

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA CON
CÁNAMO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.”**

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:
INGENIERÍA COMERCIAL Y EMPRESARIAL

Presentado por:

Anthony Jhair Cadena Montero

Vicky Madelaine Vásquez Maldonado

GUAYAQUIL - ECUADOR

2020

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi mamá que siempre me ha apoyado y aconsejado en todos mis pasos, a mi abuelita que siempre ha estado pendiente de mi a quien amo mucho y a toda mi familia que son el pilar fundamental en mi vida.

Vicky Madelaine Vásquez Maldonado

DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico a mis padres, que sacrificaron mucho más de lo que deberían para que no nos falte nunca el dinero para ir a estudiar.

A mis hermanos, con quienes viví los momentos más difíciles, pero siempre supimos apoyarnos para salir adelante.

A mi hija, Sophia, que es mi razón de todo.

A Dios, por haber construido mi camino hasta poder llegar a cumplir uno de mis más grandes propósitos.

Anthony Jhair Cadena Montero

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Vicky Madelaine Vasquez Maldonado* y *Anthony Jhair Cadena Montero* damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”



Vicky Madelaine Vásquez
Maldonado



Anthony Jhair Cadena
Montero

EVALUADORES

A handwritten signature in blue ink, consisting of several large, overlapping loops and a horizontal line across the middle.

Ing. José Omar Zurita Cueva

PROFESOR DE LA MATERIA

A handwritten signature in blue ink, similar to the one on the left, with large loops and a horizontal line.

Ing. José Omar Zurita Cueva

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

La hipertensión es una enfermedad que afecta a más una de cada 5 personas, de las cuales una gran mayoría no conoce que la padece, las causas son muchas, desde causas hereditarias hasta descuidos en nuestro estilo de vida.

La hipertensión es sumamente peligrosa ya que es el principal factor de riesgo de las enfermedades cardiovasculares. Por dicho motivo, se propone la introducción al mercado guayaquileño de un producto que combine los beneficios de la miel y el CBD como un complemento alimenticio para la dieta de las personas hipertensas con la finalidad de mantener estable su presión arterial y reducir el riesgo de enfermedades cardiovasculares.

Mediante la metodología Design Thinking se pudo conocer a profundidad el tema, permitiendo darle sentido a la posible solución. Así mismo, para validar el producto al mercado, se realizó encuestas para conocer la intención de compra de los encuestados hacia nuestro producto, donde un 51% estaría dispuesto a consumir la miel con CBD.

Finalmente, se evaluó la viabilidad del proyecto a un horizonte temporal de 5 años, donde se obtuvo indicadores positivos como un VAN: \$21.221,75, una TIR de 65% y una recuperación de la inversión en 2 años con 3 meses.

En el mercado local, no existe un producto que contenga los componentes de miel con CBD con un proceso de producción aceptable. Por tal motivo, comercializar un frasco de miel con una dosis de CBD es una oportunidad de negocios muy interesante para quien desee invertir, comercializar o consumir.

Palabras clave: Miel, CBD, hipertensión, enfermedades cardiovasculares.

ABSTRACT

Hypertension is a disease that affects over one out of every 5 people, of which a large majority do not know the disease, the causes are many, from hereditary causes to carelessness in our way of life.

Hypertension is extremely dangerous because it is the main risk factor of cardiovascular diseases. For this reason, it is proposed to the introduction to the market Guayaquil of a product that combines the benefits of honey and the CBD as a supplement to the diet of hypertensive individuals with the aim of maintaining stable blood pressure and reduce the risk of cardiovascular disease.

Using the methodology Design Thinking can know in-depth the topic, allowing to give meaning to the possible solution. Similarly, to validate the product to the market, it conducted surveys to understand the purchase intention of the respondents to our product, where 51% would be willing to consume the honey with CBD.

Finally, we evaluated the feasibility of the project to a time horizon of 5 years, where he earned positive indicators such as a VAN: \$21.221,75, an IRR of 65% and a recovery of the investment in 2 years and 3 months. In the local market, there is a product that contains the components of honey with CBD with a production process acceptable.

For that reason, placing on the market a jar of honey with a dose of CBD is a business opportunity very interesting for those who want to invest, sell or consume.

Key words: *Honey, CBD, hypertension, cardiovascular disease.*

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	I
DECLARACIÓN EXPRESA	III
EVALUADORES	IV
RESUMEN	V
ABSTRACT	VI
ABREVIATURAS	IX
SIMBOLOGÍA	X
CAPÍTULO 1	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Descripción del Problema.	1
1.2 Justificación del Problema	4
1.3 Objetivos	5
1.4 Marco teórico	5
CAPITULO 2	8
2 METODOLOGÍA	8
2.1 Metodología Design Thinking	8
2.2 Metodología De Análisis Estratégico	9
2.3 Metodología de Investigación de Mercados	15
2.4 Metodología del Análisis Financiero	18
CAPÍTULO 3	19
3 RESULTADOS Y ANALISIS	19
3.1 Redefinición del Problema	19
3.2 Análisis FODA	20
3.3 Análisis del Mercado	21
3.3.1 Marketing Mix	21
3.4 Análisis financiero	26
3.4.1 Inversión y Costos	26
3.4.2 Detalle de ingresos y punto de equilibrio	27
3.4.3 Proyección de la demanda mensual	29
3.4.4 Flujos de caja proyectados mensual y anualmente	31
3.4.5 Análisis del VAN, TIR y Payback	33
CAPÍTULO 4	35
4.1 Conclusiones	35

4.2	Recomendaciones.....	36
5	Bibliografía.....	37

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
OMS	Organización Mundial de la Salud
ECNT	Enfermedades Crónicas no Transmitibles
CBD	Cannabidiol
THC	Tetrahidrocannabinol
COIP	Código Orgánico Integral Penal
PEA	Población económicamente activa
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censos

SIMBOLOGÍA

mg	Miligramo
ml	Mililitro

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2.1 Calificación a la gestión del presidente Lenin Moreno	9
Ilustración 2.2 Modelo de la cadena de valor de Porter.....	12
Ilustración 3.2 Composición de la Población: Total Urbano	17
Ilustración 4.1 Presentación de Canna Bees.....	22

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Prevalencia de HTA en la población ecuatoriana.....	3
Tabla 1.2 Información nutricional de la miel	6
Tabla 3.1 Redefinición del problema.....	20
Tabla 3.2 Análisis FODA.....	20
Tabla 3.3 Precio de productos elaborados.....	23
Tabla 3.4 Calendario de actividades durante el año.....	25
Tabla 3.5 Inversión inicial	26
Tabla 3.6 Costos Fijos.....	26
Tabla 3.7 Punto de equilibrio.....	27
Tabla 3.8 Ingresos por ventas.....	28
Tabla 3.9 Proyección de ingresos anuales.....	28
Tabla 3.10 Calculo del tamaño del mercado.....	29
Tabla 3.11 Estimación de la demanda.....	30
Tabla 3.12 Demanda año 1	30
Tabla 3.13 Demanda por años.....	31
Tabla 3.14 Flujo de caja mensual.....	32
Tabla 3.15 Calculo TMAR.....	32
Tabla 3.16 Flujo de caja anual.....	33
Tabla 3.17 Indicadores financieros.....	34
Tabla 3.18 Payback por años.....	34
Tabla 3.19 Calculo de Payback.....	34

CAPÍTULO 1

1.INTRODUCCIÓN

Con los años se producen continuos cambios en la estructura y organización de la sociedad alrededor de todo el mundo; el entorno de las empresas es cada vez más globalizadas y muy competitivas.

El ritmo de vida de las personas en la actualidad es acelerado produciendo consecuencias en la salud como el estrés, cansancio y falta de tiempo.

La hipertensión consiste en el aumento de presión arterial, también provocada la edad ya que con el tiempo van perdiendo flexibilidad las arterias, lo que provoca un incremento de esta al no permitir el bombeo normal de sangre; es una de las enfermedades más comunes que padecen hoy en día las personas de todas las edades. Entre las causas principales que tiene como consecuencia la hipertensión es el mal manejo del estilo de vida especialmente en la alimentación.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) indica que las personas a partir de los 40 años deberían hacer esfuerzos por tomarse la presión con regularidad. Esta enfermedad afecta a millones de personas en el mundo provocando infartos miocardio y accidentes cerebrovasculares; por lo menos 17, 5 millones de personas murieron a causa de infartos miocardio en el año 2012. (Organización Mundial de la Salud, s.f.).

1.1 Descripción del Problema.

Las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) son enfermedades de un proceso extenso, en su mayoría de progresión lenta y que no se transmiten de persona a persona. En la actualidad representan el principal problema de salud a nivel mundial. De acuerdo con lo manifestado por el Ministerio de Salud Pública, la evidencia indica que tan sólo cuatro tipos de ECNT son las que más contribuyen a la mortalidad en todos los países, entre las cuales se encuentran las enfermedades cardiovasculares, cánceres, enfermedades respiratorias crónicas y la diabetes.

En el caso de las enfermedades cardiovasculares, el principal factor de riesgo modificable es la hipertensión.

La hipertensión o presión arterial elevada es la fuerza en exceso con la que la sangre viaja a través de los vasos sanguíneos, causando que estas se dañen o se tapen. Cuando el corazón late, envía la sangre a través de las arterias por todos los órganos del cuerpo. La tensión arterial es la fuerza con la que viaja el corazón y la presión que ejerce contra las paredes de las arterias. Mientras mayor sea la tensión, mayor es el esfuerzo para el corazón al bombear. (Salud, 2015)

Se considera como presión arterial óptima cuando la presión sistólica (cuando el corazón late) es menor a 120 mm hg y la presión diastólica (cuando el corazón se relaja) es menor a 80 mm hg. De ser el caso que la persona presente una presión sistólica \geq a 140 mm Hg y/o \geq 90 se la considera como hipertensa.

La hipertensión presenta varios factores de riesgo entre los cuales están los factores de riesgo modificables y los no modificables. Los factores de riesgo modificables son los ligados al estilo de vida como por ejemplo el aumento del colesterol, la ansiedad, el estrés, el sedentarismo, el abuso del alcohol y el tabaquismo; mientras que los factores de riesgo no modificables son el sexo, la raza, la edad o los antecedentes familiares.

Cuanto más alta es la tensión arterial, mayor es el riesgo que puede sufrir el corazón y los vasos sanguíneos de los órganos principales como el cerebro y los riñones. Si no se controla el trastorno de forma eficaz puede repercutir en problemas de consideración en distintas partes de nuestro organismo.

Las complicaciones más comunes de una persona con presión arterial alta son: el daño a las arterias por medio de un aneurisma, daños en el corazón por medio de enfermedades en las arterias coronarias, dilataciones de ventrículo izquierdo o una insuficiencia cardíaca; lesiones en el cerebro por medio de accidentes isquémicos transitorios, accidentes cerebrovasculares, demencia o deterioro cognitivo leve.

La hipertensión también afecta a los riñones, ya que estos se encargan de filtrar el exceso de líquido y desechos de la sangre, por lo que es probable de provocar

insuficiencia renal o cicatrización en los riñones. Además, existen otros órganos que pueden verse afectados si no se toma las debidas precauciones como los ojos, o también el órgano reproductor masculino al sufrir de disfunción sexual.

Según la OMS, más de uno de cada 5 adultos es hipertenso, trastorno que provoca alrededor de la mitad de todas las defunciones por accidente cerebrovascular.

En el Ecuador, con base a la última encuesta realizada por la Encuesta Nacional de Salud (ENSANUT) realizada en el año 2012, indica que la prevalencia de hipertensión arterial en la población de 10 a 17 años es de 14.2% y en la de 18 a 59 años, de 37.2%. por otro lado, la prevalencia de HTA (Hipertensión Arterial) en la población de 18 a 59 años es de 9.3%.

En la tabla de a continuación se podrá observar con mayor detalle la prevalencia de los ecuatorianos según su edad y su sexo.

Tabla 1.1 Prevalencia de HTA en la población ecuatoriana.

Sexo	Grupo de edad en años	Porcentaje de personas con HTA (TAS \geq 140 mmHg y/o TAD \geq 90 mmHg)
Femenino	18 a 19	2.9%
	20 a 29	3.2%
	30 a 39	7.3%
	40 a 49	13.5%
	50 a 59	22.7%
Masculino	18 a 19	2.1%
	20 a 29	1.6%
	30 a 39	4.7%
	40 a 49	11.7%
	50 a 59	21.0%

Fuente: Guía de Práctica Clínica – MSP

Se puede observar en la tabla que la prevalencia de HTA afecta en su mayoría a personas entre los 40 y 59 años.

En el Ecuador, muchas personas con hipertensión no saben que padecen dicha enfermedad, es por eso por lo que se la conoce como la enfermedad silenciosa. Las personas que conocen que son hipertensos ha sido debido a chequeos obligatorios o por alguna recaída que sufrieron y se la detectaron en ese momento.

1.2 Justificación del Problema

Las personas que son diagnosticadas con hipertensión deben someterse a diversos cambios en su estilo de vida. El hacer ejercicios, alimentarse mejor y dejar algunos vicios como el tabaco y las bebidas alcohólicas son algunos de los cambios más comunes a las personas que empiezan el tratamiento.

Tomando como fuente las entrevistas realizadas a los diversos actores que conforma la hipertensión se pudo conocer que el cambio en la dieta es el factor que más cuesta adoptar en el día a día, la principal razón se encuentra en la falta de sabor en sus comidas.

El mercado de productos orgánicos en el Ecuador va en alza, cada vez hay más tiendas especializadas en este tipo de alimentos, los supermercados también han mostrado intereses y han destinado perchas exclusivas para ofertar estos productos. En la actualidad es muy común observar la masiva asistencia a las ferias agrícolas que se llevan a cabo en diversas partes del país.

Según información de Agrocalidad, existen más de 500 productos orgánicos certificados, entre frescos y procesados de los cuales destaca el banano, el café, las frutas deshidratadas, entre otros.

La forma de alimentarse de las personas ha cambiado a través del tiempo. Hoy en día se valora más el origen del producto, la cantidad de grasa que posee y los beneficios que se pueden adquirir, por lo que satisfacer las necesidades de los consumidores es cada vez más difícil. La tendencia indica productos nuevos y combinaciones interesantes que permitan cumplir las expectativas de los consumidores.

Por esta razón, surge la necesidad de elaborar un producto que sirva como suplemento dietético, que, a más de contar con un sabor delicioso, sirva como un potente antioxidante con propiedades relajantes y antiinflamatorias.

Así, el presente trabajo se desarrolló con la finalidad de ofrecer al mercado guayaquileño un producto de origen orgánico, elaborado con miel cruda mezclada con una pequeña dosis de CBD pensado especialmente para las personas que sufren de presión arterial elevada pero que, también puede ser utilizada por cualquier persona que desee mejorar su rendimiento y su calidad de vida.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la comercialización de miel con cáñamo, como complemento nutricional en la dieta de los ciudadanos guayaquileños

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Efectuar un estudio de mercado dentro de la ciudad de Guayaquil para medir el nivel de aceptación del producto, así como determinar el mercado objetivo.
2. Elaborar un plan de marketing óptimo para determinar las estrategias que permitan la óptima introducción al mercado de la miel con base de cáñamo en la ciudad de Guayaquil.
3. Desarrollar un análisis financiero para medir la rentabilidad económica del proyecto.

1.4 Marco teórico

1.4.1 Miel

La miel es una sustancia dulce y espesa que producen las abejas como alimentos para las épocas de escasez en el invierno y también poder preservar la temperatura en la colmena.

Las abejas de tipo obreras cogen el néctar de las flores para llevarlo a la colmena y otras abejas descomponen la sustancia para pasarla por algunas digestiones enzimáticas.

La miel es rica en nutrientes y vitaminas, así como también es fuente de energía, ácido fólico, entre otros. Según del tipo de flor del que provenga la miel se la puede utilizar como alimento importante para una rutina de buena alimentación. (Figueras, s.f.).

La miel es conocida por su efectiva fuente natural de antioxidantes, que ayudan para disminuir el riesgo de enfermedades del corazón, sistema inmune y sirve también para desinflamar. (Ulloa, 2010)

En la tabla 1.1. se muestra la información nutricional de la miel por cada 100 gramos. La miel es el primordial componente para Cannabees, especialmente por la gran variedad de nutrientes que posee:

Tabla 1.2. Información nutricional de la miel

INFORMACIÓN NUTRICIONAL POR CADA 100 GRAMOS	
Calorías:	304 kcal
Grasas	0 gr
Hidratos de carbono	82 gr
Sodio	4 mg
Potasio	52 mg
Proteínas	0,3 gr

Fuente: La Vanguardia

1.4.2 Cannabis Sativa.

Dentro de la familia de plantas con flores que tienen de nombre Cannabaceae existe el género Cannabis el cual posee varias especies como el Cannabis Indica y Cannabis Sativa. El Cannabis Sativa es una planta herbácea con flores que es originaria de Asia.

Posee beneficios tales como:

- Reducir dolores de la artritis reumatoide.
- Reducir ansiedad.

- Reducir depresión.
- Puede aliviar síntomas del tratamiento del cáncer
- Beneficia la salud del corazón.

Flores de la planta femenina del cannabis son los que poseen mayor cantidad de compuestos medicinales en comparación con el macho. Al momento del consumo de esta planta, las sustancias químicas reactivan un sistema fisiológico que están en el cerebro y el cuerpo que se llama sistema endocannabinoide que regula el funcionamiento de los organismos.

El CBD, CBC Y THC son algunos de los componentes del cannabis. El CBD es la cual posee sustancias medicinales a la cual también se le puede llamar cáñamo. (Martínez, 2019).

Según Matt Shipman de la Universidad Estatal de Carolina del norte, el cáñamo y la marihuana taxonómicamente son la misma planta. Ambas poseen el mismo nombre en género (cannabis) pero son diferentes especies (Cannabis Sativa). La diferencia es que a la especie que tiene menos del 0.3 por ciento de THC se la denomina cáñamo mientras que la marihuana es la que tiene más del 0.3 por ciento de THC. (Bee Delight full, s.f.)

CAPITULO 2

2 METODOLOGÍA

2.1 Metodología Design Thinking

Se aplicó la metodología Design Thinking con el objetivo de conseguir información del problema. Para mejorar la aplicación del método de investigación, se dividieron a los entrevistados en grupos primarios y secundarios.

Se empleó las entrevistas como métodos para la recopilación de información. Se realizó treinta entrevistas entre los actores primarios y los secundarios de una persona que sufre hipertensión, no se realizó con un formato estructurado sino como una conversación abierta.

Los resultados más importantes por grupos son los siguientes:

Doctores en medicina general y cardiólogos:

Los médicos especialistas mencionaron que la hipertensión es una de las enfermedades más comunes entre los pacientes. Las principales causas de la hipertensión pueden ser antecedentes familiares, la edad, mala alimentación, sedentarismo entre otras. Recomendaron la importancia de tomar las debidas precauciones en la enfermedad ya que podría ocasionar problemas cardiovasculares.

Esposos/as:

Mencionaron que el estilo de vida era diferente ya que no tomaban la precauciones para prevenir la hipertensión o cualquier enfermedad. Desde que sus parejas fueron diagnosticadas con hipertensión han empezado los cuidados respectivos para evitar la enfermedad.

Hijos/as:

Indicaron que el cuidado de sus padres es mucho más estricto desde que le diagnosticaron la enfermedad empezando desde cambio en las comidas y hasta la forma de informar las noticias que puedan causar complicaciones, el gasto en las medicinas, los productos que recomiendan los especialistas para ingerir, etc. han aumentado mucho con respecto a lo normal.

Personas hipertensas:

Mencionaron que se sienten vulnerables con el entorno en que se desenvuelven por el cuidado que tienen ahora, cuidarse en los alimentos, tomarse pastillas diarias, tratar de mantenerse relajado en cada situación que se le presente. Tener días buenos y días malos como consecuencia de la enfermedad.

2.2 Metodología De Análisis Estratégico.

2.2.1 Análisis Macroentorno.

I. Entorno Político.

Ecuador es un país con carencia de representación por la falta de personajes que inspiran. El gobierno no se ha podido fortalecer conforme van pasando los años.

Desde que ha empezado el gobierno de Moreno no se han visto mayores cambios a como se estaba. La mayor parte de los recursos que tiene el presidente en tema de discursos siguen siendo direccionados a la baja del correísmo y sancionar a la corrupción.

Los temas que se han mencionado anteriormente han sido tan repetidos que los ecuatorianos ya no son cautivados por lo que ha ocasionado que baje la popularidad del actual presidente Lenin Moreno durante los años. Según la encuesta que fue realizada por “Perfiles de Opinión” indica que la aceptación de los ecuatorianos sobre la gestión administrativa ha disminuido 20% con respecto al año 2017. (Perfiles de Opinión, 2019)



Ilustración 2.1 Calificación a la gestión del presidente Lenin Moreno

Fuente: Metro Ecuador

El cuadro nos indica que el 45,93% de las personas encuestadas respondieron que la gestión del Presidente es mala mientras que solo el 20,99% respondieron que es buena.

II. Entorno Económico

Según indica el Banco Central la economía del país aumentó un 0.3% en el segundo trimestre del 2019 con respecto al mismo periodo del 2018.

Comparando el primer trimestre del 2019 con el segundo trimestre, el Ecuador ha incrementado el 0,4%, es decir que el PIB que se encontraban entre abril a junio estaba en los \$17.988 millones de dólares. (AFP, 2019)

Debido al paro nacional que se tuvo los primeros días de octubre del presente año, se informó que el Ecuador perdió más de \$2 millones de dólares por el paro de las ventas a nivel nacional, materia prima que no se logró producir o negocios que no se abrieron por los saqueos de las personas mal intencionadas. Con respecto a la deuda externa pública como % del PIB ha aumentado 1, 08% en comparación del 2018 según informa la página oficial del Banco Central.

III. Entorno Social.

Hace varios años en el Ecuador ha creado la tendencia con la alimentación saludable. En el año 2014 el gobierno implemento el semáforo en los alimentos que permite observar si un producto esta alto en azúcar, en grasa y en sal. Según estudio realizado para saber la influencia que ha tenido esta ley en la población indicaron que las personas encuestadas han podido establecer una dieta con menores cantidades de azucares y sal, los componentes más importantes para la salud pública que se está tratando de disminuir en la población ecuatoriana.

IV. Entorno Tecnológico

La tecnología en Ecuador va creciendo cada vez más. Actualmente las TIC ya es un derecho de todo ciudadano por lo que el Gobierno impulsa el desarrollo en las personas

para la tecnología, proporcionando internet de alta calidad e implementando capacitaciones para personas de todas las edades.

A pesar de que se ha introducido la tecnología en grandes cantidades todavía estamos 20 años atrasados con respecto a los demás países según como lo indicaron en un debate realizado en Quito en el mes de mayo.

La preparación de los ecuatorianos está creciendo por lo que se espera que estas inversiones generen en el futuro fuentes de innovación.

V. Entorno Legal

En Ecuador, el 17 de septiembre del 2019 se despenalizó el uso del cannabis medicinal y el 17 de diciembre del 2019 ya se encuentra registrado en el Código Orgánico Integral Penal (COIP), en el artículo 20 donde se indica lo siguiente: “La tenencia o posesión de fármacos que contengan el principio activo del cannabis o sus derivados con fines terapéuticos, paliativos, medicinales o para el ejercicio de la medicina alternativa no será punible”. (El Diario.ec, 2019)

2.2.2 Análisis del Microentorno

Para llevar a cabo el análisis del microentorno se procede a utilizar el modelo de las 5 fuerzas de Porter para conocer a profundidad los factores que afectan al microentorno.

I. Poder de Negociación de los Compradores

El mercado del CBD es uno de los mercados de mayor crecimiento y rentabilidad a nivel mundial. Cada año, países conservadores con el tema del cannabis han optado por hacer legal su comercialización y consumo siempre y cuando su fin terapéutico, entre ellos Ecuador quien reformó el COIP en el año 2019.

Productos que contengan cáñamo (CBD) están obteniendo una alta cotización en el mercado ecuatoriano, al no ser un producto completamente legal este producto posee una demanda inelástica.

Por ser un producto nuevo y con efectividad comprobada en otros países, el poder de los compradores será baja.

II. Poder de Negociación de los Proveedores

Bee Delightful es una empresa estadounidense con su matriz en Houston, Texas quienes son los encargados de manejar toda la cadena de valor del producto Canna Bees, por esta razón, tienen la autonomía de fijar sus precios al por mayor a su conveniencia, posee un alto poder de negociación.

III. Amenaza de Nuevos Competidores

El mercado del CBD es un mercado tentativo para empresas ya posicionadas que deseen diversificar especialmente con su reciente legalización en el Ecuador, así como también para emprendedores que busquen arriesgarse en el mercado del CBD.

En el mercado ecuatoriano existen iniciativas que están dedicados a la comercialización de productos derivados del CBD, de los cuales aún no se encuentra la miel, pero siguiendo la tendencia del mercado, para el año 2020 existirán varias marcas de miel con cáñamo de CBD por lo que se considera alta la amenaza de nuevos competidores.

IV. Amenaza de Productos Sustitutos

Los principales productos sustitutos de Canna Bees son los productos que satisfacen la misma necesidad que el producto, es decir que asemejen las propiedades de la miel con cáñamo.

Canna Bees es rico en nutrientes y posee propiedades antiinflamatorias, antibacterianas y relajantes. En el mercado ecuatoriano se encuentra múltiples productos con características similares, entre ellos están los suplementos alimenticios como Ensure, así como también productos de Herbalife, entre otros.

Según estudios, uno de los principales usos de la miel es suplir a la azúcar como endulzante alternativo, por lo cual se considera como posibles sustitutos a los sustitutos de azúcar.

V. Rivalidad Entre Competidores

No se ha encontrado evidencia de empresas que compitan por la comercialización de la miel de abeja con CBD dentro del país.

Con respecto al CBD, la estrategia de muchas empresas es promocionar sus productos por medio de redes sociales, lo que hace realmente complicado realizar una estimación del mercado ya que este aún no se ha establecido de manera formal.

Dado a la informalidad de los actores que conforman el mercado del CBD se considera una rivalidad moderada entre competidores.

2.2.3 Análisis Interno

2.2.3.1 Cadena de Valor

Una cadena de valor es un modelo de negocio que describe la gama completa de actividades necesarias para crear un producto o servicio. Para las empresas que producen bienes, una cadena de valor comprende los pasos que implican llevar un producto desde su concepción hasta su distribución, y todo lo demás, como la adquisición de materias primas, funciones de fabricación y actividades de comercialización.



Ilustración 2.2 Modelo de la cadena de valor de Porter

Fuente: Web y Empresas

I. Actividades Primarias

Las actividades primarias consisten en cinco componentes, y todos son esenciales para agregar valor y crear una ventaja competitiva:

Logística de entrada: Se realizan funciones como recepción, almacenamiento y gestión de inventario del producto de importación.

Operaciones: Actividades correspondientes a la compra del producto, negociaciones con operadores de transporte y agente de aduana.

Logística de salida: Las actividades para distribuir el producto a los diferentes locales comerciales de la ciudad de una forma efectiva.

Marketing y ventas: Estrategias para mejorar la percepción de las personas con respecto al CBD mediante los adecuados medios de comunicación como redes sociales, canales de televisión, etc.

Servicio: Programas para mantener productos y mejorar la experiencia del consumidor: servicio al cliente, mantenimiento, reparación, reembolso e intercambio.

II. Actividades Soporte

El papel de las actividades de soporte es ayudar a que las actividades primarias sean más eficientes. Cuando aumenta la eficiencia de cualquiera de las cuatro actividades de soporte, se beneficia al menos una de las cinco actividades principales. Estas actividades de soporte generalmente se denotan como costos generales en el estado de resultados de una empresa:

Adquisiciones: Para la compra del producto se establece operaciones eficientes para la importación de producto.

Desarrollo tecnológico: se utiliza en la etapa de investigación y desarrollo (I + D) de una empresa, diseñando y desarrollando técnicas de fabricación; y automatizando procesos.

Gestión de recursos humanos (RR. HH.): Contratación y retención de empleados que cumplirán la estrategia comercial; y ayudar a diseñar, comercializar y vender el producto.

Infraestructura: sistemas de la empresa; y composición de su equipo de gestión: planificación, contabilidad, finanzas y control de calidad.

2.3 Metodología de Investigación de Mercados

2.3.1 Identificación del problema

2.3.1.1 Problema de decisión gerencial

¿Qué tan viable es introducir en el mercado de Guayaquil un suplemento alimenticio elaborado con miel y extracto de cannabidiol de cáñamo?

2.3.1.2 Problema de Investigación de Mercado

Analizar las preferencias y hábitos de consumo de los ciudadanos que habitan en Guayaquil y su intención de compra respecto a productos que contengan CBD para la determinación de la factibilidad de comercialización de un nuevo producto de este tipo.

2.3.1.3 Objetivos de la Investigación de Mercado

- I. Analizar los factores que motivan a los encuestados a consumir miel de abeja.
 - a. Identificar las principales formas de consumo de miel.
 - b. Estimar la frecuencia en la que los encuestados consumen miel en un periodo de tiempo determinado.
- II. Examinar la opinión y percepción de los encuestados hacia el cannabis.
 - a. Identificar el nivel de conocimiento de los guayaquileños respecto al cannabis.
 - b. Descubrir si existen una intención de compra hacia los frascos de miel con cbd.

- c. Calcular el precio máximo que estarían dispuestos a pagar los consumidores por este producto.
- III. Determinar los principales medios de comunicación utilizados por los encuestados.
 - a. Distinguir los principales medios de comunicación y las redes sociales que utilizan con mayor frecuencia los encuestados.

2.3.1.4 Formulación del diseño de la investigación

Para el presente documento se utilizó la investigación concluyente (cuantitativa), para conocer la percepción y aceptación de los consumidores con respecto al miel con cannabis.

La encuesta cuenta con 20 preguntas donde se determina información acerca de las preferencias, costumbres en el consumo e inclinación de compra en las personas desde 40 años que vivan en la ciudad de Guayaquil.

2.3.2 Diseño muestral

2.3.2.1 Definición de la población meta.

La población meta fue dirigida para las personas desde 40 años que habiten en la ciudad de Guayaquil y que sea económicamente activas.

2.3.2.2 Determinación del marco muestral.

Según las proyecciones poblacionales de INEC, para el año 2020, las personas que se encuentran en el rango etario entre 40 y 75 años corresponderán a un aproximado de 823.159 habitantes.

Además, se consideró a la (PEA) Población Económicamente Activa, que según proyecciones del INEC para septiembre del 2019 corresponde al 64.68% respecto a la (PET) Población en Edad para Trabajar. Así mismo es necesario tomar en cuenta a la tasa de empleo pleno para la ciudad de Guayaquil que corresponde al 52.9% con respecto al PEA.

Considerando estas estimaciones se obtiene un marco muestral de 279.999 habitantes aproximadamente.

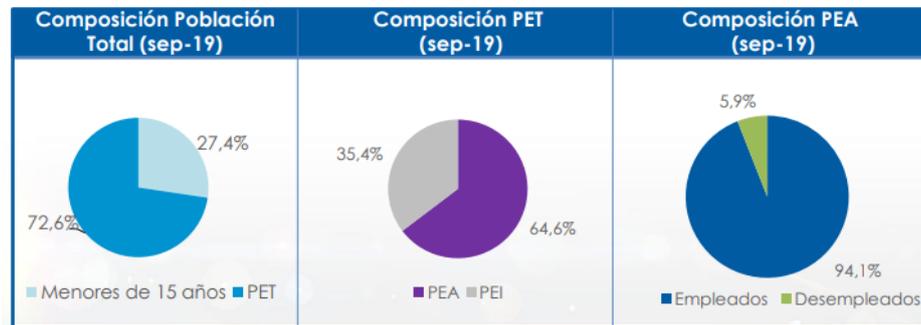


Ilustración 3.2 Composición de la Población: Total Urbano

Fuente: INEC

2.3.2.3 Selección de la técnica de muestreo

La encuesta se realizó a la población meta, al no tomar en cuenta estratos dentro de la población, se decidió trabajar mediante la técnica de muestreo aleatorio simple, además se encuestó a personas ajenas a la población meta, es decir, habitantes de la ciudad de Guayaquil de entre 25 y 39 años para conocer la aceptabilidad de estos actores secundarios.

2.3.2.4 Definición del tamaño de la muestra

Para la investigación de mercados se ha calculado un tamaño de la muestra que corresponde a 384 personas. A continuación, se detallan los cálculos empleados.

Variables:

N: Tamaño de la población

p: Probabilidad de éxito 50%

q: Probabilidad de fracaso 50%

e: Error muestral (5%)

Z: Nivel de confiabilidad (95%) equivalente a una constante que es 0.96

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * (279\ 999) * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2 * (279\ 999) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 384$$

2.4 Metodología del Análisis Financiero

Para realizar una correcta evaluación de la viabilidad del proyecto, se toma como base al flujo de caja proyectado, así como también, mediante el cálculo de indicadores financieros claves como: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Punto de Equilibrio, *Payback*, entre otros.

Para estimar los ingresos y los demás costos del proyecto, se parte de la proyección de la demanda. Al ser un proyecto que implica importar el producto se realizará una cotización con una empresa de transporte marítimo según el número de unidades a importar para conocer los costos variables y costos operativos esperados por cada importación.

2.4.1 Horizonte del proyecto

El horizonte temporal del proyecto está proyectado a 5 años. Se ha utilizado un periodo a mediano plazo debido a que permitirá a los inversionistas realizar un análisis sobre la tendencia del proyecto, así como el tiempo estimado del retorno de su inversión.

2.4.2 Financiamiento del proyecto

Antes de poner en marcha un proyecto es de suma importancia contar con los recursos necesarios que permitan cubrir la inversión inicial, así como también los gastos operacionales en el corto plazo.

Por fines educativos, se ha considerado que el financiamiento del proyecto será asumido al 100% por capital propio.

2.4.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es un indicador financiero cronológico que considera el valor del dinero a través del tiempo como criterio en la toma de decisiones.

Se trata de una tasa porcentual utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que hace que el VAN de todos los flujos de efectivo de una inversión, independientemente si son positivos o negativos, sea igual a cero.

2.4.4 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto es un criterio de inversión que se utiliza para medir la viabilidad de un proyecto en términos absolutos netos. Consiste en el cálculo del valor presente del proyecto, llevando todos los flujos de caja futuros al presente, descontándolos a un tipo de interés establecido.

Finalmente, si al medir los flujos de caja de los futuros ingresos y egresos descontando la inversión inicial queda ganancia (valor positivo) se dice que el proyecto es rentable.

2.4.5 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta clave dentro de un proyecto de inversión. Consiste en el cálculo de unidades mínimas de venta, ya sea en términos monetarios o en unidades que se deberá obtener para cubrir los costos fijos y variables.

Dicho de otra manera, es la cantidad exacta de ventas que se debe conseguir para no tener pérdidas o comenzar a obtener beneficios netos.

CAPÍTULO 3

3 RESULTADOS Y ANALISIS

3.1 Redefinición del Problema

Luego de haber realizado las entrevistas abiertas con los actores del problema, así como también la aplicación de las herramientas del *Design Thinking*, se pudo obtener información valiosa que permitió replantear el problema inicial.

Tabla 3.1 Redefinición del problema

Problema inicial	Replanteamiento del problema
¿Cómo mejorar la calidad de vida de las personas con hipertensión?	¿Cómo controlar la hipertensión para reducir los problemas cardiovasculares?

Fuente: Los autores

El replanteamiento del problema permitió iniciar la búsqueda de un producto que pudiera contribuir al control de la hipertensión. Luego de una amplia búsqueda se identificó la miel con cannabis como la mejor alternativa.

3.2 Análisis FODA

Después del replanteamiento del problema e identificación el producto se aplicó el análisis FODA, que permitió determinar los aspectos internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) para medir la viabilidad de su comercialización:

Tabla 3.2 Análisis FODA



Elaborado por: Los autores

3.2.1 Estrategias FODA

3.2.1.1 Estrategia “Maxi-Mini”: maximizar las fortalezas y minimizar las amenazas.

El cannabis es una planta que tiene extensas propiedades medicinales, las que se recién se están reconociendo a nivel mundial. En los últimos meses del 2019, se legalizó en Ecuador la posesión y el consumo del cannabis con fines terapéutico, aunque todavía no es totalmente aceptado porque la población ecuatoriana la sigue identificando con el componente psicoactivo de la planta.

Para la aplicación de la estrategia se elaboró un plan de marketing orientado a informar a los habitantes de los beneficios que este producto posee y desarrollar promociones por medio de varios canales de comunicación para aumentar la aceptación en los ciudadanos.

3.2.1.2 Estrategia “Min-Max”: Minimizar las debilidades y maximizar las oportunidades.

Actualmente existen varios tipos de productos que contienen cannabis, pero se han estado comercializando de forma ilegal ya que en diciembre del 2019 recién se aceptó la posesión y comercialización de esta.

3.2.2 Estrategias corporativas por implementarse

3.2.2.1 Estrategias de crecimiento

Para la penetración en el mercado de productos elaborados con cannabis se indagará en la comunicación efectiva con los consumidores de los beneficios saludables de la miel con CBD y las oportunidades que se tiene al consumirla.

3.2.2.2 Penetración de Mercado

Se manejará una fuerte publicidad para la aceptación del producto en las personas mayores a 40 años ya que es el mercado meta por el mayor porcentaje de enfermedades a partir de esa edad.

3.3 Análisis del Mercado

3.3.1 Marketing Mix

3.3.1.1 Producto

El producto será importado de Estados Unidos. Canna bees es elaborado con la miel de las flores silvestres que producen las abejas rescatadas que se encuentran en el estado de Texas para lo cual se practican la apicultura sin ningún tipo de tratamiento es decir que está libre de pesticidas, es la miel más limpia del mercado estadounidense. Luego, Se infunde la miel cruda con CBD que es extraído con todo el cuidado adecuado de las granjas de cáñamo orgánico de la planta Cannabis Sativa.

El producto llamado Canna Bees será lanzado al mercado guayaquileño con una presentación de vidrio de 131 g de contenido. La envoltura es de color blanco donde se muestra el nombre y logo que representa al producto, tiene una breve información de prevención para el consumidor; también describe los factores de nutrición, ingredientes y el lugar donde fue manufacturado.

Con respecto al contenido, el frasco de 131 gramos posee una concentración de 250 mg de CBD. El frasco representa aproximadamente 18 cucharadas y cada uno contiene menos de 14 mg de CBD.



Ilustración 4.1 Presentación de Canna Bees.

Elaborado por: Bee Delightful

Ilustración 4.2: Etiqueta + información nutricional



Elaborado por: Bee Delightful

3.3.1.2 Precio

Los productos que contienen infusión de cannabis se han estado comercializando desde hace mucho tiempo de forma ilegal en Ecuador ya sean extranjeros o nacionales con precios elevados debido a su estado legal y métodos de importación.

A continuación, se muestra los precios de los productos con cannabis que más se consume en el país:

Tabla 3.3 Precios de productos elaborados

Producto	Presentación	Contenido	Precio
Aceite con Cannabis		Frasco de 25 ml Contiene 500 mg de CBD.	\$ 45

<p>Choco Medical</p>		<p>Barra de 50gr Contiene: 75% chocolate amargo enriquecido con CBD, B6, Triptófano.</p>	<p>\$ 20</p>
-----------------------------	---	---	---------------------

Fuente: autores

Con los resultados de las encuestas, las personas están dispuestas a pagar un valor de \$35 dólares para los diferentes puntos de ventas en la ciudad de Guayaquil

3.3.1.3 Plaza

Canna be estará disponible para el mercado de Guayaquil el cual será distribuido por medio de canales indirectos, es decir intermediarios que ayuden a llegar el producto al consumidor final.

Los intermediarios serán los siguientes:

- Mega maxi:
 - Av. del bombero.
 - Mall del sol
 - Village Plaza
 - City Mall
- La Molienda Urdesa
- Al Peso Urdesa
- La María Orgánica.

3.3.1.4 Promoción

Las redes sociales es el canal más utilizado por las ciudadanas Guayaquileños según las encuestas realizadas por lo que se realizará publicidad en las principales que son Instagram, Facebook y YouTube.

- ✓ En Instagram y Facebook:

Se enfocará en conseguir la mayor cantidad de seguidores mayores a 25 años mediante las promociones que ofrece la plataforma para lo cual se creará y se publicará cada dos días afiches publicitarios donde informen de los beneficios de la planta y del producto.

Se conseguirá cada dos meses influencers famosos que promocionarán el producto mediante videos y se los subirá a la plataforma.

- En YouTube:

Cada dos meses crearán spots publicitarios para la promoción por la plataforma. Cada mes se subirá videos publicitarios enfocados en la información de los beneficios de cada ingrediente del producto.

- Degustaciones

Se planea conseguir impulsadoras que serán las encargadas de los eventos de degustaciones en los eventos realizador en las tiendas orgánicas.

Se considera participar en las diferentes ferias que se realizan durante el año por las diferentes entidades de la ciudad. A continuación, se detalla el cronograma de actividades durante el año:

Tabla 3.4 Calendario de actividades durante el año

Actividades/ Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Evento presentación del producto												
Publicaciones en redes sociales (facebook, instagram y youtube)												
Publicaciones de spot publicitarios												
Degustaciones en distribuidoras												
Participación en feria Sanito												
Participación en ecomercado												
Contratación de influencers												
Participación en ferias de Guayarte												

Elaborado por: Autores

Se contratarán una agencia de publicidad de forma externa para las creaciones de los afiches, spots publicitarios, etc

3.4 Análisis financiero

3.4.1 Inversión y Costos

Para poner en marcha el proyecto de comercialización de miel con CBD se estimaron costos de iniciación de \$5.900, 42 en los cuales están detallados los permisos de funcionamiento para ser una empresa legalmente constituida, así como también la compra de quipos de oficina y equipos tecnológicos para equipar de forma óptima y contar con las herramientas necesarias con las cuales se van a desenvolver el equipo de trabajo. El desglose de la inversión inicial se encuentra adjunto en el ANEXO 7.

Tabla 3.5 Inversión Inicial

Inversión Inicial	
Detalle	Monto
Gastos de Constitución	\$ 640,42
Muebles de oficina y demás	\$ 1.260,00
Equipos tecnológicos	\$ 4.000,00
Total	\$ 5.900,42

Elaborado: Los autores

Con respecto a los costos fijos, estos se dividen en 3 rubros: personal, insumos generales y gastos por publicidad. Para los gastos del personal se contará con una nómina de 3 empleados con sueldos competitivos correspondientes al sector, los insumos generales se refieren al pago de servicios básicos y arrendamiento y por último el rubro de publicidad corresponde al total a invertir en promocionar al producto, pago de asistencia a ferias, contrato con *influencers* y también contrato anual con una agencia de publicidad.

Tabla 3.6 Costos Fijos

Costos Fijos		
Descripción	Mensual	Anual
Personal	\$ 3.193,75	\$ 38.325,00
Insumos	\$ 620,00	\$ 7.440,00
Publicidad	\$ 1.154,00	\$ 8.898,00
Total	\$ 4.967,75	\$ 54.663,00

Elaborado por: Los Autores

Finalmente, para el cálculo de los costos variables y operativos se deberá considerar todos los costos que se incurren en la importación del producto, desde el embarque hasta el traslado hacia las bodegas. Entre los rubros más importantes se encuentran el costo del flete, pago de tributos y los honorarios al agente aduanero.

Los valores detallados de los costos se encuentran adjuntos en el ANEXO 8.

3.4.2 Detalle de ingresos y punto de equilibrio

El cálculo del punto de equilibrio permitirá conocer cuántas unidades se deberá vender de forma mensual para cubrir los costos operativos de la empresa.

Mediante la fórmula del punto de equilibrio por unidades, la cual se obtiene dividiendo los costos fijos mensuales para el resultado de la adición del precio de venta con el costo variable unitario, se pudo obtener un punto de equilibrio de 245 unidades.

Es decir, la empresa deberá vender por lo menos 245 unidades de *Canna Bees* para no generar pérdidas, viéndolos en términos monetarios, la empresa deberá vender por lo menos \$ 8.636.20 de forma mensual.

Tabla 3.7 Punto de equilibrio

Punto de equilibrio		
Costo fijo mensual	\$	4.967,75
Costo variable (u)	\$	14,76
Precio de venta (u)	\$	35,00
Margen de contribución		58%
Punto de equilibrio (u)		245

Elaborado por: Los Autores

Para la estimación de los ingresos tanto mensuales como anuales de la miel con cbd en la ciudad de Guayaquil se utilizó un precio de venta de \$35.

Los ingresos por venta del año 1 fueron calculados mediante la estimación de crecimiento porcentual que se la explica con mayores detalles más adelante.

Así mismo, para el cálculo de los ingresos anuales a lo largo del proyecto, se estimó mediante cálculos estadísticos, que el crecimiento máximo posible de la empresa se encontraba en 3.28%. La información acerca del cómo se obtuvo el crecimiento porcentual anual se encuentra adjunto en el Anexo 9.

Tabla 3.8 Ingresos por venta Año 1

Ingresos por venta Año 1		
Mes	Demanda	Ventas
Enero	202	\$ 7.078,49
Febrero	216	\$ 7.550,39
Marzo	229	\$ 8.022,29
Abril	216	\$ 7.550,39
Mayo	256	\$ 8.966,09
Junio	297	\$ 10.381,79
Julio	270	\$ 9.437,99
Agosto	256	\$ 8.966,09
Septiembre	283	\$ 9.909,89
Octubre	324	\$ 11.325,59
Noviembre	283	\$ 9.909,89
Diciembre	337	\$ 11.797,49

Elaborado por: Los autores

Tabla 3.9 Proyección ingresos anuales

Proyección de ingresos Anuales	Demanda	Ingreso Total
Año 1	3168	\$ 110.896,39
Año 2	3219	\$ 112.670,74
Año 3	3284	\$ 114.935,42
Año 4	3369	\$ 117.923,74
Año 5	3470	\$ 121.461,45

Elaborado por: Los Autores

3.4.3 Proyección de la demanda mensual

Para determinar el tamaño de la población objetivo de nuestro producto se obtuvo información mediante dos fuentes: INEC y la investigación de mercados que se realizó.

Mediante la página oficial del INEC pudimos encontrar datos de segmentación demográficos y psicográficos, por su parte la investigación de mercados nos permitió conocer información valiosa sobre la opinión de los encuestados hacia el producto, por ejemplo: cuantas personas están dispuestas a consumir o cuantas personas están dispuestas a pagar más de \$40 por el producto.

Después de la segmentación con los datos correspondientes se obtuvo que la población objetivo la conformaban aproximadamente 25120 habitantes.

Tabla 3.10 Cálculo del tamaño del mercado

Cálculo de la demanda	Porcentaje	Cantidad
#Habitantes Gye	100%	2723665
Habitantes 40 a 75 años	30%	823159
PEA	65%	532419
Tasa Empleo Pleno (Respecto al PEA)	53%	279999
Estratos Sociales A, B y C	35,90%	100520
Personas dispuestas a consumir	51%	51265
Dispuestas a pagar + \$40	49%	25120
Población Objetivo		25120

Elaborado por: Los Autores

Dada una población objetivo de 25120 se prevé estimar la proyección en la participación esperada del mercado, para seleccionarlo se partió del supuesto de una participación bajo un escenario pesimista, siendo esta de apenas el 0.81%, obteniendo finalmente una demanda esperada mensual de 202 unidades.

Tabla 3.11 Estimación de la demanda

Población Objetivo	25120
Proyección de participación	0,81%
Demanda esperada mensual	202

Elaborado por: Los autores

Partiendo de la demanda esperada de 202 unidades, se estimó la demanda de los siguientes meses mediante un análisis obtenido al comparar la información de una

empresa que comercialice productos similares al nuestro y su demanda anual en tiendas de productos naturales orgánicos.

De acuerdo por información obtenida de la tienda de productos orgánicos, la tienda vende en promedio 80 unidades mensuales, teniendo una variación de aproximadamente +/- 25% con respecto a la media del producto seleccionado.

Con dicha información, se procede al calcula de la variación mensual de nuestra demanda según la demanda esperada inicial.

Tabla 3.12 Demanda Año 1

Demanda Año 1		
Mes		Demanda
Enero		202
Febrero	6,67%	216
Marzo	6,25%	229
Abril	-5,88%	216
Mayo	18,75%	256
Junio	15,79%	297
Julio	-9,09%	270
Agosto	-5,00%	256
Septiembre	10,53%	283
Octubre	14,29%	324
Noviembre	-12,50%	283
Diciembre	19,05%	337

Elaborado por: Los Autores

Para el cálculo del crecimiento anual de la demanda, se obtuvo información financiera de la empresa Productos Schullo SA, empresa que se dedica a la producción de alimentos nutritivos y orgánicos.

Los datos fueron extraídos de la página de la Superintendencia de Compañías (SUPERCIAS) para el periodo del 2014 al 2018, permitiendo realizar un estimado del crecimiento anual de la empresa.

El crecimiento máximo esperado de la empresa fue aproximadamente 3.28% por año, dado que el mercado del cannabis aún se encuentra en formación, se ha previsto un crecimiento lento y menor al crecimiento máximo.

Tabla 3.13 Demanda por años

Proyección de demanda Anual	Crecimiento esperado	Demanda
Año 1		3168
Año 2	1,60%	3219
Año 3	2,01%	3284
Año 4	2,60%	3369
Año 5	3,00%	3470

Elaborado por: Los autores

3.4.4 Flujos de caja proyectados mensual y anualmente

El flujo de caja proyectado de forma mensual permite observar con mayor mesura los cambios que se realizan de mes en mes, dándonos un punto de vista claro de cuál es el mes con mayor y menor rentabilidad, cuáles son los meses donde más se va a desembolsar en publicidad o los meses en que se incrementan los costos variables.

Obtener esta información permitirá llegar con liquidez a dichos meses claves o armar un plan de contingencia para mantener estable la salud financiera de la empresa.

Tabla 3.14 Flujo de caja mensual

Ingresos Brutos	\$ 7.078,49	\$ 7.550,39	\$ 8.022,29	\$ 7.550,39	\$ 8.966,09	\$ 10.381,79	\$ 9.437,99	\$ 8.966,09	\$ 9.909,89	\$ 11.325,59	\$ 9.909,89	\$ 11.797,49
Costo Variable	\$ 9.295,42	\$ 2.212,26	\$ 2.347,08	\$ 2.212,26	\$ 2.616,74	\$ 10.239,21	\$ 2.751,57	\$ 2.616,74	\$ 2.886,40	\$ 3.290,88	\$ 2.886,40	\$ 3.425,71
Gastos												
Administrativo	\$ 3.193,75	\$ 3.193,75	\$ 3.193,75	\$ 3.193,75	\$ 3.193,75	\$ 3.193,75	\$ 3.193,75	\$ 3.193,75	\$ 3.193,75	\$ 3.193,75	\$ 3.193,75	\$ 3.193,75
Servicios Básicos y Arrendamiento	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00
Depreciación	\$ -42,13	\$ -42,13	\$ -42,13	\$ -42,13	\$ -42,13	\$ -42,13	\$ -42,13	\$ -42,13	\$ -42,13	\$ -42,13	\$ -42,13	\$ -505,50
Gastos de Publicidad	\$ 1.229,00	\$ 754,00	\$ 529,00	\$ 1.054,00	\$ 429,00	\$ 754,00	\$ 529,00	\$ 554,00	\$ 429,00	\$ 554,00	\$ 829,00	\$ 1.254,00
Utilidad Antes de PAT	\$ -7.301,80	\$ 728,26	\$ 1.290,33	\$ 428,26	\$ 2.064,48	\$ -4.467,30	\$ 2.301,55	\$ 1.939,48	\$ 2.738,62	\$ 3.624,83	\$ 2.338,62	\$ 2.798,53
PAT 15%	\$ -	\$ 109,24	\$ 193,55	\$ 64,24	\$ 309,67	\$ -	\$ 345,23	\$ 290,92	\$ 410,79	\$ 543,72	\$ 350,79	\$ 419,78
Util antes impuestos	\$ -7.301,80	\$ 619,02	\$ 1.096,78	\$ 364,02	\$ 1.754,80	\$ -4.467,30	\$ 1.956,32	\$ 1.648,55	\$ 2.327,83	\$ 3.081,11	\$ 1.987,83	\$ 2.378,75
imp 25%	\$ -	\$ 154,76	\$ 274,20	\$ 91,01	\$ 438,70	\$ -	\$ 489,08	\$ 412,14	\$ 581,96	\$ 770,28	\$ 496,96	\$ 594,69
Utilidad Neta	\$ -7.301,80	\$ 464,27	\$ 822,59	\$ 273,02	\$ 1.316,10	\$ -4.467,30	\$ 1.467,24	\$ 1.236,42	\$ 1.745,87	\$ 2.310,83	\$ 1.490,87	\$ 1.784,06
Depreciación	\$ 42,13	\$ 42,13	\$ 42,13	\$ 42,13	\$ 42,13	\$ 42,13	\$ 42,13	\$ 42,13	\$ 42,13	\$ 42,13	\$ 42,13	\$ 505,50
Flujo de caja	\$ -7.259,67	\$ 506,39	\$ 864,71	\$ 315,14	\$ 1.358,23	\$ -4.425,17	\$ 1.509,36	\$ 1.278,54	\$ 1.787,99	\$ 2.352,96	\$ 1.532,99	\$ 2.289,56

Elaborado por: Los autores

Para poder calcular uno de los indicadores financieros más importantes como el VAN, es necesario conocer la tasa mínima de rendimiento (TMAR). Para encontrar el valor de la TMAR se implementó el método del costo de capital de promedio ponderado CCPP, el cual nos permite conocer el costo de las distintas fuentes de financiamiento que usará la empresa para costear la inversión del proyecto. (Cortés, Forbes México, 2013)

Los datos tanto económicos como financieros fueron obtenidos de fuentes oficiales como por ejemplo el Banco Central del Ecuador (BCE) o la página web financiera Damodaram.

$$K_e = R_f + (B_u * (R_m - R_f)) + R_m$$

$$K_d = K_b * (1 - Taxes)$$

Tabla 3.15 Calculo de la TMAR

Bu= BETA SECTOR (Damodaran)	0,59
D/E = Deuda/ Patrimonio	0
Rf= TASA LIBRE DE RIESGO EE. UU. (Yahoo! Finance)	2,01%
Rm= TASA LIBRE RIESGO ECU "Promedio" (BCE)	6,8102%
IMPUESTO A LA RENTA	25%

TASA DE INTERÉS PRESTAMO PRODUCTIVO PYMES B	11,16%
Préstamo/ (Préstamo +Capital propio)	0%
Capital propio/ (Préstamo + Capital Propio)	100%
Kd= Porcentaje de capital de trabajo en relación con la inversión requerida	8.37%
CCPP	11.65%

Una vez obtenido el CCPC, se realiza la proyección del flujo de caja a 5 años, que es tiempo de duración del proyecto. Para estimar de forma correcta los valores del flujo en horizonte temporal estipulado, varias variables como el gasto de publicidad, los costos variables irán incrementando conforme pasen los años en relación con el crecimiento porcentual de los ingresos

Tabla 3.16 Flujo de caja Anual

Flujo de Caja						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Brutos		\$ 110.896,39	\$ 112.670,74	\$ 114.935,42	\$ 117.923,74	\$ 121.461,45
Costo Variable		\$ -46.775,97	\$ -47.524,39	\$ -48.479,63	\$ -49.740,10	\$ -51.232,30
Gastos Administrativos		\$ -38.325,00	\$ -38.325,00	\$ -38.325,00	\$ -38.325,00	\$ -38.325,00
Servicios Básicos y Arrendamiento		\$ -7.440,00	\$ -7.440,00	\$ -7.440,00	\$ -7.440,00	\$ -7.440,00
Utilidad por Venta de Activos						\$ 1.275,00
Depreciación		\$ -505,50	\$ -505,50	\$ -505,50	\$ -505,50	\$ -505,50
Gastos de Publicidad		\$ -8.898,00	\$ -9.040,37	\$ -9.222,08	\$ -9.461,85	\$ -9.745,71
Utilidad Antes de Pat		\$ 8.951,92	\$ 9.835,48	\$ 10.963,21	\$ 12.451,29	\$ 15.487,94
PAT (15%)		\$ -1.342,79	\$ -1.475,32	\$ -1.644,48	\$ -1.867,69	\$ -2.323,19
U antes imp		\$ 7.609,13	\$ 8.360,16	\$ 9.318,73	\$ 10.583,59	\$ 13.164,75
imp 25%		\$ -1.902,28	\$ -2.090,04	\$ -2.329,68	\$ -2.645,90	\$ -3.291,19
Utilidad Neta		\$ 5.706,85	\$ 6.270,12	\$ 6.989,05	\$ 7.937,69	\$ 9.873,56
Depreciación		\$ 505,50	\$ 505,50	\$ 505,50	\$ 505,50	\$ 505,50
Valor en Libros						\$ 1.659,50
Inversión Capital Propio	\$ -5.900,42					
Capital de trabajo	\$ -2.402,55					
Valor de Desecho						\$ 1.336
Flujo de caja	\$ -8.302,97	\$ 6.212,35	\$ 6.775,62	\$ 7.494,55	\$ 8.443,19	\$ 13.374,81

Elaborado por: Los autores

3.4.5 Análisis del VAN, TIR y Payback

Una vez concluido el cálculo de todos los ingresos, costos e impuestos a pagar, se procede al cálculo de los indicadores financieros para medir la viabilidad financiera del proyecto.

El VAN permite conocer cuanta es la cuantía del proyecto en un horizonte temporal determinado si todos los valores de lo que ingresa y lo que egresa se lo evalúa en el tiempo presente. Para el proyecto se obtiene un VAN de \$21.221,75

La TIR se utiliza para conocer de forma relativa, el rendimiento que puede generar una inversión, para este proyecto arrojó un valor del 65%.

EL criterio de la TIR indica que un proyecto es viable si esta es > a la TMAR.

Tabla 3.17 Indicadores Financieros

VAN	\$ 21.221,75
TIR	65%
TMAR	11,65%

Elaborado por: Los Autores

El Payback es una herramienta que nos permite conocer el tiempo en el cual se puede recuperar la inversión inicial. En este caso el retorno de la inversión es de 2 años con 3 meses y 21 días.

Tabla 3.18 Payback por años

PAYBACK		
AÑO	FLUJO EFECT	PER. RECUP
0	\$ -8.302,97	\$ -8.302,97
1	\$ 6.212,35	-\$ 2.090,63
2	\$ 6.775,62	\$ 4.684,99
3	\$ 7.494,55	\$ 12.179,54
4	\$ 8.443,19	\$ 20.622,73
5	\$ 13.374,81	\$ 33.997,54

Elaborado por: Los Autores

Tabla 3.19 Calculo del Payback

PAYBACK		
AÑOS	2	2,308551264
MESES	3,702615172	0,308551264
DÍAS	21,07845516	0,702615172
2 años	3	21

Elaborado por: Los Autores

CAPÍTULO 4

4 Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Una vez terminado el proceso de análisis del Macroentorno, análisis FODA, Análisis de mercado y el análisis financiero podemos hacer realizar las siguientes conclusiones:

- La metodología *Desing thinking* permitió conocer que una gran parte de los entrevistados que presentaron incremento en su presión arterial fue debido a una fuerte impresión.
- Muchos de los hipertensos que han mantenido una mala alimentación confesaron que la hora del almuerzo eligen los restaurantes más cercanos al sitio de trabajo, sin importar lo perjudicial que sea a la salud.
- Con el análisis FODA, se pudo comprobar que ser de los primeros en llegar al mercado de productos con CBD es una gran oportunidad.
- La principal fortaleza del producto es el proceso de producción por los altos estándares de calidad que posee.
- De acuerdo la investigación de mercado existe una división de pensamientos acerca del CBD, donde el 45% la considera como una droga y el 42% como medicina.
- Por medio de la investigación de mercados se pudo observar que mas del 70% de los encuestados piensan que el CBD posee propiedades psicoactivas.
- Las redes sociales en las cuales la publicidad será más efectiva son en Facebook, Messenger y YouTube.
- Con el análisis financiero se obtuvo indicadores como el VAN, la TIR las cuales arrojaron números positivos, dando a notar un proyecto rentable.
- El periodo de tiempo del retorno de la inversión es en términos de evaluación de proyectos aceptable.
- Finalmente, el proyecto es financieramente viable, incluso tomando como referencia un escenario pésimo en la participación del mercado.

4.2 Recomendaciones

Para desarrollar la comercialización de Canna Bees en la ciudad de Guayaquil se realizan las siguientes recomendaciones:

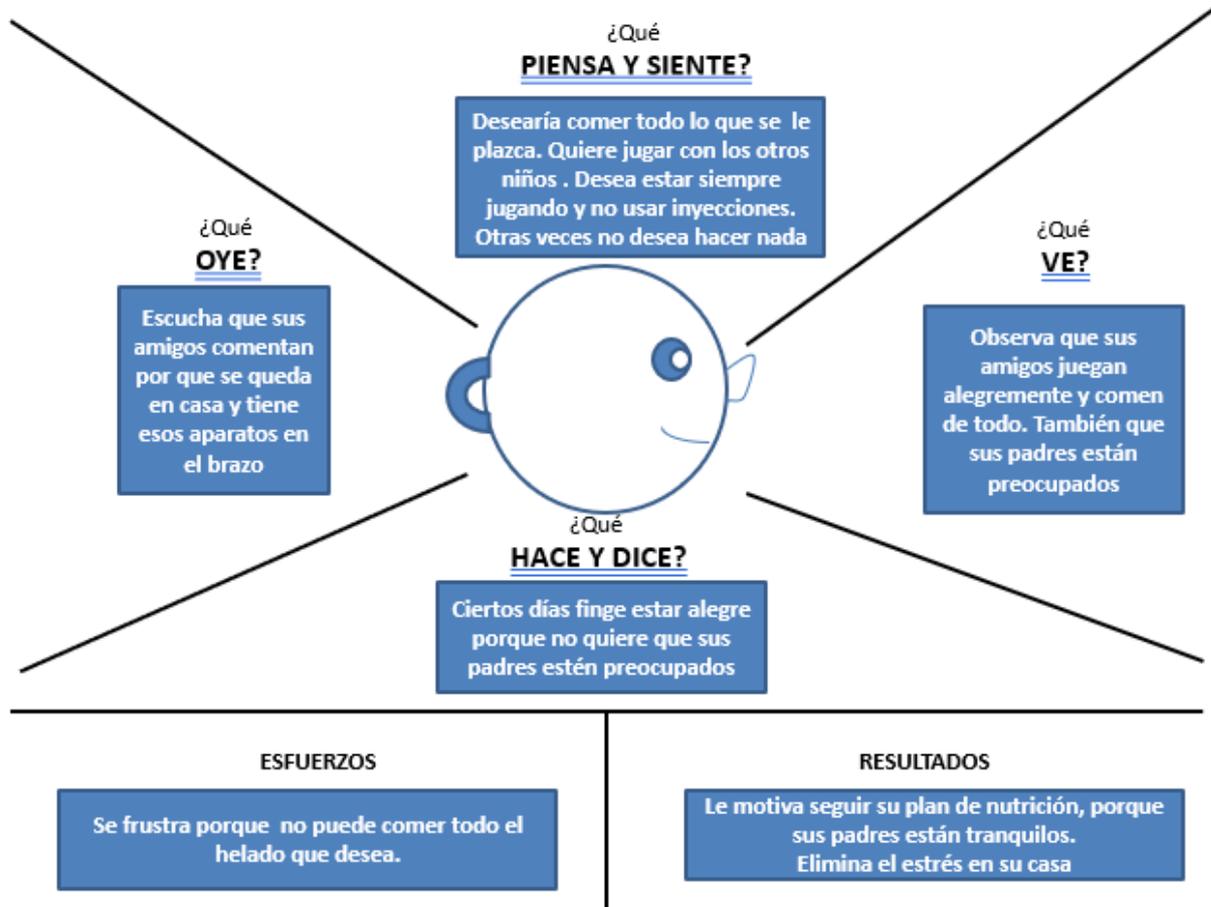
- Realizar alianzas con otros locales que vendan productos orgánicos para aumentar las ventas del producto y en un futuro evitar la importación por medio de container compartidos y evitar riesgos con la consolidación de los productos.
- Expandir el mercado objetivo hacia las diferentes ciudades del Ecuador para aumentar el valor actual neto.
- Implementar nuevas y mas estrategias de marketing para consolidar la penetración del producto en el mercado.
- Desarrollar métodos de análisis para saber constantemente la satisfacción, quejas del cliente con respecto al producto.
- Expandir la importación de nuevas líneas del producto para obtener un mayor mercado.

5 Bibliografía

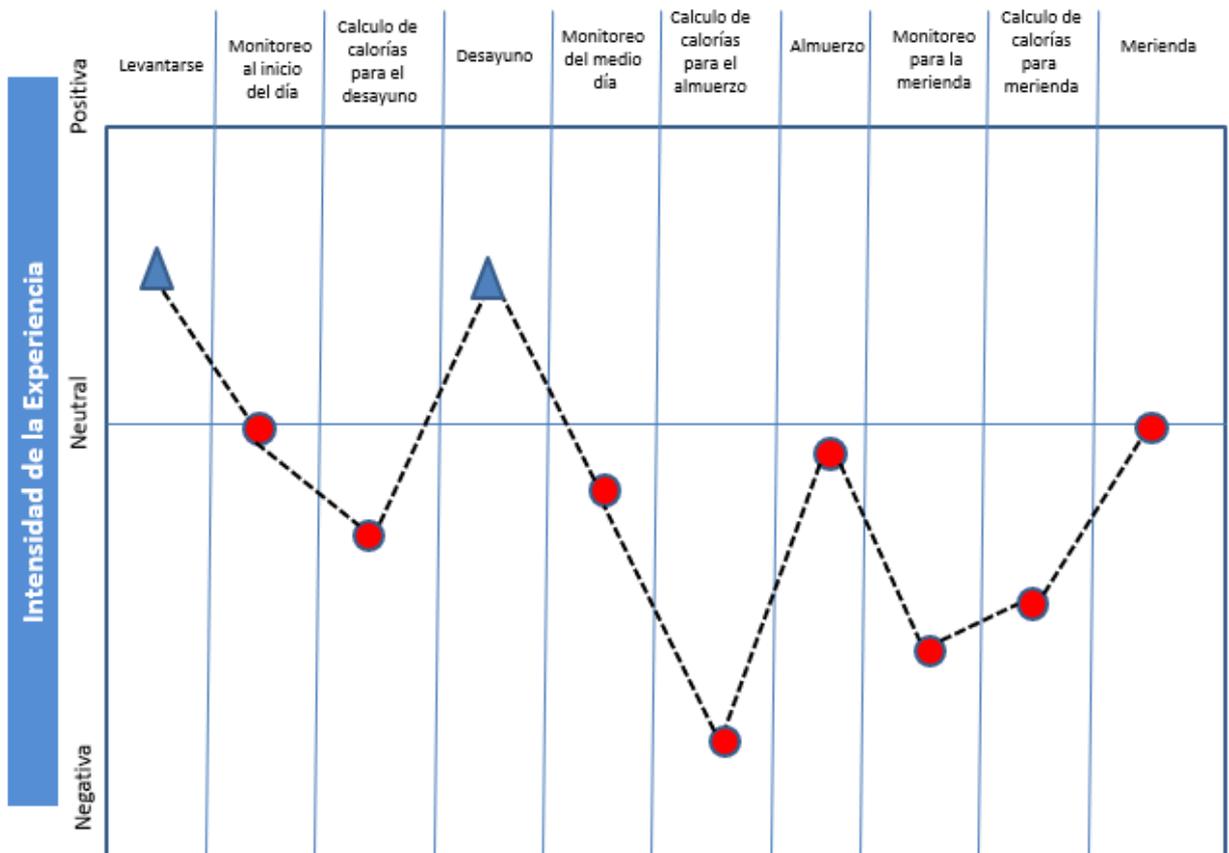
- AFP. (1 de Octubre de 2019). *ELUNIVERSO*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/01/nota/7543105/economia-ecuador-crece-03-segundo-trimestre-2019>
- Andrea Martinez . (19 de Septiembre de 2019). *ESTILO DE VIDA* . Obtenido de <https://www.metroecuador.com.ec/ec/estilo-vida/2019/09/19/cannabis-medicinal-efectos.html>
- Bee Delight full* . (s.f.). Obtenido de <https://beedelightful.com/learn-more/cannabis-sativa-l/>
- CUIDATE MAS* . (30 de Julio de 2015). Obtenido de <https://cuidateplus.marca.com/enfermedades/enfermedades-vasculares-y-del-corazon/hipertension-arterial.html>
- El Diario.ec*. (17 de Diciembre de 2019). Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/514195-cannabis-medicinal-es-legal-desde-hoy-en-ecuador/>
- EL UNIVERSO* . (1 de Octubre de 2019). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/01/nota/7543105/economia-ecuador-crece-03-segundo-trimestre-2019>
- Fundación Canna* . (s.f.). Obtenido de <https://www.fundacion-canna.es/cannabidiol-cbd>
- Infodrogas* . (s.f.). Obtenido de <https://www.google.com/search?q=el+cannbis&oq=el+cannbis+&aqs=chrome..69i57j0l4j69i61l2j69i60.1581j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Massó, D. J. (12 de Abril de 2018). Obtenido de <https://www.quironsalud.es/blogs/es/corazon/causas-efectos-hipertension-arterial>
- Mayo Clinic*. (12 de Mayo de 2018). Obtenido de <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/high-blood-pressure/diagnosis-treatment/drc-20373417>
- Mayo Clinic*. (16 de Marzo de 2019). Obtenido de <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/high-blood-pressure/in-depth/high-blood-pressure/art-20045868>
- Medline Plus* . (s.f.). Obtenido de <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/000468.htm>
- Perfiles de Opinion*. (Octubre de 2019). Obtenido de <http://www.perfilesdeopinion.com/images/pdf/presidente.pdf>
- PRMICIAS* . (1 de Julio de 2019). Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/ninos-desnutricion-dieta-alimentos-hambre/>
- Rioja Salud* . (s.f.). Obtenido de <https://www.riojasalud.es/ciudadanos/catalogo-multimedia/nefrologia/que-es-la-hipertension-arterial-hta-y-que-provoca?start=2>

Salud, O. M. (Septiembre de 2015). *Who int* . Obtenido de <https://www.who.int/features/qa/82/es/>

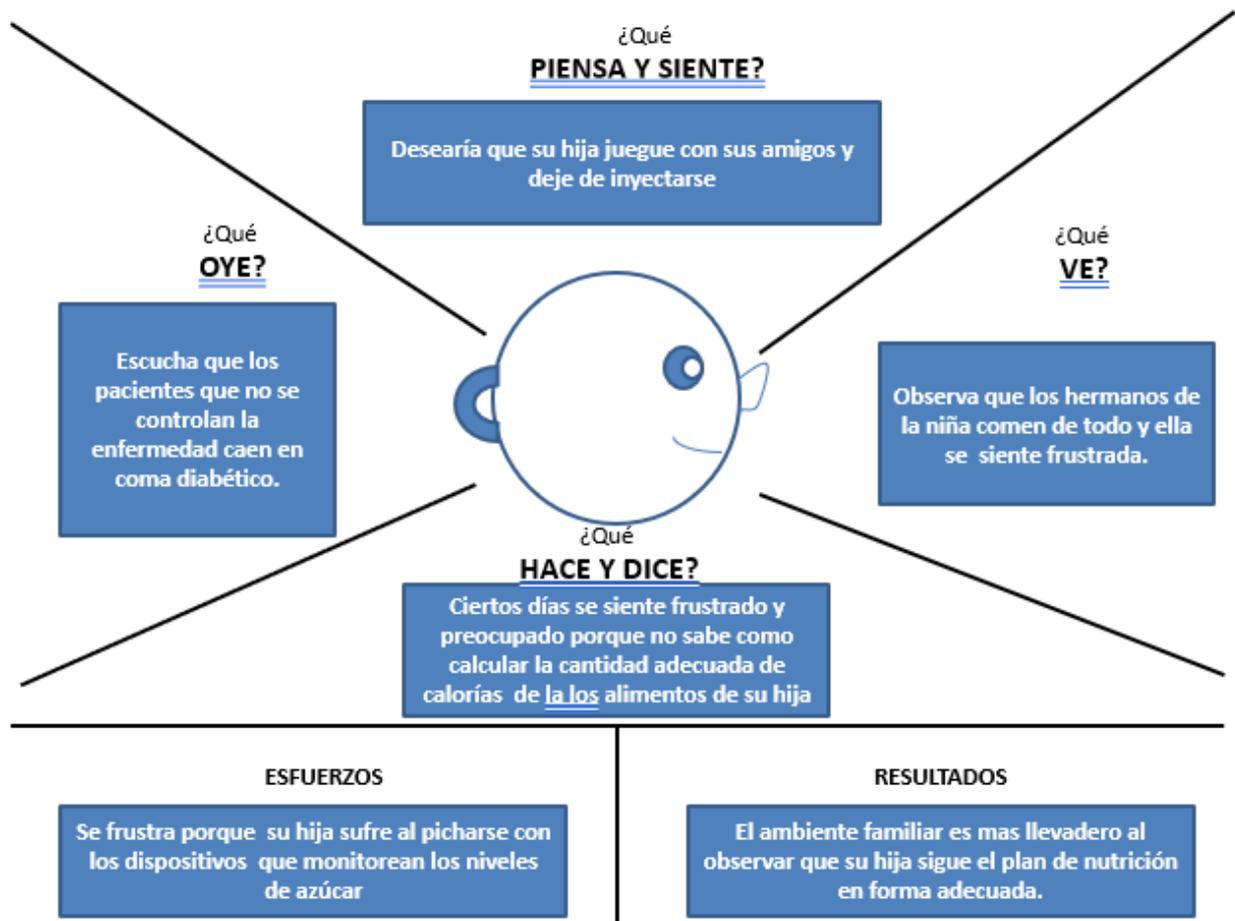
Ulloa, M. R. (4 de Octubre de 2010). Obtenido de <http://fuente.uan.edu.mx/publicaciones/01-04/2.pdf>



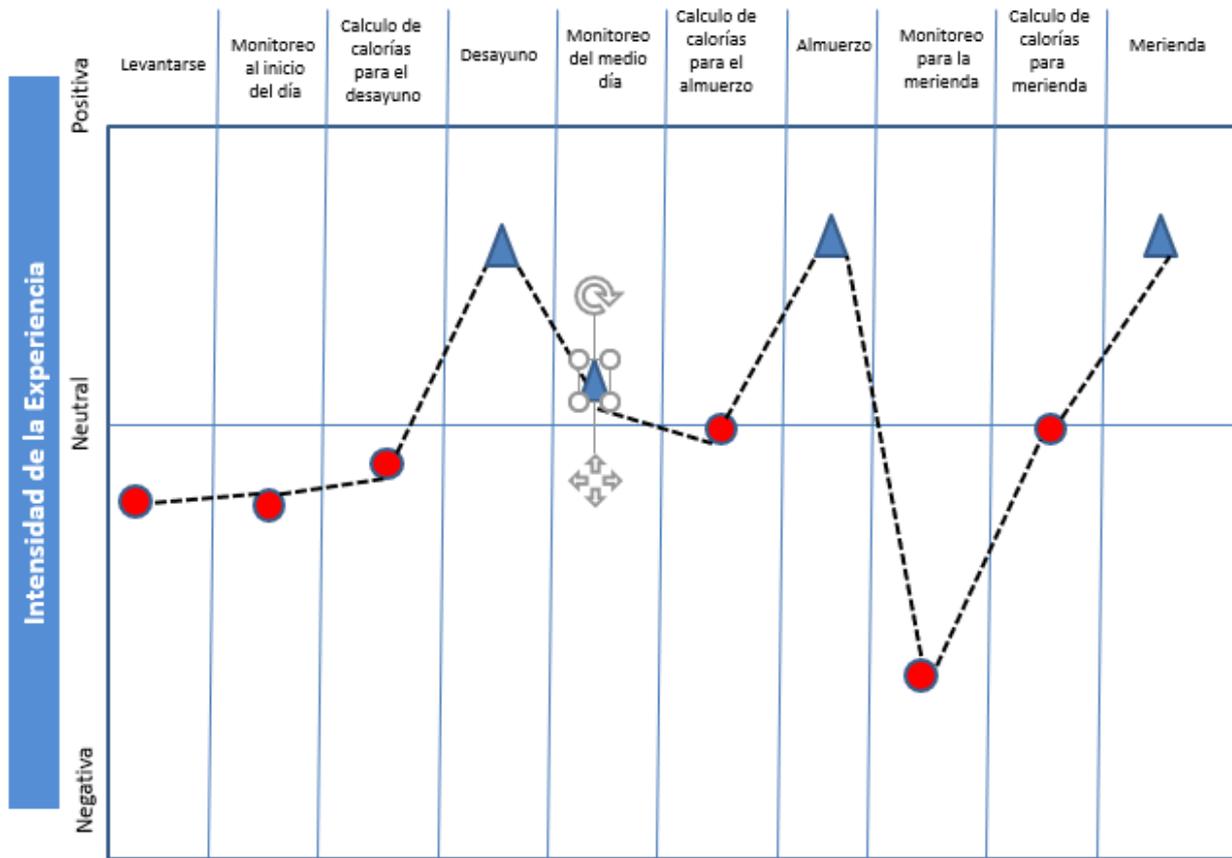
ANEXO 1: MAPA DE EMPATÍA UNA PERSONA CON HIPERTENSIÓN



ANEXO 2: MAPA DE EXPERIENCIA DE UNA PERSONA CON HIPERTENSIÓN



ANEXO 3: MAPA DE EXPERIENCIA DE LOS PADRES DE FAMILIA DE UNA PERSONA CON HIPERTENSIÓN



ANEXO 4: APA DE EXPERIENCIA DE LOS PADRES DE UNA PERSONA HIPETENSA.

9. ¿De qué forma consume la miel?

- a) Endulzante
- b) Aderezo
- c) Exfoliante (Directo en la piel)
- d) Cucharada de miel
- e) Otra

10. ¿Con qué frecuencia compra la miel?

- a) Una vez a la semana
- b) Una vez al mes
- c) Más de dos veces al mes
- d) Menos de dos veces al mes

11. ¿Ha escuchado acerca del Cannabis (CBD) y sus propiedades medicinales?

- a) Si
- b) no

12. Según su percepción. Usted considera al Cannabis (CBD) como.....

- a) Medicina
- b) Droga
- c) Ilegal
- d) Legal
- e) Adictiva

13. Sabía usted que el Cannabis (CBD) no posee propiedades psicoactivas. (Que afecta a la conciencia o la actividad mental.)

- a) SI
- b) NO

14. Está de acuerdo con el consumo del Cannabis con fines medicinales

- a) Totalmente de Acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Indiferente
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

15. De acuerdo con su criterio ¿Cuáles son las enfermedades que se puede tratar con Cannabis o CBD? (Puede señalar más de una)

- a) Depresión
- b) Ansiedad
- c) Insomnio
- d) Problemas cardiovasculares
- e) Todas las anteriores
- f) Ninguna de las anteriores

16. Estaría dispuesta(o) a consumir miel que contenga una dosis de CBD.

- a) Totalmente de Acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Indiferente
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

17. ¿Cuánto está dispuesta(o) a pagar por una presentación de 131 gramos con una concentración de 0,25 gramos de CBD?

- A) \$ 30- \$40
- B) \$40- \$50
- C) \$ 50- \$ 60
- D) Más de \$ 60

18. ¿Dónde se le haría más cómodo adquirir el producto antes anunciado?

- a) Locales comerciales
- b) Supermercados
- c) Compra en línea
- d) Tienda física propia (marca)
- e) Gasolineras
- f) Otros

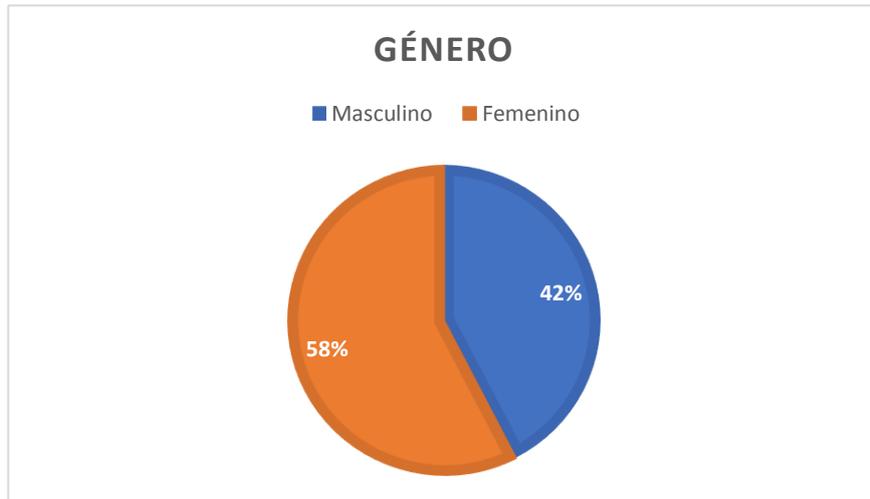
19. Seleccione las 3 redes sociales que más utiliza.

- a) Facebook
- b) Twitter
- c) Instagram
- d) YouTube
- e) Snapchat
- f) Pinterest

20. Seleccione los 3 medios de comunicación que más utiliza.

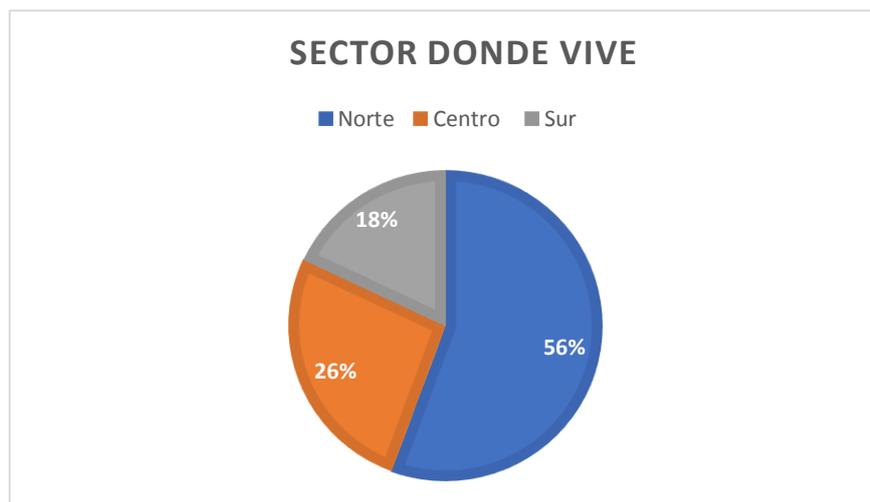
- a) Periódico
- b) Televisión Pagada
- c) Televisión abierta
- d) Internet (Páginas web)
- e) Radio
- f) Redes sociales
- g) Correo electrónico
- h) Streaming (Netflix, Amazon, HBO, Apple tv)

ANEXO 6:



COFICIACION DE LA ENCUESTA

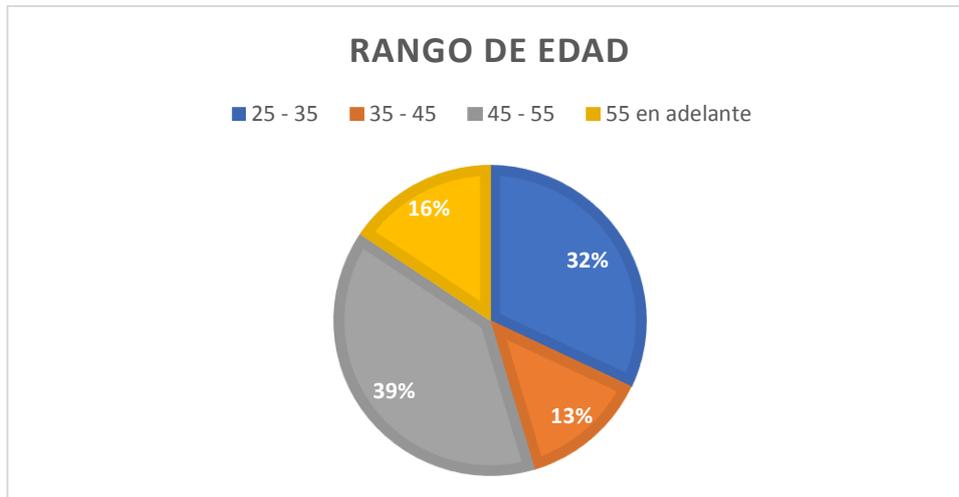
1. Género



R// De la

muestra de personas encuestadas, se observa que el 42% pertenecen al género masculino y el 58% al femenino.

2. ¿En qué sector de la ciudad de Guayaquil vive?



R//

Refiriéndose al sector donde reside, se observó que el 56% de los encuestados viven en el norte. Por otra parte, con el centro y el sur cubren el 26% y 18% respectivamente.

3. Rango de edad

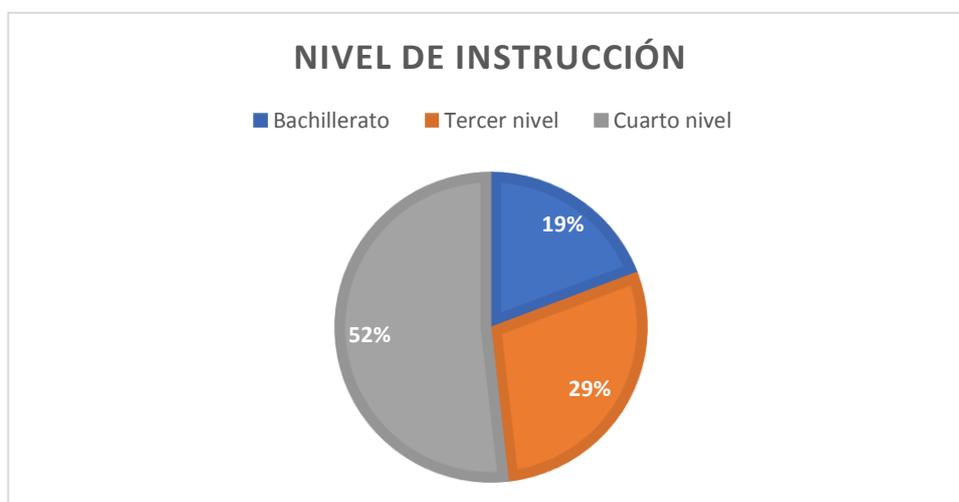
R// Según la encuesta, el mayor número de encuestados se concentra en el rango de 45-55 años con un porcentaje de 39%, seguido por el rango de 25-35 años representando el 32% de los encuestados. Por su parte, el rango de 35-45 años

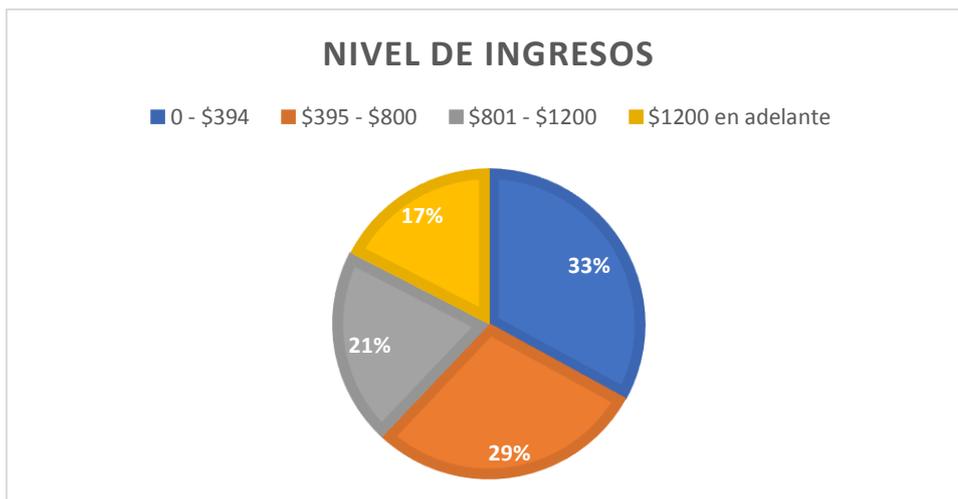
representa el 13% y las personas mayores a 55 años representan un 16% de la encuesta.

4. Nivel de instrucción académico

R// Se puede observar que el 52% indicaron que tienen título de cuarto nivel, 19% culminaron el bachillerato y el 29% se encuentra cursando o ya culminó el tercer nivel.

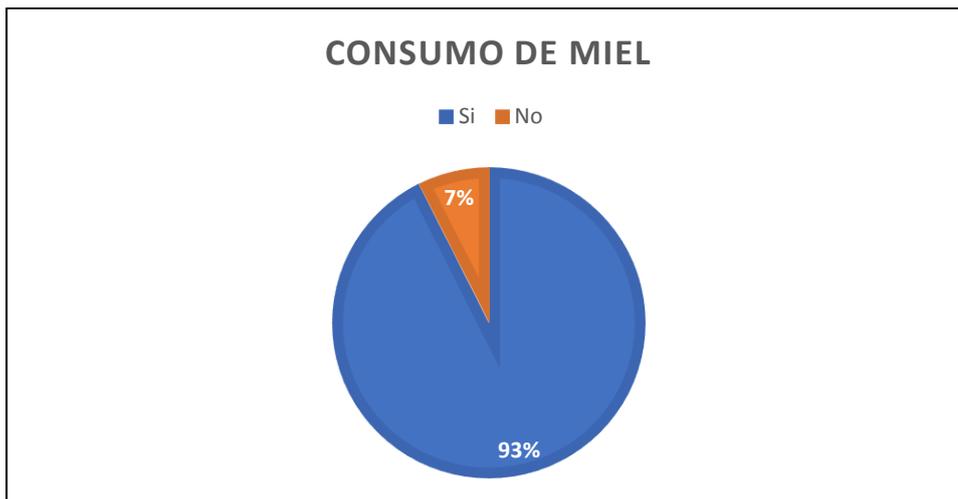
5. ¿Cuál es su nivel de ingreso?





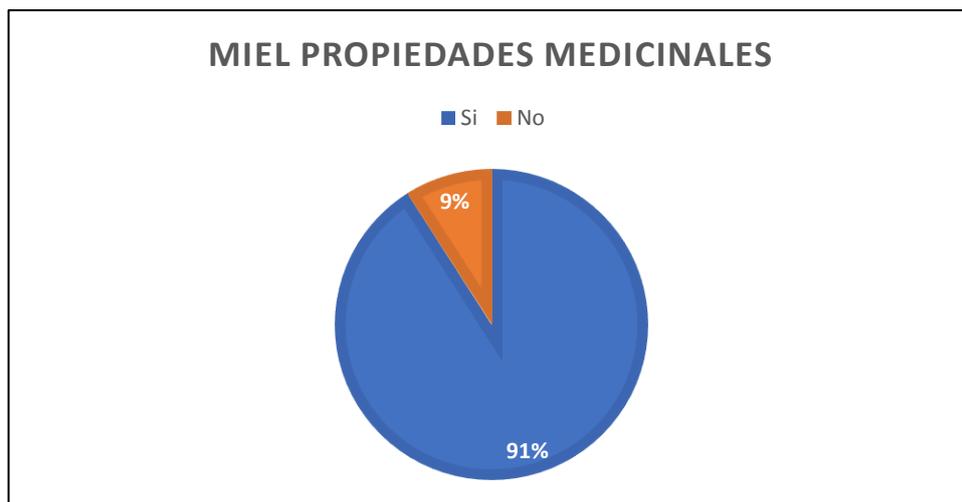
R// El 33% respondieron que poseen un ingreso mensual entre 0 y \$394 que comprende el salario básico actualmente en Ecuador seguido del 29% correspondiente a los ingresos entre \$395 y \$800. Obtuvimos un porcentaje del 17% que percibe más de \$1200.

6. ¿Usted consume o ha consumido miel de abeja?



R// Se obtuvo que el 93% de la muestra ha consumido o consume miel de abeja en su vida.

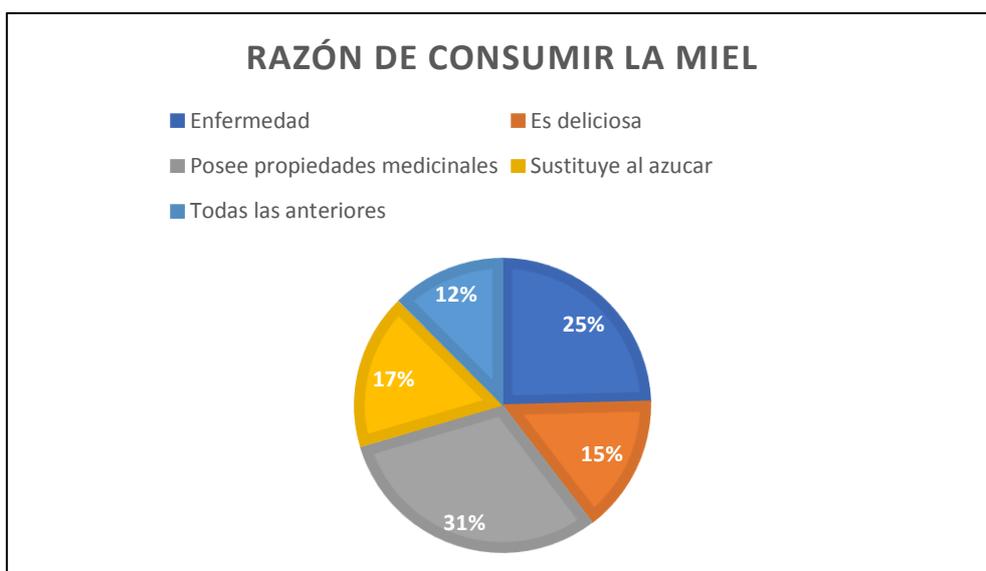
7. ¿Tiene conocimiento que la miel de abeja posee propiedades medicinales?



R// De

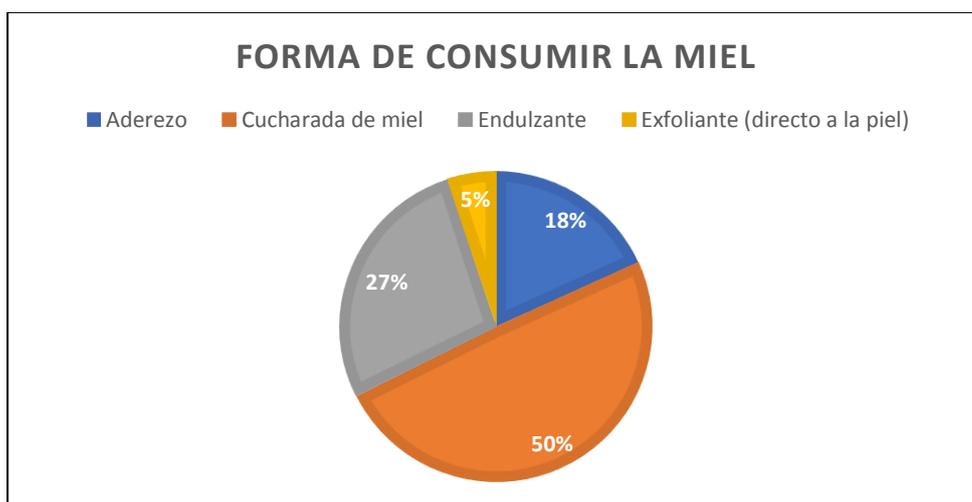
la muestra total de encuestados, el 91% afirmó que tiene conocimiento acerca de las propiedades medicinales de la miel de abeja.

8. ¿Por qué razón consume o ha consumido miel de abeja?



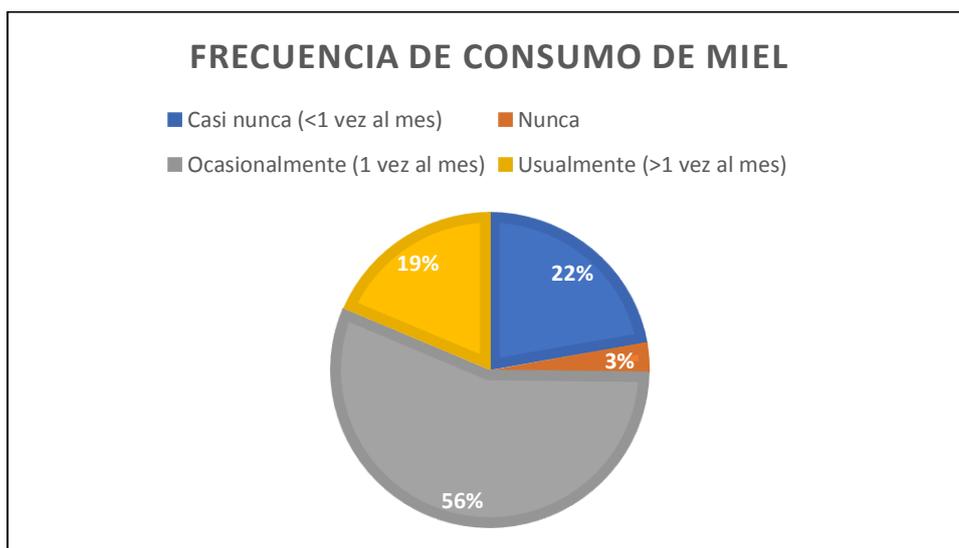
R// El 31% de los encuestados respondió que consume miel de abejas porque posee propiedades medicinales, seguido del 25% que la consume por enfermedad. Mientras que el 17% y el 15% de los encuestados la consume como sustituto del azúcar y por su delicioso sabor, respectivamente.

9. ¿De qué forma consume la miel?



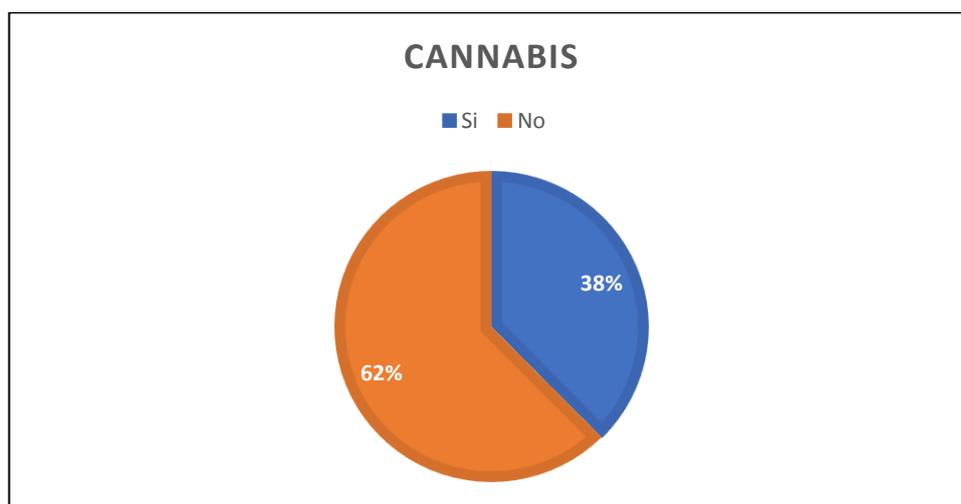
R// Cucharadas de miel es la forma preferida de consumo de los encuestados con un 50%, seguido del 27% que la prefiere consumir como endulzante. Existe un 18% de los encuestados que prefiere consumirla como aderezo y el 5% de los encuestados la utiliza como exfoliante.

10. ¿Con que frecuencia consume la miel? (Mensualmente)



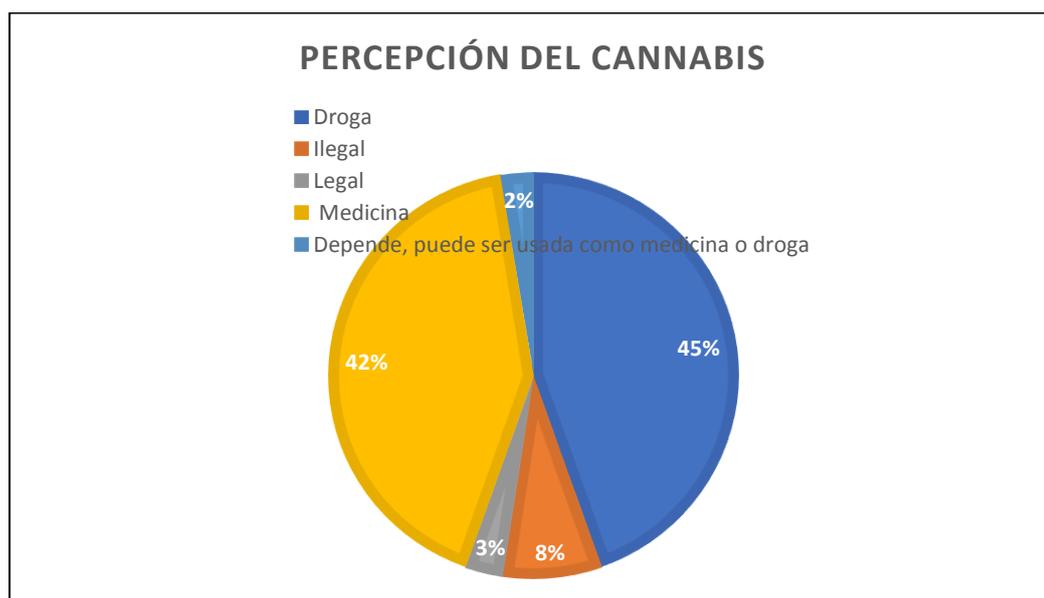
R// La frecuencia de consumo de la mayoría de los encuestadores es de forma ocasional, es decir, el 56% la consume como mínimo una vez al mes. El 22% lo consume menos de una vez al mes, es decir pocas veces al año y el 19% tiene una frecuencia de consumo de más de una vez al mes.

11. ¿Ha escuchado acerca del Cannabis (CBD) y sus propiedades medicinales?



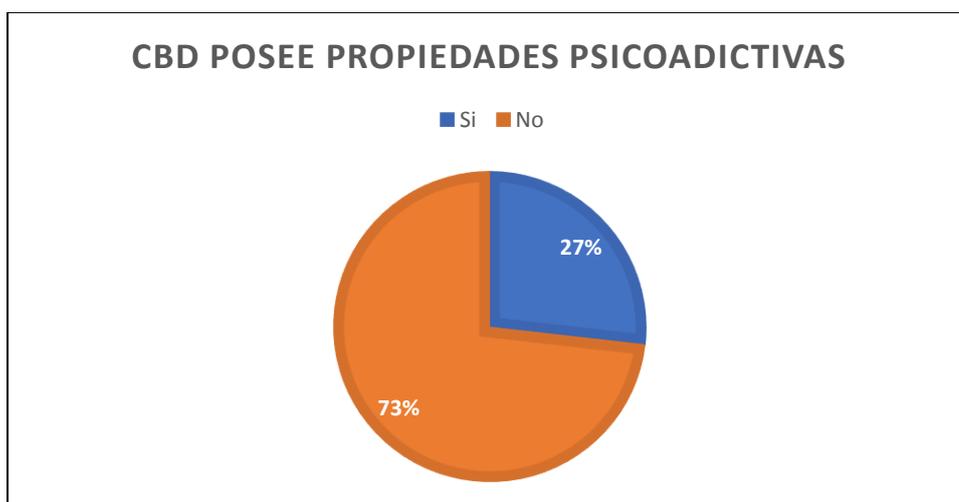
R// Del total de encuestados, un 62% no ha escuchado o posee conocimientos acerca del cannabis (CBD) y de las propiedades medicinales que posee.

12. Según su percepción. Usted considera al Cannabis (CBD) como.....



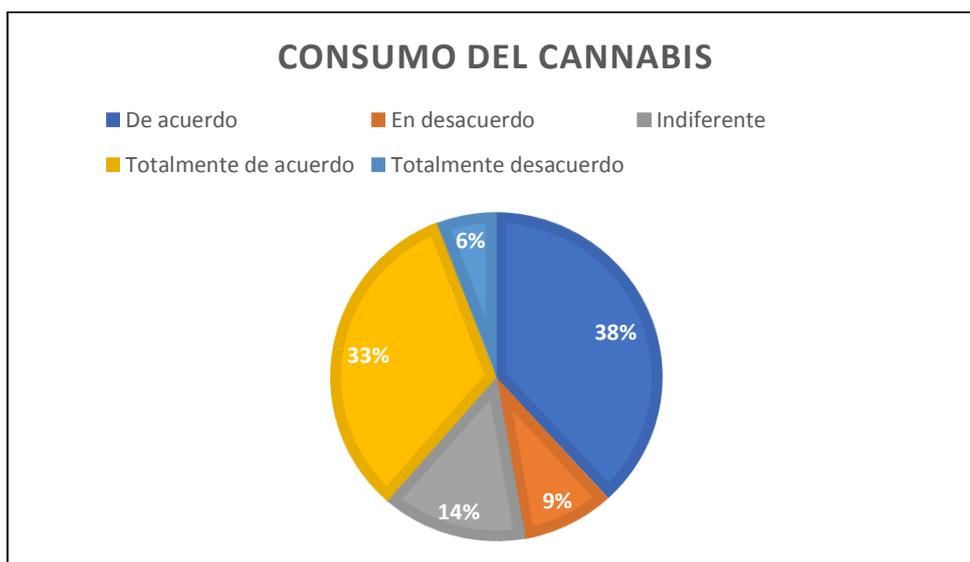
R// Según la percepción de las personas existe una división de categorización del cannabis, mientras el 45% de los encuestados la considera una droga, existe un 42% que considera al cannabis como medicina.

**13. Sabía usted que el Cannabis (CBD) no posee propiedades psicoactivas.
(Que afecta a la conciencia o la actividad mental.)**



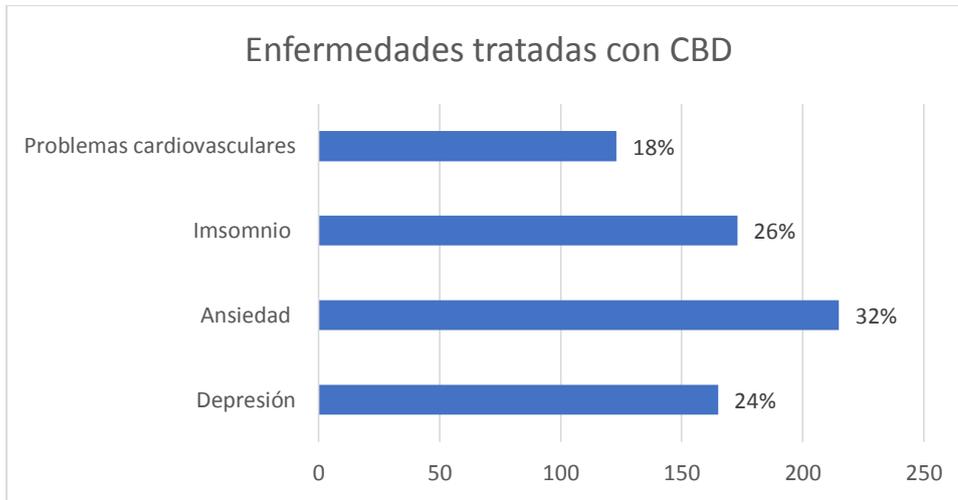
R// Aproximadamente 3 de cada 4 personas de los encuestados desconocía que el cannabis (CBD) no posee propiedades psicoactivas.

14. Está de acuerdo con el consumo del Cannabis con fines medicinales



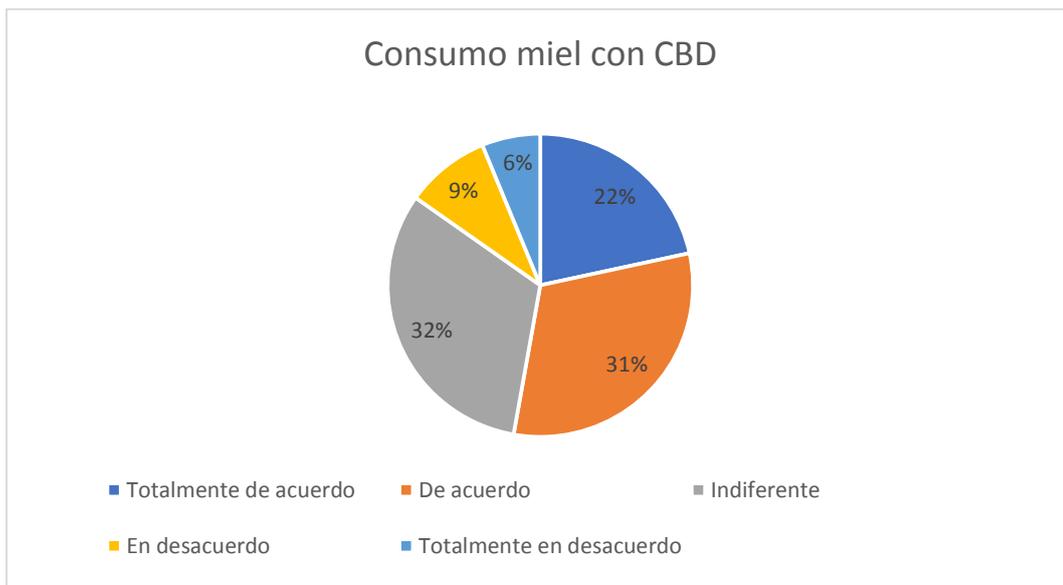
R// 71% de los encuestados ven con buenos ojos el consumo de cannabis con fines medicinales.

15. De acuerdo con su criterio ¿Cuáles son las enfermedades que se puede tratar con Cannabis o CBD? (Puede señalar más de una)



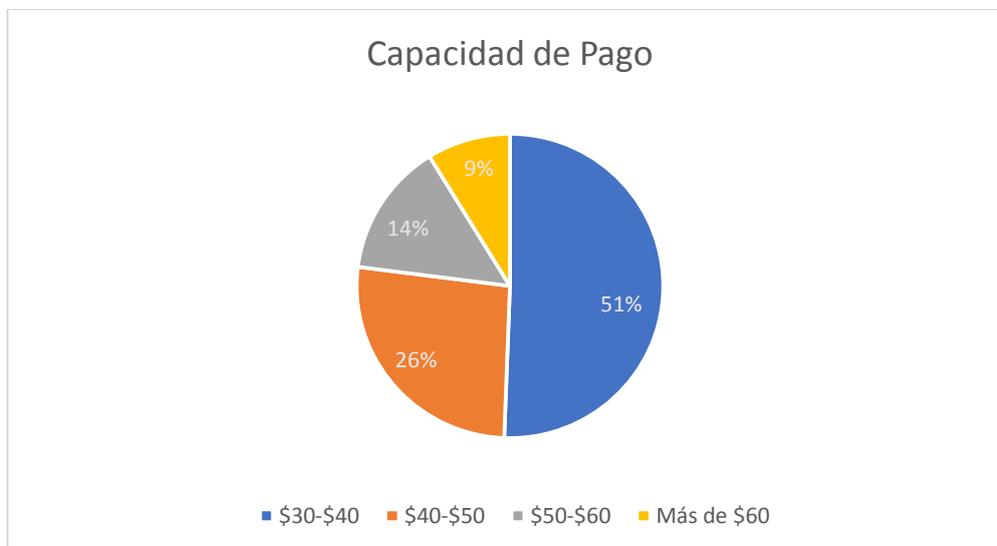
R// La ansiedad, la depresión y el insomnio fueron las enfermedades más votadas, que, según el criterio de los encuestados se pueden tratar por medio del cannabis (CBD)

16. Estaría dispuesta(o) a consumir miel que contenga una dosis de CBD.



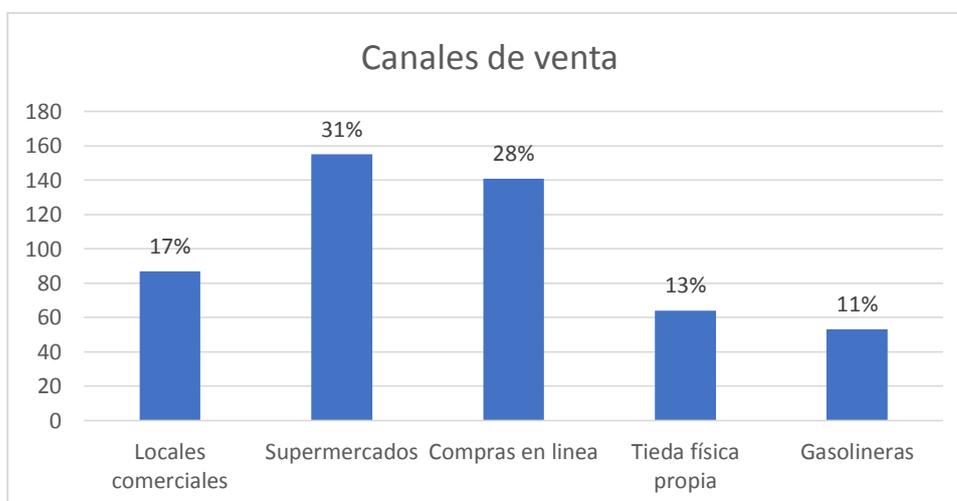
R// 53% de los encuestados estarían dispuestos a consumir miel de abeja que contenga dosis de cbd, mientras que para un 32% de ellos le es indiferente.

17. Si adquiriera el producto. ¿Cuánto está dispuesta(o) a pagar por una presentación de 131 gramos con una concentración de 0,25 gramos de CBD?



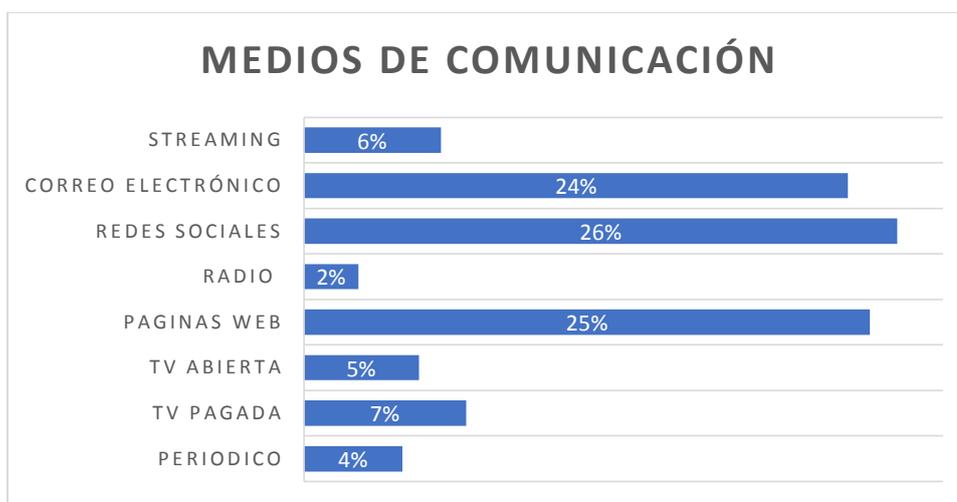
R// El 51% de los encuestados prefieren pagar entre \$30-\$40, mientras que un 49% estarían dispuestos a pagar más de \$40.

18. ¿Dónde se le haría más cómodo adquirir el producto antes anunciado?



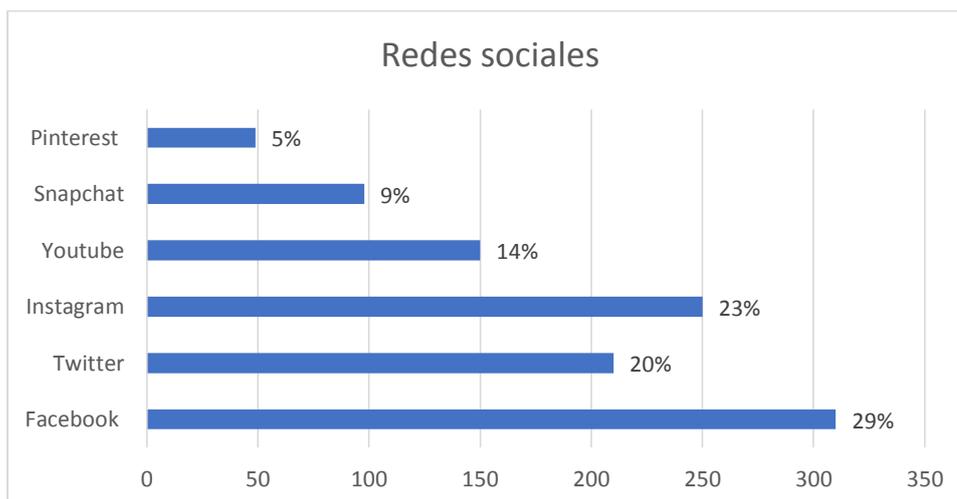
Los encuestados eligieron a los supermercados y las compras en línea como los sitios más cómodos para adquirir el producto, con un 31% y 28% respectivamente, mientras que la opción menos elegida fue la de una tienda física propia de la marca.

19. Seleccione los 3 medios de comunicación que más utiliza.



R// Las redes sociales, las páginas web y el correo electrónico son los 3 medios de comunicación que más utilizan los encuestados, representando un 26%, 25% y 24% respectivamente.

20. Seleccione las 3 redes sociales que más utiliza.



R// Las redes sociales que más utilizan los encuestados fueron Facebook, Instagram y Twitter, con un porcentaje de 29%, 23% y 20% respectivamente.

ANEXO 7: DETALLES DE LA INVERSIÓN INICIAL

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	Costo
Registro Mercantil	\$ 25,00
Costo de Notarización	\$ 286,94
Acta de constitución (Jerarquía Empresarial)	\$ 100,00
Tasa de bomberos	\$ 35,00
Firma electrónica	\$ 52,00
Permiso de funcionamiento (Suplementos Alimenticios)	\$ 141,48

TOTAL, GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 640,42
--------------------------------------	------------------

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo Total	Vida útil (años)	Dep Anual	Dep Acum	V. en libros	V. de desec	Utilidad por ventas
Computadoras (Laptop HP)	4	\$ 700,00	\$ 2.800,00	3	\$ 233,33	\$4.666,67	\$ -	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Escritorios	4	\$ 125,00	\$ 500,00	10	\$ 12,50	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 200,00	\$ -
Sillas	6	\$ 50,00	\$ 300,00	10	\$ 5,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 120,00	\$ -
Archivero	2	\$ 80,00	\$ 160,00	10	\$ 8,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 60,00	\$ -
Telefono fijo	2	\$ 25,00	\$ 50,00	3	\$ 8,33	\$ 83,33	\$ -	\$ -	\$ -
Anaqueles	2	\$ 100,00	\$ 200,00	10	\$ 10,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ -
Aire acondicionado	2	\$ 450,00	\$ 900,00	10	\$ 45,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 400,00	\$ -
Router	1	\$ 50,00	\$ 50,00	3	\$ 16,67	\$ 83,33	\$ -	\$ -	\$ -
Utiles de oficina	1	\$ 100,00	\$ 100,00	1	\$ 100,00	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -
Impresora Epson tinta continua	1	\$ 200,00	\$ 200,00	3	\$ 66,67	\$ 333,33	\$ -	\$ 75,00	\$ 75,00
		Total	\$ 5.260,00		\$ 505,50	\$ 6.696,67	\$ 1.030,00	\$ 2.135,00	\$ 1.275,00

ANEXO 8: DETALLE DE COSTOS

Descripción	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Canna bees 4,56 oz	(u)	1584	\$10,00	\$ 15.840,00
Envío Servientrega	Caja	66	\$ 5,00	\$ 330,00
Flete	LCL	1	\$ 613,92	\$ 613,92
Seguro	Contenedor	1	1%	\$ 158,40
Honorarios agente de aduana	\$	60% SBU+IVA	288	\$ 288,00
Gastos de bodegaje	\$	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Trasporte de mercadería	u	1	\$ 150,00	\$ 150,00
			Total	\$ 17.580,32

Tributos Productos importados	Base imponible	tributo	Importe
	\$		\$
AD-VALOREM	16.612,32	20%	3.322,46
	\$		\$
FODINFA	16.612,32	0,50%	83,06
	\$		\$
IVA	20.017,85	12%	2.402,14
Total de tributos			\$ 5.807,67

Calculo costo variable	Cantidad	Costo Unitario	Envió Servientrega	Flete+ otros servicios	Tributo	Costo Variable mensual
Enero	202	\$ 10,00	\$ 55,00	\$ 1.410,32	\$ 5.807,67	\$ 9.295,41
Febrero	216	\$ 10,00	\$ 55,00	\$ -	\$ -	\$ 2.212,26
Marzo	229	\$ 10,00	\$ 55,00	\$ -	\$ -	\$ 2.347,08
Abril	216	\$ 10,00	\$ 55,00	\$ -	\$ -	\$ 2.212,26
Mayo	256	\$ 10,00	\$ 55,00	\$ -	\$ -	\$ 2.616,74
Junio	297	\$ 10,00	\$ 55,00	\$ 1.410,32	\$ 5.807,67	\$ 10.239,21
Julio	270	\$ 10,00	\$ 55,00	\$ -	\$ -	\$ 2.751,57
Agosto	256	\$ 10,00	\$ 55,00	\$ -	\$ -	\$ 2.616,74
Septiembre	283	\$ 10,00	\$ 55,00	\$ -	\$ -	\$ 2.886,40
Octubre	324	\$ 10,00	\$ 55,00	\$ -	\$ -	\$ 3.290,88
Noviembre	283	\$ 10,00	\$ 55,00	\$ -	\$ -	\$ 2.886,40
Diciembre	337	\$ 10,00	\$ 55,00	\$ -	\$ -	\$ 3.425,71

ANEXO 9: DATOS ADICIONALES PARA EL CALCULO DE LA DEMANDA

Productos Schullo S. A		
Año	Ingresos	Variación Anual
	\$	
2014	2.378.940,00	
	\$	
2015	2.343.678,00	-1,48%
	\$	
2016	2.415.650,00	3,07%
	\$	
2017	2.406.893,00	-0,36%
	\$	
2018	2.490.922,63	3,49%

Detalle u ventas 2018 (La molienda)		
Mes	Cantidad vendida	Crecimiento Porcentual
Enero	15	
Febrero	16	6,67%
Marzo	17	6,25%
Abril	16	-5,88%
Mayo	19	18,75%
Junio	22	15,79%
Julio	20	-9,09%
Agosto	19	-5,00%
Septiembre	21	10,53%
Octubre	24	14,29%
Noviembre	21	-12,50%
Diciembre	25	19,05%