,

CERTIFICA:

Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera de la Señorita **SOLANO SARANGO HEIDY KATHERINE**, estudiante en proceso de titulación periodo abril – noviembre 2021 de la carrera de **ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**; está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la impresión y presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes.

English is a piece of cake.



Lic. Ricardo Javier Herrera Morillo.
DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS ISTS - CIS

CHECKED BY
 Lic. Ricardo Herrera
 ENGLISH TEACHER
DATE:

Matriz: Miguel Riofrio 156-26 entre Sucre y Bolívar
www.tecnologicosudamericano.edu.ec / its.loja@tecnologicosudamericano.edu.ec