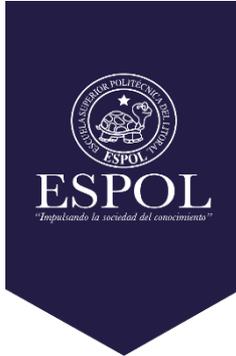


ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas



FCSH
FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

**“ELABORACIÓN DE MANJAR DE QUINUA Y SOYA A
BASE DE LECHE DE ARROZ, PARA LA
COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

“INGENIERO COMERCIAL Y EMPRESARIAL”

Presentado por:

**CALDAS RONQUILLO RAMÓN FRANCISCO
GAVILANES FRANCO GABRIELA GISELLA**

Guayaquil - Ecuador

2016

DEDICATORIA

En especial a Dios, porque solo por misericordia y amor de él he podido llegar hasta aquí. A mis abuelos Fausto y Bella, quienes han sido mi mayor bendición desde el día en que nací, enseñándome con paciencia y amor de padres a dar cada paso. A mi hermana, quien ha sido una motivación más para dar lo mejor de mí, a mis amigos y profesores que me han acompañado durante toda esta etapa universitaria.

GABRIELA GISELLA GAVILANES FRANCO

DEDICATORIA

Dedico principalmente a Dios, que guía mis pasos día a día y me ha bendecido a lo largo de mi vida, a mis padres que se han convertido en una pieza fundamental y que gracias a su apoyo incondicional he llegado hasta aquí. A quienes han estado presente durante en esta ciclo de mi vida tanto docentes como compañeros que han aportado positivamente para poder culminar esta etapa.

RAMÓN FRANCISCO CALDAS RONQUILLO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por haberme dado la gracia de culminar una etapa importante en mi vida, por la fuerza y perseverancia con que me ha mantenido en este largo camino, ya que sin él nada fuera posible.

Agradezco a la Virgen María, por su intercesión y protección, por mostrarme que con humildad y amor se obtienen grandes logros.

Agradezco a mi familia, por la ayuda brindada durante todo el tiempo de mi vida personal y profesional, quien con sus valores me ha inculcado la educación y el esfuerzo perenne a las metas trazadas.

Agradezco a mis amigos, por las experiencias compartidas, el apoyo y motivación brindada, de quienes aprendí el verdadero significado de trabajar en equipo.

A mi compañero de tesis y amigo Francisco, por su esfuerzo en el Proyecto de Graduación.

GABRIELA GISELLA GAVILANES FRANCO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por haberme optado de cualidades las mismas que han sido esenciales para poder terminar mis estudios universitarios.

A mis padres, que con su apoyo incondicional se han convertido a una pieza fundamental en mi vida y una inspiración para seguir adelante.

A personas que conocí en esta etapa y que con el pasar del tiempo se convirtieron en grandes amistades.

A mi compañera de tesis y amiga Gabriela, por la dedicación en el presente trabajo.

RAMÓN FRANCISCO CALDAS RONQUILLO

TRIBUNAL DE TITULACIÓN

MSC. PEDRO GANDO CAÑARTE

DIRECTOR

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad y la autoría del contenido de este Trabajo de Titulación, me (nos) corresponde exclusivamente; y doy (damos) mi (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"

RAMÓN FRANCISCO CALDAS RONQUILLO

GABRIELA GISELLA GAVILANES FRANCO

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	VI
DECLARACIÓN EXPRESA	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
RESUMEN	XII
ABREVIATURAS Y SIGLAS.....	XVI
CAPÍTULO I	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.1.1 Factores críticos	3
1.2 Justificación	4
1.3 Marco de referencia	7
1.3.1 Marco conceptual.....	7
1.3.2 Marco teórico	9
1.3.3 Marco legal	10
1.4 Objetivos.....	12
1.4.1 Objetivo general.....	12
1.4.2 Objetivos específicos	12
1.5 Metodología.....	13
1.5.1 Recolección de datos	13
1.5.2 Población y muestra.....	13
1.6.3 Técnicas de análisis	14
1.7 Características del producto	14
1.7.1 Definición	14
1.7.2 Naturaleza	18
CAPÍTULO II.....	19
2 ESTUDIO DE MERCADO	19
2.1 Análisis de la oferta	19
2.1.1 Potenciales clientes	19
2.1.2 Amenaza de nuevos competidores.....	19
2.1.3 Rivalidad de la competencia	20
2.2 Análisis de la demanda.....	24

2.2.1 Base de decisión de compra de los clientes	24
2.2.2 Clasificación de la demanda	25
2.2.3 Poder adquisitivo de los consumidores.....	26
2.2.4 Estimación de la demanda	26
2.3 Análisis de precios.....	28
2.3.1 Análisis del sector	28
2.3.2 Tendencias económicas	30
2.3.4 Barreras de entrada y salida	31
2.4 Comercialización del producto.....	33
2.4.1 Promoción y comunicación	34
2.4.2 Formas posibles de estimular el interés	35
2.4.3 Distribución	36
2.5 Marketing estratégico	36
2.5.1 Concepto	36
2.5.2 Funciones	36
2.5.3 Estrategia de mercado	37
2.5.4 Estrategia de posicionamiento y reconocimiento de la marca.....	41
2.6 Análisis FODA	42
2.7 Investigación de mercado	43
2.7.1 Definición del problema	43
2.7.2 Objetivos.....	43
2.7.3 Determinación de las necesidades de información	44
2.7.4 Determinación de las fuentes de información.....	44
2.7.5 Hipótesis	45
2.7.6 Requisitos de la investigación.....	45
2.7.7 Planeación de la investigación	46
2.7.9 Análisis de la encuesta.....	48
2.7.9 Conclusiones	58
2.7.10 Recomendaciones	60
CAPÍTULO III.....	61
3 ESTUDIO TÉCNICO	61
3.1 Antecedentes del estudio técnico.....	61
3.2 Proceso de producción:.....	61
3.3 Balance de maquinarias y equipo	64

3.3.1 Descripción	64
3.4 Balance de personal técnico	73
3.5 Balance de obras físicas.....	77
3.5.1 Descripción de las áreas de la planta	77
3.6 Determinación del tamaño.....	81
3.6.1 Tamaño de las instalaciones	81
3.6 Estudio de localización.....	86
3.6.1 Factores de localización.....	86
3.6.2 Método cualitativo por puntos	87
3.7 Conclusiones del estudio técnico.....	88
CAPÍTULO IV	89
4.1 ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	89
4.1.1 Misión	89
4.1.2 Visión.....	89
4.1.3 Organigrama	89
1.4 Descriptivo de funciones:	90
4.1.4 Logo de la empresa	109
4.1.4 Logo del producto:.....	109
CAPÍTULO V.....	110
5 ESTUDIO FINANCIERO	110
5.1 Estimación de costos	110
5.1.1 Elementos básicos.....	110
5.1.2 Análisis costo - volumen - utilidad.....	110
5.1.3 Costos fijos	112
5.1.4 Costos variables	112
5.1.5 Gastos generales	112
5.1.6 Gastos de suministros de limpieza y baño	113
5.1.7 Gastos de servicios básicos.....	113
5.1.8 Gastos de publicidad.....	114
5.1.9 Gastos de suministro de planta	114
5.1.10 Gastos del personal administrativo.....	115
5.1.11 Gastos del personal operativo.....	115
5.2 Inversiones del proyecto.....	116
5.2.1 Capital de trabajo	116

5.3 Inversiones del proyecto	118
5.3.1 Ingresos por ventas	118
5.3.2 Valor de desecho del proyecto.....	120
5.3.3 Financiamiento del proyecto.....	120
5.4 Tasa de descuento	121
5.4.1 Modelo del CAPM.....	122
5.5 Flujo de caja	123
5.5.1 VAN.....	125
5.5.2 TIR.....	125
5.5.3 Payback.....	125
5.5.4 Análisis de sensibilidad	126
6 Conclusiones	127
7 Recomendaciones	128
REFERENCIAS.....	129
LINCOGRAFÍA	131

RESUMEN

Hoy en día las tendencias alimentarias, han mostrado un cambio significativo, tanto así, que las personas optan por consumir alimentos sustitutos ricos en proteínas. Para lo cual, el presente proyecto tiene como objetivo fundamental analizar la factibilidad de la creación de una empresa que se dedique a la elaboración de manjar de quinua y soya a base de leche de arroz, para la comercialización en la ciudad de Guayaquil, la misma que utilizará componentes diferenciados a los de un manjar tradicional, con el fin de que personas con problema de salud puedan consumirlo sin inconveniente alguno. Es así que a lo largo del proyecto de investigación se realizarán diversos análisis que permitan concluir la viabilidad del estudio, siendo el primer capítulo un enfoque analítico de la problemática de la cual surge la idea de elaborar un nutritivo manjar, mientras que en el segundo capítulo se lleva a cabo el estudio de mercado, con el cual se obtienen resultados de gran importancia para el cálculo de la demanda del producto, ante la identificación de potenciales clientes y amenaza de la competencia. Además, en el tercer capítulo se realiza el estudio técnico, en el cual se detallan los requerimientos de recurso material y humano necesario en el negocio. Ante esto, es necesario en el cuarto capítulo la realización de descriptivos de funciones de los cargos detallados, así como también el organigrama, misión y visión de la empresa. Por lo tanto, el quinto capítulo es la parte final del estudio, la cual se fundamenta en la elaboración de flujos financieros y criterios de análisis como VAN, Tasa Interna de Retorno (TIR) y PayBack, que permiten explicar la factibilidad de crear una empresa como “Sabores de mi tierra”, la misma tiene un impacto positivo en la economía, ya que genera fuentes de trabajo y promueve el desarrollo en el sector de alimentos procesados. Para llevarlo a cabo, se debe considerar una inversión en maquinaria y equipos con un financiamiento del 50%, mediante préstamos a la CFN, institución que fomenta créditos para creación y desarrollo de negocios.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. 1: Causas de defunción en el mundo (%) - 2012.....	9
Gráfico 2. 1: Presentación de manjar “Dolce Vizio”.....	27
Gráfico 2. 2: Determinación de la muestra.....	46
Gráfico 2. 3: Estrato social.....	48
Gráfico 2. 4: Consumo de manjar.....	49
Gráfico 2. 5: Aceptación del producto.....	50
Gráfico 2. 6: Importancia de atributos.....	51
Gráfico 2. 7: Preferencia del tamaño del producto.....	53
Gráfico 2. 8: Hábitos de consumo.....	54
Gráfico 2. 9: Hábitos de consumo (más de cinco veces al mes).....	55
Gráfico 2. 10: Preferencia de empaque.....	56
Gráfico 2. 11: Hábitos de compra.....	57
Gráfico 3. 1: Flujograma del proceso productivo.....	62
Gráfico 3. 2: Diseño del proceso productivo.....	63
Gráfico 3. 3: Diseño de planta.....	80
Gráfico 4. 1: Organigrama de la empresa.....	89
Gráfico 5. 1: Análisis de sensibilidad.....	126

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. 1: Textura y color del manjar.....	15
Figura 1. 2: Envase de “Dolce Vizio”.....	15
Figura 1. 3: Presentación de manjar “Dolce Vizio”.....	16
Figura 1. 4: Logo de manjar “Dolce Vizio”.....	16
Figura 2. 1: Industrias Lácteas Toni S.A.....	21
Figura 2. 2: Alpina Productos Alimenticios S.A.....	21
Figura 2. 3: La Pampilla.....	21
Figura 2. 4: Dulces Mago.....	22
Figura 2. 5: Inprolac S.A.....	22
Figura 2. 6: Corp. La Favorita.....	22
Figura 2. 7: Agrícola Pucuhaico S.A.....	22
Figura 2. 8: Floralp.....	23
Figura 2. 9: Corporación La Favorita.....	23
Figura 2. 10: Kiosko.....	23
Figura 2. 11: Manjar de leche de coco “De mi abuela”.....	23
Figura 2. 12: Presentación del manjar.....	39
Figura 2. 13: Intermediarios del producto.....	40
Figura 3. 1: Tanque de recepción.....	64
Figura 3. 2: Marmita doble camisa.....	65
Figura 3. 3: Homogeneizador.....	66

Figura 3. 4: Máquina llenadora lineal y banda de transportación.....	66
Figura 3. 5: Cámara de frío.....	67
Figura 3. 6: Video jet.....	67
Figura 3. 7: Báscula de piso.....	68
Figura 3. 8: Refractómetro.....	68
Figura 3. 9: Balanza de precisión.....	69
Figura 3. 10: PH-metro de mano.....	69
Figura 3. 11: Localización del sector.....	77
Figura 4. 1: Logo de la empresa.....	109
Figura 4. 2: Logo del producto.....	109

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 2. 1: Niveles socioeconómicos de Guayaquil.....	26
Cuadro 2. 2: Estimación de la demanda basada en la población de Guayaquil.....	27
Cuadro 2. 3: Tipos de inversión para empresas privadas.....	28
Cuadro 2. 4: Producto Interno Bruto por rama del sector industrial.....	29
Cuadro 2. 5: Precios de competidores directos.....	29
Cuadro 2. 6: Principales indicadores económicos.....	31
Cuadro 2. 7: Funciones del marketing estratégico.....	36
Cuadro 2. 8: Matriz Ansoff.....	37
Cuadro 2. 9: Análisis FODA de “Sabores de mi Tierra”.....	42
Cuadro 2. 10: Determinación porcentual según estrato social.....	47
Cuadro 3. 1: Maquinaria y equipo utilizado en la elaboración del manjar.....	64
Cuadro 3. 2: Balance de maquinaria y equipo.....	70
Cuadro 3. 3: Balance de equipos de computación.....	71
Cuadro 3. 4: Balance de equipos de laboratorio.....	71
Cuadro 3. 5: Balance de suministros de planta.....	72
Cuadro 3. 6: Balance de muebles y enseres.....	72
Cuadro 3. 7: Balance de equipos de oficina.....	72
Cuadro 3. 8: Balance de vehículo.....	73
Cuadro 3. 9: Inversión inicial.....	73
Cuadro 3. 10: Balance de personal.....	76
Cuadro 3. 11: Descripción de obras físicas.....	77
Cuadro 3. 12: Estimación de la demanda de “Dolce Vizio”.....	81
Cuadro 3. 13: Tecnologías de producción.....	81
Cuadro 3. 14: Análisis de la tecnología A.....	83
Cuadro 3. 15: Análisis de la tecnología B.....	84
Cuadro 3. 16: Análisis de la tecnología C.....	85
Cuadro 4. 1: Número de personas por cargo.....	90
Cuadro 5. 1 Participación estimada y costo fijo total de “Dolce Vizio”.....	111
Cuadro 5. 2: Punto de equilibrio.....	111

Cuadro 5. 3: Costos variables de “Sabores de mi Tierra”	112
Cuadro 5. 4: Gastos generales de “Sabores de mi Tierra”	113
Cuadro 5. 5: Gastos de suministros de limpieza y baño	113
Cuadro 5. 6: Gastos se servicios básicos	114
Cuadro 5. 7: Gastos de publicidad	114
Cuadro 5. 8: Gastos de suministros de planta	114
Cuadro 5. 9: Gastos del personal administrativo	115
Cuadro 5. 10: Gastos del personal operativo	115
Cuadro 5. 11: Capital de trabajo	117
Cuadro 5. 12: Ingresos por ventas	119
Cuadro 5. 13: Depreciación anual y valor de desecho del proyecto	120
Cuadro 5. 14: Amortización – 10 años	121
Cuadro 5. 15: CAPM	122
Cuadro 5. 16: Flujo de caja del proyecto a 10 años	124
Cuadro 5. 17: Período de recuperación de la inversión	125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2. 1: Estrato social.....	48
Tabla 2. 2: Consumo de manjar	49
Tabla 2. 3: Aceptación del producto	50
Tabla 2. 4: Importancia de atributos	51
Tabla 2. 5: Preferencia de tamaño del producto	52
Tabla 2. 6: Hábitos de consumo.....	53
Tabla 2. 7: Hábitos de consumo (más de cinco veces al mes).....	55
Tabla 2. 8: Preferencia de empaque.....	56
Tabla 2. 9: Hábitos de compra	57
Tabla 2. 10: Correlación de Spearman.....	59
Tabla 4. 1: Estudio de localización	87

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Reporte del análisis de sensibilidad del Crystal Ball	132
Anexo B: Cotización de equipo de cómputo	136
Anexo C: Cotización de enseres	137
Anexo D: Cotización de maquinaria.....	138
Anexo E: Cotización de equipo de laboratorio	142
Anexo F: Modelo de encuesta	144

ABREVIATURAS Y SIGLAS

BCE	Banco Central del Ecuador
BPL	Buenas Prácticas de Laboratorio
BPM	Buenas Prácticas de Manufactura
BRC	Consortio Británico de Minoristas
CAPM	Valoración de Activos Financieros
CFN	Corporación Financiera Nacional
HACCP	Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control
IESS	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
INEC	Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos
ISO	Organización Internacional de Normalización
MCE	Ministerio de Comercio Exterior
OMS	Organización Mundial de la Salud
S&SO	Seguridad y Salud Ocupacional
TIR	Tasa Interna de Retorno
VAN	Valor Actual Neto

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

En los últimos años se ha observado una tendencia creciente en el consumo de productos saludables, como respuesta del aumento de ciertas enfermedades causadas por la mala alimentación y diferenciación de productos en un mercado muy competitivo, esto ha originado la consideración de los productores de alimentos en reducir ciertos componentes nocivos en sus productos e incluso en algunos, sustituirlos por otros de mejor calidad alimenticia.

Esto conllevó a que con el pasar de los años se desarrollen nuevos productos con la industrialización de alimentos como frutas, cereales, verduras, hortalizas, entre otros. Todo esto con el objetivo de brindar una mejor calidad de vida al ser humano y reducir en cierto grado enfermedades de tipo cardiovascular, colesterol, diabetes y sobrepeso, además de estimular el aumento de energía.

De acuerdo a estadísticas presentadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en el año 2008, se determinó que a nivel mundial existen cerca de 1000 millones de personas en etapa adulta con problemas de sobrepeso y cerca de 500 millones de personas con problemas de obesidad, viéndose afectados tanto grupos demográficos como étnicos. (Centre, 2015)

Esta problemática también afecta a los niños, que desde muy temprana edad comienzan a presentar signos de salud deficiente, causados por no seguir un régimen alimenticio para evitarlo, por esta razón es que los productos dietéticos en el mercado se encuentran en constante aumento, gracias al estudio de nuevos ingredientes como por ejemplo: endulzantes bajos en calorías y demás productos que sirven como sustitutos perfectos para los alimentos tradicionales.

Con el pasar de los años las enfermedades no transmisibles se vieron aumentadas y han cobrado cada vez más vidas. Estudios realizados por la OMS, demuestran que a nivel mundial las enfermedades cardiovasculares son la principal causa de mortalidad, siendo así que en el año 2012 aproximadamente 17,5 millones de personas murieron por este mal y se predice que en el 2030 esta cifra aumentará a 55 millones de personas; representando el 30% de las muertes registradas en el mundo. (OMS, 2011)

Según la OMS existen alrededor de cuatro clases de enfermedades no transmisibles, siendo estas la enfermedades cardiovasculares, diferentes tipos de cáncer, las respiratorias, crónicas como el asma y diabetes.” (OMS W. M., 2015)

Según el Ministerio de Salud Pública, en el Ecuador estas enfermedades no trasmisibles se han elevado desde 1994, siendo una de ellas las cardiovasculares, que junto con la diabetes mellitus, han presentado tasas estadísticas realmente preocupantes en la región Costa, en relación con el resto del país. (Sudamérica, 2013)

Durante miles de años la quinua ha sido reconocida como una vital fuente de proteínas y aminoácidos, siendo aprovechada por los indígenas nativos de América del Sur, entre ellos la cultura ecuatoriana Cañarís, quienes desde el año 300 – 500 A.C. la cultivaban, expandiéndose hoy en día en el resto del mundo. (Sánchez, 2012)

La soya se origina en el sureste de Asia, mientras que en Ecuador se cultiva en la provincia de Los Ríos, siendo considerada inicialmente como balanceado para las aves.

En la actualidad, estas fuentes de proteína son utilizadas en la elaboración de diversos productos, con el fin de mantener la tendencia alimenticia saludable que ha tomado fuerza en los últimos años.

Es por la situación antes mencionada, que el gobierno ecuatoriano se ha interesado en promover un sistema alimentario que incluya productos de alto contenido nutricional, entre los que primen las fibras, vitaminas y proteínas, tal es el caso de las nuevas modalidades incorporadas en las instituciones educativas, con las cuales se aporta

en la creación de una cultura nutritiva diferente en una población que durante tantos años ha venido presentando malos hábitos alimenticios, obteniendo consecuencias preocupantes.

Además, como parte de dicha iniciativa, el Estado da a conocer al consumidor los niveles de azúcar, sal y grasa que contiene cada producto ofertado en el mercado, conocido como semáforo nutricional, así como también es obligación de las empresas colocar etiquetas nutricionales de la composición detallada porcentualmente, para crear concientización en la calidad de alimentación de cada persona.

La alimentación cumple un rol importante en el estilo de vida de las personas, ya que de ella depende la capacidad que se tenga para realizar las labores diarias y combatir o ser víctima de graves enfermedades que atacan al organismo en estado de debilidad. Sin embargo, existen muchos productos que se ofrecen en el mercado con altos niveles de saborizantes, químicos e ingredientes que elevan su estado artificial y hacen perder su calidad, otorgando al individuo poco o ningún valor nutricional.

1.1.1 Factores críticos

Alimentación incorrecta

Las personas adquieren diversos riesgos al consumir alimentos altamente procesados, ya sea por motivos de conservación o saborizantes, los mismos que dejan de ser saludables debido a la pérdidas de propiedades naturales, además de causar alteraciones en la flora intestinal, así como inestabilidad en el sistema del individuo e inclusive hasta puede llegar a provocar enfermedades cancerígenas.

Déficit de fibras en la alimentación

Una alimentación baja en fibras conduce a las personas a padecimientos en el sistema digestivo, ya que no se optimiza el funcionamiento gastrointestinal y la absorción

de nutrientes, además de aumentar el colesterol, riesgo de irritaciones en el colon e índices glucémicos.

Plagas en los cultivos de soya y quinua

Tanto la soya como la quinua se ven afectadas, debido a diversas plagas que se manifiestan a través de insectos, los cuales causan daños irreparables en los cultivos y pérdidas económicas. Una de las plagas de la quinua es la polilla y de la soya los insectos masticadores, los mismos que causan destrozos y arruinan cosechas enteras.

1.2 Justificación

En vista de la necesidad de productos de valiosa aportación a la matriz productiva del Ecuador, se desea hacer uso para ello de recursos naturales del suelo ecuatoriano que no se descompongan al 100% durante su proceso de elaboración, sino más bien que mantengan sus propiedades vitamínicas, proteicas, fibrosas y energéticas, para aumentar el bienestar de quienes lo consuman y mejorar su estilo de vida en cuanto a enfermedades que padezcan, de manera que garanticen el buen desarrollo de los sistemas que componen al ser humano.

A su vez se crea incentivos en la producción nacional, incrementando los porcentajes de empleo en el sector de la agricultura, ante la necesidad de mayores fuentes primarias, por lo que se contribuye positivamente en la economía y desarrollo productivo del país.

Una alimentación equilibrada implica la combinación de frutas, vegetales, granos, proteínas, lácteos y azúcares, siempre y cuando estos no sean de alto índice glucémico y calórico. Sin embargo, las limitaciones ante las que se enfrentan los consumidores son elevadas, tal es el caso de prohibiciones en cuanto al consumo de dulces como el manjar, debido al grado de sacarosa y lactosa que contiene.

Ante la necesidad de consumir un producto nutritivo, delicioso, de buena textura, vistoso y sano, se aprovecha la soya y quinua, dos cereales de gran importancia en el ámbito alimenticio, ya que al ser consideradas como fuentes de proteína ofrecen elevadas ventajas en su consumo.

La soya y quinua son sustitutos perfectos de ciertos componentes difíciles de asimilar por un numeroso grupo de personas, entre los cuales se tiene a los alimentos que contienen gluten, lactosa, glucemia, entre otros; que de alguna u otra manera presentan altos índices calóricos, con complejidad al digerir y descomponerse en el organismo, debilitando la salud del ser humano hasta llevarlo a la muerte.

A más de la problemática en cuanto al almacenamiento de la leche, hoy en día no existe en el mercado un manjar que contenga un ingrediente distinto a este, lo que quiere decir que las personas alérgicas e intolerantes a la lactosa se ven de cierto modo perjudicadas al no poder consumir este delicioso aperitivo, razón por la cual se empleará la leche de arroz, la misma que como se puede apreciar en el Cuadro 1.1, contiene altos beneficios energéticos, conservando el sabor y textura original de la leche.

Además de regular la digestión, es bajo en grasas, por lo que permite reducir problemas cardiovasculares y de peso, así como su aporte en carbohidratos, evitando derrame cerebral y ofreciendo protección al sistema inmunológico.

Cuadro 1. 1: Composición nutricional de leche de arroz

Leche de arroz	
Composición química	
Energía	67 kcal.
Carbohidratos	13,35 g.
Grasas	1,48 g.
Proteínas	0,18 g.
Fibra	0,12 g.
Calcio	120 mg.

Fuente: Dietasan - online

Elaborado por: Los autores

Es por esta razón que se busca aprovechar las bondades de cereales como la quinua y soya, las mismas que tienen grandes beneficios, a diferencia del manjar tradicional que únicamente se caracteriza por elevados niveles de calcio.

La soya es más que un cereal, puede ser consumida por personas con problemas cardiovasculares gracias a su alto contenido en fibras y vitamina E, en padecimientos de osteoporosis y artrosis debido a su contenido en vitaminas A, B y D, tampoco posee colesterol gracias a su bajo índice glucémico.

Cuadro 1. 2 : Composición nutricional de la soya

Grano de soya		
Composición química		
Energía	416 kcal.	
Carbohidratos	13,35 g.	
Grasas insaturadas	19,9 g.	
Proteínas	36,5 g.	
Fibra	9,3 g.	
Calcio	277 mg.	
Glúcidos	30,2 g.	
Hierro	15,7	
Hidratos de carbono	20,9%	
Vitaminas	B1	80%
	B2	
	B6	
	E	20%

Fuente: Blogsoya - online
Elaborado por: Los autores

La quinua se reconoce por el beneficio que otorga a las personas celíacas, ya que no posee gluten, su bajo índice glucémico beneficia a personas con diabetes, así como también controla los niveles de colesterol en personas con problemas cardiovasculares y de obesidad.

Cabe recalcar que por su contenido en fibras disminuye el estreñimiento y es altamente consumida por los deportistas por sus aminoácidos que permiten la reconstrucción del músculo, combate la flacidez y deshidratación en la piel, además de fortalecer el cabello.

Cuadro 1. 3 : Composición nutricional de la quinua

Grano de quinua				
Composición química				
Energía	376 kcal.	Fósforo	408,3	
Carbohidratos	66,7 g.	Magnesio	204,2	
Grasas insaturadas	8,2 g.	Aminoácidos		
Proteínas	11,5 g.	16 - 24%	Histidina	4,6
Fibra	5,1 g.		Isoleucina	7,0
Calcio	120 mg.		Leucina	7,3
Hierro	10		Lisina	8,4
Hidratos de carbono	71		Metionina	5,5
Vitaminas (mgs/100gs)			Fenilalanina	5,3
E	5,9		Treonina	5,7
C	8,5		Triptofano	1,2
Minerales (mgs/100gs)			Valina	7,6
Potasio	1040,2		Argina	7,4

Fuente: Blogquinua - online

Elaborado por: Los autores

Con esto se busca aportar en la promoción mundial que realizó el Centro de Nutrición del Departamento de Estados Unidos en Junio del 2011, con la denominación de “My Plate/ Mi Plato”, en sustitución a la pirámide alimenticia, otorgando una tendencia de cómo deben alimentarse las personas en consideración a una dieta completa en nutrientes. Alineados a esto, el producto se considera un aperitivo de alto valor nutritivo y diferenciado en su composición química en un mercado poco explotado. (Reinberg, 2013)

1.3 Marco de referencia

1.3.1 Marco conceptual

Los siguientes términos serán empleados en el desarrollo del estudio del proyecto:

- **Sucralosa.-** Es considerada un endulzante con menos calorías, la misma que es elaborada con azúcar, por lo que conserva en gran parte el sabor de esta, pero con la diferencia de ser casi 600 veces más dulce.

- **Fructosa.-** Es un tipo de azúcar que se encuentra en determinadas frutas y en la miel, además de contener glucosa.
- **Glucosa.-** Elemento químico utilizado como endulzante, presente en frutas y cereales.
- **Enfermedades cardiovasculares.-** Son aquellas que se originan por algún trastorno del corazón o de los vasos sanguíneos y conforman el grupo de las enfermedades no transmisibles.
- **Gluten.-** Es una glicoproteína que se encuentra en la harina de ciertos cereales, tales como: trigo, cebada, avena, espelta, escanda, entre otros.
- **Lactosa.-** Se encuentra en la leche de los mamíferos y proporciona el sabor dulce; está conformada por glucosa y galactosa.
- **Enfermedad no transmisible.-** Son enfermedades que no atacan al ser humano mediante virus o bacterias, por ende no hay posibilidad alguna de contagio y afectan lentamente al organismo, siendo consideradas de larga duración.
- **Stevia.-** Es una planta herbácea, generalmente considerada como sustituto del azúcar, donde lo dulce radica en sus hojas, así como también sus propiedades terapéuticas.
- **Nutrición.-** Es la obtención de los diferentes beneficios de cada alimento, de acuerdo a los requerimientos de cada dieta, aprovechando los nutrientes necesarios en posteriores enfermedades.
- **Fibra alimentaria.-** Es una sustancia de vital importancia, recomendada para personas con problemas cardiovasculares y en la prevención de otras como: cáncer, diabetes y obesidad.

- **Índice glucémico.-** Permite obtener en medida y comparación el contenido de carbohidratos en los distintos alimentos, proporcionando el índice de azúcar en la sangre.

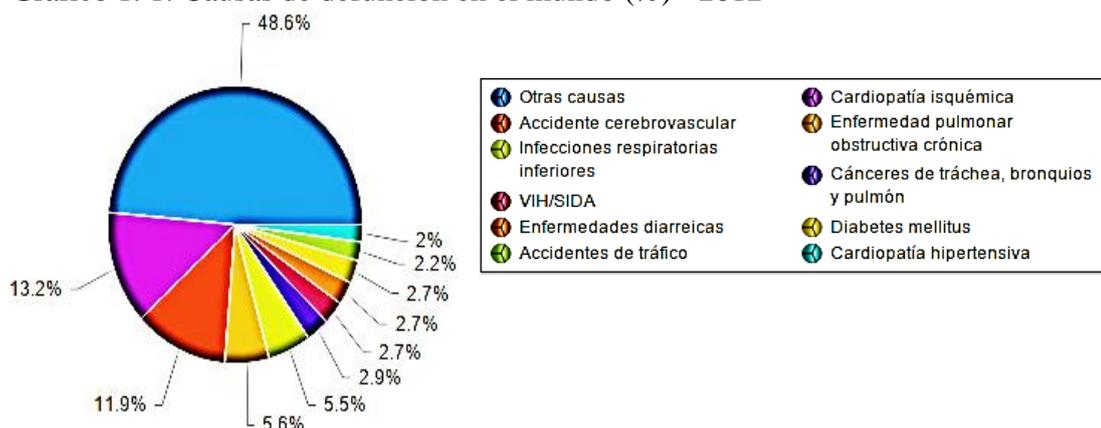
1.3.2 Marco teórico

Según un artículo publicado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), el 21 de Enero del 2014, se afirma que la ausencia de rutinas de ejercicio y sobretodo de una buena alimentación vuelve al ser humano vulnerable a muchas enfermedades entre las que se encuentran: la diabetes y la hipertensión, las mismas que encabezan la lista de enfermedades con mayor incidencia de muerte en el país. (UNIVERSO, 2014)

De acuerdo a las estadísticas presentadas por la OMS en el año 2012, el 68% de mortalidad en el mundo es causada por enfermedades no transmisibles, habiendo un aumento significativo en relación al año 2000, donde se presentó una tasa del 60%, todo esto se debe al consumo excesivo de grasas, azúcares, sal, entre otros.

Tal como se muestra en el Gráfico 1.1, entre las principales enfermedades se encuentran: cáncer, diabetes, neumopatías y cardiovasculares.

Gráfico 1. 1: Causas de defunción en el mundo (%) - 2012



Fuente: Organización Mundial de la Salud (OMS)

Se puede apreciar que las enfermedades cardiovasculares representan uno de los mayores porcentajes de causa de muerte, cabe recalcar que este índice continúa

aumentando con el pasar del tiempo, convirtiéndose en un tema preocupante, al ser consecuencia de una mala alimentación.

Una buena nutrición requiere consumir alimentos acorde a una dieta específica y necesaria para el buen funcionamiento del organismo, la misma que se ve reflejada en una buena salud. Por el contrario, una mala nutrición vuelve vulnerable al individuo a ciertos tipos de enfermedades, que lo debilitan tanto física como mentalmente.

En el supermercado se encuentran perchas con muchos productos que contribuyen en una dieta adecuada, pero no así en cuanto al manjar se refiere, al menos en la ciudad de Guayaquil no existe en dicha línea de productos, alguno que aporte con carga calórica baja y que se caracterice por ser alto en proteínas; atributos que constituyen altos beneficios en personas con problemas de salud, a causa de una mala alimentación.

De acuerdo a lo antes mencionado, se considera una gran oportunidad de negocio, ya que se puede apreciar la poca atención de los productores ante estas necesidades, así como la inexistencia en el mercado, de un producto que cumpla con las mismas y que a su vez conserve características de textura, color y sabor agradables al consumidor; siendo su consumo 100% saludable.

1.3.3 Marco legal

Al iniciar las operaciones en una empresa, se debe tener claridad de cuáles son los reglamentos y disposiciones a seguir, según como la Ley de Compañías lo establece en el art.40, en la que se detallan los siguientes pasos: (NACIONAL, 1999)

1. Considerar el nombre de la compañía, por medio de la Superintendencia de Compañías (SC) y asegurarse de que no exista alguno parecido, para posteriormente acudir a la notaría pública.
2. Formular el contrato, para consolidar la sociedad y debidamente respaldada con la firma de un abogado.

3. Aperturar una cuenta de integración de capital a nivel nacional en cualquier institución bancaria, con un capital mínimo de \$400 (Compañía Limitada) u \$800 (Compañía Anónima).
4. Pagar la patente municipal y pedir certificado de cumplimiento de obligación.
5. Acudir al Registro Mercantil donde se constituyó la empresa, para inscribir la sociedad.
6. Nombrar a los representantes de la empresa en base a estatutos.
7. Luego de la inscripción al Registro Mercantil en la SC, se retirarán los documentos para abrir el RUC en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
8. Inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento del representante de la empresa.
9. Acudir al banco para poder disponer del valor depositado inicialmente en la constitución.
10. La ejecución de este proceso se encuentra estimado de tres a cuatro semanas.

Además, se puede constituir una empresa vía online: (Superintendencia de Compañías, 2014)

1. Ingresar al portal web de la Superintendencia de Compañías (SC): <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
2. Realizar el registro de usuario y contraseña.
3. Se debe proceder con el llenado del formulario “Solicitud de constitución de compañía” en línea.

4. Seleccionar una notaría debidamente activa.
5. La SC le notificará mediante correo electrónico, la información de la notaría seleccionada, los valores a pagar por servicios notariales, el número de trámite generado y la institución bancaria donde debe realizar el pago.
6. El notario se encargará de ingresar al sistema, validará la información y asignará fecha y hora para las firmas de la escritura y nombramientos.
7. El sistema enviará automáticamente la información al Registro Mercantil, quien también validará la información y facilitará la razón de inscripción de la escritura y de los nombramientos.
8. El sistema generará un número de expediente y remitirá la información de este trámite al SRI, quienes de forma inmediata darán el número de RUC a la compañía y el sistema notificará la finalización del trámite de constitución.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Determinar la factibilidad económica financiera de elaborar manjar de quinua y soya a base de leche de arroz, para la comercialización en la ciudad de Guayaquil, a través de las preferencias del consumidor.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Identificar los principales atributos de la composición del producto, para dar a conocer sus propiedades y lograr una mayor aceptación.
2. Realizar un estudio de mercado que permita determinar la demanda del producto, en base a las necesidades y preferencias del consumidor.

3. Evaluar las características de distribución existentes, con la finalidad de seleccionar el canal más idóneo para el producto.
4. Desarrollar un estudio técnico que permita establecer el tamaño y ubicación de la empresa, así como los costos de su puesta en marcha.
5. Evaluar financieramente el proyecto, para determinar su viabilidad.

1.5 Metodología

1.5.1 Recolección de datos

La recolección de datos se realizará a través de fuentes directas de información, donde se empleará el diseño de encuestas estructuradas como técnica de recolección primaria, mediante el uso de escalas de medición adecuadas para los fines de la investigación cuantitativa, las mismas que serán de tipo auto administrada y realizadas en la ciudad de Guayaquil, donde geográficamente se comercializará el producto.

1.5.2 Población y muestra

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC, se registra un número de 16'362.150 ecuatorianos, de los cuales la ciudad de Guayaquil se encuentra conformada de 2'589.229 habitantes. (INEC, 2015)

Método de muestreo

El muestreo a emplearse es de tipo no probabilístico o no aleatorio, debido a que no se consta de probabilidades en la selección, para lo cual se ajusta a los fines del estudio, de acuerdo a la validez que representen en el análisis del proyecto. Por lo que se realizará mediante cuotas, y se considera la proporcionalidad de la población de la ciudad de Guayaquil respecto al estrato social.

Para determinar la muestra se empleará el programa online Raosoft, bajo los siguientes parámetros:

Cuadro 1. 4: Determinación de la muestra

Error (%)	5%	Población	2'589.229
Nivel de confianza (%)	95%	Distribución (%)	50%

Fuente: Raosoft – online (calculadora estadística)

Elaborado por: Los autores

De lo cual se determinó que la muestra de encuestados deberá ser de 385 habitantes pertenecientes a la ciudad de Guayaquil.

1.6.3 Técnicas de análisis

Entre las técnicas aplicadas para realizar el análisis de la factibilidad del estudio en mención, se emplearán los siguientes métodos:

Cuadro 1. 5: Métodos de análisis del estudio

Tasa interna de retorno	TIR	⇒ >TMR.
Valor actual neto	VAN	⇒ >0.
Tiempo de recuperación	PAYBACK	
Capital^Dueda	Con el empleo de las mejores tasas de financiamiento bancarias.	

Elaborado por: Los autores

1.7 Características del producto

1.7.1 Definición

Es un alimento tradicional, considerado como uno de los aperitivos más exquisitos por el cautivador sabor que lo caracteriza. Resulta ser un deleite que endulza y vigoriza el alma, elaborado de una manera muy saludable y nutritiva, además de ofrecer una entrañable experiencia al ser disfrutado como postre, espesante, saborizante o repostería.

Figura 1. 1: Textura y color del manjar



Fuente: Imagen extraída de página web taircupcakesypostres

Su color habano lo hace atractivo a la vista del consumidor, así como la delicada, sedosa y suave textura que posee. El mismo que se diferencia por ser de tipo proteico y ofrecer una oportunidad de consumo a aquellas personas que descartan alimentos lácteos, de alto contenido en grasas y calorías de su dieta. Siendo así, una gustosa opción en la alimentación de cualquier individuo, al proporcionar altos beneficios por la materia prima con que se elabora, además de proporcionar la fuente de energía que necesita el ser humano en su actividad.

El producto se protegerá en envases plásticos individuales que eviten su contaminación y brinden la facilidad de ser consumido al instante, así como de llevarlo consigo a cualquier lugar sin peligro. Se llevará a cabo la elaboración del producto en tres presentaciones, las mismas que serán de: 125, 250 y 375 gramos.

Figura 1. 2: Envase de “Dolce Vizio”



Fuente: Imagen extraída de página web vannichile.cl

Cabe recalcar que la cadena de valor no solo considera el sistema de producción, sino también de distribución de la compañía, ya que la elaboración de todo producto tiene como objetivo su efectiva comercialización, la misma que en este caso se efectuará en la ciudad de Guayaquil.

Además, el consumidor busca que un producto se disponga a ellos de manera eficiente, para esto se hace uso de un canal corto de tipo detallista, donde se consideran tres niveles elementales para efectuar su circulación, la longitud del mismo se conforma por la empresa que elabora el producto, los minoristas a quienes se conocen con el nombre de intermediarios y que se refiere a empresas grandes con grandes volúmenes de venta como lo son los comisariatos, hipermercados, supermercados, entre otros y finalmente lo adquiere el consumidor.

Este manjar es un buen complemento en una dieta balanceada, al ser un producto de alto contenido nutricional a diferencia de los manjares existentes en el mercado, por su valor proteico, energético, fibroso, vitamínico, no calórico, puede ser consumido por todo tipo de persona, es decir de cualquier edad y sin restricción alguna.

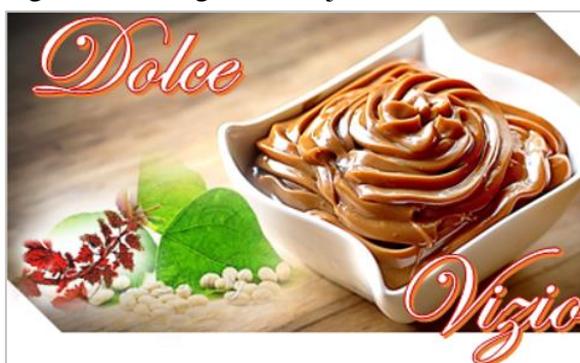
Figura 1. 3: Presentación de manjar “Dolce Vizio”



Fuente: Imagen extraída de página web recetasgratis.net

La empresa se denominará “Sabores de mi Tierra”, en la misma que se elaborará y comercializará el manjar “Dolce Vizio” a los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

Figura 1. 4: Logo de manjar “Dolce Vizio”



Elaborado por: Los autores

Beneficios

Este producto es una ayuda ideal a quienes desean llevar una dieta balanceada, pero a su vez gozar del sabor único del manjar, contribuyendo a mantener un estado saludable en la persona, gracias a sus innumerables propiedades.

Posee ingredientes de vital importancia caracterizados por poseer abundantes alimentos y nutrientes como: proteínas, fibras, grasas insaturadas, omega 3, omega 6, vitamina A – B – D - E, así como también magnesio y manganeso.

La quinua es de vital importancia para enfermedades estomacales y cardíacas, este cereal aporta con aminoácidos esenciales, provee hierro, calcio, fósforo y proteínas al organismo. Gracias a su alto nivel de fibras, ayuda a bajar de peso, permitiendo regular la digestión y reduciendo problemas de estreñimiento e irritación al colon. Un beneficio que sin duda alguna brinda la quinua, es que gracias a que es rica en magnesio permite contrarrestar problemas de hipertensión, diabetes, migraña y relajación de los vasos sanguíneos. Por último, es de vital importancia para ayudar a los deportistas a mejorar su rendimiento físico y mental, gracias al contenido de omega 3 y 6. (Zambrano N. 2014)

La soya contiene diferentes vitaminas como B1, B2, B3, ácido fólico, colina e inositol, que permiten mantener un buen nivel de colesterol y restaurar la membrana celular, previniendo enfermedades coronarias y de osteoporosis, así como el fortalecimiento del sistema circulatorio. Además de poseer vitamina A, E, K, calcio, fósforo, hierro, magnesio, potasio y demás nutrientes como las isoflavonas, que ayudan a prevenir algunos tipos de cáncer como el de mama, ayudando también a las mujeres a regular trastornos en la menopausia. Facilita la digestión y gracias a su alto índice proteico es ideal para dietas vegetarianas. (Esmas, 2014)

La leche de arroz es un alimento enriquecido con vitamina A, B12, E y D, hierro, niacina y calcio, además de sus contenidos naturales de magnesio, manganeso, selenio y flavonoides que ayudan a estimular el sistema inmunológico, para contrarrestar agentes perjudiciales en el organismo, previniendo problemas cardiovasculares y derrames

cerebrales. La leche de arroz también es consumida por deportistas y personas que buscan seguir regímenes para adelgazar. (IMujer, 2015)

La fructosa es un endulzante natural que contiene un número menor de calorías y puede ser consumida por diabéticos, gracias a su bajo índice glucémico, además de ser ideal en dietas para adelgazar, proporcionando mayores fuentes de energía. (Naturesan, 2015)

1.7.2 Naturaleza

Lo que se busca es ofrecer un producto 100% nutritivo, con una idea innovadora al emplear sustitutos de los componentes del manjar tradicional, pero con gran aporte para una dieta balanceada, en vista de ser la actual tendencia alimentaria. La materia prima se conforma por granos de soya y quinua, los mismos que brindarán una mejor calidad al producto, su cultivo es nacional y se lleva a cabo todos los meses del año, así como también la leche que le dará la textura al manjar y la fructosa, que gracias a sus innumerables propiedades, hace que el producto pueda ser consumido por cualquier persona, sin ningún tipo de limitación.

CAPÍTULO II

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Análisis de la oferta

2.1.1 Potenciales clientes

Al conocer el crecimiento de las nuevas tendencias alimentarias que tienen como fin, mejorar el estilo de vida de las personas, bajo un régimen beneficioso para su organismo, este producto se orienta a consumidores que desean tener una dieta equilibrada y que presentan problemas de salud por una alimentación poco saludable.

Esto no quiere decir que no sea apto para cualquier persona, ya que “Dolce Vizio” posee propiedades sobre otros alimentos, haciéndolo consumible por todo individuo, indistintamente de su condición.

Debido a los ingredientes de alta calidad con los que se elaborará el manjar y elevados estándares requeridos en su producción, “Dolce Vizio” se dirige a personas con un estrato social medio – alto, medio – bajo, medio y alto, debido a los elevados costos en que se piensa incurrir, los mismos que se verán reflejados en el precio final.

Cabe recalcar, que los clientes que tendrá “Sabores de mi Tierra” de forma directa serán las tiendas y supermercados de la ciudad de Guayaquil, mientras que los clientes indirectos se establecerán por los consumidores que tengan los clientes directos, los mismos que actuarán como intermediarios.

2.1.2 Amenaza de nuevos competidores

La existencia de barreras de entrada y salida influyen en la determinación respecto a si un mercado es favorable o no, ya que esto conlleva a incurrir en costos

denominados “hundidos”, esto quiere decir, que si en determinado momento se decide salir del sector, dichos costos no se recuperarán.

Sin embargo, esto no ocurre con el mercado del manjar, ya que existen barreras de entrada que no son tan severas, lo cual constituye un incentivo para que a más de un productor le interese ingresar a este mercado y mantener un desarrollo continuo.

Hoy en día las enfermedades contraídas a causa de una mala alimentación han reflejado un constante crecimiento, conllevando a que los individuos cada vez más busquen nuevas alternativas para poder disfrutar de los alimentos, pero de una manera más sana, creando una necesidad para el cliente y una oportunidad de mercado para el productor, ya que su objetivo es satisfacer dicha necesidad a través de productos con altos valores nutricionales que cumplan con las expectativas del consumidor.

En el mercado actual se encuentran empresas que ofrecen diversas opciones destinadas a preservar la salud del cliente y ofertar sus productos en supermercados como: Mi Comisariato, Hypermarket, Megamaxi, Tía, Aki, Santa María, Supermaxi e incluso en ferias, con el objetivo de realizar campañas para dar a conocer el nuevo producto y fortalecer vínculos entre cliente y marca.

Actualmente en los supermercados se encuentran productos, tanto nacionales como importados, que cumplen con las especificaciones del target del presente proyecto, entre las cuales se encuentra el consumir un alimento que posea sabor agradable, pero con la diferencia de ser apto para personas con diversos problemas de salud.

En el mercado existen productos sustitutos que se ofertan a través del mismo canal de “Dolce Vizio”, con precios altamente competitivos.

2.1.3 Rivalidad de la competencia

“Dolce Vizio” se enfrentará a productos existentes como el manjar de leche de vacuno, leche de cabra, coco y presentaciones con obleas. Siendo las principales marcas

competidoras: Toni S.A., Alpina S.A., Mago, Inprolac S.A., La Favorita, Floralp, Agrícola Pucuhuaico y Kiosko.

Cabe recalcar que cada uno de estos productos se encuentran elaborados en su mayoría, a base de leche de vacuno y glucosa, por lo que contienen altos niveles de azúcar y lactosa.

A continuación se hace referencia a algunas de las presentaciones de la competencia directa de “Dolce Vizio”:

Figura 2. 1: Industrias Lácteas Toni S.A.



Fuente: Imagen extraída de la web

Figura 2. 2: Alpina Productos Alimenticios S.A.



Fuente: Imagen extraída de la web

Figura 2. 3: La Pampilla



Fuente: Visita al supermercado

Figura 2. 4: Dulces Mago



Fuente: Visita al supermercado

Figura 2. 5: Inprolac S.A



Fuente: Imagen extraída de la Web

Figura 2. 6: Corp. La Favorita



Fuente: Visita al supermercado

Figura 2. 7: Agrícola Pucuhuaico S.A.



Fuente: Visita al supermercado

Figura 2. 8: Floralp



Fuente: Imagen extraída de la web

Figura 2. 9: Corp. La Favorita



Fuente: Visita al supermercado

Figura 2. 10: Kiosko



Fuente: Imagen extraída de la web

Figura 2. 11: Manjar de leche de coco “De mi abuela”



Fuente: Visita al supermercado

2.2 Análisis de la demanda

2.2.1 Base de decisión de compra de los clientes

El comportamiento de compra del consumidor, se presenta conforme a la evaluación que lleva a cabo cada individuo, respecto a factores internos y externos que permiten la elección de un producto.

La toma de decisión en que se incurre para la adquisición de un producto como el manjar, es de tipo habitual, fundamentado en las sensaciones que el consumidor haya podido experimentar previamente, ya que se trata de un producto de compra frecuente del cual se conocen algunas marcas en el mercado nacional.

Todo consumidor reconoce su necesidad en búsqueda de la solución de un problema, el mismo que surge de no existir un manjar que implique disfrutar y alimentarse, sin tener que afectar la salud.

Esto, como resultado de la tendencia alimentaria que se presenta a nivel mundial, la misma que ha creado exigentes necesidades en la selección de productos, además de reconocerse la oportunidad a la que se encuentra expuesto el individuo, de adquirir un alimento diferente de mayor calidad e integridad, que mejore las funciones orgánicas de quien lo consume.

La información sobre “Dolce Vizio” se facilitará al consumidor a través de todos los medios de comunicación, especialmente en aquellos que representen mayor efectividad como anuncios publicitarios y medios de escucha activa, ya que las personas en su mayoría son muy visuales y auditivas, así como también en revistas dedicadas a temas de salud y a través de redes sociales.

Además, la búsqueda de información se realiza tanto de manera externa como interna, ya que el consumidor toma su decisión de compra no solamente en base a su experiencia, sino también a la de sus amigos e incluso a un posible riesgo percibido, el

mismo que lo conduce a una búsqueda extensa del valor nutricional del producto a consumir, esto debido a que se involucran consecuencias negativas al ingerir el mismo.

En la actualidad la evaluación de alternativas en la adquisición de un manjar se presenta con mínimos criterios de elección, debido a la casi nula diferencia que existe entre las marcas de dichos productos ofertados, sin embargo “Dolce Vizio” se presenta sustentado en atributos diferenciados a los de la competencia, como el de brindar una alternativa a la deficiencia proteica que existe en los productos de este tipo.

La elección del manjar “Dolce Vizio” se dará sobretodo en clientes que busquen una alternativa saludable de alimentación, además de constituir una gran opción para aquellas personas que mantienen un estilo alimentario vegetariano, debido al uso de leche orgánica. De esta manera, al mantener diferencias significativas, el individuo optará por una conducta de compra basada en la variación, donde se busca posicionar al producto en la mente de los consumidores, para que sea adquirido como una de las mejores alternativas nutritivas, en cuanto a manjar se refiere, al ser el único hecho a base de alimentos vegetales.

2.2.2 Clasificación de la demanda

El sector alimentario a nivel nacional refleja una necesidad insatisfecha respecto al manjar, es decir, que permite el reconocimiento de oportunidades de mercado de un producto con mejores características, beneficios y calidad, en comparación a los existentes.

La demanda del manjar “Dolce Vizio” se puede determinar de acuerdo a su oportunidad; como satisfecha no saturada, ya que la producción se realizará de acuerdo a las preferencias del consumidor y sus niveles de venta se podrían influenciar por estrategias de mercadeo que conduzcan a un incremento de las mismas.

Además, se trata de la demanda de un bien no necesario, debido a que la adquisición del mismo se basa en las preferencias del consumidor y no por ser

indispensable para la supervivencia del individuo. Sin embargo, se caracteriza por ser continuamente demandado y brindar la facilidad de ser consumido directamente por el individuo, desde el momento de su adquisición.

2.2.3 Poder adquisitivo de los consumidores

En Guayaquil, la canasta básica familiar se encuentra dentro de \$648.94 dólares estadounidenses, entre las que se destinan \$225.31 para alimentos y bebidas, esto entre bienes vitales y deseados, ante lo cual el ingreso mínimo mensual por hogar estimado, se encuentra en su justa capacidad de adquisición de \$660.80, con un 98.21% de su cobertura. Sin embargo la inflación mensual en Guayaquil a abril del 2015, se vio reflejada en el 1.03% y el salario básico unificado con \$354. (INEC, 2015)

El manjar “Dolce Vizio” se encontrará al alcance de las personas que pertenezcan a un nivel social medio, medio bajo, medio-alto y alto, con sus respectivas presentaciones en cuanto a tamaño y valor de compra, con el fin de otorgar a un gran segmento los beneficios de este producto.

2.2.4 Estimación de la demanda

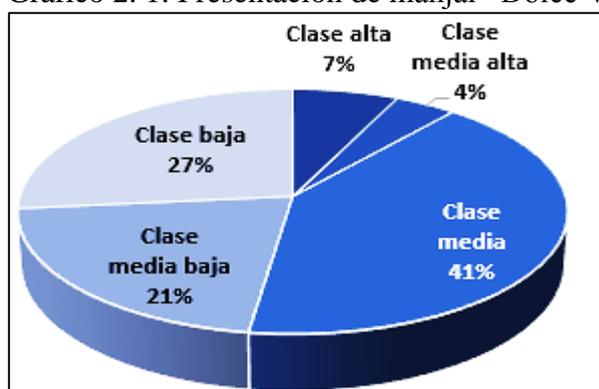
Para realizar la estimación de la demanda se toma como referencia a la población de la ciudad de Guayaquil, debido a que el proyecto se encuentra dirigido a dicho segmento, además de considerar los estratos sociales asociados al poder adquisitivo de los habitantes, para lo cual se tienen los siguientes niveles socioeconómicos:

Cuadro 2. 1: Niveles socioeconómicos de Guayaquil

	Niveles socioeconómicos	%
A	Clase alta	6,99%
B	Clase media alta	4,09%
C+	Clase media	41,19%
C-	Clase media baja	21,14%
D	Clase baja	26,59%
	Total	100%

Fuente: Investigadores de mercadeo
Elaborado por: Los autores

Gráfico 2. 1: Presentación de manjar “Dolce Vizio”



Fuente: Investigadores de mercadeo

Elaborado por: Los autores

Además, de acuerdo a las encuestas realizadas, “Dolce Vizio” obtuvo una aceptación del 92% de las personas encuestadas en la ciudad de Guayaquil. Sin embargo al ser una empresa nueva en el mercado, se espera una participación del 20% frente al resto de competidores directos que existen, así como el crecimiento en las unidades vendidas del 2% durante los dos primeros años, del 3% durante los siguientes tres años y 4% en los cuatro años restantes. Lo cual se ve explicado en la fuerte tendencia mundial que se propaga, respecto a la inclusión de productos saludables en la dieta diaria del individuo.

A continuación se detalla la demanda estimada mensual y anualmente durante 10 años, de acuerdo a los criterios anteriormente indicados:

Cuadro 2. 2: Estimación de la demanda basada en la población de Guayaquil

	Guayaquil	Mercado objetivo	Aceptación de Dolce Vizio	Participación de mercado esperado	Crecimiento esperado (2, 3 y 4%)	Demanda Mensual
Año	Población	0,7341	0,92	0,20		
2016	2.617.349	1.921.396	1.767.684	353.537	353.537	29.461
2017	2.644.891	1.941.614	1.786.285	357.257	360.608	30.051
2018	2.671.801	1.961.369	1.804.460	360.892	367.820	30.652
2019	2.698.077	1.980.658	1.822.206	364.441	378.854	31.571
2020	2.723.665	1.999.442	1.839.487	367.897	390.220	32.518
2021	2.749.496	2.018.405	1.856.932	371.386	401.927	33.494
2022	2.775.571	2.037.547	1.874.543	374.909	418.004	34.834
2023	2.801.894	2.056.871	1.892.321	378.464	434.724	36.227
2024	2.828.467	2.076.378	1.910.267	382.053	452.113	37.676
2025	2.855.291	2.096.069	1.928.384	385.677	470.197	39.183

Elaborado por: Los autores

2.3 Análisis de precios

2.3.1 Análisis del sector

La empresa “Sabores de mi Tierra”, que se encarga de la producción y comercialización del manjar “Dolce Vizio” pertenece al sector secundario o industrial de transformación, ya que básicamente se relaciona con lo concerniente al procesamiento de alimentos, en este caso el tratamiento de la quinua, soya y demás ingredientes con los cuales se combinará para obtener el producto final.

Cuadro 2. 3: Tipos de inversión para empresas privadas

Oportunidad para invertir	Proyecto en industrias básicas	*Participar como socio estratégico en proyectos a ser desarrollados para industrias básicas (aluminio, cobre, astillero, etc)
	Industrias transformadoras (downstream)	*Crear nuevos mercados para los productos que van a ser producidos en Ecuador en el futuro.
	Proyecto de infraestructura	*Participar en las concesiones de grandes proyectos de infraestructura (generación eléctrica, logística, etc.)
	Industrias de soporte	*Desarrollar las industrias de soporte que las industrias básicas van a necesitar para tener éxito (insumos, tecnologías, etc.)

Fuente: Ministerio de coordinación de sectores estratégicos

Elaborado por: Los autores

Según estadísticas económicas publicadas por la Cámara de Industrias de Guayaquil, menciona que el sector industrial después del comercio es el que más aporta con un 14% al PIB del país, mientras que en el año 2008 este sector creció el 4,71% y 4% en los últimos años. Siendo la producción de bebidas y alimentos la rama que más contribuye dentro del sector secundario.

Al analizar el Cuadro 2.4, se puede apreciar que con la propuesta del presente proyecto se contribuye en un porcentaje mayor en relación a los demás sectores para el desarrollo de la matriz productiva, que contribuye con el crecimiento del PIB en el país. Cabe recalcar que la matriz productiva es un patrón, el cual indica el aporte de cada sector para la economía de un país. (Caindgye, 2009)

Cuadro 2. 4: Producto Interno Bruto por rama del sector industrial

Producto interno bruto por rama del sector industrial	2007 millones de dólares	2008 millones de	Tasa de variación	Estructura porcentual
Alimentos y bebidas	2045	2273	4%	55%
Productos textiles	514	553	2%	14%
Productos de madera	497	571	7%	10%
Productos no metálicos	329	387	9%	7%
Papel y productos de papel	204	229	6%	4%
Fab. De químicos, caucho y plástico	285	331	10%	7%
Otros	209	241	9%	4%
PIB industrial	4081	4585	4,71%	100%

Fuente: Cámara de Comercio de Guayaquil

Elaborado por: Los autores

En cuanto al sector agrícola se registró un crecimiento en el PIB del 6%, que contribuye con un 0,43% en el crecimiento del PIB total y la Formación Bruta de Capital Privado (FBKP) agrícola fue del 9%, lo cual está entre los productos más destacados la quinua; ingrediente indispensable para la elaboración del manjar. (MCE de Ecuador, 2014)

En las perchas de los supermercados no se encuentra un manjar con alto valor nutritivo, de excelente sabor y textura, lo cual representa una ventaja a “Dolce Vizio” en relación a otros manjares, pero es primordial tener en cuenta la existencia de alguna probabilidad de que las preferencias de los clientes continúen siendo iguales y opten por seguir consumiendo el manjar tradicional, razón por la cual es vital posicionarse en la mente del consumidor y lograr una diferenciación frente a los otros productos.

En el siguiente cuadro se detallan los precios de los competidores directos existentes en los supermercados, los mismos que se encuentran clasificados en base al gramaje.

Cuadro 2. 5: Precios de competidores directos

Marca	Gramaje	Precio (\$)
Alpina	500 g	\$ 2,46
Alpina	250 g	\$ 2,85
Toni	Six Pack 50 g	\$ 2,45
Toni	250 g	\$ 1,40
Pucuhuaico	450 g	\$ 2,48
Pucuhuaico	250 g	\$ 1,31

Dulacs	500 g	\$	2,12
Dulacs	250 g	\$	1,30
Dulacs	125 g	\$	0,80
Kiosko	250 g	\$	1,49
Kiosko	500 g	\$	2,41
Pampilla	250 g	\$	3,54
Floralp	250 g	\$	1,60

Fuente: Visita a diferentes supermercados de la ciudad de Guayaquil
Elaborado por: Los autores

De acuerdo a lo anteriormente mencionado, los precios para “Dolce Vizio” se establecerán entre \$1.95 y \$6.80, para cada una de las presentaciones.

2.3.2 Tendencias económicas

La economía ecuatoriana se ha desacelerado en su crecimiento, debido a la caída de los precios del petróleo, la falta de inversión privada y el declive de la demanda interna, que trajo como consecuencia el empeoramiento de la balanza comercial.

Al analizar otros indicadores como el desempleo y la inflación, se aprecia que la tasa inflacionaria se incrementó en 3,9%, respecto a la del 2014 y los niveles de desempleo por debajo del 5%. (Jaramillo, 2015)

Si bien es cierto, la propuesta que se plantea en el presente proyecto, se ubica en el sector secundario o industrial, por la transformación que se lleva a cabo para obtener el producto final, donde la materia prima empleada en el proceso de producción es netamente agrícola. Ante lo cual, el gobierno, a través de políticas económicas y financieras busca incentivar al agricultor para su desarrollo.

En consideración al apoyo brindado por el Estado, se puede apreciar la tendencia creciente en la producción del manjar, lo que permite lanzar el producto al mercado con precios más competitivos y aperturar nuevas fuentes de trabajo.

En la siguiente imagen se muestra en resumen la tendencia de los principales indicadores económicos:

Cuadro 2. 6: Principales indicadores económicos

Economía real	Último dato		Anterior	Tendencia anual*
	Fecha	Valor		
PIB (% Crecimiento)***	VI TRIM - 14	0,5	1,40	Baja
Precios al consumo (IPCA)	mar-15	3,8	3,10	Alza
Balanza Cta. Cte. (M.M.\$.)	feb-15	9,4	35,10	Baja
Petróleo (Var. Export. Acum. Barriles)	mar-15	4,8	-4,90	Alza
Reservas (M.M.\$.) **	feb-15	-14,2	2,80	Baja
Inversión extranjera directa (M.\$.)***	II TRIM - 14	330	142,00	Alza
Tasa de paro	dic-14	4,5	5,60	Baja
Deuda externa pública (M.M.\$.)	ene-15	36,6	18,80	Alza
*según variación observada en últimos 12 meses	**excluido oro	*** dato actual y del trimestre anterior		

Fuente: Centro de Estudios Latinoamericanos (Cesla)

Elaborado por: Los autores

2.3.4 Barreras de entrada y salida

Según Porter, al inicio de toda empresa existen dificultades para entrar a un determinado sector y poder desempeñarse en el mismo, las cuales son definidas como “barreras de entrada”, así como también las complicaciones que podría tener para salir del negocio, las cuales se consideran “barreras de salida”.

Es importante analizar que mientras existan menos barreras de entrada en un determinado sector, se presenta una mayor intensidad en la competencia. Para lo cual la rentabilidad será más baja, ocurre lo contrario si las barreras de entrada son más complejas, porque el negocio exigirá una mayor rentabilidad.

Barreras de entrada: A continuación se mencionarán las posibles barreras de entrada que podría afrontar “Dolce Vizio”.

Economías de escala

Las empresas que se encuentran constituidas presentan costos relativamente más bajos a los que incurrirá “Sabores de mi Tierra” al producir dicho manjar, debido a que operan desde tiempo atrás, teniendo una mayor demanda en comparación a la del presente proyecto. Es así que al conllevar costos más bajos, se ve reflejado en el precio final, volviéndolo más competitivos.

Diferenciación del producto

Hoy en día existen innumerables productos que constituyen tanto la competencia directa como indirecta para “Dolce Vizio”, los mismos que se encuentran presente en la mente del consumidor, he ahí donde radica la importancia de invertir en cuanto a publicidad, para lograr posicionamiento en el cliente, así como un reconocimiento pleno de la marca.

Inversiones de capital

Se debe considerar que en el mercado alimentario es imprescindible ofrecer productos con elevados estándares de calidad, razón por la cual es importante identificar al producto con dicha característica. Para llevar a cabo este objetivo se necesita una alta inversión en maquinarias, las mismas que cubran esta necesidad y a su vez aporten con mayor productividad. La misma que podría ser una posible barrera para el negocio.

Desventaja en costos

Al ser una empresa nueva en el mercado, se debe competir con empresas existentes, las cuales marcan una diferencia competitiva no solo por costos más reducidos, sino también por la experiencia y para que “Sabores de mi Tierra” pueda competir a dicho nivel, se debe incurrir en altas inversiones, las mismas que podrían ser importantes barreras de entrada a este mercado.

Acceso a canales de distribución

Para acceder a los distintos canales de distribución se debe realizar negociaciones con intermediarios, quienes se encargarán de hacer llegar el producto a los consumidores finales. Para lo cual es importante mantener excelentes relaciones comerciales, caso contrario se dificultaría la entrega del producto al cliente, debido a los costos adicionales a incurrir.

Barreras de salida: Aunque la idea del negocio, es obtener continuidad con el pasar del tiempo, es importante tener en cuenta ciertas barreras de salida, en caso de que se presente alguna externalidad en la que irremediamente se debería realizar el cese de las operaciones.

En caso de que las inversiones se elevaran demasiado, la salida del mercado se volvería más compleja, debido a la dificultosa recuperación de dicha inversión, además de la afectación a los costos laborales.

2.4 Comercialización del producto

La comercialización es un aspecto fundamental, en cuanto a la estrategia de marketing se refiere. Esto, debido a la eficacia con que debe realizarse la introducción de un nuevo producto en el mercado. Tal es el caso de “Dolce Vizio”, producto con el cual “Sabores de mi Tierra” buscará desafiadamente el posicionamiento en un mercado poco competitivo, con el enfoque en una demanda direccionada por los atributos que marcan su diferenciación.

Se trata no solo de hacer conocer al nuevo manjar, sino de que sea elegido y consumido con mayor frecuencia. Sin embargo, se debe tener en cuenta los factores externos que directamente influyen en la comercialización del producto, tales como:

- Los cambiantes indicadores demográficos que presenta el país se relacionan directamente con la demanda de todo producto, incluyéndose el de un bien como el manjar que actúa como complemento en la saludable alimentación de los consumidores.
- La reacción del mercado competidor se incrementa de acuerdo al comportamiento de los clientes, los mismos que día a día aumentan sus exigencias e involucramiento con el producto, debido a las tendencias globalizadas.
- En una etapa de introducción de nuevos productos, las estrategias deben decidirse cuidadosamente, ya que el conocimiento del producto debe ser plenamente

transmitido, para obtener pruebas satisfactorias en la atracción del target en cuestión. Para lo cual, se deben implementar variables de determinación que se caractericen por una efectiva comunicación y distribución de “Dolce Vizio”.

2.4.1 Promoción y comunicación

La promoción de un producto de calidad como lo es “Dolce Vizio”, se realizará masivamente, aplicando estrategias consistentes, debido al lanzamiento de un producto que busca ser el pionero en el mercado de manjares nutritivos y libre de restricciones.

En el inicio de esta etapa se puede justificar una estrategia intensiva y fuerte, ya que el enfoque no es únicamente en aprovechar la construcción de una marca, sino también el mantenimiento del liderazgo de la misma en el mercado. Para esto se empleará con mayor fuerza una estrategia de “jalar”, de manera que se centra en la comunicación al consumidor final para conseguir una mayor reacción de demanda en los diferentes canales.

“Sabores de mi Tierra”, llevará a cabo una mezcla promocional y de comunicación integrada de marketing, con el fin de persuadir al cliente en el valor nutricional que le representa “Dolce Vizio” y forjar la lealtad a la marca, tanto de consumidores como intermediarios. Para esto se hará uso de las siguientes técnicas:

1. La publicidad de “Dolce Vizio”, buscará crear consciencia e involucramiento en los clientes que distribuyan y adopten el producto. Para la estimulación de un mercado masivo se emplean medios impersonales como la televisión, radio y prensa escrita (periódicos y revistas de salud), con publicidad ATL que comunique la legitimidad del producto y permitan obtener popularidad, para un incremento de las ventas a corto plazo.
2. La comunicación personal, es una técnica muy utilizada en etapas de introducción de nuevos productos, con el objetivo de dar a conocer los atributos referentes a composición, calidad e integridad de “Dolce Vizio”, de manera que se genere en los consumidores el interés de adquirirlo y una mayor fuerza de venta a largo plazo.

Para esto, “Sabores de mi Tierra” se hará presente con publicidad BTL y degustaciones en centros comerciales, supermercados y ferias de salud.

3. Las relaciones públicas permitirán a “Sabores de mi Tierra” crear una imagen empresarial consistente, haciendo usos de las redes sociales, web de la empresa, canal de YouTube, Facebook y demás, como medios de publicidad no pagada, así como patrocinios, campañas y eventos que incrementen su relación con los diferentes clientes (intermediarios y consumidores finales).

2.4.2 Formas posibles de estimular el interés

El individuo por sí solo, difícilmente encuentra interés en un nuevo producto, debido al poco involucramiento y costumbre con que adquiere sus compras. Por lo que se emplearán diferentes formas que estimulen el interés del individuo de consumir “Dolce Vizio”, entre las cuales se tienen:

- Una efectiva comunicación de los beneficios, atributos y calidad que diferencia a “Dolce Vizio” del resto de productos existentes.
- Mantener la textura y sabor del manjar tradicional, que permitan asociaciones en la mente del consumidor que generen la preferencia de “Dolce Vizio”.
- Mantener los diferentes puntos de venta abastecidos del producto, para que el consumidor lo adquiera fácilmente.
- Realizar campañas de salud degustativas y de muestras gratis que despierten el interés y curiosidad del individuo a consumir un producto nuevo en el mercado.
- Realizar publicidad atractiva al consumidor y transmitir mensajes que capten la atención de clientes potenciales, haciéndoles saber que “Dolce Vizio” es el producto que se encontraban esperando.

2.4.3 Distribución

La distribución del manjar “Dolce Vizio” se realizará a través de una logística de transporte integrada que permita incrementar el rendimiento del canal y sistemas de distribución multicanal exclusiva a minoristas.

Además de crear vínculos logísticos con los proveedores de materia prima y minoristas, para establecer estrategias de localización y almacenamientos de mercancía en las diferentes perchas en las que se exponga “Dolce Vizio”.

2.5 Marketing estratégico

2.5.1 Concepto

El marketing estratégico, permite identificar las oportunidades del mercado, con el fin de llevar a cabo su adecuada planeación, así como las estrategias para el crecimiento del negocio, mediante el análisis completo de productores y consumidores. Es decir, que todo nace de la necesidad que presente el consumidor como tal, ya que la decisión de comprar se determina por los beneficios y/o necesidades satisfechas por dicho producto.

2.5.2 Funciones

Cuadro 2. 7: Funciones del marketing estratégico

<p>Delimitar el mercado relevante: Es indispensable tener muy claro el mercado al que se va a dirigir “Dolce Vizio” para elaborar una estrategia efectiva, esto incluye a los consumidores, quienes se van a satisfacer del producto.</p>
<p>Segmentación del mercado: Lo que se busca es crear grupos que sean homogéneos en cuanto a sus preferencias, ya que a medida que aumenta tanto la competencia como las posibilidades económicas del consumidor, tienden a ser más</p>

exquisitos en su requerimiento. Lo que produce una mayor variabilidad en cuanto a su decisión de compra.

Análisis de la competencia: Es de gran importancia que se obtenga la mayor cantidad de información de los competidores, de tal manera que al realizar un análisis sectorial, se pueda observar el comportamiento de los competidores directos e indirectos, lo mismos que se convierten en amenaza latente para “Dolce Vizio”.

Elaborado por: Los autores

2.5.3 Estrategia de mercado

Estrategia de crecimiento: La idea básica de un negocio es poder crecer con el pasar del tiempo, implementar nuevas tecnologías, tener una mayor captación del mercado, así como incrementar el nivel de participación en el mismo.

Hoy en día las empresas se enfrentan a mercados altamente competitivos, donde es importante lograr expandirse para poder competir con las demás empresas y así lograr mayores beneficios tanto para los clientes como para sus proveedores.

La matriz producto – mercado, también conocida como Matriz de Ansoff es básicamente un medio para poder realizar un mejor estudio de las estrategias de mercado, en base a las categorías que se muestran de acuerdo a las características, tanto de los mercados como de los mismos productos.

Cuadro 2. 8: Matriz Ansoff

	Productos existentes	Nuevos productos
Mercados existentes	Penetración de mercados	Desarrollo de productos
Mercados nuevos	Desarrollo de mercados	Diversificación

Fuente: Escuela Agropecuaria
Elaborado por: Los autores

De acuerdo con la matriz de crecimiento para “Dolce Vizio”, se debe seguir la estrategia para el desarrollo de productos, debido a que básicamente en el presente proyecto se busca modificar un producto existente como lo es el manjar, en el cual se agregan ciertos ingredientes y se excluyen otros, para dotarlo de propiedades que normalmente no se encuentran en un manjar.

A continuación se mencionan algunos de los elementos para llevar a cabo la estrategia de desarrollo del producto:

- Realizar modificaciones al producto actual, para satisfacer necesidades no atendidas.
- Desarrollar productos innovadores con valor agregado.
- Contar con una línea de productos en su desarrollo, para ser competitivos.
- Racionalizar recursos con el fin de maximizar la rentabilidad.

Marketing mix: Consiste en analizar estratégicamente determinadas variables que intervienen en la decisión de compra del consumidor, las mismas que se encuentran directamente relacionadas al posicionamiento que se desea lograr en el cliente. Estas son: Producto, precio, plaza y promoción o también conocidas como 4P's.

Producto

El manjar “Dolce Vizio” es un bien tangible que busca satisfacer necesidades en el consumidor y aportar nutricionalmente en su alimentación.

Entre los atributos físicos, funcionales y psicológicos de “Dolce Vizio” se encuentran los siguientes:

- Se mantiene la textura del manjar tradicional.

- Se diferencia al resto de manjares en cuanto al tamaño (gramaje).
- Es de consumo instantáneo y con un envase personalizado.
- Se caracteriza por ser de color habano, con un rico sabor y libre de saborizantes y colorantes.
- Se encuentra libre de restricciones, debido a los ingredientes que lo componen.
- Permite optimizar el tiempo de preparación de comidas.
- Puede ser llevado a donde el cliente desee, saludable y de origen vegetal.
- Aporta con vitaminas, fibras y proteínas.

Figura 2. 12: Presentación de manjar.



Fuente: Odepa, recetas thermomix, lidl recetas, recetas cocina gratis – online

Precio

El precio se refiere al valor monetario que representa adquirir el producto, en el que se encuentran implícitamente valorados todos los beneficios del manjar, sean estos físicos, funcionales o psicológicos.

“Sabores de mi Tierra” determinará el precio de acuerdo al costo incurrido en la elaboración del producto y al valor agregado que otorga a quien lo consume.

Plaza

“Sabores de mi Tierra” distribuirá el manjar “Dolce Vizio” a los diferentes supermercados de la ciudad de Guayaquil, quienes actuarán como intermediarios para hacer llegar el producto a los consumidores finales.

Entre los supermercados que conformarán la plaza, se tienen los siguientes:

- Mi Comisariato
- HiperMarket
- Tía
- Santa María
- Gran Akí
- Supermaxi
- Megamaxi

Figura 2. 13: Intermediarios del producto



Fuente: Corporación El Rosado, Corporación La Favorita y Corporativo Tía.

Promoción

Al tratarse de un producto nuevo en el mercado, “Sabores de mi Tierra” se enfocará en una publicidad de tipo informativa, con la cual se comunique efectivamente los atributos y funcionalidades del producto, así como los beneficios que gana el cliente al adquirirlo y consumirlo, de manera que se cree una fidelidad a la marca “Dolce Vizio”.

La fase inicial se presenta con la curiosidad de descubrir en qué se diferencia el nuevo producto y qué producirá en quien lo consuma, persuadir a los clientes potenciales a comprarlo y recomendarlo, de manera que la fuerza de ventas incremente y el producto adquiera popularidad.

Entre los medios utilizados para hacer conocer el producto tenemos: Publicidad TTL, radio, televisión, medios de prensa escrita, redes sociales, eventos empresariales, ferias, entre otros.

2.5.4 Estrategia de posicionamiento y reconocimiento de la marca

La estrategia de posicionamiento busca que cuando el cliente desee consumir un dulce saludable, bajo en calorías y con un alto índice nutricional, piense en “Dolce Vizio” y quede definida la percepción del cliente respecto a las marcas de la competencia.

La estrategia de posicionamiento se basará básicamente en los atributos del producto, así como los beneficios que ofrece al consumidor.

La estrategia de posicionamiento busca llevar la imagen de “Dolce Vizio” a la imagen que desea el target de este producto, para lo cual se debe considerar diversos factores como por ejemplo:

- Diferenciación del producto
- No realizar imitaciones, ya que con esta acción se pierde la diferenciación.

- Recalcular los beneficios relevantes para el consumidor.
- Tener en claro que se busca el posicionamiento de la marca, para añadir un valor agregado al producto y obtener ventajas comparativas frente a la competencia.

Se debe tener en claro que la marca puede llegar a ser reconocida debido a los atributos que “Dolce Vizio” posee, pero de nada servirá si no existe posicionamiento en la mente del consumidor, para esto es primordial tener en claro el mercado objetivo y realizar un análisis de la situación. Es decir, buscar información acerca del mismo y definir el tipo de posicionamiento adecuado para la marca.

2.6 Análisis FODA

Cuadro 2. 9: Análisis FODA de “Sabores de mi Tierra”

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se ofrece un producto saludable y nutritivo. ▪ Maquinarias con alta tecnología. ▪ Fortalecer la tendencia alimentaria de consumir alimentos sanos. ▪ Conocimiento del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La actual tendencia de los clientes, en cuanto a comprar un producto que permita prevenir enfermedades. ▪ Al ser una demanda satisfecha no saturada, aún se puede aprovechar para incursionar en el mercado alimentario.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ A pesar del conocimiento del sector no se cuenta de mucha experiencia, ya que “Sabores de mi Tierra” será nueva en el mercado. ▪ Necesidad de incurrir en gastos adicionales en publicidad, para ubicar al producto en el Top of Mind del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al existir gran cantidad de productos sustitutos, conlleva a enfrentar una fuerte competencia indirecta. ▪ Posicionamiento de la marca. ▪ La economía volátil del país. ▪ La existencia de fenómenos naturales, afectan la producción de la materia prima utilizada en la elaboración del manjar.

Elaborado por: Los autores

2.7 Investigación de mercado

2.7.1 Definición del problema

Se puede apreciar que actualmente en la ciudad de Guayaquil, no existe un dulce de leche que contenga un exquisito sabor y a su vez no sea perjudicial para la salud de las personas y más aún para consumidores que no pueden ingerir alimentos con altos niveles de azúcar y lactosa.

Existen múltiples casos de enfermedades a causa de una mala alimentación, en la cual se logra observar la creciente tasa de mortalidad a causa de estos males, motivo por el cual se busca atender este mercado, con un producto acorde a dichas necesidades y sobre todo, que sus ingredientes sean 100% naturales.

Es por esto que se requiere determinar la aceptación de “Dolce Vizio” en la ciudad de Guayaquil, mediante el análisis de resultados.

2.7.2 Objetivos

Objetivo general

Determinar el nivel de aceptación del manjar “Dolce Vizio” por parte de los potenciales consumidores en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

1. Identificar y analizar hábitos de compra, preferencia y percepción de los potenciales consumidores en relación al manjar “Dolce Vizio”.
2. Reconocer los atributos considerados de mayor importancia por los consumidores guayaquileños en la adquisición de un manjar.

3. Establecer los lugares estratégicos de mayor concurrencia de los potenciales clientes.

2.7.3 Determinación de las necesidades de información

Será una necesidad real, ya que se debe obtener información que permita obtener conclusiones de los datos analizados, los mismos que son de vital importancia en el planteamiento de hipótesis y logro de mejores percepciones del problema planteado.

2.7.4 Determinación de las fuentes de información

Para realizar la investigación de mercado se necesita identificar las fuentes primarias y secundarias a utilizarse, las mismas que permitirán realizarlo de manera efectiva y referencial a datos reales que faciliten la conclusión de los hallazgos obtenidos.

Fuentes primarias de información

La información de índole primaria constituye una parte fundamental del estudio, porque se obtienen en campo real los datos específicos y necesarios para la investigación, siendo la encuesta el método que se utiliza para llevar a cabo recopilación de datos.

Es por esto, que se realizarán encuestas de tipo auto administradas a los diferentes estratos sociales de la ciudad de Guayaquil, de acuerdo a proporciones equilibradas de habitantes. Las mismas que serán realizadas personalmente, sin influencias externas, con un cuestionario claramente estructurado y preguntas cerradas que permitan reconocer las preferencias e intención de compra del consumidor.

Fuentes secundarias de información

Como fuente de información secundaria se considerarán los siguientes sitios web, los mismos que son de dominio público y que cuentan con datos de vital importancia para el desarrollo del presente proyecto.

Las fuentes de mayor uso son las siguientes: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo (INEC), Organización Mundial de la Salud (OMS) y Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT).

2.7.5 Hipótesis

H0: Más del 80% de las personas encuestadas en la ciudad de Guayaquil tendrán la intención de comprar un manjar nutritivo, saludable, bajo en grasas, alto en fibras y proteínas, como lo es “Dolce Vizio”.

H1: Menos del 80% de las personas encuestadas en la ciudad de Guayaquil tendrán la intención de comprar un manjar nutritivo, saludable, bajo en grasas, alto en fibras y proteínas, como lo es “Dolce Vizio”.

H0: No existe relación entre la frecuencia de consumo y el tamaño del envase

H1: Existe relación entre la frecuencia de consumo y el tamaño del envase.

H0: Más del 50% de las personas encuestadas en la ciudad de Guayaquil prefieren la presentación de 125 gramos.

H1: Menos del 50% de las personas encuestadas en la ciudad de Guayaquil prefieren la presentación de 125 gramos.

2.7.6 Requisitos de la investigación

Se realizarán encuestas a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, de acuerdo a la estratificación social que establece el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, las cuales se llevarán a cabo en diferentes zonas geográficas de la ciudad en mención.

Cabe mencionar que las encuestas se elaborarán, de acuerdo a la estructura establecida por los autores del presente proyecto, con el fin de que los encuestados respondan objetivamente el cuestionario planteado.

Los resultados obtenidos en las encuestas serán de carácter confidencial, utilizados única y exclusivamente para el estudio del presente proyecto.

2.7.7 Planeación de la investigación

La recolección de datos a través de las encuestas se llevará a cabo en un plazo de 5 días, las mismas serán distribuidas a 400 habitantes de la ciudad de Guayaquil entre los diferentes estratos sociales.

Los encuestados tendrán aproximadamente 5 minutos para llenar el respectivo cuestionario, el cual consta de 10 preguntas en total.

Selección de técnica de muestreo

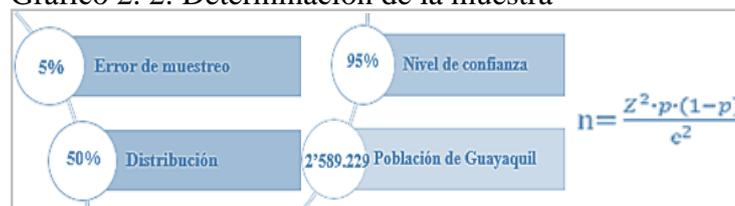
En el presente proyecto, se empleará la técnica de muestreo por cuotas, la misma que hace referencia a un muestreo aleatorio no probabilístico, debido a que no se tiene una base de datos definida, en la cual conste la lista de personas a encuestarse.

Justificación

La técnica antes mencionada es muy utilizada en los estudios de mercado, debido a que cualquier persona de la población (Ciudad de Guayaquil) puede servir como muestra y aportar al estudio en cuestión.

Determinación del tamaño de la muestra: Para determinar la muestra se empleará el programa online Raosoft, bajo los siguientes parámetros:

Gráfico 2. 2: Determinación de la muestra



Fuente: Raosoft – online (calculadora estadística)
Elaborado por: Los autores

De lo cual se determinó que la muestra de encuestados deberá ser de 385 habitantes pertenecientes a la ciudad de Guayaquil.

Método de recolección y análisis de datos

La recopilación de los datos se realizará en centros comerciales, parques y demás lugares de mayor concurrencia en la ciudad de Guayaquil, los mismos que se obtendrán por medio de la encuesta, para ser tabulados y analizados mediante una investigación descriptiva en el programa Statistical Product and Service Solutions (SPSS) que permita responder a los objetivos específicos de la investigación de mercado.

Cuadro 2. 10: Determinación porcentual según estrato social

Estrato Social	Porcentaje
Clase alta	11%
Clase media	41%
Clase baja	21%

Elaborado por: Los autores

Trabajo de campo

La encuesta se encuentra estructurada por 8 preguntas fáciles de responder, las mismas que se caracterizan por ser objetivas, con respuestas múltiples y escalas preferenciales; con las cuales se busca identificar las preferencias del consumidor en cuanto a presentación, tamaño y atributos del producto, así como los hábitos de compra y aceptación del nuevo producto a incursionar en el mercado.

Cabe recalcar que la encuesta será de mucha utilidad, para determinar estratégicamente los puntos de venta de mayor preferencia.

Para la precisión del estudio, el número de encuestado no podrá ser menor a 385 personas.

2.7.9 Análisis de la encuesta

Cuatrocientas personas de la ciudad de Guayaquil fueron encuestadas en diferentes sectores como: Parques, miradores, malecones, empresas y centros comerciales ubicados en el Centro, Sur y Norte de la ciudad. Para lo cual los resultados fueron los siguientes:

Pregunta 1: Indique de qué sector es

Basándose en las técnicas usadas por el INEC, para la estratificación de las clases sociales en el país, en el presente proyecto se tomó en consideración los distintos sectores (norte, centro, sur) de la ciudad de Guayaquil, donde se acudió a encuestar.

Los datos obtenidos se clasificaron en tres estratos sociales, de acuerdo con los sectores encuestados, los mismos que son:

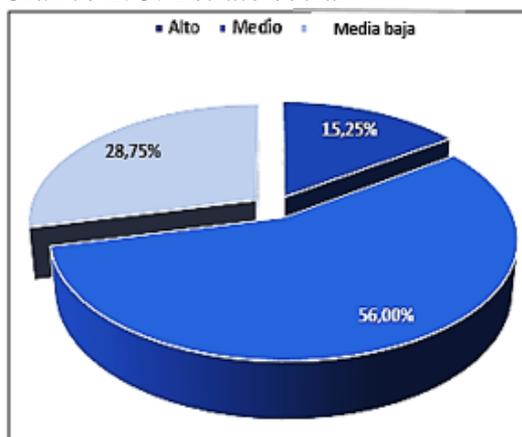
Tabla 2. 1: Estrato social

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Alto	61	15,25%
Medio	224	56%
Medio bajo	115	28,75
Total	400	100,00%

Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Gráfico 2. 3: Estrato social



Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Conclusión:

Del 100% de los encuestados, el 15.25% pertenecían a un estrato social alto, mientras que el 56% era de estrato social medio y el 28.75% de un estrato social medio bajo, es decir que de una muestra de 400 personas, se encuestaron a 224 personas de nivel medio, 115 personas de nivel medio bajo y 61 personas de nivel alto. Cabe recalcar que las proporciones fueron realizadas acorde a los datos del INEC, en lo que se refiere a la ciudad de Guayaquil.

Pregunta 2: ¿Consume Ud. manjar?

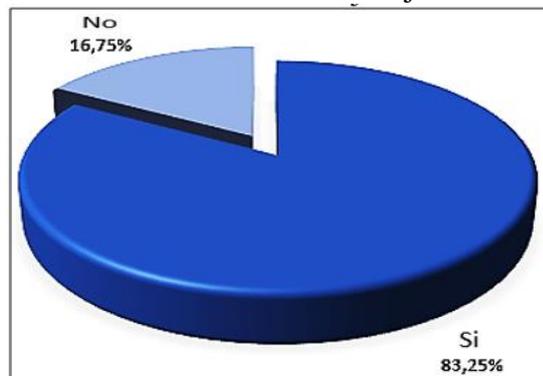
Tabla 2. 2: Consumo de manjar

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	333	83,25%
No	67	16,75%
Total	400	100,00%

Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Gráfico 2. 4: Consumo de manjar



Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Conclusión:

Del 100% de los encuestados, el 83.25%, indicaron que consume manjar, mientras que el 16.75% no lo consumen. De estos últimos, en su mayor parte es debido a que sufren enfermedades como la diabetes y gastritis, por lo que les ha sido médicamente prohibido.

Pregunta 3: ¿Estaría dispuesto a consumir un manjar rico y saludable; alto en proteínas, fibras y vitaminas?

(“Dolce Vizio” es un manjar hecho de soya y quinua, enriquecido con leche de arroz y fructosa, bajo en calorías y apto para diabéticos, vegetarianos, intolerantes a la lactosa, así como para quienes tienen deficiencia proteica.)

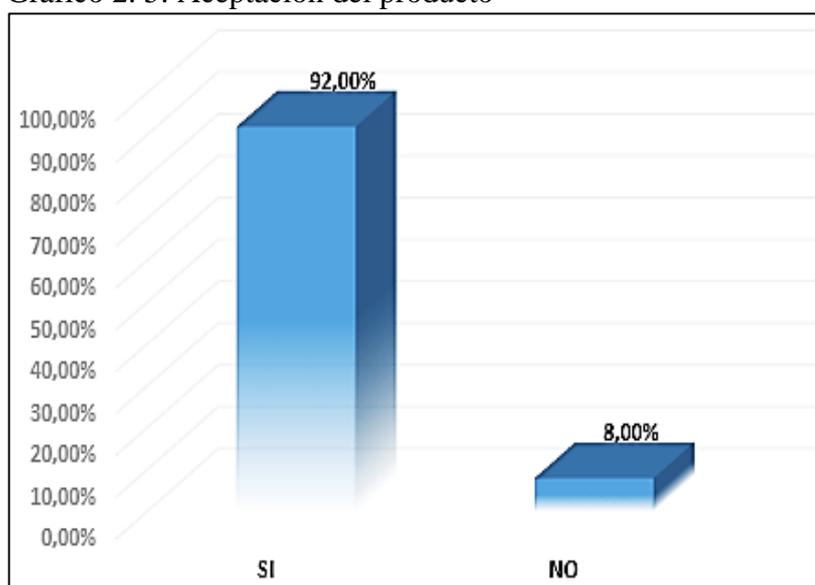
Tabla 2. 3: Aceptación del producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	368	92,00%
No	32	8,00%
Total	400	100,00%

Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Gráfico 2. 5: Aceptación del producto



Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Conclusión:

Del 100% de los encuestados, el 92% se encuentra dispuesto a consumir “Dolce Vizio”, mientras que un 8% no tiene interés en consumirlo. Estos resultados reflejan una alta aceptación a la propuesta de un nuevo manjar con las características expuestas, con clientes altamente potenciales que muestran interés en un producto rico y saludable.

Sin embargo, la proporción mínima de personas que no tienen interés de consumirlo, es debido a que en este target existen personas que prefieren lo tradicional y no se quieren arriesgar a consumir un producto nuevo. Además, existen clientes que se inclinan a consumir calorías, sin importarles lo que pueda traer consigo y el manjar no es la excepción. De esta manera es que se puede notar que en ciertos encuestados sí consumen manjar pero no aceptan nuestra propuesta.

Pregunta 4: Ordene los siguientes atributos de acuerdo a su importancia, asignando 1 al que considera más importante al momento de elegir un manjar, 2 al que le sigue en importancia y así sucesivamente.

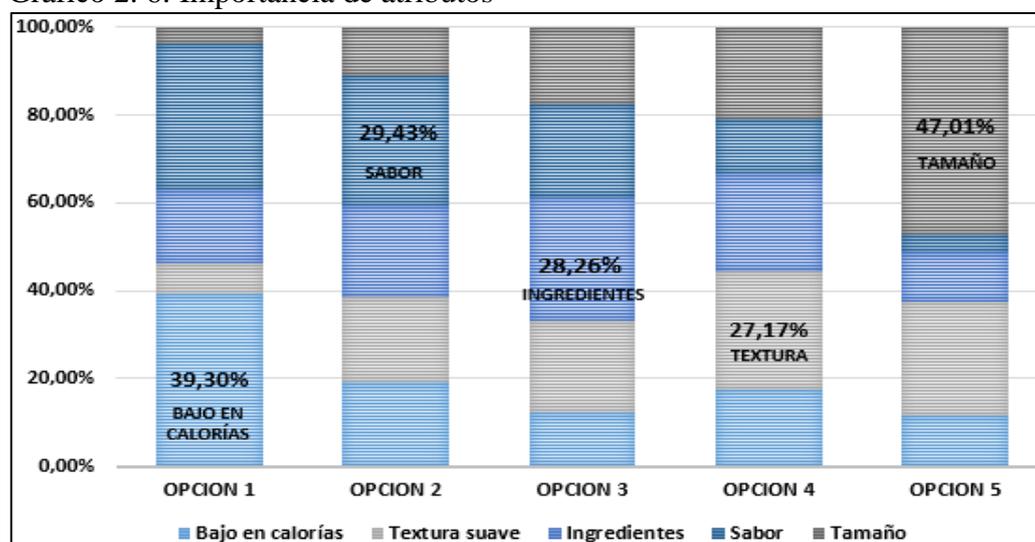
Tabla 2. 4: Importancia de atributos

Detalle	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4	Opción 5
Bajo en calorías	39,30%	19,07%	12,23%	17,39%	11,68%
Textura suave	6,78%	19,35%	20,92%	27,17%	25,82%
Ingredientes	17,07%	20,98%	28,26%	22,28%	11,41%
Sabor	33,06%	29,43%	20,92%	12,23%	4,08%
Tamaño	3,79%	11,17%	17,66%	20,92%	47,01%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Gráfico 2. 6: Importancia de atributos



Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Conclusión:

Entre los atributos considerados con mayor importancia para los encuestados en el momento de elegir un producto, se obtuvieron los siguientes resultados:

Del 100% de los encuestados, el 39.30% indicaron que lo primero que ven en un producto es que sea bajo en calorías, basándose en ello su decisiones de compra.

Del 100% de los encuestados, para el 29.43% el sabor es el segundo factor más importante en el momento de comprar un manjar.

El 28.26% del 100% de los encuestados tienen a los ingredientes como el tercer factor más importante en el momento de elegir un manjar.

Del 100% de los encuestados, el 27.17% indicaron que el cuarto atributo importante en su elección es que el manjar tenga una textura suave y cremosa.

Del 100% de los encuestados, el 47.01% fijan su atención en quinto lugar en el tamaño de la presentación del producto.

Estos resultados muestran que el producto cumple con las expectativas del consumidor, en cuanto a los atributos más importantes en el momento de su elección.

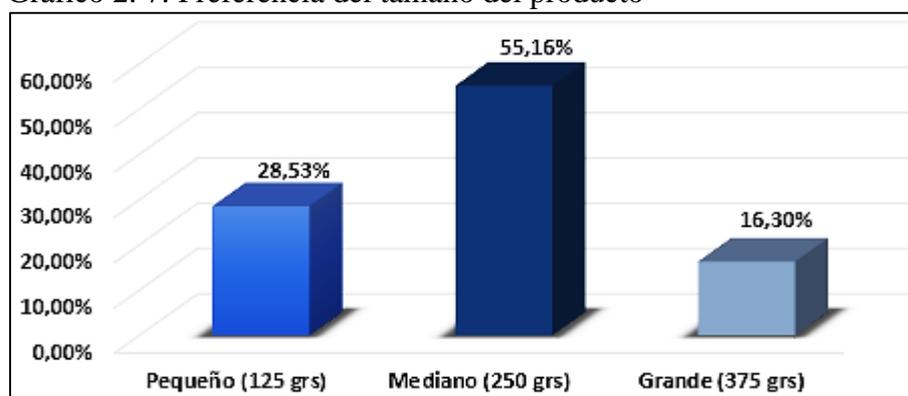
Pregunta 5: ¿Cuántas veces al mes Ud. estaría dispuesto a comprar este nutritivo manjar?

Tabla 2. 5: Preferencia de tamaño del producto

Tamaño (gs.)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pequeño (125 grs)	105	26,25%	28,53%	28,53%
Mediano (250 grs)	203	50,75%	55,16%	83,70%
Grande (375 grs)	60	15,00%	16,30%	100,00%
Total	368	92,00%	100,00%	
Perdidos del sistema	32	8,00%		
Total	400	100%		

Fuente: Resultados de la encuesta
Elaborado por: Los autores

Gráfico 2. 7: Preferencia del tamaño del producto



Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Conclusión:

Del 100% de los encuestados, se obtuvo que el 55.16% estarían dispuesto a comprar a “Dolce Vizio” si tiene como presentación un envase mediano, debido a que les encanta el manjar, mientras el 28.53% prefiere de presentación un tamaño pequeño, ya que como el producto es nuevo, ellos prefieren primero probarlo y para un 16.53% el envase debería ser de tamaño grande, debido a que compran para compartirlo con amigos o familiares.

Pregunta 6: ¿Cuántas veces al mes Ud. estaría dispuesto a comprar este nutritivo manjar?

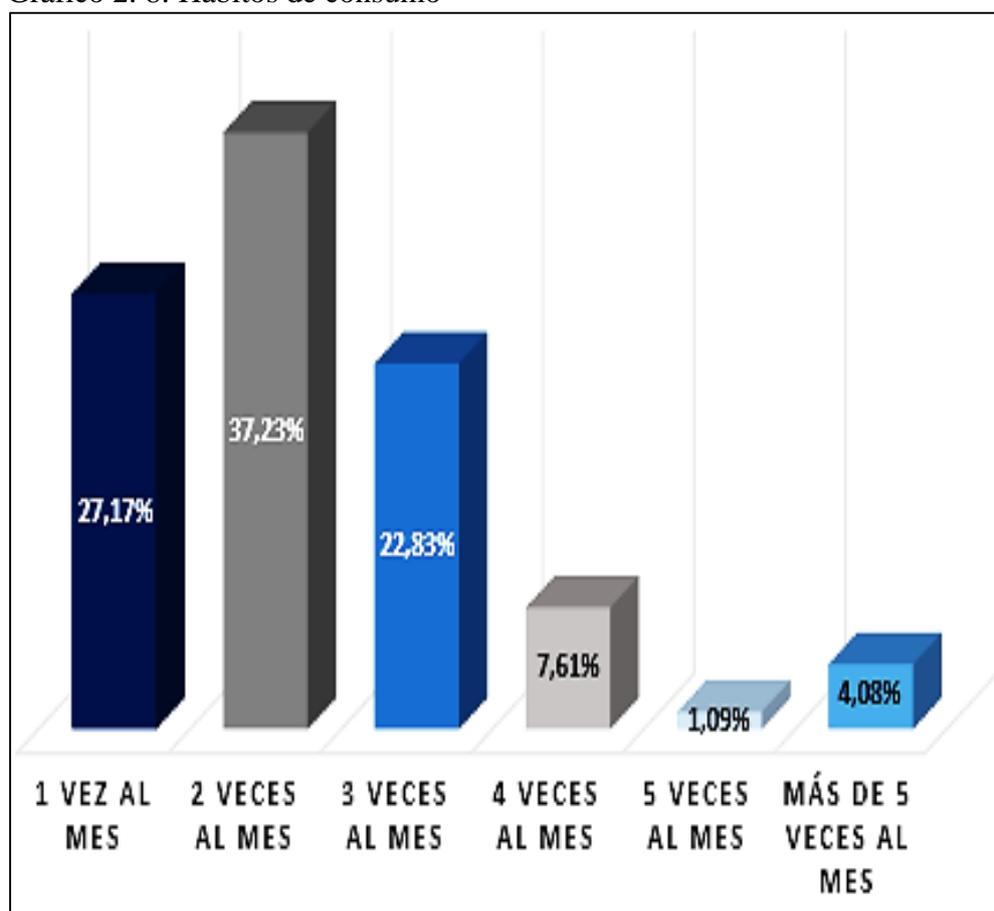
Tabla 2. 6: Hábitos de consumo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 vez al mes	100	25,00%	27,17%	27%
2 veces al mes	137	34,25%	37,23%	64%
3 veces al mes	84	21,00%	22,83%	87%
4 veces al mes	28	7,00%	7,61%	95%
5 veces al mes	4	1,00%	1,09%	96%
Más de 5 veces al mes	15	3,75%	4,08%	100%
Total	368	92,00%	100,00%	
Perdidos Sistema	32	8,00%		
Total	400	100%		

Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Gráfico 2. 8: Hábitos de consumo



Fuente: Resultados de la encuesta
Elaborado por: Los autores

Conclusión:

Del 100% de los encuestados, se obtuvo con mayores valoraciones que el 37.23% estarían dispuesto a comprar este producto dos veces al mes, porque en este grupo se encuentran personas que eligieron una presentación mediana, mientras que el 27.17% lo comprarían una vez al mes, debido a que sus elecciones fueron presentaciones grandes, así como en aquellos que comprarían una presentación pequeña se encuentran dentro del 22.83% de encuestados que estarían dispuestos a adquirirlo tres veces al mes.

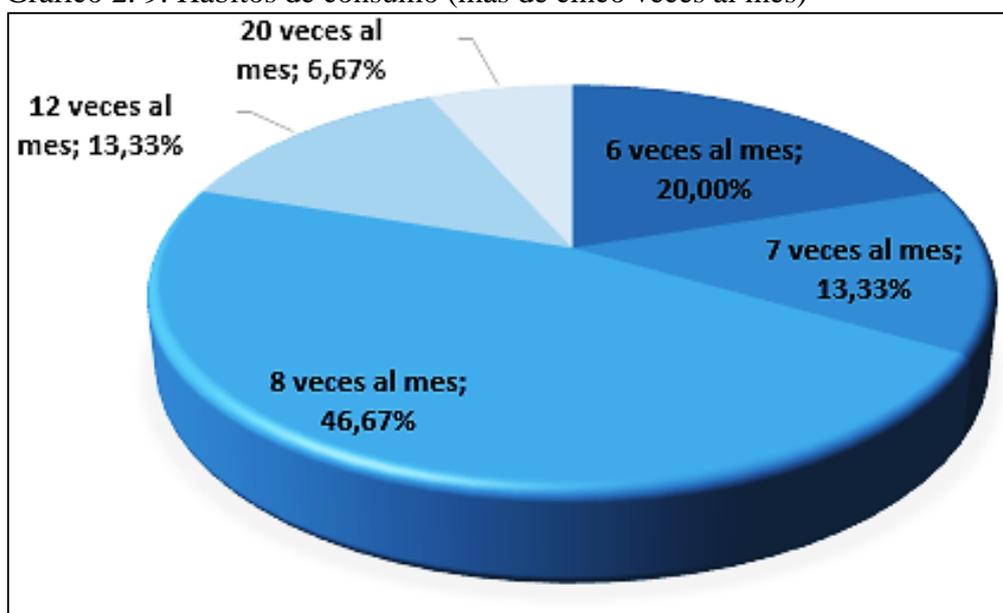
A pesar de haber obtenido valores pequeños en cuanto a la adquisición del producto “cuatro veces al mes” con un 7.61%, “cinco veces al mes” con 1.09% y “más de cinco veces al mes” con el 4.08%, vale recalcar que dentro de esta última proporción se destacaron las siguientes frecuencias:

Tabla 2. 7: Hábitos de consumo (más de cinco veces al mes)

Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
6 veces al mes	3	0,75%	20,00%	20,00%
7 veces al mes	2	0,50%	13,33%	33,33%
8 veces al mes	7	1,75%	46,67%	80,00%
12 veces al mes	2	0,50%	13,33%	93,33%
20 veces al mes	1	0,25%	6,67%	100,00%
Total	15	3,75%	100,00%	
Sistema	385	96,25%		
Total	400	100,00%		

Fuente: Resultados de la encuesta
Elaborado por: Los autores

Gráfico 2. 9: Hábitos de consumo (más de cinco veces al mes)



Fuente: Resultados de la encuesta
Elaborado por: Los autores

De lo cual del 100% de los encuestados que indicaron adquirir el producto “más de cinco veces al mes”, se obtuvo que el 46.67% lo comprarían “ocho veces al mes”, un 20% prefiere comprarlo “seis veces al mes”, mientras que un 13.33% lo comprarían “siete o doce veces al mes” y tan solo el 6.67% lo comprarían “veinte veces al mes”, esto se debe a que existen personas que padecen de cambios de comportamientos fuertes como la ira, por lo que el dulce les permite controlar sus actitudes.

Pregunta 7: Indique el empaque de su preferencia para el producto escogido.

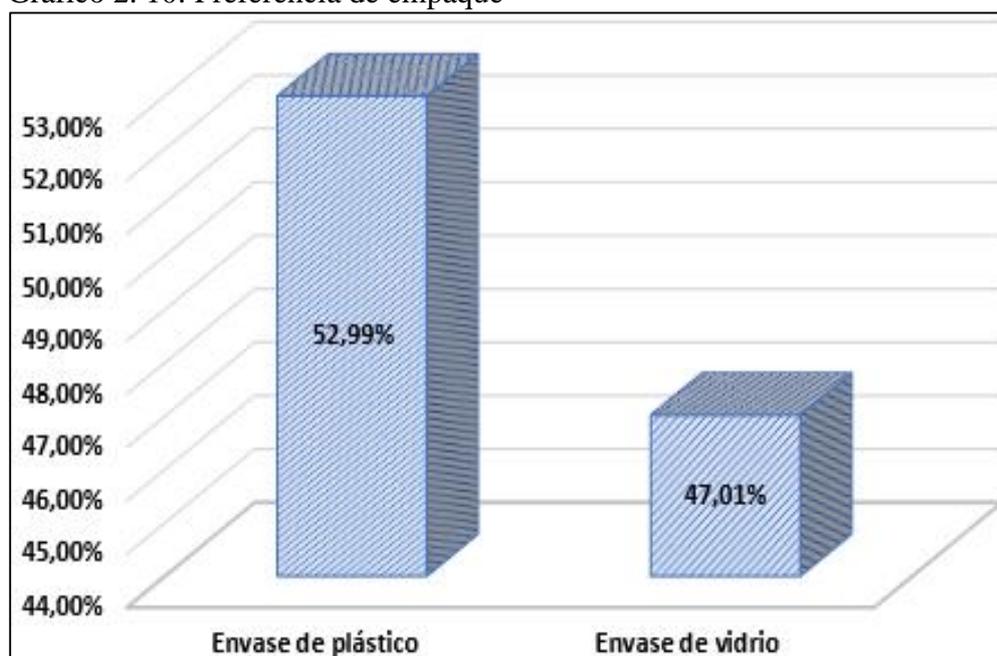
Tabla 2. 8: Preferencia de empaque

Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Envase de plástico	195	48,75%	52,99%	52,99%
Envase de vidrio	173	43,25%	47,01%	100,00%
Total	368	92,00%	100,00%	
Perdidos	32	8,00%		
Total	400	100,00%		

Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Gráfico 2. 10: Preferencia de empaque



Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Conclusión:

Del 100% de los encuestados, el 52.99% prefieren comprar el manjar en un envase de plástico, debido a su comodidad al llevar y de poder desecharlo, mientras que el 47.01% prefieren que el manjar se empaque en un envase de vidrio, por ser un material más preservado y que favorece a la conservación del producto.

Pregunta 8: Indique el supermercado de su preferencia.

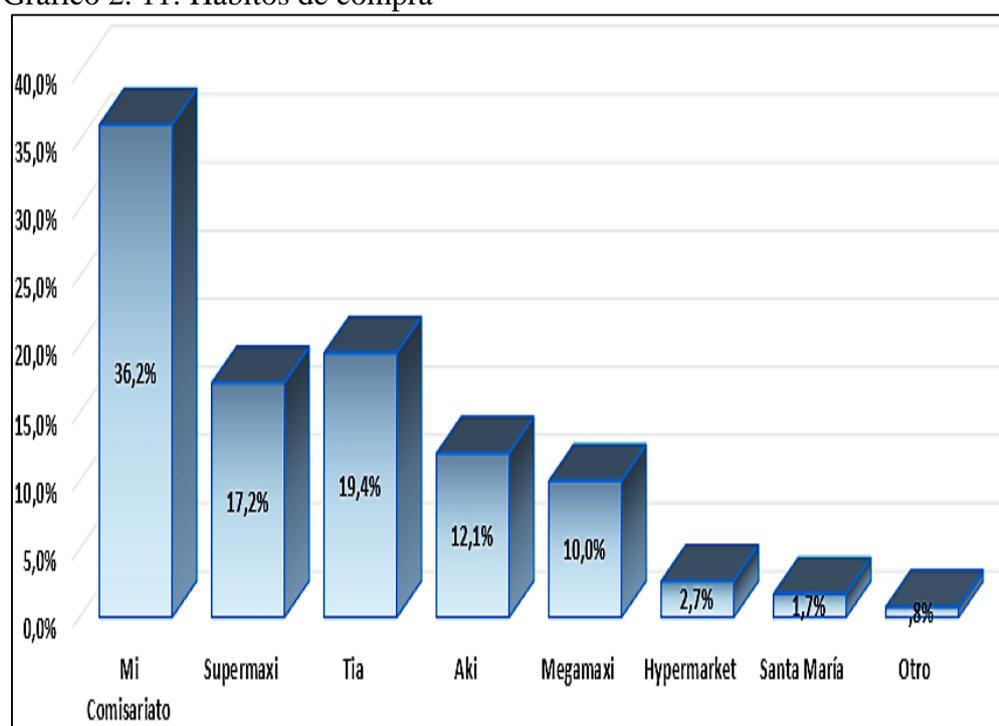
Tabla 2. 9: Hábitos de compra

	Respuestas		Porcentaje de
	N°	Porcentaje	casos
Mi Comisariato	231	36,2%	62,8%
Supermaxi	110	17,2%	29,9%
Tia	124	19,4%	33,7%
Aki	77	12,1%	20,9%
Megamaxi	64	10,0%	17,4%
Hypermarket	17	2,7%	4,6%
Santa María	11	1,7%	3,0%
Otro	5	,8%	1,4%

Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Gráfico 2. 11: Hábitos de compra



Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los autores

Conclusión:

De las dos opciones que se escogieron en mayor porcentaje, se obtuvo que del 100% de los encuestados, el 36.2% prefieren hacer sus compras en el “Mi Comisariato” y el 19.4% prefieren comprar sus productos en el “Tía”.

2.7.9 Conclusiones

En el trabajo de campo se encuestaron a 400 personas de distintos sectores de la ciudad de Guayaquil, se encontró que del 100% de los encuestados: El 83,25% consumen manjar y el 16,75% no lo consumen, debido a que existen personas que no toleran los diferentes componentes con que se elabora.

En cuanto a la aceptación del producto, del 100% de los encuestados: 368 personas estarían dispuestas a consumir un manjar rico y saludable, sin gluten, alto en proteínas, fibras y vitaminas, siendo así que del 100% de los encuestados; “Dolce Vizio” posee una aceptación del 92%, en la que se consideran altos clientes potenciales.

El 8% que no estarían dispuestos a consumir el producto se debe a que no se arriesgan a consumir un nuevo manjar, ya que prefieren lo tradicional, es decir que prefieren seguir consumiendo un producto alto en calorías y no dietético.

“Dolce Vizio” cumple con las expectativas del consumidor, debido a los atributos que posee, siendo así que el atributo de mayor aceptación dentro de este target es: Que el producto se caracterice por ser bajo en calorías, seguido del sabor, los ingredientes, la textura y el tamaño como último atributo.

De los 400 encuestados, el 55.16% se inclinan en comprar un envase mediano, el 28.53% prefieren un envase pequeño, debido a que es un producto nuevo y finalmente el 16.53% prefieren un envase grande, con el fin de compartirlo con la familia o amigos.

Del 100% de los encuestados, el 37.23% prefieren comprar “dos veces al mes”, el 27.17% comprarían “una vez al mes” y el 22,83% estarían dispuestos a comprar el producto “tres veces al mes”. Cabe recalcar que existen consumidores que estarían dispuestos a comprar el producto “más de cuatro veces al mes”, pero en menor porcentaje.

En cuanto al envase, el 52.99% prefieren un envase de plástico, esto se debe a lo práctico que puede ser el mismo y el 47.01% prefieren el envase de vidrio, por motivos

de conservación del producto, es así como aún se mantiene la tendencia de un producto envasado en plástico.

Los supermercados más visitados son el Mi Comisariato y el Tía con el 36.2% y 19.4%, respectivamente; lo cual brinda información importante acerca de los posibles lugares en los que “Dolce Vizio” se ofertará.

No se rechaza la hipótesis nula: “Más del 80% de las personas encuestadas en la ciudad de Guayaquil tendrán la intención de comprar un manjar nutritivo, saludable, bajo en grasas, alto en fibras y proteínas, como lo es “Dolce Vizio”, ya que según la investigación de mercado, el 92% de los encuestados se encuentran dispuestos a consumirlo.

Se rechaza la hipótesis nula: “Más del 50% de las personas encuestadas en la ciudad de Guayaquil prefieren la presentación de 125 gramos”. Debido a que la investigación de mercado dio como resultado que el 26,25% del total de la muestra, prefiere una presentación pequeña de 125 gramos.

Se rechaza la hipótesis nula: “No existe relación entre la frecuencia de consumo y el tamaño del envase”, con una significancia de 0.032, es decir un $p < 0.05$. Esto quiere decir, que sí existe relación entre la frecuencia del consumo y el tamaño del envase.

Tabla 2. 10: Correlación de Spearman

Correlación de Spearman			¿Cuántas veces al mes Ud. estaría dispuesto a comprar este nutritivo manjar?	Seleccione el tamaño y peso como a Ud. le gustaría consumir el producto
Rho de Spearman	¿Cuántas veces al mes Ud. estaría dispuesto a comprar este nutritivo manjar?	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1	0,112*
			368	0,032 368
	Seleccione el tamaño y peso como a Ud. le gustaría consumir el producto	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	0,112*	1
			0,032 368	368

Fuente: Resultados de la encuesta
Elaborado por: Los autores

El análisis de correlación se llevó a cabo basado en el criterio de Spearman, por ser variables de tipo ordinal, para lo cual la asociación en la frecuencia de consumo con la del tamaño del empaque que compre el consumidor presenta una fuerza de relación del 0.112.

2.7.10 Recomendaciones

Al realizar el trabajo de campo se pudo observar que existen personas que tienen muy posicionado el concepto del manjar como “Dulce de Leche”, esto conlleva a que la propuesta de “Dolce Vizio” pase desapercibida. Para esto, es aconsejable que se haga uso de una agresiva campaña de marketing, con el objetivo de dejar marcada la idea que se propone en el presente proyecto.

Se recomienda antes de empezar el trabajo de campo realizar una prueba piloto, ya que de esta manera se podrán visualizar errores que inconscientemente se pueden llegar a cometer y posteriormente corregirlos. Viéndose la importancia de esta técnica, de tal manera que al evaluar el cuestionario realizado en el campo, se puedan visualizar fallas que normalmente no se notarían.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Antecedentes del estudio técnico

El estudio técnico del presente proyecto se llevará a cabo mediante la descripción y análisis de inversión en maquinarias, instalaciones y recurso humano necesario en la operatividad de la empresa. Además, al tratarse de una empresa dedicada a la producción, en la cual se emplean procesos industrializados, se toma en consideración la Norma de Calidad Ambiental Ecuatoriana, la misma que indica en Numeral 4.1.10 lo siguiente:

“Los municipios determinarán el área de influencia inmediata de toda actividad que genere desechos, siendo los generadores los responsables de mantener limpias dichas áreas....., de sus viviendas o negocios, siendo responsables por omisión ante el municipio de la ciudad”. (Presidencia de la República del Ecuador, s.f.)

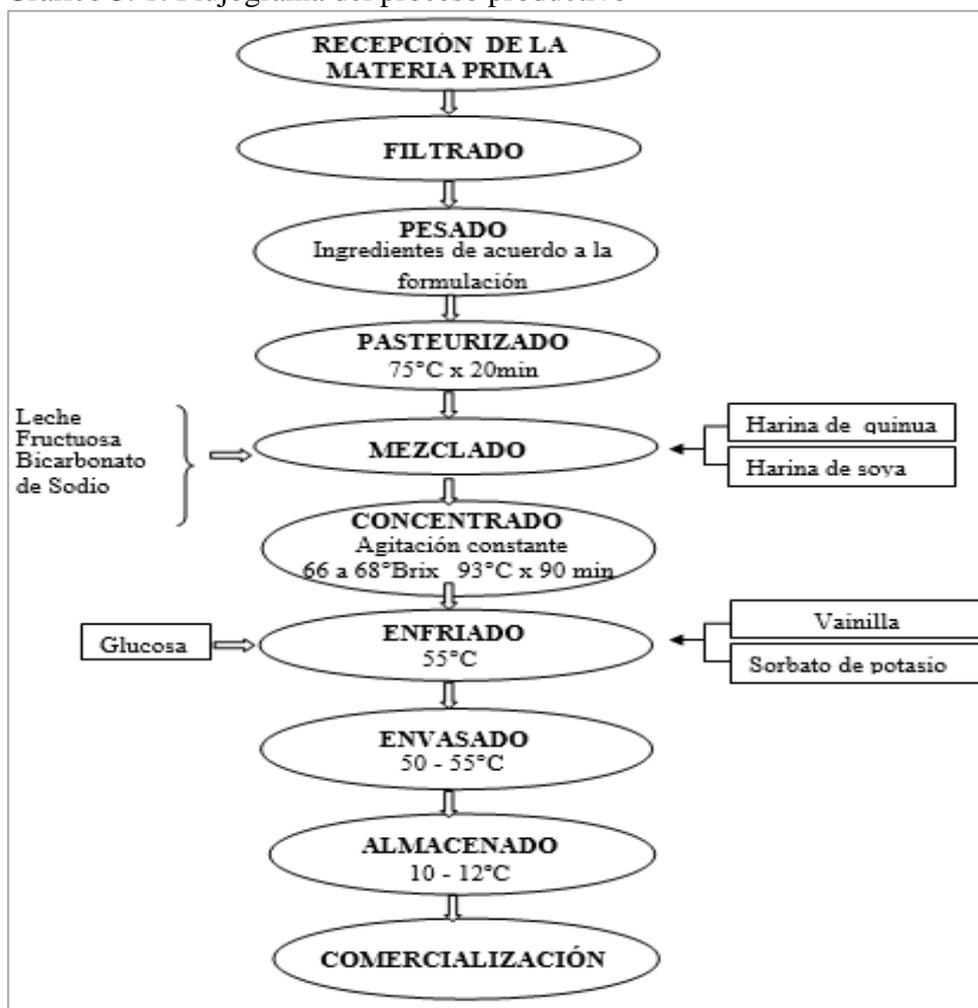
Es decir, se estudiará el contexto de la localización de la empresa, de acuerdo al cumplimiento de la norma mencionada en el párrafo anterior. Para lo cual, se considerarán los siguientes sectores: Vía a la Costa, Mapasingue, Pascuales, Vía Perimetral y Vía a Daule.

3.2 Proceso de producción:

La elaboración del manjar “Dolce Vizio” incluye diez etapas referidas a su cadena de valor y producción, desde la recepción de la materia prima hasta el almacenamiento y comercialización del producto.

Las fases se detallan en el siguiente flujograma:

Gráfico 3. 1: Flujoograma del proceso productivo

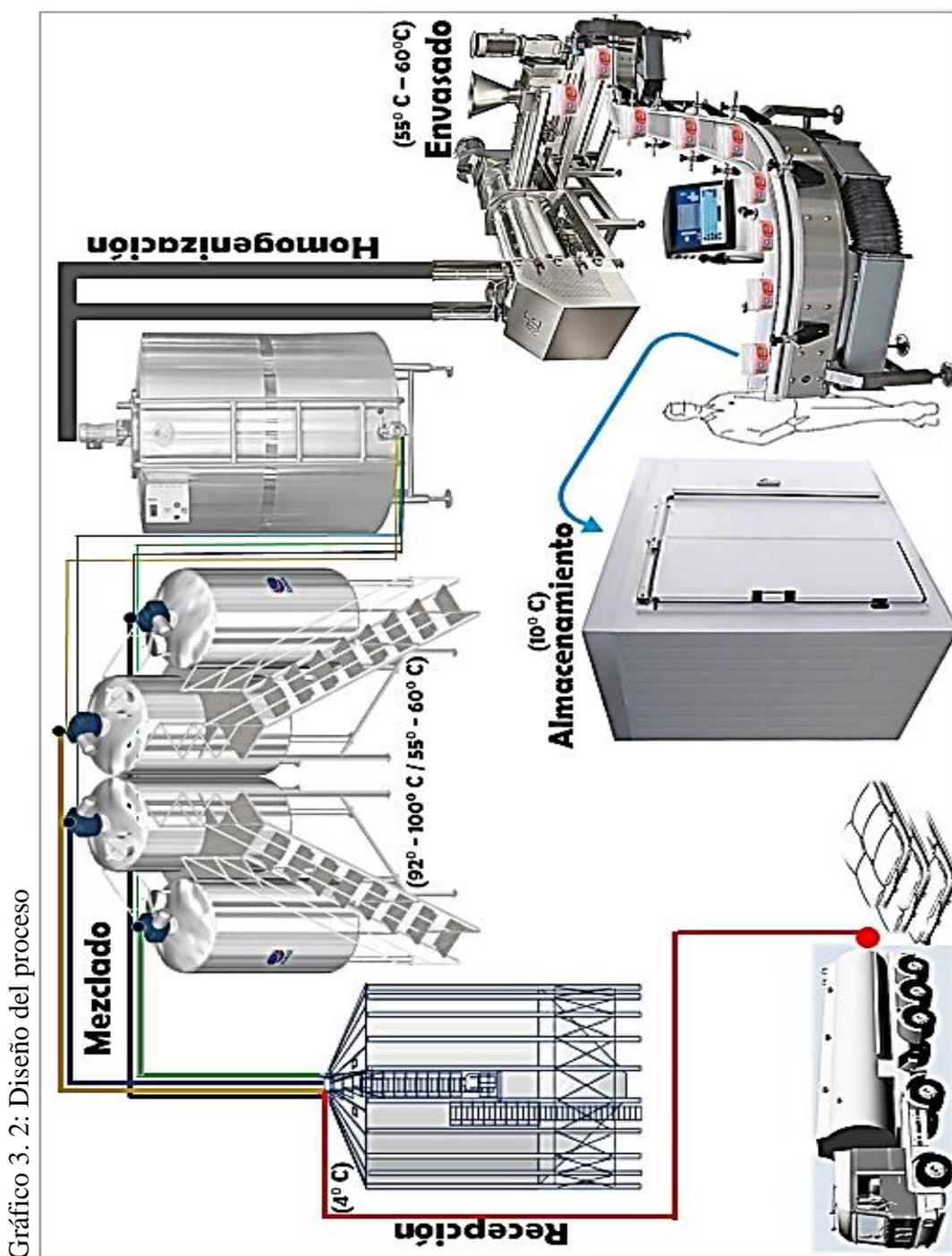


Elaborado por: Los autores

La elaboración de todo producto alimenticio debe cumplir con estándares de calidad y normas exigidas legalmente por firmas auditoras y certificaciones de producción, entre las cuales se tienen:

- **Normas Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)**: Estas normas buscan asegurar que el producto elaborado se encuentre libre de contaminación cruzada y que prevalezca la seguridad e inocuidad, así como la higiene en la manipulación de ingredientes.
- **Normas Buenas Prácticas de Laboratorio (BPL)**: Se refieren a la estandarización de procedimientos que indican la manera correcta de realizar las evaluaciones organolépticas de la materia prima y del producto terminado, así como los ensayos y uso de materiales, para el análisis y medición de parámetros.

- Plan Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control (HACCP): Permite el control y seguimiento a probables riesgos presentados en la elaboración del manjar, así como los puntos críticos de control para cada una de las etapas, de manera que se garantice la total integridad y calidad del producto.
- Normas BRC, ISO 9001, seguridad alimentaria y demás.



Elaborado por: Los autores

3.3 Balance de maquinarias y equipo

De acuerdo al proceso productivo descrito, se procederá a especificar el tipo de maquinarias y equipos necesarios en la manufactura completa del manjar “Dolce Vizio”, con lo cual se determinará la inversión a realizarse por este concepto.

Cuadro 3. 1: Maquinaria y equipo utilizado en la elaboración del manjar

Maquinaria y equipo	Equipo de laboratorio
Tanque de recepción Marmita doble camisa Homogenizador Máquina llenadora lineal Banda transportadora Cámara de frío Video jets Báscula de piso Central de aire acondicionado	Refractómetro portátil, pipeta, estuche, limpiador Balanza de precisión Ph-metro de mano Kit microbiológico Kit de laboratorio

Elaborado por: Los autores

3.3.1 Descripción

Figura 3. 1: Tanque de recepción



Fuente: Página web – alibaba.com

- **Tanque de recepción:** Se utilizan en el almacenamiento de la materia prima, los mismos que deben ser de acero inoxidable con sistema de limpieza inteligente, para

el proceso de elaboración del manjar “Dolce Vizio” es necesario que tenga una capacidad de 32000 litros, ya que en él se almacenará la leche de arroz a utilizarse en las marmitas.

Figura 3. 2: Marmita doble camisa



Fuente: Página web – interempresas.net

- **Marmita doble camisa:** La marmita se refiere a ollas industriales de gran capacidad que se utilizan en la mezcla y cocción del producto en cuestión, las mismas que son elaboradas 100% de acero inoxidable, debido al cumplimiento de normas sanitarias que se requieren.

Para el proceso de elaboración del manjar, se utilizarán tres marmitas eléctricas de tipo cerrado, es decir con sistema al vacío, debido a la alta calidad con que permite realizar el proceso de cocción, ya que conserva el valor nutritivo y organoléptico que contiene la materia prima utilizada.

La capacidad de cada marmita será de 5000 litros/hora, con bomba de reducción y cuba de basculamiento que permite menor agitación a mayor velocidad. Además de caracterizarse por ser de doble camisa con sistema térmico, que permite el calentamiento y enfriamiento de la mezcla, así como rascadores articulados que evitan quemaduras y desperdicios del producto.

Figura 3. 3: Homogeneizador



Fuente: Página web – ellitoral.com

- **Homogeneizador:** Sirve para que las mezclas realizadas en las marmitas sean similares en consistencias, al eliminar grumos e igualar la calidad de la mezcla en concentración y viscosidad, se encuentra elaborada de acero inoxidable con hélices y agitadores, capacidad de 10000 litros/hora, con motor de 3hp y cerca de 150-250 kg/cm² de presión. Además contiene un serpentín que evita que el producto se quede rezagado en el interior del tanque.

Figura 3. 4: Máquina llenadora lineal y banda de transportación



Fuente: Página web – equitek.com

- **Máquina llenadora lineal:** Esta maquinaria, permite el llenado al vacío del manjar en los recipientes de plástico, para cada una de las presentaciones. Además, actúa de manera continua y automática, se encuentra elaborada de acero inoxidable, anti goteo y volumétricamente medido con regulaciones mecánicas, plato giratorio para ubicación

del envase, pantalla digital de contabilización y temporización, sensor de detección eléctrica, dos boquillas de intercambio (diámetro del envase), estructura sanitaria y 41 envases por hora, esta máquina es la indicada para un envasado eficiente de grandes lotes de producto viscoso.

- **Banda de transportación:** Se realiza el recorrido de grupos de envase a la máquina llenadora, la misma que tendrá un largo de 2 metros, con funcionamiento automatizado.

Figura 3. 5: Cámara de frío



Fuente: Página web – digimaq.cl

- **Cámara de frío:** Equipo e instalación industrial que actúa con ciclos de enfriamiento de acuerdo al producto, para mantenerlo con la consistencia y conservación deseada.

Figura 3. 6: Video jet



Fuente: Página web – packagingeurope.com

- **Video jet:** Es un codificador industrial que se utiliza para colocar la fecha de expedición, vencimiento, código de producto y batch del producto terminado, el mismo que funciona automáticamente con tinta solvente e impresión ink jet.

Figura 3. 7: Báscula de piso



Fuente: Página web – logismarket.com

- **Báscula de piso:** Balanza de tipo industrial, marca Mettler Toledo, se emplea en el pesaje de los diferentes ingredientes a utilizarse en el proceso, tales como la harina de quinua.

Figura 3. 8: Refractómetro



Fuente: Página web – mettlertoledo.com

- **Refractómetro:** Se utiliza en la medición de concentración de azúcar en los sólidos solubles empleados en la elaboración del producto. En nuestro caso es necesario un refractómetro que permita medir hasta 80°Brix con 0.5%.

Figura 3. 9: Balanza de precisión



Fuente: Página web – probacssa.com

- **Balanza de precisión:** Se utiliza para realizar el peso de ingredientes en las muestras a realizarse, la misma que será de hasta 2000 gramos.

Figura 3. 10: PH-metro de mano



Fuente: Página web – pce-iberica.es

- **PH-metro:** Permite medir la acidez de la leche, el mismo que reconoce escalas pH de 0 – 14.

Por tratarse de una empresa de la industria alimentaria, se deberá cumplir estrictamente con normas de calidad y seguridad alimentaria que perseveren la calidad e integridad total del producto elaborado, en lo cual se incluyen procesos microbiológicos y el correcto mantenimiento y sanitización de las líneas de producción previo a su uso y al finalizar el proceso jornal, así como de la planta en general. Todo esto para evitar cualquier tipo de contaminación cruzada que pueda suscitarse en el producto.

Es relevante conocer el tipo de maquinaria y equipo que se utilizará debido a la eficiencia e integridad con que se deberán realizar los procesos, razón por la cual se han considerado maquinarias que optimicen el tiempo de elaboración del producto y que permitan asegurar la calidad exigida.

Luego de haberse analizado con los diferentes proveedores el costo al que se puede adquirir la maquinaria y equipo necesario, se logró determinar que los mejores valores de adquisición son los siguientes:

Cuadro 3. 2: Balance de maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad	Vida útil	Costo unitario	Costo total
Tanque de recepción	1	10 años	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00
Marmita doble camisa (5000 lts)	3	10 años	\$ 13.300,00	\$ 39.900,00
Homogenizador (10000 lts)	1	10 años	\$ 6.100,00	\$ 6.100,00
Máquina llenadora lineal	1	10 años	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00
Banda transportadora	1	10 años	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Cámara de frío	1	10 años	\$ 800,00	\$ 1.400,00
Video jet	1	10 años	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Central de aire acondicionado	2	10 años	\$ 1.500,00	\$ 3.000,00
Váscula de piso	1	10 años	\$ 800,00	\$ 800,00
Inversión en maquinaria				\$ 61.200,00

Fuente: Cotización en La-Llave, Maquinarias Henríquez, Almacenes Jarrín
Elaborado por: Los autores

De la misma manera, en cuanto a los equipos de computación se cotizó en el Almacén “QueBarato”, donde se encontró una impresora multifunción de marca Canon con tinta continua, la misma que funciona como impresora, escáner y copiadora a la vez. Además se cotizó computadores de escritorio con procesador Intel Core DUO de 2.5 GHz, memoria RAM de 4 GB y disco duro de 1 TB.

Cuadro 3. 3: Balance de equipos de computación

Descripción	Cantidad	Vida útil	Costo unitario	Costo total
Computadoras	12	3 años	\$ 395,00	\$ 4.740,00
Impresora multifunción	2	3 años	\$ 90,00	\$ 180,00
Inversión de equipos de computación				\$ 4.920,00

Fuente: Cotización en QueBarato

Elaborado por: Los autores

Al tratarse de una empresa productora de alimentos, se debe considerar el equipo utilizado en el área de Laboratorio para realizar las muestras del producto a elaborar y análisis microbiológicos de las sustancias e ingredientes utilizados, por lo que se cotizó el refractómetro en la empresa “Vía Industrial”, el cual es usado para medidas de hasta 80° Brix, 0.5%, pipeta, estuche y limpiador.

En la empresa “Elicrom” se cotizó la balanza de precisión de 2000 gs. y el PH-metro de mano para pH de 4, 7 y 10, con resistencia al agua y pantalla LCD, además del kit de laboratorio que se encuentra constituido por fiola de 1 lt., probeta de 500 ml. y termómetros flotantes. Por otro lado, la cotización del kit microbiológico se realizó en el almacén Coral, el mismo que se refiere a placas petrifilm 3M.

Cuadro 3. 4: Balance de equipos de laboratorio

Descripción	Cantidad	Vida útil	Costo unitario	Costo total
Refractómetro portátil, pipeta, estuche, limpiador	1	10 años	\$ 1.244,55	\$ 1.244,55
Balanza de precisión	1	10 años	\$ 207,07	\$ 207,07
PH-metro de mano	1	10 años	\$ 60,10	\$ 60,10
Kit microbiológico	1	5 años	\$ 79,00	\$ 79,00
Kit de laboratorio	1	10 años	\$ 40,00	\$ 40,00
Inversión en equipos de planta				\$ 1.630,72

Fuente: Cotización en Coral, Elicrom, Neoproductos y Vía Industrial

Elaborado por: Los autores

En cuanto a los suministros utilizados en la planta para la elaboración del producto y mantenimiento diario de las instalaciones, se ha considerado la siguiente cotización:

Cuadro 3. 5: Balance de suministros de planta

Descripción	Cantidad	Vida útil	Costo unitario	Costo total
Kit de cocina	2		\$ 60,00	\$ 120,00
Baldes para mezcla de ingredientes	5		\$ 2,00	\$ 10,00
Extintor 20 lbs	4		\$ 29,00	\$ 116,00
Jarra de 2 lts	5		\$ 1,30	\$ 6,50
Bandejas	5		\$ 1,20	\$ 6,00
Caja de herramientas	2		\$ 25,00	\$ 50,00
Inversión en equipos de planta				\$ 308,50

Fuente: Cotización en Coral Bellavista

Elaborado por: Los autores

De la misma manera se realizó la respectiva cotización de los muebles y enseres correspondientes a la empresa, para lo cual se obtuvieron los siguientes valores en el Coral y Almacenes Jarrín:

Cuadro 3. 6: Balance de muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Vida útil	Costo unitario	Costo total
Escritorio	12	10 años	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Sillas de escritorio	12	10 años	\$ 65,00	\$ 780,00
Dispensador de agua	2	-	\$ 125,00	\$ 250,00
Lampara fluorescente	20	-	\$ 12,00	\$ 240,00
Estacion ecologica de 53 ltrs	2	-	\$ 410,00	\$ 820,00
Inversión en muebles y enseres				\$ 6.290,00

Fuente: Cotización en Coral Bellavista y Almacenes Jarrín

Elaborado por: Los autores

Los equipos de oficina se cotizaron en almacenes Coral, precios que se muestran a continuación:

Cuadro 3. 7: Balance de equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Vida útil	Costo unitario	Costo total
Telefono cisco IP	12		\$ 80,00	\$ 960,00
Archivadores	4		\$ 350,00	\$ 1.400,00
Inversión de equipo de oficina				\$ 2.360,00

Fuente: Cotización en Coral Bellavista

Elaborado por: Los autores

Para realizar la transportación de la materia prima a las instalaciones y distribución del producto terminado a los diferentes puntos de venta de acuerdo a los pedidos, se necesita adquirir un camión, el mismo que se cotizó en JAC Motors con las siguientes especificaciones: 3.5 toneladas de capacidad de carga, caja de 5 velocidades, balde metálico, sistema de enfriamiento e inyección, así como potencia máxima de 92 HP / 3600 rpm y el precio se especifica a continuación:

Cuadro 3. 8: Balance de vehículo

Descripción	Cantidad	Vida útil	Costo unitario	Costo total
Camión	1	10 años	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00
Inversión de equipo de oficina				\$ 24.000,00

Fuente: Cotización en JAC Motors

Elaborado por: Los autores

Para el presente proyecto se necesita realizar una inversión inicial total de \$115 400, 72, la misma que ha sido determinada mediante el análisis de los diferentes balances.

Cuadro 3. 9: Inversión inicial

Inversión total	\$ 115.400,72
------------------------	----------------------

Elaborado por: Los autores

3.4 Balance de personal técnico

Para “Sabores de mi Tierra”, su recurso humano es uno de sus activos más valioso, debido a que su desempeño en las funciones asignadas se refleja en la correcta elaboración del producto y en el éxito general de la compañía, por ello procura el desarrollo de su gente y el gozo de beneficios instituidos legalmente en el Código de Trabajo.

Es por esto que el personal se lo clasificará en personal administrativo y operativo, quienes tendrán funciones propias y de gran importancia para el funcionamiento de la compañía.

Personal administrativo: Se refiere a las personas que se encargan de la administración de la empresa, respecto a la toma de decisiones, organización y planificación estratégica de la compañía. Es decir, quienes se encargan de dirigir la organización y asegurar el buen desarrollo y alcance de “Sabores de mi Tierra”. Entre los cargos referidos se tienen:

Gerencia general: Persona que se encarga de la dirección estratégica y administración general de la compañía, respecto a llevar a cabo el correcto financiamiento de la empresa y de lograr los más altos niveles de rentabilidad. Además de la administración de fondos, dirección tributaria y contable de la compañía.

Jefe de informaciones tecnológicas – IT: Persona que se encarga de la correcta operatividad de redes de información y sistemas tecnológicos de la empresa.

Gerente de RR.HH.: Persona que se encarga del desempeño y buen desarrollo del personal de toda la planta, así como del cumplimiento de leyes laborales.

Personal operativo: Se refiere a las personas que se encargan de la correcta operatividad y funcionamiento de la planta procesadora, las mismas que se caracterizan por tener funciones relacionadas con las líneas de producción, mantenimiento, seguridad y control de calidad de la empresa.

Entre los cargos que respectan al personal operativo se han considerado los siguientes:

Jefe de mantenimiento: Persona que se encarga de garantizar que los equipos, maquinarias e instalación en general mantengan un cuidado y funcionamiento óptimo, para el buen desarrollo operativo y administrativo de la compañía.

Supervisor de seguridad industrial y física: Persona que se encarga de analizar los riesgos laborales a los que se expone el colaborador y asegurar que las condiciones de trabajo sean las adecuadas.

Médico de salud ocupacional: Persona que se encarga de prevenir y atender incidentes y accidentes suscitados en la planta.

Distribuidor: Persona que se encarga del manejo del vehículo de la empresa, transportación de insumos y distribución del producto terminado a clientes.

Gerente de producción: Persona que se encarga de que se realicen correcta y eficientemente todas las etapas de producción, para mantener la trazabilidad del producto, optimización de tiempos y alcances del plan de producción.

Operador de planta: Persona que se encarga de la operatividad de la maquinaria utilizada para el proceso de fabricación del producto, desde su etapa inicial hasta su etapa final, incluyendo el empaquetamiento del mismo.

Jefe de control de calidad: Persona que se encarga de garantizar la calidad e inocuidad del producto, mediante análisis de laboratorio.

Supervisor de bodega: Persona que se encarga de la compra y almacenamiento de materiales e insumos necesarios para la elaboración del producto, así como de repuestos y conservación del producto terminado. Además de administrar eficientemente la cadena de suministros y área logística de la empresa.

Guardia: Persona que se encarga de la seguridad electrónica y física, mediante el monitoreo de cámaras y el debido control de personas que entran y salen de la empresa.

Auxiliar de sanitización: Persona que se encarga de la limpieza de la planta y oficinas administrativas de la empresa, para evitar una posible contaminación directa o cruzada con el producto.

Los beneficios del personal administrativo y operativo se detallan a continuación en el Cuadro 3.10:

Cuadro 3. 10: Balance de personal

Personal	N° Personas	Remuneración		Beneficios sociales				Costo anual 2016	Costo total de remuneración anual 2017-18-19-20	
		Sueldo mensual	Gasto anual en salarios	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Fondos de reserva			
Personal Administrativo										
Gerencia general	1	\$ 930,51	\$ 11.166,10	\$ 930,51	\$ 366,00	\$ 465,25	\$ 930,14	\$ 11.997,73	\$ 13.858,00	
Jefe de informaciones tecnológicas - IT	1	\$ 506,61	\$ 6.079,32	\$ 506,61	\$ 366,00	\$ 253,31	\$ 506,41	\$ 6.698,83	\$ 7.711,64	
Gerente de recursos humanos	1	\$ 827,12	\$ 9.925,42	\$ 827,12	\$ 366,00	\$ 413,56	\$ 826,79	\$ 10.705,31	\$ 12.358,89	
Total sueldo mensual		\$ 2.264,24	\$ 27.170,85	Total remuneración y beneficio anual						\$ 29.401,87
Personal operativo										
Jefe de mantenimiento	1	\$ 506,61	\$ 6.079,32	\$ 506,61	\$ 366,00	\$ 253,31	\$ 506,41	\$ 6.698,83	\$ 7.711,64	
Supervisor de seguridad industrial y física	1	\$ 444,58	\$ 5.334,92	\$ 444,58	\$ 366,00	\$ 222,29	\$ 444,40	\$ 5.923,38	\$ 6.812,18	
Médico de salud ocupacional	1	\$ 516,95	\$ 6.203,39	\$ 516,95	\$ 366,00	\$ 258,47	\$ 516,74	\$ 6.828,07	\$ 7.861,56	
Distribuidor	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	\$ 365,85	\$ 4.941,15	\$ 5.672,85	
Gerente de producción	1	\$ 827,12	\$ 9.925,42	\$ 827,12	\$ 366,00	\$ 413,56	\$ 826,79	\$ 10.705,31	\$ 12.358,89	
Operador de planta	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	\$ 365,85	\$ 4.941,15	\$ 5.672,85	
Jefe de control de calidad	1	\$ 506,61	\$ 6.079,32	\$ 506,61	\$ 366,00	\$ 253,31	\$ 506,41	\$ 6.698,83	\$ 7.711,64	
Supervisor de bodega	1	\$ 444,58	\$ 5.334,92	\$ 444,58	\$ 366,00	\$ 222,29	\$ 444,40	\$ 5.923,38	\$ 6.812,18	
Guardia	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	\$ 365,85	\$ 4.941,15	\$ 5.672,85	
Auxiliar de sanitización	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	\$ 365,85	\$ 4.941,15	\$ 5.672,85	
Total sueldo mensual		\$ 4.710,44	\$ 56.525,29	Total remuneración y beneficio anual						\$ 62.542,39
Personal Administrativo y Operativo										
Total sueldo mensual		\$ 6.974,68	\$ 83.696,14	Total remuneración y beneficio anual						\$ 91.944,26

Elaborado por: Los autores

3.5 Balance de obras físicas

“Sabores de mi Tierra”, operará en el Parque Industrial Inmaconsa, ubicado en el km 11,5 vía a Daule, el mismo que cuenta con las siguientes características.

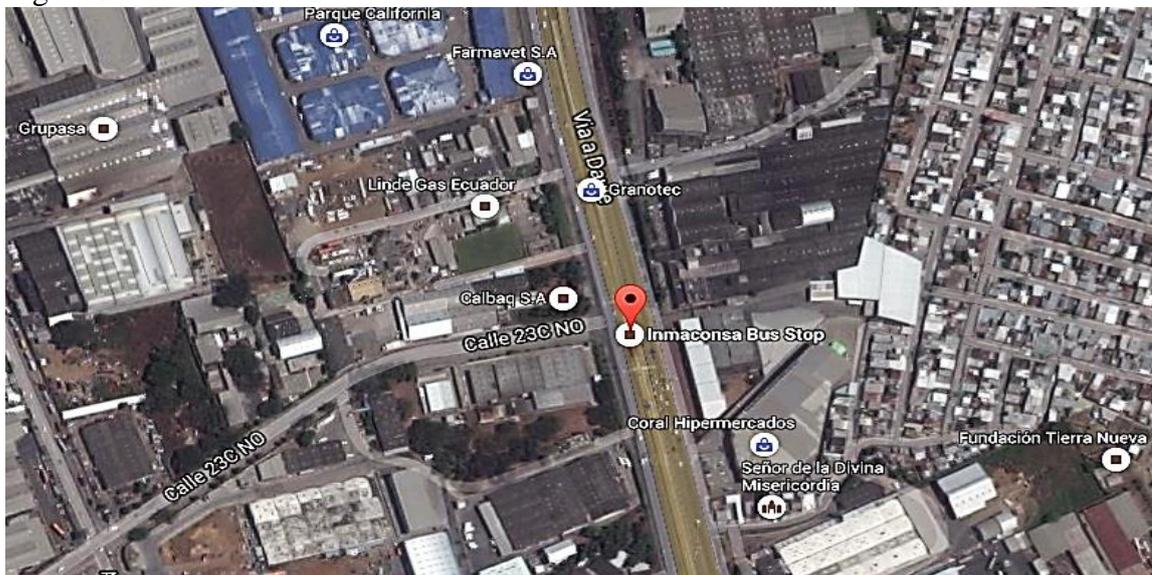
En el estudio de localización se eligió la siguiente ubicación, la cual se considera idónea para el desempeño de actividades de la empresa.

Cuadro 3. 11: Descripción de obras físicas

Bodega en el parque industrial Inmaconsa	
Dirección:	Inmaconsa, km 11,5 vía Daule
Precio del alquiler \$5.550 incluidas expensas	Superficie cubierta 1100 m2
Superficie total 1100 m2	Precio/m2 \$5.00

Elaborado por: Los autores

Figura 3. 11: Localización del sector



Fuente: Buscador google maps

3.5.1 Descripción de las áreas de la planta

Área de recepción de materia prima:

En esta área se receptorá la materia prima, se realizará la selección, muestreo y pesaje de la misma.

Área de control de calidad:

Área en la cual se realizarán los análisis microbiológicos de materia prima, así como las posibles acciones correctivas de producto terminado.

Área de almacenamiento:

Se refiere a las áreas de reserva, tanto de materia prima como de producto terminado. Cabe recalcar que se cuenta con dos máquinas para esta función, además en esta área se realizará el control de inventario (stock), para mantener el abastecimiento de la planta.

Área de logística - bodegas internas:

Aquí se mantendrán reservados los sacos de materia prima (harina de quinua, bicarbonato de sodio, etc) y demás insumos y suministros utilizados, tanto en el proceso como en las labores de la empresa, para esto habrá una bodega de repuestos, insumos y materiales que procure evitar el contacto de alimentos con materiales de acero y plástico.

Área de proceso:

Esta es el área de mayor cuidado higiénico, debido a que es donde se encuentran todas las máquinas a utilizarse en el proceso de elaboración del manjar. El personal se encuentra totalmente obligado a ingresar con su respectivo equipo de protección personal (botas, redecillas, mascarillas, casco y mandil), para evitar que se produzca contaminación cruzada con el producto durante el flujo de producción y evitar riesgos físicos graves en el personal.

Área de envasado:

En esta área únicamente se tendrán los envases necesarios para ser llenados, tapados y codificados en grupos de 4, tomando en cuenta que existen distintas

presentación, por lo que mecánicamente se debe regular la máquina con medidas de 125, 250 y 375 gramos.

Área de sanitización:

En esta sección se encontrarán los materiales de limpieza y es un área restringida para el personal que no se encargue de la sanitización de la planta y de las oficinas.

Área de administración:

En el área administrativa se encuentran todas las oficinas y área de recepción, para recibo de visitas (auditores, abogados, proveedores, entre otros).

Baños y vestidores:

Esta área se encuentra dividida para mujeres y hombres, contiene duchas, vestidores y área de baño, para facilidad del personal que labora en la planta

Área de seguridad:

Esta área se custodia bajo cámaras y llaves, ya que en ella se encuentra el sistema contra incendios, para uso exclusivo en caso de emergencia. Además del sistema de alarmas y seguridad electrónica (gps, cámaras, etc).

Área de estacionamiento exclusivo de personal:

Este parqueadero es exclusivamente para los autos del personal de planta u oficina.

Área de maniobras:

Esta área también llamada patio, es aquella donde se realizará la descarga y embarcamiento de insumos o productos y estacionamiento de camión.

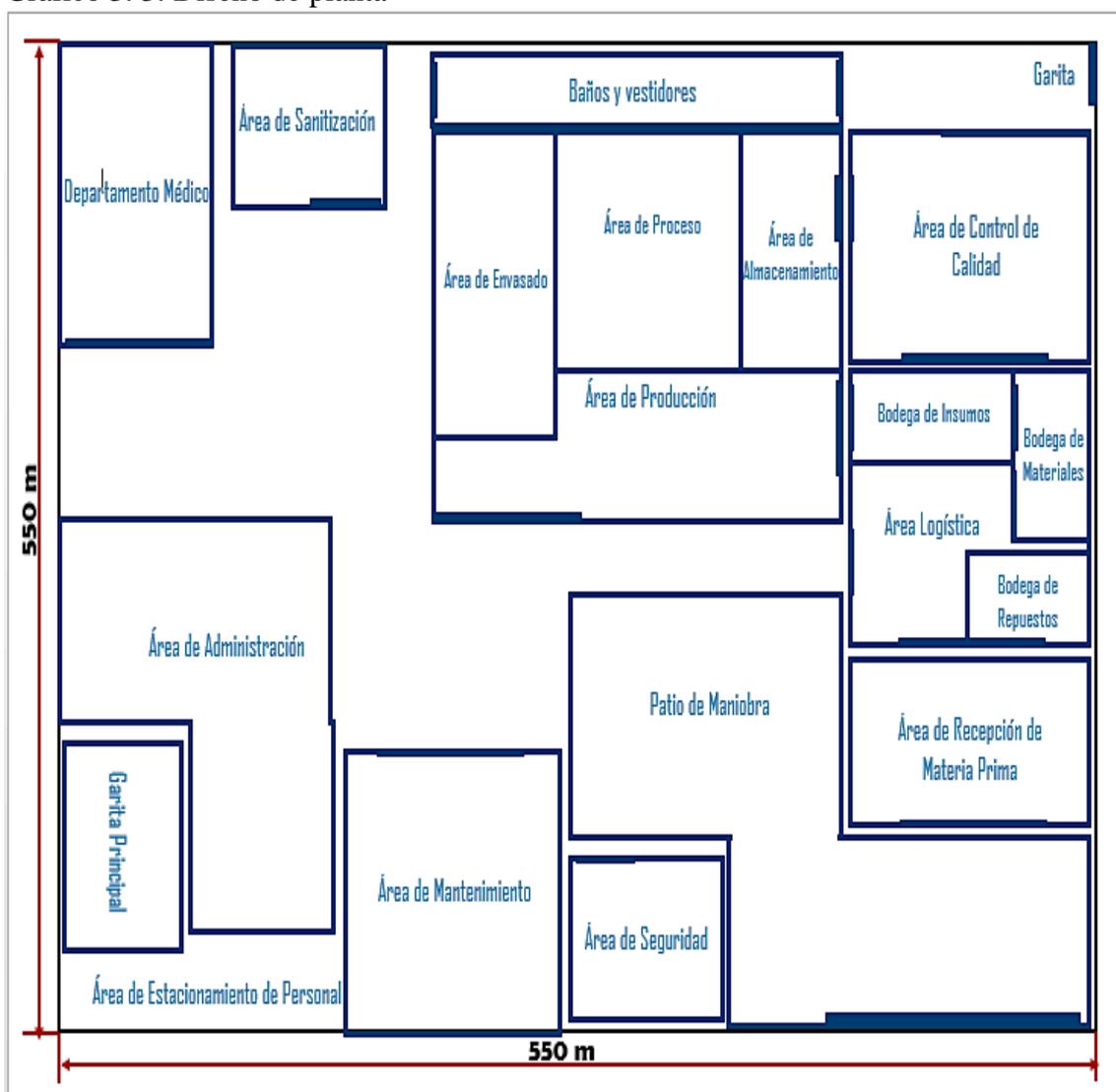
Área de mantenimiento:

Aquella donde se encuentran los materiales para reparación de maquinaria, obra civil y mantenimiento de equipos e instalaciones.

Departamento médico:

Es de suma importancia, debido a la atención médica y de salud ocupacional que se debe llevar a cabo en una empresa que implica riesgos, debido a la industrialización que se lleva en ella.

Gráfico 3. 3: Diseño de planta



Elaborado por: Los autores

3.6 Determinación del tamaño

3.6.1 Tamaño de las instalaciones

En la determinación del tamaño de las instalaciones de “Sabores de mi Tierra”, se considerará como principio fundamental la estimación de la demanda y su crecimiento estimado en el estudio de mercado realizado, ya que de esto dependerá cuán factible sería escoger entre una tecnología u otra, priorizando que la demanda estimada se cubra en su totalidad, para lo cual se hace referencia al Cuadro 3.12.:

Cuadro 3. 12: Estimación de la demanda de “Dolce Vizio”

Año				
2016	2017	2018	2019	2020
Demanda estimada de Dolce Vizio (unidades)				
353.537	360.608	367.820	378.854	390.220
Año				
2021	2022	2023	2024	2025
Demanda estimada de Dolce Vizio (unidades)				
401.927	418.004	434.724	452.113	470.197

Elaborado por: Los autores

Se analizarán tres tipos de tecnologías: A – B y C, de las cuales se elegirá la tecnología que represente el mayor beneficio para la empresa a nivel productivo, físico y económico.

Cuadro 3. 13: Tecnologías de producción

Opciones tecnológicas	A1	B1	C1
Capacidad de producción anual	20945455	15709091	26181818
Costo fijo anual	\$ 158.649,26	\$ 158.649,26	\$ 158.649,26
Costo variable por manjar			
Manjar de 125 gr	1,484525972	1,484525972	1,484525972
Manjar de 250 gr	2,917051945	2,917051945	2,917051945
Manjar de 375 gr	4,340577917	4,340577917	4,340577917
Inversión	\$ 54.900,00	\$ 50.700,00	\$ 61.200,00

Elaborado por: Los autores

Se analizará la tecnología más óptima, mediante el método del Valor Actual Neto (VAN), en la cual se proyectará a 10 años, tomando en consideración la producción de las maquinarias estudiadas, ingresos y costos fijos como los variables. Se utilizará una tasa de descuento de aproximadamente 17,13%, obtenida por el Capital Asset Pricing Model (CAPM).

La maquinaria, en la cual se llevará a cabo el respectivo análisis es la Marmita, donde se evaluará las diferentes capacidades y costos de la misma.

- Marmita cuya producción por hora es de 3000 litros y cuyo costo es de \$9800.
- Marmita cuya producción por hora es de 4000 litros y cuyo costo es de \$11200.
- Marmita cuya producción por hora es de 5000 litros y cuyo costo es de \$13300.

El precio del manjar de 125 gs. a \$1,95, el de la presentación de 250 gs. a un precio de \$3,80 y el de 375 gs. en \$6,80.

Cuadro 3. 14: Análisis de la tecnología A

A1	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Año										
Producción/kg	20945455	20945455	20945455	20945455	20945455	20945455	20945455	20945455	20945455	20945455
Producción/unidades	338746	338746	338746	338746	338746	338746	338746	338746	338746	338746
Manjar 125 gr	96654	96654	96654	96654	96654	96654	96654	96654	96654	96654
Manjar 250 gr	186871	186871	186871	186871	186871	186871	186871	186871	186871	186871
Manjar 375 gr	55221	55221	55221	55221	55221	55221	55221	55221	55221	55221
Ingresos	\$ 1.274.090,02	\$ 1.274.090,02	\$ 1.274.090,02	\$ 1.274.090,02	\$ 1.274.090,02	\$ 1.274.090,02	\$ 1.274.090,02	\$ 1.274.090,02	\$ 1.274.090,02	\$ 1.274.090,02
Manjar 125 gr	\$ 188.475,34	\$ 188.475,34	\$ 188.475,34	\$ 188.475,34	\$ 188.475,34	\$ 188.475,34	\$ 188.475,34	\$ 188.475,34	\$ 188.475,34	\$ 188.475,34
Manjar 250 gr	\$ 710.110,60	\$ 710.110,60	\$ 710.110,60	\$ 710.110,60	\$ 710.110,60	\$ 710.110,60	\$ 710.110,60	\$ 710.110,60	\$ 710.110,60	\$ 710.110,60
Manjar 375 gr	\$ 375.504,08	\$ 375.504,08	\$ 375.504,08	\$ 375.504,08	\$ 375.504,08	\$ 375.504,08	\$ 375.504,08	\$ 375.504,08	\$ 375.504,08	\$ 375.504,08
Costo Fijos	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14
Costo variable										
Manjar 125 gr	\$ 143.485,40	\$ 143.485,40	\$ 143.485,40	\$ 143.485,40	\$ 143.485,40	\$ 143.485,40	\$ 143.485,40	\$ 143.485,40	\$ 143.485,40	\$ 143.485,40
Manjar 250 gr	\$ 545.113,03	\$ 545.113,03	\$ 545.113,03	\$ 545.113,03	\$ 545.113,03	\$ 545.113,03	\$ 545.113,03	\$ 545.113,03	\$ 545.113,03	\$ 545.113,03
Manjar 375 gr	\$ 239.691,87	\$ 239.691,87	\$ 239.691,87	\$ 239.691,87	\$ 239.691,87	\$ 239.691,87	\$ 239.691,87	\$ 239.691,87	\$ 239.691,87	\$ 239.691,87
Costo Total	\$ 1.078.691,43	\$ 1.078.691,43	\$ 1.078.691,43	\$ 1.078.691,43	\$ 1.078.691,43	\$ 1.078.691,43	\$ 1.078.691,43	\$ 1.078.691,43	\$ 1.078.691,43	\$ 1.078.691,43
Flujo Anual	\$ 195.398,58	\$ 195.398,58	\$ 195.398,58	\$ 195.398,58	\$ 195.398,58	\$ 195.398,58	\$ 195.398,58	\$ 195.398,58	\$ 195.398,58	\$ 195.398,58
VAN	\$ 834.911,56									

Elaborado por: Los autores

Cuadro 3. 15: Análisis de la tecnología B

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Producción/kg	15709091	15709091	15709091	15709091	15709091	15709091	15709091	15709091	15709091	15709091
Producción/unidades	254060	254060	254060	254060	254060	254060	254060	254060	254060	254060
Manjar 125 gr	72491	72491	72491	72491	72491	72491	72491	72491	72491	72491
Manjar 250 gr	140153	140153	140153	140153	140153	140153	140153	140153	140153	140153
Manjar 375 gr	41416	41416	41416	41416	41416	41416	41416	41416	41416	41416
Ingresos	\$ 955.567,51	\$ 955.567,51	\$ 955.567,51	\$ 955.567,51	\$ 955.567,51	\$ 955.567,51	\$ 955.567,51	\$ 955.567,51	\$ 955.567,51	\$ 955.567,51
Manjar 125 gr	\$ 141.356,50	\$ 141.356,50	\$ 141.356,50	\$ 141.356,50	\$ 141.356,50	\$ 141.356,50	\$ 141.356,50	\$ 141.356,50	\$ 141.356,50	\$ 141.356,50
Manjar 250 gr	\$ 532.582,95	\$ 532.582,95	\$ 532.582,95	\$ 532.582,95	\$ 532.582,95	\$ 532.582,95	\$ 532.582,95	\$ 532.582,95	\$ 532.582,95	\$ 532.582,95
Manjar 375 gr	\$ 281.628,06	\$ 281.628,06	\$ 281.628,06	\$ 281.628,06	\$ 281.628,06	\$ 281.628,06	\$ 281.628,06	\$ 281.628,06	\$ 281.628,06	\$ 281.628,06
Costo Fijos	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14
Costo variable										
Manjar 125 gr	\$ 107.614,05	\$ 107.614,05	\$ 107.614,05	\$ 107.614,05	\$ 107.614,05	\$ 107.614,05	\$ 107.614,05	\$ 107.614,05	\$ 107.614,05	\$ 107.614,05
Manjar 250 gr	\$ 408.834,77	\$ 408.834,77	\$ 408.834,77	\$ 408.834,77	\$ 408.834,77	\$ 408.834,77	\$ 408.834,77	\$ 408.834,77	\$ 408.834,77	\$ 408.834,77
Manjar 375 gr	\$ 179.768,90	\$ 179.768,90	\$ 179.768,90	\$ 179.768,90	\$ 179.768,90	\$ 179.768,90	\$ 179.768,90	\$ 179.768,90	\$ 179.768,90	\$ 179.768,90
Costo Total	\$ 846.618,86	\$ 846.618,86	\$ 846.618,86	\$ 846.618,86	\$ 846.618,86	\$ 846.618,86	\$ 846.618,86	\$ 846.618,86	\$ 846.618,86	\$ 846.618,86
Flujo Anual	\$ 108.948,65	\$ 108.948,65	\$ 108.948,65	\$ 108.948,65	\$ 108.948,65	\$ 108.948,65	\$ 108.948,65	\$ 108.948,65	\$ 108.948,65	\$ 108.948,65
VAN	\$ 445.433,44									

Elaborado por: Los autores

Cuadro 3. 16: Análisis de la tecnología C

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Producción/gr	26181818	26181818	26181818	26181818	26181818	26181818	26181818	26181818	26181818	26181818
Producción/unidades	423433	423433	423433	423433	423433	423433	423433	423433	423433	423433
Manjar 125 gr	120818	120818	120818	120818	120818	120818	120818	120818	120818	120818
Manjar 250 gr	233589	233589	233589	233589	233589	233589	233589	233589	233589	233589
Manjar 375 gr	69026	69026	69026	69026	69026	69026	69026	69026	69026	69026
Ingresos	\$ 1592.612,52	\$ 1592.612,52	\$ 1592.612,52	\$ 1592.612,52	\$ 1592.612,52	\$ 1592.612,52	\$ 1592.612,52	\$ 1592.612,52	\$ 1592.612,52	\$ 1592.612,52
Manjar 125 gr	\$ 235.594,17	\$ 235.594,17	\$ 235.594,17	\$ 235.594,17	\$ 235.594,17	\$ 235.594,17	\$ 235.594,17	\$ 235.594,17	\$ 235.594,17	\$ 235.594,17
Manjar 250 gr	\$ 887.638,25	\$ 887.638,25	\$ 887.638,25	\$ 887.638,25	\$ 887.638,25	\$ 887.638,25	\$ 887.638,25	\$ 887.638,25	\$ 887.638,25	\$ 887.638,25
Manjar 375 gr	\$ 469.380,10	\$ 469.380,10	\$ 469.380,10	\$ 469.380,10	\$ 469.380,10	\$ 469.380,10	\$ 469.380,10	\$ 469.380,10	\$ 469.380,10	\$ 469.380,10
Costo Fijos	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14	\$ 150.401,14
Costo variable										
Manjar 125 gr	\$ 179.356,75	\$ 179.356,75	\$ 179.356,75	\$ 179.356,75	\$ 179.356,75	\$ 179.356,75	\$ 179.356,75	\$ 179.356,75	\$ 179.356,75	\$ 179.356,75
Manjar 250 gr	\$ 681.391,29	\$ 681.391,29	\$ 681.391,29	\$ 681.391,29	\$ 681.391,29	\$ 681.391,29	\$ 681.391,29	\$ 681.391,29	\$ 681.391,29	\$ 681.391,29
Manjar 375 gr	\$ 299.614,84	\$ 299.614,84	\$ 299.614,84	\$ 299.614,84	\$ 299.614,84	\$ 299.614,84	\$ 299.614,84	\$ 299.614,84	\$ 299.614,84	\$ 299.614,84
Costo Total	\$ 1.310.764,01	\$ 1.160.362,87	\$ 1.160.362,87	\$ 1.160.362,87	\$ 1.160.362,87	\$ 1.160.362,87	\$ 1.160.362,87	\$ 1.160.362,87	\$ 1.160.362,87	\$ 1.160.362,87
Flujo Anual	\$ 281.848,51	\$ 482.249,65	\$ 482.249,65	\$ 482.249,65	\$ 482.249,65	\$ 482.249,65	\$ 482.249,65	\$ 482.249,65	\$ 482.249,65	\$ 482.249,65
VAN	\$ 1.779.331,09									

Elaborado por: Los autores

Se puede determinar que la mejor opción es la C, ya que a una tasa de descuento de 17,13% se obtiene un VAN de \$1779 331,09, siendo el más alto entre las demás alternativas y a su vez satisfaciendo la demanda estimada.

3.6 Estudio de localización

El estudio de localización es muy importante al momento de constituir un negocio, ya en este punto radica una de las decisiones más trascendentales que se debe considerar de acuerdo a las necesidades en cuanto a ubicación y capacidad.

Es por esta razón que se deben tomar en cuenta diversos factores con el objetivo de determinar el mejor punto geográfico, en base a la actividad del negocio, la misma que en el presente negocio radica en la manufactura.

3.6.1 Factores de localización

Se procederá con el análisis de los factores que presenten mayor relevancia y que de alguna forma son claves para determinar la localización, se le asignará una ponderación en base al grado de importancia que representan.

- **Mano de obra disponible**

Una zona de difícil acceso dificultará la disponibilidad de recurso humano en los diferentes puntos de la ciudad de Guayaquil, razón por la cual se considera un factor relevante, pero no imprescindible al tomar una decisión.

- **Disponibilidad de agua, energía y otros suministros**

En todo negocio el acceso a servicios básicos es de vital importancia y con mayor razón, en una empresa que procesa alimentos, ya que es fundamental para el funcionamiento de la misma.

- **Cercanía de las fuentes de abastecimiento**

Es indispensable que el negocio se caracterice por el constante abastecimiento, para cumplir a cabalidad con la producción y satisfacer la demanda establecida.

- **Posibilidades de desprenderse de los desechos**

La eliminación de desechos es un tema de mucho control, razón por la cual es un factor importante a considerar al momento de determinar la ubicación.

3.6.2 Método cualitativo por puntos

Dentro de las alternativas de ubicación se tienen las siguientes:

- Zona A: Lotización Inmaconsa km 11,5 Vía Daule
- Zona B: Vía a la Costa
- Zona C: Parque Industrial Pascuales

Tabla 4. 1: Estudio de localización

Factor	Peso	Zona A		Zona B		Zona C	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Mano de obra disponible	7%	6	0,42	7	0,49	3	0,21
Disponibilidad de agua, energía y otros suministros	30%	9	2,7	5	1,5	7	2,1
Cercanía de las fuentes de abastecimiento	22%	7	1,54	8	1,76	6	1,32
Costos de transporte	16%	8	1,28	3	0,48	4	0,64
Posibilidades de desprenderse de los desechos	25%	3	0,75	6	1,5	9	2,25
Totales	100%		6,69		5,73		6,52

Elaborado por: Los autores

De acuerdo a las ponderaciones asignadas en los factores, según los puntos de ubicación, se puede determinar que la zona A, obtuvo mejores calificaciones, debido a las condiciones que posee para cubrir las necesidades que el negocio exige.

3.7 Conclusiones del estudio técnico

Según análisis pertinentes en el estudio técnico, se determinó que “Sabores de mi Tierra” se ubicará en el Parque Empresarial Inmaconsa, debido a la cobertura que ofrece a las necesidades en las que incurre el negocio.

El espacio cuenta con 1 100 m², el cual se dividió en base a la maquinaria utilizada en el proceso y a las diferentes áreas y departamentos de la empresa, además de contar con un área de estacionamiento y descarga de materia prima.

En base a la tecnología seleccionada, se llegará a producir 423433 unidades al año, lo que equivale a 35286 unidades mensuales, por lo cual satisface a la demanda en su mayoría, considerando el crecimiento de la misma en el tiempo.

En cuanto al personal, los sueldos ascienden a \$83696,14, debido a que al ser una planta industrial se requieren cargos que son primordiales para mantener el correcto funcionamiento del negocio.

CAPÍTULO IV

4.1 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.1.1 Misión

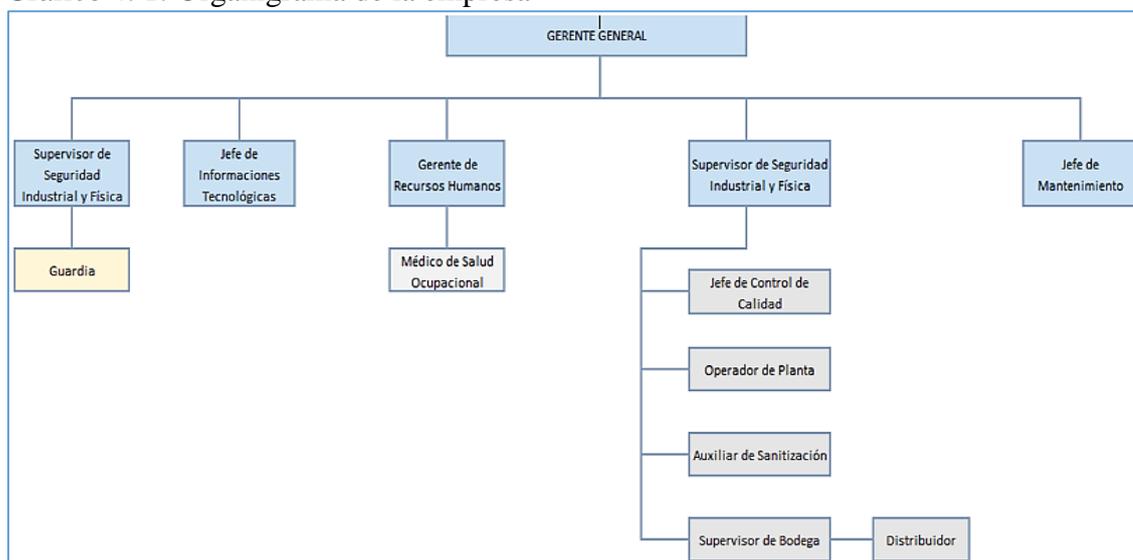
Elaborar un alimento nutritivo y diferenciado de la competencia con altos estándares de calidad, para satisfacer de mejor manera al consumidor, pensando en la salud de las familias guayaquileñas, gracias a su exquisito sabor y preparación, creando confianza y fuertes vínculos con el cliente.

4.1.2 Visión

Ser una empresa innovadora que logre constantemente el crecimiento y brinde valor agregado a la industria alimenticia, además de posicionarse en la mente de los consumidores de manjar, así como mantener la calidad de los productos elaborados en “Sabores de mi Tierra”.

4.1.3 Organigrama

Gráfico 4. 1: Organigrama de la empresa



Elaborado por: Los autores

1.4 Descriptivo de funciones:

Cuadro 4. 1: Número de personas por cargo

Personal administrativo	No. Personas
Gerencia general	1
Jefe de informaciones tecnológicas - IT	1
Gerente de recursos humanos	1
Personal operativo	No. Personas
Jefe de mantenimiento	1
Supervisor de seguridad industrial y física	1
Médico de salud ocupacional	1
Distribuidor	1
Gerente de producción	1
Operador de planta	1
Jefe de control de calidad	1
Supervisor de bodega	1
Guardia	1
Auxiliar de sanitización	1

Elaborado por: Los autores

Descripción del cargo	
Nombre del cargo:	Gerente general
Departamento:	Gerencia
Nivel jerárquico:	Gerencia

Objetivo del cargo

Dirigir, organizar, coordinar y controlar los recursos técnicos, económicos y humanos puestos a su disposición, desarrollando e impulsando el crecimiento de la compañía, de acuerdo a las estrategias, políticas y claves de gestión establecidas, para garantizar el logro de los objetivos de producción, venta y seguridad alimentaria.

Funciones del cargo

- Diseñar las estrategias de consolidación y expansión del negocio, así como establecer las políticas de operación y aplicación de recursos, para conseguir el posicionamiento deseado en el medio.

- Promover que todas las acciones y objetivos se encuentren alineados a la misión y visión de la compañía, para garantizar el correcto desarrollo de la cultura de la empresa.
- Aprobar presupuestos y políticas de gestión de todas las áreas de la compañía, así como establecer lineamientos, para cumplir con los objetivos de la compañía.
- Realizar la gestión financiera, mediante el manejo contable y tributario de la actividad económica de la compañía, para analizar los indicadores necesarios en la toma de decisiones empresarial.
- Elaborar el presupuesto anual, para establecer el tonelaje de producción, asignación de costos, gastos y eficiencias respecto al negocio.
- Ejercer la representación jurídica de la empresa, así como asegurar la gestión oportuna de fondos y cumplimiento de obligaciones tributarias, para evitar posibles sanciones.
- Implementar y mantener en la empresa una filosofía de calidad total, a través de la mejora continua de los procesos actuales, así como la introducción de nuevas tecnologías, para mantener la posición de liderazgo de la compañía.
- Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno de trabajo, reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional (S&SO), política de calidad, normas BPM, código de conducta y todos los procedimientos internos o externos que se requieran, para el buen desarrollo de sus funciones.

Responsabilidades

Supervisa a:

Gerencias de área, jefe de mantenimiento y supervisor de seguridad industrial y física.

Perfil del puesto

Educación:	Título en Administración de Empresas.
-------------------	---------------------------------------

Experiencia:	Mínimo 5 años de experiencia en el cargo o similares.
---------------------	---

Descripción del cargo

Nombre del cargo:	Gerente de RR.HH
--------------------------	-------------------------

Departamento:	Recursos humanos
----------------------	------------------

Nivel jerárquico:	Gerencia
--------------------------	----------

Objetivo del cargo

Administrar eficientemente el recurso humano, mediante una efectiva contratación y capacitación, generando estrategias de desarrollo empresarial que promuevan mejoras en la cultura organizacional, de acuerdo a la aplicación del código de trabajo y demás objetivos de la compañía, para generar un alto nivel de compromiso, bienestar y productividad en los colaboradores.

Funciones del cargo

- Apoyar a la gerencia general en el desarrollo del “plan estratégico” de la organización, para el logro de objetivos planteados.
- Coordinar y programar capacitaciones y entrenamientos que promuevan personal y organizacionalmente en los colaboradores la motivación al logro, para asegurar el cumplimiento de planes de formación, desarrollo y mejoramiento de competencias.
- Coordinar y gestionar programas de evaluación de desempeño, para el desarrollo y manejo oportuno del personal.

- Administrar y gestionar correctamente los fondos de sueldos y salarios (propuestas de incrementos, beneficios sociales, cambios en la estructura, promociones, entre otros), mediante el manejo de nómina, para garantizar el cumplimiento del código de trabajo.
- Revisar y aprobar programas de acción, para promover y apoyar las gestiones de salud preventiva y curativa de los colaboradores de la empresa.
- Coordinar programas de recreación para los empleados, tales como: Actividades sociales (día de la madre/padre/mujer, entre otros), culturales y deportivas, reconocimiento por años de servicio y aportación a los sistemas de gestión de la organización, para contribuir positivamente en su calidad de vida laboral.
- Coordinar y desarrollar programas de reclutamiento, selección, contratación e inducción de personal, para asegurar una dotación apropiada y efectiva de personal a todos los departamentos de la empresa.
- Analizar y ejecutar planes de acción de indicadores de rotación y ausentismo, índices de accidentes de morbilidad, ambiente laboral, encuestas de opiniones, entre otros, para determinar el impacto que obtienen en el personal las políticas y programas de la compañía, así como plantear propuestas a la gerencia general.
- Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno de trabajo, reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional (S&SO), política de calidad, normas BPM, código de conducta y todos los procedimientos internos o externos que se requieran, para el buen desarrollo de sus funciones.

Responsabilidades

Supervisa a:

Médico de salud ocupacional

Perfil del puesto

Educación:	Título en Administración de Empresas, Psicología Organizacional o Industrial.
Experiencia:	Mínimo 5 años de experiencia en el cargo o similares.

Descripción del cargo

Nombre del cargo:	Gerente de Información Tecnológica - IT
Departamento:	Sistemas
Nivel jerárquico:	Gerencia

Objetivo del cargo

Asegurar la correcta operatividad de redes de información, sistemas tecnológicos, funcionamiento y disponibilidad de toda la infraestructura de sistemas en la planta, de acuerdo al uso de software disponibles, para garantizar la optimización del tiempo empleado en las labores de los usuarios.

Funciones del cargo

- Verificar la ejecución de los respaldos de los datos/directorios de los servidores y otros dispositivos que contengan datos importantes para la empresa.

- Analizar/evaluar los requerimientos de programas/aplicaciones solicitadas por los usuarios.

- Asegurar que todo requerimiento de usuarios se canalicen.

- Asegurar/supervisar que se ejecuten oportunamente los pedidos de suministros de computación y que se distribuyan apropiadamente.

- Crear/eliminar/modificar los accesos a usuarios en la red de la empresa.
- Monitorear los logs existentes en la red, con el fin de detectar o prevenir cualquier actividad no autorizada sobre los recursos informáticos de la empresa.

Perfil del puesto

Educación:	Título de Ingeniería en Sistemas.
Experiencia:	Mínimo 3 años de experiencia en el cargo o similares.

Descripción del cargo

Nombre del cargo:	Supervisor de seguridad industrial y física
Departamento:	Seguridad
Nivel jerárquico:	Supervisión

Objetivo del cargo

Planificar, supervisar, evaluar e implementar las políticas de seguridad, reglamentos, procedimientos, planes de emergencias y contingencia, normas y programas de seguridad integral, que brinden buenas condiciones en los puestos de trabajo, así como el cumplimiento de las regulaciones y normas nacionales referente a seguridad industrial, física y electrónica, para prevenir pérdidas materiales y humanas.

Funciones del cargo

- Planificar, establecer y hacer seguimiento a programas del sistema contra incendio, para mejorar su confiabilidad, disponibilidad y mantenimiento.
- Elaborar y actualizar planes de emergencia y contingencia de la empresa, para estar preparados en atender una emergencia y minimizar las pérdidas.

- Coordinar y supervisar las comunicaciones vía radios utilizados en la empresa, para desempeñar las funciones eficientemente.
- Coordinar las custodias de los productos solicitados, para que se destinen cumpliendo los estándares de seguridad, previniendo pérdidas y/o contaminaciones.
- Garantizar la fiabilidad de los sistemas de seguridad electrónica de la empresa, para mantener la trazabilidad de lo sucedido y disuadir a que personas ajenas cometan una actividad ilícita.
- Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno de trabajo, reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional (S&SO), política de calidad, normas BPM, código de conducta y todos los procedimientos internos o externos que se requieran, para el buen desarrollo de sus funciones.

Responsabilidades

Supervisa a:

Guardia

Perfil del puesto

Educación: | Título de Ingeniería Industrial, Ingeniería en Alimentos.

Experiencia: | Mínimo 2 años de experiencia en el cargo o similares.

Descripción del cargo

Nombre del cargo:	Guardia
--------------------------	----------------

Departamento:	Seguridad
----------------------	-----------

Nivel jerárquico:	Operativo
--------------------------	-----------

Objetivo del cargo

Salvaguardar y proteger los bienes físicos y del personal que se encuentren en el interior de la empresa durante el desempeño de su actividad, de acuerdo a políticas, procedimientos y normas establecidas en la compañía, para evitar hurtos, robos, ingreso de artículos restringidos, contaminación, sabotaje y cualquier otro daño que afecte a la seguridad de la empresa.

Funciones del cargo

- Vigilar y controlar las fuentes potenciales de inseguridad o peligro, para proteger los bienes y físicos y del personal.
- Revisar bultos, mochilas y artículos personales, para identificar que no se encuentren objetos, materiales y/o sustancias restringidos de ingresar a la empresa.
- Atender y asesorar a los visitantes que llegan a la planta, para hacerles llenar el respectivo formulario, dar a conocer las políticas de seguridad de la empresa y derivarlos a las áreas correspondientes.
- Recibir facturas y registrar en bitácora el movimiento de producto terminado y materiales entregados de proveedores, para llevar el debido control de ingreso y salida.
- Negar el acceso al personal que presente signos de estar bajo efectos de alcohol o algún tipo de droga y comunicar a la unidad de seguridad, para asegurar el funcionamiento operativo de la empresa.

Responsabilidades

Perfil del puesto

Educación:

| Bachiller en cualquier especialización.

Experiencia: | Mínimo 1 año de experiencia en el cargo o similares.

Descripción del cargo

Nombre del cargo:	Jefe de control de calidad
Departamento:	Producción
Nivel jerárquico:	Jefatura

Objetivo del cargo

Administrar y desarrollar las actividades del área de calidad, de acuerdo a los estándares de calidad y procedimientos establecidos como: Las normas de BPM, plan HACCP (PCC'S), política de calidad, seguridad alimentaria, instructivos de trabajo y puntos de control del proceso, para asegurar el cumplimiento de regulaciones locales competentes a la industria de alimentos.

Funciones del cargo

- Implementar mejoras en el sistema de calidad de la compañía, para optimizar el desempeño, rendimiento y eficiencia del control de procesos.
- Asegurar el mantenimiento y funcionalidad del plan de seguridad alimentaria, para garantizar la inocuidad del producto.
- Evaluar el producto no conforme e implementar acciones correctivas que eviten posibles quejas de los consumidores.
- Realizar pruebas de ingredientes, mezclas y producto terminado, para los respectivos análisis microbiológicos y características organolépticas.
- Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno de trabajo, reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional (S&SO), política de calidad, normas BPM, código de

conducta y todos los procedimientos internos o externos que se requieran, para el buen desarrollo de sus funciones.

Responsabilidades

Perfil del puesto

Educación: | Título de Ingeniería en Alimentos.

Experiencia: | Mínimo 2 años de experiencia en el cargo o similares.

Descripción del cargo

Nombre del cargo: | Gerente de producción y logística

Departamento: | Producción

Nivel jerárquico: | Gerencia

Objetivo del cargo

Planificar, organizar y dirigir las actividades referentes a los procesos de producción que se llevan a cabo en la elaboración del manjar, de acuerdo a normas, estándares, procedimientos y políticas establecidas, para lograr la satisfacción de clientes externos.

Funciones del cargo

- Analizar y proponer mejoras en los procesos, procedimientos y controles de la gestión de producción, para contribuir en el mejoramiento continuo del mismo.
- Coordinar la organización de los trabajos de mantenimiento que requieran las distintas áreas del departamento, para evitar paralizaciones no programadas por averías de máquinas.

- Coordinar los requerimientos de materiales de empaque, insumos y materia prima, para realizar la correcta programación de producción diaria.
- Controlar y supervisar que el personal a su cargo cumpla en forma apropiada con las funciones y responsabilidades asignadas, para garantizar el correcto desempeño del departamento.
- Promover la orientación a la calidad total, para lograr la satisfacción del cliente.
- Monitorear el cumplimiento de los objetivos de producción y calidad, para garantizar el alcance de las metas establecidas.
- Coordinar con el área de bodega los despachos de producto terminado, para cumplir con el plan de distribución establecido.
- Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno de trabajo, reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional (S&SO), política de calidad, normas BPM, código de conducta y todos los procedimientos internos o externos que se requieran, para el buen desarrollo de sus funciones.

Responsabilidades

Supervisa a:

Supervisor de bodega, jefe de control de calidad, operador de planta, auxiliar de sanitización.

Perfil del puesto

Educación: | Título de Ingeniería Industrial, Ingeniería en Alimentos.

Experiencia: | Mínimo 3 años de experiencia en el cargo o similares.

Descripción del cargo

Nombre del cargo:	Auxiliar de sanitización
Departamento:	Producción
Nivel jerárquico:	Operativo

Objetivo del cargo

Asegurar la higiene de todas las instalaciones de la empresa, de acuerdo a los procedimientos aplicados en el área, para evitar una posible contaminación cruzada y cumplir con las normas BPM establecidas.

Funciones del cargo

- Limpiar todas las superficies y tanques, para sanitizar y evitar una posible contaminación cruzada al eliminar residuos de materia orgánica, bacterias y microorganismos.

- Rotular los materiales de limpieza, envases y equipos de protección, para eliminar cualquier tipo de riesgo pertinente y mantener la seguridad física.

- Realizar el abastecimiento de suministros de limpieza, para mantener la seguridad e higiene del personal y de las áreas de la compañía.

- Mantener la limpieza y orden del área administrativa de la empresa, para la normalidad de las funciones del personal.

Responsabilidades

Perfil del puesto

Educación:	Bachiller en cualquier especialización.
-------------------	---

Experiencia: Sin experiencia.

Descripción del cargo

Nombre del cargo:	Distribuidor
Departamento:	Producción y logística
Nivel jerárquico:	Operativo

Objetivo del cargo

Realizar la operación de custodia, mediante la prestación segura y oportuna del servicio de transporte, manteniendo el vehículo asignado en perfectas condiciones, para garantizar la eficiente operatividad y cumplir con los requerimientos de la empresa.

Funciones del cargo

- Colaborar en las actividades de logística y movimientos externos, para atender requerimientos de manera oportuna y eficiente.
- Realizar el embarque y distribución de producto terminado, de manera eficiente y segura, para cumplir oportunamente con los requerimientos de clientes externos.
- Registrar diariamente en la bitácora todos los movimientos y novedades del vehículo, para mantener el debido control de las rutas.

Responsabilidades

Perfil del puesto

Educación: Bachiller en cualquier especialización.

Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia en el cargo o similares.

Descripción del cargo

Nombre del cargo:	Supervisor de bodega e inventario
Departamento:	Producción y logística
Nivel jerárquico:	Supervisión

Objetivo del cargo

Supervisar el eficiente movimiento, reposición y rotación de productos, materiales, ingredientes y repuestos registrados en inventario, así como custodiar los repuestos e insumos que formen parte de las bodegas, por medio de los sistema utilizados por la compañía, para proveer y asegurar la correcta administración de las bodegas.

Funciones del cargo

- Realizar la toma de inventarios (Off line, SAP, físico) de los productos semi-elaborados, producto terminado, materiales, ingredientes y repuestos, para analizar y reportar las diferencias generadas.
- Organizar y ejecutar el cierre de inventario, para establecer las debidas acciones correctivas o planes de mejora, según los resultados obtenidos.
- Coordinar y realizar “explosión” o requerimiento de materiales e ingredientes, de acuerdo a los planes de producción suministrados, para asegurar el debido abastecimiento a la planta.
- Coordinar con los diferentes proveedores y clientes las fechas estimadas de entrega y recepción, según las necesidades de la planta y previa solicitud, para mantener abastecidas las áreas de producción y logística, además de dar cumplimiento a las planificaciones de producción y empaque.
- Enviar semanalmente los reportes de saldos de producto semi elaborado / producto terminado a la gerencia de logística, para su control.

- Gestionar con el área de producción el re-proceso de inventario, para reducir las existencias físicas en las bodegas.
- Cumplir al detalle con el proceso de la cadena de suministro, para mantener el óptimo funcionamiento de la cadena de valor.
- Controlar el rotulado y etiquetado de productos almacenados en las diferentes bodegas.

Responsabilidades

Supervisa a:

Distribuidor

Perfil del puesto

Educación: | Título en Administración de Empresas.

Experiencia: | Mínimo 2 años de experiencia en el cargo o similares.

Descripción del cargo

Nombre del cargo:	Médico de salud ocupacional
Departamento:	Recursos humanos
Nivel jerárquico:	Jefatura

Objetivo del cargo

Diseñar y ejecutar procedimientos para la salud ocupacional, en base a parámetros determinados por la gerencia general de la compañía, con el fin de mantener

un óptimo estado de salud del personal de la empresa, buscando constantes mejoras e innovaciones de los procedimientos establecidos.

Funciones del cargo

- Elaborar profesiograma de los diferentes puestos de trabajo, para determinar las características fisiológicas de los colaboradores y aspirantes, a fin de minimizar los riesgos laborales.
- Elaborar, actualizar y difundir los informes correspondientes a las actividades realizadas, indicadores de gestión, estadística de accidentabilidad y enfermedad, para realizar el debido seguimiento al desempeño del sistema de gestión en S&SO, así como para el registro y envío de información a la gerencia general, el Ministerio de Trabajo y riesgos de trabajo del Intituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).
- Definir la metodología a aplicar en el diagnóstico de las condiciones de salud y seguridad, para realizarlos dentro de la compañía, brindando formación y acompañamiento a quienes realicen la evaluación.
- Revisar los informes de accidentes, casi accidentes, enfermedades profesionales y no conformidades de un proceso, para asegurar la completa aplicación de las acciones correctivas o la disminución de riesgos.
- Consolidar la información de las fichas médicas ocupacionales y coordinar la realización de exámenes complementarios, en caso de ser necesario, para establecer las condiciones de salud de los colaboradores y/o aspirantes.
- Realizar atenciones médicas y ejecutar programas de vigilancia epidemiológica, exámenes de ingreso, reubicación laboral, medidas específicas de protección, entre otras, para mejorar las condiciones de los colaboradores, satisfacción y clima laboral.

- Realizar la asistencia médica especializada en salud ocupacional a los trabajadores que la requieran, para definir las condiciones de salud y niveles de riesgo.
- Participar en la identificación de peligros y riesgos, para definir las situaciones presentes en cada área y dar a conocer las acciones preventivas.

Responsabilidades

Perfil del puesto

Educación:	Título en Medicina General/Cirugía/Seguridad y Salud Ocupacional.
Experiencia:	Mínimo 3 años de experiencia en el cargo o similares.

Descripción del cargo

Nombre del cargo:	Jefe de mantenimiento
Departamento:	Mantenimiento
Nivel jerárquico:	Jefatura

Objetivo del cargo

Administrar el área de mantenimiento, buscando una mayor eficiencia de la capacidad instalada al más bajo costo operativo, de acuerdo a los estándares técnicos, de calidad, seguridad y ambiental, para garantizar el buen funcionamiento y conservación de los bienes muebles e inmuebles de la compañía.

Funciones del cargo

- Estimar, planificar y controlar el presupuesto anual necesario, para asegurar el adecuado costo operativo.

- Controlar el uso de recursos como: Agua y energía eléctrica en todas las instalaciones de la compañía, para evitar el desperdicio de los mismos.
- Supervisar de manera constante el estado de las instalaciones y equipos, para establecer oportunidades de mejora, calidad y efectividad del mantenimiento.
- Tramitar y aprobar requisiciones de materiales, repuestos y trabajos de contratistas, para la ejecución de los diferentes proyectos en curso.
- Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno de trabajo, reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional (S&SO), política de calidad, normas BPM, código de conducta y todos los procedimientos internos o externos que se requieran, para el buen desarrollo de sus funciones.

Responsabilidades

Perfil del puesto

Educación:	Técnico en Mantenimiento de Instalaciones
-------------------	---

Experiencia:	Mínimo 3 años de experiencia en el cargo o similares.
---------------------	---

Descripción del cargo

Nombre del cargo:	Operador de planta
--------------------------	--------------------

Departamento:	Producción
----------------------	------------

Nivel jerárquico:	Operario
--------------------------	----------

Objetivo del cargo

Ejecutar y controlar el correcto funcionamiento de la planta, en todo lo concerniente al proceso productivo, de acuerdo a los estándares técnicos, de calidad y

seguridad, para garantizar que se proporcione a los clientes un producto de alta calidad, integridad, seguridad e inocuidad.

Funciones del cargo

- Realizar calibraciones, operación, limpieza y lubricación a la marmita, tanque homogeneizador, recepción y demás maquinaria útil, así como las mezclas necesarias, para la elaboración del manjar.

- Analizar el flujo de productividad, a través de indicadores de producción.

- Controlar que se mantenga el normal funcionamiento de procesos y equipos, para la elaboración del producto.

- Realizar reportes del rendimiento de producción y funcionamiento de equipos, para dar a conocer al jefe inmediato.

- Coordinar con las áreas pertinentes la regulación de voltajes de red, para evitar inconvenientes durante la jornada de labor.

- Cumplir el reglamento interno de trabajo, reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional (S&SO), política de calidad, normas BPM, código de conducta y todos los procedimientos internos o externos que se requieran, para el buen desarrollo de sus funciones.

Responsabilidades

Perfil del puesto

Educación: | Título de Ingeniería Química

Experiencia: | Mínimo 3 años de experiencia en el cargo o similares.

4.1.4 Logo de la empresa

Figura 4. 1: Logo de la empresa



Elaborado por: Los autores

4.1.4 Logo del producto:

Figura 4. 2: Logo del producto



Elaborado por: Los autores

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Estimación de costos

5.1.1 Elementos básicos

Los elementos básicos que corresponden a la elaboración de “Dolce Vizio”, en cuanto al ámbito financiero se refiere serán los costos fijos, costos variables y demás gastos incurridos para la puesta en marcha del negocio, los mismos que son de vital importancia en la toma de decisiones, planes de acción y uso eficiente de recursos.

Por lo cual, al hablar de costos fijos se hace referencia a aquellos costos que son propios del negocio, constantes y obligatorios de incurrir, a pesar de no depender de las cantidad de producto que se elabore en “Sabores de mi Tierra”.

De la misma manera se incurrirán en costos variables, los cuales dependerán en su totalidad del volumen de producción de la empresa, es decir que se presentarán variaciones en el tiempo de acuerdo a la demanda estimada, así como diversos gastos relacionados a la actividad económica de la empresa.

5.1.2 Análisis costo - volumen - utilidad

Para el presente análisis se hará uso del punto de equilibrio, el cual muestra la relación existente entre los ingresos y costos, a partir de distintos niveles de producción y ventas.

Para determinarlo se aplicará la siguiente fórmula:

$$Q = \frac{Cf}{P - Cv}$$

Se considera que existen tres tipos de demanda para el producto. En base a las presentaciones, se procederá a calcular tres puntos de equilibrio.

Para el cálculo se toma en cuenta la participación de cada una de las presentaciones (125 gs., 250 gs. y 375 gs.), en la que el costo fijo también estará en proporción de cada uno de los porcentajes de participación, tal como se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro 5. 1 Participación estimada y costo fijo total de “Dolce Vizio”.

Participación en ventas	
Presentación 125 gr	28,53%
Presentación 250 gr	55,16%
Presentación 375 gr	16,30%
Costo fijo total	\$ 158.649,26

Elaborado por: Los autores

Al hacer el cálculo respectivo se puede determinar que “Sabores de mi Tierra” tendrá que producir las siguientes cantidades de “Dolce Vizio”, en base a cada una de las presentaciones para cubrir sus respectivos costos.

- Producir 97 250 unidades para la presentación de 125 gs.
- Producir 99 122 unidades para la presentación de 250 gs.
- Producir 10 516 unidades para la presentación de 375 gs.

Estos valores se encuentran detallados en el siguiente cuadro, para consideración del análisis a los costos fijos y variables.

Cuadro 5. 2: Punto de equilibrio

Presentación	Participación en ventas	Costo fijo total (\$)	Precio (\$)	Costo variable unitario (\$)	Punto de equilibrio (unidades)
Presentación 125 gr	28,53%	\$ 45.267,16	\$ 1,95	\$ 1,48	97250
Presentación 250 gr	55,17%	\$ 87.519,69	\$ 3,80	\$ 2,92	99122
Presentación 375 gr	16,30%	\$ 25.862,42	\$ 6,80	\$ 4,34	10516
Total	100,00%	\$ 158.649,26			206887

Elaborado por: Los autores

5.1.3 Costos fijos

En cuanto a los costos fijos se hace referencia a la remuneración del personal, tanto administrativo como operativo, así como el pago del alquiler y uniformes que obligatoriamente deberán ser proporcionados a los colaboradores, implicando el otorgamiento de uso de equipo de protección personal, por referirse a una empresa perteneciente al mercado industrial.

5.1.4 Costos variables

Los costos variables en los que se incurrirá se determinan por todos los insumos utilizados en la elaboración del manjar, así como también los envases plásticos en los que se distribuirá “Dolce Vizio”, cabe recalcar que los precios se cotizaron al por mayor.

Los ingredientes que se utilizarán para la elaboración del manjar varían de cantidad, en base a las diferentes presentaciones que se ofrecen, los mismos que se mostrarán en el siguiente cuadro.

Cuadro 5. 3: Costos variables de “Sabores de mi Tierra”

Costos variables					
Materia prima	125 gr	Materia prima	250 gr	Materia prima	375 gr
Leche de arroz	\$ 0,3750	Leche de arroz	\$ 0,750	Leche de arroz	\$ 1,125
Gramos de quinua	\$ 0,5000	Gramos de quinua	\$ 1,000	Gramos de quinua	\$ 1,500
Gramos de soya	\$ 0,0188	Gramos de Soya	\$ 0,038	Gramos de soya	\$ 0,056
Fructosa	\$ 0,4289	Fructosa	\$ 0,858	Fructosa	\$ 1,287
Bicarbonato de sodio	\$ 0,0001	Bicarbonato de sodio	\$ 0,000	Bicarbonato de sodio	\$ 0,000
Sorbato de potasio	\$ 0,0172	Sorbato de potasio	\$ 0,034	Sorbato de potasio	\$ 0,052
Esencia de vainilla	\$ 0,0006	Esencia de vainilla	\$ 0,001	Esencia de vainilla	\$ 0,002
Glucosa	\$ 0,0500	Glucosa	\$ 0,100	Glucosa	\$ 0,150
Envases de plásticos	\$ 0,0940	Envases de plásticos	\$ 0,136	Envases de plásticos	\$ 0,169
Total	\$ 1,48	Total	\$ 2,92	Total	\$ 4,34

Elaborado por: Los autores

5.1.5 Gastos generales

Para este proyecto se consideran los siguientes gastos generales, los mismos que estan conformados por el gasto de internet solicitado en la empresa Netlife, así como

también el gasto de suministro de oficina, botellones de agua, gastos de combustibles para el camión, servicios contables y gastos de seguro; los cuales se estiman de manera mensual y anual, tal como se muestra en el Cuadro 5.4.

Cuadro 5. 4: Gastos generales de “Sabores de mi Tierra”

Gastos generales	Mensual	Anual
Gasto de internet	\$ 60,00	\$ 720,00
Gastos de suministros de oficina	\$ 175,00	\$ 2.100,00
Gastos de botellones de agua	\$ 80,00	\$ 960,00
Gastos de combustibles	\$ 130,00	\$ 1.560,00
Servicios contables	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Gastos de seguro	\$ 260,00	\$ 3.120,00
Total	\$ 1.505,00	\$ 18.060,00

Elaborado por: Los autores

5.1.6 Gastos de suministros de limpieza y baño

Es importante considerar los suministros de limpieza y baño, por lo que se ha costado los siguientes ítems detallados en el cuadro que se muestra a continuación.

Cuadro 5. 5: Gastos de suministros de limpieza y baño

Suministros de limpieza y Baño	Mensual	Anual
Balde (carrito de limpieza)		\$ 172,00
Trapeador		\$ 4,36
Escobas		\$ 5,60
Recogedor de basura		\$ 1,58
Cepillo de inodoro		\$ 5,98
Porta papel higiénico		\$ 81,60
Cajetilla de jabón		\$ 5,60
Otros (Papel higiénico, jabón, toalla de mano, desinfectantes)	\$ 60,00	\$ 720,00
Tachos de basura		\$ 99,12
Total		\$ 1.095,84

Elaborado por: Los autores

5.1.7 Gastos de servicios básicos

Se considera el gasto de servicios básicos en los que la empresa incurrirá como: Luz, agua, teléfono, los cuales se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro 5. 6: Gastos se servicios básicos

Gastos de servicios básicos	Mensual	Anual
Agua	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Luz	\$ 3.000,00	\$ 60.000,00
Teléfono	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Total	\$ 3.950,00	\$ 71.400,00

Elaborado por: Los autores

5.1.8 Gastos de publicidad

Hay que notar que los gastos de publicidad son altos, en especial los incurridos en medios de comunicación, en la que al principio serán más fuerte, debido a que el producto es nuevo, así como es de vital importancia que se dé a conocer al mercado, además de las degustaciones en ferias o en los mismos supermercados de la ciudad de Guayaquil.

Cuadro 5. 7: Gastos de publicidad

Gastos de publicidad	Mensual	Anual
Publicidad en exteriores	\$ 4.000,00	\$ 16.000,00
Publicidad en medios de comunicación	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
Total		\$ 40.000,00

Elaborado por: Los autores

5.1.9 Gastos de suministro de planta

En la planta se utilizarán suministros como el kit de cocina y baldes de mezcla, esto con el objetivo de manipular con mayor facilidad los ingredientes, así como también jarras y bandejas, las cuales son un complemento para dicha función.

Cuadro 5. 8: Gastos de suministros de planta

Gastos de suministro de planta	Mensual	Anual
Kit de cocina		\$ 120,00
Baldes para mezcla de ingredientes		\$ 10,00
Extintor 20 lbs		\$ 116,00
Jarra de 2 lts		\$ 6,50
Bandejas		\$ 6,00
Caja de herramientas		\$ 50,00
Total		\$ 308,50

Elaborado por: Los autores

Para la seguridad industrial de la planta se colocará 4 extintores, los mismos que son exigidos por el Ministerio de Trabajo con el fin de prevenir riesgos laborales, así como la caja de herramientas que será destinada para el área de mantenimiento.

5.1.10 Gastos del personal administrativo

En el Cuadro 5.9 se presentarán los sueldos del personal administrativo, de acuerdo al cargo que desempeña cada uno con su respectiva remuneración y proyección anual de los gastos en los que incurrirá la empresa con este rubro.

Cuadro 5. 9: Gastos del personal administrativo

Cargo	No. Personas	Sueldo mensual año 1	Sueldo Anual + Beneficios Sociales	
			2016	2017
Gerencia general	1	\$ 930,51	\$ 11.997,73	\$ 13.858,00
Jefe de informaciones tecnológicas - IT	1	\$ 506,61	\$ 6.698,83	\$ 7.711,64
Gerente de recursos humanos	1	\$ 827,12	\$ 10.705,31	\$ 12.358,89
Total	3	\$ 2.264,24	\$ 29.401,87	\$ 33.928,53

Elaborado por: Los autores

El gasto mensual de los sueldos administrativos será de \$2 264,24, teniendo un costo anual proyectado para el 2016 de \$29 401,87 en los que se consideran los beneficios de ley y fondos de reserva.

5.1.11 Gastos del personal operativo

En el Cuadro 5.10, se muestra el detalle de los sueldos mensuales del personal operativo y su proyección anual.

Cuadro 5. 10: Gastos del personal operativo

Cargo	No. Personas	Sueldo mensual año 1	Sueldo Anual + Beneficios Sociales	
			2016	2017
Jefe de mantenimiento	1	\$ 506,61	\$ 6.698,83	\$ 7.711,64
Supervisor de seguridad industrial y física	1	\$ 444,58	\$ 5.923,38	\$ 6.812,18
Médico de salud ocupacional	1	\$ 516,95	\$ 6.828,07	\$ 7.861,56
Distribuidor	1	\$ 366,00	\$ 4.941,15	\$ 5.672,85
Gerente de producción	1	\$ 827,12	\$ 10.705,31	\$ 12.358,89
Operador de planta	1	\$ 366,00	\$ 4.941,15	\$ 5.672,85
Jefe de control de calidad	1	\$ 506,61	\$ 6.698,83	\$ 7.711,64
Supervisor de bodega	1	\$ 444,58	\$ 5.923,38	\$ 6.812,18
Guardia	1	\$ 366,00	\$ 4.941,15	\$ 5.672,85
Auxiliar de sanitización	1	\$ 366,00	\$ 4.941,15	\$ 5.672,85
Total	10	\$ 4.710,44	\$ 62.542,39	\$ 71.959,51

Elaborado por: Los autores

El sueldo mensual del personal operativo es de \$4 710,44 siendo la proyección anual del costo en el año 2016 de \$62 542,39, esto incluido los beneficios de ley.

5.2 Inversiones del proyecto

5.2.1 Capital de trabajo

El capital de trabajo hace referencia a las fluctuaciones mensuales presentadas durante el año en los ingresos y egresos del negocio, dado por las ventas de contado realizadas con los diferentes supermercados, así como los materiales directos correspondientes a la elaboración de cada una de las presentaciones del producto (125 gs., 250 gs. y 375 gs.), suministros, insumos, gastos de personal administrativo y operativo, y demás que afecten directamente a la inversión de la puesta en marcha de “Sabores de mi Tierra”.

El método utilizado en el presente capítulo respecto a las inversiones del proyecto, en cuanto a capital de trabajo se refiere es el denominado “Déficit Acumulado Máximo”, para el cual es necesario detallar todos los rubros correspondientes a ingresos y egresos mensuales de todo el año, en los cuales incurre la compañía para su funcionamiento y en aporte a su actividad económica. Con esto se podrá determinar las inversiones del proyecto a realizarse, a través de la financiación del capital de trabajo.

De acuerdo al método del déficit acumulado que se realizó, se puede concluir la obtención de una inversión en capital de trabajo de \$99 198,89 para “Sabores de mi Tierra”, el mismo que corresponde al mes de enero, siendo este el saldo negativo más alto del año, luego de haberse analizado los ingresos y egresos mensuales según el Cuadro 5.11 detallado a continuación.

Cuadro 5. 11: Capital de trabajo

Ingresos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Precio presentación 125 gr	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95
Precio presentación 250 gr	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80
Precio presentación 375 gr	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80
Ventas (q)	32140	32140	32140	32140	32140	32140	32140	32140	32140	32140	32140	32140
Presentación 125 gr	9079	9079	9079	9079	9079	9079	9079	9079	9079	9079	9079	9079
Presentación 250 gr	17553	17553	17553	17553	17553	17553	17553	17553	17553	17553	17553	17553
Presentación 375 gr	5187	5187	5187	5187	5187	5187	5187	5187	5187	5187	5187	5187
Ventas (\$)	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77
Presentación 125 gr	\$ 17.703,41	\$ 17.703,41	\$ 17.703,41	\$ 17.703,41	\$ 17.703,41	\$ 17.703,41	\$ 17.703,41	\$ 17.703,41	\$ 17.703,41	\$ 17.703,41	\$ 17.703,41	\$ 17.703,41
Presentación 250 gr	\$ 66.700,41	\$ 66.700,41	\$ 66.700,41	\$ 66.700,41	\$ 66.700,41	\$ 66.700,41	\$ 66.700,41	\$ 66.700,41	\$ 66.700,41	\$ 66.700,41	\$ 66.700,41	\$ 66.700,41
Presentación 375 gr	\$ 35.270,95	\$ 35.270,95	\$ 35.270,95	\$ 35.270,95	\$ 35.270,95	\$ 35.270,95	\$ 35.270,95	\$ 35.270,95	\$ 35.270,95	\$ 35.270,95	\$ 35.270,95	\$ 35.270,95
Total ingreso mensual	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77	\$ 119.674,77
Egresos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Material directo												
Presentación 125 gr	\$ 11.957,12	\$ 11.957,12	\$ 11.957,12	\$ 11.957,12	\$ 11.957,12	\$ 11.957,12	\$ 11.957,12	\$ 11.957,12	\$ 11.957,12	\$ 11.957,12	\$ 11.957,12	\$ 11.957,12
Presentación 250 gr	\$ 45.426,09	\$ 45.426,09	\$ 45.426,09	\$ 45.426,09	\$ 45.426,09	\$ 45.426,09	\$ 45.426,09	\$ 45.426,09	\$ 45.426,09	\$ 45.426,09	\$ 45.426,09	\$ 45.426,09
Presentación 375 gr	\$ 19.974,32	\$ 19.974,32	\$ 19.974,32	\$ 19.974,32	\$ 19.974,32	\$ 19.974,32	\$ 19.974,32	\$ 19.974,32	\$ 19.974,32	\$ 19.974,32	\$ 19.974,32	\$ 19.974,32
Total materiales directos	\$ 77.357,52	\$ 77.357,52	\$ 77.357,52	\$ 77.357,52	\$ 77.357,52	\$ 77.357,52	\$ 77.357,52	\$ 77.357,52	\$ 77.357,52	\$ 77.357,52	\$ 77.357,52	\$ 77.357,52
Gasto servicio básicos	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00
Gastos de alquiler	\$ 5.550,00	\$ 5.550,00	\$ 5.550,00	\$ 5.550,00	\$ 5.550,00	\$ 5.550,00	\$ 5.550,00	\$ 5.550,00	\$ 5.550,00	\$ 5.550,00	\$ 5.550,00	\$ 5.550,00
Gasto generales	\$ 1.505,00	\$ 1.505,00	\$ 1.505,00	\$ 1.505,00	\$ 1.505,00	\$ 1.505,00	\$ 1.505,00	\$ 1.505,00	\$ 1.505,00	\$ 1.505,00	\$ 1.505,00	\$ 1.505,00
Gasto de uniforme	\$ 430,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gasto de suministros (planta, limpieza, baño)	\$ 744,34	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Gasto publicidad	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Gasto administrativo	\$ 2.450,16	\$ 2.450,16	\$ 2.450,16	\$ 2.450,16	\$ 2.450,16	\$ 2.450,16	\$ 2.450,16	\$ 2.450,16	\$ 2.450,16	\$ 2.450,16	\$ 2.450,16	\$ 2.450,16
Gasto de Planta	\$ 5.211,87	\$ 5.211,87	\$ 5.211,87	\$ 5.211,87	\$ 5.211,87	\$ 5.211,87	\$ 5.211,87	\$ 5.211,87	\$ 5.211,87	\$ 5.211,87	\$ 5.211,87	\$ 5.211,87
Total egreso mensual	\$ 99.198,89	\$ 98.084,55	\$ 102.084,55	\$ 98.084,55	\$ 98.084,55	\$ 102.084,55	\$ 98.084,55	\$ 98.084,55	\$ 102.084,55	\$ 98.084,55	\$ 98.084,55	\$ 102.084,55
Saldo mensual	\$ (99.198,89)	\$ 21.590,22	\$ 17.590,22	\$ 21.590,22	\$ 21.590,22	\$ 17.590,22	\$ 21.590,22	\$ 21.590,22	\$ 17.590,22	\$ 21.590,22	\$ 21.590,22	\$ 17.590,22
Saldo acumulado	\$ (99.198,89)	\$ (77.608,67)	\$ (60.018,44)	\$ (38.428,22)	\$ (16.838,00)	\$ 752,22	\$ 22.342,44	\$ 43.932,66	\$ 61.522,88	\$ 83.113,10	\$ 104.703,32	\$ 122.293,55
Capital trabajo	\$ (99.198,89)											

Elaborado por: Los autores

5.3 Inversiones del proyecto

5.3.1 Ingresos por ventas

Los ingresos de “Sabores de mi Tierra” se determinarán por el nivel de ventas que alcance cada año en el mercado, las mismas que dependerán de las cantidades demandadas del manjar “Dolce Vizio” en sus presentaciones de 125 gs., 250 gs. y 375 gs., las cuales se verán influenciadas por la aceptación del producto en cuanto al consumidor se refiere. Esto se reflejó en un 92% de las encuestas realizadas a la población de la ciudad de Guayaquil.

Del nivel de aceptación indicado del 92%, cabe recalcar que el 55.16% pertenecen al manjar “Dolce Vizio – 250 gs.”, un 28.53% a “Dolce Vizio – 125 gs.” y el 16.30% a “Dolce Vizio – 375 gs.”, es por esto que la demanda estimada de cada producto se diferenciará proporcionalmente a su nivel de aceptación.

Además de considerar las estimaciones de demanda, el nivel de ingreso por ventas se determina por el precio del producto, el cual se diferencia de cada presentación, siendo estos: \$1.95 – Presentación 125 gs., \$3.80 – Presentación 250 gs. y \$6.80 – Presentación de 375 gs.

De acuerdo a lo indicado, se realiza la proyección de los ingresos por ventas de “Sabores de mi Tierra”, considerando un flujo de 10 años (año 2016 – 2025), la misma que se presenta a continuación:

Cuadro 5. 12: Ingresos por ventas

Ingresos	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Precio presentación 125 gr \$	1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 1,95
Precio presentación 250 gr \$	3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80	\$ 3,80
Precio presentación 375 gr \$	6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 6,80
Ventas (q)										
Presentación 125 gr	99855	101853	103890	107006	110216	113523	118064	122786	127698	132806
Presentación 250 gr	193061	196922	200860	206886	213093	219486	228265	237396	246892	256767
Presentación 375 gr	57050	58191	59355	61136	62970	64839	67453	70151	72957	75876
Ventas (\$)										
Presentación 125 gr	\$ 194.718,07	\$ 198.612,43	\$ 202.584,68	\$ 208.662,22	\$ 214.922,09	\$ 221.369,75	\$ 230.224,54	\$ 239.433,52	\$ 249.010,86	\$ 258.971,30
Presentación 250 gr	\$ 733.631,10	\$ 748.303,72	\$ 763.269,79	\$ 786.167,89	\$ 809.752,92	\$ 834.045,51	\$ 867.407,33	\$ 902.103,62	\$ 938.187,77	\$ 975.715,28
Presentación 375 gr	\$ 387.941,64	\$ 395.700,47	\$ 403.614,48	\$ 415.722,91	\$ 428.194,60	\$ 441.040,44	\$ 458.682,06	\$ 477.029,34	\$ 496.110,51	\$ 515.954,93
Total ingreso por ventas	\$ 1.316.290,81	\$ 1.342.616,62	\$ 1.369.468,95	\$ 1.410.553,02	\$ 1.452.869,61	\$ 1.496.455,70	\$ 1.556.313,93	\$ 1.618.566,49	\$ 1.683.309,15	\$ 1.750.641,51

Elaborado por: Los autores

5.3.2 Valor de desecho del proyecto

Parte de los bienes de la empresa “Sabores de mi Tierra” se encuentran constituidos por los activos fijos, tales como: Equipo de computación, maquinaria y equipo, vehículo, equipo de oficina, muebles y enseres, en los cuales se invierte inicialmente para el efectivo funcionamiento administrativo y operativo de la compañía, esperando obtener un valor recuperable al finalizar su vida útil.

Para esto, se emplea el método contable a partir de los valores obtenidos en libro, que se encuentran en función del valor total de adquisición de todos los activos fijos, la depreciación en base a los años de vida útil de cada uno de estos, así como de la depreciación acumulada obtenida en cuando al periodo de estudio del proyecto, el mismo que es de 10 años.

A continuación se muestra la depreciación anual de activos fijos y el valor de desecho obtenido:

Cuadro 5. 13: Depreciación anual y valor de desecho del proyecto

Activo	Valor de Adquisición	Años de Vida Útil	Depreciación Anual	Años Depreciándose	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
Equipos de computación	\$ 4.920,00	3	\$ 1.640,00	3	\$ 4.920,00	\$ -
Equipos de oficina	\$ 2.360,00	10	\$ 236,00	10	\$ 2.360,00	\$ -
Maquinarias y equipos	\$ 62.830,72	10	\$ 6.283,07	10	\$ 62.830,72	\$ -
Muebles y enseres	\$ 6.290,00	10	\$ 629,00	10	\$ 6.290,00	\$ -
Vehiculos	\$ 24.000,00	5	\$ 4.800,00	5	\$ 24.000,00	\$ -
Depreciación Anual de Activos			\$ 13.588,07	Valor de Desecho		\$ -

Elaborado por: Los autores

La depreciación total anual de los activos de “Sabores de mi Tierra” es de \$13 588.07 y debido a que el flujo de evaluación es de 10 años, el valor en libros es de \$0.00, por tanto no hay valor de desecho.

5.3.3 Financiamiento del proyecto

La importancia del financiamiento del proyecto consiste en evaluar fuentes que permitan conseguir los recursos de capital necesarios en “Sabores de mi Tierra”, para lo cual se establece el porcentaje de inversión que se financiará con deuda y/o capital propio.

El presente proyecto se financiará con un 50% de deuda / préstamo y un 50% de capital propio. En vista de que la inversión inicial del presente proyecto es de \$115 400.72, pertenecen a deuda \$ 57 700.36, ante lo cual se realizará un préstamo bancario por medio de la Corporación Financiera Nacional (CFN), la cual ofrece una las mejores opciones en cuanto al sector financiero se refiere, con tasas de interés fijo que permite realizar un financiamiento con menor riesgo.

Entre las tasas de interés que otorga la CFN durante todo el mes de enero del presente año (2016), se tiene la tasa efectiva anual del 10.83% para fines de créditos de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), en cuanto al ámbito productivo y emprendedor, el mismo que considera un plazo de 10 años.

En el siguiente cuadro se muestra la amortización de la deuda de \$57 700.36 realizado a la CFN, con la tasa de interés mencionada anteriormente.

Cuadro 5. 14: Amortización – 10 años

Años	Cuota	Interés	Amortización	Deuda
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 57.700,36
1	\$ 9.727,87	\$ 6.248,95	\$ 3.478,92	\$ 54.221,44
2	\$ 9.727,87	\$ 5.872,18	\$ 3.855,69	\$ 50.365,75
3	\$ 9.727,87	\$ 5.454,61	\$ 4.273,26	\$ 46.092,50
4	\$ 9.727,87	\$ 4.991,82	\$ 4.736,05	\$ 41.356,45
5	\$ 9.727,87	\$ 4.478,90	\$ 5.248,97	\$ 36.107,48
6	\$ 9.727,87	\$ 3.910,44	\$ 5.817,43	\$ 30.290,05
7	\$ 9.727,87	\$ 3.280,41	\$ 6.447,46	\$ 23.842,60
8	\$ 9.727,87	\$ 2.582,15	\$ 7.145,71	\$ 16.696,88
9	\$ 9.727,87	\$ 1.808,27	\$ 7.919,60	\$ 8.777,29
10	\$ 9.727,87	\$ 950,58	\$ 8.777,29	\$ 0,00

Fuente: Pagina web – cfn.fin.ec

Elaborado por: Los autores

5.4 Tasa de descuento

La tasa de descuento servirá para analizar mediante el valor presente qué tan rentable puede ser la inversión en el presente proyecto.

5.4.1 Modelo del CAPM

El modelo de Valoración de Activos financieros (CAPM) es una herramienta financiera de vital importancia para poder determinar a ciencia cierta la tasa de descuento que se utilizará para la evaluación de la rentabilidad del negocio.

Para la obtención de dicha tasa se recurre a la siguiente ecuación.

$$R_i = r_f + \beta(r_m - r_f) + RP_{ECUADOR}$$

Donde:

- Ri: Rentabilidad esperada por el inversionista
- Rf: Rentabilidad del activo libre de riesgo
- B: Indica el riesgo del sector, en este caso el sector de alimentos procesados
- Rm: Rentabilidad del mercado
- (rm-rf): Prima del riesgo de mercado
- RP(Ecuador): Riesgo país del Ecuador

Usando dichas variables detalladas en el siguiente cuadro:

Cuadro 5. 15: CAPM

Tabla 5.X- Modelo CAPM	
Detalle	Valor
Riesgo país	11,7936%
Rm	4,1000%
Rf	1,9900%
B	1,5842
Ri	17,13%

Elaborado por: Los autores

La información se obtuvo tomando como referencia valores de páginas económicas, es así que el beta se obtuvo de la página:

[Http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html), originaria de Estados Unidos en la cual se detalla el beta por cada sector, el presente proyecto se encuentra en el sector de alimentos procesados, para el cual se encontró un beta desapalancado del 0,89, la misma que se apalancó con el nivel de deuda del 50% sin dejar de considerar la tasa tributaria del 22%. El beta apalancado fue de 1,5842.

En cuanto al riesgo país del Ecuador, se obtuvo información de la página <http://www.ambito.com/economía/mercados/riesgopaís/info/?id=5&desde=01/01/2005&hasta=16/01/2016&pag=1> el cual se ha actualizado a la fecha del 16 de enero del 2016, siendo una tasa del 11,79%.

El riesgo de mercado se obtuvo de la página de SP500 y es del 4,10% y la tasa libre de riesgo se encontró en el sitio Yahoo Financial (http://finance.yahoo.com/bonds/composite_bond_rates) y es del 1,99% a un periodo de 10 años.

Considerando los datos antes mencionados se obtuvo una tasa del 17,13%, es decir que como inversionista se exigirá al proyecto una tasa no menor a la antes mencionada.

5.5 Flujo de caja

El flujo de caja permite saber el grado de liquidez de la compañía, es decir que indica si el proyecto “Dolce Vizio” es rentable o no, en base a criterios como el VAN, TIR y PayBack, mediante la visualización tanto las entradas como salidas de dinero de la empresa “Sabores de mi Tierra” en un período de 10 años. De acuerdo a esta evaluación se obtendrán los resultados netos que permitirá a los inversionistas tomar decisiones, de manera efectiva, objetiva y estratégica.

5.5.1 VAN

El VAN del proyecto es de \$ 122 348,68, siendo mayor a cero, lo cual significa que se recupera la inversión realizada para el funcionamiento del negocio, obteniendo retornos de la misma.

5.5.2 TIR

El proyecto obtuvo una TIR de 31,15%, mostrándose más alta que la Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR) de 17,13%, lo que indica que el proyecto es rentable.

5.5.3 Payback

El payback permite a los inversionistas de proyectos poder evaluar básicamente en cuántos años se podrá recuperar el capital invertido en la puesta en marcha de un negocio, lo cual representa importancia significativa en la toma de decisiones de llevar a cabo o no un proyecto.

Para el cálculo del payback se considera la inversión inicial en la que incurre “Sabores de mi Tierra” que es de \$115 400.72, la TIR alcanzada de 31.15% y los flujos de caja obtenidos en los 10 años de evaluación del proyecto.

Cuadro 5. 17: Período de recuperación de la inversión

Período (Años)	Saldo de la inversión	Flujo de caja	Rentabilidad exigida	Recuperación de la inversión
1	\$ 115.400,72	\$ 32.394,33	\$ 19.768,14	\$ 12.626,19
2	\$ 102.774,53	\$ 40.830,33	\$ 17.605,28	\$ 23.225,05
3	\$ 79.549,48	\$ 45.328,26	\$ 13.626,83	\$ 31.701,43
4	\$ 47.848,05	\$ 51.716,74	\$ 8.196,37	\$ 43.520,37
5	\$ 4.327,68	\$ 58.853,93	\$ 741,33	\$ 58.112,60
6	\$ (53.784,92)	\$ 64.574,11	\$ (9.213,36)	\$ 73.787,46
7	\$ (127.572,39)	\$ 74.702,09	\$ (21.853,15)	\$ 96.555,24
8	\$ (224.127,63)	\$ 85.220,69	\$ (38.393,06)	\$ 123.613,75
9	\$ (347.741,38)	\$ 96.143,96	\$ (59.568,10)	\$ 155.712,05
10	\$ (503.453,43)	\$ 206.685,23	\$ (86.241,57)	\$ 292.926,81

Elaborado por: Los autores

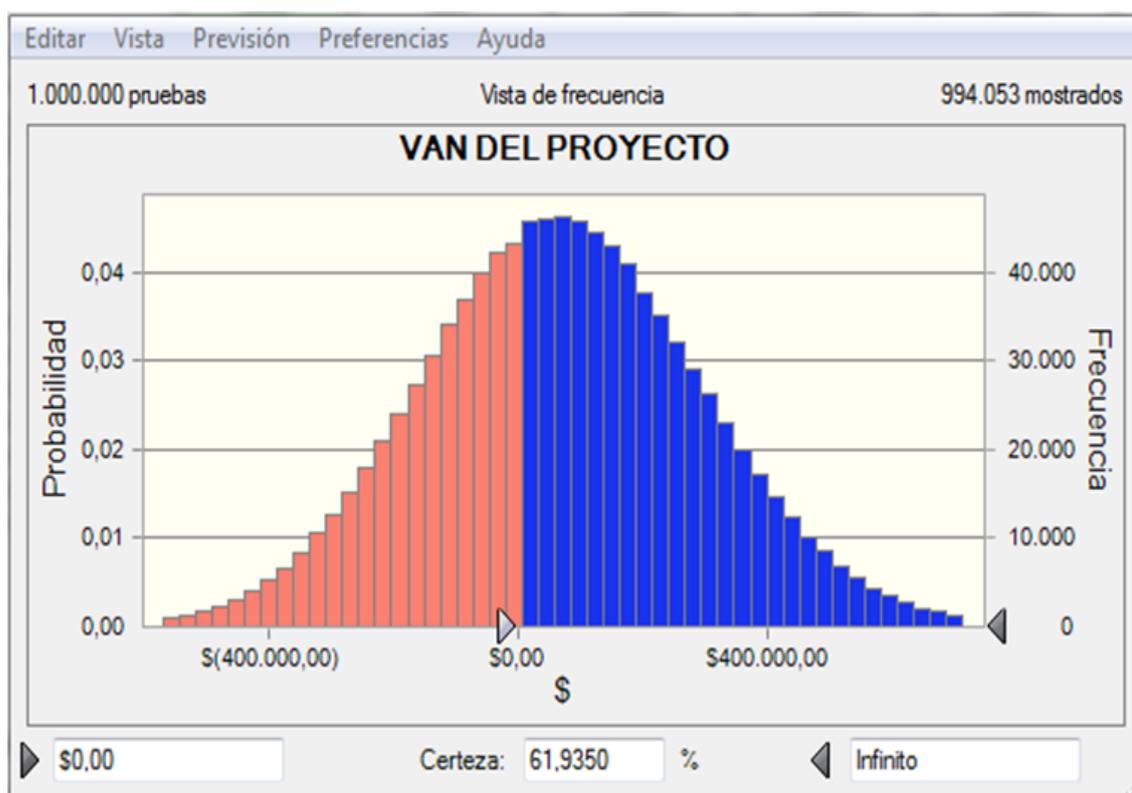
El payback obtenido en el presente proyecto muestra que a partir del 6to año se comienza a recuperar la inversión realizada por “Sabores de mi Tierra”.

5.5.4 Análisis de sensibilidad

Se usó la herramienta Crystal Ball, como análisis para determinar mediante el estudio de probabilidades qué tan atractivo es el proyecto y mostrar el porcentaje de obtener ganancias o pérdidas.

Para el análisis de sensibilidad se aplicó supuestos a las variables involucradas, de esta manera tanto el precio como la tasa de descuento, tendrán una distribución normal y las cantidades procedentes de la demanda tendrán una distribución uniforme.

Gráfico 5. 1: Análisis de sensibilidad



Elaborado por: Los autores

En base a los resultados obtenidos se obtuvo una probabilidad del 61,9350% de que el VAN sea mayor a 0, es decir que se consiga ganancias.

6 Conclusiones

Por medio del estudio realizado en el presente proyecto se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

Se puede notar que la materia prima utilizada para la elaboración del mismo es altamente nutritiva, como lo son la quinua, soya, leche de arroz y fructosa, las mismas que brindan valores agregados al producto. Es así que “Dolce Vizio” cuenta con atributos como: Ser bajo en calorías, alto en fibras y proteínas, de consumo instantáneo, además de contener un sabor agradable y textura suave.

Otra conclusión importante radica en que la muestra seleccionada para el presente estudio obtuvo una aceptación del 92%, alcanzando una demanda de 353 501 unidades al año, comprendida entre sus tres presentaciones (125 gs., 250 gs. y 375 gs.).

El producto se comercializará a través de canales de distribución integrados que permitirán maximizar el rendimiento logístico utilizado por la compañía, mediante el trabajo en conjunto con los intermediarios.

Según el estudio de localización y diversas consideraciones, en cuanto a “Sabores de mi Tierra”, la ubicación óptima de la empresa es en el Parque Industrial Inmaconsa, ubicado en el km 11,5 vía a Daule, donde se cuenta con 1100 m² para la distribución de las diferentes áreas de la compañía. Además, el estudio técnico determinó que la inversión requerida para la puesta en marcha del negocio es de \$115 400,72.

En base al estudio financiero proyectado a 10 años, se concluye que el proyecto es económicamente viable, ya que el VAN es de \$ 122 348,68, con el 61,94% de probabilidad de ser mayor a 0. Además de obtener una TIR de 31.15% que supera a la tasa de descuento de 17.13%, así como la recuperación de la inversión en un período de tiempo aceptable de seis años.

7 Recomendaciones

Al utilizar materia prima proveniente del sector agrícola y ver los incentivos que otorga el Gobierno para dicho sector, se recomienda buscar otras opciones de productos con la misma materia prima y así explotar con mayor intensidad la maquinaria que se posee. Ya que de alguna manera las restricciones y barreras existirán, pero en menor magnitud.

Se recomienda que a medida que el negocio crezca, se deberá optar por un terreno propio para las operaciones de planta y oficinas de “Sabores de mi Tierra”, con el objetivo de que el funcionamiento de la empresa no dependa de una tercera entidad, además de obtener la ventaja de que a largo plazo no se incurriría en gastos de alquiler.

Mediante estrategias de marketing se debe posicionar y diferenciar el producto de la competencia, para hacer que cada vez que el cliente quiera consumir algo nutritivo, piense en “Dolce Vizio” como una de sus primeras opciones de compra.

En vista de que los criterios de evaluación de viabilidad (VAN, TIR, Payback) salieron aceptables, se recomienda llevar a cabo dicho proyecto, ya que en base a los diferentes estudios realizados se determinaron resultados favorables, lo cual da mayor confianza a la creación de la empresa “Sabores de mi Tierra” en la ciudad de Guayaquil.

REFERENCIAS

- Caindgye. (2009). *Cámara de Industrias de Guayaquil*. Obtenido de Cámara de Industrias de Guayaquil:
http://www.industrias.ec/archivos/documentos/__sector_industrial_web.pdf
- Centre, W. M. (Enero de 2015). *Obesidad y Sobrepeso*. Ginebra: WHO Media Centre, Nota Descriptiva 311. Obtenido de
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>
- Esmas. (2014). *Esmas - Beneficios de Soya*. Obtenido de Esmas:
<http://www2.esmas.com/salud/nutricion/670542/beneficios-soya/>
- IMujer. (2015). *IM - Leche de arroz*. Obtenido de IM:
<http://www.imujer.com/salud/4379/leche-de-arroz-propiedades-y-beneficios>
- INEC. (Octubre de 2015). *INEC - Inflación*. Obtenido de Ecuador en Cifras:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2015/InflacionAbril2015/Presentacion_IPC_abril15.pdf
- INEC. (2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Jaramillo, J. P. (Mayo de 2015). *Universidad de los Hemisferios*. Obtenido de Universidad de los Hemisferios.
- MCE de Ecuador, M. d. (2014). *PRO Ecuador*. Obtenido de PRO Ecuador:
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/PERFIL-DE-AGRONDUSTRIA-IED2.pdf>
- NACIONAL, C. (05 de Noviembre de 1999). *Ley de Compañías, codificación*. Obtenido de La Comisión Legislativa, Codificación No. 000. RO/ 312:
<https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>
- Natursan. (2015). *Naturvida - Beneficios Salud*. Obtenido de Naturvida:
<http://www.natursan.net/fructosa-beneficios-efectos-en-la-salud-y-valores-nutricionales/>

- OMS. (2011). **WHO - Report**. Obtenido de Informe sobre la Situación Mundial de Enfermedades No Transmisibles / Resumen de Orientación:
http://www.who.int/nmh/publications/ncd_report_summary_es.pdf
- OMS, W. M. (Enero de 2015). **Enfermedades No Transmisibles**. Obtenido de Enfermedades No Transmisibles:
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs355/es/>
- Presidencia de la República del Ecuador, L. V. (s.f.). **Norma de Calidad Ambiental para el Manejo y Disposición Final de Desechos Sólidos No Peligrosos**. Obtenido de http://www.disaster-info.net/PED-Sudamerica/leyes/leyes/suramerica/ecuador/medamb/NORMA_DE_CALIDAD_AMBIENTAL.pdf
- Reinberg, S. (06 de Enero de 2013). **Estados Unidos sirve Nuevos Lineamientos de Nutrición en 'Mi plato'**. Obtenido de ChooseMyPlate.gov: <http://www.ratser.com/estados-unidos-sirve-nuevos-lineamientos-de-nutricion-en-mi-plato/>
- Sánchez, C. (05 de Agosto de 2012). **Quinoa Ecuador**. Obtenido de BlogSpot: http://quinuaecuador.blogspot.com/2012/08/historia-de-la-quinua_5.html
- Sudamérica, A. -A. (08 de Julio de 2013). **Las enfermedades no transmisibles son la principal causa de muerte en Ecuador**. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/enfermedades-no-transmisibles-son-principal-causa-muerte-ecuador.html>
- Superintendencia de Compañías, V. y. (19 de Julio de 2014). **Resoluciones N°8**. Obtenido de Suplemento 278:
http://181.198.3.74/wps/portal/Inicio/Inicio/SectorSocietario/Normativa/Resoluciones!/ut/p/a1/hZBPb4JAEMU_iweOMlOlgr0tmgBWbFJjuu6lWcgKmwBDlIXSfvqu9tg_zm0mv5f33oAADqKTF11Jq6mTzXUXi_cgecYkSHDzcshDZMFDFIe7dJ4cHh1wdAD-MQzv6Tc3YJWwNAi3ThFEM8zWcboOlzlitrgazEy-y
- UNIVERSO, E. (21 de Enero de 2014). **Diabetes e hipertensión, dos males silenciosos que afectan la salud**. Obtenido de http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_content&view=article&id=1115:enero-21-2014&Itemid=356
- Zambrano, N. (2014). **El Diario**. Obtenido de El Diario:
<http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/340036-la-quinua-es-aporte-de-6-beneficios-al-cuerpo/>

LINCOGRAFÍA

www.pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

www.ambito.com/economia/mercados/riesgopais/info/?id=5&desde=01/01/2005&hasta=16/01/2016&pag=1

www.finance.yahoo.com/bonds/composite_bond_rates

www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-cierra-el-2014-con-una-inflacion-de-367/

www.latam.spindices.com/indices/equity/sp-500

ANEXOS

Anexo A: Reporte del análisis de sensibilidad del Crystal Ball

Suposición: Precio presentación 125 gr

Normal distribución con parámetros:

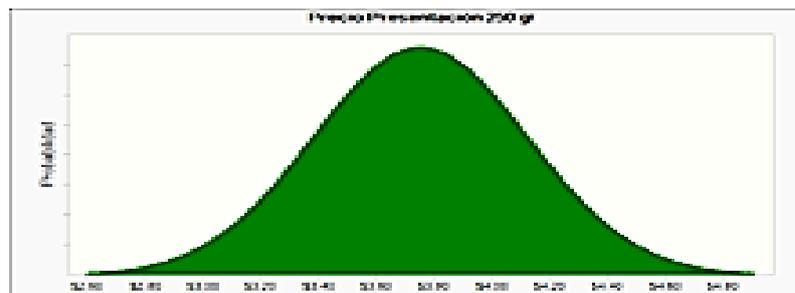
Media	\$1,95
Desv est	\$0,20



Suposición: Precio presentación 250 gr

Normal distribución con parámetros:

Media	\$3,75
Desv est	\$0,38

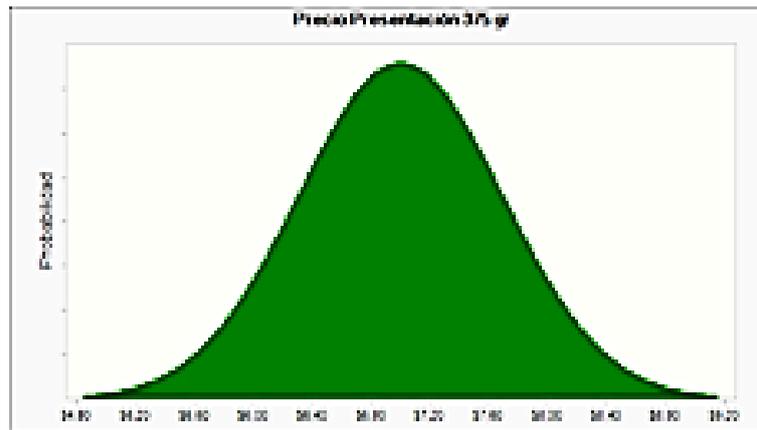


Suposición: Precio presentación 375 gr

Normal distribución con parámetros:

Media \$7,00

Desv est \$0,70

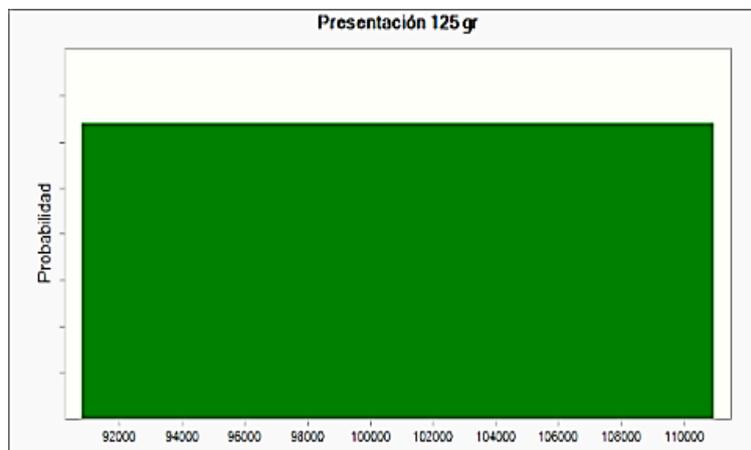


Suposición: Presentación 125 gr

Uniforme distribución con parámetros:

Mínimo 90778

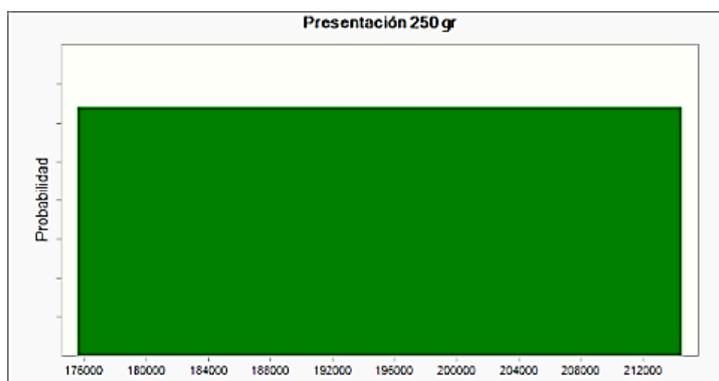
Máximo 110950



Suposición: Presentación 250 gr

Uniforme distribución con parámetros:

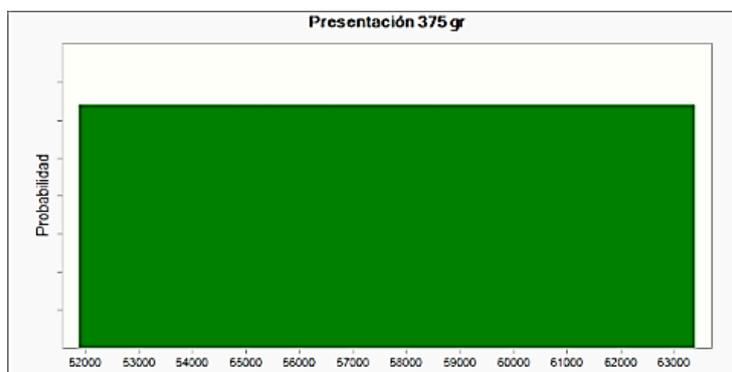
Mínimo	175510
Máximo	214512



Suposición: Presentación 375 gr

Uniforme distribución con parámetros:

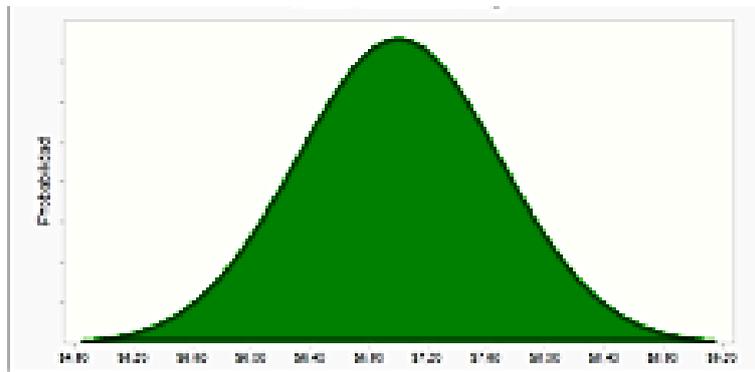
Mínimo	51864
Máximo	63390



Suposición: Tasa de descuento

Normal distribución con
parámetros:

Media	23,19%
Desv est	2,32%



Anexo B: Cotización de equipo de cómputo



Proceso

Nota de Pedido
Nº 008290

Fecha: 15/12/2015 Dólar _____
 Cliente: Francisco Caldera R.U.C.I. _____
 Dirección: _____ Tel. _____

Molecón Simón Bolívar 2307 y General Franco - C.C. Miami, locales 9 - 10 - 11 - 12 (junto a Importadora Jamín) - Tel. (04) 2324312 - (04) 5003655 - e-mail: pcpartes@hotmail.com - Qto, Ecuador

Cant.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	V. TOTAL
1	CPU Intel Celeron Dual Core 1 TB Disco Duro 4 GB Ram. DVD-RW. M-T - Parlante Regulable Cámara Web. - (NO) Teclado - (NO) Mouse - (NO)		\$ 390
1	Monitor 20" LED		\$ 90
1	Cable S/T/C.		
RESERVAZIONE:			
Autorizada: <i>[Signature]</i> Nombre: <i>[Signature]</i>		TOTAL \$	
381, 120x2 # 8881 - 8880 - Original: CLIENTE - Copia Remane: EMISOR			

Anexo C: Cotización de enseres



**IMPORTADORA
JARRIN S.A.**

Somos parte de tu hogar
www.importadorajarrin.com

PROFORMA

PRECIO INCLUIDO I.V.A.

Malecón 2308 y Av. Olmedo
PBX: 2329151 - 2321482 - 2326609 - Fax: 2524610
E-mail: ventas3@importadorajarrin.com
ventas4@importadorajarrin.com

Cliente: _____

Fecha: Marzo

Forma de Pago: _____

Vendedor: _____

QTTY	CODIGO	PRODUCTO	V. UNIT.	V. TOTAL
1	YS12	Split Panasonic	\$ 755	
1	QCR A	split Star Source	\$ 480	
		Dispensador 3T	\$ 208	
		2T	\$ 172	

IMPRESA MARIA EUGENIA - TEL.: 6111220

NOTA IMPORTANTE:
Esta PROFORMA está sujeta a cambios sin previo aviso.



Anexo D: Cotización de maquinaria



MARMITAS DE VAPOR CAPACIDAD DE 60 LITROS:

Marmitas Eléctricas de ac inox 304 de 60 lts, con tapa de acero inoxidable sobrepuesta normal con Sistema de pivote y resortes de contrapeso, estanque térmico de 8 y 3 mm de Espesor de ac aislación térmica de lana, exterior forro de ac inox 304 de 1 mm de Espesor, Caja de Control de Comando de Encendido volante, termómetro de controlar de Temperatura del aceite térmico, Válvula de Descarga tipo bola de 1/2", llave de Llenado de 1/2", pafas de ac inox 304 diámetro 40mm, Dimensiones: 1300 x 700 mm tensión 220 Volts AC

Tiempo de entrega: inmediato en caso de existir en stock.

Tiempo de fabricación, importación, 45 días

forma de pago 60% anticipo 40% contra entrega.

garantía de un año servicio técnico

suministros y repuestos en general

dirección Av. Fco. De Orellana Cda Alborada 14ava etapa miz 7 v 10

Teléfono: 04 6017776 Cel. 0999704408

Guayaquil

PRECIO INC. DESC. \$ 5600,00 + IVA





indupak
del ecuador

www.indupaksa.com



DOSIFICADORA VOLUMETRICA 100 a 500 ML

Ideal para dosificar producto denso tales como leche, yogurt, mermeladas, cremas, pastas, gel, jarabes, grasas, jabón líquido, en crema, , shampo, lubricantes y más
Capacidad de dosificación desde 100ml a 500ml

Fabricada en acero inoxidable

Funcionamiento electro neumático

Tensión 110 Voltios 2Amp 60 HZ

máquina diseñada para la dosificación de producto líquido y viscoso tiene como objetivo el dosificado continuo para trabajos exigentes durante las 24 horas si así lo requiere, mientras mayor sea la cantidad a dosificar menor será el margen de error entre un envase y otro. reguladores de caudal

Tímer electrónico multifunción

el trabajo es acelerado o lento, determinado por la viscosidad del producto

Cilindro neumático, regulador electromecánico para cantidad deseada a dosificar

Unidad de mantenimiento filtro de aire y lubricador

sistema activado por pedal eléctrico

Electro válvula, Actuador 3 vías

capacidad de producción, 20/minute dependiendo la cantidad a dosificar

Mesa o base de soporte para dosificador tolva de 20 litros

1 salida de producto con Actuador neumático ranfa deslizadera en acero inoxidable

para botellas o envases a dosificar

capacidad de dosificación desde 100ml a 500ml

DOSIFICADOR VOLUMETRICO SEMI AUTOMATICO

VALOR \$ 2990,00 + IVA

velocidad y funcionamiento por pedal eléctrico

Tiempo de fabricación y entrega 15 días

Forma de pago 60% de anticipo saldo 40% contra entrega

garantía de un año, mas soporte técnico y repuestos

precios no incluye instalación



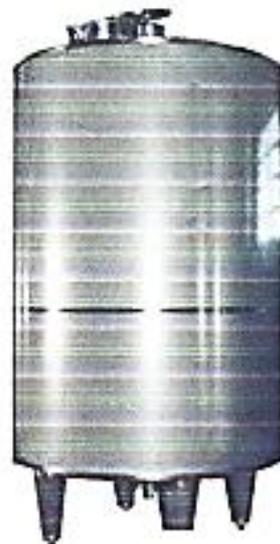
maquinas



INDUPAK
del ecuador

TANQUE DE ACERO INOXIDABLE DE 500 LITROS CON DOBLE CAMISA Y ENFRIADOR

- o CONSTRUIDA EN ACERO AISI 304 PARA ALIMENTOS DE 3MM PULIDO SANITARIO
- o MEDIDAS 180 CM DE DIAMETRO X 50 CM DE ALTO Y PATAS DE 20 CM DE LARGO
- o FONDO CONCAVO BAROLADO, TIPO COCO, O PLANO
- o TAPA BISAGRASA
- o PATAS INOXIDABLE
- o SALIDA DE PRODUCTO PARTE INFERIOR EN TUBERIA DE 1" INOXIDABLE PULIDO GRADO ALIMENTICIO
- o ENFRIADOR DE AGUA CON SISTEMA DE 1HP 220 VOLTIOS AC tiempo de fabricación y entrega 15 días lab.
- o VALOR 3800 + IVA





indupak
del ecuador

www.indupaksa.com



BANDA TRANSPORTADORA

Bandas para empaquetadoras, transporte botellas, cartones fundas, productos terminados. Muy versátil, puede ser usado en muchos tipos de manejo de materiales: líneas de ensamble, clasificación, empaque e inspección. Bandas transportadoras para todo tipo de manejo de materiales en la industria alimenticia, textil, agropecuaria, frutas, hortalizas cafetera, etc.

*Fabricada con estructura en acero inoxidable
banda transportadora de acero inoxidable 304
largo 2400mm
ancho 180mm
Altura 1000mm*

*Motor reductor de 1/2 HP 220voltios, con regulador de velocidad
Guías laterales*

*Banda transportadora en PVC banda liza con rodillos internos
Piñón y templador en acero transmisión*

Tiempo de fabricación y entrega 20 días

Forma de pago 60% de anticipo saldo contra entrega

Garantía 12 meses

VALOR \$ 2600,00 + IVA

Mantenimiento técnico personalizado

Repuestos y suministros

DIR: Av. Fco de Orellana Ciudadela Alborada 14ava etapa mz 7 v 10

Teléfono 04-6017776 Cel.: 0999704408

Guayaquil – Ecuador

BANDA TRANSPORTADORA LINEAL



Anexo E: Cotización de equipo de laboratorio



Buscar

[Catalogo de productos](#)

Cotización Vigencia 15 días

No. 22305

Imprimir

Fecha: 22/12/2015

Empresa:

Aten: Francisco

Teléfono: 0986749507

E-mail: pancho_452@hotmail.com

Comprar

Verifique el contenido de su cotización, las características de los productos, borre o agregue mas productos y ordene su pedido presionando el botón **Comprar** o [contáctenos](#)

Imagen	Código / Ref	Descripción	Cant.	Precio / Unitario	Precio / Total	Borrar
	283015 108	Refractometro analogo portatil Brix, 0-80% Brix, 0,5% Brix, Calculo con tabla, Estuche plastico, pipeta plastica y paño para limpieza, , zhifong, Entrega: Inmediata	1	US\$ 1.244,55	US\$ 1.244,55	Borrar

[Agregar otros productos](#)
[Agregar mas refractometros](#)

Precios en Dolares Americanos. Icomterm : EXWOKS

SubTotal : \$ 1.244,55
Des. %: \$

<http://viaindustrial.com.ec/cotizacion.asp?une=SI>

1/3

22/12/2015

Cotizacion www.viaindustrial.com.ec Ecuador

IVA : \$ 149,35
Flete: \$
Total : \$ 1.393,90



AGITADORES CALENTADORES

ANALIZADORES DE HUMEDAD

AUTOCLAVES

BALANZAS

BAÑOS

BALANZAS CAJONERAS

BOMBAS DE VACIO

CABINAS DE FLUJO LAMINAR

CALIBRADORES

CALZADO DE SEGURIDAD

CENTRIFUGAS

COLORIMETROS

CONDUCTIVIMETROS

CONTADORES DE COLONIAS

CONTADORES DE PARTICULAS

CRONOMETROGRAFIA

CRONOMETROS

DATALOGGERS

DEMANDA BIOQUIMICA DE OXIGENO DBO

DEMANDA QUIMICA DE OXIGENO DQO

DOSIMETROS

DESTILADORES DE AGUA

ELECTRODOS DE CONDUCTIVIDAD

ELECTRODOS DE OXIGENO DISUELTU

ELECTRODOS DE PH

EQUIPOS AUTOMATIZACION Y CONTROL

EQUIPOS DE SEGURIDAD Y SALUD

EQUIPOS PARA CALIDAD DEL AGUA

EQUIPOS PCR

EQUIPOS Y MATERIALES ELECTRICOS

ESPECTROFOTOMETROS

ESTANDARES

ESTERILIZADORES

ESTUFAS

FILTRACION

INCUBADORAS

INDICADORES DE PESO

INSTRUMENTAL DIVERSO

LECTORES DE ELISA

LUXOMETROS

MALETAS PELICAN (CASES)

BALANZA DE PRECISION. 2000g 1g PS4



Me gusta Sé la primera de tus amigos a la que le guste esto.

Precio: \$207.07
Código (SKU): PS4
Entrega: INMEDIATA
Envío: Envío Gratis

Cantidad: [AGREGAR A LA COMPRA](#)



Descripción de Producto

[DESCARGAR BROCHURE](#)

Specification	Description
Capacity:	4 lb x 0.1 oz, 2,000 g x 1 g
Display:	LCD, 5 digit, 0.8 in / 20 mm high
Dimensions:	1.5 in H x 5.9 in W x 6.7 in D / 4 cm H x 15 cm W x 17 cm D
Platform Size:	5.9 in W x 4.75 in D / 15 cm W x 12 cm D
Construction:	Molded poly enclosure with stainless steel commodity tray
Tare:	100% of full scale capacity
Keys:	ON/OFF, ZERO, UNITS
Zero:	Established on power up routine and maintained by auto-zero circuitry
Temperature:	50° to 95° F (10° to 35° C)
Power:	115 VAC 50/60 Hz or 230 VAC 50/60 Hz powering a 9 VDC 100 mA wall plug-in UL/CSA listed power supply or one (1) 9 VDC Alkaline battery (battery not included).

Solicitenos a: comercioelectronico@elicrom.com

Otros Detalles del Producto

CAPACIDAD: 2000 g
RESOLUCION: 1 g

Anexo F: Modelo de encuesta



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
MATERIA DE GRADUACIÓN

Facultad de
Ciencias Sociales
y Humanísticas



Buenos días/tardes, actualmente estamos llevando a cabo un proyecto de tesis que tiene como objetivo de estudio determinar factibilidad de elaborar un manjar de quinua y soya, hecho a base de leche de arroz en la ciudad de Guayaquil. Toda información que usted nos provea, será totalmente confidencial.

1) Indique de qué sector es:

2) ¿Consumes Ud. manjar?

Sí No

3) ¿Estaría dispuesto a consumir un manjar rico y saludable; sin gluten, alto en proteínas, fibras y vitaminas?

("Dolce Vizio" es un manjar hecho de soya y quinua, enriquecido con leche de arroz y fructosa, bajo en calorías y apto para diabéticos, vegetarianos, intolerantes a la lactosa, así como para quienes tienen deficiencia proteica.)

Sí No

*Si la respuesta es "Sí" continúe la encuesta, caso contrario queda finalizada. Gracias por su colaboración.

4) Ordene los siguientes atributos de acuerdo a su importancia, asignando 1 al que considera más importante al momento de elegir un manjar, 2 al que le sigue en importancia y así sucesivamente.

Bajo en calorías Ingredientes Tamaño
Textura suave Sabor

5) Seleccione el tamaño y peso como a Ud. le gustaría consumir el producto. (Elegir una opción)

Pequeño (125 gramos) Mediano (250 gramos) Grande (375 gramos)

6) ¿Cuántas veces al mes Ud. estaría dispuesto a comprar este nutritivo manjar? (Elegir una opción)

- 1 vez al mes
 2 veces al mes
 3 veces al mes
 4 veces al mes
 5 veces o más. Especifique: _____

7) Indique el empaque de su preferencia para el producto escogido. (Elegir una opción)

Envase de plástico Envase de vidrio

8) Indique el supermercado de su preferencia (Elegir hasta dos opciones)

Mi Comisariato Aki Hypermarket
Supermaxi Megamaxi Santa María
Tia Otro Especifique: _____

Agradecemos su valiosa colaboración.