



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIOPÁEZ

**Plan de Negocio para la creación de una
línea de producción en la empresa A-Co-
MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia
del estado Carabobo**

Autores: Grimaldi, Miguel
Moreno, Iván

Tutor: Prof. Bianney Monzón

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego
Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 8712394



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIOPÁEZ

Plan de Negocio para la creación de una línea de producción en la empresa A-Co-MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del estado Carabobo

Trabajo de Grado para optar al título de:
Licenciado en Administración de Empresas

San Diego, Noviembre 2015



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSE ANTONIO PAEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

SAN DIEGO, 30 DE OCTUBRE DE 2015

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Bianney Monzón, portadora de la cédula de identidad N° _____, en mi carácter de tutor del trabajo de grado presentado por los ciudadanos Iván Moreno y Miguel Grimaldi portadores de la cédula de identidad N° V-21.213.110 y V-21.030.184, titulado **Plan de Negocio para la creación de una línea de producción en la empresa A-Co-MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del estado Carabobo**, presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciados en Administración de Empresas considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En San Diego, a los treinta días del mes de octubre del año dos mil quince.

Bianney Monzón

N° de la Cédula de Identidad

ÍNDICE GENERAL

	CONTENIDO	pp.
	RESUMEN INFORMATIVO	vii
	INTRODUCCIÓN.....	1
	CAPÍTULO EL PROBLEMA.....	3
I	1.1. Planteamiento del Problema.....	3
	1.2. Objetivos	6
	1.3. Justificación	7
II	MARCO TEÓRICO	9
	2.1. Antecedentes	9
	2.2. Bases Teóricas	13
	2.4. Definición de Términos	22
III	MARCO METODOLÓGICO	24
	3.1. Tipo y Diseño de la Investigación.....	24
	3.2.1. Fase I.....	25
	3.2.2. Fase II.....	28
	3.2.3. Fase III.....	28
IV	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	29
V	PROPUESTA	52
	5.1 Presentación de la Propuesta	52
	5.2 Justificación de la Propuesta	53
	5.3 Objetivos de la Propuesta	53
	5.4 Factibilidad de la Propuesta	54
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	56
	REFERENCIAS	58
	ANEXOS.....	61

LISTA DE CUADROS

CONTENIDO		pp.
Cuadro N°1.....		30
Cuadro N°2.....		31
Cuadro N°3.....		32
Cuadro N° 4.....		33
Cuadro N°5.....		34
Cuadro N°6.....		35
Cuadro N° 7.....		36
Cuadro N°8.....		37
Cuadro N°9.....		38
Cuadro N°10.....		42
Cuadro N°11.....		42
Cuadro N° 12.....		45
Cuadro N°13.....		46
Cuadro N°14.....		47
Cuadro N°15.....		48
Cuadro N°16.....		49
Cuadro N°17.....		50
Cuadro N°18.....		51

LISTA DEGRÁFICOS

CONTENIDO	pp.
Gráfico N°1.....	30
Gráfico N°2.....	31
Gráfico N°3.....	32
Gráfico N° 4.....	33
Gráfico N°5.....	34
Gráfico N°6.....	35
Gráfico N° 7.....	36
Gráfico N°8.....	37



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIOPÁEZ

Plan de Negocio para la Creación de una Línea de Producción en la Empresa A-Co-MER, C.A. Ubicada en el Municipio Valencia del Estado Carabobo

Autores: Grimaldi, Miguel

Moreno Iván

Tutor: Bianney Monzón

RESUMEN INFORMATIVO

Las panelas son patrimonio del Municipio San Joaquín y su comercialización se hace a través de vendedores informales, quienes tradicionalmente balancean sus brazos para ofrecer el producto, en la Autopista Regional del Centro (ARC) a nivel del peaje de Guacara, y que dicha distribución se ha extendido de manera tímida hacia algunos otros peajes. Es decir, que ha existido poca iniciativa de industriales de crear una empresa bien constituida que cumpla con todos los principios establecidos en la Constitución para producir, controlar la calidad y distribución de manera formal y sistemática de Panelas de San Joaquín por todo el país. En el presente trabajo se realizó un Plan de Negocio para la creación de una línea de producción en la empresa A-Co-MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del estado Carabobo, empresa que se dedicara a la producción de Panelas de San Joaquín, para ser distribuidas a nivel nacional. Los objetivos fueron diagnosticar la situación actual de la producción y ventas de las galletas artesanales, analizar a través de la matriz FODA, las posibilidades de implementar un plan de negocio para la creación una línea de producción y diseñar el mismo. Esta investigación está enmarcada bajo un enfoque cuantitativo, bajo la modalidad de Proyecto Factible. La población estará conformada por 23 personas que laboran en dicho ramo y se tomó una muestra al azar del 30%, constituida por 7 trabajadores, a quienes se les aplicó el instrumento de recolección de información; constituido por un encuesta de 16 preguntas, de respuestas cerradas y dicotómicas. Este estudio concluyó que se ha evidenciado los actuales productores de las Panelas de San Joaquín no saben cómo operar el negocio ni piensan en desarrollar el mismo, es por esto que se recomienda asesoramiento con profesionales, no desperdiciar tiempo, dinero ni oportunidades.

Descriptor: Plan, Negocio, Línea de Producción, Empresa.

INTRODUCCIÓN

La producción artesanal venezolana, desde los primeros tiempos hasta nuestros días, ha ido construyendo los rasgos emblemáticos de nuestra identidad como individuos y como colectivo. Este proceso ha estado determinado por el medio ambiente y la realidad cultural, social y económica; surgiendo expresiones, símbolos, códigos lingüísticos, viviendas, vestuarios, artesanías, y gastronomía. Es así, que los artesanos crean y recrean a diario nuestras tradiciones mediante las creencias, artes, y valores, las prácticas y tradiciones que se transmiten de generación en generación y que sugieren la presencia de una memoria que vive en el espíritu del pueblo, la memoria colectiva ubicando las experiencias ancestrales en su labor diaria y constituyendo una referencia obligada de nuestra idiosincrasia.

La producción artesanal, parece que está tomando auge inusitado, a pesar del arrollador avance de la producción en masa y la globalización, tal como se refleja en el siguiente artículo publicado por el diario Frontera (2004): Manos que crean y convierten los sueños en realidad. Manos que auscultan la materia para arrancarle los secretos de una memoria sencilla, generosa, cargada de sabor hogareño. Estas son las manos de los artesanos, que ofrecen a los visitantes exquisitos vinos y platos naturales, típicos de las regiones.

Pero este trabajo artesanal, también puede ser llevado a la industria, para mejorar la calidad del producto, satisfacer la demanda, agilizar su producción y distribución a escala nacional y contribuir a la crear fuentes de empleo; de allí el propósito fundamental de este documento es poner en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera de administración de empresas mediante la realización de un Plan de Negocios para la creación de una línea de producción en la empresa A-Co-MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del estado Carabobo, la cual estaría dedicada a la producción y venta a escala estatal de las reconocidas “Paneles de San Joaquín”, consideradas parte de la gastronomía artesanal Carabobeña, ofreciendo a

los clientes los más altos estándares de calidad a precios asequibles, y que a su vez contribuya con el crecimiento del país

Este documento estará estructurado en cinco capítulos:

El capítulo uno consta del Planteamiento del problema y su formulación, Objetivos de la investigación y su justificación

El segundo capítulo está formado por los antecedentes, las bases teóricas y la definición de términos básicos.

El capítulo tres está constituido por el marco metodológico, el cual esta compuesto por tres fases, la fase I, fase II y fase III.

El capítulo cuatro formado por los resultados, donde tendremos las tablas de frecuencia y las gráficas en forma de diagrama de torta, con los respectivos análisis.

El capítulo cinco lo constituye la propuesta la presentación, la justificación, los objetivos, la factibilidad y el desarrollo de implementar un plan de negocios para la creación de una línea de producción de las Panelas de San Joaquín.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Se sabe que el proceso de globalización a que está asociada industrialización, así como la circulación de alimentos en distancias cada vez mayores, promueve un movimiento de estandarización y uniformización de los productos consumidos, de los gustos y de los componentes alimentarios. Sin embargo, al observar que hasta las grandes redes de “comida rápida” incluyen en sus menús ingredientes y platos pertenecientes a las cocinas locales; podemos afirmar, con García Cancina citado por Menasche (2013) “que la relación entre globalización y culturas locales y regionales presupone un movimiento de homogeneización, pero se restringe a él: no debemos entender lo global como subtítulo de local”.

En un interesante artículo en que abordan la cocina a partir de su expresión escrita, Gomes y Barbosa citados por Menasche (2013) señalan la existencia, a partir del final del siglo XX, de un boom culinario y gastronómico, asociándolo a un proceso de valorización del arte culinario, convertido en gastronomía. Ese movimiento que sucede a aquel que produjo la intensificación de la industrialización de la alimentación, a partir de la década de 1950 se caracteriza por una mayor segmentación de productos, platos y cocinas, relacionados con cambios ocurridos en la sociedad y en las familias, que indican, por un lado, una mayor individualización en el consumo alimentario y, por otro, un replanteamiento de la cocina, que pasa a ser percibida como espacio de distinción y escenario en el que se realiza la sociabilidad: es en ella donde ahora se recibe a los amigos.

También el antropólogo español Jesús Contreras citado por Menasche (2013) identifica la existencia de una “eclosión de la gastronomía”, destacando los aspectos hedonistas, estéticos y creativos de la comida, así como la valorización de productos locales y/o artesanales, relacionados con un territorio y una cultura determinados. Así

y teniendo presente las imposiciones entre comida y memoria, podemos atribuir a las transformaciones del comer, derivadas de la globalización, marcadas por un movimiento de homogeneización de la alimentación el surgimiento de una “nostalgia” asociada a las prácticas alimentarias.

La relación entre comida e identidad es estrecha, Menasche (2013) señala: “la comida como marcador social, puede mostrar tanto la pertenencia a un grupo como puede proporcionar justificaciones para la discriminación” (p.7). Así, en la medida en que diferentes grupos o categorías nacionales, étnicas o regionales eligen lo que les gusta comer, veremos que los hábitos alimentarios alimentan entidades y de allí conoceremos su procedencia. Como ejemplo podremos escuchar, todavía en Europa contemporánea, como a los alemanes reciben el apodo de “comedores de papas”; mientras que los italianos son llamados “comedores de pasta” y a los franceses como “comedores de ancas”

En Venezuela, existe también una gastronomía variada, y ha sido eficientemente industrializada en muchos casos. Ha sido el resultado de la mezcla cultural y gastronómica procedente de Europa (especialmente de España, Italia, Francia, Portugal) y África (a través de las poblaciones de esclavos traídos por los españoles) todo ello aunado a la gastronomía de los pueblos indígenas que ocupaban y ocupan territorio venezolano. Entre los platos típicos de nuestro país tenemos: el pabellón criollo, la hallaca, la cachapa con queso de mano, la mandoca zuliana, el patacón zuliano, la sopa de picadillo llanero, el asado negro, los bollos pelones, el cachito de jamón, la sopa de mondongo, el pan de jamón navideño, la pisca andina, la carne en vara, la torta de pan, el majarete venezolano, el sancocho, los tequeños, las empanadas, el casabe, la torta negra, el tostón, el perro caliente, la arepa venezolana, la leche de burra, las panelas de San Joaquín, entre otros. Estas panelas de San Joaquín constituyen baluarte de la gastronomía del pueblo Carabobeño.

En este sentido, Morillo(2015) descendiente de Don Morillo Oliveros quien participo en la fabricación de panelas San Joaquín por más de 40 años, indico que “cuando él fallece, tome las riendas de la producción de panelas y desde hace 18 años, estoy a cargo de las mismas, las cuales se elaboran en casas de familia la producción se realiza en forma tradicional y son galletas artesanales”. (p. 1)

Estas panelas son también patrimonio del estado Carabobo y del Municipio San Joaquín y su comercialización se hace a través de vendedores ambulantes o informales, quienes tradicionalmente balancean sus brazos para ofrecer el producto, en la Autopista Regional del Centro (ARC) a nivel del peaje de Guacara, y que dicha distribución se ha extendido de manera tímida hacia algunos otros peajes. Es decir, que ha existido poca iniciativa de industriales de crear una empresa bien constituida que cumpla con todos los principios establecidos para producir, controlar la calidad y distribución de manera formal y sistemática de Panelas de San Joaquín por todo el Estado Carabobo, ya sea en abastos, supermercados, panaderías y otras tiendas de abarrotes.

Cabe destacar que después de una observación por el poblado de San Joaquín y específicamente en el sector donde generalmente se fabrican dichas panelas, se tomó nota de que la producción se realiza en galpones improvisados, donde no existen normas de seguridad laboral, contrataciones laborales, entrenamiento laboral o preventivo, y donde el trabajador no disfruta los beneficio sociales; puesto que los fabricantes son en su mayoría madres trabajadoras, quienes han recibido el conocimiento a través de la enseñanza oral de algún antepasado, o de juventud desempleada.

En este sentido, que el presente estudio, se propuso elaborar un plan de negocio para la industrialización y posterior comercialización del mencionado producto, a través de los canales de distribución formal que actualmente existen en el estado, como son tiendas a barrotes, farmacias, supermercados y demás comercios

interesados. Vale la pena mencionar, que debido a la situación económica que actualmente atraviesa nuestro país con relación a la escases de productos importados y la falta de materia prima para la producción nacional, que ha mermado la cantidad de productos en los anaqueles, se daría una oportunidad de posicionamiento de este producto en el mercado.

1.1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo será un plan de negocio para la creación de una línea de producción en la empresa A-CO- MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del estado Carabobo, de las reconocidas Panelas de San Joaquín?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General

- Proponer un Plan de Negocio para la creación de una línea de producción en la empresa A-Co-MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del Estado Carabobo

1.2.2. Objetivos Específicos

-Diagnosticar la situación actual de la producción y ventas de Panelas de San Joaquín en el Estado Carabobo.

-Analizar a través de la matriz FODA, las posibilidades de implementar un plan de negocio para la creación una línea de producción en la empresa A-Co-MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del Estado Carabobo para la producción de panelas de San Joaquín

-Diseñar un Plan de Negocio para la creación de una línea de producción en la empresa A-Co-MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del Estado Carabobo

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Venezuela actualmente, se encuentra en una etapa de la historia en la que la diversidad y competitividad no es un factor clave para la sustentación de las organizaciones empresariales dentro del mercado, por ellos se requieren diferenciadores para construir ventajas competitivas con respecto a sus competencias interna, mercado y productos.

La creación de planes de negocios para la creación de líneas de producción en las empresas empieza desde las bases de las organizaciones, hasta convertirse en el pilar de la empresa; la razón es porque se debe sincerar a toda la organización por medio de la visión y misión de cuál es el norte de la empresa que se quiere lograr, de manera que se puedan impulsar las ventajas que se tiene y tratar de frenar las debilidades ofrecidas. Adicionalmente, con la creación de planes de negocios se puede conseguir acciones que permitan un mejor el uso de los recursos, tanto humanos como financieros, y de esta manera lograr el apalancamiento dentro de un mercado competitivo.

Financieramente existen factores los cuales ayudan a que las organizaciones logren identificar cuáles son las estrategias a crear para alcanzar la visión y misión empresarial, pero como establece un principio fundamental de la calidad “algo que no es medible, difícilmente será mejorable”, se deben expresar mediante estrategias en objetivos específicos cuyo logro sea medible a través de un conjunto de indicadores del negocio.

La realización de este trabajo de investigación servirá como modelo de estudio y seguimiento para las empresas homólogas o de igual ramo que quieran iniciar, expandir y mejorar su rendimiento financiero aplicando nuevas estrategia gerenciales. Estas estrategias estarán basadas en el desarrollo planes de negocios que permitirán la creación de líneas de producción que contribuyan al mejoramiento de las industrias

en su calidad de servicio, satisfacción de necesidades de orden alimenticio, mejor distribución del producto y otras muchas ventajas a nivel laboral, puesto que ayudaran a incrementar la mano de obra calificada.

Cabe destacar además, que la realización de dicho proyecto pretende como resultado primordial la creación de un Plan de Negocio para la creación de una línea de producción en una empresa para que logren establecer parámetros referenciales a la alta gerencia en el posicionamiento de la organización A-Co-MER, C.A.

Finalmente, este documento podría ser de vital ayuda para otros investigadores, ya que serviría de aporte teórico para futuras indagaciones, y mejorar cada día la apertura hacia la creación de nuevas organizaciones cuya misión y visión este en pro del bienestar económico de un país.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico en los estudios de investigación constituyen el soporte para el trabajo especial de grado, con el que se especifican aspectos que sirvieron de antecedente y base teórica, tal y como lo menciono Arias (2006), “Es el producto de la revisión documental-bibliográfica y consiste en una recopilación de ideas, posturas de autores, conceptos y definiciones, que sirven de base a la investigación por realizar”. (p 106)

Lo conforman los antecedentes y las bases teóricas.

2.1 ANTECEDENTES

Según Hurtado y Toro (2007) “Los antecedentes constituyen una síntesis conceptual de las investigaciones o trabajos realizados sobre el problema formulado” (p.83)

Estos antecedentes requieren de una búsqueda y selección de trabajos de gerencia y planificación estratégica o afines a esta categoría; lo más cercanos, coherentes y consustanciales posible con la investigación llevada a cabo.

No obstante de que la mayoría de los trabajos revisados no atacan exactamente el tema, ellos apuntalaron en muchos sentidos el desarrollo de esta investigación. A continuación se hace referencia de algunos antecedentes que no solo apoyaron, sino que también enriquecieron sustancialmente este trabajo.

Salinas y Simon (2015) realizaron un proyecto para optar al grado de licenciados en administración de empresas titulado, Plan de negocios para la puesta en marcha de la línea de producción de obleas en la empresa Flavor Snacks, C.A donde Señalan claramente los pasos y estudios requeridos para la elaboración de un plan de negocio,

es por ello que se usa como referencia a estos destacados investigadores del área para sustentar esta investigación.

Menasche R. (2015) realizó una investigación denominada. **Como convertir la comida en Patrimonio:** Puntualizando la discusión, donde señala el objetivo de esta investigación es llamar la atención sobre ciertos elementos que permitan recuperar e iluminar la discusión contemporánea en que los saberes y prácticas asociadas al acto de comer pasan a estar entre los que son percibidos como manifestaciones del Patrimonio Cultural.

Menasche (2015) agrega además, que la búsqueda, conservación, preparación, presentación, realización, consumo y descarte de alimentos como procesos contruidos socialmente, que envuelven trueques y negociaciones de prácticas y significados, encontramos que la comida sirve para marcar distinciones identitarias: entre generaciones, géneros, clases, grupos, (étnicos u otros) o pueblos.

Y es así, que recetas heredadas, platos tradicionales, productos e ingredientes locales, especies y variedades nativas, prácticas alimentarias cotidianas y comidas festivas, así como utensilios y objetos de todo orden que componen la cultura material relacionada con la producción y consumo de alimentos, mecanismos de sociabilidad a través de los cuales se da su circulación y, además, espacios en que se realizan prácticas asociadas al acto de comer incluyendo ahí mercados y ferias, entre otros componen “sistemas culinarios” que, al mismo tiempo en que son “constituidos por”, constituyen modos de vida y visiones específicas del mundo y que pueden ser industrializados para dar a conocer tanto la idiosincrasia de los pueblos y mejorar su economía

Este trabajo resulta bien significativo para nuestra investigación porque afirma que la producción alimentaria artesanal ha existido desde tiempos inmemoriales y que sus características han sido implantadas en muchas industrias con éxito, es decir que

apoya la idea de los investigadores de que es factible industrializar un producto elaborado artesanalmente y distribuirlo en todo el estado como serían “Las Panelas de San Joaquín”.

Ruiz D., Pérez F., López J., González D., Frutos M., Zamora S. (2013) realizaron un proyecto para optar al grado de Licenciado en Administración de empresas denominado **Caracterización y valor nutritivo de un alimento artesanal: El pastel de carne de Murcia**, donde se busca describir las características de un producto típico de la gastronomía murciana, determinar su valor nutritivo y energético, analizar su perfil de ácidos grasos y la calidad de su grasa. En el desarrollo de este artículo se estudiaron veinticuatro (24) muestras de Pastel de Carne de Murcia, procedentes de los seis establecimientos de mayor venta en la región, mediante los métodos oficiales de análisis de alimentos se determinaron los contenidos de humedad, proteínas, grasa, carbohidratos, fibras y minerales, el valor energético, el perfil de ácidos grasos y la calidad de grasa. El estudio reveló que el producto analizado sigue siendo, en el momento actual, un alimento artesanal, y ofrece información fiable y representativa del valor nutritivo y energético del pastel de carne de Murcia, un producto típico de la gastronomía de la Región de Murcia.

Este estudio resultó significativo para el presente trabajo de grado, porque tiene como propósito reunir una serie de conocedores del área de la gastronomía artesanal, donde se produzcan en este caso pastel de carne de Murcia bajo un estricto control de calidad, valor nutritivo y energético.

Mera I. (2012) realizó un Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras denominado **Propuesta para la implementación de una empresa dedicada a la producción de snacks artesanales del Ecuador como alternativa para la restauración del turismo gastronómico tradicional en la ciudad de Guayaquil**, donde señalaba que en el Ecuador existen una diversificación de tradiciones, flora y fauna, costumbres

que hacen que ese país sea multicultural y diverso; el presente proyecto tiene como finalidad rescatar el turismo gastronómico mediante la creación de una empresa que elabore productos comestibles que eran tradicionalmente vendidos en nuestro país , tales como: humitas, dulce de pechiche, quimbolitos, y demás productos que son del deleite familiar y personal. El turismo gastronómico es nuevo en cuanto a mantenimiento del mismo, ya que por su variedad en sabor, tienden a renovarse los productos, por los que es difícil mantener en el mercado productos que en su momento eran tradicionales y como se renuevan los productos es difícil mantenerlos en vigencia, por lo que se considera este proyecto viable para mejorar la imagen de los productos tradicionales y sobre todo la satisfacción del consumidor. Este proyecto pretende abastecer a la localidad y después expandirse por lugares más estratégicos mediante sucursales, mediante un eficiente trabajo que logre éxitos en los propósitos deseados, integrando una empresa que tenga la dedicación de fomentar el turismo gastronómico más la venta de éstos productos que serán para el consumo de todos los ciudadanos.

Esta investigación de carácter internacional es de vital importancia para el presente estudio puesto que tiene el mismo propósito que es el de industrializar alimentos de fabricación artesanal, específicamente de Guayaquil, para ser producidos a escala nacional en cafeterías y restaurantes y satisfacer la demanda de un sector más amplio del país.

Oirdobro S. (2012) elaboro un trabajo para optar al grado e Ingeniera en producción titulado **Plan de mejora de proceso en la línea de producción Uniloy 6 en la empresa plásticos y desarrollo S.A.**, Este trabajo de grado se enfocó bajo la modalidad de investigación de proyecto factible y su propósito fue el de realizar un Plan de Mejora de Proceso en la Línea de Producción Uniloy 6 en la empresa PLASTICOS Y DESARROLLO S.A. La investigación se llevó a cabo en tres fases: el diagnóstico de la situación actual, análisis de las causas, diseño y desarrollo de un

plan de mejoras. Para ello se utilizaron técnicas y herramientas de recolección de datos, tales como: descripción del proceso productivo, diagrama de enfoque de proceso, observaciones directas, entrevista no estructurada, tormenta de ideas, diagrama causa-efecto, técnicas de grupo nominal, diagrama de Pareto y estudio de tiempo. La información recolectada permitió diagnosticar las no conformidades presentes en la línea Uniloy 6, por lo que se concluyó que la empresa no cuenta con la existencia de indicadores de gestión para las actividades, la falta de adiestramiento adecuado a los operarios y falta de mantenimiento preventivo en las maquinarias; por tal motivo se elaboró un plan de mejoras que consistió en la implementación de indicadores de gestión, plan de capacitación al personal y aplicación del mantenimiento preventivo que permitan controlar y garantizar el buen funcionamiento de la línea.

Este trabajo de grado resulta relevante para la investigación que se lleva a cabo, puesto que fue realizado bajo la misma metodología de Proyecto Factible, la recolección de información a través de entrevistas y observaciones directas y con el objeto de mejorar una línea de producción, lo que resulta de vital ayuda, como guía a la presente investigación.

2.2. BASES TEÓRICAS

Plan de Negocio

Para Saldam (1999) “En el campo de los negocios, pocas áreas atraen tanta atención como las empresas nuevas, pocos aspectos sobre la creación de nuevas compañías son tan llamativos como el plan de negocios.”(p.18)

El plan de negocio es un documento en el cual se reúne información acerca de la idea de negocio con el fin de determinar su viabilidad y establecer parámetros para poder llevarlo a cabo.

Existen tres lineamientos para el desarrollo del plan de negocios, en el primero se establecen objetivos, se realiza el cronograma de tiempos y se destinan recursos para llevar a cabo la investigación del plan, en el segundo se define el plan de negocios donde se explican los pasos a desarrollar y da a conocer la importancia del mismo, y por último se realiza un plan financiero “el cual si esta cuidadosamente elaborado mostrará si el sueño es financieramente viable. Si después del cuidadoso análisis, las proyecciones financieras le muestran que no será capaz de obtener la utilidad necesaria para que el proyecto valga la pena, debe considerar seriamente la posibilidad de modificar el proyecto o incluso abandonarlo. Para Cooper, Floody y McNeill (2002) Un plan financiero tiene diversas partes, pero hay dos elementos principales: Un presupuesto de capital y un estado de pérdidas y ganancias proyectado”.(p.23)

Según Spina (2006), los puntos a tener en cuenta para desarrollar un plan de negocios son: El resumen, el cual se debe estructurar cuando se termine la elaboración del mismo, y se presenta al comienzo del documento, la descripción del negocio, la historia donde se dan a conocer algunas razones por las cuales se quiere llevar a cabo el proyecto, los objetivos que expresan la visión a largo plazo de lo que se estima para el proyecto, la localización, los recursos como instalaciones y equipamiento con los que cuenta, y por último, el estudio de factibilidad.

El estudio de factibilidad según Cooper, Floody y Mc Neill (2002), sirve para ver cuál será la relación entre negocio y mercado existente. Se concentra en definir la competencia, lo mismo de la posible clientela en la ubicación elegida.. Se llama estudio de factibilidad porque implica investigar la viabilidad de su negocio en cuanto a competencia y demanda. Díaz (1994) dice que los principales beneficios de un plan de negocio son:

- Determinar cuáles son las oportunidades del negocio más promisorias de la empresa.
- Establecer con precisión los mercados de mayor ventaja de la empresa.

- Señalar como intervenir más activamente en los mercados.
- Contribuir con las bases para decidir la clase de productos o servicios que se deben ofrecer en el mercado.
- Estipular objetivos, programas, estrategias y planes a seguir, que permiten controlar el buen desempeño de la empresa en un largo plazo.
- Constituir bases para proyectar todas las actividades de la empresa.
- Estimular un uso más racional de los recursos.
- Facilitar el control y medición de los resultados.
- Crear conciencia de los obstáculos que se deben superar.
- Brindar una valiosa fuente de información para referencias actuales y futuras
- Proveer el avance progresivo hacia las metas más importantes de la empresa.
- Ayudar a analizar la situación de la empresa en comparación con sus más importantes competidores
- Proporcionar la determinación de las cosas que se deben hacer mejor y diferente a la de los competidores.

Línea de Producción

Las líneas de producción son una clase importante en los sistemas de manufactura cuando se van a hacer grandes cantidades de productos idénticos o similares. Son convenientes para realizar un trabajo en la parte o producto que requiere muchos pasos separados. En una línea de producción el trabajo se divide en tareas pequeñas y se asignan a trabajadores o máquinas para realizar éstas actividades con gran eficiencia.. Por cuestiones de organización las líneas de producción se dividen en: Líneas de ensamble manual y Líneas de producción automatizadas, aunque son frecuentes las líneas híbridas con operaciones tanto manuales como automatizadas.

Una línea de producción la forman una serie de estaciones de trabajo ordenadas para que los productos pasen de una estación a la siguiente y en cada posición se realicen una parte del trabajo total. La velocidad de producción de la línea se

determina por medio de su estación más lenta. Las estaciones de trabajo con ritmos más rápidos, llegan a verse limitados por la estación más lenta, que representa un cuello de botella. La transferencia del producto a lo largo de la línea por lo general se realiza mediante un dispositivo de transferencia mecánica o sistema de transporte, aunque algunas líneas manuales simplemente pasan el producto a mano entre las estaciones. Según Rey (2003) “Las líneas de producción se asocian con la producción masiva. Si las cantidades del producto son muy grandes y el trabajo se va a dividir en tareas separadas que pueden asignarse a estaciones de trabajo individuales, una línea de producción es el sistema de manufactura más apropiado”. (p. 41-43)

Para llevar a cabo la creación de una empresa es necesario y una vez conformada es importante conocer el papel de la contabilidad administrativa

La contabilidad administrativa para Horngreen, Suddem y Stratton (2006) es una herramienta esencial, que mejora la capacidad de un ejecutivo para tomar decisiones económicas eficaces dentro de una empresa. Horngren, Suddem y Stratton (2006) también afirman

La contabilidad administrativa incursiona en todos los sectores de los negocios; no lucrativo, menudeo, mayoreo, de servicios, ventas y situaciones administrativas así como de manufactura. El énfasis se centra en las decisiones de planeación y control; no en el costeo de productos para valuación de inventarios y determinación del ingreso. (p. 15)

Horngreen, Suddem y Stratton (2006) indican “las ideas básicas de la contabilidad administrativa fueron desarrolladas por contadores de empresas manufactureras. Sin embargo estas ideas evolucionaron de modo que se aplican a todos los tipos de organizaciones, inclusive las de servicio.” (p.8)

El proceso administrativo consiste en una serie de actividades en un ciclo de planeación y control. La toma de decisiones es una elección con propósito definido hecha entre un conjunto de cursos de acción alternativos diseñados para alcanzar

algún objetivo- es el núcleo del proceso de administración. Las decisiones van desde las que son rutinarias (elaborar programas de producción diaria) a las que no lo son (lanzar una línea nueva de productos).

En una organización existen dos tipos fundamentales de decisiones:

- Decisiones de planeación
- Decisiones de control.

En la práctica la planeación y el control están entrelazadas que cualquier separación parece imposible. Sin embargo al analizar la administración, es de utilidad concentrarse ya sea en la fase de planeación o control.

La planeación consiste en establecer los objetivos de una organización y la manera en que se alcancen, mientras que el control consiste en la implementación de planes con el empleo de retroalimentación para alcanzar los objetivos. La contabilidad formaliza los planes al expresarlos como presupuestos. Un presupuesto es la expresión cuantitativa de un plan de acción. Por otro lado los presupuestos ayudan a coordinar e implementar los planes y constituyen los elementos principales para mantener la disciplina en la planeación administrativa.

El sistema de contabilidad administrativa da apoyo a la planeación y al control. El sistema registra las medidas y clasifica las acciones a fin de generar reportes de desempeño. Horngreen y otros (2006) indican los reportes de desempeño proporcionan retroalimentación que surge de comparar los resultados con los planes y resaltar las variaciones, las cuales son las desviaciones de los planes. (p.12)

Los sistemas administrativos también conforman parte de una empresa, pues agilizan los procesos y hacen posible la efectividad de los procesos.

Sistemas administrativos

En la actualidad se aprecia el explosivo crecimiento de organizaciones modernas, el cual ha creado retos que, a su vez, dan lugar al desarrollo de sistemas, mismos que

hacen frente a la complejidad y multiplicación de las operaciones en forma efectiva. De manera que toda organización, para realizar sus actividades en forma adecuada, necesita de sistemas de trabajo orientados a lograr una coordinación integral de todos sus elementos.

Aun no existe un concepto preciso de lo que es o representa un sistema de trabajo, ya que los diferentes autores y estudiosos de la administración no se han puesto de acuerdo y cada uno de ellos enfoca el problema desde diferentes puntos de vista y con mucha frecuencia, incluso, usa una terminología diferente. No obstante, se tratara de establecer un concepto de lo que significa, enfocándose básicamente en los elementos que de modo indistinto tratan los diferentes autores de la materia.

Gómez (2007) señala que “un sistema administrativo es una red de procedimientos relacionados entre sí y desarrollados de acuerdo con un esquema integrado para lograr una mayor actividad de las empresas”. (p.3)

El mismo autor (2007) señala que es “una red de procedimientos relacionados entre sí y desarrollados de acuerdo con un esquema integrado para lograr una mayor actividad de las empresas” (p.3)

En otras palabras, un sistema es un ensamble de partes unidas por inferencia y que se lleva a cabo por las empresas para lograr así los objetivos de la misma, siendo entonces, una serie de objetos con una determinada relación entre ellos mismos y entre sus atributos.

Clasificación de los sistemas administrativos.

Una vez que se ha comprendido que un sistema contiene n elementos en constante estado dinámico, durante un periodo definido de tiempo debe tenerse cuidado de su

comportamiento por medio de una constante investigación. En este sentido podemos enunciar una primera clasificación:

- Sistemas determinísticos y
- Sistemas probabilísticos.

Los sistemas determinísticos es aquel en que las partes interactúan de forma completamente predecible. Ejemplo: Los eclipses se pueden predecir con anticipación. Un sistema simple determinista es aquel que tiene algunos componentes e interrelaciones que revelan un comportamiento dinámico completamente predecible y el sistema complejo determinista para efectos prácticos podemos señalar la computadora electrónica, que está formada por un sistema sumamente complejo o complicado y determinista, porque la computadora hará únicamente lo que se le indique.

Los sistemas probabilísticos en ellos existe incertidumbre; no se puede dar una predicción exacta y detallada, sino que solo se puede decir una probabilidad en determinadas circunstancias; en ocasiones un sistema tiene que ser descrito en forma y tiempo diferentes, dependiendo de lo que se quiera decir. Sistema simple probabilista: Un ejemplo muy claro es arrojar una moneda al aire.

Encontramos otro tipo de sistemas como son los físicos y los abstractos, los primeros son los que tratan con herramientas, maquinarias, equipos y en general con objetos o artefactos reales. Los segundos son el contraste de los primeros; en estos sistemas los símbolos representan atributos de objetos que no existen, excepto en la mente del investigador, por ejemplo: conceptos como planes, hipótesis e ideas sujetas a investigación. El sistema abstracto es uno en el que todos los elementos son conceptos, lenguajes, sistemas de números y otros. Los números son conceptos, pero los símbolos que los representan (numerales o guarismos) son elementos físicos. Para

Gómez (2007) “En un sistema abstracto los elementos se crean por medio de definiciones, mientras que las relaciones entre estos elementos se formulan mediante presupuestos, sean éstos axiomas o postulados. (p. 7)

El sistema concreto, es uno donde por lo menos dos de sus elementos son objetos. Por lo general, al hablar de un sistema se hace referencia a un sistema concreto.

Importancia de los sistemas

La administración de una organización consiste fundamentalmente en la capacidad de manejar sistemas complejos, en mayor o menor grado. En estos días observamos cómo poco a poco, los sistemas y su estudio cobran importancia de acuerdo con el desarrollo de las organizaciones. Se puede afirmar que los procedimientos, formas y métodos para llevar a cabo las actividades son elementos componentes del sistema.

Para la práctica administrativa, adecuada y actualizada, serán los sistemas administrativos utilizados los que así lo determinen. Estos serán por tanto realistas, objetivos y flexibles, de modo que vayan acordes con el momento histórico y la situación en que sean implantados. Es necesario también que sean claros y que den la posibilidad a cambios estructurales pero no de esencia. La administración es en sí una metodología efectiva aplicable a las actividades y a las relaciones humanas, siendo los sistemas un medio de acción y de resultados. Mediante ellos se evita que se pierdan de vista los objetivos primordiales de la empresa, pues de no ser por ellos, se caería en divagaciones.

Los sistemas que se elaboran sin haber considerado posibles situaciones de cambio, corren el riesgo de quedar obsoletos e inservibles, por eso será necesario hacerles modificaciones paulatinas, cada vez que aparezcan factores que ameriten ajustes, cualesquiera que fueran y que afecten de manera directa a toda la organización. Como

ejemplo se puede tomar la organización como un sistema, que a la vez se rige por un sistema de planes.

Gómez (2007) asevera “el conjunto de planes elegidos para regir una empresa constituye, asimismo, un sistema jerárquico excesivamente complejo”. (p. 8)

Para realizar adecuadamente los costos de materiales y equipos necesarios para la apertura y costo de la producción de una organización naciente, es imprescindible acudir a la contabilidad de costos.

Contabilidad de Costos

Otro elemento que asegura el éxito o fracaso de una organización empresarial es la correcta y eficaz aplicación de su contabilidad de costos, ya que habilita al gerente a realizar los cálculos adecuados del costo de la producción y el costo de ventas, para evitar posibles pérdidas. En otras palabras, la clave del éxito de una compañía, radica en crear valor para los clientes y al mismo tiempo distinguirse de sus competidores. La estrategia consiste justamente en identificar como una compañía puede lograr eso. No obstante, una estrategia elegida (como disminuir los costos de producción) solo puede ser buena como su puesta en práctica (por ejemplo capacitar a los trabajadores para mejorar la calidad y reducir el desperdicio). El contador de costos ofrece información que ayuda a desarrollar e implementar la estrategia.

Para Horngren y otros (2007) revelan

La contabilidad de costos es aquella que proporciona información para dirigir la contabilidad administrativa y financiera. La contabilidad de costos mide, analiza y presenta información financiera y no financiera relacionada con los costos de adquirir o utilizar recursos de una organización. (p.2)

Por ejemplo calcular el costo de un producto es una función fundamental de la contabilidad de costos que responde a la necesidad de valoración de inventarios de la contabilidad financiera y a las necesidades de toma de decisiones de la

contabilidad administrativa. La contabilidad de costos moderna adopta la perspectiva de que la recopilación de información de costos, es una función de las decisiones administrativas que se toman. Así la diferencia entre la contabilidad de costos y la contabilidad administrativa no está definida claramente y con frecuencia utilizamos ambos términos de manera indistinta.

2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Crear una empresa: El proceso de constitución y puesta en marcha de una empresa es una tarea difícil, no por su complejidad, sino por la laboriosidad de la tramitación para formalizar dicha constitución.

A la hora de decidir crear una empresa, hay que tener en cuenta, entre otros, los siguientes factores: la definición de la actividad a desarrollar, la planificación global y a largo plazo, la valoración de riesgos, la capacidad financiera, la viabilidad del negocio, el estudio de mercado... Todos estos aspectos conviene recogerlos en lo que se denomina Plan de Empresa.

Empresa: La Comisión de la Unión Europea (U.E). sugiere la siguiente definición: “Se considerará empresa toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica. En particular, se considerarán empresas a las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras diligencias a título individual o familiar, las sociedades de personas, y las asociaciones que practiquen una acción económica de forma regular”

Línea de producción: Una línea de producción la forman una serie de estaciones de trabajo ordenadas para que los productos pasen de una estación a la siguiente y en cada posición se realicen una parte del trabajo total.

Plan de negocios: Un plan de negocio es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. Se emplea internamente por la administración para la planificación de las tareas, y se evalúa la necesidad de recurrir a bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al negocio.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

La metodología de un trabajo de grado comprende su tipo, diseño, y las fases metodológicas.

3.1 Tipo y Diseño de la Investigación

De acuerdo al tipo de investigación, el presente estudio se considera un Proyecto Factible, Según Palella y Martins citado por López (2012) el proyecto factible “consiste en elaborar una propuesta viable, destinada a atender las necesidades específicas, determinadas a partir de una base diagnóstica” (p.41). Al respecto la UPEL Universidad Experimental Libertador (2004) manifiesta que:

El proyecto factible consiste en la elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable, o una solución posible a un problema de tipo práctico para satisfacer necesidades de una institución o grupo social. La propuesta debe tener apoyo, bien sea en una investigación de tipo documental y debe referirse a la formulación de políticas, programas, métodos y procesos. El proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades. (p.7)

En cuanto al diseño de la investigación, este estudio se apoya en el Diseño de Campo; al respecto Sabino (2009) afirma que “su objetivo es proporcionar un modelo de verificación, que permita contrastar hechos con teorías y su forma es la de una estrategia o plan general que determina las operaciones necesarias para hacerlo”. (p. 63).

Para llevar a cabo este trabajo de grado, se consideró necesario usar una investigación de campo, ya que los datos para recabar la información serán tomados del personal que labora en la fabricación y distribución artesanal de las panelas de San Joaquín.

Arias (2006) señala al respecto que el diseño de campo

Es aquel que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes (p.31)

3.2. Fases metodológicas de la investigación

Las fases metodológicas comprendieron lo relativo al conjunto de procedimientos, métodos o técnicas que son necesarias para la obtención de los datos, de igual modo se establecieron los lineamientos o procedimientos a seguir durante el desarrollo de la investigación. Este trabajo de grado, tuvo como objetivo general: Proponer un Plan de Negocios para la creación de una línea de producción en la empresa A-Co-MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del estado Carabobo.

3.2.1. Fase 1. Diagnóstico de la situación actual de la producción y ventas de Panelas de San Joaquín en el estado Carabobo.

En esta fase comenzaremos por definir los sujetos de la investigación y quienes lo constituyeron que son todos y cada uno de los individuos que interactúan en el entorno donde se desarrolla la investigación, a quienes llamaremos población. Está constituida por el conjunto de personas que formaron parte de la investigación y fueron objeto de observación.

En la presente investigación la población estuvo formada por 2.872.982 personas que corresponden según el instituto nacional de estadística en el censo del año 2014 a los habitantes del Estado Carabobo Para Hernández, Fernández y Baptista (1998), “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”. (p.210)

Fue necesario además escoger una Muestra, la cual es una parte de la población surge de un método propuesto por Hernández Fernández y Baptista (2006) para poblaciones finitas mayores a 500.000 habitantes.

$$n = \frac{z^2 p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + (Z^2 \cdot p \cdot q)}$$

Donde:

N: tamaño de la población = 2.872.982 habitantes

Z: coeficiente de confianza = 2 (95,5% de confianza)

P: Probabilidad a favor = 0,5

Q: probabilidad en contra = 0,5

E: Error o margen de Error = 5%

n: Tamaño de la muestra

$$n = \frac{4 (50 \times 50) 2.872.982}{25 (2.872.982 - 1) + (4 \cdot 50 \times 50)}$$

n = 400

El tamaño de la muestra es de 400 personas aproximadamente para que esta sea representativa con respecto a la población seleccionada como mercado para la fabricación y posterior distribución de panelas de San Joaquin.

Tamayo y Tamayo (2001), definen la recolección de datos como

La etapa del proceso de investigación que sucede en forma inmediata al planteamiento del problema. Es decir, cuando se obtienen los elementos que determinan lo que se va a investigar, seguidamente se pasa al campo en estudio para proceder a efectuar la recopilación o recolección de datos (p.281).

Esta recolección de datos se realizó a través de las técnicas e instrumentos, Por otra parte se incluirá el cuestionario, en este sentido Arias (2006) define el cuestionario como:

La modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador. (p. 74)Estandarizado de cuestionario, con el fin de estudiar las relaciones existentes entre las variables.” (p.86).

En este mismo orden de ideas, el cuestionario aplicado, estuvo estructurado en dieciséis (8) preguntas de respuestas cerradas y dicotómicas y fue aplicado a la muestra seleccionada.

En cuanto a la Confiabilidad y Validez para que los resultados de un instrumento puedan ser interpretables; es decir, para que tengan significado y valor heurístico, es necesario que los mismos sean confiables. Se denomina confiabilidad de la medida a la exactitud con que un instrumento mide lo que se pretende medir. En este sentido Ruiz (2002) afirma que “el termino confiabilidad es equivalente a los de estabilidad y predictibilidad”.

El mismo autor (2002) señala que que la confiabilidad puede ser definida tambien como la ausencia relativa de error de medicion en el instrumento; es decir, en este contexto, el termino confiabilidad es sinonimo de precision. (p.56)

La confiabilidad puede entonces ser enfocada como el grado de homogeneidad de los items del instrumento en relacion con la caracterisitica que pretende medir. En cuanto a la validez se conoce como a la exactitud conque puedan hacerse mediciones significativas y adecuadas con un instrumento de medicion. De acuerdo con Rojas (2010), “la validez puede recurrira la triangulación teórica confrontando los resultados con varios enfoques teóricos”

3.2.2. Fase 2. Análisis a través de la matriz FODA de la posibilidad de implementación de un Plan de Negocio para la creación de una línea de producción en la empresa A-Co-MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del estado Carabobo.

Para el desarrollo de esta fase metodológica se tomó los datos derivados de la aplicación del cuestionario y de la observación directa y a partir de ellos se indicaron cuáles eran las debilidades en la industrialización de las Panelas de San Joaquín y la necesidad de proponer soluciones

3.2.3. Fase 3. Diseño de un Plan de Negocio para la creación de una línea de producción en la empresa A-Co-MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del estado Carabobo.

La elaboración de esta fase metodológica consistió en el desarrollo de la propuesta del presente trabajo de grado. Para esto en primer lugar se describió el contenido de la misma, a través del desarrollo de los factores que justifican su elaboración y cómo estuvo estructurada. Posterior a esto se indicó cuáles son los objetivos de la propuesta, los cuales están directamente relacionados los factores administrativos identificados en la fase II de este estudio. Una vez señalados los objetivos a cumplir en la propuesta, se puntuó la justificación de la misma; en la cual se indicó porqué es importante elaborarla y cuáles son los beneficios. Luego se realizó, el análisis de la factibilidad del proyecto, en tal sentido Romero(2011) señala que la factibilidad: “Constituye la condición sine-qua-non, para que la propuesta o solución del problema de investigación se pueda llevar a cabo. En otras palabras es la garantía de que la propuesta o proyecto factible se pueda aplicar”.(p 20) Así, el estudio de factibilidad es un análisis que se lleva a cabo referido a la disponibilidad de recursos para alcanzar objetivos o metas

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se desarrolló las fases metodológicas planteadas para lograr el objetivo general de este trabajo de grado. En función a esto, el presente capítulo comprende la elaboración del estudio diagnóstico, realizado a través de la aplicación del cuestionario, el análisis de los resultados y la elaboración de propuesta del presente proyecto. Es por esto que a continuación se detallan cada una de las fases metodológicas presentes en la investigación.

4.1 Análisis e Interpretación de los Resultados

Para dar cumplimiento a esta fase metodológica, se aplicó un cuestionario constituido por dieciséis (8) preguntas de respuestas cerradas y dicotómicas a 400 habitantes del estado Carabobo para así dar a conocer la demanda actual en el mercado. Cabe destacar que una vez aplicado el instrumento, los resultados fueron tabulados en tablas de frecuencia y posteriormente representados gráficamente con diagramas de tortas, para así lograr una mejor comprensión de los mismos por cualquier lector, luego se procedió a realizar el análisis de cada uno de los resultados expuestos. Bajo este orden de ideas los datos obtenidos por el diagnóstico sirvieron para mejorar la calidad del producto, optimizar la producción, distribución y comercialización de las Panelas de San Joaquín.

4.2 Fase 1 Diagnóstico de la situación actual para la elaboración de un plan de negocio para la empresa productora de Panelas de San Joaquín “A- CO- MER C.A.”, ubicada en Valencia, Estado Carabobo

Se procede a desarrollar el primer paso correspondiente a la presentación de los resultados por cada dimensión, comenzando dicho proceso con el cuestionario aplicado a 400 habitantes del Estado Carabobo que representan la muestra de la población.

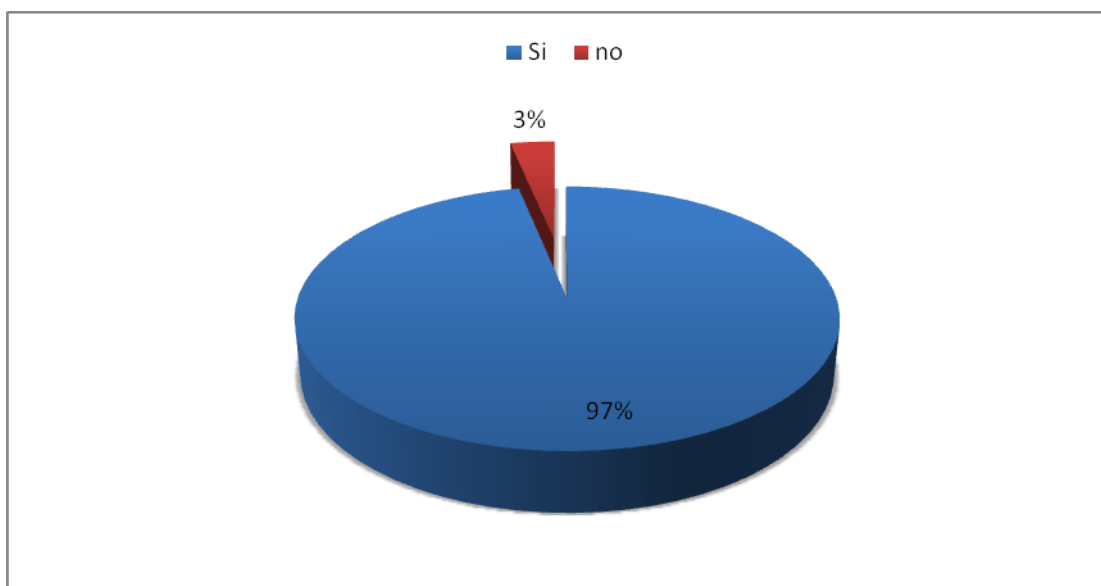
Ítem #1: ¿sabe usted lo que son las panelas de San Joaquín?

Cuadro N° 1: Datos de respuesta para los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje
Afirmativas	387	97%
Negativas	13	3%
Total	400	100%

Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)

Gráfico N° 1:



Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)

Análisis:

A través de las respuestas obtenidas en el ítem 1 se obtuvo información de importancia ya que permitió saber que conocimiento tiene la población sobre el producto el cual se pretende hacer el plan de negocio obteniendo unas respuestas favorables en un 97% que corresponde a 387 encuestados.

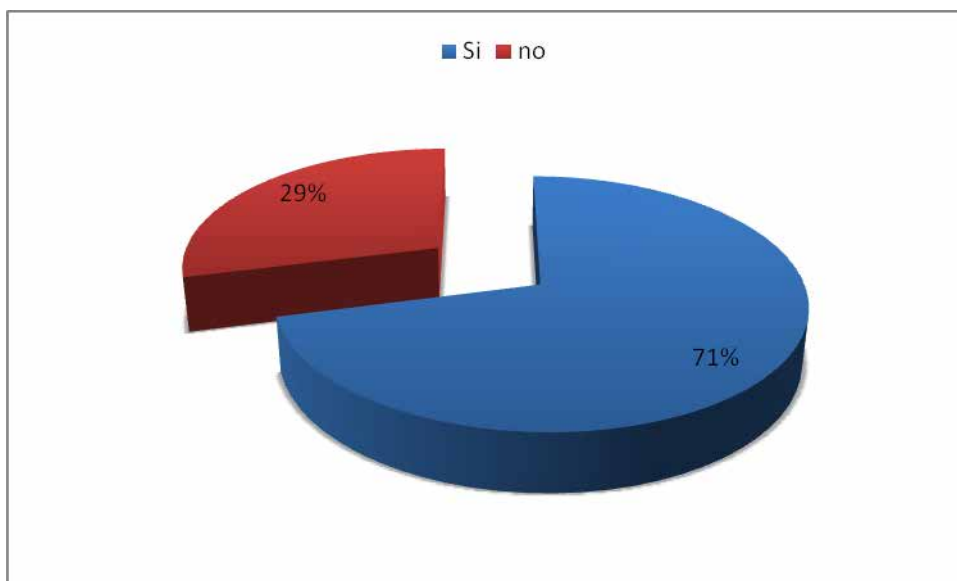
Ítem #2: ¿Consumes usted este producto?

Cuadro N° 2: Datos de respuestas para el Producto

	Frecuencia	Porcentaje
Afirmativas	284	71%
Negativas	116	29%
Total	400	100%

Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)

Gráfico N° 2:



Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)

Análisis:

De la población encuestada, esta grafica permite evidencias que solo el 71% de la población consume este producto el cual nos permite hacer la proyección de la demanda, obteniendo respuestas favorables de 284 encuestados.

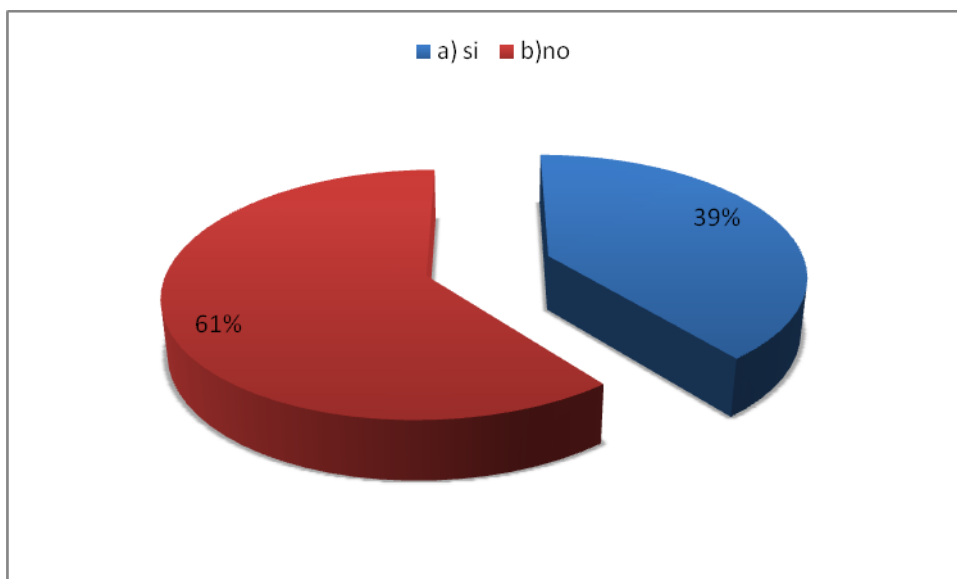
Ítem #3: ¿Consigue usted este producto fácilmente?

Cuadro N° 3: Datos de respuestas para el Ventas

	Frecuencia	Porcentaje
Afirmativas	157	39%
Negativas	243	61%
Total	400	100%

Fuente: Grimaldi M. y Moreno I.(2015)

Gráfico N° 3:



Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)

Análisis:

En la gráfica anterior se observa que el 61% de la muestra considera que es de difícil acceso este producto, esto permitiendo que la investigación continúe adelante con sus propuestas.

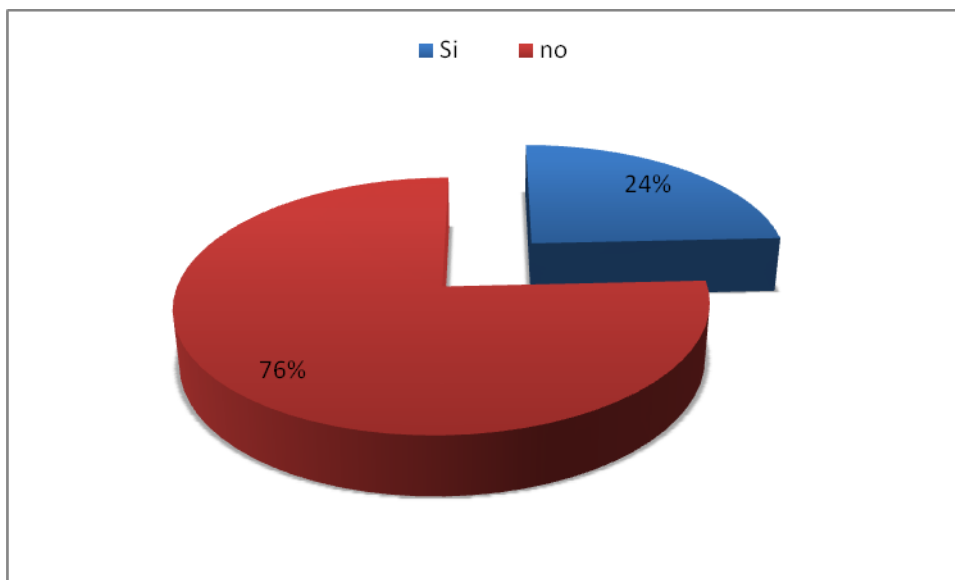
Ítem #4: ¿Considera usted que este producto viene empacado correctamente?

Cuadro N° 4: Datos de respuestas para el Personal

	Frecuencia	Porcentaje
Afirmativas	97	24%
Negativas	303	76%
Total	400	100%

Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)

Gráfico N° 4:



Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)

Análisis:

A través de esta pregunta se observa que los consumidores y no consumidores no están de acuerdo con el empaque que actualmente tiene el producto entre los objetivos de la investigación esta la mejora del producto existente obteniendo respuestas favorables a la investigación en un 76% de los encuestados.

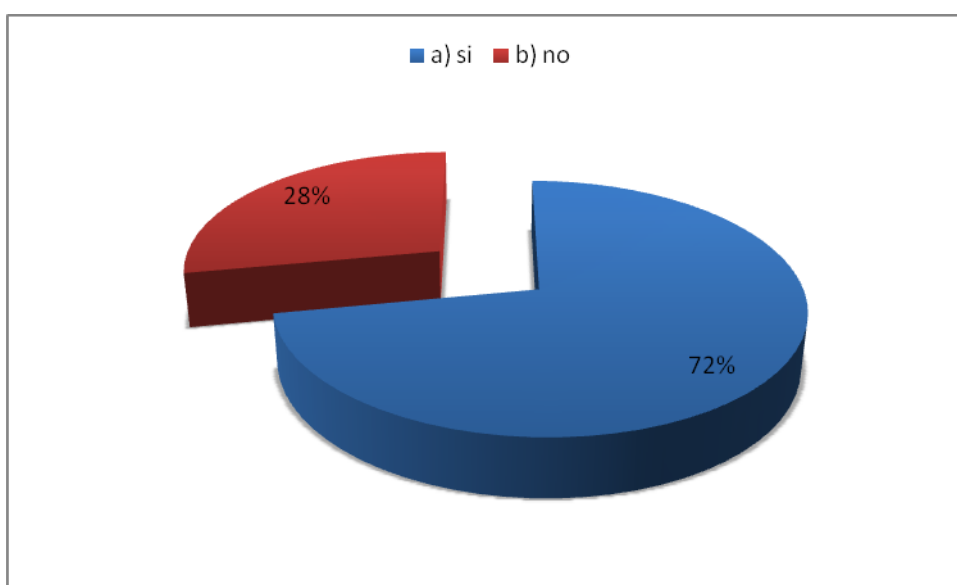
Ítem #5: ¿Considera usted que la difícil obtención de este producto hace que lo consuma con menos frecuencia?

Cuadro N° 5

	Frecuencia	Porcentaje
Afirmativas	288	72%
Negativas	112	28%
Total	400	100%

Fuente: Grimaldi M. y Moreno I.(2015)

Gráfico N° 5:



Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)

Análisis:

A través de esta pregunta se presencia como la ausencia de canales de distribución, comercialización y hasta la fabricación del producto se ve comprometida debido a su difícil acceso y su escasas de presencia en el mercado.

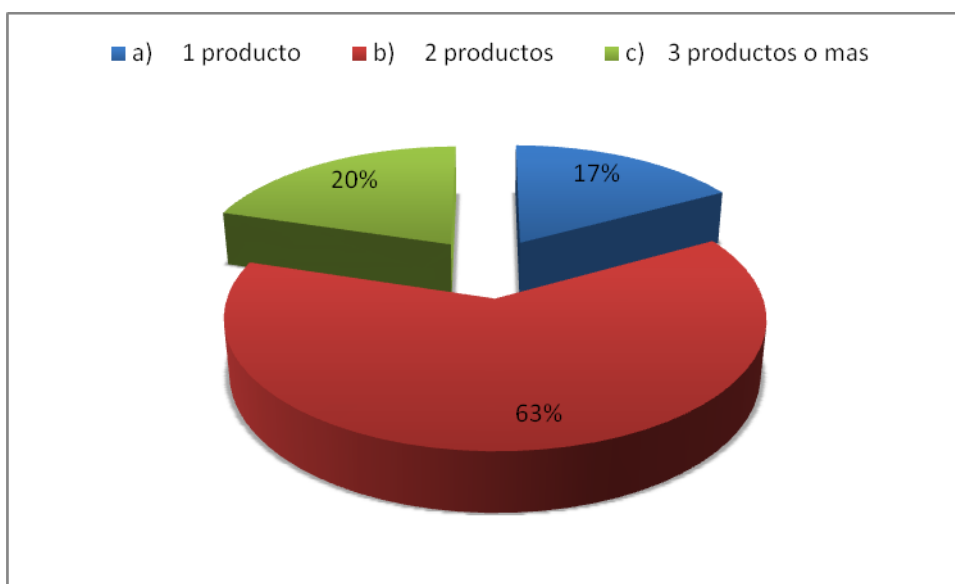
Ítem #6: ¿Cuántos empaques de panela de San Joaquín consumiría mensualmente?

Cuadro N° 6:

	Frecuencia	Porcentaje
1 Producto	68	17%
2 Productos	251	63%
3 Productos o mas	81	20%

Fuente: Grimaldi M. y Moreno I.(2015)

Gráfico N° 6



Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)

Análisis:

En esta pregunta los encuestados opinaron sobre los paquetes que pudieran consumir en un mes, en primer lugar tenemos la posibilidad de que adquieran 2 productos mensualmente, en segundo lugar tenemos la opción de 3 o mas productos y por ultimo aquellos que consumirían 1 solo al mes, por lo que observamos la demanda potencial del producto debido a las respuestas obtenidas de la muestra

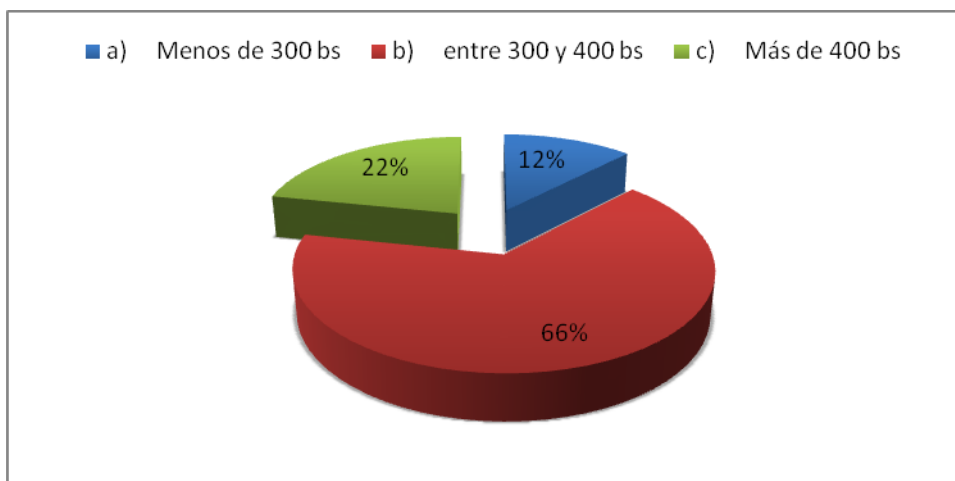
Ítem #7: ¿Cuánto esta dispuesto a pagar por un paquete de 6 unidades de panelas de San Joaquín?

Cuadro N° 7: Datos de respuestas para el Financiación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 300 bs	49	12%
Entre 300 y 400 bs	264	66%
Mas de 400 bs	87	22%
Total	400	100%

Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)

Gráfico N° 7:



Fuente: Grimaldi M. y Moreno I.(2015)

Análisis:

A través de las respuestas obtenidas en la encuesta referente al ítem 7, se estudio cual es el precio que el sujeto estaría dispuesto a pagar para adquirir un paquete de panelas de San Joaquín para su consumo, un 66% de la población ve aceptable pagar entre 300 y 400 Bs, mientras que un 22% opina que el precio de venta ideal seria de 400 Bs o mas, por ultimo un 12% de la población encuestada opina que puede pagar menos de 300 Bs para adquirir el producto mencionado, porque permite dar una visión del posible precio para introducir el producto en el mercado.

Ítem #8: ¿Dónde compra usted este producto?

Cuadro N° 8:

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Farmacias	0	0%
Super mercados	0	0%
Abastos	0	0%
Buhoneros o abastos no reconocidos	400	100%
Total	400	100%

Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)

Gráfico N° 8:



Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)

Análisis:

En esta grafica se observa como estos productos son obtenidos por los encuestados de manera informal, bien sea en las localidades aledañas a San Joaquín o en las cercanías a la autopista regional del centro.

4.2 Fase 2: Identificación de las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades mediante una matriz FODA para la creación del plan de negocios para la empresa productora de Panelas de San Joaquín “A- CO- MER C.A”, ubicada en Valencia, Estado Carabobo

Matriz FODA

Por medio de información brindada por empleados de las empresas productoras de Panelas de San Joaquín, se recolectaron los datos y además se creó una matriz FODA la cual entrelaza cada uno de los factores que comprenden las dimensiones; entre ellos se tienen:

La formulación

- La ejecución
- La evaluación

Tanto la cocina y el horno industrial, el ayudante de cocina, los moldes, la rebanadora, son los equipos necesarios para preparar las Panelas de San Joaquín, así como también la envoltura y las son otros factores que inciden en el éxito de la Empresa “A- CO- MER C.A” para así poder tener una mejor imagen de las galletas artesanales y obtener estrategias que utilicen las mejores fortalezas y oportunidades para atacar las más graves debilidades y amenazas de la empresa.

Cuadro N°9: Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Valor Nutricional del producto	Gusto y Preferencia	Salario	Inflación
Tecnología	Estilo de Vida	Escaso presupuesto	Escases de la materia prima
Ubicación accesible	Precio del Producto	Poder Adquisitivo	Peligrosidad de la Zona
Personal Capacitado	Edades	Competencia con el comercio informal	Impuestos

Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)

ANÁLISIS FODA

Fortalezas

- Valor nutricional del producto
- Tecnología, hoy en día la tecnología evoluciona rápidamente en caso de los productos electrodomésticos es gran oportunidad e impacto por que ayudan hacer las Panelas de San Joaquín en una forma rápida y cómoda.
- Ubicación Accesible, es donde se recibirá la mayor oportunidad y el impacto del mercado en un lugar estratégico que puede llamar la atención del consumidor.
- Personal capacitado, el cual estará asesorando continuamente en base a la experiencia que ayudará al éxito de la línea de producción.

Oportunidades

- Gusto y Preferencia es parte de la vida de la población que representa una oportunidad para ingresar a sus deseos y necesidades.
- Estilo de Vida que tienen el consumidor es una oportunidad para nuevos mercados y así podrían conocerlo y adquirirlo.
- Precio del Producto, se puede a incurrir a altos márgenes de ganancias debido a que las Panelas de San Joaquín se cobrarían a un precio accesible, el cual está en la media del precio de la competencia.
- Todas las personas sin excepción de edades, podrán conocer y adquirir las panelas de San Joaquín pero solo cierto grupo se impactará con el mismo.

Debilidades

- Salario el cual es aumentado cada año, su impacto se manejaría con un presupuesto anual.
- Escaso presupuesto
- Poder adquisitivo, puede ocurrir que haya una promoción que llama la atención, pero si el consumidor no tienen la posibilidad de adquirirlo ocasionaría pocos ingresos a la empresa.
- La posición desfavorable frente a la competencia local, se debe a los altos costos de los insumos y a los precios que pueden ofrecer los productores informales.

Amenazas

- Inflación proporciona inestabilidad económica y social, ya que cada mes podría subir o bajar la inflación y no es controlable.
- Escases de la materia prima, ya que los encargos de la harina de trigo y del azúcar, en muchas ocasiones se tardan en la entrega. En otras ocasiones, no se despacha la cantidad solicitada.
- Peligrosidad de la Zona
- Impuestos, por la situación en que el país está ahora se pueden crear nuevos impuestos que ocasionarían el incremento de los precios.

4.3 Fase 3. Diseño de un Plan de Negocio para la creación de una línea de producción en la empresa A-Co-MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del estado Carabobo.

Luego de haber realizado el estudio de mercado correspondiente y haber visto los resultados obtenidos de manera favorable nos dispondremos a hacer el diseño estructural, y el estudio económico financiero. Para comprobar la factibilidad y la viabilidad del proyecto.

4.3.1. Proyección de la Demanda

Para poder diagnosticar de manera verás la situación del mercado, es necesario evaluar y demostrar que existen un número suficiente de personas que demuestren una demanda, y que a su vez justifique la puesta en marcha de la línea de producción de panelas de San Joaquín, en la empresa A-CO-MER,C.A.

El principal del análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien, así como determinar la posibilidad de participación del producto proyectado en la satisfacción de dicha demanda.

La manera en la que dicha demanda se comporte, debe ser establecida tanto en presente como a futuro, por ello, es necesario estimar la demanda proyectada que se establecerá en función a la tasa de crecimiento poblacional, para estos efectos, a continuación suministramos la información de la población del Estado Carabobo, información suministrada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Tasa de crecimiento poblacional de Carabobo: 3%

Esta tasa nos permite proyectar la demanda de los próximos años, al formularla con los resultados de la encuesta, en la que se obtuvo que un 71% de la población consume este producto de manera recurrente.

Cuadro N° 10

2015	2016	2017	2018	2019
2039817	2101012	2164042	2228963	2295832

4.3.2 Mercado Potencial

Este producto se encuentra dirigido a la población sin distinción de edad ni sexo perteneciente al Estado Carabobo, sujetos que según el estudio poseen hábitos de consumo frecuentes. Por tratarse de un tipo de producto de consumo masivo no se hace ninguna diferencia entre el estatus socio económico ni los ingresos mensuales del grupo familiar requerido para su adquisición, por lo que en primer lugar el precio de venta será accesible y competitivo para tomar lugar en el mercado y poder competir con otros distribuidores de la zona.

De acuerdo a los análisis realizados, y teniendo en cuenta el estimado de dos paquetes adquiridos por grupo familiar al mes, y contando con la capacidad se estima que con la puesta en marcha de las líneas de producción se pueda satisfacer la demanda de al menos de un 5 %, por lo que realizando las proyecciones correspondientes:

Cuadro N° 11

2015	2016	2017	2018	2019
2.039.817	2.101.012	2.164.042	2.228.963	2.295.832
101.991	105.050	108.202	111.448	114.792

4.3.3 El Precio

El precio de la Panela de San Joaquín estará ubicado en 350 Bs. P.V.P para comenzar, los precios fueron escogidos en base al costo de fabricación del mismo, y los márgenes de ganancias permitidos por las leyes que lo regulan, enmarcado también la comparación de precios con la competencia, estamos en la media de los precios, esto es beneficioso puesto que a medida que avance el negocio se puede realizar estrategias de precios para ganar clientes

4.3.4 plaza y Canales de Distribución

La empresa estará ubicada en el Centro de la Ciudad de Valencia, debido a que los posibles consumidores indicaron que dicha localización sería la más indicada, puesto a que en esa zona circula gran cantidad de peatones y accesible al transporte público.

Asimismo el Centro es un lugar muy transitado y la ubicación es esquinera, esto permite realzar la marca para la degustación de las Panelas de San Joaquín y posteriormente cuando progrese la empresa se irían abriendo otros locales en otras ciudades del país.

Por otro lado se distribuirá el producto a diversos canales a parte de la venta en el local, se hará a los supermercados, panaderías, abastos, otros, según su calidad y expiración.

4.3.5 Estudio Técnico y Financiero

En este aparte se tiene por objeto determinar y verificar la posibilidad técnica necesaria para la fabricación del producto en las mejores condiciones posibles, y utilizando a su vez los recursos disponibles de manera efectiva y eficaz, por lo que se evalúan los costos de inversión requeridos a lo largo del proceso productivo.

Para ello es sumamente importante que el inversionista reconozca la demanda potencial determinada por el estudio y diagnóstico del mercado objetivo, y de la misma forma, es vital conocer el proceso productivo, para determinar las necesidades de maquinaria y equipos que van a influir directamente sobre las inversiones, costos e ingresos del proyecto, condicionando de manera importante el estudio financiero posterior. Es por ello que es necesario resaltar los siguientes los siguientes factores para que sean tomados en cuenta a la hora de evaluar la factibilidad de la propuesta.

- Capacidad Instalada.
- Maquinaria y Equipos requeridos.
- Ingresos por venta
- Nomina
- Materia Prima e Insumos.
- Estado de resultado
- Flujo de fondos
- Inversión total
- Rentabilidad

Cuadro N° 12

Capacidad instalada y utilizada							
Volumen de producción	Base de cálculos	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año	Sexto año
Capacida instalada							
En porcentaje	100%		100%	100%	100%	100%	100%
En unidades por día	1500		1500	1500	1500	1500	1500
En unidades por año	396000		396000	396000	396000	396000	396000
Capacida Utilizada							
En porcentaje	60%		60%	70%	80%	90%	100%
En unidades por día			900	1050	1200	1350	1500
En unidades por año			237600	277200	316800	356400	396000
Pérdidas en el proceso	2%		-4752	-5544	-6336	-7128	-7920
Capacida Utilizada neta			232848	271656	310464	349272	388080
Productos para la venta							
panela de San joaquin	100%		232848	271656	310464	349272	388080
Producción total (unidades)			232848	271656	310464	349272	388080

Cuadro N° 13

Ingreso por ventas							
Volumen de producción	Base de cálculos	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año	Sexto año
Capacida instalada							
En porcentaje	100%		100%	100%	100%	100%	100%
En paquetes por día	1500		1500	1500	1500	1500	1500
En paquetes por año	396000		396000	396000	396000	396000	396000
Capacida Utilizada							
En porcentaje	60%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
En paquetes por día			900	1050	1200	1350	1500
En paquetes por año			237600	277200	316800	356400	396000
Pérdidas en el proceso	5%		-11880	-13860	-15840	-17820	-19800
Capacida Utilizada neta			225720	263340	300960	338580	376200
Productos para la venta							
Panela de San Joaquin	100%		225720	263340	300960	338580	376200
Producción total (paquete)			225720	263340	300960	338580	376200
INGRESO POR VENTA			Bs.79.002.00 0,00	Bs.92.169.000,0 0	Bs.105.336.000, 00	Bs.118.503.000, 00	Bs.131.670. 000,00

Cuadro N° 14

NOMINA

Descripción del cargo	Salario por mes	Salario anual	Costo total anual segundo año	Costo total anual tercer año	Costo total anual cuarto año	Costo total anual quinto año	Costo total anual sexto año
Gerente general	Bs.30.000,00	Bs.360.000,00	Bs.576.000,00	Bs.662.400,00	Bs.761.760,00	Bs.876.024,00	Bs.1.007.427,60
Secretaria	Bs.20.000,00	Bs.240.000,00	Bs.384.000,00	Bs.441.600,00	Bs.507.840,00	Bs.584.016,00	Bs.671.618,40
Asistentes Administrativos	Bs.21.600,00	Bs.259.200,00	Bs.414.720,00	Bs.476.928,00	Bs.548.467,20	Bs.630.737,28	Bs.725.347,87
chef	Bs.50.000,00	Bs.600.000,00	Bs.960.000,00	Bs.1.104.000,00	Bs.1.269.600,00	Bs.1.460.040,00	Bs.1.679.046,00
ingeniero en alimentacion	Bs.30.000,00	Bs.360.000,00	Bs.576.000,00	Bs.662.400,00	Bs.761.760,00	Bs.876.024,00	Bs.1.007.427,60
embalador	Bs.60.000,00	Bs.720.000,00	Bs.1.152.000,00	Bs.1.324.800,00	Bs.1.523.520,00	Bs.1.752.048,00	Bs.2.014.855,20
jefe de compras	Bs.22.000,00	Bs.264.000,00	Bs.422.400,00	Bs.485.760,00	Bs.558.624,00	Bs.642.417,60	Bs.738.780,24
vendedores	Bs.36.000,00	Bs.432.000,00	Bs.691.200,00	Bs.794.880,00	Bs.914.112,00	Bs.1.051.228,80	Bs.1.208.913,12
jefe ventas	Bs.20.000,00	Bs.240.000,00	Bs.384.000,00	Bs.441.600,00	Bs.507.840,00	Bs.584.016,00	Bs.671.618,40
cajera	Bs.12.000,00	Bs.144.000,00	Bs.230.400,00	Bs.264.960,00	Bs.304.704,00	Bs.350.409,60	Bs.402.971,04
Totales	Bs.301.600,00	Bs.3.619.200,00	Bs.5.790.720,00	Bs.6.659.328,00	Bs.7.658.227,20	Bs.8.806.961,28	Bs.10.128.005,47

Cuadro N°15

Materia prima						
Volumen de producción	Base de cálculos	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año	Sexto año
Capacida instalada						
En porcentaje	100%	100%	100%	100%	100%	100%
En unidades por día	1500	1500	1500	1500	1500	1500
En unidades por año	396000	396000	396000	396000	396000	396000
Capacida Utilizada						
En porcentaje	60%	60%	70%	80%	90%	100%
En unidades por día		900	1050	1200	1350	1500
En unidades por año		237600	277200	316800	356400	396000
Pérdidas en el proceso	2%	-4752	-5544	-6336	-7128	-7920
Capacida Utilizada neta		232848	271656	310464	349272	388080
Productos para la venta						
panela de San joaquin	100%	232848	271656	310464	349272	388080
Producción total (unidades)		232848	271656	310464	349272	388080
materia prima		Bs.15.018.696,00	Bs.17.521.812,00	Bs.20.024.928,00	Bs.22.528.044,00	Bs.25.031.160,00
insumos		Bs.7.840.800,00	Bs.9.147.600,00	Bs.10.454.400,00	Bs.11.761.200,00	Bs.13.068.000,00
Costo total material prima		Bs.22.859.496,00	Bs.26.669.412,00	Bs.30.479.328,00	Bs.34.289.244,00	Bs.38.099.160,00

Cuadro N° 16

Inversión total							
		Primer año			Inversión total		
		Aporte propio	Aporte de terceros	Aporte total	Aporte propio	Aporte de terceros	Aporte total
	Activos fijos						
	Maquinaria y equipos		Bs.5.920.348,00	Bs.5.920.348,00	Bs.-	Bs.5.920.348,00	Bs.5.920.348,00
	Mobiliario y equipo de oficina	Bs.2.185.000,00			Bs.2.185.000,00		Bs.2.185.000,00
A	Total activos fijos	Bs.2.185.000,00	Bs.5.920.348,00	Bs.8.105.348,00	Bs.2.185.000,00	Bs.5.920.348,00	Bs.8.105.348,00
	Otros activos						
	Ingeniería del proyecto	Bs.245.500,00					Bs.245.500,00
	Estudio de factibilidad	Bs.60.000,00					Bs.60.000,00
B	Total otros activos	Bs.305.500,00					Bs.305.500,00
C	Inversión total	Bs.2.490.500,00	Bs.5.920.348,00	Bs.8.105.348,00	Bs.2.185.000,00	Bs.5.920.348,00	Bs.8.410.848,00

Cuadro N° 17

Estado de Resultado					
	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año	Sexto año
PRODUCCIÓN TOTAL (PAQUETES)	232848	271656	310464	349272	388080
INGRESO POR VENTAS	Bs.79.002.000,00	Bs.92.169.000,00	Bs.105.336.000,00	Bs.118.503.000,00	Bs.131.670.000,00
Materia prima	Bs.22.859.496,00	Bs.26.669.412,00	Bs.30.479.328,00	Bs.34.289.244,00	Bs.38.099.160,00
Nómina	Bs.5.790.720,00	Bs.6.659.328,00	Bs.7.658.227,20	Bs.8.806.961,28	Bs.10.128.005,47
Gastos de fabricación	Bs.1.850.970,88	Bs.2.184.303,97	Bs.2.477.142,76	Bs.2.774.462,64	Bs.3.076.711,71
COSTO DE VENTAS	Bs.30.501.186,88	Bs.35.513.043,97	Bs.40.614.697,96	Bs.45.870.667,92	Bs.51.303.877,18
Utilidad de producción (A-B)	Bs.48.500.813,12	Bs.56.655.956,03	Bs.64.721.302,04	Bs.72.632.332,08	Bs.80.366.122,82
Depreciación y amortización	Bs.1.384.597,33	Bs.1.384.597,33	Bs.1.384.597,33	Bs.1.282.764,00	Bs.1.282.764,00
Utilidad antes de intereses crediticios (C-D)	Bs.47.116.215,79	Bs.55.271.358,70	Bs.63.336.704,70	Bs.71.349.568,08	Bs.79.083.358,82
Otros egresos(Intereses crediticios)	Bs.1.315.531,39	Bs.1.047.118,14	Bs.706.705,25	Bs.274.979,39	Bs.-
Utilidad antes de impuesto (E-F)	Bs.45.800.684,40	Bs.54.224.240,56	Bs.62.629.999,45	Bs.71.074.588,69	Bs.79.083.358,82
Impuesto sobre la renta	Bs.15.572.232,70	Bs.18.436.241,79	Bs.21.294.199,81	Bs.24.165.360,15	Bs.26.888.342,00
Utilidad neta	Bs.30.228.451,70	Bs.35.787.998,77	Bs.41.335.799,64	Bs.46.909.228,53	Bs.52.195.016,82

Cuadro N° 18

Rentabilidad de la Inversion							
		Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año	Sexto año
PRODUCCIÓN TOTAL (paquetes)			Bs. 232.848,00	Bs. 271.656,00	Bs. 310.464,00	Bs. 349.272,00	Bs. 388.080,00
Tasa de descuento (TREMA)	40%						
RENTABILIDAD DEL PROMOTOR							
Inversión realizada							
Inversión propia		Bs. -2.490.500,00	Bs. -				
Saldo de caja			Bs. 30.612.409,88	Bs. 35.903.543,70	Bs. 41.110.931,68	Bs. 46.150.801,38	Bs. 53.477.780,82
Flujo neto de fondos							
Inversión propia (A+B)		Bs. -2.490.500,00	Bs. 30.612.409,88	Bs. 35.903.543,70	Bs. 41.110.931,68	Bs. 46.150.801,38	Bs. 53.477.780,82
INVERSIÓN PROPIA							
Valor presente del neto	Bs 53.308.966,16						
Tasa Interna de retorno	1246%						
Valor presente del flujo de caja	Bs 77.123.052,63						
Indice de rentabilidad	30,96690						
RENTABILIDAD DEL NEGOCIO							
Inversión realizada							
Inversión total		Bs. -8.105.348,00	Bs. -				
Saldo de caja			Bs. 30.612.409,88	Bs. 35.903.543,70	Bs. 41.110.931,68	Bs. 46.150.801,38	Bs. 53.477.780,82
Flujo neto de fondos							
Inversión total (A+B)		Bs. -8.105.348,00	Bs. 30.612.409,88	Bs. 35.903.543,70	Bs. 41.110.931,68	Bs. 46.150.801,38	Bs. 53.477.780,82
INVERSIÓN TOTAL							
Valor presente neto	Bs 49.298.360,45						
Tasa Interna de retorno	394%						
Valor presente del flujo de caja	Bs 77.123.052,63						
Indice de rentabilidad	9,5151						

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Presentación de la Propuesta

A-CO-MER-C.A. será una empresa del área de alimentos dedicada a la producción y distribución a nivel estatal de las famosas galletas artesanales conocidas como “Panelas de San Joaquín”. Estos bizcochos han tenido mucho auge en el Estado Carabobo durante décadas, pero su distribución ha sido de manera informal; de tal manera que se pretende industrializar dicha producción y distribuir las a nivel estatal para crear más fuentes formales de empleo, mejores condiciones laborales y por supuesto mayores beneficios económicos. A continuación, se describirá el Plan de Negocios para la creación de una línea de producción de la empresa A-Co-MER, C.A. la cual estará ubicada en el Municipio Valencia del estado Carabobo

Producto



“Deleite su paladar con Tradición”

La marca es la empresa A- CO- MER. C.A., la cual se sustenta en producción de la Panela de San Joaquín (galleta artesanal), a nivel estatal para posicionar la tradición del sabor en la mente de los consumidores, logrando así que los clientes encuentren ese sabor especial, satisfaciendo sus expectativas.

La empresa A- CO- MER C.A. se dedicara a comercializar las panelas de San Joaquín. Para la elaboración de las mismas, los expertos en reposterías utilizaran los mejores ingredientes seleccionados como papelón , azúcar morena, huevos, harina de trigo y un sin número de ingredientes que serán inspeccionados por el Ingeniero en Alimentos para certificar a los consumidores un producto de excelente calidad.

Se resaltarán las Panelas de San Joaquín con la marca A- CO- MER C.A. de la siguiente manera:

- La envoltura será blanca y del mejor material con la marca y una funda tamaño estándar de acuerdo a la cantidad de producto.

5.2 Justificación

En Venezuela no se encuentra industrializada las Panelas de San Joaquín, la presente propuesta brinda un lugar alternativo que brinde el servicio alimenticio de estas galletas artesanales de excelente calidad, donde se utilice materia prima saludable, que pueda ser consumida tanto por la población infantil como la adulta y que genere mano de obra local y se rescate los valores culturales. Además que la empresa A-CO-MER. C.A. tenga las instalaciones adecuadas, más se quiere crear una compañía para brindarle al cliente comodidad y sobre todo se globalice la producción de dicho producto.

5.3 Objetivos de la Propuesta

Objetivo general

Poner en marcha una línea de producción dentro de la empresa A-CO-MER, C.A. ubicada en el municipio Valencia del estado Carabobo

Objetivos específicos

- Obtener mayores utilidades y ramificar el campo de acción de la empresa A-CO-MER, C.A

- Implementar el plan de negocio de acuerdo a los estudios realizados.
- Optimizar las ganancias de la empresa.
- Mejorar la calidad del producto existente

5.4 Factibilidad de la Propuesta

Se ha comprobado que la implementación de la empresa A- CO- MER C.A. ha sido factible debido a que se han realizado los análisis técnicos, financieros y de impactos, habiendo culminado con la etapa de diseño de la propuesta. Así la misma representa un estudio importante para cualquier persona o institución que desee incurrir en el gran mundo de la gastronomía y de la vida en general.

ANALISIS DE IMPACTO SOCIAL

La presente propuesta tiene un impacto directo en la población en factores como:

- La generación de empleo, componente que incurre priorizando la mano de obra local, genera un impacto positivo a la ciudadanía.
- El mejoramiento de la calidad de vida.
- Contribuye a la salud (seguridad alimentaria) y educación (ante mejores niveles de vida, mayor acceso a la educación).
- Con el fin de afianzar la actividad económica de la zona se adquirirá la materia prima e insumos en el mercado local, apoyando así al sector productivo y comercial.

ANALISIS DE IMPACTO AMBIENTAL

Se genera impactos sobre la naturaleza, las cuales se clasifican en impactos positivos e impactos negativos. Estos se determinan sobre los factores ambientales

(bióticos y abióticos) identificados a partir de la actividad económica de la empresa. Dentro de ese contexto, el factor ambiental debe ser atendido con la importancia del caso, ya que, de ella depende la ecología y la preservación de la naturaleza.

Clasificación Ambiental

- Proyectos beneficiosos que producirán una franca mejora al medio ambiente.
- Proyectos que no afectan al medio ambiente ni directa ni indirectamente.
- Proyectos que pueden afectar moderadamente al medio ambiente y cuyos impactos ambientales negativos tienen soluciones bien conocidas y fácilmente aplicables.
- Proyectos que pueden impactar negativa y significativamente en el medio ambiente, incluyendo poblaciones y grupos vulnerables en el área de influencia

CONCLUSIONES

Se ha comprobado que el estudio de la implementación de la empresa A- CO-MER C.A. ha sido factible debido a que se han realizado los análisis, de mercado, técnico, financiero y de impactos, habiendo culminado con la etapa de diseño de la propuesta. La investigación representa un estudio importante para cualquier persona o institución que desee incurrir en el gran mundo de la gastronomía y de la vida en general.

En el primer objetivo específico el cual es diagnosticar la situación actual de la producción y ventas de Panelas de San Joaquín en el Estado Carabobo se ha evidenciado que los actuales productores de las Panelas de San Joaquín no saben cómo operar el negocio ni piensan en desarrollar el mismo, puesto a que prefieren seguir elaborando las galletas artesanales en casas de familias, sin contar con la infraestructura, equipos y materiales adecuados; y venderlas de manera informal.

En cuanto al segundo objetivo específico planteado , que se denomina analizar a través de la matriz FODA, la posibilidad implementar un plan de negocio para la creación una línea de producción en la empresa A-Co-MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del Estado Carabobo para la producción de panelas de San Joaquín, se comprobó que la empresa no crece al ritmo que le permite las potencialidades, la compañía se encuentre en manos del azar y no se mantenga por muchos años, los productores se enfrenten a excesivas situaciones imprevistas

En relación al tercer objetivo específico designado diseñar un Plan de Negocios para la creación de una línea de producción en la empresa A-Co-MER, C.A. ubicada en el Municipio Valencia del Estado Carabobo se constata que promovería la globalización del negocio a nivel nacional de las Panelas de San Joaquín, generaría una fuente de empleo formal y se ejecutaría la distribución y comercialización de dichas galletas artesanales de manera formal por todo el territorio venezolano.

En base a todo lo expuesto se recomienda:

- Asesorarse con profesionales para la puesta en marcha en las diferentes áreas, además se recomienda actualizar periódicamente los costos para conocer objetivamente el costo total anual del Proyecto.
- Aplicar el plan de negocios propuesto por los investigadores.
- Aprovechar adecuadamente las oportunidades, tiempo y dinero en la empresa.
- Promover la comunicación del mercado para que de esta manera se exprese y aliente los ideales modernos.

REFERENCIAS

BIBLIOGRÁFICAS

Saldam W, (1999). Como escribir un excelente plan de negocios. Harvard Business Review

DiarioFrontera. (2004). La memoria 2004. vibroì en las manos de sus artesanos.
Meirida, Venezuela, lunes 4 de octubre de 2004.

Arias F. (2006) Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica.
Editorial Texto. Caracas. Venezuela

Bustos C. (2009) La producción artesanal. Revista Visión Gerencial. Año 8 • N° 1 •
Enero - Junio 2009 • P.: 37-52

Fernández L. (2008) Plan de negocios para la creación de una empresa productora y
comercializadora de arte urbano a través de camisetas en la ciudad de Bogotá.
Requisito para optar al grado de Administrador de empresas, Universidad
Javeriana de Bogotá.

Gómez (2007)Sistemas administrativos y análisis de diseños. Editorial Mcgraw-
Hill. México.

Tamayo y Tamayo M. (2001).El Proceso de Investigación Científica. México:
Editorial Limusa. Universidad Bicentenario de Aragua.

Horngren, Suddem y Stratton (2006) Contabilidad administrativa. Pearson
Education. Décimo tercera edición. México

- Hurtado I. y Toro J. (2007) Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio. Libros del Nacional. Colección Minerva, Caracas.
- López N. (2012) Plan estratégico para el control de inventario de materia prima en la empresa Corimon Pinturas, C.A. ubicada en el municipio Valencia del estado Carabobo. Trabajo de Grado para aspirar al título de Licenciado en Contaduría Pública UJAP VALENCIA.
- Marín A. (2010) Plan de negocios para la creación de un restaurante de pasta cien por ciento artesanal ubicado en la localidad de Engativá de la ciudad de Bogotá, Corporación Universitaria Mito de Dios, Facultad de Ciencias empresariales. Bogotá
- Menasche R. (2013) Cuando la comida se convierte en patrimonio. Puntualizando la discusión. Universidad Federal de Pelotas. Rio Grande do Sul. Brasil.
- Rey (2003) En busca de la eficacia del sistema de producción. FC Editorial. Spain.
- Hernández, Fernández, y Baptista, (1998). Metodología de la Investigación. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- Cooper B, Floody y McNeill (2002). Como iniciar y administrar un restaurante. Editorial norma. 30 – 43.
- Ruiz (2002) Instrumentos de investigación educativa. Procedimiento para su diseño y validez .Cideg. Horizontes C.A. Barquisimeto
- Diáz S, (1994). El plan de negocios .Editorial Diáz Santos
- Sabino C. (2009) El proceso de Investigación científica. Editorial Panapo: Caracas
- Spina M, (2006). Guía práctica para emprender en el diseño. Editorial CommTools –Buenos aires.

Oirdobro S. (2012) Plan de mejora de proceso en la línea de producción uniloy 6 en la empresa plásticos y desarrollo S.A. Tesis de Grado Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado” Decanato de Ciencias y Tecnología, Programa Ingeniería de Producción. Barquisimeto.

Rojas (2010) Investigación Cualitativa, Fundamentos y Praxis. Segunda Edición. Venezuela

Morillo (2015) Panelitas de San Joaquin una tradicion. Editorial Notitarde: Carabobo

ELECTRÓNICAS

Periódico Tele Aragua.com (junio 2015) Disponible en:
<http://telearagua.com/sitios/noticias/carabobo-conmemoro-130-anos-de-tradicional-panela-de-san-joaquin/>

Informe de Ciencia, tecnología y cultura (2014) Disponible en:
<http://www.sinapsit.com/ciencia/que-es-el-metodo-cuantitativo/> [Consulta Julio 2014)]

Sierra (2015) Paradigmas de Investigación Cuantitativa. Monografias.Com
Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos63/investigacion-cuantitativa/investigacion-cuantitativa.shtml>

ANEXO



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSE ANTONIO PAEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Somos estudiantes de la Universidad José Antonio Páez, graduandos de la Escuela de Administración y nuestro Trabajo de Grado nos exige la creación de una empresa para la industrialización del producto Panelas de San Joaquín; es por ello que recurrimos a su ayuda para conocer sobre la factibilidad de crear dicha empresa, le agradecemos nos respondan las siguientes preguntas.

CUESTIONARIO

1) **¿Sabe usted lo que son las panelas de San Joaquín?**

Si___ no___

2) **¿Consume usted este producto?**

Si___ no___

Si su respuesta es sí, con qué frecuencia

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Quincenal
- d) Mensual
- e) Bimensual

3) **¿Consigue usted este producto fácilmente?**

- a) Si
- b) No

4) **¿Considera usted que este producto viene empacado correctamente?**

Si___ no___

- 5) **¿Considera usted que la difícil obtención de este producto hace que usted consuma con menos frecuencia?**
- a) **Si**
 - b) **No**
- 6) **¿Cuántos empaques de panelas de San Joaquín consumiría mensualmente?**
- a) **1 Producto**
 - b) **2 Productos**
 - c) **3 Productos o mas**
- 7) **¿Cuánto está dispuesto a pagar por un paquete de 6 unidades de panelas de San Joaquín?**
- a) **Menos de 300 Bs**
 - b) **Entre 300 y 400 Bs**
 - c) **Más de 400 Bs**
- 8) **¿Donde compra usted este producto?**
- a) **Farmacias**
 - b) **Super mercados**
 - c) **Abastos**
 - d) **Buhoneros o abastos no reconocidos**

Fuente: Grimaldi M. y Moreno I. (2015)