

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TÍTULO:

**Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización
de una bebida nutricional a base de semillas de Chía dirigida a
los habitantes de Guayaquil**

AUTORES:

**Cañote Camacho, Ana Milena
Mero Valdiviezo, Kevin Enrique**

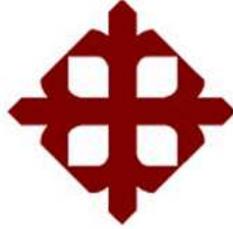
**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE:**

Ingenieros en Gestión Empresarial Internacional

TUTOR:

Eco. Mogollón Claudett Michel, MBA.

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Ana Milena Cañote Camacho y Kevin Enrique Mero Valdiviezo, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional.

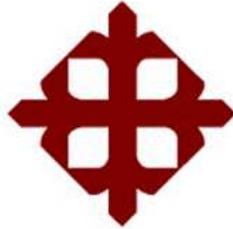
TUTOR

Eco. Michel Mogollón Claudett, MBA.

DIRECTORA (E) DE LA CARRERA

Lcda. Lucía Pérez Jiménez, MGE.

Guayaquil, a los 9 del mes de septiembre del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Ana Milena Cañote Camacho y Kevin Enrique Mero Valdiviezo**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación "**Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de una bebida nutricional a base de semillas de Chía dirigida a los habitantes de Guayaquil**" previa a la obtención del Título de **Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

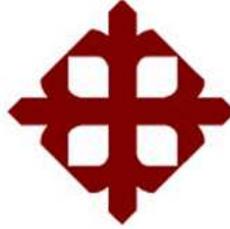
En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 9 del mes de septiembre del año 2014

LOS AUTORES

Ana Milena Cañote Camacho

Kevin Enrique Mero Valdiviezo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Ana Milena Cañote Camacho** y **Kevin Enrique Mero Valdiviezo**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: "**Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de una bebida nutricional a base de semillas de Chía dirigida a los habitantes de Guayaquil**", cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 9 del mes de septiembre del año 2014

LOS AUTORES

Ana Milena Cañote Camacho

Kevin Enrique Mero Valdiviezo

AGRADECIMIENTO

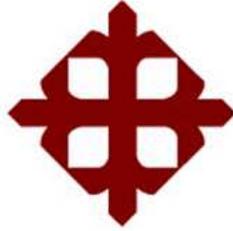
En primer lugar, agradecemos a Dios por habernos brindado la oportunidad de culminar nuestra carrera y llegar a demostrar nuestras aptitudes como profesionales. Así mismo, a nuestros padres que han estado siempre con nosotros, brindándonos fuerzas a lo largo del camino y a todas las personas que nos ayudaron, confiaron y aconsejaron para la realización de uno de los logros más importantes de nuestras vidas.

Ana Milena Cañote Camacho
Kevin Enrique Mero Valdiviezo

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a nuestros padres, ya que gracias a ellos tuvimos la oportunidad de haber llegado a esta instancia de nuestros estudios y porque siempre han estado presentes en cada uno de los tropiezos y buenos momentos de nuestra vida.

Ana Milena Cañote Camacho
Kevin Enrique Mero Valdiviezo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CALIFICACIÓN

Eco. Michel Mogollón Claudett, MBA.

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN	2
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	3
AUTORIZACIÓN.....	4
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIV
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT.....	XVI
RESUMÉ	XVII
INTRODUCCIÓN	1
1. ANTECEDENTES.....	1
2. ÁRBOL DEL PROBLEMA.....	3
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
4.1. FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA O DE INVESTIGACIÓN.....	8
4.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA Y PREGUNTAS ESPECÍFICAS	8
5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	9
5.1. OBJETIVO GENERAL.....	9
5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	9
6. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	9
7. JUSTIFICACIÓN.....	10
CAPÍTULO I.....	14
1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS	14
1.1. MARCO TEÓRICO	14
1.1.1. ANTECEDENTES	14
1.1.2. ORIGEN Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	15
1.1.3. DESCRIPCIÓN BOTÁNICA	17
1.1.4. CULTIVO DE LA SEMILLA DE CHÍA.....	18
1.1.4.1. HUMEDAD.....	18
1.1.4.2. SUELOS	19

1.1.4.3.	PLAGAS Y ENFERMEDADES	19
1.1.4.4.	CLIMA, TEMPERATURA.....	19
1.1.4.5.	COSECHA.....	19
1.1.5.	COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LA SEMILLA.....	20
1.1.6.	PROPIEDADES Y BENEFICIOS DE LA SEMILLA DE CHÍA	20
1.1.7.	LA SALUD EN LA POBLACIÓN ECUATORIANA.....	24
1.2.	MARCO REFERENCIAL	28
1.3.	MARCO LEGAL	29
CAPÍTULO II.....		31
2.	ESTUDIO DE MERCADO	31
2.1.	MARCO METODOLÓGICO.....	31
2.1.1.	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
2.1.2.	MÉTODOS, TÉCNICAS Y TIPOS DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.1.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA	33
2.1.4.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	34
2.1.5.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	35
2.1.5.1.	REPORTES DE OBSERVACIÓN.....	35
2.1.5.2.	ENTREVISTAS.....	37
2.1.5.3.	ENCUESTAS.....	41
2.1.6.	VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL.....	60
CAPÍTULO III.....		62
3.	PROPUESTA DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....	62
3.1.	LA PROPUESTA	62
3.2.	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	62
3.2.1.	OBJETIVO GENERAL	62
3.2.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	62
3.3.	FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN.....	62
3.4.	DESCRIPCIÓN.....	63
3.4.1.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO.....	64
3.4.2.	SLOGAN	64
3.4.3.	LOGOTIPO	64
3.4.4.	MISIÓN	65
3.4.5.	VISIÓN.....	65
3.4.6.	UBICACIÓN.....	65
3.4.7.	DISEÑO DE CARGOS Y FUNCIONES	65
3.4.8.	ORGANIGRAMA.....	68
3.4.9.	MARCO LEGAL	69
3.4.9.1.	CARACTERÍSTICAS LEGALES DE LA EMPRESA.....	69
3.4.9.2.	PROPIEDAD ACCIONARIA	69
3.4.9.3.	PERMISOS.....	69
CAPITULO IV.....		71

4.	ANÁLISIS DE MERCADO	71
4.1.	ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.....	71
4.1.1.	ANÁLISIS NACIONAL.....	71
4.1.2.	ESTRATEGIA DEL GOBIERNO	71
4.1.3.	ENTORNO NACIONAL.....	72
4.1.3.1.	POLÍTICO.....	72
4.1.3.2.	ECONÓMICO	72
4.1.3.3.	DEMOGRÁFICO.....	73
4.1.3.4.	CULTURAL.....	74
4.1.4.	ANÁLISIS INDUSTRIAL.....	74
4.1.4.1.	DEFINICIÓN DE LA INDUSTRIA	74
4.1.4.2.	ANÁLISIS CON LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER 75	
4.2.	ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADO	79
4.2.1.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	79
4.2.1.1.	COMPETIDORES DIRECTOS, INDIRECTOS Y POTENCIALES.....	79
4.2.1.2.	FACTORES CLAVE DE ÉXITO.....	79
4.2.1.3.	BENCHMARKING	80
4.2.2.	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	80
4.2.2.1.	MERCADO POTENCIAL	80
4.2.2.2.	MERCADO OBJETIVO.....	80
	CAPITULO V.....	81
5.	PLAN DE MARKETING.....	81
5.1.	MARKETING ESTRATÉGICO.....	81
5.1.1.	ANÁLISIS FODA.....	81
5.1.2.	POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA	82
5.2.	MARKETING TÁCTICO.....	82
5.2.1.	ESTRATEGIA DE PRECIOS	82
5.2.1.1.	ESTRATEGIA DE PRECIO DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO.....	82
5.2.1.2.	POLÍTICA GENERAL DE PRECIOS	83
5.3.	ESTRATEGIA DE PRODUCTO.....	83
5.3.1.	PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	83
5.4.	ESTRATEGIA DE PLAZA Y DISTRIBUCIÓN.....	84
5.4.1.	DISEÑO DEL LOCAL.....	84
5.4.2.	MERCHANDISING	84
5.4.3.	DISTRIBUCIÓN	85
5.5.	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	85
5.5.1.	PUBLICIDAD	85
5.5.2.	RELACIONES PÚBLICAS	86
5.6.	DISEÑO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN Y/O SERVICIOS	87

5.6.1.	PROCESO PRODUCTIVO	87
5.6.2.	FLUJO DE OPERACIONES	87
5.6.3.	ACTIVIDADES CLAVE	88
5.6.4.	CAPACIDAD MÁXIMA.....	89
5.7.	INFRAESTRUCTURA.....	89
5.8.	TECNOLOGÍA Y EQUIPOS REQUERIDOS INSUMOS	90
5.8.1.	LOGÍSTICA DE LAS COMPRAS	90
5.9.	RIESGOS Y PLANES DE CONTINGENCIA.....	90
5.9.1.	RIESGOS INTERNOS	90
5.9.2.	RIESGOS EXTERNOS	91
5.9.3.	PLANES DE CONTINGENCIA	91
6.	ANÁLISIS FINANCIERO	92
6.1.	ESTUDIO FINANCIERO.....	92
6.1.1.	PRESUPUESTO DE INVERSIONES.....	92
6.1.1.1.	INVERSIÓN EN EQUIPOS.....	93
6.1.1.2.	DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS.....	93
6.1.1.3.	CAPITAL DE TRABAJO	94
6.1.1.4.	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.....	94
6.1.2.	PROYECCION DE INGRESOS	95
6.1.3.	RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.....	97
6.1.4.	FLUJO DE CAJA	98
6.1.5.	BALANCES PROYECTADOS	99
6.1.6.	TASA DE DESCUENTO	101
6.1.7.	EVALUACIÓN FINANCIERA VAN Y TIR.....	103
6.1.8.	RATIOS FINANCIEROS	103
6.1.9.	PUNTO DE EQUILIBRIO	104
6.1.10.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	105
	CONCLUSIONES	97
	RECOMENDACIONES.....	108
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	109
	GLOSARIO	113
	ANEXOS.....	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No.1: Población Económicamente Activa-Guayaquil Junio 2008-2014.....	6
Tabla No. 2: Principales causas de mortalidad general (2010).....	8
Tabla No.3: Estructura de las exportaciones e importaciones por nivel tecnológico (2006-2012).....	11
Tabla No.4: Características de lugares donde la chía ha sido cultivada.....	16
Tabla No.5: Clasificación científica.....	18
Tabla No.6: Información nutricional de la semilla de chía.....	20
Tabla No. 7: Operacionalización de variables.....	34
Tabla No. 8: Frecuencia de observación del objeto de estudio.....	35
Tabla No. 9: Sexo.....	42
Tabla No. 10: Edad.....	43
Tabla No. 11: Personas que realizan las compras en casa.....	44
Tabla No. 12: Número de personas que habitan en casa.....	45
Tabla No. 13: Días laborables a la semana.....	46
Tabla No. 14: Horas laborables al día.....	47
Tabla No. 15: Horas destinadas a la alimentación diaria.....	48
Tabla No. 16: Requerimientos nutricionales.....	49
Tabla No. 17: Complicaciones de salud.....	50
Tabla No. 18: Relación entre la salud y alimentación.....	51
Tabla No. 19: Interés en la nutrición diaria.....	52
Tabla No. 20: Interés en consumir el producto.....	53
Tabla No. 21: Presentación del producto.....	54
Tabla No. 22: Precio del producto.....	55
Tabla No. 23: Aspectos importantes del producto.....	56
Tabla No. 24: Preferencia de sabor.....	57
Tabla No. 25: Frecuencia de consumo.....	58
Tabla No. 26: Lugares de compra.....	59
Tabla No. 27: Análisis FODA.....	81
Tabla No. 28: Presupuesto de marketing.....	86
Tabla No. 29: Capacidad instalada de maquinaria y equipos.....	90
Tabla No. 30: Presupuesto de inversión inicial.....	92
Tabla No. 31: Presupuesto de maquinaria, muebles y equipos.....	93
Tabla No. 32: Depreciación de activos fijos.....	93
Tabla No. 33: Capital de trabajo.....	94
Tabla No. 34: Fuentes de Financiamiento.....	95
Tabla No. 35: Demanda potencial anual.....	96
Tabla No. 36: Frecuencia de consumo mensual.....	97

Tabla No. 37: Proyección de ingresos.....	97
Tabla No. 38: Resumen de Costos.....	98
Tabla No. 39: Resumen de Gastos.....	98
Tabla No. 40: Flujo de caja proyectado.....	99
Tabla No. 41: Balance inicial.....	100
Tabla No. 42: Balance proyectado.....	100
Tabla No. 43: Índices Financieros – VAN y TIR.....	103
Tabla No. 44: Ratios Financieros.....	104
Tabla No. 45: Escenarios de sensibilidad.....	105

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1 Árbol del problema.....	3
Gráfico No. 2: La chía, bebida medicinal de los aztecas.....	14
Gráfico No. 3: Cultivo de la chía.....	17
Gráfico No. 4: Estructura de la población económicamente activa (PEA).....	24
Gráfico No. 5: Determinantes de los problemas nutricionales con enfoque en el curso de la vida.....	25
Gráfico No. 6: Captura portal web oficial, Mamma Chía.....	28
Gráfico No. 7: Sexo.....	42
Gráfico No. 8: Edad.....	43
Gráfico No. 9: Personas que realizan las compras en casa.....	44
Gráfico No. 10: Número de personas que habitan en casa.....	45
Gráfico No. 11: Días laborables a la semana.....	46
Gráfico No. 12: Horas laborables al día.....	47
Gráfico No. 13: Horas destinadas a la alimentación diaria.....	48
Gráfico No. 14: Requerimientos nutricionales.....	49
Gráfico No. 15: Complicaciones de salud.....	50
Gráfico No. 16: Relación entre la salud y alimentación.....	51
Gráfico No. 17: Interés en la nutrición diaria.....	52
Gráfico No. 18: Interés en consumir el producto.....	53
Gráfico No. 19: Presentación del producto.....	54
Gráfico No. 20: Precio del producto.....	55
Gráfico No. 21: Aspectos importantes del producto.....	56
Gráfico No. 22: Preferencia de sabor.....	57
Gráfico No. 23: Frecuencia de consumo.....	58
Gráfico No. 24: Lugares de compra.....	59
Gráfico No. 25: Logotipo del producto.....	64
Gráfico No. 26: Organigrama de la empresa.....	68
Gráfico No. 27: Cinco fuerzas de Porter.....	76
Gráfico No. 28: Etiqueta del producto.....	83
Gráfico No. 29: Diseño de la empresa.....	84

RESUMEN

El acelerado ritmo de vida que experimentan las personas hoy en día, ha generado que la alimentación diaria no cumpla con los requerimientos mínimos de nutrientes que aporten al cuerpo la energía suficiente para el desarrollo de sus actividades diarias, tanto físicas como mentales. Sin duda, es una problemática que afecta directamente a la salud trayendo consigo complicaciones que en menor o mayor grado resultan en enfermedades. En atención a lo expuesto, el objetivo principal de la presente investigación consiste en determinar de qué manera al desarrollar la producción y comercialización de una bebida nutricional a base de semillas de Chía se contribuirá a corregir la inadecuada alimentación de los habitantes en la ciudad de Guayaquil. Para lograrlo, se empleó una metodología basada en una investigación no experimental, aplicando técnicas de observación directa, entrevistas y encuestas para conocer el mercado objetivo.

En consecuencia se obtuvo que el 41,6% sufre de sobrepeso en su mayoría, el 49,9% destina 20 minutos para cada comida del día, debido a la falta de tiempo, por comodidad y por supuesto a la sobreoferta de alimentos procesados poco nutritivos. Por otro lado, se obtuvo que el 88,5% de las personas estarían dispuestos a comprar un producto novedoso como lo es la bebida a base de semillas de chíá que presenta muchos beneficios nutricionales, sobre todo naturales, a un precio competitivo. Dado estos resultados se concluyó que la propuesta de implantar una planta de producción de bebidas naturales a base de semillas de Chía en la ciudad de Guayaquil, cumple con los requisitos técnicos y legales, resultando un negocio rentable para los inversionistas y que a su vez se ajusta a los lineamientos gubernamentales para al cambio de la matriz productiva del país.

Palabras clave: Chía, salvia hispánica, nutrición, salud

ABSTRACT

The intensive pace of life that people experience today has prevented the daily diet from meeting the minimum requirements of nutrients the bodies need to develop their physical and mental activities. There is no doubt that it is a problem that brings health complications resulting in lesser or greater diseases. Considering the above, the main objective of this research is to determine how the development of the production and commercialization of a nutritional drink made of Chia seeds will contribute to correcting the inadequate nutrition of the people in the city of Guayaquil. To achieve this, a methodology based on a non-experimental research was used, using direct observation techniques, interviews and surveys to find the target market.

Consequently it was found that 41.6% suffer overweight complications, 49.9% spends 20 minutes for each meal of the day, due to lack of time, comfort and of course the oversupply of processed foods with little or no nutrients. Furthermore, it was found that 88.5% of all people would be willing to buy a novel product as the chia drink that offers many nutritional benefits, but mostly natural, at a competitive price. Given these results, it is concluded that the proposal to install a plant to produce natural Chia seeds drinks in the city of Guayaquil, meets the technical and legal requirements, resulting in a profitable business for investors and, in turn, it meets the government guidelines for the change of the country's productive matrix.

Keywords: Chia, salvia hispanica, nutrition, health

RÉSUMÉ

Le rythme rapide de vie que les gens mènent aujourd'hui, signifie que l'alimentation quotidienne ne répond pas aux exigences minimales de nutriments qui fournissent au corps l'énergie nécessaire pour développer leurs activités quotidiennes physiques ou mentales. Sans doute, c'est une problématique qui touche directement la santé provoquant des complications voire des maladies graves. En faveur de l'exposé, l'objectif principal de cette recherche consiste à déterminer de quelle manière, le développement d'une production et une commercialisation d'une boisson nutritionnelle à base de graines de Chía on pourra contribuer à corriger les régimes alimentaires inadéquats des habitants de la ville de Guayaquil. Une méthodologie est employée, basée sur une recherche non expérimentale, en appliquant des techniques d'observation directe, d'interviews et d'enquêtes pour connaître le marché objectif.

En conséquence on a obtenu que 41,6 % souffrant d'une surcharge, de 49,9 % destinant 20 minutes pour chaque repas du jour, en raison du manque de temps, par confort et naturellement le surplus d'aliments inculpés peu nutritifs. D'un autre côté, on a obtenu que 88,5 % des personnes seraient disposées à acheter un produit nouveau comme le cas de la boisson à base de graines de Chía qui présente beaucoup de bénéfices alimentaires, surtout naturels, à un prix compétitif. Compte tenu de ces résultats, il a été conclu que la proposition d'implanter une plante de production de boissons naturelles à base de graines de Chía dans la ville de Guayaquil, répond aux exigences techniques et juridiques, d'une entreprise rentable pour les investisseurs et, répond aux directives du gouvernement pour le changement de la matrice de production du pays.

Mots-clés: Chía, salvia hispanica, nutrition, santé

INTRODUCCIÓN

1. ANTECEDENTES

Actualmente, se hace hincapié constantemente en la importancia de mantener una correcta alimentación para sobrellevar las exigencias que demanda el día a día. La nutrición durante toda nuestra vida es uno de los principales motivantes para mantener una buena salud, del rendimiento físico y mental, y es primordial para el desarrollo individual y nacional (ENSANUT¹, 2011). Debido al acelerado ritmo de vida que acusa a todas las personas en general, la clave para combatir el cansancio y otras complicaciones que esta pueda generar es mantener una base nutritiva en la alimentación diaria.

Hoy en día, las bebidas, además de ser una necesidad para una vida sana, se han convertido en una respuesta al deseo de los consumidores quienes buscan opciones saludables, refrescantes y nutricionales que cumplan con condiciones especiales y funcionales para su salud. El consumo de este tipo de bebidas, sean estimulantes, orgánicas, fortificadas, hidratantes, suplementos, entre otras, han tenido un mayor crecimiento en los últimos años.

Las bebidas nutricionales son aquellas que ofrecen beneficios para el autocuidado de la salud, procurando especializarse en aspectos específicos que ayuden a la mejora y resistencia de la misma. La creciente demanda de estos productos demuestra que desarrollarlos y lanzarlos al mercado ofrece todas las condiciones necesarias para tener éxito, ya que las bebidas nutricionales ofrecen una mayor versatilidad en términos de valor agregado sea por innovación, sabor o efectos determinados frente a las bebidas comunes.

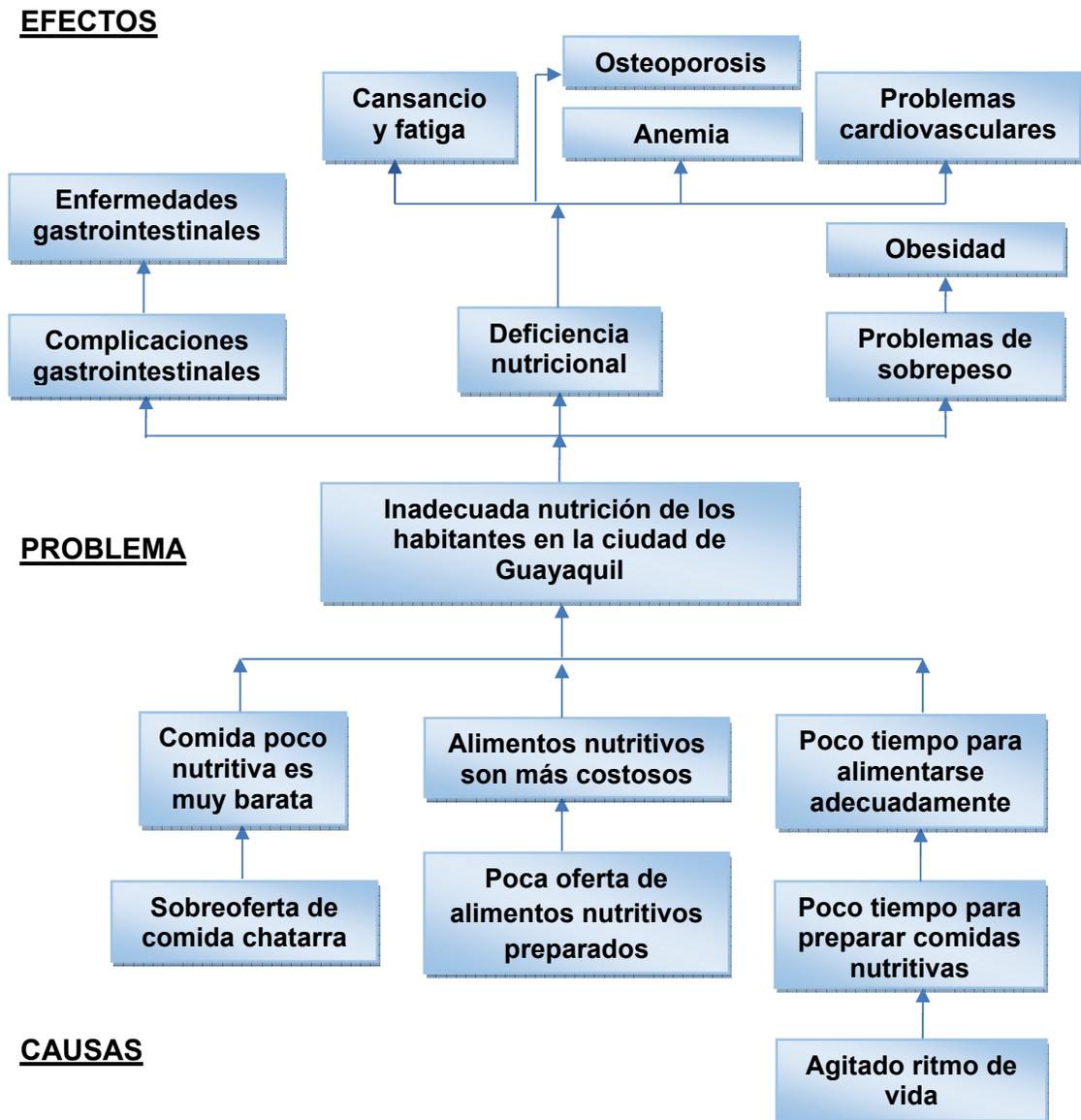
¹ Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, Ecuador*

Gracias a la tendencia que existe actualmente de cuidarse y mantenerse en forma, las personas han empezado a preferir el consumo de productos naturales que aporten beneficios para su salud, dado esto se ha emprendido el estudio de este proyecto que busca introducir una bebida natural a base de semilla de chía, que es considerada un superalimento por todas las propiedades que contiene, entre ellas omega 3, fibra, antioxidantes y proteínas, proporcionando una fuente natural de energía que equilibra la glucosa en la sangre evitando el cansancio y fatiga; reduce los niveles de colesterol debido a su alto contenido de ácidos grasos esenciales, favorece la hidratación y proporciona una sensación de saciedad que gracias a su contenido de fibra reduce las ganas de comer en grandes porciones.

Se considera que la comercialización de este tipo de producto no ha sido explotada en su totalidad en nuestro país, por lo que obtendríamos una gran oportunidad de negocio, ofertándolo en el mercado como una "bebida saludable" generando una rentabilidad para sus inversionistas a partir de un producto que satisface naturalmente las necesidades de los consumidores potenciales.

2. ÁRBOL DEL PROBLEMA

Gráfico No. 1: Árbol del Problema



Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Constantemente se puede observar que la alimentación adecuada es uno de los temas centrales para gozar de una buena salud y es que estos dos factores están directamente relacionados en cualquier aspecto. Una persona alimentada adecuadamente, tiene más oportunidades de estar protegido de enfermedades, desarrollarse plenamente, vivir con salud y aprender y trabajar mejor.

Actualmente, en la ciudad de Guayaquil, debido al agitado ritmo de vida que existe en la sociedad, se observa que existe poco tiempo para la preparación de comidas nutritivas comenzando desde el hogar. Ciertamente el estilo de vida que se lleva hoy en día no es el mismo que se llevaba años atrás. Antes, se podía esperar tener un alimento nutritivo preparado en casa a la hora de almorzar, en la actualidad este escenario ha cambiado al punto de que ambos padres siendo pilares de la familia, trabajen juntos para poder sustentar los gastos del hogar.

Por lo dispuesto en el Código de trabajo referente a las jornadas laborales y descansos, se encuentra que *"la jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario"* (Art. 47).

El artículo expone que los trabajadores tienen la obligación de un máximo de ocho horas de trabajo efectivo, incluyendo descansos donde: *"la jornada ordinaria de trabajo podrá ser dividida en dos partes, con reposo de hasta de dos horas después de las cuatro primeras horas de labor, pudiendo ser única, si a juicio del Director Regional del Trabajo, así lo impusieren las circunstancias"* (Art. 57).

Entonces, siendo a juicio de la mayoría de empleadores donde el tiempo de descanso o almuerzo según actividad empresarial corresponde a una hora, la cual es muchas veces reducida, nos da la realidad que muchas personas se ven obligadas a alimentarse en un tiempo que definitivamente no es suficiente para preparar un almuerzo saludable y mucho menos nutritivo.

Una persona que no se puede alimentar adecuadamente encuentra dificultades para mejorar su rendimiento tanto físico como emocional, dado que la capacidad del trabajo está directamente relacionada a la alimentación, por lo que ésta disminuirá si existe una nutrición deficiente.

Por otro lado, en el aspecto económico, según estadísticas del INEC², en el mes de junio de 2014 el costo de la Canasta Básica alcanzó el valor de \$634.67, igualando al ingreso familiar mensual (con 1.6 preceptores). En contraste se tiene que en el mismo mes del 2013 la Canasta Básica alcanzó a \$606,29 con un ingreso familiar de \$593.60, lo que daba como resultado un déficit de \$12.69.

Según Roberto Villacreses (s.f.), investigador del Instituto Ecuatoriano de Economía Política (IEEP), indicó que *"el ingreso familiar mínimo ha aumentado paulatinamente hace algunos años, producto de la estabilidad monetaria y el alto precio que se paga en los mercados internacionales por las materias primas que producimos y exportamos, también como fruto de las leyes y la voluntad gubernamental para el establecimiento de salarios mínimos. Esto ha reducido la brecha entre ingreso mínimo y gasto (canasta familiar)"*.

Por supuesto este incremento resulta ser una buena noticia para las personas que gozan de un empleo fijo y tienen el beneficio de un salario mínimo. Pero esto no ocurre para la parte del país que se encuentra sin empleo o subempleado. Según datos de la Encuesta Nacional de Empleo³, Desempleo⁴ y Subempleo⁵ (ENEMDU) realizada a 6,876 viviendas en la ciudad de Guayaquil, se encontró que el 53.9% de los habitantes se

² INEC es un acrónimo de Instituto Nacional de Estadística y Censos

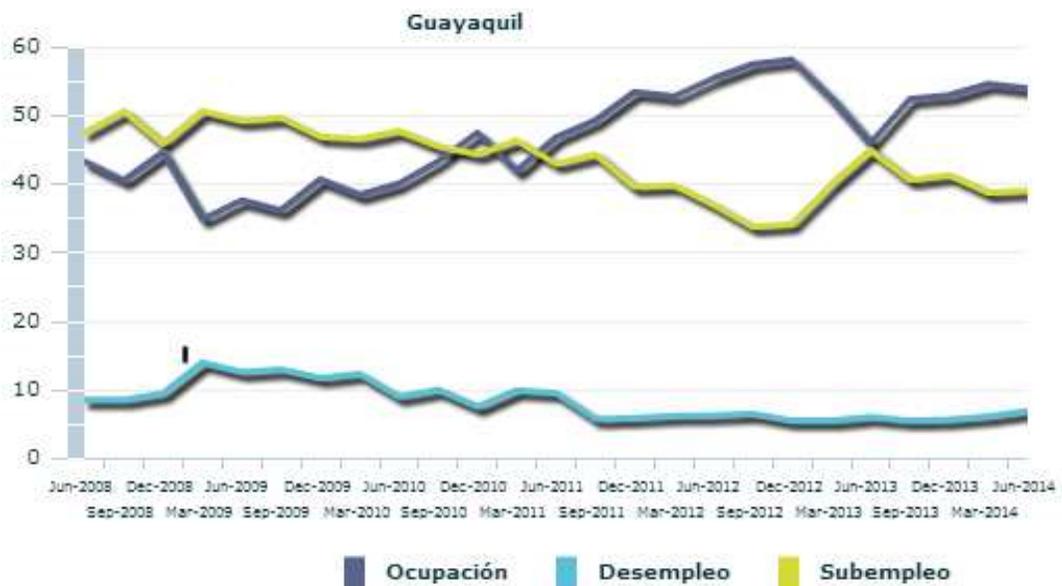
³ Abarca al sector de trabajadores que gozan de una retribución pecuniaria con todos los beneficios de ley.

⁴ Reúne a las personas quienes se encuentran en ocio involuntario que desean encontrar trabajo.

⁵ Reúne al sector informal, a las personas que trabajan menos de 40 horas semanales, ganan menos del salario básico unificado y se encuentran activamente buscando un empleo.

encuentran en ocupación plena, 39.04% en subempleo y 6.96% en desempleo. (INEC, s.f.).

Tabla No. 1: Población Económicamente Activa - Guayaquil Junio 2008-2014



Fuente: http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=92&Itemid=57

Elaboración: Autores

Se puede observar que existe una parte significativa de la población guayaquileña que puede estar ganando un salario mínimo o representativo, por lo que se deduce que no ganan los ingresos suficientes para destinarlos al sustento de una alimentación adecuada que requiere un mayor gasto.

En consecuencia, en la ciudad se encuentra una sobreoferta de comidas rápidas o chatarra; locales e incluso puestos informales que ofrecen abundancia pero poco contenido nutritivo. Por lo general, este tipo de comidas son además mucho más baratos comparados con alimentos orgánicos y substanciosos, de los cuales, la oferta es escasa lo que hace que su costo tienda a ser elevado.

La tendencia a consumir comida rápida se debe a la presencia de grandes firmas extranjeras que han dominado la mayor parte del segmento

tanto de comida rápida como restaurantes en el país (INEC, 2010). A pesar de que la comida ecuatoriana tiene una importante tradición de consumo entre los ecuatorianos, los restaurantes de comida americana por ejemplo, suelen tener muy buena acogida en los patios de comidas de los principales centros comerciales del país.

Según Shetty, et al. (2006), los cambios de hábitos alimenticios dejaron de afectar solamente a los países industrializados sino es también una preocupación para la mayoría de países en desarrollo con ingresos medios y bajos. Se ha pasado del consumo de dietas con alto contenido de carbohidratos y de fibra, al consumo de dietas ricas en grasas, grasas saturadas y azúcares simples.

Varios estudios sugieren también que existe una relación directa en cuanto al grado de evolución nutricional y la elevada tasa de urbanización, que por lo general se relaciona con la reducción de actividad física, teniendo como efecto problemas de sobrepeso y obesidad (ENSANUT, 2011).

Según datos del INEC 2010, en el Ecuador, se reveló que entre los años 2001 y 2011 la diabetes es la primera causa de mortalidad entre los ecuatorianos. Entre las enfermedades más comunes que aquejan a los ecuatorianos se encuentran en un 80% a enfermedades cardiovasculares, 90% de casos a diabetes tipo 2 y más del 30% al cáncer de mamas y de colon, todos estos padecimientos causados por malos hábitos alimenticios y el sedentarismo (LIE/El Ciudadano, 2013).

La inadecuada nutrición que tiene el ser humano puede entenderse desde varios puntos de vista, no solo se debe considerar las causas del consumo de comidas chatarras, sino también el hecho de comer poco e inadecuadamente, comer a destiempo o pasar largos periodos de tiempo sin haber ingerido un alimento. En consecuencia estaríamos hablando de una alimentación deficiente al no tener una dieta balanceada y equilibrada que tengan todos los nutrientes, vitaminas y fibras necesarias para sobrellevar el día a día en los tiempos actuales.

La tabla a continuación enlista las principales causas de mortalidad y, por ende, las principales enfermedades más comunes entre los ecuatorianos (INEC, 2010).

Tabla No. 2: Principales causas de mortalidad general (2010)

Causas de muerte	Número	Porcentaje	Tasa
Diabetes mellitus	4 455	7,15%	29,18
Enfermedades hipertensivas	4 381	7,03%	28,70
Enfermedades cerebrovasculares	3 930	6,31%	25,74
Demencia y enfermedad de Alzheimer	3 894	6,25%	25,51
Accidentes de transporte terrestre	3 351	5,38%	21,95
Influenza y neumonía	3 067	4,92%	20,09
Agresiones (homicidios)	2 106	3,38%	13,79
Enfermedades isquémicas del corazón	2 014	3,23%	13,19
Cirrosis y otras enfermedades del hígado	1 997	3,21%	13,08
Enfermedades Inmunoprevenibles	1 971	3,16%	12,91
Enfermedades del sistema urinario	1 756	2,82%	11,50

Fuente: INEC, 2010

Nota: Tasa de mortalidad por 100,000 habitantes

Elaboración: SENPLADES

4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

4.1. FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA O DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la factibilidad de que la producción y comercialización de una bebida nutricional a base de semillas de Chía contribuirá a corregir la inadecuada nutrición de los habitantes de la ciudad de Guayaquil?

4.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA Y PREGUNTAS ESPECÍFICAS

- a) ¿Cuáles son las necesidades nutricionales de los habitantes de la ciudad de Guayaquil?

- b) ¿De qué manera puede contribuir la bebida nutricional a base de chía a satisfacer las necesidades nutricionales mencionadas en el punto anterior?
- c) ¿Cuál sería la manera más eficiente de plantear el esquema productivo para este producto?
- d) ¿A qué segmento del mercado va dirigido este producto?
- e) ¿Cuál sería la manera más adecuada de alcanzar comercialmente a este segmento poblacional?

5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de que la producción y comercialización de una bebida nutricional a base de semillas de Chía pueda contribuir a corregir la inadecuada nutrición de los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Establecer las bondades nutricionales de la bebida a base de semilla de Chía.
2. Identificar el segmento de mercado al cual estará dirigido este producto.
3. Proponer los canales de distribución más convenientes.
4. Proyectar el presupuesto estimado para la exitosa contribución de este proyecto.

6. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Al desarrollar la producción y comercialización de una bebida nutricional a base de semillas de Chía se logrará la contribución a corregir la inadecuada alimentación de los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

7. JUSTIFICACIÓN

Dado que el gobierno actual se encuentra haciendo un llamado a los empresarios para que se integren a los proyectos impulsados por el Estado donde prevalece el emprendimiento, la innovación y, por tanto, el cambio, se ha alineado este estudio a los objetivos y lineamientos relacionados que se promueven en el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) 2013-2017. Entre los doce objetivos que componen el PNBV, se encuentra dos objetivos directamente ligados al propósito de este estudio, por un lado se tiene el mejoramiento de la calidad de vida de la población, y por otro la transformación de la matriz productiva.

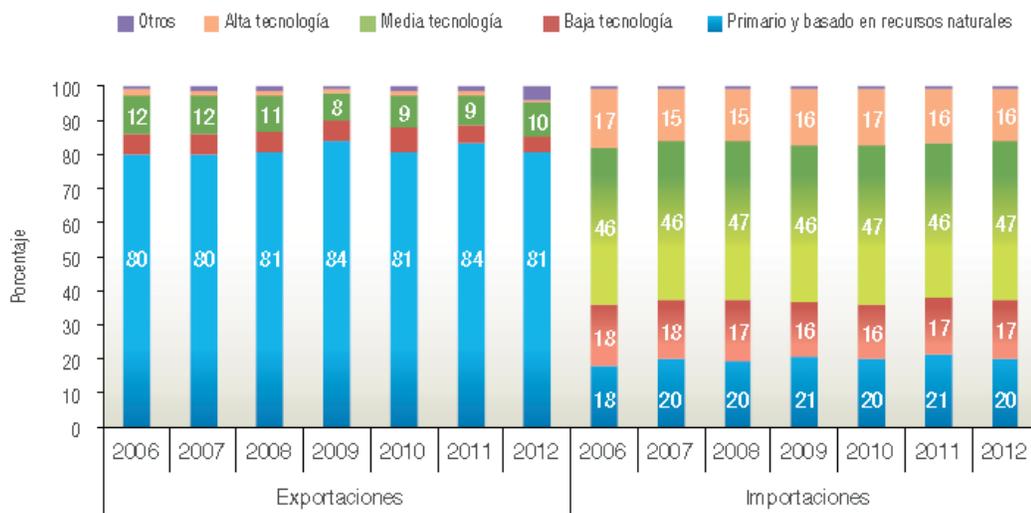
En el caso del mejoramiento de la calidad de vida la población, el Estado busca este progreso mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social. Dentro de sus políticas y lineamientos se encuentra la promoción en la sociedad de hábitos de alimentación nutritiva y saludable que permitan gozar de un nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual acorde con la edad y condiciones físicas (PNBV 2013-2017, p. 147). Con la introducción al mercado de la bebida nutricional a base de Chía se busca cubrir la poca oferta de productos nutritivos existentes en la ciudad de Guayaquil que fomenten una alimentación saludable, nutritiva y equilibrada, para la prevención de una vida sin malnutrición y desórdenes alimenticios.

Otro de los objetivos del PNBV que ligamos a este estudio, se encuentra el impulso a la transformación de la matriz productiva. Los elementos de este cambio se orientan a incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistemáticas, a la incorporación de valor agregado con eficiencia dentro de los procesos productivos (PNBV 2013-2017, p. 292). Debido a la falta de innovación e inversión en el sector productivo se observa que el Ecuador es un gran exportador de materia prima (Ver Tabla No. 3).

Es por eso que el presente estudio se encuentra enfocado a los lineamientos actuales del Estado, se pretende aprovechar el apoyo y

asesoramiento otorgado para alcanzar el éxito del proyecto, resaltando que el mismo se encuentra ubicado dentro de la categoría de alimentos de los sectores priorizados (Ver Anexo No. 1) para fomentar el emprendimiento.

Tabla No. 3: Estructura de las exportaciones e importaciones por nivel tecnológico (2006-2012)



Fuente: Banco Central del Ecuador (2012)

Elaboración: SENPLADES

Debido a que el mercado actual se encuentra saturado de bebidas hechas a base de alimentos artificiales y preservantes donde ponderan los químicos, las cuales no aportan un gran valor nutricional, de ahí parte la necesidad de introducir productos naturales que beneficien la salud de la población de la ciudad de Guayaquil. Este es el caso de la bebida natural a base de semilla de Chía, un alimento nutritivo que va acorde a los requerimientos que demanda el ritmo de vida de hoy en día.

Es una bebida nutritiva dirigida a personas adultas dado el escenario de exigencia de rendimiento tanto físico como mental que se da en las jornadas laborales de estos tiempos, agregando a esto el escaso tiempo para alimentarse adecuadamente y a la sobreoferta de comida rápida. De este modo se ofrece la oportunidad a las personas que conozcan las

propiedades de la semilla de Chía mediante la compra de un producto que aporta una fuente importante de omega 3, minerales, vitaminas, ácidos grasos, proteína y fibra, que podrá ser obtenida a un precio altamente competitivo en el mercado guayaquileño en comparación a las bebidas de este tipo dado que tendrá un valor medio dirigido a los estratos socio-económicos medio, medio-alto y alto.

Por otro lado se contribuirá al vacío de conocimiento en cuanto a la falta de industrialización de este tipo de bebidas que no han sido estudiadas a profundidad en la ciudad de Guayaquil; la falta de inversión y recursos laborales, habiendo tanta riqueza natural, justifican la realización de este estudio mediante la comercialización de productos no tradicionales, buscando la apertura de fuentes de trabajo que puedan incorporarse a la economía. De esta manera se podrá generalizar los resultados de esta investigación, que servirá como guía para ejecutar un plan acción, para que sea desarrollado y mejorado a nivel regional y/o nacional.

La introducción de bebidas "saludables" de este tipo aún no se han comercializado en su totalidad en el mercado guayaquileño, por lo que se puede analizar el grado de aceptación sobre el consumo de estas bebidas, cubriendo la poca oferta existente en relación a productos nutricionales preparados en la ciudad de Guayaquil. El estudio podrá sugerir ideas, recomendaciones o hipótesis a futuros estudios en relación al mercado de bebidas tanto naturales como nutricionales.

Para la determinación de la viabilidad o factibilidad misma del estudio se debe tomar en cuenta la disponibilidad de recursos financieros, humanos y materiales que determinarán en última instancia los alcances de la investigación (Rojas, 1981). Este estudio es factible considerando el apoyo que se tiene por parte del Estado para la producción de alimentos con valor agregado, y más aún para su comercialización local. Se contribuye al desarrollo de la pequeña y mediana industria en el país, marcando las directrices para la elaboración y promoción de nuevos productos con el objetivo de buscar oportunidades en el mercado. Se considera que el tiempo para realizar el estudio de investigación tomará cuatro meses

aproximadamente, en el cual se obtendrán datos para proyectar un negocio que resulte rentable al empresario.

Por lo tanto, se expresa que para el presente estudio de factibilidad se poseen los recursos necesarios para realizar una investigación de éxito. Se proyecta realizar una propuesta que pretenda cubrir una oferta deficiente de bebidas nutricionales en el mercado de Guayaquil, para lo cual se utilizará los instrumentos correspondientes para sustentar tanto de manera técnica como financiera las bases que apoyan la viabilidad de este proyecto.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1. MARCO TEÓRICO

1.1.1. ANTECEDENTES

En la era precolombina, la Chía (Salvia hispánica L.) era uno de los cultivos básicos de las civilizaciones de América Central, junto con el maíz, el amaranto y los porotos. Las semillas fueron utilizadas para la elaboración de medicinas y eran la base de su alimentación. Los Mayas creaban ofrendas de estas semillas a los dioses, en gratitud por las cosechas. El uso y la agricultura de la Chía en el valle de México, se remonta a unos 3.500 años A.C.

Gráfico No. 2: La chía, bebida medicinal de los aztecas



Fuente: Montúfar, A. (s.f.) *Las Chías sagradas del Templo Mayor de Tenochtitlan*. Arqueología Mexicana: Raíces
Elaboración: Montúfar, A.

Los Aztecas utilizaban la chía en diferentes preparados nutricionales y elaboración de brebajes medicinales. Para inducir el parto en la época

prehispánica, las mujeres que estaban por dar a luz bebían una mezcla de agua de chía y carne de la cola de tlacuache (Códice Florentino, libro XI, f. 171v). Era un de las fuentes de energía para trayectos prolongados y alimento para los guerreros, por eso es conocida como el alimento de los viajes. Una comida típica "tzoalli" la preparaban con semillas de amaranto y Chía tostadas, miel de maguey y harina de maíz. La harina de chía tostada se utilizaba en la preparación de una popular bebida refrescante y nutritiva, costumbre que, con variantes, persiste hoy en Centroamérica y se denomina "Agua Fresca de Chía". Su composición es agua, limón, azúcar y Chía. Los aztecas y mayas almacenaban la harina de chía por largos periodos ya que debido a los antioxidantes que posee, podía transportarse fácilmente en viajes largos y se utilizaba como moneda de pago para tributos y transacciones.

Aunque probablemente no se conocía a ciencia cierta cuáles eran las propiedades químicas o medicinales y nutritivas de las semillas de chía, las civilizaciones azteca y maya la adoptaron como elemento imprescindible de su alimentación. Es por eso que, en tiempos de la conquista Española sobre la población Azteca, la Chía era uno de los sembríos más importantes. Después del colapso del imperio azteca, perdieron su predominio y esencialmente desaparecieron. Los españoles prohibieron los cultivos por la estrecha asociación con la religión local, siendo reemplazadas por otras especies de gran demanda. Aún así, dada la fortaleza de la semilla se pudo mantener viva en áreas montañosas de México y América Central.

1.1.2. ORIGEN Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

La familia de las Labiatae está formada por doscientos veinte y cuatro géneros y cinco mil seiscientas especies en todo el mundo. En México, *Salvia* es el género más numeroso de la familia Lamiaceae. La diversidad del género, en la región montañosa central de México, podría ser una de las mayores conocidas para cualquier género. Los botánicos estiman que en México hay doscientas setenta y cinco especies, de las cuales el

88% es endémico, con un género trasladado a todos los hábitats posibles. La mayor diversidad de la especie *Salvia* se encuentra en el oeste de México, entre los quinientos y mil setecientos metros sobre el nivel del mar, lo que hace creer que su origen se encontraba allí (Ayerza R., Coates W., 2006).

Históricamente la *Salvia* hispánica L. fue cultivada en climas tropicales como en los subtropicales, tanto en áreas libres de heladas como en regiones en donde se presentan anualmente y desde el nivel del mar, hasta los dos mil quinientos metros de altura, por ello es un cultivo resistente que puede crecer en esas condiciones. En la siguiente tabla podemos observar las principales características ecológicas de lugares donde la chía fue o aún es cultivada, los valores de temperaturas y precipitaciones son promedios a lo largo del tiempo de cultivo (Ayerza, 2006).

Tabla No.4: Características de lugares donde la chía ha sido cultivada

PAÍS	LOCALIDAD	LATITUD	ELEVACIÓN (m)	TEMPERATURA	PRECIPITACIÓN	CICLO DE
				ANUAL/ESTACIÓN ² (°C)	ANUAL/ESTACIÓN ² (mm)	CULTIVO DÍAS
Argentina	El Carril	25° 05' S.	1170	17,3/16,6	560/390	150
Bolivia	Santa Cruz	17° 43' S.	437	24,6/22,8	1141/566	150
Colombia ¹	La Unión	4° 32' N.	920	24,0/23,8	1118/341	90
México ¹	México D.F.	19° 00' N.	2259	15,5/16,3	579/470	150
México	Acatic	20° 55' N.	1680	18,5/--	700/553	150
Perú ¹	Ica	14° 05' S.	396	21,1/20,4	3/ 1	150

¹Su cultivo se ha denominado descontinuado.

²Promedio de la estación de cultivo de la chía.

Fuente: Ayerza, R. y Coates W. “Chía: Redescubriendo un olvidado alimento de los aztecas” (2006)

Elaboración: Ayerza-Coates, 2006

1.1.3. DESCRIPCIÓN BOTÁNICA

Gráfico No. 3: Cultivo de la chía



Fuente: <http://www.apen.org.ni/noticias/69/i-foro-nacional-de-la-chia-para-consolidar-producc/#!prettyPhoto>

Elaboración: Autores

La chía es una planta herbácea de crecimiento anual de la familia de las lamiáceas. El nombre labiadas o lamiáceas se debe a la peculiar forma de la flor con apariencia de "labios". Es una planta en forma de arbusto, midiendo entre 1 a 1.5 metros de altura. El tallo es cuadrangular, sus hojas crecen opuestas, son simples, pecioladas (unidas al tallo por peciolo), ovaladas y serradas por la parte lateral o limbo. Estas hojas son de color verde oscuro y miden entre 4 y 8 centímetros de largo y de 3 a 5 centímetros de ancho. El reverso de la hoja es de color verde pálido y presenta una vellosidad o pubescencia que retiene la humedad.

La inflorescencia es una flor pedicelada (con pedúnclo⁶), que se encuentra en grupos de seis o más flores reunidas sobre el raquis o eje principal de la inflorescencia. Esta flor es hermafrodita y su floración sucede en julio y agosto en el hemisferio norte, y en abril en el hemisferio sur. Las flores tienen el cáliz bilabiado⁷. La corola de color dorado, azul o blanco, es monopétala, formada por 5 pétalos soldados. El labio interior se expande

⁶ Tallo de una hoja, fruto o flor por el cual se une al tallo de la planta.

⁷ Presenta dos partes divididas en forma de labio

hacia afuera y abajo, y el superior es ascendente y arqueado. El fruto de la planta es un aquenio indehisciente, que en el interior reserva sus semillas. Estas tienen forma ovalada y lustrosa, miden 1.5 mm de ancho y 2.0 mm de largo, de color negro vetado, pardo rojizo y o blanco.

Tabla No.5: Clasificación científica

Reino	Plantae
Subreino	Tracheobionta
División	Magnoliophyta
Clase	Magnoliopsida
Subclase	Asteridae
Orden	Lamiales
Familia	Lamiaceae
Subfamilia	Nepetoideae
Tribu	Mentheae
Género	Salvia
Especie	S. Hispánica
Nombre Binomial	
<i>Salvia hispánica</i> L.	

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Salvia_hispanica

Elaboración: Autores

1.1.4. CULTIVO DE LA SEMILLA DE CHÍA

Como la mayoría de las salvias, esta planta es flexible respecto a la acidez y a la sequía, pero no soporta las heladas y crece bien en suelos franco-arenosos y de moderada fertilidad. Requiere abundante sol, y no fructifica en la sombra. Su cultivo está distribuido en los países México, Argentina, Bolivia, Nicaragua, Perú, Chile y Ecuador. En caso de este último, la chía puede sembrarse tanto en la costa como en la sierra, lo único que cambia es el tiempo de cosecha.

1.1.4.1. HUMEDAD

La semilla de chía necesita suelo húmedo para brotar, se comporta bien con cantidades limitadas de agua, aunque puede crecer con un amplio rango de precipitaciones. Puede cultivarse en seco con sólo 40 mm de agua anuales bien distribuidos, la zona en donde se implante el cultivo es

fundamental tener en cuenta la temperatura del suelo no menos de 20° y no debe superar los 50° en suelos con cierta salinidad. (YRIBU, 2013).

1.1.4.2. SUELOS

La planta se desarrolla mejor en suelos arenoso-limosos aunque puede crecer en los arcillo-limosos con un buen drenaje. La preparación del suelo se puede hacer en forma convencional con arada y rastreada. La profundidad de siembra no debe superar los 5 mm, pues las semillas tienen un tamaño de 2 a 3 milímetros. La siembra se debe hacer "a chorrillo" (YRIBU, 2013).

1.1.4.3. PLAGAS Y ENFERMEDADES

Las pestes y enfermedades no están bien documentadas, por lo que es necesaria mayor investigación. Según Ayerza R. y Coates W., (2006) "El mayor inconveniente en la Argentina, Bolivia y Colombia, durante el período inicial de crecimiento han sido las hormigas, y siendo necesario controlarlas. El ataque de estos insectos deja en las plantaciones grandes espacios completamente vacíos, sin siquiera una planta."

1.1.4.4. CLIMA, TEMPERATURA

La chía crece en condiciones tropicales y subtropicales. Necesita de veranos cálidos y con mucha luz. La región mesoamericana es ideal para su desarrollo, así como también América del Sur, siendo los países más representativos en su producción Argentina, Bolivia, Colombia, y Ecuador se perfila como un país potencial para su producción por sus condiciones climáticas.

1.1.4.5. COSECHA

El ciclo en siembra en los climas cálido es de cuatro meses, mientras que en el frío son cinco meses, de acuerdo al estado de madurez de la planta. No conviene excederse mucho de este tiempo, porque si se dejan

más tiempo, las semillas maduras se caen al suelo. Las semillas se desarrollan en ramilletes, que normalmente siguen floreciendo, pero queda un 20 % del largo del ramillete que se mantiene en estado vegetativo (verdoso). Lo que está por debajo de ese 10 % se encuentra en condiciones de ser cosechado y tiene un color amarillento. El productor que observa este estado de madurez de los ramilletes y con un color amarillento en el 90 % de su extensión puede dar inicio a la cosecha. (YRIBU, 2013).

1.1.5. COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LA SEMILLA

Tabla No.6: Información nutricional de la semilla de chía

	100 g.	1 porción (25 g.)	En base a la DDR *	Clasificación de contenido
Energía (Kcal)	536	134	-	-
Proteínas (gr.)	17,2	4,3	-	-
Grasa Total (gr.)	32,8	8,2	-	-
Grasa Saturada (gr.)	2,8	0,7	-	Bajo
Grasa Monoinsaturada (gr.)	0	0	-	-
Grasa Poliinsaturada (gr.)	3,2	0,8	-	-
Acidos grasos Trans	0	0	-	Libre
Acidos grasos Omega-3 (gr.)	20,8	5,2	260%	Alto
Colesterol (mg.)	0	0	-	Libre
Hidratos de carbono (gr.)	44	11	-	-
Fibra dietética total (gr.)	27,6	6,9	27,6%	Alto
Sodio (mg.)	<20	<5	-	Libre
Potasio (mg.)	700	175	116%	Alto
Vitamina A (µg ER)	44	11	<1%	Bajo
Tiamina (B1) (mg.)	0,2	0,05	4,2%	Buena Fuente
Tiboflavina (B2) (mg.)	5,2	1,3	<1%	Bajo
Niacina (B3) (mg. EN)	6,4	1,6	1%	Bajo
Calcio (mg.)	820	205	20,5%	Alto
Hierro (mg.)	16,4	4,1	22,8%	Alto
Fósforo (mg.)	924	231	33%	Alto
Magnesio (mg.)	392	98	28%	Alto
Zinc (mg.)	6,8	1,7	15,5%	Buena Fuente
Cuobre (mg.)	2,1	0,53	26%	Alto

Fuente: <http://fuentenatura.com/cnutricion.html>

Elaboración: Autores

1.1.6. PROPIEDADES Y BENEFICIOS DE LA SEMILLA DE CHÍA

La semilla de chía contiene múltiples nutrientes que son usados para mantener la salud. En el glosario, se encuentran las definiciones conceptuales para aclarar los términos usados en el presente estudio. Las propiedades de la semilla que destacan son:

- **OMEGA 3**

Entre las fuentes omega 3 que posee la chía, contiene 63,2% de ALA (Ácido Alfa Linoléico), la mayor concentración de un ácido graso esencial encontrado en una semilla hasta la actualidad, este ácido consigue que los nutrientes se encuentren fácilmente disponibles y ayuden a que la transmisión nerviosa sea más eficiente. Esto mejora la capacidad de memoria, el humor y como protector coronario debido a que ayuda a depurar o purificar la sangre de sustancias malignas, como también reducir los niveles de triglicéridos en el organismo, alejando problemas en el corazón.

- **PROTEÍNAS**

Dado que el cuerpo humano hace uso de las proteínas para construir y reparar tejidos, también constituyen una parte importante de los huesos, cartílagos, músculos, la piel y la sangre. Dado que las proteínas no se almacenan en el cuerpo, se deben obtener de la dieta diaria. Lo más importante es que la chía está compuesta en un 21% de sustancia proteínica, pudiendo ser utilizada como se encuentra en la semilla sin necesidad de procesarla. Adicionalmente, la chía cuenta con una fuente de ocho aminoácidos esenciales que el cuerpo necesita para utilizar las proteínas, que son: la lisina, la isoleucina, la leucina, la metionina, la felamina, la treotina, la valina y el triptófano. (Coates, W., 2012)

- **VITAMINAS Y MINERALES**

Las vitaminas y minerales son conocidos como micronutrientes, que son elementos que ayudan a mantener el cuerpo bien nutrido y lleno de energía para que funcione correctamente. Entre sus principales micronutrientes se encuentran: el calcio, el hierro, el magnesio, el zinc, el selenio, cobre, manganeso, cromo, sodio, potasio, vitamina A, vitamina C (ácido ascórbico), vitamina E (alfa-tocoferol), tiamina (vitamina B1), riboflavina (vitamina B2), niacina (vitamina B3) y folato (ácido fólico o vitamina B9). (Coates, W., 2012)

- **FIBRA**

La fibra proviene de alimentos de origen vegetal como semillas, frutas, verduras y granos que el sistema digestivo no es capaz de digerir o destruir, por lo que simplemente pasa a través del tracto digestivo. Sin embargo es un elemento esencial para mantener una salud y peso adecuado. A diferencia de los azúcares y almidones, la fibra no aporta calorías. Los beneficios de la fibra varían en función si es soluble o insoluble. Por un lado la fibra soluble se disuelve en el estómago en el agua de los alimentos y en los jugos digestivos y se convierte en un líquido viscoso o gel, lo que puede ayudar a reducir el colesterol y al disminuir la absorción de azúcar, lo cual es útil para las personas diabéticas; por otro lado la fibra insoluble absorbe mucha agua, se expande en el aparato digestivo, aumentando los movimientos de los intestinos y ayudando a desalojar las heces. Comer fibra insoluble es un método muy eficaz y preventivo para el estreñimiento y otros trastornos digestivos como el síndrome de intestino irritable. En este caso la semilla de chía contiene 5,3 gr de fibra soluble y 35,9 gr de fibra insoluble por cada 100 gr de semilla. Así mismo la chía es libre de gluten, lo que es ideal para la alimentación de personas celiacas⁸.

- **FITONUTRIENTES**

Los fitonutrientes son sustancias químicas presentes en las plantas, responsables de darles color, sabor, protegerlas de los rayos ultravioletas, ayudarlas a combatir las infecciones bacterianas, virales y micóticas⁹, y permitirles superar las inclemencias y presiones de su entorno. En pocas palabras, constituyen un agente inmunitario de la planta así como para las personas que la consumen, siendo un elemento importante para la prevención de enfermedades graves como: cáncer, diabetes, enfermedades cardiovasculares e hipertensión. (Coates, W., 2012)

⁸ Es una enfermedad autoinmune que se caracteriza por una inflamación crónica de la parte próxima del intestino delgado que dificulta la absorción de macro y micronutrientes, causada por la exposición a la gliadina, una proteína vegetal de algunos cereales como el trigo, cebada, centeno y avena.

⁹ Infecciones sufridas en animales o vegetales provocadas por un hongo.

▪ **ANTIOXIDANTES**

Los antioxidantes son unas moléculas, principalmente vitaminas y oligoelementos, que actúan eliminando el exceso de radicales libres, los cuales en exceso provocan una degradación progresiva de las paredes celulares, que se traducen como arrugas y daños en la piel, debido a que a veces las personas se exponen a sustancias del medio ambiente como humo del tabaco o radiación, que hacen que se dé una superproducción, difícil de asumir por el cuerpo.

En estos casos, es donde actúan los antioxidantes, encargados de eliminar los radicales sobrantes y reparar sus daños. La mayoría de los antioxidantes se encuentra en alimentos vegetales, lo cual explica por qué es beneficioso incluir frutas, legumbres, verduras y hortalizas a nuestra dieta. Los antioxidantes más importantes que contienen la semilla de chía son el ácido clorogénico y el ácido cafeico, que crean una barrera para los radicales libres e inhiben la peroxidación¹⁰ grasa. Estos antioxidantes son incluso más fuertes que la vitamina C y vitamina E.

▪ **EFFECTO ADELGAZANTE**

Se considera su consumo ideal para bajar de peso, estableciendo que: su alto contenido de omega 3 favorece el transporte de nutrientes al organismo, lo que ayuda a acelerar el metabolismo, eliminar grasas y volumen corporal; ayuda a controlar los niveles de colesterol, reduciendo los niveles de los triglicéridos¹¹ y eliminando toxinas en general; es una rica fuente de fibra, lo que mejora la digestión y evita el estreñimiento que inflama el abdomen; ayuda a asimilar los carbohidratos y prolonga la energía física. Evitando la acumulación calórica y reduciendo los niveles de azúcar (efecto hipoglucemiante); dada la capacidad de absorción de líquidos que

¹⁰ La peroxidación hace referencia a la degradación oxidativa de los lípidos, que representa un mecanismo importante de daño tisular (de tejido) en la piel.

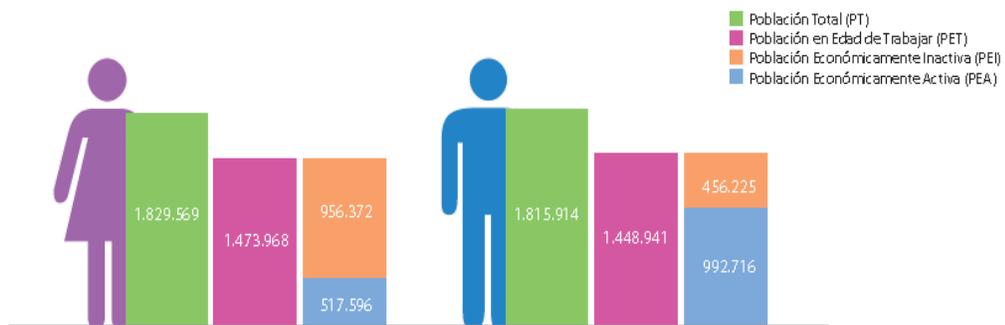
¹¹ Son el principal tipo de grasa transportado por el organismo para dar energía o para ser almacenados como grasa.

caracteriza a la semilla (puede aumentar 12 veces su volumen), aumentando así la sensación de saciedad, lo que reduce el apetito (Coates, W., 2012).

1.1.7. LA SALUD EN LA POBLACIÓN ECUATORIANA

Según el INEC, basado en datos del Censo Económico y Poblacional (2010), se determinó que en la provincia del Guayas existen aproximadamente 1,510,312 habitantes que conforman la población económicamente activa.

Gráfico No. 4: Estructura de la población económicamente activa (PEA)



Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

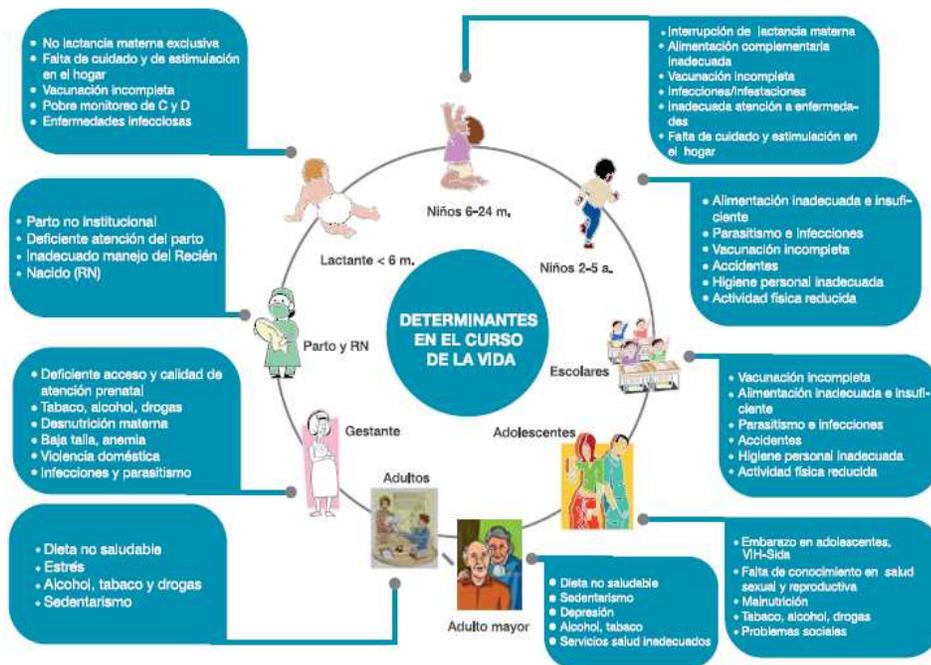
Partiendo del total de esta población, se estableció que el 76.2% obtiene sus ingresos provenientes de renta primaria, es decir, que son personas que trabajan en relación de dependencia, que obtienen ingresos por negocios de cuenta propia, ingresos por empresas no constituidas en sociedades de capital y administradas por sus dueños, etc. Entre estas personas, el 60.3% no se encuentra asegurado ni cubierto por algún tipo de seguro de salud, sólo un 32.2% están afiliados al seguro del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) (INEC, 2010).

Según estos datos, se puede interpretar que existen un porcentaje de población significativo que no posee la libertad económica para mantener un seguro de salud sea estatal o privado. Agregando a esto, el escenario del

servicio insuficiente que mantiene el IESS con sus afiliados ocasionando el descontento e inseguridad en ellos.

De acuerdo el gráfico, se demuestra que durante el ciclo de vida de las personas, los determinantes de una adecuada nutrición son esenciales para mantener una buena salud, desde la gestación hasta la edad adulta mayor. Este análisis refleja cómo deficiencias en una etapa temprana se mantienen durante el curso de la vida, afectando la salud en edades preescolares, escolares, adolescencia y adultas.

Gráfico No. 5: Determinantes de los problemas nutricionales con enfoque en el curso de la vida



Fuente: <http://instituciones.msp.gov.ec/images/Documentos/varios/ENSANUT.pdf>

Elaboración: Ministerio de Salud Pública del Ecuador

Los datos obtenidos en la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (2011-2013) confirmaron la presencia de una mala nutrición en la población ecuatoriana, catalogando sus prácticas de alimentación alimentaria y lactancia materna como una opción muy distante de ser recomendada. Los

problemas de malnutrición no sólo se presentan en niños sino también en adolescentes y adultos. En el Ecuador, el 25.3% de los niños preescolares (menores de 5 años) presentan retardo en talla (desnutrición crónica) y el 8.6% son propensos a tener problemas de obesidad y sobrepeso. Por otro lado, en la población escolar, el 15% tiene retardo en talla y el 29.9% tiene sobrepeso u obesidad, siendo tres veces mayor que la población preescolar. Así también, de la población adolescente, el 19.1% tiene retardo en talla y el 26% tiene sobrepeso u obesidad, lo cual aumenta a 62.8% en la edad adulta.

De acuerdo a los resultados sobre el tipo de consumo alimentario de la población ecuatoriana, se puede inferir que el país se encuentra atravesando un cambio en las distintas etapas de transición nutricional. Se observó que las zonas menos desarrolladas y de bajos recursos económicos tienen a un mayor consumo de carbohidratos respecto a las áreas más desarrolladas del país. A esto se suma los hábitos alimentarios, un 84% de los encuestados reportó el hábito de consumir alimentos procesados como gaseosas, comida rápida y snacks de dulce y sal). Adicionalmente, se suma el hecho de que la mayor parte de niños, adolescentes y adultos llevan una vida insuficientemente activa que asegure una vida más sana. Altos índices revelaron que la población joven ecuatoriana no cumple con el tiempo mínimo de actividad física, y que la mayoría de niños y adolescentes están expuestos de dos a cuatro horas de videojuegos y televisión por día. Por lo tanto, no es sorpresa que los resultados obtenidos den como resultado enfermedades crónicas como diabetes mellitus, la dislipemia¹² y la hipertensión, siendo las más comunes entre las enfermedades mortales en el país, todo esto debido a tendencias alimentarias pobres en nutrientes y sedentarismo.

Los problemas más comunes que se muestran en adultos son, mantener una dieta no saludable, efectos del estrés, el consumo de alcohol, tabaco y el sedentarismo. En el campo de la salud, debido al estilo de vida

¹² Es la alteración en los niveles de lípidos (grasas) en la sangre

moderno, las personas aspiran a trabajar muchas más horas para ganar más dinero, reduciendo de esta manera su tiempo de descanso, diversión e incluso alimentación, siendo causa del aumento de enfermedades como el sobrepeso, alcoholismo, drogadicción y estrés, derivando males de salud mental, todo esto basado en un supuesto "desarrollo".

Por otro lado, según un estudio de mercado realizado por IPSA Group (2009) ahora NIELSEN en la ciudad de Guayaquil, demostró que 58% de las personas encuestadas, se preocupan por su salud, haciendo dietas, acudiendo al gimnasio, entre otros. El 62% mostró consumir productos naturales por necesidad al presentarse un tipo de malestar o enfermedad y el 38% prefieren consumirlos por prevención a algún tipo de dolencia futura relacionada con una alimentación insuficiente. Esto nos podría decir, que si bien existe un alto porcentaje de enfermedades en los ecuatorianos, existe de igual manera un grado de preocupación por mantenerse saludable.

En general, de acuerdo a este estudio de mercado, se observó que las mujeres tienden a preferir más el consumo de alimentos naturales que los hombres, dado que al mismo tiempo que estos productos les ayudan a mantener una buena salud, les ayuda a su vez a lucir una apariencia saludable todos los días, asociando a este hecho, el significado de belleza. Y es esto último lo que pondera en la sociedad de hoy en día, el mensaje que los medios de comunicación y el entorno social envían, haciendo referencia a que la imagen es la que vende, y puede trastocar en cierto grado el significado de salud y belleza. Es por eso que es tan común ver altos índices de casos de anorexia, anemia y bulimia en jóvenes que se sienten afectados por su peso y la manera en que la sociedad juzga las apariencias, lo que causa problemas de una alimentación inadecuada, reducida en proteínas y nutrientes necesarios para un equilibrio de salud física y mental.

1.2. MARCO REFERENCIAL

Para denotar el impacto positivo de una bebida nutricional a base de semillas de chía, se ha tomado como referencia el caso más exitoso de comercialización de esta bebida en otro país, con el fin de demostrar la efectividad en la introducción de esta bebida en el mercado.

Este es el caso de Mamma Chía, una empresa americana, dedicada a la venta de jugos con semillas de chía, así como también, las semillas en seco para prepararlas con otros alimentos. Su fundadora, Janie Hoffman, empezó lanzando la bebida en el 2010, la clave de su éxito se basó en que se introdujo un producto que no tenía ningún parecido en el mercado, atrayendo de esta manera la curiosidad de las personas por saber de qué se trataba, a qué sabía, qué textura tendría.

Gráfico No. 6: Captura portal web oficial, Mamma Chía



Fuente: <http://www.mammachia.com/>

Elaboración: Autores

Partiendo de esta curiosidad, se resaltó las múltiples bondades que la semilla contiene, ofreciendo al público, un superalimento al alcance de sus

manos. Hoffman, menciona haber tenido un poco de suerte en encontrar la manera más idónea de empezar con el emprendimiento del proyecto en ese entonces. Gracias a consejos de gente del medio de la bebidas nutricionales, le aconsejaron que asistiese a la feria natural Expo East Products para hacer contactos, y es así como un año más tarde se encontró comercializando su producto en Whole Foods market, expandiendo el negocio a nivel nacional estando presente en alrededor de 800 tiendas, tales como Kroger, Safeway y Costco. Al principio no fue fácil tomar la decisión de lanzarse nacionalmente ya que siempre existía la incertidumbre de casos de compañías que acuerdan la distribución nacional de sus productos pero no tienen la infraestructura necesaria para satisfacer la demanda y apoyar su crecimiento.

Una vez tomada la decisión, desde entonces, el éxito de sus productos no han parado en lo absoluto. Hoffman reportó que sus ventas fueron 3 veces mayor en el primer trimestre de 2014 que en el primero de 2013, por lo que han tenido un crecimiento bastante explosivo. Mencionó además que una de las claves de su éxito fue el incremento de la capacidad de producción e especialmente la innovación de sus productos para darle una diferenciación con nuevos competidores emergentes.

1.3. MARCO LEGAL

El primer paso para constituir una empresa es determinar su estructura legal, para lo cual se debe decidir qué tipo de compañía se va a formar. Para la constitución de la compañía del presente trabajo de titulación se realizará como una compañía anónima. Según la Ley de Compañías, la sociedad anónima es una compañía cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones. A diferencia de las sociedades de personas, la sociedad anónima es esencialmente capitalista, esto quiere decir que no se conforma en consideración a las personas que se asocian. Se requiere un capital mínimo para formar la compañía, es de

ochocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 25% del capital total. En este tipo de sociedades, el capital se divide en acciones, que son títulos negociables en el mercado, sin que pueda establecerse limitación alguna a este respecto (Art. 143).

La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones de la compañía es limitada, pues responden únicamente hasta el monto de sus acciones. Se administra por mandatarios, cuyo encargo puede ser revocado en cualquier momento, que obligan a la compañía en virtud del mandato; pero que no contraen por razón de su administración una obligación personal por los negocios y actividades de la compañía, a no ser en los casos de excepción establecidos en la ley, que se refieren a faltas u omisiones que acarrear expresamente responsabilidad solidaria con ella. (Art. 144). En el anexo No. 2 se encuentra el proceso a realizar para constituir una compañía en el Ecuador.

Además, para iniciar una compañía que intenta lanzar un producto nuevo al mercado, se debe proceder con el registro de nombre y de marca, proceso que se realiza en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI). (Ver proceso en anexo No. 3)

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. MARCO METODOLÓGICO

2.1.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tendrá un enfoque mixto, es decir que será cualitativo en cuanto la determinación de las características y necesidades del segmento de estudio que nos enfocaremos y cuantitativo en cuanto a los requerimientos matemáticos y estadísticos para determinar el tamaño de la población y por ende el tamaño de la muestra de estudio.

2.1.2. MÉTODOS, TÉCNICAS Y TIPOS DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante los métodos de investigación se podrá explorar la problemática del estudio a partir del análisis de aspectos específicos como tiempo, falta de conocimiento, dinero, entre otros, los que permitirán llegar a las razones generales y específicas que ocasionan la inadecuada alimentación de los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

Uno de los métodos a utilizar será el deductivo, el cual permitirá el análisis del estudio partiendo desde una premisa general siendo la inadecuada alimentación de los habitantes de Guayaquil dirigiéndose hacia variables particulares que originan tal situación. Otro método que se utilizará en el presente estudio será el analítico, ya que este método dará la oportunidad de identificar y analizar por separado las variables que conducen directamente a una inadecuada alimentación y sus consecuencias en la salud de los habitantes de Guayaquil. También se utilizara el método sintético, el cual permitirá recopilar las variables aleatorias que se han ido identificando para obtener conocimientos sobre las causas que afectan directamente a una inadecuada alimentación.

Se empleará un diseño de investigación no experimental, considerando ciertos tipos de investigación que permitirán identificar factores puntuales para el desarrollo de la misma. Será de tipo exploratorio porque se

va indagar un campo que en la ciudad de Guayaquil no se ha explorado a profundidad aún, en este caso, la producción y comercialización de productos no tradicionales, como es el mercado de las bebidas nutricionales, particularmente el caso de la bebida nutricional a base de semillas de chía. Se pretende recopilar la información sobre cómo los diversos aspectos relacionados a una alimentación inadecuada afectan directamente la salud de los habitantes de Guayaquil; también se utilizará el tipo descriptivo debido a que nos encontraremos con realidades que hay que describir respecto a los procesos que conllevan la elaboración, producción y comercialización de una bebida nutricional a base de semillas de chía. Igualmente se escogió el tipo documental ya que se examinarán casos externos en otros países y se recopilará la información necesaria que sustente el estudio del proyecto. Finalmente se determinó un estudio seccional ya que se recopilarán datos en un tiempo único. Se describirán variables, analizando su incidencia e interrelación en un momento dado.

Dentro de las técnicas a emplearse en el presente estudio, para las fuentes primarias desarrollaremos nuestros propios instrumentos que consideramos serán:

- **Reportes de observación:** Por medio de esta técnica, se permitirá la observación en contacto directo con el objeto del presente estudio, y así mismo el acopio de información que permita confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva.
- **Entrevista a los actores de la problemática:** En este caso se realizará una entrevista a nutricionistas que tengan experiencia en el uso de la semilla de chía.
- **Encuestas:** Mediante esta técnica, se podrá obtener información de detallada de nuestro universo de estudio, a través del análisis de una muestra poblacional representativa, a través de la cual se podrá conocer la opinión o valoración de nuestros consumidores potenciales.

Para el estudio de las fuentes secundarias se empleará fichas bibliográficas, hemerográficas, monografías, tesis de grado y datos de internet.

2.1.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

Para realizar el análisis cuantitativo del presente estudio, luego de haber definido los métodos y las técnicas de recolección de datos, el universo se encuentra focalizado en la población de la ciudad de Guayaquil. De acuerdo al Censo de población y vivienda (2010) realizado por el INEC, se determinó que existen aproximadamente 2,350,915 habitantes en esta ciudad. Se procederá a delimitar la población debido a que no se cuenta con los recursos materiales y financieros para estudiar a la población total. Para ello se aplicará el método de muestreo probabilístico para una población infinita con un grado de confianza de 97%, debido a que si bien se tiene la información pertinente al tamaño de la población, no se conoce que porcentaje de la misma constituye el segmento de nuestros clientes potenciales, debido a variables no manejables, como tiempo, rango de edades, estratos socioeconómicos, etc. Por lo tanto, para el cálculo de la muestra se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p q}{e^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z= Porcentaje de fiabilidad

p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de no ocurrencia

e = Error de muestreo

$$n = \frac{(2.17^2) (50) (50)}{5^2}$$

Se tiene como resultado que el número de personas a encuestar para la muestra en la presente investigación es de 471.

2.1.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla No. 7: Operacionalización de variables

Variab les	Tipo	Conceptos	Indicadores
Insuficiencia en la oferta de suplementos nutricionales a base de alimentos funcionales	Independiente	Alimentos funcionales son aquellos que se consumen como parte de una dieta normal y contienen componentes biológicamente activos, que ofrecen beneficios para la salud y reducen el riesgo de sufrir enfermedades.	Número de productos de esta gama disponibles en el mercado de la ciudad de Guayaquil
Hábitos alimenticios	Dependiente	Serie de conductas y actitudes que tiene una persona al momento de alimentarse, los cuales deberían tener los requerimientos mínimos de nutrientes que aporten al cuerpo la energía suficiente para el desarrollo de las actividades diarias.	Incremento de la demanda de alimentos funcionales
Enfermedades gastrointestinales	Independiente	Dolencias que afectan el sistema digestivo	Reducción de complicaciones gastrointestinales
Deficiencia nutricional	Independiente	Cuando la ingesta dietética de un nutriente o grupo de nutrientes no cubre las necesidades fisiológicas del organismo.	Cantidad de nutrientes ingeridos diariamente

Fuente: Análisis directo

Elaboración: Autores

2.1.5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

2.1.5.1. REPORTES DE OBSERVACIÓN

La observación es una técnica de investigación que sirve para reunir información de manera visual sobre lo que ocurre en un determinado momento sobre el objeto de estudio, para saber qué hace y cómo se comporta. Para el presente estudio se realizó una observación descriptiva dado que no se modificó de manera alguna las actividades realizadas por el objeto de estudio, sólo registrando tal cómo sucedieron las cosas sin revelar el motivo singular de los observadores. Se realizó un reporte de observación estandarizado, debido a que se observaban situaciones semejantes de manera continua; y dado que fue de manera discreta o encubierta, se pudo obtener una fuente de información válida, confiable y apropiada en cuanto al comportamiento del objeto estudiado sin modificaciones de su entorno,

Tabla No. 8: Frecuencia de observación del objeto de estudio

MES / AÑO	DÍA / HORA	DÍA / HORA	DÍA / HORA	DÍA / HORA	DÍA / HORA	DÍA / HORA
MAYO 2014	LUNES 26 (8H30-18H30)	MARTES 27 (8H30-18H30)	MIÉRCOLES 28 (8H30-18H30)	JUEVES 29 (8H30-18H30)	VIERNES 30 (8H30-18H30)	SÁBADO 31 (9H30-16H00)
JUNIO 2014	LUNES 2 (8H30-18H30)	MARTES 10 (8H30-18H30)	MIÉRCOLES 18 (8H30-18H30)	JUEVES 26 (8H30-18H30)	VIERNES 27 (8H30-18H30)	
JULIO 2014		MARTES 1 (11H00-16H00)	MIÉRCOLES 9 (11H00-16H00)	JUEVES 17 (11H00-16H00)	VIERNES 25 (11H00-16H00)	

Fuente: Investigación de campo directa

Elaboración: Autores

Para llevar a cabo la observación de campo, se determinó que el escenario más apropiado sería en una empresa privada, donde se podría establecer los distintos factores por los cuales se observa una inadecuada alimentación en las personas que laboran normalmente bajo el ritmo de vida actual.

Se realizó la investigación por un período de diez semanas, la actividad de la empresa está relacionada con asesoría legal y tributaria; está conformada por 40 personas aproximadamente; y por disposición de la misma, el horario de entrada es a las 9h00 y de salida es a las 18h30, se cuenta con una hora de almuerzo que puede ser tomada entre las 12h00 y 14h00. Además, debido a la actividad de la empresa, el personal trabaja horas extras. Dado este escenario, se tuvo las siguientes observaciones:

Alrededor de 12 trabajadores utilizan alrededor de 15 a 20 minutos de la mañana para desayunar. Esta comida consiste en comprar a un vendedor independiente que llega a las 10h30 a la oficina, alimentos varios como sánduches, empanadas, humitas, hamburguesas, bolones y jugos artificiales. Se infiere que los demás trabajadores desayunan en casa o simplemente no lo hacen. Adicional, la actividad de la visita del vendedor se repite en horas de la tarde, alrededor de las 17h00 ofreciendo comida rápida y piqueos; los trabajadores generalmente realizan la compra de estos productos al menos dos veces a la semana cada uno. En la hora de almuerzo, es decir el horario entre 12h00 y 14h00, un poco más de la mitad de los trabajadores salen en el horario establecido. La otra parte acude a almorzar entre las 14h00 y 16h00; y debido a que entre esas horas ya no se encuentran restaurantes atendiendo con regularidad, los trabajadores acuden a comprar alimentos al supermercado más cercano o una cafetería en los alrededores.

Después del posterior análisis del entorno en que se desenvuelven los trabajadores de esta compañía, se pudo observar que debido a la actividad desgastante que tienen en el área tributaria por motivos de la demandante carga horaria en sus actividades y asignaciones laborales, no cuentan regularmente con el tiempo suficiente para alimentarse adecuadamente y a la hora recomendada, debiendo conformarse con los alimentos de poca o nula composición nutricional. Por lo tanto, se puede deducir que en efecto existe una inadecuada alimentación de las personas por motivos de una sobreoferta de comida rápida y por ende la falta de alimentos que aporten un valor nutritivo real a la dieta diaria de las personas.

2.1.5.2. ENTREVISTAS

La entrevista es una técnica de recopilación de información profunda que se realiza mediante una conversación profesional para conocer la posición del entrevistado respecto al problema del estudio. Para esto, se realizaron las siguientes entrevistas a distintos personajes en representación de los distintos puntos de vista que consideramos importantes en la presente investigación, tales como, un representante comercial, un experto nutricionista (Ver anexo No. 19) y un representante como consumidor final (Ver anexo No. 20).

2.1.5.2.1. ENTREVISTA A CONSUMIDOR FINAL

Para la presente entrevista, se escogió a una mujer de 27 años, que posee un trabajo estable en una empresa privada y que se encuentra en la población objetivo del estudio.

1. ¿Es usted soltero o casado; tiene hijos?

Soltera, una hija

2. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

\$500

3. ¿Podría describir usted su día laboral típico?

Llego a la oficina a las 8h00, hago tiempo para desayunar hasta que van llegando los demás trabajadores. Prosigo a trabajar, a las 12h00 salgo a almorzar y retorno a seguir trabajando, y finalmente 18h30 salgo a mi casa.

4. ¿Usted desayuna y almuerza en casa?

No, desayuno en la oficina y almuerzo en un restaurante cercano.

5. ¿Sus actividades diarias le permiten preocuparse por alcanzar una adecuada nutrición tanto para usted como para su familia?

No, porque el tiempo no me lo permite.

6. ¿Qué opinión le merecen los suplementos nutricionales disponibles en el mercado?

El único que he probado en mi hija es Pediasure, y puedo decir que es muy bueno ya que mantuvo a mi hija con mucha energía por un largo tiempo que no podía comer.

7. ¿Conoce usted acerca de las propiedades nutricionales de la semilla de chía?

Sólo he escuchado que ayuda a la digestión.

8. ¿De resultar negativa a la pregunta anterior, desearía informarse al respecto?

Si, por supuesto.

9. De existir un suplemento nutricional que contribuya consistentemente a suplir las falencias nutricionales de la dieta diaria, ¿estaría usted dispuesto a consumirla junto a su familia?

Si, hoy en día sólo hay comida chatarra, uno tiene que preparar las cosas en casa para que sean nutritivas.

10. En caso de que este suplemento nutricional sea una bebida, ¿qué presentación preferiría usted?

Una botellita de medio litro tal vez, o las que son como los jugos Deli.

11. ¿Cuál sería el rango de precios que usted consideraría aceptable?

\$1,00 si es una botella como las de agua.

12. ¿Quién generalmente realiza las compras de víveres en su casa?

Yo

13. ¿Dónde y con qué frecuencia se realizan generalmente sus compras de víveres?

Hipermarket

14. En el caso de que desee adquirir nuestro producto, ¿cuál sería el canal de comercialización más conveniente para usted?

En un mercado de víveres, hipermarket, farmacias.

2.1.5.2.2. ENTREVISTA EXPERTO NUTRICIONISTA

Para sustentar el desarrollo del presente trabajo de titulación, se ha considerado la opinión de una experta nutricionista como un aporte importante al desarrollo del estudio, especialmente si cuenta con experiencia en el uso y recomendación de la semilla de chía, la cual constituye el elemento principal integrador de la bebida nutricional.

La persona entrevistada cuenta con el perfil idóneo requerido para considerar su opinión y considerar su conocimiento para la mejora del producto a desarrollar. Se realizó la entrevista a la Licenciada en Nutrición Humana, Alegría Valdez, quien actualmente se encuentra impulsando la marca Kunachía, una empresa ecuatoriana dedicada a la comercialización local y exportación de la semilla de chía.

1. ¿Podría comentarnos sobre su experiencia laboral y/o especialidad en el área nutricional?

Soy licenciada en Nutrición humana con especialidad en Nutrición deportiva de la Sociedad Internacional de Nutrición Deportiva, sociedad de la cual también soy miembro. Cuento con un certificado internacional de antropometría y composición corporal (ISAK) y soy entrenadora personal certificada en Spinning, Polefitness, TRX, Pilates reformer y Samurai Fit. Trabajo por consulta privada y como nutricionista en el Centro Esthetique Medicus y tengo un gimnasio donde dicto clases de entrenamiento funcional.

2. ¿Cuál es su opinión acerca del estilo de vida moderno en cuanto al consumo de alimentos industrializados?

El estilo de vida moderno se caracteriza por una falta de tiempo que obliga a las personas acudir a alimentos procesados poco nutritivos los cuales generan inflamación, desequilibrio hormonal y acumulación de grasa. A esto se le suma el factor estrés que agrava aún más el metabolismo, los niveles de colesterol, la presión, la glicemia entre otros.

3. Según su experiencia, ¿qué factores inciden en el consumo de este tipo de alimentos?

La falta de tiempo y comodidad, el precio, la facilidad de cocción y el sabor dulce o salado que genera adicción.

4. ¿Quiénes consumen más este tipo de productos?

No hay un grupo de personas que consuma más o menos estos productos, varía mucho del empleo de cada individuo, su capacidad económica, su cultura; sin embargo, aquellos que realizan ejercicio tienen mayor conciencia de llevar una buena alimentación.

5. ¿Qué consecuencias considera usted surgen de comer "comida chatarra" todos los días?

Inflamación interna del organismo con alteración de los niveles de colesterol y metabolismo de la glucosa y la insulina, pudiendo causar diabetes, obesidad, HTA, resistencia a la insulina y distintos tipos de cáncer.

6. ¿Qué recomienda usted para mejorar la ineficiente alimentación que se lleva en el estilo de vida hoy en día?

Planificar la alimentación según las necesidades de cada uno para en base a ello comprar alimentos adecuados y preparar comidas sanas con anticipación. Evitar en el supermercado pasar cerca de los alimentos ricos en azúcares, grasas y pre congelados así como optar por alimentos sanos como semillas de chía, frutas, vegetales, proteínas magras, granos ricos en proteína vegetal, aceite de oliva etc.

7. Según su conocimiento, ¿por qué se debería incluir semillas de chía en la dieta diaria?

Las semillas de chía aportan con omega 3 de tipo vegetal, que si bien no tiene el mismo impacto que el omega 3 de los pescados y algas, este genera desinflamación de la capa interna de las arterias protegiendo contra la formación de la placa de ateroma y posibles problemas cardiovasculares. Además aporta con fibra lo que ayuda a mantener los niveles de glicemia estabilizados por lo que evita la ansiedad y atracones de comida rica en azúcares y grasas, al mismo tiempo que disminuye los niveles de colesterol y regula la digestión.

8. ¿Cuántos gramos de semillas de chía es recomendable consumir diariamente?

15-20g /d

9. ¿A quiénes se recomienda consumir semillas de chía; presenta contraindicaciones?

Se recomienda el consumo de chía a todos los grupos poblacionales a partir de los 2 años. No se recomienda para niños menores de esta edad ya que podrían desarrollar alergias. Tampoco se recomienda para personas que toman anticoagulantes, puesto que anulan la eficacia del medicamento. Por

otro lado, se debe tener cuidado con pacientes que tiene Hipertensión Arterial y/o Diabetes que tomen medicamentos, ya que la chía baja la presión y regula la glicemia, por lo que este efecto junto con el medicamento pueden generar un bajo de presión o hipoglucemia.

10. En caso de existir una bebida natural a base de semillas de chía, ¿recomendaría su consumo?

Si la recomendaría, siempre y cuando no sea rica en azúcares agregados, fructosa o edulcorantes, a excepción de la stevia.

11. ¿Considera usted que este mercado tiene oportunidades de crecimiento?

Sí, mucho.

12. ¿Qué otros productos consideraría como sustitutos de la semilla de chía?

Otro alimentos ricos en omegas son el sacha inchi, la linaza, las olivas, sin embargo, considero que cada alimento tiene sus propiedades y ningún alimento puede reemplazar a otro en su totalidad, deben ser complementos.

13. ¿Qué opinión le merece el emprendimiento de nuestro proyecto, y que sugerencias nos podría aportar?

Realizar un producto que integre la chía pero que evite azúcares y aditivos.

2.1.5.3. ENCUESTAS

La encuesta es una técnica investigativa que sirve para recopilar información cuantitativa de interés para describir situaciones o problemáticas específicas y contrastar hipótesis. Para el desarrollo del presente estudio, las encuestas fueron aplicadas a una muestra de la población de la ciudad de Guayaquil, donde se observó que existe un problema con la alimentación con poco valor nutritivo que mantienen los habitantes.

Por consiguiente, se realizaron las encuestas en distintos puntos de la ciudad a hombres y mujeres adultos durante el periodo de una semana. Para la tabulación de los datos obtenidos, se hizo uso de un programa estadístico llamado SPSS 16.0 de la compañía IBM, teniendo en cuenta que es un programa con capacidad para trabajar con grandes bases de datos y su uso

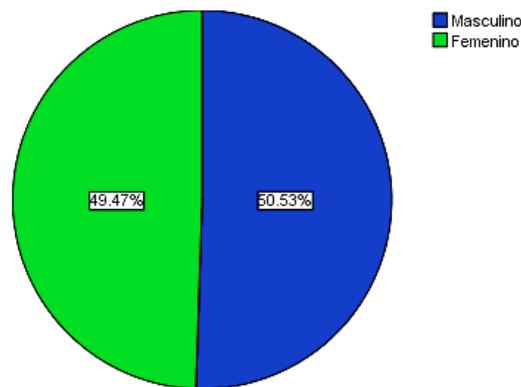
es muy sencillo. En el anexo No. 18 se encuentra el diseño utilizado para las encuestas.

SEXO

Tabla No. 9: Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulativo
Variables	Masculino	238	50.5	50.5	50.5
	Femenino	233	49.5	49.5	100.0
	Total	471	100.0	100.0	

Gráfico No. 7: Sexo



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados logrados en la encuesta realizada se induce que de cada 471 personas entrevistadas en la ciudad de Guayaquil 238 son hombres y 233 son mujeres. Esto significa que la relación entre los porcentajes de hombres y mujeres es pareja.

EDAD

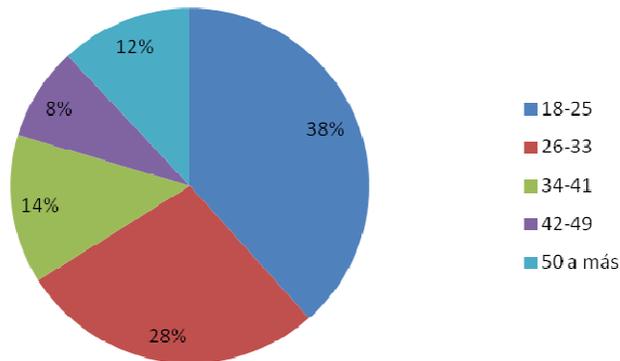
Tabla No. 10: Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
RANGO	18-25	181	38%	38%	38%
	26-33	130	28%	28%	66%
	34-41	64	14%	14%	80%
	42-49	40	8%	8%	88%
	50 a más	56	12%	12%	100%
	Total	471	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 8: Edad



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados logrados en la encuesta realizada se induce que de cada 471 personas entrevistadas en la ciudad de Guayaquil, se obtuvo una población mayoritaria entre 18 y 33 años, representando a más de la mitad de la población total.

PREGUNTA 1

¿Quién realiza las compras en su casa?

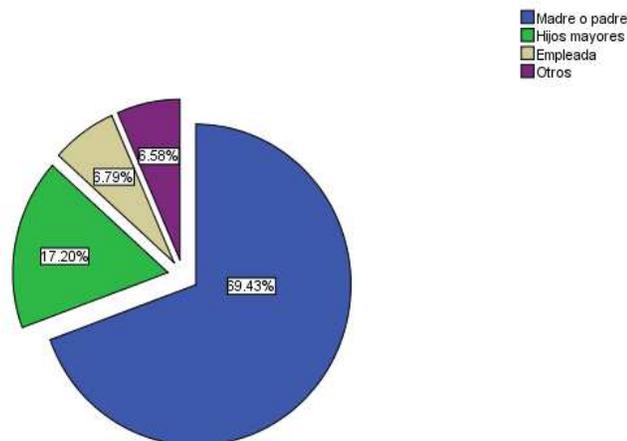
Tabla No. 11: Personas que realizan las compras en casa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulativo
Variables	Madre o padre	327	69.4	69.4	69.4
	Hijos mayores	81	17.2	17.2	86.6
	Empleada	32	6.8	6.8	93.4
	Otros	31	6.6	6.6	100.0
	Total	471	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 9: Quien realiza las compras en casa



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta podemos observar que el 327 de los encuestados que realizan las compras de su hogar son madres y padres y 81 son hijos mayores. Esto nos indica que el 69,4% de las madres y padres son las que realizan las compras para el hogar.

PREGUNTA 2

¿Cuántas personas habitan en su hogar?

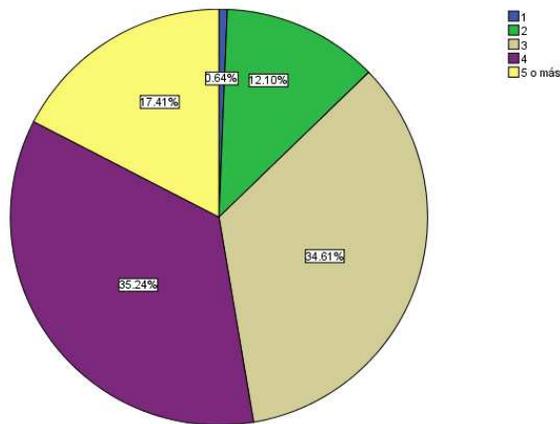
Tabla No. 12: Número de personas que habitan en casa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulativo
Variables	1	3	.6	.6	.6
	2	57	12.1	12.1	12.7
	3	163	34.6	34.6	47.3
	4	166	35.2	35.2	82.6
	5 o más	82	17.4	17.4	100.0
Total		471	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 10: Número de personas que habitan en casa



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas podemos observar que de cada 471 encuestados, 166 de ellos tienen una familia conformada por 4 miembros, 163 tienen una familia conformada por 3 miembros. Esto nos indica que según la muestra de la población de Guayaquil el 35,2 cuentan con 4 integrantes en la familia y el 34,6% está conformado por 3 integrantes por familia.

PREGUNTA 3

¿Cuántos días a la semana labora usted?

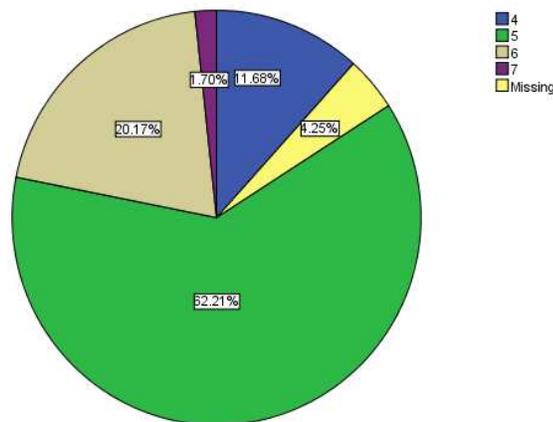
Tabla No. 13: Días laborables a la semana

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulativo
Variables	4	55	11.7	12.2	12.2
	5	293	62.2	65.0	77.2
	6	95	20.2	21.1	98.2
	7	8	1.7	1.8	100.0
	Total	451	95.8	100.0	
No laboran		20	4.2		
Total		471	100.0		

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 11: Días laborables a la semana



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas podemos observar que de cada 471 encuestados, 293 de ellos laboran 5 días a la semana, 95 encuestados respondieron que laboran 6 días a la semana. Esto nos indica que según la muestra realizada de la población de Guayaquil el 62,2% cuentan con un horario de trabajo de 5 días y el 20,2% tiene un horario de trabajo de 6 días.

PREGUNTA 4

¿Cuántas horas al día labora usted?

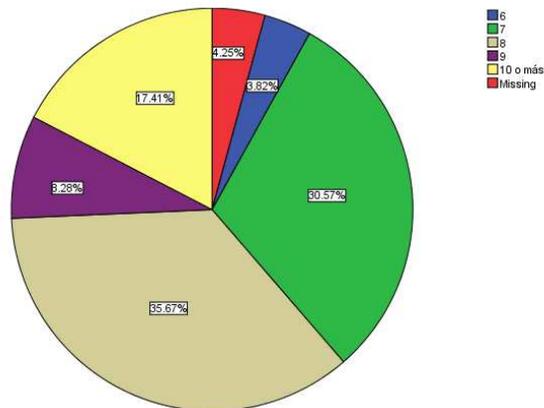
Tabla No. 14: Horas laborables al día

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulativo
Variables	6	18	3.8	4.0	4.0
	7	144	30.6	31.9	35.9
	8	168	35.7	37.3	73.2
	9	39	8.3	8.6	81.8
	10 o más	82	17.4	18.2	100.0
	Total	451	95.8	100.0	
No laboran		20	4.2		
Total		471	100.0		

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 12: Horas laborables al día



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas podemos observar que de cada 471 encuestados, 168 encuestados respondieron que laboran 8 horas por día, 144 encuestados respondieron que laboran 7 horas por día. Esto nos indica que según la muestra realizada de la población de Guayaquil el 35,7% laboran 8 horas y el 30,6% labora 7 horas por día.

PREGUNTA 5

¿Cuántas horas destina usted para su alimentación diaria (desayuno, almuerzo y cena)?

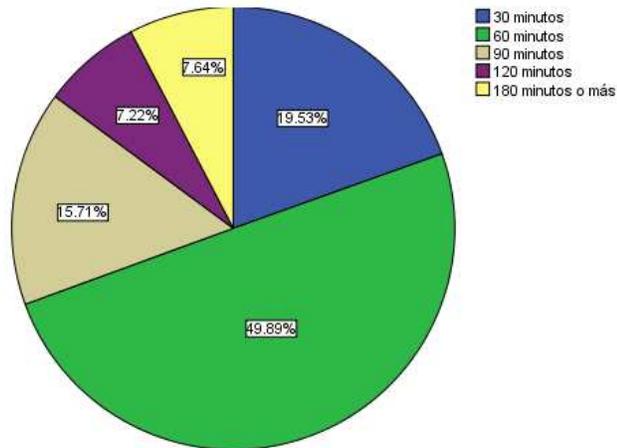
Tabla No. 15: Horas destinadas a la alimentación diaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulativo
Variables	30 minutos	92	19.5	19.5	19.5
	60 minutos	235	49.9	49.9	69.4
	90 minutos	74	15.7	15.7	85.1
	120 minutos	34	7.2	7.2	92.4
	180 minutos o más	36	7.6	7.6	100.0
	Total		471	100.0	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 13: Horas destinadas a la alimentación diaria



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas podemos observar que de cada 471 encuestados, 235 encuestados respondieron que destinan 60 minutos para su alimentación diaria, 92 encuestados respondieron que destinan 30 minutos para su alimentación diaria. Esto nos indica que según la muestra realizada de la población de Guayaquil el 49,9% destinan 60 minutos por día para su alimentación y el 19,5% destinan 30 minutos por día para su alimentación diaria.

PREGUNTA 6

¿Considera usted que la dieta que actualmente mantiene satisface sus requerimientos nutricionales?

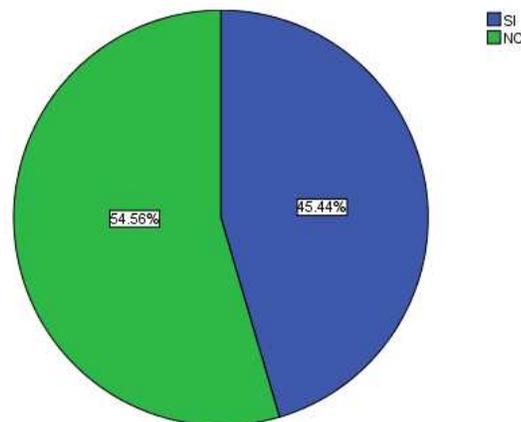
Tabla No. 16: Requerimientos nutricionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
Variables	SI	214	45.4	45.4	45.4
	NO	257	54.6	54.6	100.0
	Total	471	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 14: Requerimientos nutricionales



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas podemos observar que de cada 471 encuestados 257 encuestados respondieron que la dieta que actualmente mantienen no satisfacen sus requerimientos nutricionales, 214 encuestados respondieron que la dieta que actualmente mantienen si satisface sus requerimientos nutricionales. Esto nos indica que según la muestra realizada de la población de Guayaquil el 54,6% de las personas concuerdan que la dieta que mantienen no satisface sus requerimientos nutricionales y el 45,4% concuerda que la dieta que mantiene si satisface sus requerimientos nutricionales.

PREGUNTA 7

¿Padece usted frecuentemente de las siguientes complicaciones de salud?

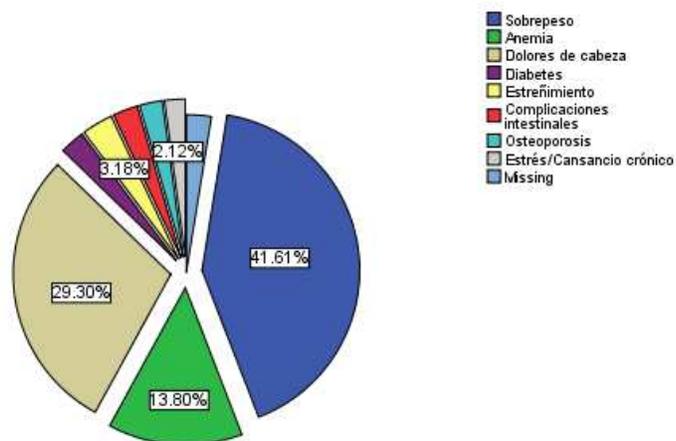
Tabla No. 17: Complicaciones de la salud

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
Variables	Sobrepeso	196	41.6	42.7	42.7
	Anemia	65	13.8	14.2	56.9
	Dolores de cabeza	138	29.3	30.1	86.9
	Diabetes	12	2.5	2.6	89.5
	Estreñimiento	15	3.2	3.3	92.8
	Complicaciones intestinales	12	2.5	2.6	95.4
	Osteoporosis	11	2.3	2.4	97.8
	Estrés/Cansancio crónico	10	2.1	2.2	100.0
	Total	459	97.5	100.0	
Sin complicaciones		12	2.5		
Total		471	100.0		

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 15: Complicaciones de la salud



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas podemos observar que de cada 471 encuestados, el 42,6% de los habitantes de Guayaquil padecen de sobrepeso, el 29,3% padece de dolores de cabeza y el 13,8 padece de anemia.

PREGUNTA 8

¿Está usted informado que existe una relación directa entre una adecuada alimentación y su salud?

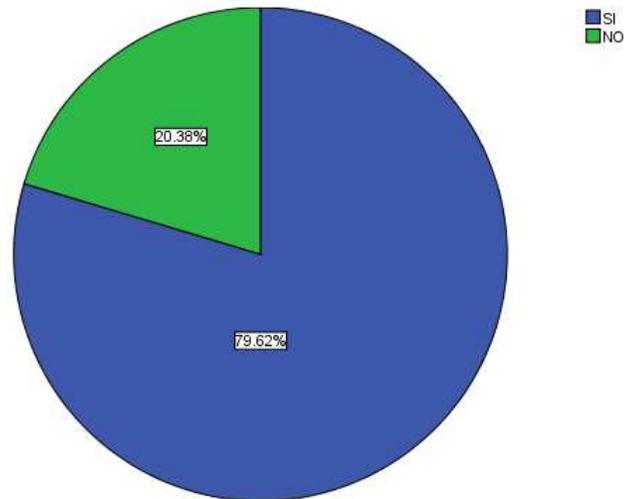
Tabla No. 18: Relación entre la salud y alimentación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
Variables	SI	375	79.6	79.6	79.6
	NO	96	20.4	20.4	100.0
	Total	471	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 16: Relación entre la salud y alimentación



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas podemos observar que de cada 471 encuestados, 375 encuestados respondieron que si están informados sobre la relación directa entre la adecuada alimentación y su salud, 96 encuestados respondieron que no están informados sobre la relación directa entre una adecuada alimentación y su salud. Esto nos indica que según la muestra realizada de la población de Guayaquil el 42,6% de las personas padecen de sobrepeso, el 29,3% padece de dolores de cabeza y el 13,8 padece de anemia.

PREGUNTA 9

¿Está usted interesado en mejorar su nutrición diaria?

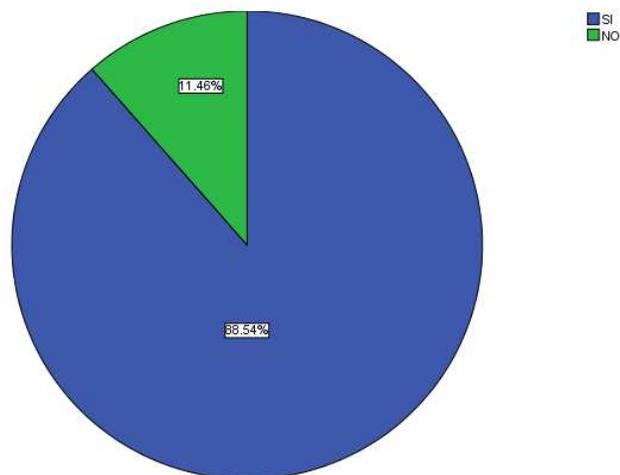
Tabla No. 19: Interés en la nutrición diaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
Variables	SI	417	88.5	88.5	88.5
	NO	54	11.5	11.5	100.0
	Total	471	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 17: Interés en la nutrición diaria



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas podemos observar que de cada 471 encuestados, 467 encuestados respondieron que si están interesados en mejorar su nutrición diaria, 4 encuestados respondieron que no están interesados en mejorar su nutrición diaria. Esto nos indica que según la muestra realizada de la población de Guayaquil el 99,2% de las personas están interesadas en mejorar su nutrición diaria, el 8% no está interesada en mejorar su nutrición diaria.

PREGUNTA 10

En caso de existir una bebida nutricional "VITACHÍA" que contribuya a suplir sus falencias alimenticias, ¿estaría interesado en consumirla?

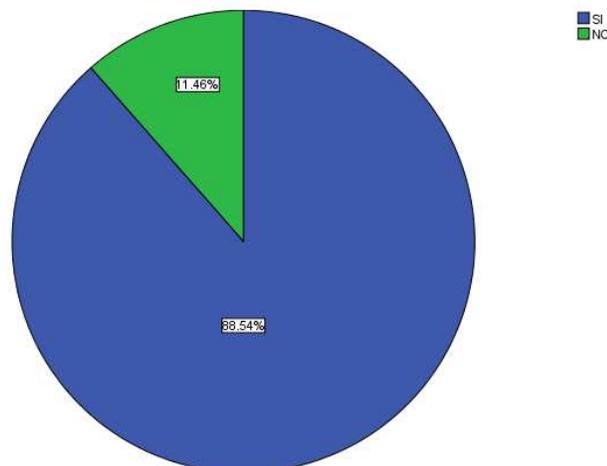
Tabla No. 20: Interés en consumir el producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
Variables	SI	417	88.5	88.5	88.5
	NO	54	11.5	11.5	100.0
	Total	471	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 18: Interés en consumir el producto



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, podemos observar que de cada 471 encuestados, 464 encuestados respondieron que si están interesados en consumir una bebida nutricional 'VITACHIA', 4 encuestados respondieron que no están interesados. Esto nos indica que según la muestra realizada de la población de Guayaquil el 98,5% de las personas están interesadas en consumir una bebida nutricional 'VITACHIA' que contribuya a suplir sus falencias alimenticias, mientras que el 1,5% no se encuentra interesado.

PREGUNTA 11

De ser afirmativa su respuesta, ¿cuál sería la presentación más conveniente para usted?

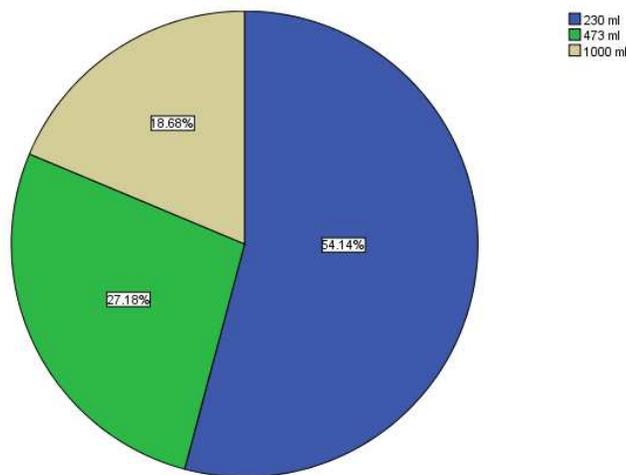
Tabla No. 21: Presentación del producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
Variables	230 ml	255	54.1	54.1	54.1
	473 ml	128	27.2	27.2	81.3
	1000 ml	88	18.7	18.7	100.0
	Total	471	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 19: Presentación del producto



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas podemos observar que de cada 471 encuestados, 255 encuestados eligieron la presentación de 230ml para la bebida, 128 encuestados eligieron la presentación de 473ml para la bebida. Esto nos indica que según la muestra realizada de la población de Guayaquil el 54,1% de las personas están interesadas en consumir una bebida de 230ml, el 27,2% de las personas están interesadas en consumir una bebida de 473ml.

PREGUNTA 12

¿Cuál sería el rango de precios que usted estaría dispuesto a pagar por este producto?

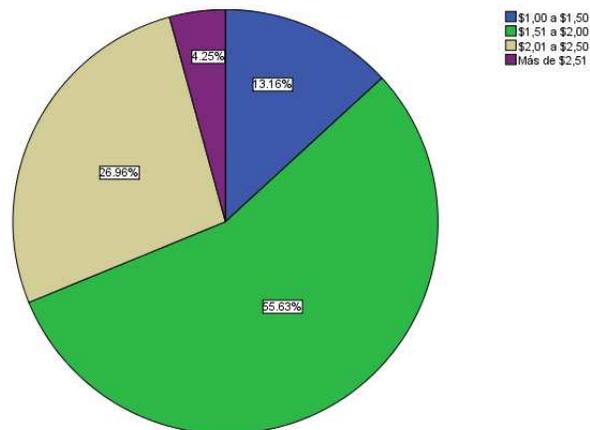
Tabla No. 22: Precio del producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
Variables	\$1,00 a \$1,50	62	13.2	13.2	13.2
	\$1,51 a \$2,00	262	55.6	55.6	68.8
	\$2,01 a \$2,50	127	27.0	27.0	95.8
	Más de \$2,51	20	4.2	4.2	100.0
	Total	471	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 20: Precio del producto



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas podemos observar que de cada 471 encuestados, 262 encuestados están dispuestos a pagar, 128 encuestados eligieron la presentación de 473ml para la bebida. Esto nos indica que según la muestra realizada de la población de Guayaquil el 54,1% de las personas están interesadas en consumir una bebida de 230ml, el 27,2% de las personas están interesadas en consumir una bebida de 473ml.

PREGUNTA 13

¿Qué aspecto considera usted más importante en este producto?

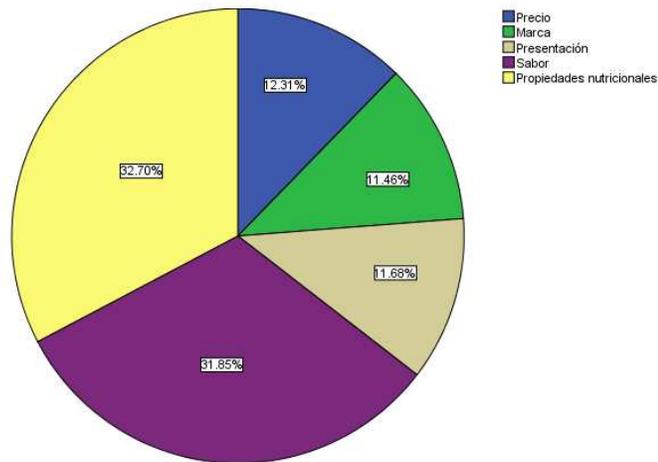
Tabla No. 23: Aspectos importantes del producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
Variables	Precio	58	12.3	12.3	12.3
	Marca	54	11.5	11.5	23.8
	Presentación	55	11.7	11.7	35.5
	Sabor	150	31.8	31.8	67.3
	Propiedades nutricionales	154	32.7	32.7	100.0
	Total		471	100.0	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 21: Aspectos importantes del producto



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, podemos observar que de cada 471 encuestados, 150 encuestados consideran que lo más importante del producto es el sabor, 154 encuestados consideran que lo más importante son las propiedades nutricionales. Esto nos indica que según la muestra realizada el 32,7% de las personas consideran que el sabor y propiedades nutricionales son lo más importante de la bebida.

PREGUNTA 14

¿Qué tipo de sabor preferirías para complementar la bebida de semillas de chía?

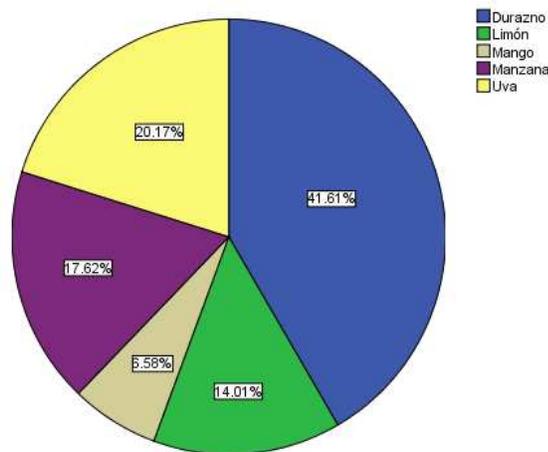
Tabla No. 24: Preferencia de sabor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
Variables	Durazno	196	41.6	41.6	41.6
	Limón	76	16.1	16.1	57.7
	Mango	50	10.6	10.6	68.4
	Manzana	83	17.6	17.6	86.0
	Uva	66	14.0	14.0	100.0
	Total	471	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 22: Preferencia de sabor



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, podemos observar que de cada 471 encuestados, 196 encuestados prefieren complementar la bebida con sabor durazno, 83 encuestados prefieren el sabor de manzana para complementar la bebida. Esto nos indica que según la muestra realizada de la población de Guayaquil el 41,6% de las personas prefieren el sabor durazno para complementar la bebida, el 17,6% prefiere el sabor manzana para complementar la bebida.

PREGUNTA 15

¿Con qué frecuencia lo consumiría usted?

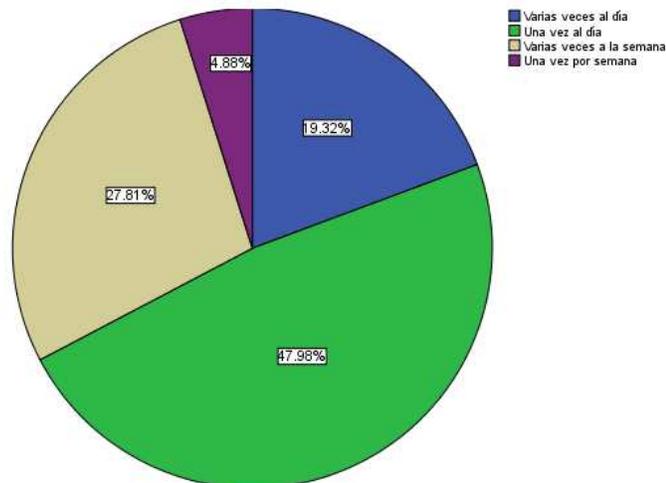
Tabla No. 25: Frecuencia de consumo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
Variables	Varias veces al día	91	19.3	19.3	19.3
	Una vez al día	226	48.0	48.0	67.3
	Varias veces a la semana	131	27.8	27.8	95.1
	Una vez por semana	23	4.9	4.9	100.0
	Total	471	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 23: Frecuencia de consumo



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, podemos observar que de cada 471 encuestados, 226 encuestados consumirían la bebida 1 vez por día, 131 encuestados consumirían la bebida varias veces a la semana. Esto nos indica que según la investigación realizada de la población de Guayaquil el 48,0% de las personas estaría dispuesta a consumir la bebida una vez al día y el 27,8% de las personas estarían dispuestas a consumir la bebida una vez por semana.

PREGUNTA 16

¿Dónde realiza usted la compra de este tipo de productos generalmente?

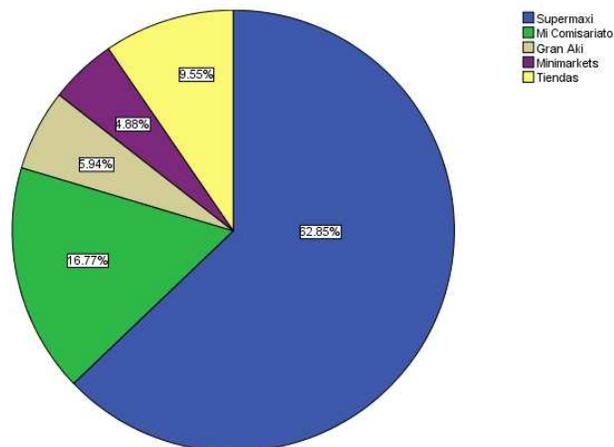
Tabla No. 26: Lugares de compra

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
Variables	Supermaxi	296	62.8	62.8	62.8
	Mi Comisariato	79	16.8	16.8	79.6
	Gran Aki	28	5.9	5.9	85.6
	Minimarkets	23	4.9	4.9	90.4
	Tiendas	45	9.6	9.6	100.0
	Total	471	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Gráfico No. 24: Lugares de compra



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de Guayaquil

Elaboración: Autores

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, se observó que de cada 471 encuestados, 296 encuestados realizan sus compras en el Supermaxi, 79 encuestados realizan sus compras en Mi Comisariato. Esto nos indica que según la muestra realizada de la población de Guayaquil el 77,3% de las personas realizan sus compras en el Supermaxi, el 19,1% de las personas realizan sus compras en Mi Comisariato, seguido por un 45% que lo realizan en tiendas cercanas.

2.1.6. VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL

De acuerdo con la información recopilada en las encuestas y entrevistas realizadas en el presente estudio, se puede observar que, en efecto, en la ciudad de Guayaquil existe un problema con la alimentación con poco valor nutritivo debido a una serie de factores como la falta de tiempo, la carga horaria laboral, la falta de oferta de alimentos nutritivos preparados, entre otros. Dado los resultados de las encuestas, identificamos en la pregunta número 6 (pág. 49) que el 49,9% de los encuestados destinan 60 minutos para su alimentación diaria, entendiéndose desayuno, almuerzo y merienda. Lo que implica que un gran número de personas destinan en promedio 20 minutos para cada comida del día. Así también, los resultados de la pregunta número 7 (pág. 50), se observó que el 54,6% de los encuestados respondieron que la dieta que actualmente mantienen no satisface sus requerimientos nutricionales. Siendo esta variable una confirmación de la aportación de la experta nutricionista, Alegría Valdéz, en que todos estos escenarios generan complicaciones como inflamación, desequilibrio hormonal y acumulación de grasas; sumando el factor estrés que agrava aún más el metabolismo, los niveles de colesterol y la presión principalmente, lo que conlleva a enfermedades de sobrepeso que en la pregunta número 8 (pág. 51), se obtuvo que de los 471 encuestados el 42,6% de las personas padecen esta enfermedad.

Por otro lado, se pudo observar que el 88,5% de los encuestados (pág. 52) están interesados en mejorar su nutrición diaria de la cual también se obtuvo una respuesta positiva sobre el interés de consumir la bebida nutricional 'VITACHIA', en un rango de precios (pág. 55) que oscilan entre \$1.51 a \$2.00, y como valor agregado que esta bebida sea de sabor durazno. Se determinó que un 85.5% (pág. 59) de las personas prefieren comprar este tipo de productos en supermercados principalmente, y que estarían dispuestos a consumirla una vez al día.

Finalmente, dado el criterio de la experta nutricionista, Alegría Valdéz, factores como “la falta de tiempo y comodidad, el precio, la facilidad de cocción y el sabor dulce o salado que genera adicción de los alimentos industrializados”, debida a la sobreoferta de este tipo de comida, conlleva a que las personas se vean expuestas a padecer distintas complicaciones en su salud.

Por todo lo expuesto, queda aceptada y validada la hipótesis general:
“Al desarrollar la producción y comercialización de una bebida nutricional a base de semillas de Chía se contribuirá a corregir la inadecuada alimentación de los habitantes de la ciudad de Guayaquil.”

Por consiguiente, se puede continuar a la formulación de una propuesta en base a los datos obtenidos que han sido validados mediante las diversas técnicas de investigación aplicadas, las mismas que brindan un soporte razonable para el desarrollo del supuesto.

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

3.1. LA PROPUESTA

Creación de una empresa para la elaboración y comercialización de una bebida nutricional a base de semillas de chía dirigida a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, un alimento innovador con altos valores nutricionales que permite a los consumidores refrescar su sed y al mismo tiempo obtener grandes beneficios y nutrientes de gran importancia para la salud como antioxidantes, proteínas, aminoácidos, vitaminas, minerales y fibra.

3.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de producir una bebida nutricional a base de semilla de chía para su comercialización local para contribuir a solucionar la demanda insatisfecha de bebidas con alto valor nutricional en el mercado de la ciudad de Guayaquil.

3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad de Guayaquil
- Obtener y mantener el reconocimiento de nuestros clientes por medio de la calidad de nuestro producto.
- Mantener un nivel de rentabilidad que nos permita crecer de manera progresiva en el mercado.
- Minimizar los costos posibles para conseguir mayores utilidades.

3.3. FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN

Al hablar acerca de la factibilidad de cómo la elaboración y comercialización de una bebida nutritiva a base de semillas de chía puede aportar favorablemente a la insuficiencia de oferta de bebidas con altos valores nutricionales en la ciudad de Guayaquil, se puede establecer juicios

substanciales como la inexistencia de competidores potenciales en la ciudad; por lo que la propuesta presentada es altamente factible desde el aspecto de las ventas (88,5% de los encuestados dijeron que si estarían dispuestos a consumir una bebida a base de chía, pág. 53), por lo cual se puede llegar a obtener gran parte del mercado.

Otro elemento importante de indicar es el de la factibilidad dentro del marco legal; ya que bajo las normas legales no hay ningún impedimento para desarrollar este proyecto, lo que representa que tanto los permisos regulados por la Superintendencia de Compañías, Servicios de Rentas Internas, Benemérito Cuerpo de Bomberos, permiso de registro Sanitario del Ministerio de Salud Pública son realizables.

Por otra parte, los montos de inversión para el presente proyecto son asequibles para los inversionistas. Ante aquello, se procura estimar todos los costos para el alcance de la propuesta y luego asistir ante la Corporación Financiera Nacional (CFN), para buscar la aplicación del programa “Progresar” que está orientado al financiamiento de emprendimientos como el que se estudia en la presente investigación. Adicionalmente, a todos los puntos indicados que hacen factible a la aplicación del presente proyecto, no se puede dejar de mencionar que hay una opinión pública favorable que ve con optimismo un proyecto de este tipo, más aún al tratarse de un proyecto de carácter social. Así mismo, las encuestas efectuadas dieron resultados positivos en la cual reflejan claramente que la elaboración de una bebida nutritiva a base de semillas de chía, ayudara a satisfacer la carencia de la oferta de bebidas nutritivas.

3.4. DESCRIPCIÓN

La propuesta planteada pretende elaborar y comercializar una bebida nutritiva a base de semillas de chía. Empezando por el diseño de la botella la cual será en envases de vidrio, la etiqueta de la bebida será diseñada con colores pasteles como verde y rojo, que caracterizan la salud y energía. Aspecto que favorece nuestra bebida ya que la percepción para los

consumidores será de una bebida natural y a la vez con altos valores nutricionales gracias a las semillas de chía, y la suavidad de los colores representa al mercado objetivo que queremos captar que representan las mujeres.

3.4.1. NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO

El nombre que se le dará a la empresa de elaboración y comercialización de bebidas nutricionales a base de semillas de chía es: **"GREEN NATURE S.A."**

3.4.2. SLOGAN

La frase que pretende captar la atención del público es:

"El secreto de la vida en una semilla"

Dado que la semilla es considerada un superalimento por la cantidad de nutrientes que posee, además de ser una semilla milenaria.

3.4.3. LOGOTIPO

El logotipo está representado por un maya ya que la semilla de chía es originaria de México, quien da un respiro a su vida por efecto de las bondades de la semilla. Se identifican los colores suaves como sinónimo de vitalidad.

Gráfico No. 25: Logotipo del producto



Elaboración: Autores

3.4.4. MISIÓN

Alcanzar el liderazgo dentro del mercado nacional de elaboración y comercialización de bebidas naturales nutricionales, con integridad y responsabilidad social.

3.4.5. VISIÓN

Ser una empresa líder en el mercado de bebidas nutricionales, enfocándonos en la elaboración de nuestro producto bajo los más altos estándares de calidad, así como en la distribución y servicio.

3.4.6. UBICACIÓN

Green Nature estará ubicado en el Km. 20 vía Daule en una de las zonas industriales de la ciudad de Guayaquil, donde desarrollará sus actividades tanto de planta y bodega como de oficinas. El área del terreno será de 300 mts².

3.4.7. DISEÑO DE CARGOS Y FUNCIONES

Gerente General

Entre sus principales funciones se tiene:

- Planificar y dirigir las metas de la empresa, elaborar nuevos proyectos.
- Supervisar que los jefes de cada departamento cumplan con los objetivos encargados.
- Intervenir en la Administración y Control de Presupuestos.
- Coordinar con los diferentes departamentos reuniones donde se tomen medidas sobre asuntos relevantes de la empresa.
- Supervisar las áreas administrativas y operativas, revisando que realicen una óptima ejecución de sus actividades.
- Presentar informes trimestrales a la Junta Directiva de las operaciones.

- Elaborar los reportes anuales del balance general de la empresa a la Junta Directiva.

Asistente Ejecutiva

Entre sus principales funciones se tiene:

- Manejar la agenda del Gerente General.
- Controlar la recepción de los reportes que las áreas administrativas deben enviar al Gerente General.
- Organizar y archivar los documentos del área administrativa de la empresa.
- Administrar el Fondo de Caja Chica.
- Ejecutar el procedimiento de trámite documentario respecto a todas las áreas de la compañía.
- Realizar otras actividades que le sean asignadas y permitan cumplir con los objetivos del puesto.
- Atender consultas de los clientes y del personal de la empresa proporcionando información dentro de las normas de seguridad y confidencialidad de los documentos.

Jefe de Ventas & Marketing

Entre sus principales funciones se tiene:

- Ejecutar estrategias de ventas, comunicación incluyendo publicidad y relaciones públicas.
- Realizar un plan de medios de comunicación y controlar presupuesto.
- Realizar investigaciones de mercado, dando soporte a las iniciativas de marketing y presentarlo al Gerente General.
- Presentar informes mensuales a la Gerencia General de las actividades de su departamento.

Jefe de Planta

Entre sus principales funciones se tiene:

- Supervisar el trabajo operativo de la empresa.
- Realizar Informe de reporte de ventas, costos de producción semanales.

- Desarrollar planes de mantenimiento preventivo de las máquinas, para evitar daños correctivos.
- Tomar decisiones concernientes a mantener y mejorar la calidad, y disminuir desperdicios, aumentando la productividad y orden de la planta.

Obreros

Entre sus principales funciones se tiene:

- Ejecutar los trabajos propios de funcionamiento de la maquinaria y equipos de la empresa.
- Realizar tareas de mantenimiento preventivas, y evaluar el desgaste de las máquinas.
- Mantener el orden del área de trabajo.
- Actuar bajo normas de correcta fabricación de seguridad y ambientales.

Jefe de Bodega y Compras

Entre sus principales funciones se tiene:

- Supervisar el estado de la materia prima que requiere la planta, verificando la calidad de la misma.
- Elaborar inventarios mensuales, para el buen manejo de los productos de control de inventarios.
- Realizar las compras de materia prima, en base a un criterio de calidad de producto, condiciones de pago y servicio.
- Vigilar que la situación de los stocks nunca llegue a estado crítico.
- Reportar cualquier acción de desviación de insumos, sea por exceso o defecto que pueda suscitar en el área de bodega.

Vendedor

Entre sus principales funciones se tiene:

- Conocer los productos de su empresa y conocer el mercado de sus clientes.
- Organizar, planificar y ejecutar sus objetivos.
- Mantener y retener a los clientes.

- Incrementar las compras de los clientes actuales.
- Formarse constantemente en las técnicas necesarias para su labor.
- Administrar eficientemente su cartera de clientes.
- Comunicar al Supervisor de Ventas y al comprador respectivo la falta de alguna mercadería con el fin de velar por el adecuado surtido de su sección.
- Colaborar en actividades de traspaso, pedidos, devoluciones y cambios de mercaderías.
- Participar en la toma física de inventarios periódicos.

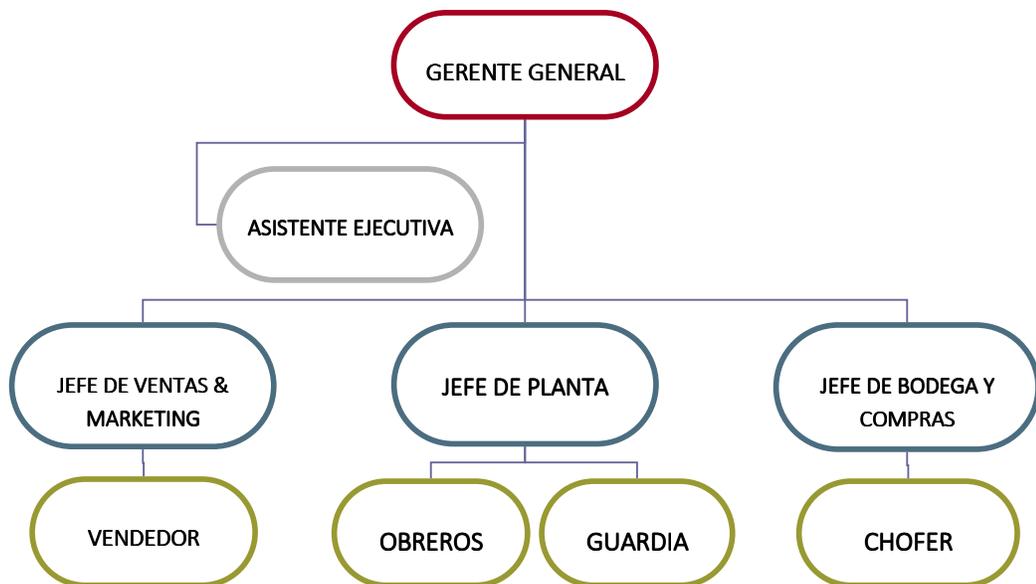
Chofer

Entre sus principales funciones se tiene:

- Transportar los productos, materias primas e insumos, utilizados por la empresa.
- Velar por el buen estado del vehículo concedido por la empresa, realizando los controles de mantenimiento respectivos.

3.4.8. ORGANIGRAMA

Gráfico No. 26: Organigrama de la empresa



Elaboración: Autores

3.4.9. MARCO LEGAL

3.4.9.1. CARACTERÍSTICAS LEGALES DE LA EMPRESA

GREEN NATURE S.A., será una compañía anónima, cuyo capital está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones. El capital social se constituirá por el valor mínimo de ochocientos dólares.

3.4.9.2. PROPIEDAD ACCIONARIA

La compañía estará conformada por dos accionistas, donde:

SOCIO 1 50%  SOCIO 2 50%

3.4.9.3. PERMISOS

La compañía deberá contar con los Permisos Municipales de ley correspondientes para poder iniciar y realizar sus actividades en la ciudad de Guayaquil. Para lo cual se requiere cumplir con los siguientes permisos:

- **Permiso Cuerpo de Bomberos:** Mediante esta tasa, se certifica que el lugar donde va a funcionar la oficina o el local cumple con todas las disposiciones previstas en la Ley de Defensa contra Incendios. El anexo No. 4 se encuentra el proceso para obtener el permiso de bomberos.
- **Registro Patente Municipal:** Es un impuesto de pago anual en función del patrimonio con el que operen los sujetos pasivos de este impuesto dentro del cantón, que conste en los libros o registros contables al cierre del ejercicio económico del año inmediato anterior (Presentado ante la Superintendencia de Compañías). Se debe cumplir con los requisitos necesarios (Ver anexo No. 5).
- **Tasa de Habilitación y Control de establecimientos comerciales e industriales:** La tasa de habilitación es un documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Guayaquil. La tasa de habilitación y control es anual y

deberá pagarse hasta agosto 31 de cada año; en el caso de locales que inician sus actividades comerciales o industriales, los propietarios deberán pagar en proporción a las fracciones restantes del año calendario, considerando para tal efecto, que el mes comenzado es un mes terminado (Art.22, CT).

Para locales comerciales que tengan más de 50m² y menos de 200m² de construcción, y para establecimientos industriales que tengan más de 200m² y menos de 1,500m² de área techada o capacidad instalada: 1 salario mínimo vital. Los requisitos generales para obtener la tasa de habilitación se encuentran en el anexo No. 6.

- **Certificado de la Dirección Municipal de Medio Ambiente:** Sólo para los locales que vayan a ser destinados a las actividades de mediano y alto impacto, deben contar con la autorización correspondiente emitida por la Dirección Nacional de Hidrocarburos, establecidas en la Reforma a la Ordenanza Sustitutiva de Edificaciones y Construcciones del Cantón de Guayaquil.
- **Permiso Sanitario:** Cuando se va a realizar la elaboración de los productos de consumo humano se necesita de un permiso sanitario, este proceso es digital, se realiza a través de la ARCSA y es necesario cumplir con los requisitos (Ver anexo No. 7).

Una vez que se ha expuesto y soportado de manera teórica los antecedentes y beneficios que tienen las bebidas nutricionales, y la especial aceptación que tienen los habitantes en la ciudad de Guayaquil respecto a productos dirigidos a mantener una buena salud, da como resultado un factor motivante para la realización del presente estudio que corresponde a la elaboración y comercialización de una bebida nutritiva a base de semillas de chíá, que son consideradas un superalimento, contribuyendo de esta manera a cubrir una oferta insuficiente en lo que respecta a bebidas nutricionales en el mercado guayaquileño, adicionalmente, se determinó que no existen barreras legales para el funcionamiento del negocio, por lo que se confirma una vez más la viabilidad del proyecto.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS DE MERCADO

4.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

4.1.1. ANÁLISIS NACIONAL

El Gobierno pretende redistribuir la riqueza basados en los principios y derechos del Buen Vivir. Por tal motivo, se ha redefinido la actual formación socioeconómica y sus condicionamientos institucionales para pasar de una economía basada en recursos naturales finitos hacia una economía sustentada en recursos infinitos, mediante el uso de la ciencia, economía e industria, y del conocimiento que permita fortalecer las capacidades de la población ecuatoriana. Para lograrlo, se diseñan estrategias diferenciadas de actuación intersectorial, se fomenta el aprendizaje interactivo y se apoya nuevas formas de producción para mejorar la productividad con sustentabilidad ambiental e inclusión social. (PNBV, 2012 – 2017). La estrategia de acumulación, distribución y redistribución considera cuatro ejes, interactuantes y complementarios entre sí en el largo plazo:

- Cierre de brechas de inequidad
- Tecnología, innovación y conocimiento
- Sustentabilidad ambiental
- Matriz productiva y sectores estratégicos.

4.1.2. ESTRATEGIA DEL GOBIERNO

El Plan Nacional del Buen Vivir, PNBV (2013 – 2017), sin duda alguna tiene un efecto positivo para el proyecto presentado ya que se ajusta a las medidas de la nueva configuración socioeconómica, sostenible y sustentable, para el mejoramiento del bienestar de la población. Entre los propósitos del gobierno se encuentran la diversificación y generación de mayor valor agregado en la producción nacional, fortaleciendo el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad en los procesos

productivos y garantice los derechos de consumidores y productores, mediante mecanismos para la incorporación de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas y de servicios, vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios, de conformidad con las características productivas por sector, la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos. De esta manera se pretende mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos, a través de la creación de fuentes de trabajo y apoyo al desarrollo sustentable.

4.1.3. ENTORNO NACIONAL

4.1.3.1. POLÍTICO

Para el periodo 2013 – 2017 las estrategias del gobierno apuntan a profundizar las reformas a través de la Asamblea Legislativa; implementar un nuevo paradigma de desarrollo centrado en una economía del conocimiento, basada en conceptos socialistas, así como también el cambio de matriz productiva pasando del modelo primario-exportador hacia uno industrializado y de servicios, y la territorialización de la gestión pública. Tiene un claro interés por estrechar las relaciones con la Unión Europea a través del Mercosur, para tener más fuerza para negociar con todos los países europeos.

Ecuador ha negociado tratados bilaterales con otros países, además de pertenecer a la Comunidad Andina de Naciones. También es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), además del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), CAF, y otros organismos multilaterales.

4.1.3.2. ECONÓMICO

Ecuador cerró el 2013 con una inflación de 2,70% frente al 4,16% de 2012, inflación que ha sido la más baja en los últimos ocho años. Se estima que para el 2014 Ecuador tendrá una inflación menor, de 2,4%. De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI) considera que Ecuador en el 2014 crecerá 4%, igual que el año anterior debido al Producto Interno Bruto

(PIB), cifras que superan a la expectativa promedio de América Latina y el Caribe. La agencia calificadora de riesgos Fitch Ratings¹³, a finales del 2013, subió la calificación crediticia soberana de Ecuador en un escalón, a “b” desde “b-”, resaltando un “crecimiento económico saludable”, una estabilidad monetaria y financiera apuntalada por su dolarización. Esta certificación quiere decir que la nota crediticia del país aún tiene un riesgo significativo aunque mantiene un margen de seguridad.

4.1.3.3. DEMOGRÁFICO

De acuerdo al INEC, a través del Censo 2010 de población y vivienda, establece que la población total del país en el 2010 fue de 14.483.499, predominando el género femenino con un 50,4% en comparación con el 49,6% del género masculino. Guayas es la Provincia más poblada del Ecuador, con un total de 3.645,483 habitantes predominando el sector urbano con 3.080.055 habitantes, seguida de Pichincha con 2.576.287. La tasa de crecimiento del Ecuador en el 2010 bajó a 1.95%, en comparación al 2,05% en el 2001. Como posibles causas de este resultado se considera la decisión por parte de las mujeres de no querer tener tantos hijos por hogar, por ende actualmente las familias están conformadas por 3,8 personas por hogar.

En cuanto a la estructura de edades del Ecuador, de una cantidad de 14.483.499 habitantes predomina el rango entre 0 a 14 años con 31,2%, por lo que se considera a la población ecuatoriana como muy joven. Seguidamente, con un 27,9% se ubica el rango de edad entre 25 a 44 años; el rango entre 15 a 24 años con el 18,7%, el 15,8% entre 25 a 44 años y el rango conformado por mayores de 65 años obtiene un 6,5%.

¹³ Es una corporación financiera consultora que ofrece productos y servicios para la industria financiera.

4.1.3.4. CULTURAL

El estado debe garantizar los derechos culturales, su producción, difusión, distribución y disfrute de bienes culturales salvaguardando siempre la memoria social y el patrimonio cultural; así como fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales e incentivo de la creación artística. La finalidad de acción de interculturalidad conjuntamente con la plurinacionalidad y el Buen Vivir es desarrollar una sociedad incluyente, solidaria y recíproca para enfrentar los retos de la globalización (PNBV, 2013-2017).

La cultura ecuatoriana es una mezcla de las influencias del conquistador español, con las tradiciones ancestrales de pueblos precolombinos. La población de Ecuador pertenece a muchas diferentes etnias, por tanto es muy diversa. La circunstancia de que nuestros pueblos hayan convivido y desarrollado en un medio ambiente diverso, como la Costa, la Sierra andina, la Amazonía y Región Insular, permitió que sus contribuciones sociales, tecnológicas, económicas y culturales sean variadas y en sus encuentros y desencuentros fortalezcan sus experiencias como pueblos. Los grupos étnicos más grandes son los Mestizos (aquellos de linaje mixto español y Amerindio) y constituyen el 65 % de la población.

4.1.4. ANÁLISIS INDUSTRIAL

El análisis industrial es considerado por su análisis referente al mercado, productos, empresas competidoras, características del mercado objetivo, proveedores.

4.1.4.1. DEFINICIÓN DE LA INDUSTRIA

Según Porter (1995), el análisis de la industria o sector industrial es definido como el grupo de empresas que producen productos que son sustitutos cercanos entre sí, con el fin de hacer una evaluación de los aspectos que componen el entorno del negocio, desde un punto de vista

estratégico. Esta metodología permite conocer el sector industrial teniendo en cuenta varios factores como: el número de proveedores y clientes, la frontera geográfica del mercado, el efecto de los costos en las economías de escala, los canales de distribución para tener acceso a los clientes, el índice de crecimiento del mercado y los cambios tecnológicos. La industria queda delimitada como: Industria de Producción y Comercialización de Bebidas nutricionales en Ecuador.

4.1.4.1.1. ALCANCE HORIZONTAL

De acuerdo con Pinela (s.f.), el alcance horizontal hace referencia a la variedad de industrias que se relacionan donde la empresa compite estableciendo estrategias previamente analizadas.

4.1.4.1.2. ALCANCE VERTICAL

Se refiere a las actividades que son desempeñadas dentro de la empresa. En este caso, la empresa Green Nature S.A. tiene un alcance vertical de Producción y Comercialización.

4.1.4.1.3. ALCANCE GEOGRÁFICO

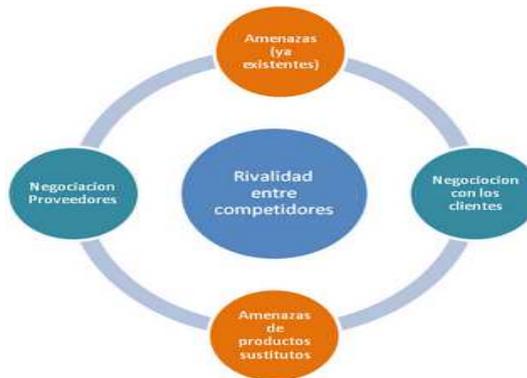
El alcance geográfico es el lugar donde compite la empresa, es decir rango de lugares, regiones o países. En el caso de esta empresa tiene un alcance geográfico local en Guayaquil, Ecuador.

4.1.4.2. ANÁLISIS CON LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

Las cinco fuerzas de Porter se basan en analizar la industria a la que pertenece con la finalidad de tomar decisiones en base a la información obtenida para posteriormente establecer estrategias competitivas. Con el firme propósito de buscar las mejores estrategias para liderar el mercado de

la industria de bebidas refrescantes, se analiza las cinco fuerzas de Porter que serán evaluadas de 1 a 7, siendo el 7 la máxima calificación.

Gráfico No. 27: Cinco fuerzas de Porter



Fuente: Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy.

Elaboración: Autores

4.1.4.2.1. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Según Porter (1980) “el poder de negociación de los proveedores en una industria puede ser fuerte o débil dependiendo de las condiciones del mercado en la industria del proveedor y la importancia del producto que ofrece. Los proveedores tienen un poder en el mercado cuando los artículos ofrecidos escasean y los clientes generan una gran demanda por obtenerlos, llevando a los clientes a una postura de negociación más débil, siempre que no existan buenos sustitutos y que el costo de cambio sea elevado. El poder de negociación del proveedor disminuye cuando los bienes y servicios ofrecidos son comunes y existen sustitutos”.

Ya que se considera como parte fundamental y tiene un poder sobre la industria ya que sube o baja dependiendo de los factores como la cantidad de proveedores, volumen de compra, cantidad de materia prima sustituta, entre otros. Una de las materias requeridas para la producción del producto es el agua, la misma que será evaluada con una puntuación de 1/7 por ser un elemento de fácil acceso y se encuentra en todas partes; las semillas de

chá se les considera con una puntuación de 5/7 ya que el abastecimiento es a nivel local, el poder de negociación que tienen los proveedores es nulo debido a que su demanda es baja. Por otra parte las botellas de vidrio obtienen una puntuación de 3/7; en el caso de las botellas de vidrio 3/7, cuya puntuación para este último insumo radica en el gran número de empresas dedicadas al expendio de este insumo y a que las grandes empresas tienen sus propias plantas de embotelladoras, lo cual indica que las empresas que compran los envases tienen un mayor poder de negociación, debido a los grandes volúmenes que demandan.

Analizando los factores que influyen esta fuerza se concluye que el poder de negociación con los proveedores es bajo debido a que existen diversos proveedores de los insumos esenciales, requeridos para la elaboración del producto, lo cual les impide tener un poder de negociación sobre la industria de bebidas refrescantes. Por otro lado el costo de los insumos es mínimo.

4.1.4.2.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Las bebidas nutritivas son consideradas como bebidas de consumo masivo, lo que muestra que se ha creado una necesidad del consumo de estos productos lo que demuestra que existe una gran variedad de consumidores, aunque los consumidores no tienen un gran poder de negociación sobre la industria. Esto indica que los consumidores no son fieles a las marcas ya que al momento de decidir a comprar el producto se fijan en el factor precio por lo cual se califica con una fuerza de nivel bajo.

4.1.4.2.3. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

“Los productos sustitutos limitan el potencial de una empresa, ya que la política de productos sustitutos consiste en buscar otros que puedan realizar la misma función que el que fabrica la empresa líder”

(Foromarketing.com). La industria de bebidas es muy extensa debido a la gama de productos sustitutos que existen en el mercado por lo que se considera una industria vulnerable por lo tanto se califica 6/7. La disposición del producto para el consumidor, es de fácil acceso, por lo que se evalúa con una puntuación de 3/7. Debido al incremento de la demanda de productos naturales se puede observar que los consumidores han cambiado su tendencia a consumir bebidas a base de productos naturales por lo que el poder de adquisición ha aumentado, por lo tanto esta fuerza es considerada media.

4.1.4.2.4. AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

Cuando un mercado es atractivo, esto quiere decir que ofrece un sólido potencial actual o a largo plazo de ganancias para el negocio por lo que es propenso a que nuevos entrantes decidan entrar. Dado que este producto es novedoso y además presenta una alta aceptación de los consumidores, es posible que las compañías ya establecidas presentes en el sector de alimentos y bebidas no alcohólicas, con mayores volúmenes de venta, tengan el interés de incursionar con el mismo producto ya que el proceso de producción de la bebida no demanda una alta inversión. Por lo tanto, si estas empresas ya tienen conformada sus instalaciones con mejor tecnología y una capacidad instalada mayor a la nuestra, podrán alcanzar el nivel óptimo de producción para producir más a menor costo, en consecuencia, esto hará que su producción sea mucho más barata.

4.1.4.2.5. GRADO DE RIVALIDAD

Es un factor importante para las empresas ya que la finalidad es de mantener o asegurar posicionamiento en el mercado a través de las estrategias, tales como, guerra de precios, imposición de barreras de salida, entre otros. Analizando los factores que influyen en esta fuerza se la define con un puntaje de 6/7 ya que el grado de rivalidad es fuerte.

4.2. ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.2.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para obtener niveles superiores a la competencia, se debe recopilar información referente a los competidores, su desempeño en la industria y características principales. Luego de obtener esta información se establecen las estrategias de posicionamiento que debe seguir la empresa para tener éxito en el mercado.

4.2.1.1. COMPETIDORES DIRECTOS, INDIRECTOS Y POTENCIALES

Por ser la primera empresa en lanzar una bebida nutricional a base de semillas de chía como suplemento alimenticio, no contamos con competencia directa en el mercado. Sin embargo existe una extensa gama de productos sustitutos tales como Herbalife, Omnilife, leche de soya, aunque no son fundamentalmente influyentes en el producto expuesto en este proyecto, debido a que estos productos no presentan las características que van acorde al acelerado estilo de vida de los consumidores que prefieren productos que estén listos para el consumo.

Por otra parte, como competidores indirectos, existe una gran variedad de productos complementarios o sustitutos en el mercado ecuatoriano tales como bebidas hidratantes, energizantes, agua, gaseosas, té y jugos que notablemente tienen una alta penetración en el mercado como es el caso de Coca Cola, Pepsi Cola, Toni, etc. Sin embargo, a pesar de vender productos nutritivos no dejan de contener colorantes, preservantes y saborizantes que son dañinos para la salud.

4.2.1.2. FACTORES CLAVE DE ÉXITO

Según Rockart y Bullen, (1981, p. 7), los factores claves del éxito (FCE) se definen como "el número limitado de áreas en las cuales los resultados, si son satisfactorios, aseguraran un funcionamiento competitivo y

exitoso para la organización”. Esto quiere decir que proporciona el producto a los consumidores y sobrevive a la competencia, es decir lo que necesiten o quieren adquirir mediante las capacidades que posea la empresa. Y estas capacidades están basadas de acuerdo a los recursos, sean tangibles, intangibles o humanos que genere ganancias.

4.2.1.3. BENCHMARKING

De acuerdo con Philip Kotler (2003), el benchmarking es el arte de conocer cómo y por qué algunas empresas llevan a cabo su trabajo mucho mejor que otras. Puede haber una diferencia en cuanto a calidad, velocidad, y costos entre una empresa de clase mundial y otro de tamaño medio. La clave está en analizar las demás empresas según sus funciones similares y contrastar las prácticas de la empresa con las demás, es decir, poder usar una estrategia de producto o servicio basado en el estudio de las experiencias comerciales eficientes de las otras empresas. Por otra parte el benchmarking analiza los procesos de fabricación, diseño del producto, comercialización, cumpliendo con los estándares de excelencia.

4.2.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

4.2.2.1. MERCADO POTENCIAL

De acuerdo al censo de población y vivienda (2010) realizado por el INEC, se determinó que existen aproximadamente 2, 350,915 habitantes en la ciudad de Guayaquil.

4.2.2.2. MERCADO OBJETIVO

Según el estudio realizado se consideró a las mujeres entre 20 a 64 años ya que son las que están más interesadas en prevenir enfermedades como la obesidad, problemas con el colesterol y otras complicaciones relacionadas con la inadecuada nutrición.

CAPITULO V

5. PLAN DE MARKETING

5.1. MARKETING ESTRATÉGICO

5.1.1. ANÁLISIS FODA

Tabla No. 27: Análisis FODA

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none">✓ Bajos costos de producción e industrialización✓ Bebida de origen vegetal con alto contenido de proteínas y fibras que facilitan el proceso digestivo y alto contenido de omega 3 que reduce el riesgo de enfermedades cardiacas✓ Bebida 100% natural✓ Innovación del producto✓ Responsabilidad ambiental
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none">✓ Tendencia en creciente desarrollo por el consumo de bebidas naturales✓ Ciudad con un elevado nivel de vida y alto desarrollo humano✓ Concienciación del cuidado del medio ambiente
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none">✓ En el mercado ecuatoriano no se tiene el conocimiento de los beneficios nutricionales que proporcionan las semillas de chía✓ Ser una empresa nueva en el mercado✓ Romper paradigmas y lograr que el mercado consuma el nuevo producto
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none">✓ Producto no necesita un elevado proceso de transformación por lo cual eleva el riesgo de incursión en el mercado de nuevos competidores✓ Potencial escases de materia prima para abastecer la producción en el caso de que la demanda incremente, debido a que Ecuador es un país que no cuenta con grandes cultivos de semilla de chía✓ Competencia actual mantiene una gran diversificación de sus productos✓ Entrada de nuevos productos competidores

Elaboración: Autores

5.1.2. POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA

Según (LAMB, 2005, p. 197), el posicionamiento de la empresa “*es desarrollar una mezcla de marketing específica para influir en la percepción global de clientes potenciales de una marca, línea de productos o una organización en general*”.

Por otra parte para tener un posicionamiento exitoso en el mercado local, primeramente se debe informar a las personas sobre los beneficios y propiedades que tiene la chía sobre algunas enfermedades y como esta puede mejorar su estilo de vida (nutrición). Si bien es cierto, las semillas de chía recién están incursionando en el mercado del país por lo cual la demanda y consumo de las mismas es bajo. En algunos casos, existen personas con desconfianza de consumir este tipo de bebidas, debido a la publicidad engañosa, por lo cual, se hará uso de publicidad, afiches informativos, ferias expositivas entre otras, para poder anular la percepción y lograr un posicionamiento exitoso. Se proporcionará un envase novedoso y etiqueta en la cual resaltaran con colores verde y naranja para dar la percepción de salud y fuerza. Sin olvidar la estrategia de publicidad y precios.

5.2. MARKETING TÁCTICO

Como parte del marketing táctico, se estudiarán estrategias de precios, de introducción al mercado, estacionalidad de precios, descuentos, presentación del producto, marcas, entre otros con tal de cumplir metas a través de estrategias.

5.2.1. ESTRATEGIA DE PRECIOS

5.2.1.1. ESTRATEGIA DE PRECIO DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

La estrategia de introducción al mercado para el producto será de penetración ya que se ingresará al mercado con precios inferiores a los de la

competencia, para que conozcan los beneficios que contienen las semillas de chía, el cual generará más volúmenes de ventas ya que son precios atractivos para el consumidor, luego se podrá subir el precio progresivamente, creando así la fidelización del cliente hacia nuestro producto.

5.2.1.2. POLÍTICA GENERAL DE PRECIOS

La bebida nutricional a base de semilla de chía se basa en un producto de diferenciación debido que es considerado un superalimento por todos los beneficios y propiedades que contiene el cual tendrá altos costos por la calidad de la materia prima y su presentación.

5.3. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

5.3.1. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

La bebida tendrá una presentación de 300ml en envases de vidrio el cual será presentado con sabor a durazno. A partir de este año, los productos alimenticios deberán ubicar en la etiqueta “semáforo” que señala el contenido de grasas, sal y azúcar contenido, para que el consumidor se encuentre más alerta sobre lo que consume y decida lo mejor para su salud. El sistema se basa en el uso de los colores: rojo como alerta máxima; amarillo, una advertencia; y el verde, cero riesgo. (Ver diseño en el anexo No. 8).

Gráfico No. 28: Etiqueta del producto



Elaboración: Autores

5.4. ESTRATEGIA DE PLAZA Y DISTRIBUCIÓN

5.4.1. DISEÑO DEL LOCAL

La empresa desarrollará sus funciones de industria y oficinas en la misma ubicación. El área total de la propiedad es 300 mts² que serán distribuidos de la siguiente forma:

Gráfico No. 29: Diseño de la empresa



Fuente: Autores

5.4.2. MERCHANDISING

Merchandising es el conjunto de métodos y técnicas conducentes a dar al producto un activo papel de venta por medio de su presentación y entorno, para optimizar la rentabilidad. Se hará uso de activaciones para promover la marca, es decir que, se realizarán exhibiciones en puntos de venta, como los supermercados, gimnasios y farmacias para dar a conocer el producto de manera más personalizada, enfocándose directamente al nicho del mercado que se está apuntando. El producto deberá estar ubicado en anaqueles donde los consumidores los puedan identificar fácilmente, incluyendo el diseño del estante, carteles con las propiedades y beneficios del producto, al igual que afiches, banderas o posters.

De forma verbal se puede atraer la atención de los posibles consumidores, se puede organizar stands en las competencias de atletismo como las carreras que organizan las distintas instituciones en la ciudad, de tal manera que las personas conozcan más sobre el producto con el fin de hacer degustaciones del producto.

5.4.3. DISTRIBUCIÓN

Asumiendo con antelación el tamaño del segmento que se va a satisfacer para que no haya inconvenientes en la cobertura de las zonas de distribución de la ciudad de Guayaquil. Por esa razón, el canal de distribución que empleará la empresa Green Nature S.A. será de tipo detallista puesto que la empresa lo distribuirá a los supermercados de la ciudad de Guayaquil para que el producto llegue al consumidor final.

5.5. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Como estrategia de promoción se utilizará medios masivos de publicidad ya que el presente proyecto es nuevo en el mercado por lo cual a través de estas se trata de incentivar al conocimiento e interés del producto, así como a un posicionamiento y diferenciación de marca entre las ya existentes.

5.5.1. PUBLICIDAD

Se hará uso de publicidad BTL¹⁴ ya que se desea promocionar la bebida para un sector específico de la ciudad de Guayaquil, ya que la marca no es conocida. La promoción se realizará de la siguiente manera:

- **Activaciones:** Se ofrecerá muestras en stands montados en lugares específicos como supermercados, gimnasios y eventos deportivos.
- **Social Media:** Se promoverá la marca mediante el uso de redes sociales como Facebook, Twitter, Blogger e Instagram.

¹⁴ Publicidad “Below the line”, consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para mercadeo dirigidas a segmentos de mercado específicos.

- **Periódicos:** Se realizará el anuncio en el periódico más popular como lo es El Universo, en anuncios de cuarto de página.
- **Cuña radial:** Se promocionará el producto en espacios publicitarios en frecuencias deportivas conocidas como radio Dibu 88.9 FM en Guayaquil.

5.5.2. RELACIONES PÚBLICAS

Se creará una buena imagen de la compañía para ganar fidelización del cliente. Se ofrecerá el producto gratis si el cliente accede a promocionar nuestro producto en su publicidad semanal o mensual. Se podrá participar como patrocinador en las carreras de 5k, 10k, 15k, etc., que son muy comunes hoy en día, también se podrá participar en ferias destinadas a promocionar productos alimenticios nuevos. A continuación, se muestra el presupuesto de marketing diseñado para impulsar la marca en el mercado para el primer año.

Tabla No. 28: Presupuesto de marketing

No.	Vendedores	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
1	Agencia de Publicidad	3.000,00					
2	Social media		1.650,00	1.650,00			1.650,00
3	Cuña radial		250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
4	Periódico		3.616,00	3.616,00	3.616,00	3.616,00	3.616,00
TOTAL MENSUAL		3.000,00	5.516,00	5.516,00	3.866,00	3.866,00	5.516,00

Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL PERIODO 0	TOTAL 2015
3.000,00							3.000,00	3.000,00
	1.650,00				-	-	-	6.600,00
250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	-	3.000,00
3.616,00							-	21.696,00
6.866,00	1.900,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00	34.296,00

Elaboración: Autores

5.6. DISEÑO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN Y/O SERVICIOS

5.6.1. PROCESO PRODUCTIVO

En un estudio acerca de los procesos productivos, los autores Suñé, Gil y Arcusa (2004), acotan que “De forma particular podemos definir un proceso productivo como una consecuencia definida de operaciones que transforma unas materias primas y/o productos semielaborados en un producto acabado de mayor valor” (p. 77). Por lo tanto, el proceso productivo del presente proyecto consiste en explicar el proceso productivo que tiene el producto, en donde se detalle cada recurso físico y humano que se requiere para poder llevar a cabo dicho proceso.

5.6.2. FLUJO DE OPERACIONES

A continuación se describirán las operaciones del proceso productivo de la bebida a base de semillas de chía con durazno.

- **Recepción de materia prima:** Esta área estará preparada para el momento en que las frutas y las semillas lleguen y sean acopiadas previa inspección de las revisiones técnicas.
- **Selección:** Se procede a clasificar la materia prima que cumple con las condiciones requeridas para seguir con el proceso.
- **Lavado y desinfección:** Se realizará el lavado de cada una de las frutas por medio de suspensión en agua con hipoclorito de sodio 200 ppm, con el fin de reducir la carga microbiana.
- **Pulpeado:** En este proceso se separa el jugo de la pulpa separándola del hueso, haciendo uso de una despulpadora.
- **Filtrado:** Se procederá a separar el jugo de la pulpa haciendo uso de una malla metálica.
- **Mezclado:** La mezcla de los ingredientes se explica de la siguiente manera: Agua: 1 litro por cada kilo de pulpa; Azúcar: 200 g por kilo de pulpa; Ácido cítrico: 2 cucharadas por kilo de pulpa (conservante); Semillas de Chía: 6.25 g. Los equivalentes serían los siguientes: 37%

de pulpa de durazno, 55% de agua, 8% de azúcar, ácido cítrico hasta un pH de 3.6.

- **Estandarizado:** Se procederá a hervir el agua con el ácido cítrico y el azúcar, se le agrega la pulpa, de manera que la mezcla tenga una concentración de 12-13% de sólidos, determinado en frío con un refractómetro y que tenga un pH de 3.5 a 3.8.
- **Pasteurizado:** Se pasteurizará a temperatura 82° c por el tiempo de 2 minutos, para la esterilización parcial del jugo.
- **Envasado:** Se envasará en botellas de vidrio previamente esterilizados en una lavadora de frascos a una temperatura de 120° C por 15 minutos, permitiendo la continuidad del tratamiento térmico gracias al sistema automático de la maquina llenadora de botellas.
- **Enfriado:** El producto se enfría a temperatura ambiente, para su posterior etiquetado.
- **Etiquetado:** El producto con la respectiva etiqueta es transportado al área de almacén.
- **Almacenado:** Se almacenará en la cámara frigorífica a una temperatura de 20° C, teniendo una durabilidad de seis meses.

5.6.3. ACTIVIDADES CLAVE

- **Almacenamiento de la materia prima:** Las materias primas e insumos, tras su adquisición, llegan a la planta procesadora, se descargan y se almacenan en condiciones adecuadas para su posterior utilización.
- **Sala de procesamiento:** La sala estará distribuida en las siguientes zonas: recepción de materia prima, selección, lavado y desinfección, pulpeado, mezclado, estandarizado y pasteurizado, envasado, enfriado y etiquetado
- **Almacenamiento de los productos finales:** Las bebidas de chía estarán almacenados en pacas de 12 unidades en una cámara frigorífica.

5.6.4. CAPACIDAD MÁXIMA

Para calcular la capacidad máxima de la empresa, se consideraron los siguientes factores:

- Días laborales: 6 días a la semana
- Horas laborales: 8 horas 2 jornadas al día
- Capacidad instalada de maquinaria: 4500 botellas diarias
1,080,000 botellas anuales

Como se introducirá un producto nuevo al mercado, siendo conservadores se usará el 80% de la capacidad instalada de la maquinaria por lo que se producirá **864000** botellas anuales para mantener un lineamiento constante de producción y no tener excesos productivos.

5.7. INFRAESTRUCTURA

TERRENO

La mejor localización de la planta de la empresa se determinó por la compra de un terreno en Km. 20 vía a Daule, sector Pascuales, zona industrial de la ciudad que ofrece la infraestructura necesaria para el desarrollo de este emprendimiento, con un área de 300 metros cuadrados y tendrá un valor de US\$ 20.000.

INSTALACIONES

La distribución adecuada en el terreno debe permitir el correcto funcionamiento de la fábrica así como de las instalaciones para el área administrativa.

1. Las instalaciones a construirse son las siguientes:
2. Un galpón en donde se colocarán las máquinas y equipos que conforman la planta de producción.
3. Una edificación que albergará el área administrativa conformada por oficinas, junto con una bodega.

La inversión programada en lo que respecta a este rubro alcanza un monto de US\$ 24.000.

5.8. TECNOLOGÍA Y EQUIPOS REQUERIDOS

INSUMOS

Tabla No. 29: Capacidad instalada de maquinaria y equipos

DETALLE	CAPACIDAD
SILOS	20 quintales
PLANTA PURIFICADORA DE AGUA	300 a 600 bidones diarios
LAVADORA DE FRUTAS	7 ton por hora
DESPULPADORA	200 a 500 Kg por hora
FILTRO	1500 litros
TANQUE DE MEZCLA	1500 litros
PASTEURIZADOR	500 a 2000 litros
LAVADORA DE ENVASES	2000 botellas por hora
ENVASADORA Y TAPADORA	1800 botellas por hora
CAMARA FRIGORIFICA	4 x 4 metros
ETIQUETADORA	2000 botellas por hora
EMPACADORA TERMOENCOGIBLE	40 pacas de 12 u x hora
BANDA TRANSPORTADORA	
MESAS DE ACERO	
PESA ELECTRONICA	

Elaboración: Autores

5.8.1. LOGÍSTICA DE LAS COMPRAS

De acuerdo al análisis de la logística de compras del insumo se efectuará semanalmente, estableciendo el día conjuntamente con los proveedores en horario de la mañana debido al lugar de origen de la materia.

5.9. RIESGOS Y PLANES DE CONTINGENCIA

5.9.1. RIESGOS INTERNOS

En cuanto a los riesgos internos, se da a conocer que existen cuatro clasificaciones, los mismos que deben ser prevenidos para evitar consecuencias futuras para la empresa (ERM Risk Management, s.f.).

- **Riesgos financieros:** estos riesgos se dan en el área de tesorería, financiación y crédito de clientes.

- **Riesgos Estratégicos:** Capital intelectual desleal, mala segmentación de mercado, malas fusiones.
- **Riesgos Azar:** posibles problemas con los empleados por accidentes laborales, robo de activos, etc.
- **Riesgos sociales:** Posible fracaso por el mal reclutamiento del personal, suministros, falta de transparencia.

5.9.2. RIESGOS EXTERNOS

Podemos citar como posibles riesgos externos los mencionados posteriormente. Estos riesgos externos no pueden ser previstos ya que no dependen de la empresa sino de los medios externos. Al igual que los riesgos internos estos también se clasifican en cuatro diferentes ámbitos. (ERM Risk Management, s.f.)

- **Riesgos financieros:** Alza en los tipos de interés, tipo de cambio, falta o burocracia en la disponibilidad de crédito.
- **Riesgos Estratégicos:** Nuevos competidores, cambios de hábitos de consumo, problemas económicos en el país.
- **Riesgos Azar:** Fenómenos climáticos catastróficos, contaminación ambiental.
- **Riesgos sociales:** Nueva legislación local, nacional e internacional, aumento de emigración.

5.9.3. PLANES DE CONTINGENCIA

Un plan de contingencia es un tipo de plan preventivo, predictivo y reactivo. Presenta una estructura estratégica y operativa que ayudará a controlar una situación de emergencia y a minimizar sus consecuencias negativas. Los riesgos internos de las empresas son los únicos que pueden ser prevenidos. Para evitar este tipo de riesgos se debe capacitar a los trabajadores sobre los posibles riesgos que existen y las acciones que se deberían ejecutar para minimizar lo más posible los mismos.

CAPITULO VI

6. ANÁLISIS FINANCIERO

6.1. ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se realizará el análisis financiero, en base a los ingresos, costos y gastos que puede generar la compañía, considerando la inversión en instalaciones, maquinarias y tecnología, materia prima y capital de trabajo. Dada la naturaleza de la empresa, se puede observar que los activos que tienen una mayor ponderación son las maquinarias, equipos y vehículos, para alcanzar altos estándares de calidad en la elaboración de la bebida **VITACHÍA**. (Ver anexo No. 9)

6.1.1. PRESUPUESTO DE INVERSIONES

El presupuesto de inversión para poner en marcha el proyecto está conformado por activos tangibles, intangibles y capital de trabajo. En el Anexo No. 10 se encuentra el plan de inversión de cada uno de los siguientes rubros:

Tabla No. 30: Presupuesto de inversión inicial

RUBROS	TOTAL INVERSIÓN
Terrenos	20.000,00
Edificaciones	24.000,00
Equipos y maquinarias	73.080,00
Muebles y equipos de oficina	2.854,80
Equipos de cómputo	4.872,00
Capital de trabajo	7.666,80
Gastos Financieros	5.022,88
Vehículos	29.850,00
Gastos de Constitución y permisos	1.947,75
Seguros de vehículo y maquinarias	2.110,75
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 171.404,98

Elaboración: Autores

6.1.1.1. INVERSIÓN EN EQUIPOS

Para la implementación del presente proyecto, se necesitará equipar la planta con la maquinaria, equipos y muebles necesarios para operar adecuadamente, con un sistema que asegure la calidad del producto. En el anexo No. 11 se encuentra el detalle de la inversión en equipos de la empresa.

Tabla No. 31: Presupuesto de maquinaria, muebles y equipos

INVERSIÓN EN EQUIPOS		
TECNOLOGÍA Y EQUIPOS	\$	73.080,00
VEHÍCULOS	\$	29.850,00
MUEBLES Y ENSERES	\$	2.110,00
EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTO	\$	8.097,96
TOTAL	\$	113.137,96

Elaboración: Autores

6.1.1.2. DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

En la siguiente tabla, se muestra la depreciación de los activos tangibles por su valor anual. En el anexo No. 12 se presenta el detalle de la depreciación total.

Tabla No. 32: Depreciación de activos fijos

ACTIVO FIJO	VALOR (U.S.\$)	AÑOS
Equipo y maquinaria	73.080,00	10
Muebles y equipos de oficina	2.854,80	10
Equipos de cómputo	4.872,00	3
Vehículos	7.075,22	5
Edificaciones	24.000,00	20
TOTAL	111.882,02	

ACTIVO FIJO	111.882,02
GASTOS DE DEPRECIACIÓN A 5 AÑOS	55.914,62
VALOR RESIDUAL DE ACTIVO FIJO	55.967,40

Elaboración: Autores

6.1.1.3. CAPITAL DE TRABAJO

Para la administración del capital de trabajo se espera el correcto manejo de los recursos de la compañía a corto plazo, es decir, que la empresa tenga la capacidad (solvencia) de cancelar sus obligaciones, mediante el uso correcto de sus recursos (eficiencia). En el período pre-operacional, se lo ha destinado de la siguiente manera:

Tabla No. 33: Capital de trabajo

DETALLES	Periodo 0
COSTOS	45.535,78
MATERIA PRIMA	34.714,58
MATERIALES INDIRECTOS	6.154,40
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA	3.226,80
SUMINISTROS Y SERVICIOS	1.440,00
GASTOS	3.000,00
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	-
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	-
GASTOS DE FUERZAS DE VENTA	-
COMISIONES EN VENTAS	-
PUBLICIDAD Y MARKETING	3.000,00
GASTOS DE PERSONAL DE PRODUCCIÓN	-
GASTOS DE SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN	-
PROVEEDORES - CREDITO 8 DÍAS	
COMPRA DE INSUMOS	40.868,98
CAPITAL DE TRABAJO	7.666,80

Elaboración: Autores

6.1.1.4. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

El financiamiento del presente proyecto está conformado por un aporte propio que representa el 30% de la inversión total y el 70% por un préstamo realizado a la Corporación Financiera Nacional (CFN).

Tabla No. 34: Fuentes de Financiamiento

RUBROS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
	PROPIO (30%)	PRÉSTAMO (70%)
Terrenos	6.000,00	14.000,00
Edificaciones	7.200,00	16.800,00
Equipos y maquinarias	21.924,00	51.156,00
Muebles y equipos de oficina	856,44	1.998,36
Equipos de cómputo	1.461,60	3.410,40
Capital de trabajo	-	7.666,80
Gastos Financieros	5.022,88	-
Vehículos	8.955,00	20.895,00
Gastos de Constitución y permisos	584,33	1.363,43
Seguros de vehículo y maquinarias	633,23	1.477,53
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 52.637,47	\$ 118.767,51
	CAPITAL TOTAL (100%)	\$ 171.404,98

Elaboración: Autores

En el anexo No. 13 se encuentra la amortización del préstamo a realizarse que se pagará en un período de 5 años.

6.1.2. PROYECCION DE INGRESOS

Para determinar la proyección de ingresos por las ventas, se calculó la demanda potencial en base al estudio de mercado realizado. Se determinó un precio de venta al distribuidor de 1,50 y un precio de venta al público de 1,65. Considerando las encuestas realizadas, este precio corresponde al rango que las personas están dispuestas a pagar y es mayor al costo unitario de producción.

Tabla No. 35: Demanda potencial anual

DEMANDA POTENCIAL MENSUAL			
Población de Guayaquil		2.350.915	
Población de Guayaquil (mujeres)	50,20%	1.180.159	1
Población objetivo (mujeres de 20 - 64 años)	55,30%	652.628	
Estrato socioeconómico (medio alto y alto)	35,90%	234.293	
Personas dispuestas a comprar nuestro producto	88,50%	207.350	2
Captación de mercado	5,00%	10.367	3
Demanda potencial mensual (FP:14)		145.145	4
Demanda potencial anual		1.741.738	
Capacidad de producción anual		864.000	5
Precio		1,50	6
Ingreso anual		1.296.000	7

Fuentes:

1. INEC (Censo Poblacional 2010)
2. Encuesta realizada por los autores (pregunta No. 10)
3. Según Porter, un producto nuevo debe tener una captación inicial de 5%
4. Promedio de cantidad demandada mensual según encuestas realizadas (Ver Tabla No. 36)
5. Capacidad instalada de la planta
6. Precio determinado de acuerdo a las encuestas realizadas, mayor al costo obtenido pero menor al precio que los clientes están dispuestos a pagar
7. Producción anual x Precio

Elaboración: Autores

Dada la aceptación del producto por los resultados reflejados en las encuestas, se tiene obtuvo una demanda potencial de 1,742,738 y se tiene a disposición una maquinaria que puede cubrir el 49,60% de esa demanda que corresponde a 864000.

Tabla No. 36: Frecuencia de consumo mensual

FRECUENCIA DE CONSUMO MENSUAL						
			Fr.	Fr.	Fr.	Cant. Demandada
Respuesta	Porcentaje	PDC	Diaria	Semanal	Mensual	Mensual
Una vez al día	48,0%	4.976	1		30	149.292
Varias veces al día	19,3%	2.001	2		60	120.055
Una vez por semana	4,9%	508		1	4	2.032
Varias veces a la semana	27,8%	2.882		2	8	23.057
		10.367			Anual	145.145

Frecuencia promedio 14

Elaboración: Autores

La proyección de ventas anuales se hizo en base a un crecimiento conservador de la demanda del 2% anual, ya que el crecimiento en la industria apunta a un 4% y una inflación de precios del 2%, ya que según el Banco Central la tasa en el 2014 corresponde al 2,70% para el sector de alimentos y bebidas no alcohólicas.

Tabla No. 37: Proyección de ingresos

AÑOS	OFERTA	CRECIMIENT %	INFLACIÓN ANUAL	PRECIO VENTA	INGRESOS
AÑO 2015	864.000,00	0%	1,92%	\$ 1,50	\$ 1.296.000,00
AÑO 2016	898.560,00	4%	1,96%	\$ 1,50	\$ 1.347.840,00
AÑO 2017	916.531,20	2%	2,00%	\$ 1,50	\$ 1.374.796,80
AÑO 2018	907.365,89	-1%	2,04%	\$ 1,55	\$ 1.401.880,30
AÑO 2019	916.439,55	1%	2,08%	\$ 1,55	\$ 1.415.899,10

Elaboración: Autores

6.1.3. RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

En el siguiente cuadro se refleja un resumen de los costos y gastos anuales para el año 2015. En el anexo No. 15 se encuentra el detalle de costos de producción, gastos administrativos, ventas y financieros.

Tabla No. 38: Resumen de Costos

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN		
Rubro		Costo
1	Materia prima	\$ 0,99
2	Materiales indirectos	\$ 0,18
Costo de producción unitario		\$ 1,17
OTROS COSTOS		
1	Suministros de producción	\$ 1140,00
2	Mano de Obra Directa e Indirecta	\$ 3.226,80
Total otros costos		\$ 4.666,80

Elaboración: Autores

Tabla No. 39: Resumen de Gastos

GASTOS			
Rubro	Gasto Periodo 0	Gasto Periodo 1 mensual	Gasto Anual
1 GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Gastos de personal administrativo		\$ 2.385,55	\$ 28.626,65
Gastos de suministros y servicios		\$ 435,00	\$ 5.220,00
2 GASTOS VENTAS			
Gasto fuerza de ventas	\$ 0,00	\$ 1.439,66	\$ 17.275,90
Comisión de ventas	\$ 0,00	\$ -	\$ -
3 GASTOS MARKETING Y PUBLICIDAD			
**Estrategias de Marketing y Publicidad	\$ 3.000,00	\$ 2.858,00	\$ 34.296,00
4 GASTOS DE PRODUCCIÓN			
Personal Operativo		\$ 3.226,80	\$ 38.721,63
Suministros y servicios de producción		\$ 240,00	\$ 2.880,00
5 GASTOS FINANCIEROS			
Gastos financieros (cuota mensual a partir del sexto mes)	\$ 4.018,30	\$ 931,46	\$ 11.177,58
Total Gastos	\$ 7.018,30	\$ 11.516,48	\$ 138.197,76

** Gasto promedio mensual

Elaboración: Autores

6.1.4. FLUJO DE CAJA

Para las proyecciones del flujo de caja se realizaron bajo los siguientes parámetros:

- Crecimiento de los precios: Inflación (sector alimentos) 1,92%
- Crecimiento de demanda: 4% en el 2015, años siguientes es variable.

- Crecimiento de gastos administrativos: Inflación (servicios) 5,2%
- Crecimiento de gastos de ventas: Se estima que por la fuerte inversión en publicidad el crecimiento de los gastos aumenta en un 4%.

En el anexo No. 16, encontraremos el detalle del flujo de caja proyectado, a continuación se muestra el resumen del mismo.

Tabla No. 40: Flujo de caja proyectado

	Precio	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 155	\$ 155
Costo de producción		\$ 1,7	\$ 1,9	\$ 1,21	\$ 1,24	\$ 1,26
Unidades de Producción		864.000,00	898.560,00	916.531,20	907.365,89	916.439,55
Inflación		0%	1,96%	1,96%	1,96%	1,96%
	Periodo 0	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
INGRESOS						
VENTAS VITACHIA	-	1.296.000,00	1.347.840,00	1.374.796,80	1.401.880,30	1.415.899,10
COSTOS						
GASTOS	7.018,30	154.207,10	151.853,32	153.471,27	153.360,54	154.748,96
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC	(7.018,30)	76.911,43	108.995,37	111.726,11	115.800,81	104.786,65
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	11.536,71	16.349,31	16.758,92	17.370,12	15.718,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	(7.018,30)	65.374,71	92.646,06	94.967,19	98.430,69	89.068,66
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	-	14.382,44	20.382,13	20.892,78	21.654,75	19.595,10
UTILIDAD NETA	(7.018,30)	50.992,28	72.263,93	74.074,41	76.775,94	69.473,55
(+) DEPRECIACION		11.950,84	11.950,84	11.950,84	10.326,84	10.326,84
(+) VALOR RESIDUAL						55.967,40
(-) INVERSIONES PROPIA	\$ 52.637,47	-	-	-	-	-
(-) AMORTIZACION DE CAPITAL		19.209,22	21.252,27	23.512,61	26.013,35	28.780,07
Flujo de caja	(59.655,77)	43.733,89	62.962,50	62.512,64	61.089,43	106.987,73
Payback	(59.655,77)	(15.921,87)	47.040,63	109.553,27	170.642,70	277.630,42

Elaboración: Autores

Dada la rentabilidad del proyecto, se observa que en el segundo año se recupera la inversión realizada por los accionistas.

6.1.5. BALANCES PROYECTADOS

Para el presente Balance se tomó en cuenta los Activos, Pasivos, y Patrimonio que se encuentran proyectados para 5 años. En el anexo No. 17 se encuentra el detalle de años proyectados.

Tabla No. 41: Balance inicial

BALANCE INICIAL			
ACTIVOS			PASIVOS
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>		\$ 40.701,93	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>
BANCOS	1.004,57		\$ 35.030,55
INVENTARIO	39.697,35		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>
			\$ 118.767,51
			TOTAL PASIVO
			\$ 153.798,06
<u>ACTIVO FIJO</u>		\$ 154.656,80	PATRIMONIO
Equipo y maquinaria	73.080,00		\$ 45.619,17
Muebles y equipo de oficina	2.854,80		Capital
Equipos de cómputo	4.872,00		\$ 52.637,47
Vehículos	29.850,00		Resultado de ejercicio actual
Edificaciones	24.000,00		\$ (7.018,30)
Terreno	20.000,00		
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>		\$ 4.058,50	
Gastos de Constitución y permisos de funcionamiento	1.947,75		
Seguros	2.110,75		
TOTAL ACTIVOS		\$ 199.417,23	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO
			\$ 199.417,23

Elaboración: Autores

Tabla No. 42: Balance proyectado

BALANCE PROYECTADO 2015			
ACTIVOS			PASIVOS
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>		\$ 90.499,14	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>
INVENTARIO	46.765,25		\$ 37.035,36
BANCOS	43.733,89		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>
			\$ 99.558,29
<u>ACTIVO FIJO</u>		\$ 142.705,96	TOTAL PASIVO
Equipo y maquinaria	73.080,00		\$ 136.593,65
Muebles y equipo de oficina	2.854,80		PATRIMONIO
Equipos de cómputo	4.872,00		\$ 96.611,44
Vehículos	29.850,00		Capital
Edificaciones	24.000,00		\$ 52.637,47
(-) Depreciación acumulada	(11.950,84)		Resultado Ejercicio Actual
Terreno	20.000,00		\$ 50.992,28
			Resultado Ejercicio Anterior
			\$ (7.018,30)
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>		\$ -	
Gastos de Constitución y permisos de funcionamiento	1.947,75		
Seguros	2.110,75		
Amortización	(4.058,50)		
TOTAL ACTIVOS		\$ 233.205,10	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO
			\$ 233.205,10

BALANCE PROYECTADO 2016			
ACTIVOS			PASIVOS
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>		\$ 187.160,80	PASIVO CIRCULANTE
INVENTARIO	80.464,40		\$ 48.682,28
BANCOS	106.696,39		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>
			\$ 78.306,02
<u>ACTIVO FIJO</u>		\$ 106.755,12	TOTAL PASIVO
Equipo y maquinaria	73.080,00		\$ 126.988,30
Equipos y mueble de oficina	2.854,80		PATRIMONIO
Equipo de transporte	4.872,00		Capital
Obras civiles (edificaciones)	29.850,00		\$ 52.637,47
(-) Depreciación acumulada	(23.901,68)		Resultado Ejercicio Actual
Terreno	20.000,00		\$ 72.263,93
			Resultado Ejercicio Anterior
			\$ 43.973,98
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>		\$ 1.947,75	
Seguros	1.947,75		
TOTAL ACTIVOS		\$ 295.863,67	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO
			\$ 295.863,67

Elaboración: Autores

6.1.6. TASA DE DESCUENTO

Al momento de evaluar la factibilidad financiera de un proyecto de inversión, el método más utilizado para la evaluación de proyectos consiste en aplicar el Modelo de CAPM (Capital Asset Pricing Model), la idea es considerar que la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) es equivalente a la Tasa de rentabilidad que un accionista exige, tenemos:

$$Re = Rf + \beta (Rm - Rf) + Rp_{\text{Ecuador}}$$

$Rf = 3.075\%$ considera la tasa libre de riesgo obtenido de los bonos del tesoro de Estados Unidos¹⁵

$B = 1.42\%$ se considera la industria de bebidas no alcohólicas de Estados Unidos¹⁶

$Rm = 18.5$ fue el rendimiento de alimentos y bebidas no alcohólicas en el mercado.

¹⁵ Referencia Yahoo Finanzas "Bonos del Tesoro a 10 años"

¹⁶ S&P Capital IQ, Bloomberg and the Fed (US companies)

El $R_p = 3.99\%$ que corresponde al riesgo país, aplicada como una medida de ajuste, puesto que se han utilizado datos externos pero el proyecto está siendo aplicado en nuestro país.¹⁷

Se tiene que:

$$R_e = 2.33 + 1.42 (18.5 - 2.33) + 5.92$$

$$R_e = 31.21 \%$$

Una vez que se obtiene la rentabilidad exigida por el accionista equivalente, se sigue la ecuación del coste de capital promedio ponderado, así:

$$\text{CCPP} = R_d (1 - T) L + R_e (1 - L)$$

Donde:

$R_d = 10.15\%$ conocido como el costo de la deuda corresponde a la tasa de interés igual al que se pagará por el préstamo obtenido de la banca local.

Dado que contamos con R_d y R_e se procede a calcular la tasa de descuento por medio del CCPP (Costo de Capital) o WACC en el cual se incluye el nivel de apalancamiento ($L = 77\%$) y la tasa por impuestos a la renta ($T = 22\%$)

Se tiene que:

$$\text{CCPP} = 0.1015 (1 - 0.22) (0.77) + 0.3121 (1 - 0.77)$$

$$\text{CCPP} = 13.27\%$$

Finalmente tasa a la cual serán descontados los flujos de efectivo futuros es de 13.27%

¹⁷ Riesgo País según el Banco Central del Ecuador elaborado por JP Morgan (EMBI+)

6.1.7. EVALUACIÓN FINANCIERA VAN Y TIR

Para una mejor perspectiva financiera sobre la rentabilidad del negocio se analiza la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN).

Tabla No. 43: Índices Financieros – VAN y TIR

	Periodo 0	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Flujo de caja	(59.655,77)	43.733,89	62.962,50	62.512,64	61.089,43	106.987,73

TIR	69%
VAN	\$ 146.142,07

Elaboración: Autores

El valor actual neto es el valor actual de los flujos futuros de efectivo descontados a una determinada tasa; en este caso, se calculó el VAN con una tasa de descuento de 13.27% que demuestra que aún con ésta tasa mínima, la inversión es recuperada y además genera utilidades.

Recordando que la TIR es la tasa de descuento en la que se iguala el valor de la inversión (pagos) con el valor de los flujos de tesorería futuros (cobros); en este caso se obtuvo una tasa de 69% que siendo mayor a la exigida en el VAN que una vez más representa una inversión rentable.

6.1.8. RATIOS FINANCIEROS

Para obtener un rápido diagnóstico de la gestión económica y financiera, se hace uso de los ratios financieros, como una herramienta fundamental para la toma de decisiones facilitando el análisis a través de indicadores como liquidez, endeudamiento, actividad y rentabilidad.

Tabla No. 44: Ratios Financieros

ROE (Rentabilidad sobre recursos propios)						
UTILIDAD	(7.018,30)	50.992,28	72.263,93	74.074,41	76.775,94	69.473,55
PATRIMONIO	52.637,47	52.637,47	52.637,47	52.637,47	52.637,47	52.637,47
ROE	-13,33%	96,87%	137,29%	140,73%	145,86%	131,98%
ROA (Retorno sobre los Activos)						
UTILIDAD	(7.018,30)	65.374,71	92.646,06	94.967,19	98.430,69	89.068,66
ACTIVOS	199.417,23	233.205,10	295.863,67	347.345,73	399.481,49	409.322,60
ROA	-3,52%	28,03%	31,31%	27,34%	24,64%	21,76%
INDICE DE LIQUIDEZ						
ACTIVO CIRCULANTE	40.701,93	90.499,14	187.160,80	250.593,70	313.056,30	333.224,24
PASIVO CIRCULANTE	35.030,55	37.035,36	48.682,28	49.602,53	50.975,71	20.123,33
RESULTADO INDICE DE LIQUIDEZ	1,16	2,44	3,84	5,05	6,14	16,56
INDICE DE APALANCAMIENTO						
PASIVO	153.798,06	136.593,65	126.988,30	104.395,95	79.755,78	20.123,33
ACTIVOS	199.417,23	233.205,10	295.863,67	347.345,73	399.481,49	409.322,60
RESULTADO INDICE DE APALANCAMIENTO	77%	59%	43%	30%	20%	5%
INDICE DE ROTACIÓN DE INVENTARIO						
COSTO DE MERCANCIA VENDIDA	-	1.296.000,00	1.347.840,00	1.374.796,80	1.401.880,30	1.415.899,10
INVENTARIO	39.697,35	46.765,25	80.464,40	81.384,66	82.757,84	51.905,45
RESULTADO ROTACIÓN DE INVENTARIO	-	27,71	16,75	16,89	16,94	27,28
PRUEBA DE ÁCIDO						
ACTIVO CIRCUL. - INVENTARIO	1.004,57	43.733,89	106.696,39	169.209,04	230.298,46	281.318,79
PASIVO CIRCULANTE	35.030,55	37.035,36	48.682,28	49.602,53	50.975,71	20.123,33
RESULTADO INDICE DE ACIDEZ	0,03	1,18	2,19	3,41	4,52	13,98
COMPOSICIÓN DE ACTIVOS	199.417,23	233.205,10	295.863,67	347.345,73	399.481,49	409.322,60

Elaboración: Autores

6.1.9. PUNTO DE EQUILIBRIO

En el punto de equilibrio se muestra que todos los ingresos se igualan a los costos asociados a la producción de producto.

Precio Venta	
(distribuidor)	\$1,5
Costo Producción	1,167685
Margen de contribución	<u>0,332315</u>

COSTO FIJO	210.208,73
Costo Fijo Producción	56.001,63

Gastos	154.207,10
---------------	------------

Punto de equilibrio	CF	210.208,73	632.558,67	unidades anuales
	Margen de contribución	<u>0,33</u>		

Es decir, 52.713,22 unidades mensuales

El punto de equilibrio de la empresa es de 52.713 botellas mensuales, las mismas que servirán para cubrir los costos y gastos operativos, siendo a partir de esa cantidad lo que representará una utilidad para la empresa.

6.1.10. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Dada la información obtenida en el análisis financiero, para Iniciar las actividades del presente proyecto se requiere de un total de \$171.404,98 los cuales en un 30% son aportados por los dos accionistas y el 70% por la institución de crédito (CFN), el horizonte de evaluación del proyecto es de cinco años y los flujos de caja fueron descontados a una tasa del 13.27%.

Tabla No. 45: Escenarios de sensibilidad

ESCENARIO OPTIMISTA	
Variaciones en las ventas de 20%	
Variaciones en costos de las ventas en 15%	
VAN	363.571,92
ESCENARIO PROBABLE	
Variaciones en las ventas de 10%	
Variaciones en costos de ventas en 5%	311.328,90
VAN	
ESCENARIO PESIMISTA	
Variaciones en las ventas de -5%	
Variaciones en costos de ventas de 5%	
VAN	(11.570,39)

Elaboración: Autores

En esta evaluación de escenarios se analizó la variación en ventas y costo de ventas, en relación a la demanda de clientes, aumento de costos de materiales y mantenimiento de la maquinaria; como se observa en la tabla de la parte superior, se tiene que en el escenario probable se presenta un aumento en las ventas del 10% y una disminución en el costo de ventas del 5%; por lo que el VAN se encuentra en \$311.328,90, y el período de recuperación de la inversión ocurre en el segundo año.

En el escenario optimista se produce un aumento en las ventas del 20% y una disminución del costo de ventas del 15% aumentando el VAN del proyecto a \$363.571,92, volviendo al proyecto más rentable, y el período de recuperación de la inversión ocurre en el primer año; mientras que, en el escenario pesimista las ventas disminuyen en 5% y el costo de ventas aumenta igualmente en 5%, provocando un disminución del VAN de (11.570,39); por lo que es menor a 0, el proyecto deja de ser rentable, provocando pérdidas en todos los años en que el proyecto se lleva a cabo.

CONCLUSIONES

En el presente estudio de investigación, se puede concluir que:

- La implantación de una empresa para la elaboración de la bebida de chía representa una inversión fuerte en cuanto se pretende abastecer al mercado guayaquileño, teniendo como finalidad posicionar el producto, distinguiéndonos de la competencia por todas sus bondades y propiedades a la vez ayudando a corregir la inadecuada nutrición de los habitantes de la ciudad de Guayaquil.
- La estrategia a ser utilizada para posicionar el producto es la diferenciación, puesto que no existen productos competidores en el mercado actual, por lo que se puede aprovechar una fuerte demanda del mismo.
- El estudio de mercado permitió determinar el canal de distribución idóneo para que el producto llegue a los consumidores finales, para lo cual se tendrán distribuidores mayoristas como los supermercados y a su vez minoristas como minimarkets ubicados en las gasolineras.
- Se determinó un precio de introducción de \$1,50 por una botella de 300 ml que se encuentra por encima de los costos de producción y a su vez se encuentra en el rango de precios que según la encuesta realizada, los consumidores potenciales están dispuestos a pagar.
- Se debe realizar una fuerte inversión en las estrategias de promoción ya que es un producto nuevo en el mercado, y las personas deben informarse correctamente de los beneficios que este aporta.
- No existen barreras técnicas ni legales para la implantación del negocio.
- El proyecto es factible en cuanto se obtuvo un flujo de caja proyectado a 5 años que dio un VAN mayor a cero, el cual permitió rescatar la inversión propia realizada y además generó ganancias, y una TIR de 69%.

RECOMENDACIONES

Dado el alcance y resultados del presente estudio, proponemos las siguientes recomendaciones para asegurar el éxito del proyecto a largo plazo.

- Desarrollar e incentivar un plan de producción de semillas de chía teniendo como finalidad promover solventar y capacitar asociaciones comunitarias en diferentes partes del Ecuador con lo cual se obtendrá 3 importantes beneficios, los cuales serían; impulsar el crecimiento del sector de semillas de chía, materia prima de forma permanente y de buena calidad y finalmente se protegería el medio ambiente.
- Promover el consumo diario de semillas de chía en diferentes formas de uso, para aprovechar otras alternativas de utilización y sus propiedades altamente benéficas para la salud y así mejorar la dieta alimenticia de la población.
- Para endulzar la bebida de semillas de chía se considera utilizar alternativas de endulzantes como el extracto de stevia ya que es 300 veces más dulce que el azúcar, no contiene calorías y por lo tanto mejorara el sabor de la bebida además ser más saludable.
- De acuerdo a la información obtenida en las encuestas, las personas están interesadas en otra variedad sabores como complemento de la bebida y presentaciones, lo cual se puede aprovechar la aceptación de las mismas para ampliar la gama del portafolio de productos.
- Con toda la información anterior podemos asegurar que el estudio presente es rentable y el producto es aceptado en el mercado con el precio establecido, distinguiéndonos de la competencia al ser un producto 100% natural.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ayerza, R., Coates W. (2007). *Chía: Redescubriendo un olvidado alimento de los aztecas*. México: Editorial del Nuevo Extremo.

Ch. Juan. (2013, 18 de junio). *Patente Municipal (Guayaquil)*. [Mensaje 1]. Mensaje dirigido a <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/1545-patente-municipal-guayaquil>

Chía, energía segura (2013, 7 de abril). La Revista El Universo. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.larevista.ec/orientacion/salud/chia-energia-segura>

Coates, W. (2012). *Chia: The complete guide to the ultimate food*. Estados Unidos: Sterling Publishing

Freire W.B., Ramírez MJ., Belmont P., Mendieta MJ., Silva MK., Romero N., Sáenz K., Piñeros P., Gómez LF., Monge R. (2013). Resumen Ejecutivo. Tomo I. *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición del Ecuador*. ENSANUT-ECU 2011-2013. Ministerio de Salud Pública/Instituto Nacional de Estadística y Censos. Quito, Ecuador.

Foromarketing.com. *Diccionario Marketing*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.foromarketing.com/node/2183#sthash.PfDL9sba.dpuf>

Gobierno impulsa la actividad física y al desarrollo de hábitos alimenticios en niños y adolescentes (2014, 10 de abril). El Ciudadano.gob.ec. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.elciudadano.gob.ec/gobierno-impulsa-la-actividad-fisica-y-al-desarrollo-de-habitos-alimenticios-en-ninos-y-adolescentes/>

H. Congreso Nacional, La Comisión de Legislación y Codificación (2005-017). *Código del Trabajo*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

Kotler, P., Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Sexta Edición. Pearson Educación. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://books.google.com.ec/books?id=sLJXV_z8XC4C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (2010). *Agenda para la transformación productiva 2010-2013*. [Lectura en línea]. Recuperado de: [http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Agenda_Productiva\[1\].pdf](http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Agenda_Productiva[1].pdf)

Montúfar, A. (s.f.). *Las Chías sagradas del Templo Mayor de Tenochtitlan*. Arqueología Mexicana. México: Editorial Raíces. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.arqueomex.com/S2N3nChias84.html>

Plan Nacional de Desarrollo: *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo-SENPLADES, 2013. (pp. 135-157; 291-310) Quito, Ecuador.

Porter, M. E. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press, 1980.

Porter, M. E. (1998). *Ventaja Competitiva*. México: Cía. Editorial Continental SA de CV (CECSA)

PromPerú (2011). *Perfil de Mercado de Franquicias en el Ecuador*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/36471667rad81752.pdf>

Requisitos para obtener la Tasa de Habilitación. Municipalidad de Guayaquil. [Lectura en línea]. Recuperado el 27 de julio de 2014 de: <http://www.guayaquil.gov.ec/content/requisitos-para-obtener-la-tasa-de-habilitaci%C3%B3n>

Requisitos de registro de nombre y marca. Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. [Lectura en línea]. Recuperado el 24 de julio de 2014 de: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/>

Rockart, J., Bullen, C. (1981). *A Primer on critical success factors.* Center for Information Systems Research Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology). [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/1988/SWP-1220-08368993-CISR-069.pdf?sequence=1>

Sector de hamburguesas crece 10% cada año en Ecuador (2013, 7 de enero). América Economía. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/sector-de-hamburguesas-crece-10-cada-ano-en-ecuador>

Shetty, P. y Schimidhuber, J. (2006). *The epidemiology and determinants of obesity in developed and developing countries.* En International Journal of Nutrition Research (76, 4); (pp. 157-162). Italia: Hogrefe & Huber Publishers

Tosco, G. (s.f.). *Chía, la mayor fuente natural de omega 3.* Argentina: Unión Química Argentina (UQA). [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.solaztecasda.com.ar/uploads/Los%20Beneficios%20de%20la%20chia.pdf>

Watson, E. (2014, 29 de abril). *Mamma Chía CEO Janie Hoffmam on saying no, not drinking your own kool aid, and managing explosive growth.*

Food: Healthy beverage trends. [Lectura en línea]. Recuperado el 27 de julio de 2014 de: <http://www.foodnavigator-usa.com/People/Mamma-Chia-CEO-Janie-Hoffman-on-saying-no-not-drinking-your-own-kool-aid-and-managing-explosive-growth>

YRIBU (4 de abril, 2013). *Chía entre la fantasía y la realidad*. Argentina. [Blog Internet]. Recuperado el 22 de julio de 2014 de: <http://cultivosalter.blogspot.com/2013/04/chia-entre-la-fantasia-y-realidad.html>

GLOSARIO

- **Ácido cafeico:** Es un antioxidante que actúa como antiinflamatorio, potencializando el sistema inmune frente a virus y anticuerpos malignos, generadores de muchas complicaciones como el cáncer y el virus de inmunodeficiencia humana (VIH).
- **Ácido clorogénico:** Es una sustancia natural que pueden ayudar a controlar los niveles elevados de glucosa en sangre y el peso corporal, que aparecen en la diabetes tipo II.
- **Antioxidantes:** Son moléculas comprendidas principalmente por vitaminas y oligoelementos, que actúan eliminando el exceso de radicales libres, los cuales son asimilados a través de la comida o por exposiciones a sustancias del medio ambiente como humo del tabaco o radiación.
- **Calcio:** Es un mineral esencial para nuestros huesos.
- **Cobre:** Se encuentra en mayor proporción en el cerebro y el hígado y su papel es fundamental para crear el pigmento de la melanina en la piel, así como la formación de huesos y la hemoglobina en la sangre junto con el hierro.
- **Fibra:** Se puede definir como la parte de las plantas comestibles que resiste la digestión y absorción en el intestino delgado humano y que experimenta una fermentación parcial o total en el intestino grueso.
- **Fitonutrientes:** Nutrientes vegetales con numerosos beneficios para apoyar la salud y propiedades antioxidantes.
- **Folato (ácido fólico o vitamina B9):** Es un antioxidante que ayuda al organismo a crear células nuevas, es una vitamina muy importante para las mujeres en edad fértil.
- **Grasas:** Son compuestos orgánicos formados por carbono, oxígeno e hidrógeno y forman el grupo más grande de aporte energético en nuestra alimentación. Se clasifican en saturadas (aumentan el colesterol en mayor cantidad), monoinsaturadas (pueden disminuir el colesterol total y LDL) y poliinsaturadas (ácidos grasos esenciales).

- **Hierro:** Es un mineral necesario en el cuerpo para que se forme la sangre.
- **Grasas Trans:** Son un tipo de ácido graso insaturado que se encuentra principalmente en alimentos industrializados, también en pequeñas cantidades en la leche y la grasa corporal de los rumiantes. No sólo aumentan el nivel de colesterol malo o LDL, sino que también disminuyen el colesterol bueno o HDL.
- **Magnesio:** Es un mineral que ayuda a mantener el funcionamiento de músculos y nervios, regula los niveles de glucosa en la sangre y en la producción de energía y proteína.
- **Manganeso:** Activa diversas enzimas y otros minerales, actuando principalmente en el tracto respiratorio y el cerebro.
- **Minerales:** Son sustancias inorgánicas necesarios para la elaboración de tejidos, síntesis de hormonas y en la mayor parte de las reacciones químicas en las que intervienen los enzimas.
- **Niacina (vitamina B3):** Es un antioxidante que se usa principalmente para el colesterol alto.
- **Omega 3:** Es el ácido alfa-linolénico, es el único ácido graso esencial que el cuerpo no produce por sí solo, pero que son esenciales para que muchos sistemas corporales funcionen eficientemente. No sólo disminuyen el nivel de colesterol malo o LDL, sino que también aumentan ligeramente el colesterol bueno o HDL.
- **Omega 6:** Representado por el ácido linoleico y araquidónico. Presente fundamentalmente en aceites de semillas y cereales.
- **Proteínas:** Son moléculas encargadas de construir y reparar tejidos, así como para fabricar enzimas, hormonas y otras sustancias químicas del organismo.
- **Potasio:** Ayuda a los nervios y músculos a comunicarse, permite que los nutrientes en las células fluyan y ayuda a expulsar los desechos de las células.

- **Riboflavina (vitamina B2):** Es un antioxidante utilizado para la prevención del cáncer cervical y los dolores de cabeza de migraña, calambres musculares y enfermedades oculares en general.
- **Selenio:** Es un mineral obtenido del agua y los alimentos, esencial para el fortalecimiento del sistema inmune del cuerpo.
- **Sodio:** Se utiliza para controlar la presión arterial y el volumen sanguíneo.
- **Tiamina (vitamina B1):** Es un antioxidante usado por el cuerpo para descomponer los azúcares de los alimentos, ayudando a corregir problemas nerviosos y del corazón.
- **Vitaminas:** Son sustancias orgánicas indispensables para los procesos metabólicos del organismo y asiste a los procesos que lanzan energía del alimento digerido.
- **Vitamina A:** Es un antioxidante que ayuda al fortalecimiento de la visión, crecimiento de los huesos, aparato reproductivo y sistema inmune.
- **Vitamina C (ácido ascórbico):** Es un antioxidante importante para la piel, los huesos y el tejido conectivo. Promueve la curación y ayuda al cuerpo a absorber el hierro.
- **Vitamina E (alfa-tocoferol):** Es un antioxidante que se disuelve en las grasas, protegiendo las membranas celulares y tejidos por daño de oxidación, ayuda a la formación de glóbulos rojos y al funcionamiento del sistema circulatorio saludable.
- **Zinc:** Se encuentra en las células por todo el cuerpo, es necesario para que el sistema inmunitario trabaje apropiadamente, participa en la división y crecimiento de las células, al igual que en la cicatrización de heridas y en el metabolismo de los carbohidratos.

ANEXOS

ANEXO No. 1

SUBSECTORES PRIORIZADOS DE LA ECONOMÍA

	Turismo
	Alimentos frescos y procesados
	Energías renovables (bio-energía y alternativas)
	Productos farmacéuticos y químicos
	Biotecnología (bioquímica y biomedicina)
	Servicios ambientales
	Metalmecánica
	Tecnología: hardware y software
	Plásticos y caucho sintético
	Confecciones y calzado
	Vehículos, automotores, carrocerías y partes
	Transporte y logística
	Construcción
	Cadena agroforestal sustentable y sus productos elaborados

Fuente: Agenda para la transformación productiva 2010-2013.
Elaboración: Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad

ANEXO No. 2

PROCESOS PARA CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA EN ECUADOR

De acuerdo al nuevo reglamento para el proceso simplificado de constitución y registro de compañías por vía electrónica (Resolución No. SCV-DSC-G-14-008. RO-S 278) vigente desde el 30 de junio de 2014, se desarrolla de la siguiente manera:

1. El proceso inicia con el ingreso al portal web de la Superintendencia de Compañías y Valores www.supercias.gob.ec; debe registrar un usuario y contraseña, seleccionar la reserva de denominación aprobada para la compañía a constituir; se llena el formulario "Solicitud de Constitución de Compañía" en el sistema, adjuntando los documentos habilitantes desmaterializados y por último se selecciona la Notaría de su preferencia del listado de notarías activas. Para este trámite, el sistema consulta a la tabla de aranceles del Sistema Nacional de Registro Mercantil (SNRM) y del Consejo de la Judicatura y muestra los valores a pagar por servicios notariales y registrales.
2. Una vez iniciado el trámite, la Superintendencia de Compañías asigna un número de trámite. Se genera la proforma única en la que constará los valores por los servicios registrales. Esto es notificado mediante correo electrónico al usuario solicitante: la información de la Notaria seleccionada, los valores que debe pagar por servicios notariales y registrales, el número de trámite generado y la institución bancaria donde debe realizar el pago. Una vez que la institución bancaria realiza la consulta de los valores en línea, remite la información de los valores por cobrar al banco.
3. Realizado el pago, la Superintendencia de Compañías verifica que se haya realizado y notifica mediante correo electrónico al notario y con un llamado del servicio web al Registro Mercantil, comunicando que el pago fue realizado. El notario deberá ingresar al sistema y verificar que la información ingresada por el usuario solicitante, coincida con los documentos habilitantes adjuntos. Si existen observaciones, el

notario envía mediante el sistema una notificación al usuario para continuar o no con el trámite.

4. Si no existen observaciones, el notario asigna fecha y hora para firmar escritura y nombramientos de los administradores de la compañía vía electrónica; y remite la información al Registro Mercantil del domicilio social de la compañía, donde se genera el trámite, se verifica el pago correspondiente y se asigna automáticamente el número de repertorio y revisor legal.

El revisor verifica que los documentos cumplan con la normativa aplicable y confirma si la solicitud de inscripción aplica o no. De ser afirmativa, el registrador mercantil firma tanto física como electrónicamente las actas. Y remite la razón de inscripción al Sistema de Constitución Electrónica y Desmaterializada.

5. Si se inscribieron los documentos, la Superintendencia de Compañías notifica mediante correo electrónico al Municipio correspondiente y genera el número de expediente para la compañía y remite la información al Servicio de Rentas Internas.

El Servicio de Rentas Internas genera el número de RUC para la compañía y remite la información al Sistema de Constitución Electrónica y Desmaterializada.

6. Una vez obtenido el RUC, la Superintendencia de Compañías y Valores ingresa el trámite de constitución a la base de datos de Registro de Sociedades y notificando la finalización del mismo a todos los participantes: usuario solicitante, notario, registrador mercantil y Servicio de Rentas Internas.

ANEXO No. 3

PROCESO PARA REGISTRO DE NOMBRE Y MARCA

- 1.** Como primer paso se debe realizar la búsqueda fonética del nombre con el respectivo formulario, en este caso la búsqueda se realizara con el nombre que se va a colocar a la bebida el cual será **"VITACHIA"**.
- 2.** Se debe presentar el formulario llamado Formato único de registro de signos distintivos llenado únicamente a computadora con dos copias de respaldo, 5 tickets del nombre y logo del que se quiere registrar de 5x5 y una copia a color de la cedula de identidad y papeleta de votación del solicitante.
- 3.** Ya presentado todos estos documentos se deberá esperar alrededor de un mes para que el logo y nombre aparezca en la página del IEPI, posteriormente transcurrirán 30 días de espera con el motivo de que alguna persona se vea perjudicada con el nombre y logo que se quiere registrar.
- 4.** Si no existe ningún problema dentro de los pasos anteriores, la marca y logo empezará el proceso de ser inscrita en el IEPI.

ANEXO No. 4

PROCESO PARA OBTENER PERMISO CUERPO DE BOMBEROS

1. Después de emitida la orden de pago en una de las ventanillas de los centros de atención al usuario del Cuerpo de Bomberos, el interesado deberá cancelar dichos valores en cualquier agencia del Banco de Guayaquil, y posteriormente regresar a la ventanilla de información con el documento original y copia del comprobante de depósito, para que se proceda a la asignación de un inspector.
2. Una vez realizada la visita del funcionario, el interesado deberá regresar a una de las ventanillas de los centros de atención al usuario de la institución para la respectiva elaboración y emisión del certificado de funcionamiento: tasa por servicio contra incendios.
3. Si algún establecimiento ha recibido recomendaciones de prevención contra incendios, deberá cumplirlas en el plazo señalado en la notificación. Luego de que el inspector haya verificado el cumplimiento de las recomendaciones señaladas en la comunicación, el interesado deberá acercarse a una de las ventanillas de los centros de atención del usuario a retirar la tasa da por servicio contra incendios.

ANEXO No. 5

REQUISITOS PARA OBTENER REGISTRO PATENTE MUNICIPAL

1. Certificado provisional o definitivo emitido por Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, por cada establecimiento que la persona natural o jurídica posea dentro del Cantón Guayaquil.
2. Registro Único de Contribuyentes (RUC).
3. Solo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
4. Formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).

ANEXO No. 6

REQUISITOS PARA OBTENER LA TASA DE HABILITACIÓN Y CONTROL DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES E INDUSTRIALES

1. Certificado de uso de suelo;
2. Tasa de trámite de la tasa de habilitación y control de establecimientos (US2\$);
3. Formulario de tasa de habilitación y control de establecimientos;
4. Copia de patente municipal actualizado;
5. Copia de última actualización del RUC;
6. Copia del nombramiento, cédula y certificado de votación del representante legal
7. Tasa por servicio contra incendios actualizada;
8. Carta de concesión o contratos de arrendamientos extendidos de manera legal, y con copia de cédula notariada del arrendador;
9. Copia del pago del impuesto predial vigente (de enero a junio, se recibe el del año anterior; y, de julio a diciembre, se recibe el del año en curso);
10. Certificado de desechos sólidos.

ANEXO No. 7

REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO SANITARIO

1. Registro de la solicitud. Inicialmente el usuario deberá descargar de la página web del Ministerio de Salud Pública www.salud.gob.ec en el link ARCSA los formularios para solicitar el permiso de funcionamiento:
 - Formulario No. PF-ARCSA-2013-001: solicitud de permiso de funcionamiento (archivo en Word o ODT).
 - Formulario No. PF-ARCSA-2013-002: matriz para base de datos (archivo en Excel).
 - Formulario No. PF-ARCSA-2013-003: datos para la factura (archivo en Word o ODT).
2. Una vez llenos los tres formularios de solicitud, el usuario debe enviar un correo electrónico a la dirección: permisosdefuncionamiento@msp.gob.ec con el asunto “Número de registro único de contribuyentes RUC – nombre del establecimiento – Zona a la que pertenece”.
3. La revisión documental se realizará en un plazo de 72 horas desde la fecha de recepción de la respectiva documentación por parte de la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria.
4. Posteriormente, una vez aprobada la solicitud de permiso de funcionamiento y sus anexos se remitirá vía correo electrónico la orden de pago; y, una vez cancelado el valor el técnico correspondiente enviará el permiso de funcionamiento al Director Técnico de Buenas Prácticas y Permisos para la firma electrónica del documento y por último el Certificado de Permiso de Funcionamiento será enviado vía correo electrónico al usuario solicitante.

ANEXO No. 8

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



Elaboración: Autores

ANEXO No. 9

TECNOLOGÍA Y EQUIPOS



SILOS



DESPULPadora



LAVADORA/BOTELLA



LAVADORA DE FRUTAS



BANDA TRANSPORTADORA



TANQUE MEZCLADOR



PASTEURIZADOR



ENVASADORA Y TAPADORA

ANEXO No. 10

PLAN DE INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

RUBROS	PERIODO 0					PERIODO 1	TOTAL INVERSIÓN
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 1	
Terrenos	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00		20.000,00
Edificaciones	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00		24.000,00
Equipos y maquinarias	14.616,00	14.616,00	14.616,00	14.616,00	14.616,00		73.080,00
Muebles y equipos de oficina	570,96	570,96	570,96	570,96	570,96		2.854,80
Equipos de cómputo	974,40	974,40	974,40	974,40	974,40		4.872,00
Capital de trabajo						7.666,80	7.666,80
Gastos Financieros						5.022,88	5.022,88
Vehículos	5.970,00	5.970,00	5.970,00	5.970,00	5.970,00		29.850,00
Gastos de Constitución y permisos	389,55	389,55	389,55	389,55	389,55		1.947,75
Seguros de vehículo y maquinarias	422,15	422,15	422,15	422,15	422,15		2.110,75
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 31.743,06	\$ 12.689,68	\$ 171.404,98				

Elaboración: Autores

ANEXO No. 11

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN ACTIVOS

TECNOLOGÍA Y EQUIPOS			
DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
SILOS	\$ 320,00	1	\$ 320,00
PLANTA PURIFICADORA DE AGUA	\$ 17.000,00	1	\$ 17.000,00
LAVADORA DE FRUTAS	\$ 3.400,00	1	\$ 3.400,00
DESPULPADORA	\$ 2.490,00	1	\$ 2.490,00
FILTRO	\$ 580,00	1	\$ 580,00
TANQUE DE MEZCLA	\$ 1.200,00	1	\$ 1.200,00
PASTEURIZADOR	\$ 5.600,00	1	\$ 5.600,00
LAVADORA DE ENVASES	\$ 2.600,00	1	\$ 2.600,00
ENVASADORA Y TAPADORA	\$ 9.500,00	1	\$ 9.500,00
CAMARA FRIGORIFICA	\$ 5.100,00	1	\$ 5.100,00
ETIQUETADORA	\$ 3.150,00	1	\$ 3.150,00
BANDA TRANSPORTADORA	\$ 920,00	2	\$ 1.840,00
MESAS DE ACERO	\$ 520,00	2	\$ 1.040,00
PESA ELECTRONICA	\$ 380,00	2	\$ 760,00
EMPACADORA TERMOENCOGIBLE	\$ 18.500,00	1	\$ 18.500,00
VEHICULOS			
DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
CAMION HINO DUTRO 616 CON FURGON TERMICO 2013	\$ 29.850,00	1	\$ 29.850,00
MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
ESCRITORIO EJECUTIVO	\$ 190,00	1	\$ 190,00
ESCRITORIOS OPERATIVOS	\$ 90,00	5	\$ 450,00
SILLA GERENCIAL	\$ 120,00	1	\$ 120,00
SILLAS DE OFICINA	\$ 40,00	5	\$ 200,00
ARCHIVADORES	\$ 80,00	4	\$ 320,00
SILLON DE ESPERA	\$ 230,00	1	\$ 230,00
MESITA SALA DE ESPERA	\$ 120,00	1	\$ 120,00
COUNTER	\$ 280,00	1	\$ 280,00
JUEGO COMEDOR	\$ 200,00	1	\$ 200,00
EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTO			
DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
LAPTOP HP 14-R011LA CORE i5	\$ 756,00	6	\$ 4.536,00
IMPRESORA EPSON MULTIFUNCION	\$ 253,12	1	\$ 253,12
ROUTER DLINK DIR-826L WIRELESS	\$ 82,88	1	\$ 82,88
TELEFONO BASE MULTILINEA	\$ 120,00	1	\$ 120,00
TELEFONO BASE BASICO	\$ 60,29	4	\$ 241,16
SPLIT LG 36000 BTU	\$ 1.750,00	1	\$ 1.750,00
CAMARA SEGURIDAD DLINK DCS-5020L	\$ 148,96	5	\$ 744,80
HORNO MICROONDAS	\$ 120,00	1	\$ 120,00
REFRIGERADORA 4 PIES	\$ 250,00	1	\$ 250,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 113.137,96

ANEXO No. 12

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

ACTIVO FIJO	VALOR (U.S.\$)	1 (2015)	2 (2016)	3 (2017)	4 (2018)	5 (2019)	6 (2020)	7 (2021)	8 (2022)	9 (2023)	10 (2024)	11 (2025)	12 (2026)
Equipo y maquinaria	73.080,00	7.308,00	7.308,00	7.308,00	7.308,00	7.308,00	7.308,00	7.308,00	7.308,00	7.308,00	7.308,00		
Muebles y equipos de oficina	2.854,80	285,48	285,48	285,48	285,48	285,48	285,48	285,48	285,48	285,48	285,48		
Equipos de cómputo	4.872,00	1.624,00	1.624,00	1.624,00									
Vehículos	7.075,22	1.415,04	1.415,04	1.415,04	1.415,04	1.415,04							
Edificaciones	24.000,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
TOTAL	111.882,02	11.832,52	11.832,52	11.832,52	10.208,52	10.208,52	8.793,48	8.793,48	8.793,48	8.793,48	8.793,48	1.200,00	1.200,00

ACTIVO FIJO	13 (2027)	14 (2028)	15 (2029)	16 (2030)	17 (2031)	18 (2032)	19 (2033)	20 (2034)
Equipo y maquinaria								
Muebles y equipos de oficina								
Equipos de cómputo								
Vehículos								
Edificaciones	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
TOTAL	1.200,00							

Elaboración: Autores

ANEXO No. 13

AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO CFN

Prestamos	118.767,51
Tasa	10,15%
Periodo	60 meses
Pago	\$ 2.532,23

	Período	Saldo Inicial	Interés	Amort. capital	Pago	Saldo final
AÑO 0	0					118.767,51
	1	118.767,51	1.004,58			118.767,51
	2	118.767,51	1.004,58			118.767,51
	3	118.767,51	1.004,58			118.767,51
	4	118.767,51	1.004,58			118.767,51
AÑO 1	5	118.767,51	1.004,58	1.527,66	2.532,23	117.239,85
	6	117.239,85	991,65	1.540,58	2.532,23	115.699,27
	7	115.699,27	978,62	1.553,61	2.532,23	114.145,66
	8	114.145,66	965,48	1.566,75	2.532,23	112.578,91
	9	112.578,91	952,23	1.580,00	2.532,23	110.998,91
	10	110.998,91	938,87	1.593,37	2.532,23	109.405,54
	11	109.405,54	925,39	1.606,84	2.532,23	107.798,70
	12	107.798,70	911,80	1.620,44	2.532,23	106.178,26
	13	106.178,26	898,09	1.634,14	2.532,23	104.544,12
	14	104.544,12	884,27	1.647,96	2.532,23	102.896,15
	15	102.896,15	870,33	1.661,90	2.532,23	101.234,25
	16	101.234,25	856,27	1.675,96	2.532,23	99.558,29
AÑO 2	17	99.558,29	842,10	1.690,14	2.532,23	97.868,16
	18	97.868,16	827,80	1.704,43	2.532,23	96.163,72
	19	96.163,72	813,38	1.718,85	2.532,23	94.444,87
	20	94.444,87	798,85	1.733,39	2.532,23	92.711,49
	21	92.711,49	784,18	1.748,05	2.532,23	90.963,44
	22	90.963,44	769,40	1.762,83	2.532,23	89.200,60
	23	89.200,60	754,49	1.777,74	2.532,23	87.422,86
	24	87.422,86	739,45	1.792,78	2.532,23	85.630,08
	25	85.630,08	724,29	1.807,95	2.532,23	83.822,13
	26	83.822,13	709,00	1.823,24	2.532,23	81.998,89
	27	81.998,89	693,57	1.838,66	2.532,23	80.160,24
	28	80.160,24	678,02	1.854,21	2.532,23	78.306,02
AÑO 3	29	78.306,02	662,34	1.869,89	2.532,23	76.436,13
	30	76.436,13	646,52	1.885,71	2.532,23	74.550,42
	31	74.550,42	630,57	1.901,66	2.532,23	72.648,76
	32	72.648,76	614,49	1.917,75	2.532,23	70.731,01
	33	70.731,01	598,27	1.933,97	2.532,23	68.797,04
	34	68.797,04	581,91	1.950,33	2.532,23	66.846,72
	35	66.846,72	565,41	1.966,82	2.532,23	64.879,90

	36	64.879,90	548,78	1.983,46	2.532,23	62.896,44
	37	62.896,44	532,00	2.000,23	2.532,23	60.896,21
	38	60.896,21	515,08	2.017,15	2.532,23	58.879,05
	39	58.879,05	498,02	2.034,21	2.532,23	56.844,84
	40	56.844,84	480,81	2.051,42	2.532,23	54.793,42
AÑO 4	41	54.793,42	463,46	2.068,77	2.532,23	52.724,64
	42	52.724,64	445,96	2.086,27	2.532,23	50.638,37
	43	50.638,37	428,32	2.103,92	2.532,23	48.534,46
	44	48.534,46	410,52	2.121,71	2.532,23	46.412,74
	45	46.412,74	392,57	2.139,66	2.532,23	44.273,09
	46	44.273,09	374,48	2.157,76	2.532,23	42.115,33
	47	42.115,33	356,23	2.176,01	2.532,23	39.939,32
	48	39.939,32	337,82	2.194,41	2.532,23	37.744,91
	49	37.744,91	319,26	2.212,97	2.532,23	35.531,93
	50	35.531,93	300,54	2.231,69	2.532,23	33.300,24
	51	33.300,24	281,66	2.250,57	2.532,23	31.049,67
	52	31.049,67	262,63	2.269,60	2.532,23	28.780,07
	AÑO 5	53	28.780,07	243,43	2.288,80	2.532,23
54		26.491,26	224,07	2.308,16	2.532,23	24.183,10
55		24.183,10	204,55	2.327,68	2.532,23	21.855,42
56		21.855,42	184,86	2.347,37	2.532,23	19.508,05
57		19.508,05	165,01	2.367,23	2.532,23	17.140,82
58		17.140,82	144,98	2.387,25	2.532,23	14.753,57
59		14.753,57	124,79	2.407,44	2.532,23	12.346,12
60		12.346,12	104,43	2.427,81	2.532,23	9.918,32
61		9.918,32	83,89	2.448,34	2.532,23	7.469,98
62		7.469,98	63,18	2.469,05	2.532,23	5.000,93
63		5.000,93	42,30	2.489,93	2.532,23	2.510,99
64		2.510,99	21,24	2.510,99	2.532,23	(0,00)

Elaboración: Autores

ANEXO No. 14

AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVO FIJO	VALOR (U.S.\$)	1 Enero	2 Febrero	3 Marzo	4 Abril	5 Mayo	6 Junio	7 Julio	8 Agosto	9 Septiembre	10 Octubre	11 Noviembre	12 Diciembre
Gastos de Constitución	500,00	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67
Tasas y permisos	1.447,75	120,65	120,65	120,65	120,65	120,65	120,65	120,65	120,65	120,65	120,65	120,65	120,65
Seguros	2.110,75	175,90	175,90	175,90	175,90	175,90	175,90	175,90	175,90	175,90	175,90	175,90	175,90
TOTAL	4.058,50	338,21	338,21	338,21	338,21								

Elaboración: Autores

ANEXO No. 15

DETALLE DE COSTOS Y GASTOS ADMINISTRATIVOS, DE VENTAS Y FINANCIEROS

COSTO DE MATERIAS PRIMAS			
	Materia prima	Cantidad	Costo
1	DURAZNO	250 gr	\$ 0,00140
2	AGUA	0,25 lt	\$ 0,00020
3	AZÚCAR	14 gr	\$ 0,00053
4	SEMILLAS DE CHÍA	12,5 gr	\$ 0,04820
5	ÁCIDO CÍTRICO	6,25 gr	\$ 0,00510
Costo de producción unitario			\$ 0,99185
COSTO DE MATERIALES INDIRECTOS			
	Rubro	Costo	Precio (\$/unidad)
1	PLASTICO PVC TERMOENCOGIBLE	\$ 0,00584	\$ 0,00584
2	ETIQUETAS	\$ 0,08000	\$ 0,08000
3	ENVASES	\$ 0,09000	\$ 0,09000
Costo de producción unitario			\$ 0,17584
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN			
	Rubro	Costo	
1	Materia prima	\$ 0,99	
5	Materiales indirectos	\$ 0,18	
Costo de producción unitario			\$ 1,17
COSTOS INDIRECTO DE FABRICACION			
	Rubro	Costo mensual	
1	SUMINISTROS, SERVICIOS Y MANTENIMIENTO	\$ 1.440,00	
Costo de producción unitario			\$ 1.440,00

Elaboración: Autores

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO								
No.	Cargo	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac. Y Fdos Reserva	Aporte Patronal	Mensual inc. beneficios	Anual
1	Gerente General	900,00	75,00	28,33	112,47	109,35	1.225,15	14.701,84
2	Asistente Ejecutiva	450,00	37,50	28,33	56,24	54,68	626,74	7.520,92
3	Guardia	380,00	31,67	28,33	47,49	46,17	533,66	6.403,89
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS							2.385,55	28.626,65

GASTO FUERZA DE VENTAS								
No.	Cargo	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacaciones	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
1	Jefe de Ventas y Marketing	650,00	54,17	28,33	81,23	78,98	892,70	10.712,44
2	Vendedor 1	390,00	32,50	28,33	48,74	47,39	546,96	6.563,46
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS (en dólares)							1.439,66	17.275,90

GASTOS PERSONAL OPERATIVO								
No.	Cargo	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacaciones	Aporte Patronal	Mensual inc. beneficios	Anual
1	Obrero 1	340,00	28,33	28,33	42,49	41,31	480,47	5.765,58
2	Obrero 2	340,00	28,33	28,33	42,49	41,31	480,47	5.765,58
3	Obrero 3	340,00	28,33	28,33	42,49	41,31	480,47	5.765,58
4	Jefe de Producción	650,00	54,17	28,33	81,23	78,98	892,70	10.712,44
5	Jefe de Bodega	650,00	54,17	28,33	81,23	78,98	892,70	10.712,44
6	Chofer	490,00	40,83	28,33	61,23	59,54	679,94	8.159,22
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS							3.226,80	38.721,63

Elaboración: Autores

ANEXO No. 16

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Precio	\$	150	\$	150	\$	150	\$	155	\$	155		
Costo de producción	\$	1,7	\$	1,9	\$	1,21	\$	1,24	\$	1,26		
Unidades de Producción		864.000,00		898.560,00		916.531,20		907.365,89		916.439,55		
Inflación		0%		1,96%		1,96%		1,96%		1,96%		
	Periodo 0	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019						
INGRESOS												
VENTAS VITACHIA	-	1.296.000,00	1.347.840,00	1.374.796,80	1.401.880,30	1.415.899,10						
COSTOS							1.064.881,47	1.086.991,31	1.109.599,42	1.132.718,95	1.156.363,49	
MATERIA PRIMA DIRECTA		856.954,08	873.736,67	890.847,93	908.294,29	926.082,33						
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.		151.925,76	154.901,07	157.934,66	161.027,65	164.181,21						
SUMINISTROS Y SERVICIOS		17.280,00	17.618,41	17.963,45	18.315,25	18.673,93						
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA		38.721,63	40.735,16	42.853,39	45.081,76	47.426,01						
MARGEN DE CONTRIBUCION	-	231.118,53	260.848,69	265.197,38	269.161,35	259.535,61						
GASTOS							7.018,30	154.207,10	151.853,32	153.471,27	153.360,54	154.748,96
ADMINISTRATIVOS												
PERSONAL ADMINISTRATIVO		28.626,65	29.187,27	29.758,88	30.341,67	30.935,88						
SUMINISTROS Y SERVICIOS		5.220,00	5.322,23	5.426,46	5.532,73	5.641,08						
DEPRECIACIÓN		11.950,84	11.950,84	11.950,84	10.326,84	10.326,84						
AMORTIZACIÓN		4.058,50										
VENTAS												
FUERZA DE VENTAS	-	17.275,90	18.174,25	19.119,31	20.113,52	21.159,42						
COMISIÓN EN VENTAS	-	-	-	-	-	-						
PUBLICIDAD Y MARKETING	3.000,00	34.296,00	35.667,84	37.094,55	38.578,34	40.121,47						
PRODUCCIÓN												
PERSONAL OPERATIVO		38.721,63	39.479,96	40.253,13	41.041,45	41.845,20						
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS		2.880,00	2.936,40	2.993,91	3.052,54	3.112,32						
GASTOS FINANCIEROS	4.018,30	11.177,58	9.134,53	6.874,19	4.373,45	1.606,73						
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC	(7.018,30)	76.911,43	108.995,37	111.726,11	115.800,81	104.786,65						
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	11.536,71	16.349,31	16.758,92	17.370,12	15.718,00						
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	(7.018,30)	65.374,71	92.646,06	94.967,19	98.430,69	89.068,66						
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	-	14.382,44	20.382,13	20.892,78	21.654,75	19.595,10						
UTILIDAD NETA	(7.018,30)	50.992,28	72.263,93	74.074,41	76.775,94	69.473,55						
(+) DEPRECIACION		11.950,84	11.950,84	11.950,84	10.326,84	10.326,84						
(+) VALOR RESIDUAL						55.967,40						
(-) INVERSIONES PROPIA	\$ 52.637,47	-										
(-) AMORTIZACION DE CAPITAL		19.209,22	21.252,27	23.512,61	26.013,35	28.780,07						
Flujo de caja	(59.655,77)	43.733,89	62.962,50	62.512,64	61.089,43	106.987,73						
Payback	(59.655,77)	(15.921,87)	47.040,63	109.553,27	170.642,70	277.630,42						

Elaboración: Autores

ANEXO No. 17

BALANCES PROYECTADOS

BALANCE PROYECTADO 2017			
ACTIVOS			PASIVOS
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>		\$ 250.593,70	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>
INVENTARIO	81.384,66		\$ 49.602,53
BANCOS	169.209,04		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>
			\$ 54.793,42
<u>ACTIVO FIJO</u>		\$ 94.804,28	TOTAL PASIVOS
Equipo y maquinaria	73.080,00		\$ 104.395,95
Equipos y mueble de oficina	2.854,80		
Equipo de transporte	4.872,00		
Obras civiles (edificaciones)	29.850,00		PATRIMONIO
(-) Depreciación acumulada *	(35.852,52)		\$ 242.949,78
Terreno	20.000,00		Capital
			\$ 52.637,47
			Resultado Ejercicio Actual
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>		\$ 1.947,75	\$ 74.074,41
Seguros	1.947,75		Resultado Ejercicio Anterior
			\$ 116.237,90
TOTAL ACTIVOS		\$ 347.345,73	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO
			\$ 347.345,74

BALANCE PROYECTADO 2018			
ACTIVOS			PASIVOS
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>		\$ 313.056,30	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>
INVENTARIO	82.757,84		\$ 50.975,71
BANCOS	230.298,46		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>
			\$ 28.780,07
<u>ACTIVO FIJO</u>		\$ 84.477,44	TOTAL PASIVOS
Equipo y maquinaria	73.080,00		\$ 79.755,78
Equipos y mueble de oficina	2.854,80		PATRIMONIO
Equipo de transporte	4.872,00		\$ 319.725,72
Obras civiles (edificaciones)	29.850,00		Capital
(-) Depreciación acumulada *	(46.179,36)		\$ 52.637,47
Terreno	20.000,00		Resultado Ejercicio Actual
			\$ 76.775,94
			Resultado Ejercicio Anterior
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>		\$ 1.947,75	\$ 190.312,31
Seguros	1.947,75		
TOTAL ACTIVOS		\$ 399.481,49	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO
			\$ 399.481,49

BALANCE PROYECTADO 2019			
ACTIVOS			PASIVOS
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>		\$ 333.224,24	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>
INVENTARIO	51.905,45		\$ 20.123,33
BANCOS	281.318,79		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>
			\$ 0,00
<u>ACTIVO FIJO</u>		\$ 74.150,60	TOTAL PASIVOS
Equipo y maquinaria	73.080,00		\$ 20.123,33
Equipos y mueble de oficina	2.854,80		PATRIMONIO
Equipo de transporte	4.872,00		\$ 389.199,27
Obras civiles (edificaciones)	29.850,00		Capital
(-) Depreciación acumulada *	(56.506,20)		\$ 52.637,47
Terreno	20.000,00		Resultado Ejercicio Actual
			\$ 69.473,55
			Resultado Ejercicio Anterior
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>		\$ 1.947,75	\$ 267.088,25
Seguros	1.947,75		
TOTAL ACTIVOS		\$ 409.322,60	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO
			\$ 409.322,60

Elaboración: Autores

ANEXO No. 18

DISEÑO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Carrera de Gestión Empresarial Internacional

Estudio de campo correspondiente al trabajo de titulación: "Estudio de factibilidad de la elaboración y comercialización de una bebida nutricional a base de semillas de chía en la ciudad de Guayaquil".

Favor responder las siguientes preguntas marcando sólo el casillero que se ajuste más a la realidad, en caso de escoger la opción otros, detallar a qué se refiere. Sus respuestas serán utilizadas para un estudio académico universitario.

Edad: _____

Género: M F

1. ¿Quién realiza las compras en su casa?

Madre o padre Hijos mayores Empleada Otros

Otros (especifique): _____

2. ¿Cuántas personas habitan en su hogar?

1 2 3 4 5 o más

3. ¿Cuántos días a la semana labora usted?

4 5 6 7

4. ¿Cuántas horas al día labora usted?

6 7 8 9 10 o más

5. ¿Cuántas horas destina usted para su alimentación diaria (desayuno, almuerzo y cena)?

30 min 60 min 90 min 120 min 150 min 180 min o más

6. ¿Considera usted que la dieta que actualmente mantiene satisface sus requerimientos nutricionales?

SI NO

7. ¿Padece usted frecuentemente de las siguientes complicaciones de salud? (Marque con una X una o más opciones)

Sobrepeso	<input type="checkbox"/>	Anemia	<input type="checkbox"/>	Dolores de Cabeza	<input type="checkbox"/>
Diabetes	<input type="checkbox"/>	Estreñimiento	<input type="checkbox"/>	Complicaciones Intestinales	<input type="checkbox"/>
Osteoporosis	<input type="checkbox"/>	Estrés/cansancio crónico	<input type="checkbox"/>	Problemas cardiovasculares	<input type="checkbox"/>

8. ¿Está usted informado que existe una relación directa entre una adecuada alimentación y su salud?

SI NO

9. ¿Está usted interesado en mejorar su nutrición diaria?

SI NO

10. En caso de existir una bebida nutricional "VITACHÍA" que contribuya a suplir sus falencias alimenticias, ¿estaría interesado en consumirla?

SI NO

11. De ser afirmativa su respuesta, ¿cuál sería la presentación más conveniente para usted?

230 ml - 250 ml 473 ml - 500 ml 1000 ml
(aprox. 1/4 litro) (aprox. 1/2 litro) (1 litro)

12. ¿Cuál sería el rango de precios que usted estaría dispuesto a pagar por este producto?

\$1,00 a \$1,50 \$1,51 a \$2,00 \$2,01 a \$2,50 Más de \$2,51

13. ¿Qué aspecto considera usted más importante en este producto?

Precio Marca Presentación Sabor Propiedades nutricionales

14. ¿Qué tipo de sabor preferiría para complementar la bebida de semillas de chía?

Durazno (néctar) Limón Mango Manzana Uva

15. ¿Con qué frecuencia lo consumiría usted?

Varias veces al día Una vez al día

Varias veces a la semana Una vez por semana

16. ¿Dónde realiza usted la compra de este tipo de productos generalmente?

Supermaxi Mi Comisariato Gran Aki Tía

Minimarkets Tiendas Otros

Otros (especifique): _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO No. 19

ENTREVISTA A NUTRICIONISTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Carrera de Gestión Empresarial Internacional

Estudio de campo correspondiente al trabajo de titulación: "Estudio de factibilidad de la elaboración y comercialización de una bebida nutricional a base de semillas de chia en la ciudad de Guayaquil".

Favor responder las siguientes preguntas de manera que se ajusten lo más posible a la realidad, sus respuestas serán utilizadas para un estudio académico universitario.

Nombre: Alegria Valdez

Edad: 25

Estado civil: Soltera

Profesión: Licenciada en Nutrición Humana

- 1. ¿Podría comentarnos acerca de su experiencia laboral y/o especialidad en el área nutricional?** Soy licenciada en Nutrición humana con especialidad en Nutrición deportiva de la Sociedad Internacional de Nutrición Deportiva, sociedad de la cual también soy miembro. Cuento con un certificado internacional de antropometría y composición corporal (ISAK) y soy entrenadora personal certificada en Spinning, Polefitness, TRX, Pilates reformer y Samurai Fit. Trabajo por consulta privada y como nutricionista en el Centro Esthetique Medicus y tengo un gimnasio donde dicto clases de entrenamiento funcional.
- 2. ¿Cuál es su opinión acerca del estilo de vida moderno en cuanto al consumo de alimentos industrializados?** El estilo de vida moderno se caracteriza por una falta de tiempo que obliga a las personas acudir alimentos procesados poco nutritivos los cuales generan inflamación, desequilibrio hormonal y acumulación de grasa. A esto se le suma el factor estrés que agrava aun más el metabolismo, los niveles de colesterol, la presión, la glicemia entre otros.
- 3. Según su experiencia, ¿qué factores inciden en el consumo de este tipo de alimentos?** La falta de tiempo y comodidad, el precio, la facilidad de cocción y el sabor dulce o salado que genera adicción.

4. **¿Quiénes consumen más este tipo de productos?** No hay un grupo de personas que consuma más o menos estos productos, varía mucho del empleo de cada individuo, su capacidad económica, su cultura; sin embargo, aquellos que realizan ejercicio tienen mayor conciencia de llevar una buena alimentación.
5. **¿Qué consecuencias considera usted surgen de comer "comida chatarra" todos los días?** Inflamación interna del organismo con alteración de los niveles de colesterol y metabolismo de la glucosa y la insulina, pudiendo causar diabetes, obesidad, HTA, resistencia a la insulina y distintos tipos de cáncer.
6. **¿Qué recomienda usted para mejorar la ineficiente alimentación que se lleva en el estilo de vida hoy en día?** Planificar la alimentación según las necesidades de cada uno para en base a ello comprar alimentos adecuados y preparar comidas sanas con anticipación. Evitar en el supermercado pasar cerca de los alimentos ricos en azúcares, grasas y preecongelados así como optar por alimentos sanos como semillas de chía, frutas, vegetales, proteínas magras, granos ricos en proteína vegetal, aceite de oliva etc.
7. **Según su conocimiento, ¿por qué se debería incluir semillas de chía en la dieta diaria?** Las semillas de chía aportan con omega 3 de tipo vegetal, que si bien no tiene el mismo impacto que el omega 3 de los pescados y algas, este genera desinflamación de la capa interna de las arterias protegiendo contra la formación de la placa de ateroma y posibles problemas cardiovasculares. Además aporta con fibra lo que ayuda a mantener los niveles de glicemia estabilizados por lo que evita la ansiedad y atracones de comida rica en azúcares y grasas, al mismo tiempo que disminuye los niveles de colesterol y regula la digestión.
8. **¿Cuántos gramos de semillas de chía es recomendable consumir diariamente?** 15-20g /d
9. **¿A quiénes se recomienda consumir semillas de chía; presenta contraindicaciones?** Se recomienda el consumo de chía a todos los grupos poblacionales a partir de los 2 años. No se recomienda para niños menores de esta edad ya que podrían desarrollar alergias. Tampoco se recomienda para personas que toman anticoagulantes puesto que anulan la eficacia del medicamento. Por otro lado, se debe tener cuidado con pacientes que tienen



Hipertensión Arterial y/o Diabetes que tomen medicamentos, ya que la chia baja la presión y regula la glicemia, por lo que este efecto junto con el medicamento pueden generar un bajo de presión o hipoglucemia.

10. En caso de existir una bebida natural a base de semillas de chia, ¿recomendaría su consumo? Si la recomendaría, siempre y cuando no sea rica en azúcares agregados, fructosa o edulcorantes, a excepción de la stevia.

11. ¿Considera usted que este mercado tiene oportunidades de crecimiento? Si, mucho.

12. ¿Qué otros productos consideraría como sustitutos de la semilla de chia? Otro alimentos ricos en omegas son el sacha inchi, la linaza, las olivas, sin embargo, considero que cada alimento tiene sus propiedades y ningún alimento puede reemplazar a otro en su totalidad, deben ser complementos.

13. ¿Qué opinión le merece el emprendimiento de nuestro proyecto, y que sugerencias nos podría aportar? Realizar un producto que integre la chia pero que evite azúcares y aditivos.

ANEXO No. 20

ENTREVISTA A CONSUMIDOR FINAL



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Carrera de Gestión Empresarial Internacional

Estudio de campo correspondiente al trabajo de titulación: "Estudio de factibilidad de la elaboración y comercialización de una bebida nutricional a base de semillas de chía en la ciudad de Guayaquil".

Favor responder las siguientes preguntas de manera que se ajusten lo más posible a la realidad, sus respuestas serán utilizadas para un estudio académico universitario.

Nombre: Romina Mantillo Edad: 27 años

1. ¿Es usted soltero o casado; tiene hijos?

Soltera, 1 hija

2. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

\$500

3. ¿Podría describir usted su día laboral típico?

Llego a la oficina a las 8:00, hago tiempo para desayunar hasta que van llegando los demás trabajadores. Después a trabajar, a las 12:00 salgo a almorzar y regreso a seguir trabajando, y finalmente a las 18:30 salgo a mi casa.

4. ¿Usted desayuna y almuerza en casa?

No, desayuno en la oficina y almuerzo en un restaurante cercano.

5. ¿Sus actividades diarias le permiten preocuparse por alcanzar una adecuada nutrición tanto para usted como para su familia?

No, por que el tiempo no me lo permite.

6. ¿Qué opinión le merecen los suplementos nutricionales disponibles en el mercado?

El único que he probado en mi hija es Pedrasano, y puedo decir que es muy bueno ya que mantuvo a mi hijo con mucha energía por un largo tiempo que no podía comer.

7. ¿Conoce usted acerca de las propiedades nutricionales de la semilla de chía?

Sólo he escuchado que ayuda a la digestión

8. ¿De resultar negativa a la pregunta anterior, desearía informarse al respecto?

Si, por supuesto!

9. De existir un suplemento nutricional que contribuya consistentemente a suplir las falencias nutricionales de la dieta diaria, ¿estaría usted dispuesto a consumirla junto a su familia?

Si, hoy en día sólo hay comida chatarra, uno tiene que preparar los cosas en casa para que sean nutritivas.

10. En caso de que este suplemento nutricional sea una bebida, ¿qué presentación preferiría usted?

una botelita de medio litro tal vez, o las que son como los jugos Deli

11. ¿Cuál sería el rango de precios que usted consideraría aceptable?

\$ 1,00 si es una botella como las de agua

12. ¿Quién generalmente realiza las compras de víveres en su casa?

yo

13. ¿Dónde y con qué frecuencia se realizan generalmente sus compras de víveres?

hipermarket

14. En el caso de que desee adquirir nuestro producto, ¿cuál sería el canal de comercialización más conveniente para usted?

En un mercado de víveres, hipermarket, farmacia.