

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE
ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGUE**

TEMA:

**“Factibilidad económica y comercial de la producción
industrial de un postre orgánico tradicional a base de maíz
en la ciudad de Guayaquil”**

AUTORA:

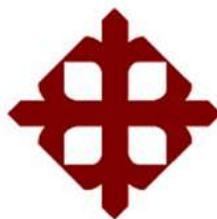
Vera Álvarez, Leyna Gabriela

**Trabajo de Graduación previo a la Obtención del Título de:
INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TUTOR:

Ing. Alcívar Avilés, María Josefina

Guayaquil, Ecuador
2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGUE

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Leyna Gabriela Vera Álvarez, como requerimiento parcial para la obtención del Título de INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE.

TUTORA

Ing. María Josefina Alcívar Avilés

REVISOR (ES)

Econ. David Coello Cazar

Econ. Felipe Álvarez Ordoñez

DIRECTOR DE LA CARRERA

Econ. Teresa Alcívar Avilés

Guayaquil, a los 4 días del mes de Octubre del año 2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Leyna Gabriela Vera Álvarez**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “Factibilidad económica y comercial de la producción industrial de un postre orgánico tradicional a base de maíz en la ciudad de Guayaquil” previa a la obtención del Título de **INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**, 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, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 4 días del mes de Octubre del año 2013

Leyna Gabriela Vera Álvarez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGUE

AUTORIZACIÓN

Yo, **Leyna Gabriela Vera Álvarez**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “Factibilidad económica y comercial de la producción industrial de un postre orgánico tradicional a base de maíz en la ciudad de Guayaquil”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 4 días del mes de Octubre del año 2013

Leyna Gabriela Vera Álvarez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a las personas que compartieron su conocimiento desde el colegio hasta la universidad. Los catedráticos que gracias a ellos obtuve una enseñanza no política sino siempre guiada a la actitud de la búsqueda del conocimiento.

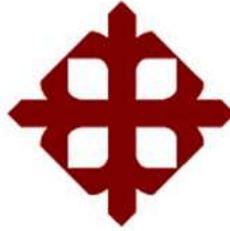
A Dios y a mi familia, por incentivar cada día la perseverancia a las metas profesionales. A mi madre por su constante apoyo emocional y su dedicación, tiempo, y paciencia durante estos 17 años de escolaridad. A mi padre por siempre darme la mejor educación y a mi hermano por incentivar mi graduación universitaria.

Y a las buenas personas cercanas a mí, que de alguna otra forma siempre alentaron la perseverancia a continuar y finalizar con éxito las metas.

Leyna Gabriela Vera Álvarez

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

**Ing. María Josefina Alcívar
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGUE

CALIFICACIÓN

Ing. María Josefina Alcívar
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	1
CAPÍTULO I	3
1.- INTRODUCCIÓN.....	3
1.2.- JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	5
1.3.- DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.4.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO Y LEGAL	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1.- COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.....	7
2.2.- APROBACIÓN Y TIEMPO DE CREACIÓN DE UNA COMPAÑÍA EN EL ECUADOR .	7
2.3. - ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL BUROCRACIA.....	8
2.3.1.- VENTAJAS DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	8
2.5.- MARCO LEGAL	9
2.6.- CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA	9
2.7.- TIPO DE COMPAÑÍA.....	9
2.8. - REQUISITOS DEL CAPITAL MÍNIMO.....	10
2.9.- REQUISITO DE CONSTITUCIÓN.....	10
2.10. - CARACTERÍSTICAS DE LOS SOCIOS EN LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LTDA.....	11
2.11. - ANÁLISIS DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.....	12
2.12. – ANÁLISIS DEL BENEFICIO DE LOS SOCIOS	12
2.13. - PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA	13
2.14.- OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.....	13
2.14.1.- DEBERES FORMALES	13
2.15. - EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES – RUC SOCIEDADES.....	14
2.16. - COMPROBANTES DE VENTA	14
2.17.- FACTURACIÓN.....	15
2.18. - COMPROBANTES DE VENTA	15
2.19.- PRESENTACIÓN DE DECLARACIONES	16
2.20. - MULTAS E INTERESES	16
CAPÍTULO III	
LA EMPRESA	17
3. - DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA.....	17
3.1.- FORMACIÓN ADMINISTRATIVA.....	17
3.2. - MISIÓN.....	18
3.3. - VISIÓN DEL NEGOCIO	18
3.4. - OBJETIVOS / METAS EMPRESARIALES.....	18
3.4.1 - OBJETIVOS GENERAL.....	18
3.4.2. - OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
3.5. - ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA	19
3.6. - ORGANIGRAMA.....	19
3.7. - ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA Y SU FUTURO EN LA EMPRESA.....	20
3.8.- FUNCIONES LABORALES DE LOS TRABAJADORES	21

CAPÍTULO IV

EL PRODUCTO Y ESTUDIO TÉCNICO	24
4.- NOMBRE DEL PRODUCTO	24
4.1.- CARACTERÍSTICA DEL PRODUCTO	24
4.1.1.- COMPOSICIÓN	24
4.1.2.- TEMPERATURA DEL POSTRE	24
4.1.3.- CONSERVANTE	24
4.1.4.- SABOR, AROMA Y TEXTURA DEL POSTRE	25
4.1.5.- DISEÑO DEL ENVASE	25
4.1.6.- TIEMPO DE CONSUMO Y CONSERVACIÓN	25
4.2.- DISEÑO E IMAGEN DEL ENVASE	26
4.3.- BENEFICIOS DEL MAÍZ Y TABLA NUTRICIONAL	26
4.4.- EMPAQUE DE DISTRIBUCIÓN	28
4.5.- MARKETING MIX	28
4.5.1.- PRODUCTO	28
4.5.2.- PRECIO	29
4.5.3.- PLAZA – CANAL DE DISTRIBUCIÓN	29
4.5.4.- PROMOCIÓN	30
4.5.5.- PERSONAS	30
4.5.6.- PROCESO	31
4.6.- ALIMENTO ORGÁNICO	31
4.7.- MATERIAS PRIMAS Y SU OBTENCIÓN	32
4.8.- ESTUDIO TÉCNICO	32
4.9.- UBICACIÓN DE LA COMPAÑÍA	33
4.10.- ANÁLISIS DE LA LOCALIZACIÓN DE LA COMPAÑÍA	33
4.11.- PROCESO PRODUCTIVO	34
4.12.- TIPO DE PRODUCCIÓN Y CARACTERÍSTICAS	34
4.13.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO	35
4.14.- ÁREA MANEJO DE MATERIA PRIMA	36
4.14.1.- DESEMBARQUE DE LOS QUINTALES	36
4.14.2.- BODEGA TEMPORAL	37
4.14.3.- LIMPIEZA Y CLASIFICACIÓN	38
4.14.4.- ALMACENAMIENTO FINAL	38
4.15.- ÁREA DE COCCIÓN/ PROCESO DE COCCIÓN	39
4.15.1.- PROCESO DE ELABORACIÓN	39
4.16.- ÁREA DE ENVASADO Y ETIQUETADO DEL PRODUCTO	40
4.17.- ÁREA DE DISTRIBUCIÓN	40
4.17.1.- EMBALAJE	40
4.17.2.- ENTREGA O DESPACHO	41
4.18.- ANÁLISIS PRODUCCIÓN ORIENTADA AL PRODUCTO	41
4.19.- REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA PARA EL PROCESO PRODUCTIVO	42
4.20.- EJECUCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO - TIEMPO	44
4.21.- CONSERVACIÓN DEL GRANO DE MAÍZ	44

CAPÍTULO V

ESTUDIO DE MERCADO	46
5.- OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO	46
5.1.- POBLACIÓN DEL CANTÓN GUAYAQUIL	46
5.2.- CLIMA	47

5.3.- ESTRATOS SOCIOECONÓMICOS.....	48
5.3.1.- ANÁLISIS DEL ESTRATO SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN DE GUAYAQUIL.....	48
5.4.- DESCRIPCIÓN DEL MERCADO PRODUCTOR DE MATERIA PRIMA.....	49
5.5.- SITUACIÓN DEL MERCADO DE MAÍZ DURO SECO Y MAÍZ SUAVE SECO EN LA REGIÓN COSTA.....	50
5.6.- SITUACIÓN DEL MERCADO PRODUCTOR DE NARANJILLA	54
5.7.- ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO - PESTN	55
5.7.1.-FACTORES POLÍTICOS – LEGALES.....	55
5.7.2.- FACTORES ECONÓMICOS.....	56
5.7.3.- FACTORES SOCIALES – CULTURALES	57
5.7.4.- FACTORES TECNOLÓGICOS.....	58
5.7.5.- FACTORES NATURALES	58
5.8.- CENTROS COMERCIALES DE GUAYAQUIL.....	62
5.8.1.- DISTRIBUIDORES (SUPERMERCADOS Y TIENDAS)	63
5.9.- CONCIENCIA AMBIENTAL DEL CONSUMO DE PRODUCTOS	63
5.10.- DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN POR PROVINCIA - GUAYAS.....	65
5.10.1- POBLACIÓN URBANA EN CONDICIONES DE POBREZA.....	65
5.11.- DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN POR REGIÓN - COSTA.....	66
5.11.1.- POBLACIÓN URBANA ECONÓMICAMENTE ACTIVA EN CONDICIONES DE POBREZA	66
5.12.- CENTROS DE ACOPIO.....	66
5.13.- COMERCIO INTERNO Y EXTERNO A NIVEL NACIONAL	68
5.13.1.- DEMANDA DEL YOGURT EN EL MERCADO NACIONAL/ IMPORTACIONES	69
5.13.2.- OFERTA DEL YOGURT EN EL MERCADO INTERNACIONAL/ EXPORTACIONES	69
5.14.- COMPORTAMIENTO ECONÓMICO DE GUAYAQUIL	70
5.14.2.- PERFIL ECONÓMICO DEL CANTÓN.....	71
5.14.3.- PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS.....	71
5.14.4.- INGRESO POR SECTOR ECONÓMICO	71
5.15.- LOS COMPETIDORES Y MAIZLI MIX	72
5.16.- TIPOS DE PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA	73
5.17.- MARCAS LOCALIZADAS	73
5.18.- ENVASES DE LOS PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	74
5.19.- ALIMENTOS TRADICIONALES Y SU RELACIÓN CON MAIZLI MIX.....	75
5.20.- METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	75
5.20.1.- MERCADO META.....	76
5.20.2.- SEGMENTO	76
5.20.3.- NICHOS	76
5.20.4.- RECOPIACIÓN DESCRIPTIVA CONCLUYENTE.....	77
5.20.5.- TIPO DE MUESTREO.....	78
5.20.6.- TIPO DE ENCUESTA Y LUGAR	79
5.20.7.- ANÁLISIS DEL SECTOR NORTE Y CENTRO	80
5.21.- DEMANDA POTENCIAL	85
5.22.- CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO	86

CAPÍTULO VI

ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES Y DE MARKETING	90
6.- OBJETIVO DEL CAPÍTULO	90
6.1.- CULTURA ORGANIZACIONAL	90
6.2.- F.O.D.A - ANÁLISIS DE LOS RECURSOS PROPIOS	91
6.3.- ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES	93
6.4.- ESTRATEGIA PROGRAMA MOTIVACIONAL	93
6.4.1.- ESTRATEGIA DE MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA	93
6.4.2.- ESTRATEGIA DE MOTIVACIÓN INTRÍNSECA	94
6.4.3.- ESTRATEGIA DE PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO A EMPLEADOS ..	95
6.5.- ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO	95
6.6.- ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO DE DIVERSIFICACIÓN RELACIONADA	96
6.7.- MODELO 5 FUERZAS DE PORTER	96
6.8.- ESTRATEGIA DE VENTA	97

CAPÍTULO VII

ESTUDIO FINANCIERO	99
7.- PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL	99
7.0.1.- GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	99
7.0.2.- CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL	101
7.3.- COSTO DE PRODUCCIÓN POR CAPACIDAD DE MARMITA O COCCIÓN	103
7.4.- PRESUPUESTO DE EGRESOS MENSUALES	105
7.5.-GASTOS	105
7.6.- DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIÓN	109
7.7.- INGRESOS	109
7.8.- PRONOSTICO DE OFERTA MENSUAL	110
7.9.- FINANCIAMIENTO	110
7.10.- ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	113
7.11.- CAPITAL DE TRABAJO	113
7.12.- ESTADO DE RESULTADO MENSUAL (1ER AÑO)	115
7.13.- ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO ANUAL (5 AÑOS)	116
7.14.- VALOR PRESENTE NETO, TASA INTERNO RETORNO-TIR – TR	117
7.14.1.- TASA MÍNIMA DE RENDIMIENTO ACEPTABLE (TMAR)	117
7.14.2.- FLUJO DE CAJA	118
7.14.3.- VAN Y TIR	119
7.15.- TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	120
7.16.- PUNTO DE EQUILIBRIO	120
7.17.- BALANCE GENERAL PROYECTADO (5 AÑOS)	122
7.18.- RAZONES FINANCIERAS	123
7.19.- ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	124

CONCLUSIONES	126
---------------------------	-----

RECOMEDACIONES	130
-----------------------------	-----

REFERENCIAS

ANEXOS

TABLA DE CUADROS

Cuadro N° 1.- Organigrama de la Empresa	19
Cuadro N° 2.- Diseño del Envase	26
Cuadro N° 3.- Diseño del Empaque de Distribución	28
Cuadro N° 4.- Diseño del Proceso Productivo	36
Cuadro N° 5.- Distribución de la Población de Guayaquil.....	47
Cuadro N° 6.- Producción de Maíz en las Regiones del Ecuador (TM)	52
Cuadro N° 7.- Productos de la Competencia	74
Cuadro N° 8.- Frecuencia de Consumo	80
Cuadro N° 9.- Consumo de los Productos Sustitutos	80
Cuadro N° 10.- Gustos o Preferencias.....	81
Cuadro N° 11.- Lugar de Consumo.....	81
Cuadro N° 12.- Nivel de Preferencia de los Sustitutos.....	82
Cuadro N° 13.- Preferencia de Consumo - Preparación o Compra	82
Cuadro N° 14.- Aceptación de los Productos Tradicionales	83
Cuadro N° 15.- Frecuencia de Consumo del Maíz.....	84
Cuadro N° 16.- Preferencia del Consumidor hacia un Postre a Base de Maíz	84
Cuadro N° 17.- Demanda Potencial.....	86
Cuadro N° 18.- Gastos de Constitución y Permisos de Funcionamiento	99
Cuadro N° 19.- Cuadro de Inversión Inicial.....	101
Cuadro N° 20.- Costo de Producción por Marmita.....	103
Cuadro N° 21.- Costo Mensual de Producción	104
Cuadro N° 22.- Sueldos y Salarios	105
Cuadro N° 23.- Remuneraciones y Beneficios Sociales	106
Cuadro N° 24.- Servicios Básicos	106
Cuadro N° 25.- Insumo de Agua	107
Cuadro N° 26.- Gastos de Alquiler.....	108
Cuadro N° 27.- Gastos en Publicidad	108
Cuadro N° 28.- Gastos en Mantenimiento de Vehículo	108
Cuadro N° 29.- Gastos Administrativos	108
Cuadro N° 30.- Depreciación y Amortización.....	109
Cuadro N° 31.- Valor de Desecho.....	109
Cuadro N° 32.- Oferta Potencial	110
Cuadro N° 33.- Financiamiento de Activos	111
Cuadro N° 34.- Estado de Situación Inicial	113
Cuadro N° 35.- Capital de Trabajo.....	114
Cuadro N° 36.- Estado de Resultado Proyectado.....	115
Cuadro N° 37.- Estado de Resultado Anual.....	116
Cuadro N° 39.- Flujo de Caja del Inversionista	118
Cuadro N° 38.- Flujo de Caja del Proyecto	118
Cuadro N° 40.- Periodo de Recuperación del Proyecto.....	120
Cuadro N° 41.- Periodo de Recuperación del Inversionista.....	120
Cuadro N° 42.- Punto de Equilibrio	121
Cuadro N° 43.- Balance General Proyectado	122
Cuadro N° 44.- Razones Financieras	123
Cuadro N° 45.- Escenario Pesimista.....	124
Cuadro N° 46.- Escenario Optimista.....	125

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1.- Tabla Nutricional del Maíz	27
Ilustración N° 2.- Estratificación del Nivel Socioeconómico	49
Ilustración N° 3.- Producción de Toneladas Métricas (tm) del Maíz.....	52
Ilustración N° 4.- Producción de Maíz Suave Seco (Grano Seco)	53
Ilustración N° 5.- Superficie Cosechada a Nivel Nacional.....	54
Ilustración N° 6.- Producción de Naranja.....	54
Ilustración N° 7.- Frecuencia de Visita a Centros Comerciales.....	62
Ilustración N° 8.- Centros Comerciales de Guayaquil	62
Ilustración N° 9.- Responsables del Cambio Climático	63
Ilustración N° 10.- Demanda de Productos con Preocupación Ambiental	64
Ilustración N° 11.- Cambio de Marca Habitual por Marca con Protección Ambiental	64
Ilustración N° 12.- Condición de Pobreza del Guayas	65
Ilustración N° 13.- Población Urbana Económicamente Activa en Condiciones de Pobreza	66
Ilustración N° 14.- Capacidad Instalada de Almacenamiento	67
Ilustración N° 15.- Distribución Porcentual de la Capacidad de Almacenamiento	67
Ilustración N° 16.- Demanda Nacional del Yogurt.....	69
Ilustración N° 17.- Oferta Nacional del Yogurt	70
Ilustración N° 18.- Ingreso por Sector Económico	72
Ilustración N° 19.- Punto de Equilibrio	121

RESUMEN EJECUTIVO

La idea del proyecto, analiza la producción y comercialización industrial de un postre tradicional casero para el mercado Guayaquileño. Es un postre a base de 2 tipos de maíz que son harina de maíz amarillo y trozos de maíz suave blanco conocido como mote, además de un exquisito aroma a canela. Se propone un producto con sabor y características diferentes a los postres del comercio actual, un producto de tradición ecuatoriana con bondades nutritivas que puede consumirse a cualquier hora del día. La presentación es un envase tipo vaso de 10 onzas, sellado con una tapa de aluminio para proteger el producto, y una tapa plástica para protección de una cuchara imprescindible para la ingesta del producto. Es un producto nutritivo apto para jóvenes y adultos que brinda seguridad a su preparación.

La iniciativa del proyecto en estudio logrará reaparecer el postre al mercado, estableciendo una mayor visibilidad del postre en el comercio de la ciudad. Se aprovecha la situación de un mercado que desconoce la degustación del postre y cuya preparación presenta pobre desarrollo comercial en la actualidad. Se comunicará una receta tradicional que perdura en el tiempo, una tradición que se mantiene por pocos grupos familiares en la actualidad que elaboran y conservan el postre de forma casera. Con la elaboración industrial, se logrará la conservación de la receta mejorando la presentación casera del postre, la actividad evitará que se vaya desapareciendo por desconocimiento la tradición alimenticia de uno de los postres del cantón. La empresa aprovechará las bondades de un producto tradicional no explotado industrialmente en el comercio de la ciudad, agregando elaboración orgánica y preocupación por el bienestar en la salud de los clientes.

El producto en estudio va dirigido al sector Norte y Centro de la ciudad de Guayaquil. Jóvenes y adultos entre 14 y 54 años de clase social media, que residan alrededor de Supermercados, tiendas surtidas de mayor abasto o centros educativos.

Se establece hallar información que indique la situación económica y comercial del mercado Guayaquileño, lugar al que se pretende ingresar. No obstante, se plantea conocer las ventajas y desventajas de la provincia y la región, detalle que servirá para establecer el proceso de producción eficiente y rentable para el proyecto.

Se plantea localizar la obtención de la materia prima, esencial y primordial, para el funcionamiento de la empresa mediante una minimización de costos eficiente. Por lo que, se tomará en cuenta dicha estimación para la creación de la empresa.

CAPÍTULO I

1.- INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los postres tradicionales Guayaquileños poseen una oferta dominada por comerciantes informales. Los informales son aquellos comerciantes que ofertan, en este caso, postres tradicionales elaborados mediante procesos caseros sin presentar garantías al consumidor y no participan de un comercio legal. Estos productos caseros en el mercado, se presentan en una variedad de alimentos bebibles o comestibles diferentes en sabor, temperatura y tamaño. Es decir, la mayoría de los productos no llevan ningún proceso industrial y poseen un proceso de venta, de alimentos tradicionales, informal. La ubicación del comercio informal, se observa en diferentes lugares de la ciudad desde los alrededores de residenciales y centros educativos hasta lugares de fluencia comercial.

Mediante observaciones, se establece que la elaboración y el consumo de ciertos postres tradicionales Guayaquileños pasan desapercibidos en el comercio. La elaboración esta dada solo por pequeños grupos de familias que elaboran y conservan la tradición de forma casera, un consumo familiar que interviene poco en el comercio informal, lo que provoca que el postre pase más desapercibido por su desconocimiento en el comercio de la ciudad. La situación indica que aun existen productos tradicionales que no han sido explotados comercial e industrialmente.

Se observa, la aplicación de la biotecnología en los procesos industriales. Existen productos importados y procesados industrialmente que ingresan al mercado Guayaquileño, y provocan que las propuestas empresariales nacionales se vean afectadas. Se indica que los productos importados y procesados industrialmente pueden participar de una biotecnología alimentaria, herramienta ya no alternativa sino esencial en la vida diaria que involucra mayor producción, mayor utilidad al productor y minimización del tiempo de cosecha al

productor. Su aplicación puede afectar más a los comerciantes que participan en el mercado mediante elaboraciones con proceso casero. La cantidad de competencia, tecnología y variedad de productos extranjeros afecta al comercio informal como al empresario nacional de los postres tradicionales. Por lo tanto, la elaboración de un postre casero frente a los productos importados y procesados industrialmente posee algunas ventajas en el comercio. Sin embargo, se considera que es posible que el empresario nacional pueda competir a través de propuestas orgánicas en los procesos industriales.

Ecuador protege la producción orgánica evitando la alteración o modificación genética de las semillas para los cultivos, lo que mantiene una elaboración orgánica a pesar de que los supermercados, las tiendas o cualquier establecimiento comercial oferta una variedad de productos provenientes del exterior. Aunque existe una protección hacia los productos orgánicos, no existe seguridad de que las semillas usadas no proveengan de la biotecnología ya que por observaciones se determina poca seguridad de control en las plantaciones.

La tecnología establece soluciones sociales al crecimiento poblacional a través de la biotecnología como herramienta. La biotecnología facilita la producción industrial, optimizando el tiempo, dinero y mano de obra para el agricultor como para el comerciante del bien. Aunque, la ejecución de dicha herramienta sea beneficiosa también genera alteraciones genéticas en las semillas, proceso que provoca la pérdida de una genética natural de los cultivos. Además, existen cuestionamientos de la biotecnología de la poca seguridad que brinda a la salud humana por su consumo. No obstante, no existen estudios precisos de las consecuencias en la salud del ser humano en el consumo de los productos desarrollados con biotecnología. Sin embargo, se puede argumentar la pérdida de la genética natural de las plantas.

Además, se encuentra que no se mide el control de las plantaciones o cultivos que posee los agricultores. Por tanto, puede existir un mal uso de los herbicidas, pesticidas o insecticidas sobre los cultivos. Situación que puede provocar la toxicidad y enfermedades al ser humano. Las empresas en el

mercado no señalan alguna forma de seguridad, con respeto a aquella situación que puede enfrentar el consumidor.

Se enfatiza, aquel breve análisis del comportamiento hacia el uso de la biotecnología en los procesos industriales para señalar, que es posible, que las propuestas de los productos procesados con elaboraciones orgánicas pueden lograr competir en el comercio del cantón Guayaquil frente a productos importados. Con ello, se plantea evaluar el estudio de factibilidad para lograr la ejecución de un producto, postre a base de maíz, que cumpla con la condición de lograr competir con los productos importados mediante una producción orgánica.

1.2.- Justificación del Tema

La elección del tema busca la viabilidad de ofertar una tradición alimenticia con elaboración orgánica en el mercado guayaquileño. Se elige el producto porque se busca reaparecer al comercio el postre tradicional a base de maíz, iniciar un consumo habitual del postre, aumentar la variedad de los postres tradicionales que se comercian en el mercado, elaborar y conservar la tradición de un postre casero a través de procesos industriales con procesos orgánicos y lograr la seguridad del consumo mediante responsabilidad social y ética.

1.3.- Delimitación del problema

El producto se ofertará en la ciudad más poblada como lo es Guayaquil en los sectores centro y norte de la ciudad. Se localiza la oferta en donde la tradición se encuentra pero no se desarrolla en el comercio de la ciudad.

1.4.- Objetivos de la Investigación

❖ Objetivo General

Analizar la viabilidad de una industria de alimentos a base de maíz orgánico en la ciudad de Guayaquil.

❖ **Objetivo Especifico**

- Realizar el estudio de las obligaciones legales y tributarias de la empresa.
- Desarrollar un estudio de la estructura organizacional de la empresa
- Conocer la aceptación del alimento tradicional; percepciones de los consumidores potenciales, insatisfacciones e inseguridades.
- Diseñar la imagen del producto y el proceso de producción.
- Desarrollar estrategias para la empresa y la venta del producto; satisfacción laboral, crecimiento y promoción.
- Evaluar la rentabilidad económica y financiera del proyecto.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO Y LEGAL

2. Marco Teórico

El siguiente capítulo, aplica los conceptos que se consideran importantes para la iniciación del proyecto. Se toma en cuenta la teoría que define el tipo de compañía, el indicador del tiempo de creación de una compañía en el Ecuador y el tipo de estructura organizacional elegida para la creación de la compañía.

2.1- Compañía de Responsabilidad Limitada

El tipo de compañía que se elige para el proyecto es la Compañía de Responsabilidad Limitada. La Codificación de la Ley de Compañías, señala que el comercio que se realiza con este tipo de compañía actúa “bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añade las palabras, en todo caso, Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura”. (Sección V, Art.92). La elección de este tipo de compañía está dada por la finalidad de sus actividades, entre las cuales están “la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley” (Sección. V, Art. 94). Además, de “la responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social” (Sección. V, Art. 115.)

2.2.- Aprobación y Tiempo de Creación de una Compañía en el Ecuador

Para la aprobación de la constitución de la compañía se requiere la presentación de la escritura de constitución, con 3 copias certificadas y una solicitud del abogado para la aprobación del contrato constitutivo. Se indica que, el contrato de compañía se rige tal cual mencionan las disposiciones de la Codificación de la Ley de Compañías, que involucra a las disposiciones del Código Comercio, por los convenios de las partes y las disposiciones del Código Civil. El contrato de compañía inicia al momento en el que dos o más personas unen sus capitales o industrias con el objetivo de emprender

operaciones mercantiles y participar de sus utilidades como persona jurídica en el país (Sección. I, Art. 1). Es decir, la aprobación de la constitución de una compañía en el Ecuador, inicia cuando uno o más personas desean iniciar una actividad económica, sujetándose a las condiciones que la ley de compañías estipula como legal en el territorio.

Para establecer el tiempo de creación de la compañía en el Ecuador se aplica el indicador **Doing Business** para el año 2012, elaborado por el Banco Mundial. El indicador señala que el tiempo de creación de una compañía en el Ecuador es 56 días. Este indicador establece el tiempo en que se tarda la ejecución de los procesos de constitución e inicio de actividad de la compañía para el empresario en el Ecuador. Son 13 procesos en los que se incluye los procedimientos requeridos con anterioridad y posterioridad a la inscripción. El país se encuentra ubicado en el puesto 28 de 32 países en la región de América Latina y el Caribe.

2.3. - Estructura Organizacional Burocracia

“La Burocracia, se caracteriza por tener tareas operativas muy rutinarias que se consiguen mediante especialización, reglas y regulaciones muy formalizadas; tareas agrupadas en departamentos funcionales, autoridad centralizada, tramos estrechos de control y toma de decisiones que sigue la cadena de manos” (Robbins P, 2004, p.434).

El concepto, explica que el diseño de los tramos estrechos de control reducen los niveles administrativos de la organización, y la eficiencia que se obtiene en los costos reduciendo gerentes. Además, los departamentos funcionales, agrupando tareas con un objetivo específico. El enfoque de la departamentalización puede ser mediante funciones, producto, geografía, procesos y cliente.

2.3.1.- Ventajas de la Estructura Organizacional

Entre las ventajas que se obtienen de la estructura, se encuentra que la empresa puede desarrollar según menciona Robbins (2004).

“Capacidad de realizar actividades estandarizada con gran eficiencia. Al reunir especialidad en departamentos funcionales se obtienen economías de

escala, duplicación mínima de personal y equipo, y empleados que tienen la oportunidad de “hablar el mismo lenguaje” entre compañeros. Más, aun, las burocracias se las arreglan bastante bien con administradores de nivel medio e inferior, menos capacitados y, por ende, menos costosos. La difusión de reglas y normas sustituye la discreción administrativa. Las operaciones estandarizadas, aunadas a una gran formalización permite una toma de decisiones centralizada. Así, por debajo de nivel directivo no son tan necesarios gerentes innovadores y con experiencia en la toma de decisiones” (p.434).

2.5.- Marco Legal

En este capítulo, se establece los requerimientos legales que la empresa debe adquirir. La iniciativa empresarial debe cumplir con los requisitos de: constitución legal, permiso de funcionamiento y las obligaciones tributarias para comenzar la actividad económica y así, conservar un bienestar legal sano en el comercio nacional. Por esta razón, se explica los requisitos fundamentales que se seguirán según la construcción organizacional, legal y administrativa, que requiere la creación de la compañía.

2.6.- Constitución Legal de la Empresa

En Ecuador, la vigilancia, control y aprobación de las sociedades de capital están a cargo de la Superintendencia de Compañías. Por lo tanto, para ejecutar la constitución de la compañía, el primer paso que se debe realizar es acercarse a la Superintendencia de Compañías, cuya Matriz es en Guayaquil, ubicada en la Calle Pichincha 418 y Aguirre (esquina). El segundo paso, es iniciar el proceso de constitución, elegir o decidir, el nombre y tipo de compañía de comercio entre las estipuladas por la ley en el país. La denominación o elección del tipo de empresa, se establece previa aprobación del nombre de la compañía por la Secretaría General de la oficina matriz de la Superintendencia de Compañías.

2.7.- Tipo de Compañía

Entre los tipos de compañías, la codificación de la ley de compañías (1999) indica que existen seis especies de compañías de comercio, que pueden

elegirse en el Ecuador (Sección I, Art. 2). Para conocimiento, se nombra las 6 especies de compañías de comercio, que se constituyen como personas jurídicas, tal cual, la ley menciona en las disposiciones generales. Entre los tipos se encuentra:

- Compañías de Responsabilidad Limitada,
- Compañías Anónimas,
- Compañías de Economía Mixta,
- Compañía en nombre colectivo, y
- Compañía en comandita simple y dividida por acciones,
- Además, se reconoce la compañía accidental o cuentas en participación.

2.8. - Requisitos del Capital Mínimo

Se establecen los requisitos de capital mínimo que se obtienen y deben cumplir para la constitución de MAIZLIA LTDA. La compañía establecerá las participaciones con un mínimo de 2 socios a un máximo de 15 socios. Un capital mínimo para la constitución de \$400,00 dólares americanos, un monto fijado por el Superintendente de Compañías, el requerimiento del capital mínimo pagado es del 50 % del valor nominal de cada participación, valor que se debe cancelar en un plazo no mayor a 12 meses a contarse desde la fecha de constitución de la compañía. Es decir, el capital estará dividido en participaciones expresadas en la forma que haya señalado la Superintendencia de Compañías, como menciona la Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG) en la asesoría legal del empresario. Para efecto, se apertura una cuenta de integración de capital, en el que se depositará el capital mínimo para el proyecto; institución que se elige, Banco del Pacifico.

Entendiendo lo requisitos del capital mínimo de la compañía, se indican las características importantes que se obtiene con respecto a la función de los socios con respecto a la aportación del capital para la constitución de la compañía de responsabilidad limitada.

2.9.- Requisito de Constitución

Una vez que se realiza la apertura de la cuenta de integración de capital mínimo, se presenta la minuta a una notaría para constituir la Escritura Pública,

ya que posterior a esto, la superintendencia de compañías aprobará las escrituras de constitución. Luego a esto, se cumplirá con las disposiciones de resolución de la superintendencia de compañía, para proceder a inscribir las escrituras y los respectivos nombramientos en el Registro Mercantil.

Se debe reingresar los documentos a la Superintendencia de Compañías ya que así, se aprueba la información para proceder a obtener el RUC. Únicamente cuando se obtenga el RUC se retirará la cuenta de integración de capital mínimo, lo cual permite crear la cuenta bancaria de MAIZLÍA LTDA.

Los requisitos para inscribirse en la superintendencia de Compañías, se detallan en el Anexo N°1; 13 procesos necesarios para iniciar la actividad de una compañía en el Ecuador.

2.10. - Características de los Socios en la Compañía de Responsabilidad Ltda.

A continuación, se menciona algunos beneficios que los socios obtienen de la participación en una compañía de responsabilidad limitada según la Codificación de Ley de Compañías:

- ❖ Los socios aportan al capital, lo cual es representado en participaciones iguales, acumulativas e indivisibles (Sección. V, Art. 105).
- ❖ Los socios legalmente convocados y reunidos forman la administración con una junta general que es el órgano supremo de la compañía. La junta no se considerará válida para deliberar, en una primera reunión, si los participantes no representan más de la mitad del capital social de la empresa (Sección. V, Art. 116).
- ❖ Los socios responden las obligaciones con la sociedad hasta el monto que efectuaron en sus aportaciones individuales (Sección. V, Art. 92).
- ❖ Los socios deben intervenir y deliberar, a través de asambleas en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía (Sección. V, Art. 114).

La Cámara de Comercio de Guayaquil indica, que en el acontecimiento de transferencia o cesión de las participaciones en la compañía de responsabilidad limitada, se debe realizar con acuerdo de todos los socios.

2.11. - Análisis de la Compañía de Responsabilidad Limitada

Una actividad de comercio puede ejercerse como *persona natural* o *persona jurídica*. La diferencia de las actividades la diferenciamos en la responsabilidad social. Si el nombre comercial es actuado por una persona natural, implica que la identificación inmediata del responsable en el futuro en la actividad del comercio recaiga sobre un solo nombre social, lo que no ayuda a salvaguardar las obligaciones económicas y legales del individuo en la industria en casos no deseados. La actuación como persona jurídica protege el nombre social, en las transacciones de comercio en la industria y puede expresarse de manera libre identificándose así, en las actividades mercantiles o empresariales bajo una razón social; se protege la privacidad económica y legal de los individuos ya que recae sobre una persona jurídica las responsabilidades que se generan de la actividad económica de la empresa. Sin embargo, la decisión de actuar ya sea con el nombre social, con el nombre comercial o razón social, una persona jurídica, no está exenta de mostrar los reportes de los conflictos legales de las personas que constituyeron la persona jurídica.

Por otro lado, la constitución de la compañía limitada permite proteger el patrimonio personal ya que se responden las obligaciones hasta el monto de la aportación de capital que se hizo, esto significa, que el patrimonio personal no se ve afectado.

Considerando la protección del nombre social, del responsable o representante de la intervención comercial en el mercado, se establece la elección del tipo de compañía como Responsabilidad Limitada.

2.12. – Análisis del Beneficio de los Socios

Como proyecto de emprendimiento es necesario un apoyo en las operaciones de crecimiento y/o desarrollo. Los socios generan ingresos adicionales como la aportación al capital inicial que es necesario, ya sea el caso, para los requisitos de la constitución legal o de activos. Esto es, una estrategia de negocio o estrategia de capitalización que permite adquirir un financiamiento al negocio lo que permite dividir las contribuciones económicas necesarias para la apertura de la compañía.

2.13. - Permisos de Funcionamiento de la Empresa

Posterior a la aprobación de la constitución de la compañía y previo el inicio de la actividad de la empresa, se necesita cumplir con los permisos de funcionamiento. Esto incluye, la presentación de la documentación pertinente al Municipio del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Durán, que se encuentra ubicado en la Cdla. Abel Gilbert III, Bloque C31-C32. Para la obtención del permiso de funcionamiento, el Municipio del Cantón Durán, indica que se debe cumplir con las tasa de habilitación y control de establecimiento comercial, Anexo N° 2.

La evaluación del valor de las tasas a cobrar las estipula el Servicio de Rentas Internas a la empresa.

2.14.- Obligaciones Tributarias

El sujeto activo del impuesto es el Estado Ecuatoriano, y su administrador es el Servicio de Rentas Internas (SRI). El SRI actúa como recaudador de impuestos de los individuos o sociedades que son obligados a tributar. Es así, que la sociedad o compañía nacional, “que inicien una actividad económica o disponga de bienes o derechos por los que tenga que tributar” tiene la obligación de obtener un Registro Único de Contribuyente denominado RUC, para ejecutar la cancelación de los tributos que ha adquirido en un periodo de su actividad (SRI, 2012). El RUC para empresas es denominado RUC – Sociedades. Por lo tanto, MAIZLÍA LTDA como sociedad, recibirá la obligación de cancelar tributos durante su actividad y estará obligada a llevar la contabilidad bajo la responsabilidad y firma de un contador público autorizado e inscrito en el RUC.

2.14.1.- Deberes Formales

El inicio de un negocio o actividad económica, debe ejercer una actividad legal responsable. Por tal motivo, se establecen la importancia de detallar los deberes formales que tendría MAIZLÍA LTDA. Entre las obligaciones como persona jurídica, el SRI establece los siguientes deberes formales del contribuyente:

“1. Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a la actividad y comunicar de manera oportuna los cambios que se presenten, 2. Emitir y entrega comprobantes de Venta autorizados, 3. Llevar los libros y registros contables relacionados con la actividad económica, 4. Presentar las declaraciones que correspondan y pagar los impuestos, y 5. Acudir a las oficinas del Servicio de Rentas Internas cuando la presencia sea requerida” (2012).

2.15. - El Registro Único de Contribuyentes – RUC Sociedades

MAIZLÍA LTDA, obtendrá un registro personal que no se puede transferir denominado RUC. El SRI establece que el plazo para su obtención no debe ser mayor a los 30 días hábiles después de la fecha de constitución. Es un registro que prueba que se ha formalizado y legalizado la actividad económica de la empresa (2012).

2.16. - Comprobantes de Venta

MAIZLÍA LTDA deberá emitir los comprobantes de venta en cualquier transacción que realice. Pueden ser elaborados de forma manual, mecánica o computarizada. El SRI menciona, que existen 3 tipos de comprobantes que son válidos con su previa autorización, y se deben adquirir según las necesidades que se requieran tanto de sus clientes como de la actividad económica que se ejerza (2012). Por lo tanto, entre los comprobantes que se pueden adquirir para MAIZLÍA LTDA son las facturas y las liquidaciones de compra de bienes / prestación de servicios. Las facturas respaldaran la transacción de los productos y su respectivo cobro de impuestos mientras que con las liquidaciones de compra de bienes sustenta el gasto que se realice con cualquier productor/ agricultor que no pueda hacer uso de los comprobantes. Por lo tanto, se entiende que estos comprobantes poseen su razón de emisión y sustento en las transacciones efectuadas para el comercio de la compañía, como se puede observar en el Anexo N°3.

2.17.- Facturación

MAIZLÍA LTDA emitirá facturas a través de la autorización del SRI. El SRI menciona cuales son los establecimientos gráficos autorizados o imprentas para la emisión de comprobantes de ventas, documentos complementarios y comprobantes de retención, a los cuales la empresa puede acudir. Estos documentos permiten y aprueban la transferencia de bienes, la prestación de los servicios que se den o la realización otras transacciones que queden gravadas con tributos durante la actividad de la empresa (2012). Esto es necesario comprender debido a que no son documentos que se pueden solicitar por voluntad de la imprenta o del contribuyente sino por las la decisión del SRI para cumplir las obligaciones pertinentes. A continuación, se indica plazos de autorización que los comprobantes de venta poseen:

“1 año: Cuando el contribuyente no está al día en su obligaciones tributarias, los pagos de tributos y su dirección declarada en el RUC se encuentre como Ubicada

3 meses: Cuando tenga pendiente alguna obligación tributaria. Es un permiso otorga solo una vez hasta que el contribuyente resuelva la situación.

Sin Autorización: Esto sucede cuando ya se otorgo la situación por 3 meses y no resolvió su situación tributaria pendiente, o no se lo ubica en el domicilio declarado o el RUC se encuentra suspendido o cancelado” (SRI, 2012).

2.18. - Comprobantes de Venta

MAIZLÍA LTDA deben emitir los comprobantes de venta en cualquier transacción que realice. Pueden ser elaborados de forma manual, mecánica o computarizada. La compañía puede emitir 3 tipos de comprobantes válidos que previa autorización del SRI pueden ser usados por la sociedad. Entre estos el comprobante a usar son las facturas, y las liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios. Estos documentos tienen su razón de emisión y sustento por su uso en las transacciones efectuadas en el comercio como se puede ver en el Anexo N° 3. (SRI, 2012)

2.19.- Presentación de Declaraciones

Las declaraciones y pago de impuestos para la sociedad deben realizarse según el noveno dígito del RUC y el calendario de declaraciones y pago de impuestos. La presentación de las declaraciones tributarias para la empresa MAIZLÍA LTDA se realizarán de forma virtual con las declaraciones de impuesto al valor agregado (I.V.A), declaración de impuesto a la Renta, declaración de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta y los Anexos de compras y retenciones en la fuente de impuesto a la renta, ICE y del impuesto a la renta en relación de dependencia (SRI, 2012). Anexo N° 4 y 5.

En el caso de necesitar información al SRI, se puede acudir a la matriz ubicada en Guayaquil en la Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo, en el horario de 08:00 a.m. a 04:30 p.m.

2.20. - Multas e Intereses

Los incumplimientos ocasionados por desconocimiento, pueden generar pérdida de tiempo, impedir e interrumpir los procesos de producción del negocio y puede generar el pago de multas e intereses. Los intereses recaen sobre las multas incrementando alguna deuda tributaria.

CAPÍTULO III LA EMPRESA

3. - Denominación de la Empresa

Una vez que la empresa decide establecer el tipo de compañía como responsabilidad limitada, se debe establecer la denominación de la razón social. Para el proyecto se establece que la razón social será MAIZLÍA LTDA. Una compañía dedicada a producir alimentos orgánicos a base de maíz.

Ilustración 1.- Denominación de la Empresa



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

Una vez decidido la denominación, se inscribe el tipo de compañía que se haya resuelto aplicar.

3.1.- Formación Administrativa

Entender, el propósito del negocio tanto para el dueño como para los empleados, establece el rumbo de la empresa hacia el futuro que se desea de la misma. Esto significa, que cualquier negocio que se emprenda debe tener un motivo por el cual toda la administración debe enfocarse. Es por tal motivo, que el rendimiento de su actividad dependerá de los cimientos administrativos organizacionales y para ello, existe una estrategia organizacional que MAIZLÍA LTDA establece, denominada Misión y Visión, términos que definen la actividad de la compañía a corto y largo plazo. Es así, que la propuesta de la compañía define sus propósitos como se establece a continuación.

3.2. - Misión

Integramos productos con una propuesta nutricional que satisfaga las necesidades alimenticias, desarrollando productos que permiten llevar una vida saludable, a base de procesos orgánicos mediante responsabilidad alimenticia, con calidad y ética

3.3. - Visión del Negocio

Inspiramos productos orgánicos tradicionales, alimentos nutritivos en procesos responsables con el bienestar social y el medio ambiente. Guiamos nuestro desarrollo hacia la expansión en los mercados internacionales con orgullo Ecuatoriano, sembrando siempre que las comunidades puede beneficiarse de las delicias orgánicas nacionales o internacionales.

3.4. - Objetivos / Metas Empresariales

3.4.1 - Objetivos General

Producir un postre tradicional orgánico base de maíz para una dieta saludable y nutricional, con una presentación higiénica derivada de los procesos industriales, creando conciencia alimenticia.

3.4.2. - Objetivos Específicos

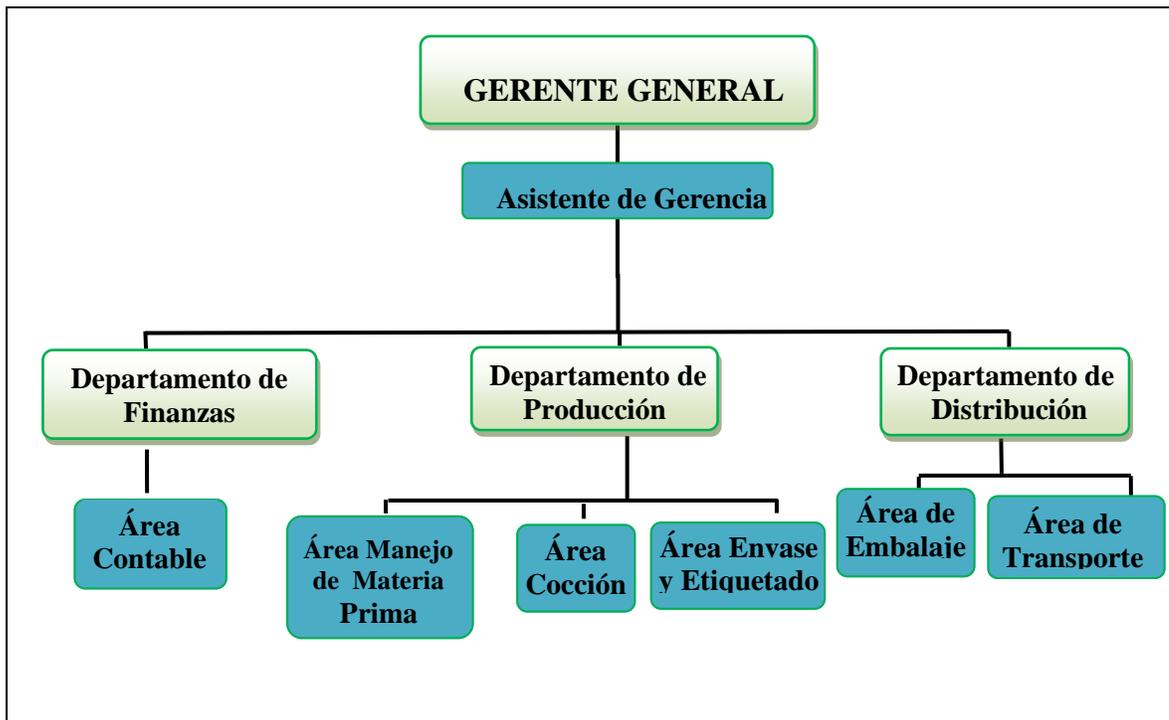
- ❖ Analizar y aprovechar las percepciones del consumidor, insatisfacciones e inseguridades de los alimentos procesados de forma artesana e industrial.
- ❖ Establecer alternativas nutricionales a base de maíz en el mercado
- ❖ Desarrollar preocupación y conciencia de la biotecnología alimenticia
- ❖ Ofrecer las bondades del producto orgánico al consumidor
- ❖ Obtener una responsabilidad organizacional interna y externa.

3.5. - Estructura Organizacional De La Empresa

Una vez definido los objetivos empresariales, se establece la importancia en la creación de la estructura organizacional de la compañía. Cuando se decide crear una empresa o compañía se debe pensar en que estructura organizacional elegir para la administración. Indicamos que la estructura organizacional se define en “cómo se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas en el trabajo” (Robbins P, 2004, p.425). Esto trata de explicar las divisiones de las tareas mediante áreas de trabajos específicos, lo cual se entiende de vital importancia porque identifica que personal es responsable de sus funciones u obligaciones para la empresa. Con este antecedente, definimos el comportamiento de la estructura organizacional mediante el organigrama siguiente:

3.6. –Organigrama

Cuadro N° 1.- Organigrama de la Empresa



Fuente: Maizlía Ltda.

Elaborado por: Autora

Se determina, la aplicación de la estructura de burocracia organizacional debido a las necesidades expuestas en el organigrama y las ventajas que ofrece la estructura. Como se observa, el organigrama establece la necesidad de departamentos y áreas de trabajo en cada departamento. Los trabajadores se clasifican por departamentalización, un agrupamiento de tareas con un objetivo específico, mientras tanto, en las áreas, se asigna el trabajo por especialización laboral. Las profesiones requeridas para los puestos de trabajo más importantes son Ing. Agrónomo, Ing. Químico, Ing. Financiero y Tenlo. Gastronomía.

La coordinación de tareas en el trabajo, está dada por un mínimo de 15 personas:

- 1 Gerente General; Autoridad de las decisiones finales de la empresa
- 1 Asistente Administrativo, 1 Recepcionista y 1 Contador Público Autorizado.
- 3 Jefes Departamentales; 1 Ing. Financiero como jefe para el departamento financiero y 2 supervisores, Ing. Químico e Ing. Agrónomo, cada uno distribuido para el departamento de producción y distribución
- 5 personas para el área de Producción; un Tenlo. en Gastronomía para la Cocción, 2 oficiales entre envasado y etiquetado, y 2 oficiales para limpieza y almacenamiento de materia prima.
- 3 personas para el área de Distribución; 2 oficiales para embalaje y transporte de productos, y un conductor para el transporte y reparto de productos al cliente.

3.7. - Análisis de la Estructura y su Futuro en la Empresa

Con la estructura burocrática, la empresa puede lograr una minimización de costos eficientes con los tramos de control estrechos en el futuro. El aumento de la estructura por expansión puede lograr reducción de los niveles a gerentes deseados, lo que beneficia a la toma de decisiones más rápidas, debido a que la información que recorre a través de los canales de información, se filtra por menos niveles en la estructura. La iniciación con una estructura de

burocracia, por funciones y especialización laboral, permite aprovechar las capacidades del empleado y desarrollar el desempeño de la actividad del mismo, en base al objetivo planteado por el área en que laboran.

El inicio de la actividad de una empresa esta sustentada a cambios por su desarrollo y crecimiento. La aplicación de una estructura organizacional de burocracia, o también conocida como burocrática, con el tiempo puede modificar su estructura si esta lo requiere aumentando departamentos o aplicando nuevos diseños de estructura organizacional. La estructura se sujeta a cambios fáciles de sobrellevar.

3.8- Funciones Laborales de los Trabajadores

➤ El Gerente General/Director General

La persona dedicada al control general de la organización, la negociación con los distribuidores/clientes que ofertaran el producto y la toma de decisiones finales.

➤ Recepcionista

Persona encargada de la atención a clientes y la correspondencia dentro de la empresa.

➤ Asistente Administrativo

Persona encargada de la comunicación entre los departamentos y el Gerente General. Además, se encarga de la recepción de llamadas, archivo, manejo de caja chica y pago a proveedores que la Gerencia le solicite.

➤ Ing. Financiero

Controla y analiza los estados financieros de la situación de la empresa. Además, evalúa nuevas opciones de inversión y oportunidades financieras en el mercado, con búsqueda de recursos financieros que no representen movimientos costosos para la empresa. Puede ejecutar investigaciones de mercado y proyecto rentables.

➤ **Contador Público Autorizado - CPA**

Persona dedicada a realizar los roles de pago, reunir y procesar datos para las obligaciones tributarias y legales. Es decir, las declaraciones de impuesto y la administración de las facturas, liquidaciones de compra y comprobantes de retención para la compra de materia prima.

➤ **Ing. Químico:**

Persona dedicada a evaluar la calidad de los productos durante todo el proceso de producción del departamento de producción. Realiza la verificación constante del producto hasta su distribución a los clientes. Inspeccionará y Supervisará la cantidad de insumos necesarios en la cocción, evaluará los resultados de la cocción, determinará el momento de envasado y refrigeración del producto. Entrega reportes de las novedades al Gerente General.

➤ **Tlgo. Gastronomía.**

Persona encargada de la preparación, mezcla y cocción del postre a base de maíz. La ejecución de su trabajo se realizará con inspección constante del Ing. Químico.

➤ **Ing. Agrónomo**

Persona dedicada al control de calidad, conservación y comprobación del estado de la materia prima, desde la entrega del productor a las instalaciones de la empresa y hasta la espera de su transformación y entrega al área de cocción. Además, realizará visitas al productor de manera esporádica para verificar y aceptar la producción de la materia prima que receptorá en el futuro. La materia prima debe tener una agricultura orgánica. Entrega reportes de las novedades al Gerente General.

➤ **Supervisores de Producción y Distribución**

El Ing. Químico y el Ing. Agrónomo cumplen la función de evaluar las aptitudes y desarrollos de los empleados. Reportan la asistencia, actividad y desempeño de los trabajadores de los departamentos correspondientes a su supervisión. Comunica las necesidades e insatisfacciones laborales de los subordinados. Propone soluciones a las necesidades de las áreas.

➤ **Estibadores, Oficiales de Envasado y Embalaje**

Los estibadores se encargan de recibir, almacenar y transportar la materia prima hacia la bodega y el área de cocción. Los oficiales ejecutan el proceso de limpieza del grano, y el envasado del producto. Por otro lado, los oficiales de empaque se encargan del empaque de distribución y mantener las condiciones higiénicas del espacio de trabajo.

CAPÍTULO IV

EL PRODUCTO Y ESTUDIO TECNICO

El producto satisface una necesidad, crea un conjunto de características y explica al consumidor, los atributos que el producto oferta. En este sentido, se señala las características del postre de la empresa MAIZLÍA LTDA., para un tipo de consumidor pretendido en la actualidad. Por lo tanto, a continuación se detallan las características del producto.

4.- Nombre del Producto

El producto de MAIZLÍA LTDA, se propone con el nombre de Maizli Mix. El nombre del producto, se crea con el fin de que el consumidor o cliente pueda relacionar e identificar el nombre de la empresa. Por esta razón, solo se omite la ultima letra del nombre de la compañía y se agregada “Mix” por ser un producto elaborado a base de 2 tipos de maíz.

4.1.- Característica Del Producto

4.1.1.- Composición

El producto es un postre o snack, a base de maíz orgánico, 2 tipos de maíz, uno disuelto y el otro en trozos. Se compone de harina de maíz amarillo cocinado con trozos de maíz suave seco blanco o mejor conocido como mote.

4.1.2.- Temperatura del Postre

Se proponen presentar un producto fresco y refrescante. Las condiciones de un clima tropical en el cantón presentarán al mercado, un producto con una temperatura de 18° grados centígrados.

4.1.3.- Conservante

Se propone agregar un conservante, acido orgánico, a la composición del producto debido a que el principal interés es mantener el estado óptimas condiciones para el consumo por mínimo un mes. Se plantea el uso del conservante en acido cítrico que actuará como antioxidante de la composición. Se establece conservante debido a una

prueba de cocción, efectuada por la autora, con el uso de un cítrico natural denominado limón. Sin embargo, la decisión final para una producción industrial, de mayor volumen de producción, estará dada por el Ing. Químico de la planta en el estudio y aprobación del conservante, que indicara con mayor precisión en qué momento se debe agregar el conservante, la cantidad de conservante que se debe aplicar. Se debe elegir el conservante más adecuado para mantener el estado del producto.

4.1.4.- Sabor, Aroma y Textura del Postre.

Se plantea ofertar el primer postre a base de maíz de la empresa MAIZLÍA LTDA. con un sabor a naranjilla, un aroma exquisito a canela y una textura suave, arenosa, húmeda y medio viscosa.

4.1.5.- Diseño del Envase

La presentación del envase es tipo vaso de 10 onzas de plástico color blanco, con un adhesivo color azulado y de verde claro para la envoltura del vaso y una capa de aluminio para el sellado que actúa como tapa abre fácil. Además, se agrega una tapa plástica que actúa como protector a la capa de aluminio y una cuchara plástica que estará encima de la capa de aluminio.

El lado reverso del vaso llevará su respectiva tabla nutricional, marca y modo conservación una vez abierto. En la orilla superior del vaso se indicará la fecha de producción, lote y expiración del producto.

El lote indicará, en cual proceso de producción fue elaborado el producto. El uso del lote permitirá identificar y clasificar los productos, en caso de alguna anomalía en los productos ya terminados para el consumidor.

4.1.6.- Tiempo de Consumo y Conservación

El periodo máximo de consumo del producto una vez abierto es de 24 horas. La conservación del contenido, abierto o no abierto del sello de aluminio, es mediante refrigeración.

El producto debe conservarse en un lugar libre de olores ya que es susceptible a impregnar olores ajenos y puede alterar el olor normal del producto como su sabor, más aún, cuando se deja abierto el producto.

4.2.- Diseño e Imagen del Envase

Cuadro N° 2.- Diseño del Envase



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

4.3.- Beneficios del Maíz y Tabla Nutricional

El maíz es un cereal nutritivo por sus proteínas y almidón. La composición química varía dependiendo de la variedad de maíz que se elige para la producción de cualquier producto alimenticio procesado. Existen miles de variedades del maíz que van desde transgénicos, los cuales son modificados genéticamente; los orgánicos-naturales y los que son híbridos los cuales proceden del cruce natural de razas. Es decir, para entendimiento del proyecto, las características del maíz y tabla nutricional dependerán del análisis de la

semilla proveniente del productor ya que se debe evaluar la raza del maíz. Además, con el objetivo de crear un producto orgánico natural para el producto Maizli Mix, se debe elegir al productor que pueda brindar una materia prima con agricultura orgánica.

Para conocimiento, tan solo, el Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuarias (INIAP), señala ciertas variedades de semillas demostrando el contenido de químico como se observa a continuación.

Ilustración N° 1.- Tabla Nutricional del Maíz

RAZA	% PROTEINA (En base seca)	%ALMIDÓN (En base seca)
Blanco Blandito (INIAP-102)	8,30	73,10
Guagal (INIAP- 111)	8,12	72,10
Chaucho (INIAP- 122)	9,14	74,63
Mischca (INIAP. 124)	8,03	74,03
Cuzco ecuatoriano	8,81	73,62
Chulpi (INIAP- 192)	10,23	64,27
Huandango	7,21	74,86
Canguil (INIAP- 198)	10,72	62,88
Racimo de uva	8,83	-----
Sabanero	9,69	70,81
Chillo	11,29	65,78
Uchima	9,86	70,37
Clavito	11,63	63,74
Patillo	10,11	66,20
Morochón	8,84	73,57
Kcello	6,73	68,80

Fuente: Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuaria (INIAP)

Elaborado por: (INIAP)

➤ BENEFICIOS NUTRITIVOS

Se considera como alimento nutritivo, aquel alimento que al ser transformado y utilizado por el organismo aporta beneficios en la salud. Entre las propiedades nutritivas que puede ofrecer el maíz se menciona el alto nivel en grasa y fibra, la vitamina B1 que logra que los alimentos se transformen en energía, la vitamina B7 que ayuda al cuidado de la piel y el cabello. (Jiménez, 2008).

4.4.- Empaque de Distribución

Es necesario utilizar empaques de transporte para proteger el producto durante su traslado. Con el uso de los empaques, se reduce el riesgo de daño de los productos y las pérdidas ocasionadas por una inadecuada manipulación. El empaque es acto de responsabilidad de la empresa a los procesos de distribución y manipulación de la mercadería. Por tales motivos, se establece que el empaque para distribución es mediante cartones. Cada cartón tiene la capacidad de transportar 12 productos con las dimensiones aproximadas de 28 cm de Largo x 18.6 cm Ancho x 27 cm de Alto. A continuación, se detalla el diseño de los empaques para distribución del producto:

Cuadro N° 3.- Diseño del Empaque de Distribución



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

4.5. - Marketing Mix

El análisis del marketing mix define las condiciones en las cuales se ofertará el producto. Por lo que se explica la planificación del ingreso del producto al mercado mediante los siguientes puntos:

4.5.1.- Producto

La estrategia del negocio ofrecerá un producto de fuente orgánica, con bondades nutricionales de las 2 variedades de maíz a emplear. El producto ofertará una dieta saludable a cualquier hora del día a los consumidores mientras sus propiedades nutritivas favorecen y

benefician al organismo. La propuesta reemplaza la elaboración casera y propone un producto que no requiere preparación, ya que es producto preparado para el consumo de fácil y rápida ingestión. Además, brindará la seguridad al consumidor de su procedencia y elaboración, es decir, será un producto fabricado o elaborado bajo las exigencias legales de protección al consumidor. El producto presentará una elaboración ética y responsable hacia el consumidor.

4.5.2- Precio

Se establecen 2 tipos de precio. El precio de venta del producto a los distribuidores en el mercado Guayaquileño, se establecerá según el análisis de la evaluación de los costos de producción y el respectivo costo de mano obra para indicar el precio de venta para los distribuidores. El precio del producto Maizli Mix para el consumidor será mayor a los costos de producción, mayor al precio de venta al distribuidor y no menor al precio promedio de los productos que se consideran de la competencia, que presenten las características similares a MAIZLI MIX.

4.5.3.- Plaza – canal de distribución

El lugar de lanzamiento del producto será el cantón Guayaquil. La distribución del producto Maizli Mix, se realizará a través de comerciantes con altos volumen y variedad de oferta en sus locales. Entre los comerciantes que la empresa MAIZLÍA LTDA requerirá, serán los supermercados y tiendas surtidas del Centro y Norte del cantón. Se distribuye a las tiendas surtidas con alto movimiento de comercio, es decir, tiendas que representen preferencia del consumidor para efectuar compras, aquellas tiendas son las ubicadas en residenciales, oficinas, empresas o cerca de avenidas con un flujo de movimiento comercial alto. Además, se incluye a los patios de comidas de los colegios y universidades.

La distribución se realizará a 25 bares estudiantiles, 279 tiendas pequeñas y medianas que posean enfriadores industriales, 215

tiendas residenciales, 15 minimarkets y 17 Supermercados. Los supermercados que se eligen provienen de la cadena de la Corporación el Rosado, Mi Comisariato e Hiper Market. Además, se eligen los supermercados Gran Akí, Supermaxi, Megamaxi de la Corporación Favorita y las tiendas industriales asociadas, Supermercados Super Tía.

4.5.4 - Promoción

Se establece, aplicar una formulación de ideas para promocionar el producto e impulsar el consumo. La promoción debe lograr referencias de clientes o hasta posibles recomendaciones del mismo producto para considerar satisfactoria la aplicación de ideas. Se plantea ofertar promociones por apertura y temporadas. Las promociones proporcionarán incentivos al consumo. Por lo que, la promoción de apertura debe proyectar premios con el mismo producto o regalos promocionales (artículos / servicios) que sean atractivos, originales o que posean relación con el producto en cualquier periodo del año que se decida. Por esta razón, la primera oferta promocional será la Promoción por Apertura, una promoción que posea una relación con el producto de la empresa, por lo que se propone, aplicar como promoción de apertura:

- “La etiqueta premiada de la tradición Guayaquileña”, consiste en disfrutar un día de diversión entre amigos junto con toda la comida y postres típicos de la tradición Guayaquileña.

La promoción del producto en la plaza estimada se realizará en bares, tiendas, minimarkets o supermercados, según la estrategia de marketing mencionada en el capítulo VI.

4.5.5 - Personas

Se ofertará a personas o familias que tengan capacidad adquisitiva que les permita obtener lujos en las compras alimenticias y que busquen productos tradicionales con calidad, higiene y seguridad de procedencia.

Los procesos elegidos por la empresa permiten que el cliente pueda recibir las descripciones del producto de una tabla nutricional o resolver preguntas e inquietudes que tiene del producto mediante un servicio telefónico de asistencia al consumidor. Se clasifica a los clientes potenciales de compra frecuente, habitual u ocasional. Las personas o clientes potenciales de compra que se captaran serán desde jóvenes hasta adultos, 14 a 54 años de edad. Sin embargo, debido a que la alimentación se basa en la decisión de compra y/o consumo de los padres o la familia, los niños menores a 14 años o personas de la tercera edad no se excluyen totalmente del consumo del postre ya que los padres o la familia influyen en su dieta diaria. Por lo tanto, la empresa también contará con un tipo de cliente potencial oculto.

4.5.6 - Proceso

El proceso de venta y distribución de la empresa de la empresa será dada por volúmenes altos. El proceso entregara los productos directamente al comerciante de los supermercados o tiendas surtidas. Éste a su vez, venderá el producto al consumidor final; es un proceso de venta a través de negocios o comerciantes que vendan los productos de las empresas.

4.6.- Alimento Orgánico

Se conoce como agricultura orgánica al “sistema de producción que trata de utilizar al máximo los recursos de la finca, dándole énfasis a la fertilidad del suelo y la actividad biológica y al mismo tiempo, a minimizar el uso de los recursos no renovables y no utilizar fertilizantes y plaguicidas sintéticos para proteger el medio ambiente y la salud humana” (Organización para la Agricultura y Alimentación, 2003). Es decir, se considera orgánico a los procesos de producción agrícola exenta de agroquímicos o cualquier modificación genética en la semilla para la plantación en el cultivo. Utiliza al máximo los recursos renovables para proteger al medio ambiente debido al uso de sustancias naturales para la elaboración del cultivo. Por lo tanto, los

alimentos que provienen de un origen agrícola con tales procesos aplicados, se denominaran alimentos orgánicos.

Los procesos de transformación industrial que emplean métodos orgánicos para la creación de alimentos procesados, denominarán al alimento como orgánico. La elaboración de un producto sin saborizantes, colorantes y demás sustancias sintéticas no naturales, indica que la elaboración del producto participa de procesos orgánicos. Es decir, todo el proceso de producción desde el cultivo hasta su transformación para la elaboración de un producto procesado con el uso de métodos orgánicos, se consideran productos orgánicos o alimentos orgánicos.

4.7.- Materias primas y su Obtención

Las etapas de producción del postre requieren 2 tipos de materia prima, denominada materia prima directa y materia prima indirecta. La materia prima directa para la cocción o preparación del postre, como se señaló en la composición del producto, requiere de: harina de maíz amarillo y maíz suave seco-mote, azúcar, naranjilla, el conservante y la canela.

La materia prima indirecta para el envasado del postre, requiere tapas y vasos plásticos de envases de 10 onzas, laminados impresos de aluminio para la selladora de inducción o maquinaria de sellado de vasos, etiquetas para el forrado del envase y una cuchara plástica. Mientras que para el embalaje solo se necesita cartones.

La obtención o compra de la materia prima con objeto de transformación para la elaboración de la cocción y los materiales para envasado y embalaje, resultaran previo acuerdo con el productor o agricultor, habiendo sido el mejor ofertante para la empresa.

4.8.- ESTUDIO TÉCNICO

Con el estudio técnico se examina, analiza y propone, las necesidades técnicas de la empresa MAIZLÍA LTDA, es decir, los requisitos de infraestructura para ejercer la actividad económica. Es así, que primero se propone definir un lugar de la empresa que complete las necesidades que se

necesita del proyecto. Un lugar que brinde amplitud y comodidad a los espacios administrativos y a los procesos de producción de la planta.

4.9.- Ubicación de la Compañía

Se establece, que la infraestructura requerida está ubicada en el cantón Durán, Avenida Jaime Nebot Velasco y vía Durán Tambo, km 2.5, a 100 metros de la sucursal Banco Bolivariano. Un galpón cerrado de 500m² de área práctica cubierta y 200m² de patio. Además, posee corriente trifásica, cisterna y es factible el ingreso vehicular para carga o despacho, y un portón de metal de 3,9 metros. Las calles de acceso poseen avenidas en perfectas condiciones para el transporte. Existen 2 gasolineras cerca al establecimiento, aproximadamente a 100 metros de distancia.

4.10- Análisis de la Localización de la Compañía

La localización está dada por la disponibilidad de terrenos, infraestructuras y variedad de espacios en venta o alquiler. Se determina, el mercado para establecimiento de la empresa, en el cantón Durán, debido a que es un lugar en el que se pueden encontrar espacios o terrenos de diferentes áreas, disponibles en vías comerciales e industriales. Estas áreas industriales para las empresas son habitables para oficina, plantas o bodegas. Muchas de las áreas industriales de Durán poseen una infraestructura dotada de servicios básicos en suministros de agua potable, alcantarillado, alumbrado público, energía eléctrica y recolección de basura, por lo tanto, los servicios de luz, teléfono e internet están disponibles para la empresa MAIZLÍA LTDA. Además, en el sector industrial de Durán se encuentra una disponibilidad terrenos con o sin infraestructura de diferentes dimensiones, lo cual brinda opciones de terrenos en caso de insatisfacción de la infraestructura, expansión o minimización de costos de la infraestructura para el proyecto.

Durán es considerado como el segundo cantón después de Guayaquil más poblado de la provincia del Guayas. Para cuestión de mano de obra requerida, la empresa puede contratar personal de la misma área de su localización. En cantón Durán, se puede encontrar personal capacitado o calificado tanto para oficina como para planta.

La distancia del cantón Durán a la ciudad de Guayaquil es aproximadamente entre 10 a 15 minutos en vehículo propio. Muchas de las vías de acceso de las zonas industriales o comerciales del cantón Durán, están en condiciones apropiadas para movilización de los vehículos y se encuentran a la disponibilidad del aprovisionamiento de los derivados del transporte, esto es, el combustible. Por otro lado, las vías de acceso a la ciudad, Norte y Centro de Guayaquil, son autopistas de fácil y rápido acceso. La proximidad a las áreas de entrega hacia los distribuidores del cantón Guayaquil, se obtiene mediante 2 vías de enlace Durán - Guayaquil, la vía del puente de la Unidad Nacional y el puente alterno norte P.A.N, que se inicia desde la vía Durán- Jujan hasta la vía provincial La Aurora - Samborondón.

Cerca a las instalaciones de la planta de MAIZLÍA LTDA (aproximadamente de 3 a 6 cuadras) se encuentran las gasolineras, condición que permite mantener el control de abastecimiento del vehículo sin preocupaciones las 24 horas del día.

4.11.- Proceso Productivo

Para la creación del proyecto MAIZLÍA LTDA, se propone analizar los métodos teóricos y técnicos para la aplicación del proceso productivo. Por lo tanto, partiendo para el análisis, se define el proceso productivo como “una secuencia de actividades requeridas para elaborar un producto (bienes o servicios)” (Conamype, 2002). Luis Cuatrecasas (2009) menciona que “Los procesos están constituidos con la determinación de los métodos más adecuados, de manera que se obtenga el producto con la máxima productividad, calidad, mínimo tiempo y coste” (p.28). En consecuencia, con las definiciones expuestas anteriormente, se establece que el proceso productivo debe ser enfocado y constituido para obtener eficiencia en el proceso de producción de la empresa.

4.12.- Tipo de Producción y Características

El tipo de producción de la planta, método teórico, que se elige para el proyecto, es la producción orientada al producto o flujo de producción lineal. El proyecto establece la elección de éste tipo de producción, por las

características que brinda al proceso productivo, como se puede observar a continuación:

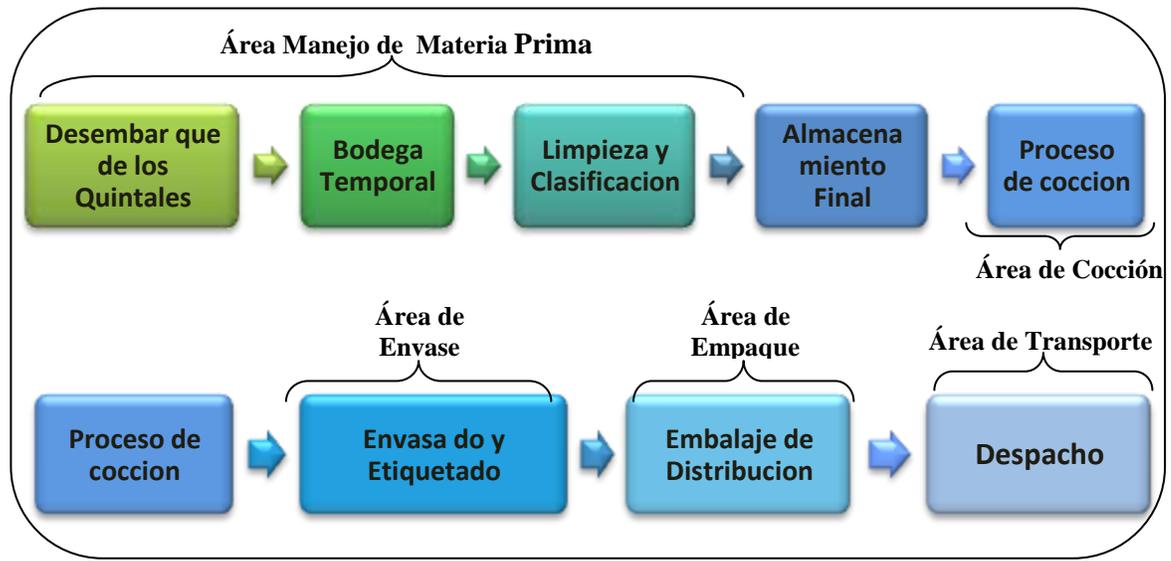
- Se logra altos niveles de producción por la fabricación de un solo producto, (Conamype, 2002).
- Se adquiere altos niveles de eficiencia, los empleados, en cada operación del proceso por los trabajos repetitivos, (Conamype, 2002).
- La administración, se dedica de forma constante por mantener el funcionamiento de todas las operaciones de la línea con un mantenimiento preventivo y emergencia que disminuya los paros y el tiempo de reparación en las maquinas por casos de cuello de botella. (Conamype, 2002).
- Puede existir un equipo de trabajo que se presente en más de una ocasión en el flujo del producto, aunque haya las disposiciones del equipamiento de producción. (Javier Llana, 2008)

Con las características de la producción orientada al producto y los requisitos que se desea obtener en el proceso de producción, se diseña el proceso a emplear para la empresa MAIZLÍA LTDA.

4.13.- Descripción del Proceso Productivo

Se señala las etapas importantes del proceso, que involucra, a los departamentos de producción y distribución. Se diseña el proceso productivo dando importancia a las tareas y necesidades del producto en cada área que se señalo en el organigrama. Por lo tanto, se establece el siguiente proceso productivo con las actividades en secuencia para la elaboración del producto final:

Cuadro N° 4.- Diseño del Proceso Productivo



Fuente: Empresa Maizlia Ltda.
Elaborado por: Autora

El cuadro de diseño del proceso productivo establece 8 actividades que se deben realizar entre las áreas de producción y distribución.

4.14.- Área Manejo de Materia Prima

En esta área, se mencionan obligaciones de los trabajadores y se señala la secuencia de las actividades en el área de manejo de materia prima.

4.14.1. - Desembarque De Los Quintales

Se establece la actividad de desembarque de los quintales, debido a que se planifica, un lugar de recepción de la materia prima que el productor va a distribuir a la empresa. La materia prima que se considera para el desembarque es el maíz en grano, la harina de maíz y el azúcar. La materia prima se receipta mediante quintales, por lo tanto, debe ser estibado y revisado cuando llegue a las instalaciones de MAIZLÍA LTDA. El área de la materia prima enfoca mayor responsabilidad en la manipulación y revisión del maíz, ya que es susceptible a daño por temperatura. En la etapa, Desembarque de los quintales, debe existir el **Espacio de Recepción**, que es el lugar con ingreso vehicular para recibir la materia prima, posteriormente, debe ser receiptado en el **Espacio de Verificación** en donde se acepta o rechaza el estado de la materia prima. La verificación, debe tener un espacio con comodidad en donde los trabajadores

de planta, Ing. Agrónomo y Subordinados, verifique el estado de la materia prima, tomando una muestra aleatoria de los quintales, descargando los quintales o sacos en un espacio en el que se analiza el grano y la harina.

Entre las actividades en secuencia que deben ejecutar los empleados, se encuentra:

1. Limpieza del área de bodega temporal.
2. Guiar y estibar la materia prima del productor para su verificación.
3. Examinar el estado de la materia prima del productor.
4. Realizar el estibaje a bodega temporal

4.14.2. - Bodega Temporal

Posterior al área de verificación, la materia prima debe ser trasladada a bodega. La bodega temporal es el espacio de distribución de la materia prima a las diferentes áreas de producción. En la bodega temporal, se realizará el almacenamiento de la harina de maíz amarilla, el grano de maíz suave seco-mote y azúcar en quintales hasta que pase al proceso de limpieza y/o almacenamiento final. La bodega temporal se ejecuta el almacenamiento de los granos mediante sacos, los cuales deben estar en un espacio apropiadamente acoplado para conservar la temperatura ideal de los quintales de maíz en harina y en grano, ya que con énfasis se menciona que es el más propenso a daños en su manipulación y conservación. Por lo tanto, el sistema de bodega temporal debe “almacenar el grano de consumo en un lugar fresco, seco y limpio, libre de insectos y plagas como el gorgojo” (Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuaria, 2003).

Los saborizantes y conservantes se conservan en bodega temporal hasta que se distribuyen a su área específica de cocción.

Entre las actividades en secuencia que deben ejecutar los empleados, se encuentra:

1. Realizar el estibaje a limpieza.
2. Inspeccionar continuamente la conservación la materia prima hasta su limpieza y clasificación.

4.14.3.- Limpieza y Clasificación

Se requiere un área de limpieza solo para el maíz suave seco- mote. En este lugar se procede a limpiar el maíz para posteriormente almacenarlo en el silo. Se aplicaran las técnicas para determinar el porcentaje de impurezas, granos infectados y granos partidos, y el proceso de secado.

Entre las actividades en secuencia que deben ejecutar los empleados, se encuentra:

1. Realizar el estibaje al almacenamiento final.
2. Limpiar y/o clasificar el maíz en grano o harina de maíz.
3. Inspeccionar continuamente la conservación la materia prima hasta su almacenamiento.

4.14.4.- Almacenamiento Final

Se requiere el almacenamiento final para la conserva de la materia prima (maíz y azúcar) hasta que el área de cocción la solicite. En esta etapa, se establece el control constante de la temperatura, plagas potenciales y la humedad ideal de la materia prima.

La materia prima, debe ser almacenada en silos. El uso de los silos conserva el maíz, la harina y el grano en las condiciones deseadas, y a la vez permite ahorrar espacio en la planta. Los silos permitirán conservar un stock en caso de retraso de la entrega del productor.

El almacenamiento final de los insumos para envasado y embalaje se establecerá en un espacio pertinente, almacén final, que conservará el estado de los insumos. Por otro lado, el almacenamiento del azúcar se realizará mediante sacos hasta el pedido por el área de cocción.

Entre las actividades que deben ejecutar los empleados, se encuentra:

1. Almacenamiento hacia los silos del maíz.
2. Almacenamiento de insumos y el azúcar.
3. Inspeccionar continuamente la conservación la materia prima e insumos hasta su distribución.

4.15.- Área de Cocción/ Proceso de Cocción

Se determina la necesidad de un espacio denominado Área de Cocción, el cual, debe tener una cocina industrial, un espacio amplio que permita vaciar con comodidad los ingredientes.

4.15.1.- Proceso de Elaboración

A continuación, se señala el proceso de preparación que los especialistas, Tnelo. Gastronómico y Supervisor Ing. Químico, deben seguir.

1. Agregar los trozos de mote a la marmita.
2. Agregar agua hasta que el mote este completamente cubierto.
3. Hervir el mote hasta que esté blando.
4. En un recipiente a parte, disolver la harina de maíz amarillo para evitar grumos.
5. Verter la harina de maíz disuelta junto con el agua que hirvió el mote.
6. Mezclar los ingredientes de forma constante hasta su ebullición.
7. Agregar saborizante de naranjilla, aromatizante de canela y azúcar.
8. Disolver el conservante en agua y verter en la mezcla.
9. Esperar la ebullición y consistencia espesa de la preparación.
10. Dejar reposar y envasar.

MAIZLI MIX, es un producto a base de maíz que necesita de refrigeración y conservante. El conservante permitirá la preservación de la mezcla y duración del contenido. El Ing. Químico, evaluará y comprobará, mediante análisis técnico la respuesta del conservante natural para una cantidad o capacidad de 1200 litros de la marmita, que se implementará en la preparación. Para el proyecto, se detalla las características de un ácido cítrico natural para la conservación del producto:

➤ Ácido Cítrico

Es un aditivo que actúa como antioxidante y conservante natural. En el sector de los dulces y conservas, este aditivo ejerce como acidulante y regulador del PH para lograr una óptima gelificación. (Bristhar Laboratorios,

C.A, 2010). Debido a que Maizli Mix es un postre en el sector de dulce y conserva, el ácido cítrico permitirá la conservación del producto.

Entre las actividades en secuencia que deben ejecutar los empleados, se encuentra:

1. Preparar la mezcla de la materia prima.
2. Iniciar el proceso de preparación.
3. Inspeccionar continuamente la cocción durante la cocción.

4.16.- Área de Envasado y Etiquetado del Producto

Después del proceso de cocción, se necesita completar el envasado del producto que consiste en:

1. Envasar la preparación en caliente, con ello no se perderá la fluidez de la preparación, debido a que la preparación se espesa durante su enfriamiento, y se debe obtener una capa gelatinosa sólida de la preparación en cada envase.
2. Esperar y Controlar el enfriamiento de la preparación en el vaso hasta sellar el envase

Entre las actividades en secuencia que deben ejecutar los empleados, se encuentra:

1. Envasado de la preparación
2. Supervisión y control del enfriamiento de la cocción en el vaso
3. Sellado de la preparación
4. Refrigeración

4.17.- Área de Distribución

El área de distribución establece la etapa final del proceso de producción, en donde el producto es embalado para su distribución. El embalaje sirve de protección y conservación de la mercancía durante el transporte hacia el lugar de destino, el cliente. (Ángel Cervera, 2003).

4.17.1.- Embalaje

La actividad de embalaje consiste en almacenar el producto final en recipientes que servirán para su distribución. En este caso, el embalaje se procede mediante el uso de cartones.

Entre las actividades en secuencia del área de distribución que deben ejecutar los empleados, se encuentra:

1. Retirar el producto de Refrigeración
2. Embalar el producto

4.17.2.- Entrega o Despacho

Por último, el lugar de despacho es la ejecución de entrega del producto terminado y embalado a los clientes. La carga se realiza en el área de recepción de materia prima para ahorro de espacio.

3. Transportar la mercadería hacia el vehículo
4. Entregar la mercadería al cliente

4.18.- Análisis Producción Orientada al Producto

Con el fin de, evaluar el organigrama o estructura organizacional en las operaciones de fábrica y las necesidades de las áreas. Se indica que el objetivo del proyecto plantea intervenir con una sola propuesta en el mercado, un postre a base de maíz y trozos de mote, denominada MAIZLI MIX. Por lo tanto como demuestra el organigrama, el proyecto establece 3 áreas de producción y 2 áreas de distribución con la actividad de los trabajadores que se enfocan en cada una de las etapas necesarias para la elaboración de un solo producto. Con esta distribución de las áreas, que producirán un solo producto mediante la secuencia de la elaboración, señala que estará guiada bajo un solo proceso productivo. Por tal motivo, la secuencia de las actividades de los puestos de trabajo en las áreas de los departamentos de producción y distribución, distribuciones del trabajo demostradas en el organigrama para el proceso productivo, establece que el tipo de producción que se obtiene, es orientada al producto.

Con el proceso productivo se reducirá costos, ya que la elaboración estará dada bajo tareas repetitivas no complicadas y por lo tanto, no se requiere un trabajador profesional de planta (Estibadores, Oficiales de empaque, embalaje y limpieza), solo se requiere trabajadores con habilidades y rapidez para la manipulación del producto en el envasado y embalaje. Se logra

una máxima productividad a un bajo costo, el volumen de producción será constante y alto.

4.19.- Requerimiento de Maquinaria para el Proceso Productivo

Se señala el requerimiento técnico de la maquinaria en las actividades del proceso de producción, por lo que se describe las características deseadas:

➤ **Contenedores de Acero Inoxidable para transporte de materia prima**

Los contenedores que se requieren servirán para el transporte de la materia prima al área de cocción, carga y descarga de la tolva, y deben ser de acero inoxidable, fijos y de 4 ruedas.

➤ **Carretillas para transporte de Sacos y Productos**

Se establece que para el movimiento de la materia prima en el interior de la empresa, se requiere carros con ruedas neumáticas que soporten o transporten cargas de 300 Kg con palas desde 250 hasta 280 mm de profundidad. Además, de carros de almacén para carga pesada con tubos y plataforma de acero, 2 ruedas fijas y 2 orientales de caucho macizo. Dimensión 1360 mm de largo x 800 de Ancho mm x 1000 Alto mm, con capacidad de 1200 kilogramos.

➤ **Tolva Rectangular**

Las características de la tolva sirven para guardar el producto al granel, harina de maíz y granos de mote. Por lo tanto, se requiere 2 tolvas con:

- Construcción de Acero inoxidable con sistema vibratorio. El sistema servirá para evitar compactaciones e interrupciones de fluidez.
- Como tolva el fondo o base de salida es cónico.
- Medidas: 5,00 mts de Alto x 3,00 mts de Ancho x 0.80 de boca de salida

➤ **Marmita de Cocción fija, Cilindros de Gas industrial**

Para la cocción se necesita un cilindro de gas industrial de 45 KG y una Marmita cilíndrica de volteo con sistema de cocción a gas con una

capacidad de 1200 litros. La marmita debe tener un indicador de temperatura, quemadores de acero inoxidable y un grifo de llenado y descarga.

➤ **Selladora de vasos para Foils de Aluminio**

Para el sellado del producto, se requiere una máquina que permita sellar el producto con una tapa de aluminio. La selladora debe ser semiautomática con facilidad de hacer un sellado oval. Por otro lado, la selladora deberá trabajar con un voltaje de 110 / 220voltios.

➤ **Envasadora de vasos plásticos**

La envasadora debe ser semiautomática de acero inoxidable con regulación de la cantidad de dosificación, debe tener una tolva de alimentación y deberá trabajar con un voltaje de 110 / 220voltios.

➤ **Refrigerador Industrial**

Para el almacenamiento del producto hasta su distribución, se requiere refrigeradores de 3 puertas Dimensiones: 1800 X 740 X 1920 mm, con ruedas y frenos y con un sistema para control de temperatura.

➤ **Mesas, lavaderos y Pallets**

Para el envasado, etiquetado, cocción y embalaje se requiere mesas de acero inoxidable fijas, con lavadero y sin lavadero de doble piso. Las mesas servirán para reposo del producto durante su proceso de producción. Se establece, que las dimensiones de las mesas serían de 2,70 x 0.70 x 0.90 m.

Para el almacenamiento se usaran pallets de madera con dimensión de 1mt x 1 mt. El uso de los pallets permitirá mantener la materia prima separada del piso, con el fin de alejarla de la suciedad o evitar algún contacto con el agua.

4.20.- Ejecución del Proceso Productivo - Tiempo

El tiempo de ejecución de las actividades debe producirse sin interrupciones en el proceso debido a que el producto posee un tiempo de consumo corto al público. Los procesos que se consideran primordiales en atención por interrupciones, son los procesos de cocción, envasado y refrigeración, ya que son los procesos que necesitan mayor tiempo de preparación y el producto es sensible a obtener daños. Aquellos procesos pueden causar pérdidas económicas debido a que la composición o preparación puede perder su consistencia requerida, además de reducir la cantidad planificada de producción semanal y pérdida de la producción. Por lo tanto, no se puede permitir que existan cuellos de botella en el proceso de producción porque la elaboración tardía no permitiría completar la capacidad de producción de 33.660 unidades al mes como se detalla en los costos de producción en el capítulo VII.

4.21.- Conservación del Grano de Maíz

La conservación del grano de maíz está en el manejo o almacenamiento de éste (Instituto nacional autónomo de investigaciones agropecuarias – INIAP, 2011). Por lo tanto, se establece que las condiciones para el almacenamiento en la tolva, los granos de maíz para consumo deben poseer una humedad del 12%, y deben almacenarse en un lugar totalmente fresco y seco entre 10 ° y 12 ° grados centígrados, el lugar de almacenamiento debe estar libre de humedad y libre de plaga como lo es el gorgojo.

Cuando se aplique el apile de los sacos en la bodega temporal, éstos se deben colocar sobre tablas o tarimas con una distancia de 10 cm de la pared para evitar la absorción de humedad.

La limpieza para el almacenamiento y conservación de la materia prima, se debe enfocar en el control de la plaga denominada gorgojo. Para el manejo de esta plaga, la limpieza debe tener un control y responsabilidad de su función porque no debe almacenar los granos que muestren presencia de esta plaga, ya que el insecto puede dirigirse a los demás granos sanos.

4.22.- Análisis de las Consecuencias de un Incorrecto Almacenamiento

Las consecuencias de no obtener una buena conservación o almacenamiento involucran pérdidas económicas. La no detección de la plaga durante la limpieza puede ocasionar la pérdida de toda la materia prima en stock, y de la futura en el caso que se detecte la plaga después del almacenamiento de la nueva materia prima. Un incorrecto almacenamiento ocasiona retraso o interrupciones en el inicio proceso de producción debido a la secuencia de trabajo que se sigue para la elaboración del producto, lo que representaría una reacción en cadena de mano de obra paralizada ya que cada área siguiente en el proceso de producción depende de la anterior.

CAPÍTULO V

ESTUDIO DE MERCADO

5.- Objetivo del Estudio de Mercado

El capítulo desarrolla la recopilación y análisis de datos del mercado para la toma de decisiones actuales o futuras del proyecto. Por lo tanto, se plantea alcanzar los siguientes objetivos:

1. Ubicar las características del mercado que influyen en la producción o comercialización del producto Maizli Mix.
 - a. Delimitar el número de consumidores potenciales en el mercado Guayaquileño.
 - b. Determinar las condiciones climáticas que afecta al habitante Guayaquileño y al productor de la materia prima.
 - c. Conocer el nivel de vida de los habitantes del cantón Guayaquil.
 - d. Exponer el comportamiento del consumidor en los supermercados o autoservicios.
 - e. Indicar la situación de los mercados cercanos con relación a las condiciones de vida.
 - f. Localizar la obtención de la materia prima.
 - g. Determinar los beneficios que recibe el empresario y agricultor ecuatoriano del gobierno.
 - h. Indicar la situación del empresario según las actividades económicas de Guayaquil.
 - i. Conocer las características de los productos que oferta la competencia en el mercado Guayaquileño.
 - j. Determinar la aceptación del producto, el patrón de consumo y las preferencias que tienen los consumidores potenciales.

5.1.- Población del Cantón Guayaquil

Guayaquil posee una población de 2'350.915 de habitantes. Existe 1'192.694 de habitantes de género masculino y 1'158.221 de género femenino. En cifras, el número de mujeres supera al género opuesto con 34.473 personas, como se puede observar en la siguiente descripción cuadro N°5.

Cuadro N° 5.- Distribución de la Población de Guayaquil



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)

Elaborado por: Autora

Se delimita, el número de habitantes por edad entre hombres y mujeres de 15 a 54 años, lo que da un total 1'381.697 de consumidores para el proyecto. Se señala, que el objeto de observación en la población se enfocará al comportamiento en el consumo de adolescentes, adultos y adultos mayores.

5.2.- Clima

➤ Ciudad

La temperatura promedio del cantón Guayaquil está entre 20 y 27° C con un clima tropical. Posee 2 periodos climáticos, uno lluvioso y húmedo que aparece desde diciembre hasta abril, un verano austral conocido como invierno, y desde mayo a diciembre con un clima seco y más fresco conocido como verano. (Municipalidad de Guayaquil, 2011).

El cantón posee un clima tipo Tropical con temperaturas calurosas en la región de la costa. De los 4 tipos de clima tropical, Clima Tropical Húmedo, Monzón, de Sabana y Seco, la provincia del Guayas posee el clima tropical de Sabana y tropical de Monzón cuyas características son los veranos secos y meses lluviosos.

➤ Agricultura

El riesgo agroclimático o el riesgo de la producción de maíz está presente en el Ecuador. Se define al riesgo como “la combinación de la probabilidad de que se produzca un evento y sus consecuencias negativas” (CIIFEN, 2010).

El Centro Internacional para la investigación del Fenómeno del Niño (CIIFEN) establece la aproximación del riesgo agroclimático a la provincia del Guayas tanto para 2 de sus provincias aledañas, en los cultivos de maíz. Las zonas maiceras tanto para la provincia del Guayas como para muy pequeños sectores de cantón Guayaquil poseen un riesgo agroclimático moderadamente bajo a medio. Anexo N° 6.

5.3.- Estratos Socioeconómicos

Es necesario entender de alguna manera la situación del mercado meta, o a su vez conocer la situación actual de las condiciones de vida de los habitantes de la ciudad de Guayaquil. Las condiciones en análisis se dan mediante los Estratos Socioeconómicos. Esto es, información que tiene como fin obtener datos que indiquen el estrato socioeconómico de los hogares. Para ello, se utiliza la información del Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC.

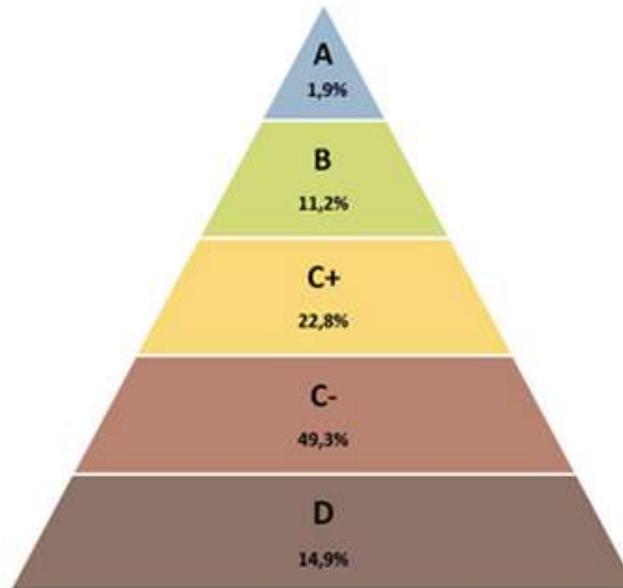
En el Ecuador, se halla que las ciudades más importantes como lo es la ciudad de Guayaquil, Quito, Ambato y Machala, el estrato económico de los hogares ecuatorianos es de nivel medio. Un análisis a partir de las Posesiones de bienes, Accesos de tecnología, Hábitos de consumo, Nivel de educación y Características de la vivienda, señala datos del 83.3 % de 9.744 de viviendas del área urbana con hogares de este nivel medio. De esta manera, se entiende que las condiciones de vida según la capacidad adquisitiva en la que viven los ecuatorianos, la categoría de clase media es predominante en aquella muestra.

5.3.1.- Análisis del Estrato Socioeconómico de la Población de Guayaquil

La participación de Guayaquil en este tipo de análisis, señala que es muestra importante de estudio. Se considera que Guayaquil es la ciudad mayor poblada en el Ecuador. Si los datos de los sectores mayores poblados muestran como resultado que el 83.3% es de nivel medio, esto indica que más de la mitad de las personas encuestadas vive en condiciones cuya necesidades básicas son satisfechas y

que solo pueden darse ciertos lujos como estrato medio. Esta herramienta permite clasificar a los hogares con nivel socioeconómico en el territorio y ayuda a entender el comportamiento de consumo de la población.

Ilustración N° 2.- Estratificación del Nivel Socioeconómico



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC
Elaborado por: INEC

La situación socio económica que se encuentra recopila información importante para comprender la decisión de comprar de una familia o habitante Guayaquileño según el estrato socioeconómico, además de las estrategias de crecimiento futuras de la empresa.

5.4.- Descripción del Mercado Productor de Materia Prima

La materia prima es la herramienta de trabajo indispensable para la elaboración de cualquier producto, esto incluye al postre a base de maíz. El proyecto en estudio tiene 3 productos esenciales, maíz duro seco en harina, maíz suave seco en grano y naranjilla. Para el caso de maíz, se halla que son diferentes tipos de maíz para producir el postre y poseen una gran demanda de producción y consumo en el Ecuador. A continuación, se muestra el comportamiento de los sectores de cultivo y los lugares de mayor producción

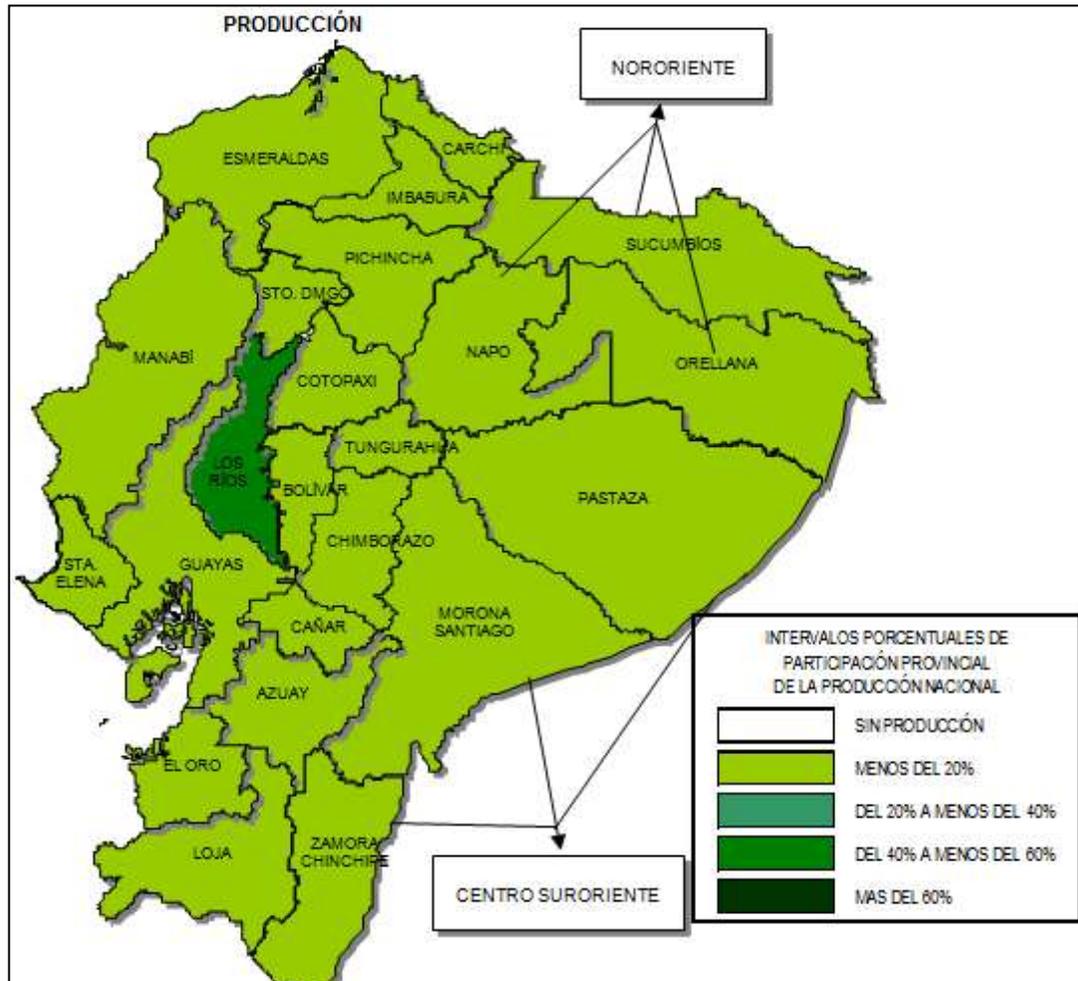
del maíz, con el fin de determinar la ubicación de productores o proveedores potenciales.

5.5.- Situación del Mercado de Maíz Duro Seco y Maíz Suave Seco en la Región Costa

Uno de los productos importantes del proyecto es el maíz. Para ello se detalla la situación en la región para conocer de una manera amplia, el lugar de mayor producción y por ende de mayor oferta, lo cual interesa para localizar el convenio con el productor del maíz (maíz duro seco y maíz suave seco) para la empresa Maizlia Ltda.

Se señala que los dos tipos de maíz poseen diferente usos para la alimentación. Se menciona que tanto el maíz suave como el maíz duro poseen algunas variedades que definen su periodo de cosecha, su rendimiento y sus usos en la alimentación. El maíz suave se caracteriza por el tipo de grano harinoso y suave, con usos destinados para la alimentación humana. Sin embargo, el maíz duro puede ser elaborado tanto para alimentación humana como animal. Ambos, se transforman dependiendo del tiempo de su cosecha, del tipo de maíz y el tipo de producción que el agricultor ejecuta, es decir, un maíz tipo choclo suave, semiduro o duro seco al granel, molido o triturado. Dependiendo de la variedad o el tipo de maíz que se ha cultivado puede realizarse la oferta al granel o transformarse en harina. Por lo tanto, la investigación sobre la producción del maíz se realizará en ambos tipos de maíz.

Ilustración 2.- Producción de Maíz Duro Seco (Grano)

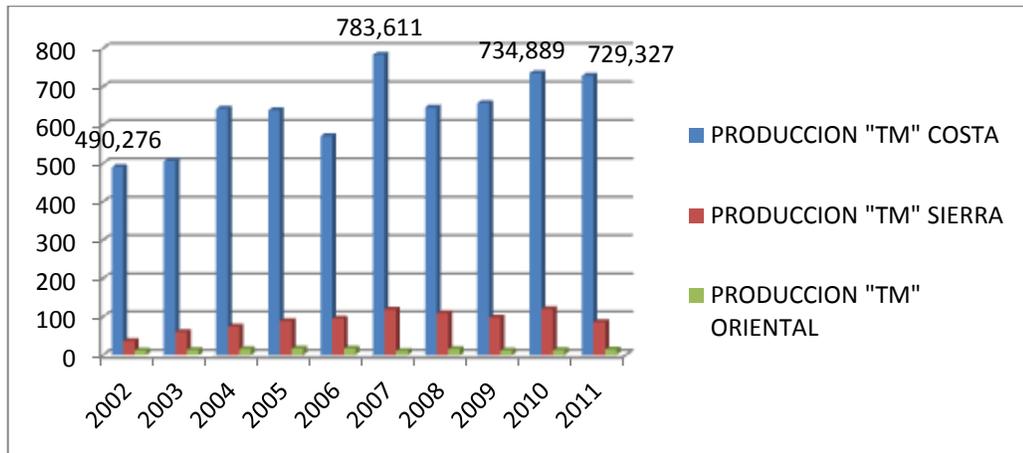


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC

Elaborado por: INEC

El maíz es uno de los principales cultivos en el Ecuador. Se encuentra localizado en la región de la costa ecuatoriana, región que posee la mayor producción de maíz Duro Seco, representando ser el mayor productor de maíz a nivel nacional como se observa en el cuadro N° 6. La producción de 729.327 toneladas métricas es cosechada de una superficie de 197.974 hectáreas. Las superficies cosechadas según participación nacional se concentran en tres provincias, la provincia de Los ríos, Guayas y Manabí, como se observa en la ilustración N° 3.

Cuadro N° 6. -Producción de Maíz en las Regiones del Ecuador (TM)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC
Elaborado por: Autora

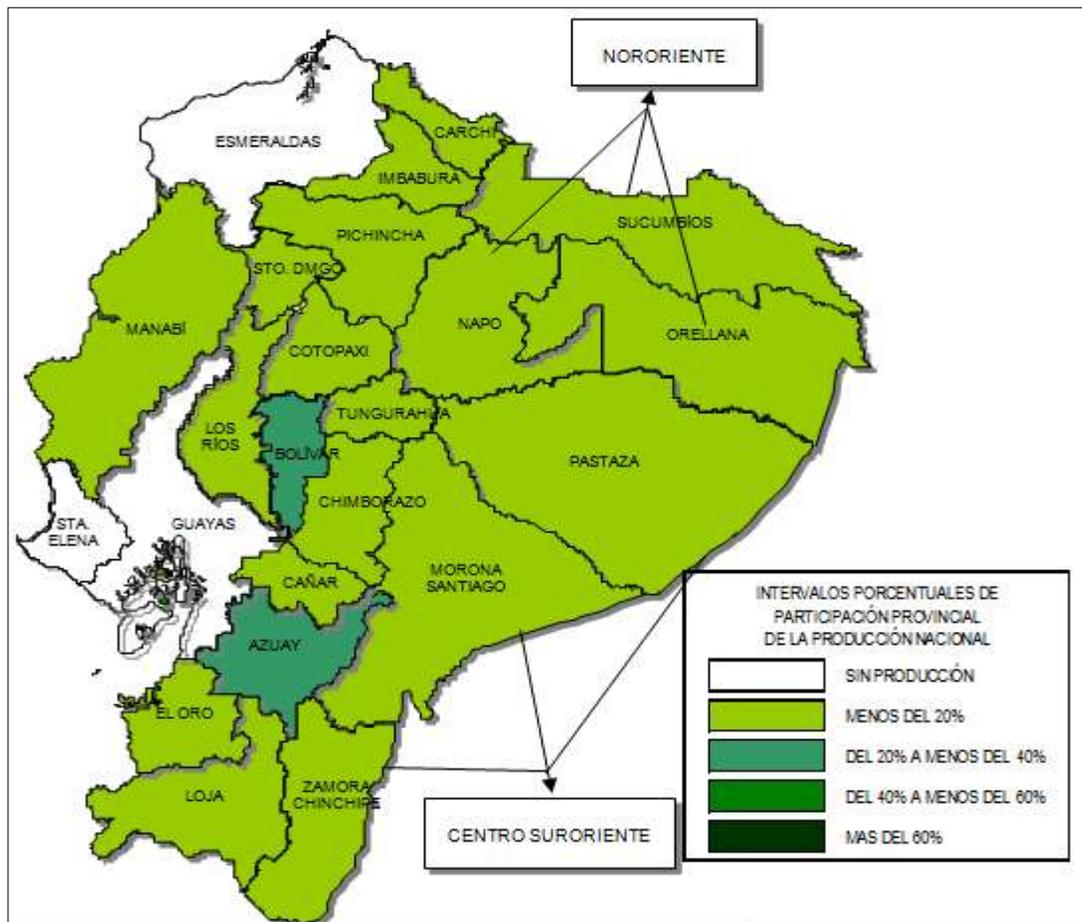
El maíz duro seco que también puede ser procesado en harina de maíz, tiene su producción principal en la Región Costa. La provincia del Guayas, y dos provincias más como lo es Los Ríos y Manabí suman el 72,29% de la superficie total cosechada hasta el año 2011. Por otra parte, en la región productora solo la provincia de Los ríos ha representado el 42,15% de participación nacional y de producción más alta ya que concentra el 57,68% de tonelada métricas del grano. En la producción de cultivo de maíz, la provincia del Guayas ocupa el segundo lugar de producción de maíz en el Ecuador hasta el 2011.

Ilustración N° 3. - Producción de Toneladas Métricas (tm) del Maíz



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC
Elaborado por: INEC

Ilustración N° 4.- Producción de Maíz Suave Seco (Grano Seco)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC

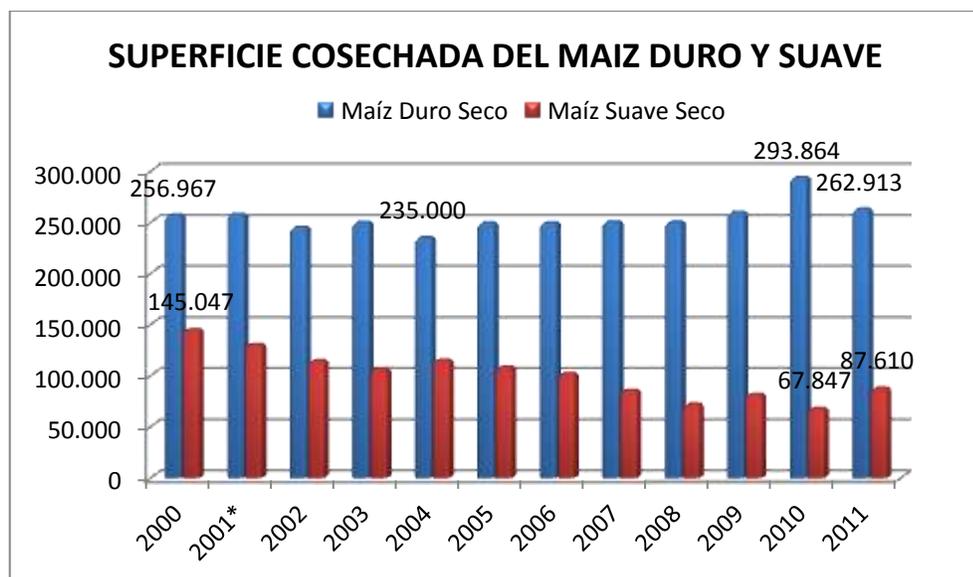
Elaborado por: INEC

El maíz suave seco cuya variedad o tipo de maíz se encuentra el grano tipo mote, es el cultivo cosechado en segunda posición a nivel nacional como se puede ver en las Ilustración N°5. El Sistema de Información Nacional de Agricultura señala que los lugares de cultivo más cercanos a la ciudad de Guayaquil, según manejo tecnificado y semitecnificado, son las zonas de Vinces y Ventanas de la provincia de los Ríos, zonas que poseen un historial de costos de quintales de producción más bajos con respecto a la zona del litoral, AFAVE/Conave y Ecuauquímica hasta el 2009. Anexo N° 7.

La diferencia entre los métodos de cultivo tecnificado y semitecnificado son los costos de producción. Los costos de producción de los cultivos tecnificados son más costosos que los de la producción semitecnificada. Para el caso de la

zona de Vinces, los costos de producción son los más bajos (\$ 7.61) mientras que los cultivos con desarrollo tecnificado los costos superiores se dan por Ecuaquímica (\$ 9.04).

Ilustración N° 5.- Superficie Cosechada a Nivel Nacional



Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca-MAGAP

Elaborado por: Autora

5.6.- Situación del Mercado Productor de Naranja

Ilustración N° 6.- Producción de Naranja

PROVINCIA	Superficie cosechada (Ha.)	Producción en fruta fresca (Tm.)	Rendimiento (Tm. /Ha.)
Total Nacional	3.643	20.005	5,49
Cotopaxi	44	337	7,71
Imbabura	193	1.400	7,26
Morona Santiago	518	3.210	6,20
Napo	1.503	7.008	4,66
Orellana	59	386	6,52
Pastaza	237	1.199	5,07
Pichincha	314	2.141	6,82
Sucumbíos	605	3.128	5,17
Tungurahua	27	261	9,54
Zamora Chinchipe	143	935	6,54

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca-MAGAP

Elaborado por: Autora

Es importante conocer los lugares de expendio del producto, en este caso la naranjilla, es un producto cosechado en 10 provincias del país, entre las cuales, no se incluye a la provincia del Guayas por ende no al cantón Guayaquil. Para conocimiento del estudio, se puede ubicar el convenio al productor los lugares mencionados en la ilustración N°5. Sin embargo, la ilustración demuestra que la compra dependería de lugares lejanos que para facilidad de acceso y observación de sus condiciones de cultivos, se limita el uso de este producto. Además, se puede hallar posibilidades de reemplazo de esta materia prima a esencias de la misma que si se pueden hallar en la ciudad.

Se indica la producción y rendimiento a nivel nacional de la naranjilla, serie histórica de superficie, de las provincias con representatividad al año 2010. Los datos se elaboraron a Enero del 2011 por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, y el Sistema Información Geográfica y Agropecuaria (SIGAGRO). Ilustración N° 6

5.7.- Análisis del Entorno Externo - PESTN

Se utiliza el análisis del entorno Político, Económico, Social, Tecnológico y Natural (PESTN), para indicar la situación del mercado que pueden interferir a la oferta o demanda del postre de maíz. Se analiza 5 áreas importantes:

5.7.1.-Factores Políticos – Legales

Se detalla la Política Industrial en: Ley de Agroindustria, Ley de Fomento Industrial, Ley de la pequeña Industria y Ley de Fomento Ambiental. Leyes que pueden intervenir en la oferta del producto.

Política Impositiva- Agroindustria.

- Acuerdo ministerial para la fijación de precios de maíz para la cosecha
- Regulación del comercio interno - Medidas de Protección a la producción nacional mediante Impedimento del maíz importado Argentino al mercado interno por mandato del Gobierno de la Republica Ecuatoriana.

Leyes de Protección de Medio Ambiente

- Impuesto Redimible a las Botellas de Plástico No Retornables (Ley de Fomento Ambiental y optimización de los Ingresos del Estado)

- Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular (Ley de Fomento Ambiental y optimización de los Ingresos del Estado). El impuesto Ambiental empezó vigencia a partir del año 2012, estableciendo su última reforma en mayo del mismo año

Política Industrial

- Motivación a las micro, pequeñas y medianas empresas, artesanos y empresas de economía social y solidaria, promoviendo la producción de bienes y servicios de calidad por el Ministerio de Industria y Productividad del Ecuador (MIPRO, Ley de Fomento Industrial y Ley de la pequeña industria)
- Ley Orgánica de Defensa al Consumidor: Información Básica Comercial (Información Pública del bien, Idioma y moneda, Garantía, Productos deficientes o Usados, Producción y Transgénica, Rotulado Mínimo de Alimentos, Información de bienes de naturaleza durable); Regulación de la Publicidad y su Contenido (Publicidad Prohibida e Infracciones Publicitarias); Responsabilidades y obligaciones del Proveedor
- Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM) (Ley Antimonopolio) – Reglamento que se promulgo 23 Abril del 2012. (SENPLADES)

5.7.2.- Factores Económicos

- Fijación de Precio de venta del maíz por quintal; \$16,50 al invierno y verano del 2012.
- Regulaciones del MAGAP respecto a la verificación de los centros de acopio de maíz para que cumplan con el precio oficial.
- Intervenciones del Banco Central para la entrega de 20 haciendas productivas a los campesinos.
- Producto interno bruto (PIB) tiene un crecimiento de 4,4 % y una tasa de inflación de 4,16 % de la economía. 2012.
- Inflación Anual Pronosticada del 2012 fue de 5,14 %.

- 4,7 % de disminución de la pobreza nacional del 2012; 3,10 % (2010) y 32,4 % (2011) en el Ecuador.
- Reducción del 11 % de la pobreza urbana de Guayaquil.
- Disminuye la desocupación 4,9 %, aumenta la ocupación plena 49,9 %, y se reduce el subempleo a 43,9 % del mercado laboral.
- Incremento anual de las ventas de alimentos procesados a nivel nacional a un 58 % hasta el 2010.
- Crecimiento de la industria manufacturera del 6.8 % en el 2012.
- Incremento de ventas del sector de alimentos procesados por número de trabajadores que va desde 107.68 del 2009 aumentando a 110.57 del 2010.

5.7.3.- Factores Sociales – Culturales

Condiciones Socio-económicas de la Población

- Estructura de la población por edades y genero de los individuos.
 - Edad media de la población 29,1 años al 2010
- Evolución demográfica - Tasa de crecimiento poblacional de Guayaquil del 2001 al 2010 decrece del 2,38 al 1,58.
 - Total de personas ocupadas con seguro general 36,0%.
 - Personas con seguro de salud privado 11,4 %.
- Nivel Educativo- Cobertura del sistema de educación pública 60,7 %-2010.
 - Analfabetismo educativo \geq 15 años de 3,1%-2010
 - Analfabetismo digital \geq 10 años de 24,8 % - 2010
- Hogares – Tecnología.
 - Personas que usaron internet es de 28,8 %
- Tenencia de la vivienda y servicios básicos que dispone.
 - 51,7% de los hogares tienen viviendas propias y totalmente pagadas;

- 58,7% de las viviendas poseen servicios básicos públicos (incluye luz eléctrica, agua, escusado y eliminación de basura por carro recolector)

5.7.4.- Factores Tecnológicos

- Se promueve el Sistema de Transferencia y difusión de tecnología (STDT) para el usos de la tecnología de fácil acceso, bajo costo, aplicación inmediata y uso limitado de insumos químicos (MIPRO)
- Existencia de Estaciones y Granjas Experimentales. Desarrollo e investigación de las semillas por el INIAP. Ofrece información del manejo técnico de las plantas y semillas

5.7.5.- Factores Naturales

- Riesgo agroclimático del Fenómeno de El Niño en la zona del Guayas y en los cultivos de maíz que se produzcan. Existencia de registro en la complicaciones climáticas del país e iniciativa de Centro Internacional para la Investigación del Fenómeno de El Niño con “Información Climática Aplicada a la Gestión de Riesgo de los países Andinos”
- Foros de Perspectivas climáticas para Sudamérica por el Centro Internacional para investigación del fenómeno del Niño (CIIFEN)

Con las características del comportamiento del entorno externo político se analiza que:

El entorno de la política establece que existe un poder decisión y protección al agricultor ecuatoriano por el Gobierno del Ecuador. Se observa, que el Gobierno aplica intervenciones para regular del comercio interno, es decir, establece una protección al mercado productor nacional cuando los compradores nacionales no respetan el precio oficial de compra y cuando hay un ingreso exterior que ocasione pérdidas al agricultor. Por lo tanto, se establece que las actividades del Gobierno se enfocan y son participes a la protección de la producción nacional, situación que implica que el comprador de la materia prima fije la compra de la materia prima a un precio oficial y no por debajo de ésta ya que el productor venderá el producto al mejor ofertante, como

podría ser el caso a la UNA que en sus centro de acopio respeta el precio de compra.

La política ecuatoriana realiza una preocupación a la protección ambiental. La política ecuatoriana menciona la responsabilidad con el medio ambiente y las consecuencias que recibirá el comerciante, al no establecer una actividad responsable a la contaminación. Por lo tanto, los impuestos obligan al proyecto en estudio, a que se opte por la compra de vehículos que produzca menos contaminación y al uso de envases biodegradables.

El Ecuador y su política industrial, apoya y promueve a las micro, pequeñas y medianas empresas, situación que favorece a la actividad de comercio y de la industria. La iniciativa del gobierno favorece a los fabricantes o productores ya que pueden recibir apoyo mediante capacitación empresarial, capacitación técnica o facilidades de crédito. Entre los apoyos gubernamentales, se puede referir a las capacitaciones a los agricultores o la propuesta de la corporación financiera nacional (CFN) para estimular la producción industrial del país.

El gobierno Ecuatoriano con la ley orgánica de defensa al consumidor, señala que comerciante es obligado a ofertar un producto de consumo humano siempre elaborado al bienestar del ser humano. Es decir, no puede existir una publicidad engañosa o la omisión de información o demás puntos que señala la ley, ya que la ley impediría la elaboración o producción del producto propuesto. Por lo tanto, se establece que el gobierno no aceptará ninguna propuesta de producción sin que se determine su aceptación para participar en el mercado.

La situación de los factores externos económicos señalan que:

MAIZLIA LTDA no posee un control del precio para la compra del maíz y no puede realizar una compra, a los centros de acopio como a los agricultores, a un precio menor al precio oficial. La empresa podría encontrar mayor número de ofertantes agricultores ya que se incrementan las entregas de haciendas productivas.

El crecimiento del PIB indica que aparece un aumento en la producción de bienes y servicios de la economía de 4.4 %, lo que representa mayor ingreso

para la economía. Por otro lado, se señala que el índice de los precios al consumidor resultado del año 2012 es menor al pronosticado para el año de 5,14 %, cerrando con una tasa de inflación al 4,16 %. Es decir, la carestía de los productos ha disminuido.

Existe una disminución de la pobreza de 4.7 % de los porcentajes de 37,10 % (2010) y 32,4 % (2011) según los datos de la CEPAL para el Ecuador. Por otro lado, no solo existe una reducción de pobreza a nivel nacional sino que el cantón Guayaquil también demuestra una disminución del 11 % de pobreza urbana. Los porcentajes de pobreza pueden establecer aumento del ingreso de los hogares pobres.

La reducción del subempleo del mercado laboral señala que los puestos de trabajo un aumento de la ocupación plena en el mercado. La disminución de la desocupación establece que hay más opciones de empleo o contratación en el mercado.

El incremento de la venta de los alimentos procesados a nivel nacional estable un mayor consumo de los habitantes hacia productos industrializados.

La situación de los factores externos Sociales y Culturales señalan que:

En Guayaquil se encuentran individuos con una edad mayoritaria de 29 años y que la tasa de crecimiento del cantón tiene una tendencia decreciente. Esto indica, que existe un número mayor de consumidores potenciales alrededor de 29 años y que se encontrara un mercado que no aumentara el número habitantes.

Con el porcentaje de personas que integran el seguro general y privado se puede conocer el tipo de ingreso. El 36 % de la personas pueden poseer ingresos en relación de dependencia con un trabajo promedio y el 11,4 % pueden obtener ingresos propios de no dependencia, lo cual le permitiría pagar un seguro de salud privado.

Con el nivel de educación se puede conocer que el 3,1 % de la población de Guayaquil no posee una educación que le permita determinar la comprensión técnica de obtener un producto como el que ofrece Maizli Mix. Esto establece,

la posibilidad de que el 3,1 % de la población no tenga conciencia de los beneficios que se obtiene de la compra de un producto procesado industrialmente con un proceso orgánico. Por otro lado, el analfabetismo digital puede establecer que 24,8 % población no obtendrá acceso a la información de la características del producto por el sitio web.

El uso del internet de los hogares señala que el 28,8 % de las personas pueden leer información, noticias y compartir opiniones del producto Maizli Mix. Además, el porcentaje permite establecer que solo el 28,8 % posee la capacidad adquisitiva de contratar o hacer uso del servicio de internet.

Se establece que las condiciones de la vivienda y la obtención de los servicios básicos permitirán conocer las necesidades fisiológicas satisfechas y la posible búsqueda de autorrealización del individuo. Se estima que el 51,7 % de la población del cantón tiene sus necesidades fisiológicas de vivienda satisfechas, situación que genera satisfacción seguridad y protección del lugar en el que habita. Es decir, estas personas no poseen un egreso mensual (renta) de vivienda por el cual posean una preocupación alta o lo que les incite a suprimir egresos innecesarios. Estas personas pueden realizar gastos no necesarios porque no poseen una preocupación de las necesidades fisiológicas de vivienda. Por otro lado, el porcentaje de viviendas con servicios básicos establece un aumento porcentual de las necesidades satisfechas de las personas, con el 58,7 %.

La situación de los factores externos Tecnológicos señalan que:

Existe apoyo a la industria mediante la transferencia y difusión de la tecnología. Es una situación que resulta próspera para el productor debido a que se obtiene conocimiento o capacitación del fácil acceso, bajo costo y aplicación inmediata con el uso limitado de insumos químicos para la tecnología. Para la empresa es favorable la minimización de costos y los procesos que limitan el uso de los insumos químicos.

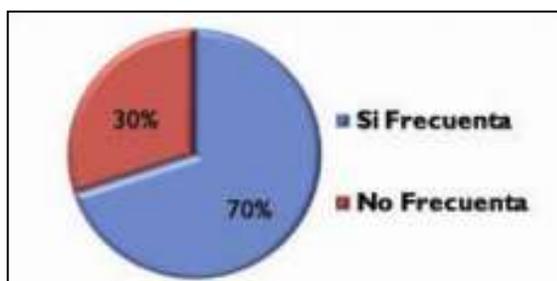
La situación de los factores externos Naturales señalan que:

La provincia y sus lugares de cultivo están propensos a riesgo agroclimático en el maíz. El riesgo de los cultivos permite entender los meses propensos a la situación de encarecimiento de la materia prima o de falta de materia prima. El conocimiento del comportamiento en el riesgo agroclimático y los foros de perspectivas establecen usar la mayor capacidad de almacenamiento posible de la empresa en los meses potencialmente críticos y así, no poseer escasez de materia prima.

5.8.- Centros Comerciales de Guayaquil

Se establece conocer el porcentaje de concurrencia de los clientes potenciales en los supermercados, para el proyecto, de los centros comerciales de Guayaquil.

Ilustración N° 7.- Frecuencia de Visita a Centros Comerciales



Fuente: IPSA Group Latin America

Elaborado por: Área de Estudio Ómnibus de IPSA GROUP.

Ilustración N° 8.- Centros Comerciales de Guayaquil



Fuente: IPSA Group Latin America

Elaborado por: Área de Estudio Ómnibus - IPSA GROUP.

Los cuadros señalan mediante porcentaje la frecuencia de visita a los centros comerciales y los sitios de mayor concurrencia de Guayaquil. La ilustración N° 7 señala que de cada 10 personas entrevistadas 7 frecuentan los centros comerciales, es decir el 70 % de la población urbana. El centro comercial Mall del Sol posee 39 % más de visitas que el resto de centros comerciales establecidos hasta septiembre del 2011. Por otro lado, los días de visitas se dan con un mayor porcentaje los fines de semana, los sábados con un 60 % y los domingos con un 43 % como lo señala IPSA Group.

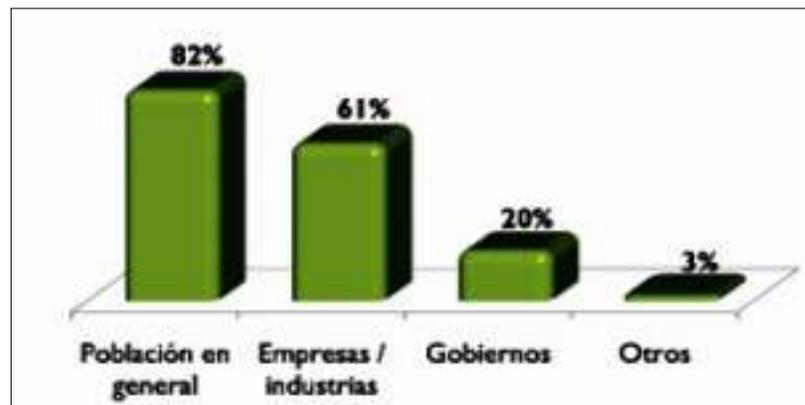
5.8.1.- Distribuidores (Supermercados y Tiendas)

Tatiana Tola (2012) menciona que “según un informe de Ecuador Overview 2012, efectuado por la consultora Ipsa, ahora parte de Nielsen, el autoservicio se ha constituido en el primer canal de compra de los hogares de Guayaquil y Quito, ya que presenta una penetración del 94,5% frente al 93,4% de las tiendas”. Situación que indica que el consumo en los supermercados es mayor al del consumo de las tiendas.

Los porcentajes indican que los autoservicios o supermercados poseen un nivel participación ligeramente mayor al de las tiendas surtidas o de abasto. Sin embargo, las tiendas no pierden su participación en ambos mercados.

5.9.- Conciencia Ambiental del Consumo de productos

Ilustración N° 9.- Responsables del Cambio Climático



Fuente: IPSA Group Latin America

Elaborado por: Estudio Ómnibus en Hogares - IPSA GROUP.

El estudio realizado por IPSA, entre Guayaquil y la capital ecuatoriana, demuestra que el 82 % de la población tiene conciencia de que las consecuencias de los cambios climáticos empiezan por la actuación de cada persona. El 61 % de entrevistados establece que los incidentes con el cambio climático se generan por las actividades de la empresas y las industrias.

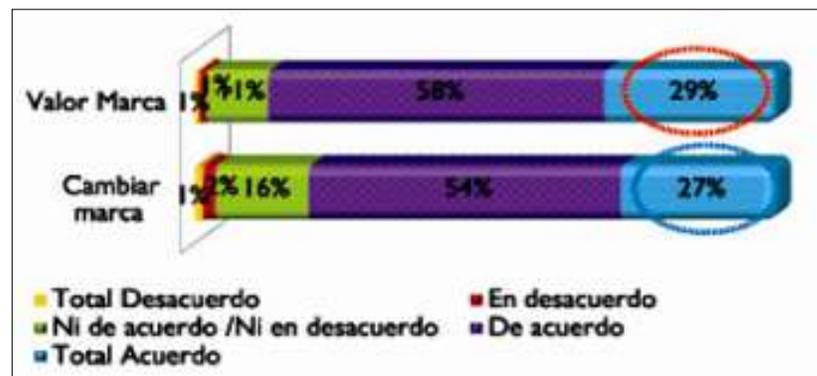
Ilustración N° 10.- Demanda de Productos con Preocupacion Ambiental



Fuente: IPSA Group Latin America
Elaborado por: Estudio Ómnibus en Hogares - IPSA GROUP.

La ilustración N° 10 señala, entre Guayaquil y la capital ecuatoriana, que el 75 % de los entrevistados pagarían más por un producto que este diseñado en base al cuidado del medio ambiente.

Ilustración N° 11.- Cambio de Marca Habitual por Marca con Protección Ambiental



Fuente: IPSA Group Latin America
Elaborado por: Estudio Ómnibus en Hogares - IPSA GROUP.

La ilustración señala, entre Guayaquil y la capital ecuatoriana, que entre los entrevistados 80 % cambiarían la marca habitual de consumo por una marca que proponga procesos productivos con protección ambiental. El 87 % está consciente de que las propuestas de productos con procesos que involucren protección ambiental provocaría aumento del valor de la marca.

5.10.- Descripción de la Población por Provincia - Guayas

A continuación, se detalla de manera breve la situación de pobreza para conocer las características básicas de la población de la provincia y la región, con ello se señalará las respuestas posibles de un mercado futuro; las estrategias de expansión de la empresa Maizlia Ltda.

5.10.1- Población Urbana en condiciones de Pobreza

La provincia del Guayas hasta el mes de marzo del 2012 señala la incidencia de pobreza urbana comparada con todas las provincias del país. El año 2011 la provincia del Guayas en el porcentaje de las condiciones de pobreza se encontraba entre los intervalos del 15.5% y 24%, localizada en el penúltimo puesto de incidencia de pobreza entre provincias, contrario a hasta Marzo del 2012 que se encuentra entre el 9.0% y el 15.5%. Los porcentajes muestran que el nivel de incidencia de pobreza ha disminuido en relación a las tasas observadas en el año 2011, lo que indica aumento de una población económicamente activa en el mercado laboral de la provincia.

Ilustración N° 12. - Condición de Pobreza del Guayas

Núm. De provincias dentro de los intervalos de pobreza			
Porcentajes		Mar.2011	Mar.2012
	(41- 55]	2	0
	(24 - 41]	8	5
	(15.5 - 24]	9	10
	(9 - 15.5]	4	8

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Elaborado por: Dirección de Estadística Económica

5.11.- Descripción de la Población por Región - Costa

5.11.1.- Población Urbana Económicamente Activa en Condiciones de Pobreza

Para entender las condiciones de pobreza de la región de la costa, se señala la participación geográfica dentro de las 3 regiones Amazonia, Sierra y Costa. Se encuentra a la región de la costa con la menor tasa de pobreza urbana de 6.5%, la tasa más baja en las 3 regiones, y la tendencia más baja desde el año 2008 de 13.4%. La región de la costa posee la tasa más baja de pobreza a nivel nacional aunque la totalidad de la tasa no sea completa por razones de que el complemento es de zonas aun no delimitadas.

Ilustración N° 13. - Población Urbana Económicamente Activa en Condiciones de Pobreza



Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Elaborado por: Dirección de Estadística Económica

5.12.- Centros de Acopio

Se señala la función de los centros de acopio para el almacenamiento de los granos. Con ello, se indica los lugares posibles de expendio que el fabricante/empresario puede encontrar en aquellos lugares construidos para el almacenamiento.

El alimento y su conservación es uno de los asuntos con atención primordial para satisfacer las necesidades alimenticias de un pueblo. Es por aquello, la importancia del almacenamiento de los alimentos ya que, así se puede obtener

su disponibilidad durante los periodos de escases o de pérdidas en las cosechas.

La capacidad instalada de almacenamiento del Ecuador está dividida por provincias y por actividad, entre las cuales se integra la provincia del Guayas. Lo que señala que en las provincias los centros de almacenamiento, se clasifican según la actividad como se observa en la ilustración N°14.

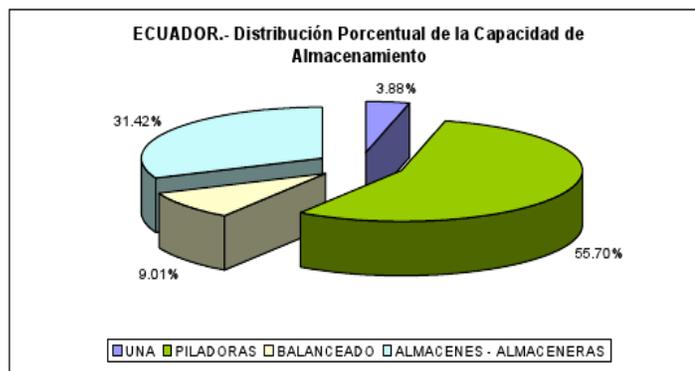
Ilustración N° 14.- Capacidad Instalada de Almacenamiento

Por provincia	Por actividad
El Oro	Agroindustrias Pilladoras Agroindustrias Balanceados Centros de Acopio Almaceneras Participación porcentual
Guayas	
Los Ríos	
Manabí	
Carchi	
Chimborazo	
Cotopaxi	
Otras provincias	

Fuente: Sistema de Información Marino Costera del Ecuador - SIMCE

Elaborado por: Autora

Ilustración N° 15.- Distribución Porcentual de la Capacidad de Almacenamiento



Fuente: Sistema de Información Marino Costera del Ecuador – SIMCE

Elaborado por: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca-MAGAP

Según los datos elaborados por el MAGAP, se indica que la provincia del Guayas, ubicación del cantón Guayaquil, posee la segunda mayor capacidad instalada de almacenamiento en silos y bodegas de 14.998 Toneladas métricas (TM), con 8.998 TM en silos y 6.000 TM en bodegas. La mayor capacidad

instalada de almacenamiento es de la Provincia de los Ríos siendo la provincia más cercana a la ciudad de Guayaquil con 15.500 TM, que cabe mencionar en el proyecto por el motivo de que no se pueda hallar una compra en la misma provincia del Guayas.

Además, se encuentra que el 55.70% de capacidad de almacenamiento es por las Pilladoras, seguido de los Almacenes- Almaceneras con el 31.42%, el 9.01% de Balanceados y el 3.88% por la Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA). La capacidad de almacenamiento establece que no todos los almacenes son centros de acopio del maíz que se requiere de materia prima para Maizli Mix. La descripción porcentual indica los sitios en los cuales se puede encontrar la materia prima.

La capacidad instalada de almacenamiento de los granos, se realiza a través de los centros de acopio privados y de las plantas de acopio de la Unidad nacional de Almacenamiento (UNA) para el maíz. Los centros de acopio fijan los precios de compra al productor según el precio oficial que informe el gobierno.

Los centros de acopio de la UNA, entidad adscrita al MAGAP, proporcionan servicios de secado, limpieza, mantenimiento fitosanitario y análisis de laboratorio a los granos receptados y aprobados para el acopio. El servicio que ofrece la UNA permite que se logre obtener granos de maíz en óptimas condiciones para su transformación posterior.

Los centros de acopio y almacenamiento UNA, almacenan diferentes tipos de maíz, por lo que es necesario una visita previa para determinar el tipo de maíz que ofertan. Se indica, 2 centros de acopio en la provincia del Guayas del maíz como señala la UNA. La Planta Agroindustrial Casanova, ubicada en el cantón El Empalme km 1, vía El Empalme – Balzar, y Agrocomercio y Piladora Morejón ubicada en el cantón El Empalme, km 15 vía Balzar – El Empalme.

5.13.- Comercio Interno y Externo a Nivel Nacional

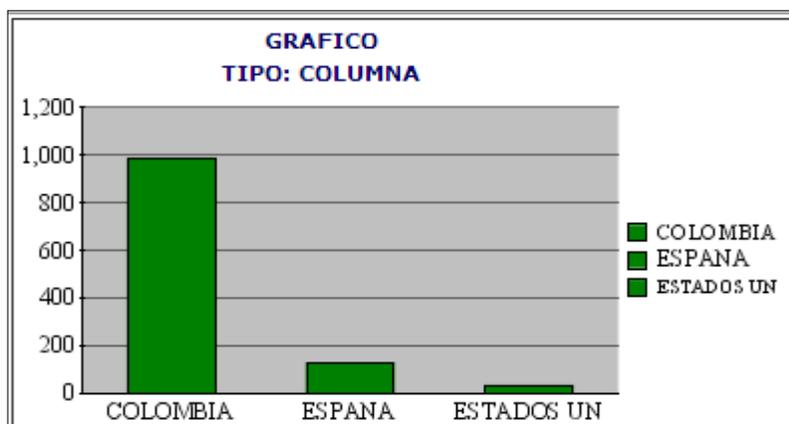
Uno de los problemas de ingreso al mercado son los productos sustitutos, por lo que, se detalla su participación o comportamiento en el mercado interno y externo. Las importaciones y exportaciones del Ecuador indican la participación

de los productos sustitos en el mercado (interno y externo), el alcance de su producción y el nivel de competencia que se puede enfrentar.

5.13.1.- Demanda del Yogurt en el Mercado Nacional/ Importaciones

En el Ecuador se halla que el consumo de yogurt es proveniente de importaciones, de países como Colombia, España y Estados Unidos. Colombia exporta al Ecuador 522.96 Toneladas de yogurt, mientras que de España el 52.45 TN y de Estados Unidos el 6.89 TN. En total el país recibe 582.29 Toneladas de yogurt desde el periodo del 2010/01 hasta 2012/12 como se muestra en el grafico a continuación.

Ilustración N° 16.- Demanda Nacional del Yogurt



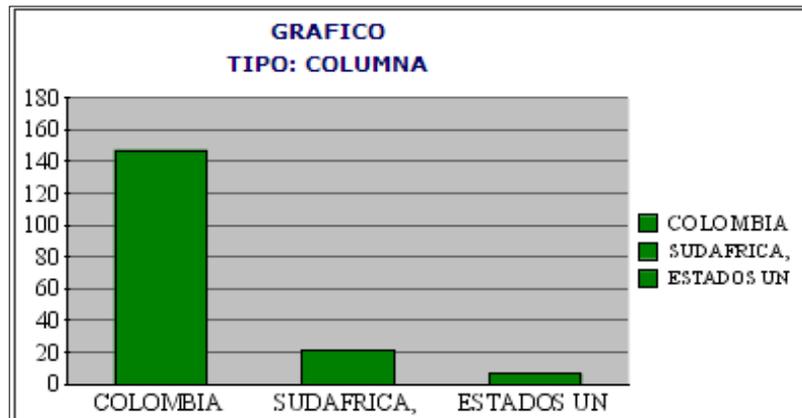
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado por: (BCE)

5.13.2.- Oferta Del Yogurt En El Mercado Internacional/ Exportaciones

La situación de producción del mercado interno para la exportación del yogurt, se encuentra que el Ecuador oferta a países como Colombia, Rep. De. Sudáfrica y Estados Unidos. Se exporta a Colombia 76.97 Toneladas, a Sudáfrica Rep. De. 1.05 TN y a Estados Unidos el 2.21 TN. El total exportado por el País es de 80.23 Toneladas desde el periodo de Enero del 2010 hasta Diciembre del 2012. Como se puede observar en el grafico detallado a continuación.

Ilustración N° 17.- Oferta Nacional del Yogurt



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado por: (BCE)

5.14.- Comportamiento Económico de Guayaquil

Otro punto importante a considerarse en el estudio es conocer el estado en el que se encuentra el mercado al que se busca ingresar, significa comprender la conducta entre los demandantes y los ofertantes del cantón Guayaquil, lo que se conoce como forma o estructura del mercado. Se expone el entorno de competencia de las empresas y las exigencias satisfechas del consumidor, para que la empresa o compañía a ingresar estime como debe ser su actuación y decisión en el mercado que participará con su actividad, entendiendo el comportamiento actual del mercado a competir.

A continuación, se ilustra el comportamiento y desarrollo de la economía del mercado Guayaquileño en estudio. Se indica los ingresos de los sectores económicos y la situación o características de la competencia para el producto Maizli Mix.

Se realiza un análisis de la competencia, indirecta o sustituta, y sus productos. Se observa, el entorno en que los productos de la competencia se ofertan para posteriormente entender la situación que enfrentará el producto Maizli Mix en el mercado Guayaquileño. El objetivo es conocer el tipo de oferta que poseen los competidores, hallar los productos de competencia que se ofertan en el mercado, los consumidores que atraen y la presentación de su oferta.

5.14.2.- Perfil Económico del Cantón

La actividad económica de la ciudad refleja que posee 88.913 establecimientos económicos. Los establecimientos generan un total de 35.507 millones de dólares de las ventas hechas, ocupando una población de 441.976 de personas empleadas, con un desarrollo económico en inversión de activos fijos de 671,7 millones según los resultados del Censo Económico del 2011.

5.14.3.- Principales Actividades Económicas

Las principales actividades económicas del cantón son: Actividades Productivas, Actividades de Comercio y Actividades de Servicio. En estas 3 actividades, la actividad del comercio de la ciudad se representa mediante el comercio de la venta al por menor de alimentos y bebidas, mientras que la actividad de restaurantes es considerada en la actividad económica de servicio. No obstante para conocimiento del estudio, la actividad Productiva, refleja la elaboración de productos de panadería y manufactura de estructuras metálicas. El comportamiento del mercado refleja que en el comercio, Guayaquil posee uno de los movimientos económicos considerativos.

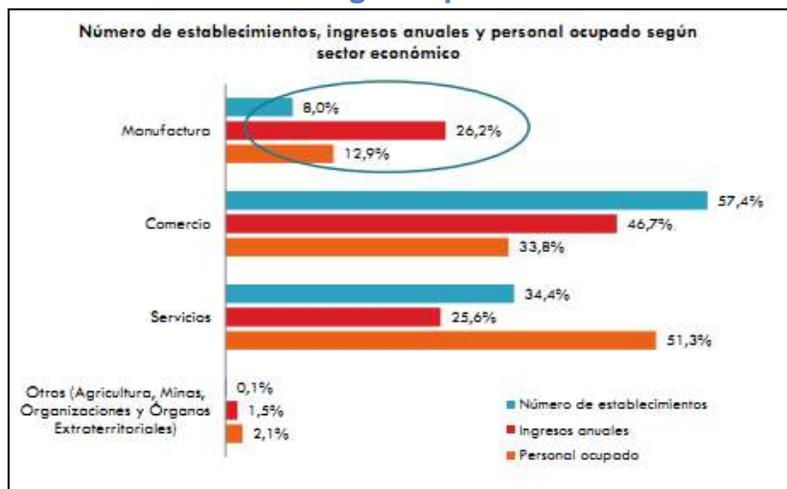
5.14.4.- Ingreso por Sector Económico

El ingreso más representativo por sector económico en cifras es de 16.568 millones en el Sector del Comercio, seguido de los ingresos del Sector Manufactura con 9.317 millones, y en el tercer puesto el Sector de Servicios con 9.106 millones. La actividad de interés en estudio entre los 3 sectores, indica que el Sector de Comercio es el que genera mayor ingreso entre los 3 sectores, representa el 57.4% de establecimientos, el 46,7% de ingresos anuales y el 33,8% de personal ocupado. El Sector de Manufactura tiene el 8% de establecimientos, sus ingresos anuales representan el 26,2% con el 1,9% de personal ocupado. Por otro lado, se encuentra el Sector de Servicios con el 34,4% de establecimientos en la ciudad, generando el 25,6% de ingresos anuales, y supera al Sector de Comercio con un personal ocupado de 51.3%.

Como se puede observar el movimiento económico en cifras de ingresos y porcentajes, la actividad del Sector del comercio es líder en ingresos anuales, con menos contratación de personal. A diferencia del sector de Servicio que

genera menos ingresos anuales y necesita mayor personal para la actividad. Sin embargo, el sector de manufactura supera al sector de servicios, ya que genera mayor ingresos con tan solo el 12,9% de personal ocupado y con menos número de establecimientos.

Ilustración N° 18.- Ingreso por Sector Económico



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
Elaborado por: INEC

5.15.- Los competidores y MAIZLI MIX

El producto Maizli Mix, no es producto que se encuentra en el comercio de productos procesados e industrializados ni posee una oferta en el comercio informal. Se denomina comercio informal a la oferta de productos alimenticios con procesos caseros que no representan seguridad al consumidor. Por lo tanto, se considera que el producto Maizli Mix no posee competencia directa. Los competidores que se establecen para Maizli Mix, son aquellos productos que funcionan como sustitutos de alto grado de reemplazo y han sido tradicionales en la dieta ecuatoriana, además de aquellos productos que se puedan relacionar con las características de Maizli Mix.

Maizli Mix ofertará una composición distinta de los productos actuales en el mercado y reaparece al comercio con una renovación al producto tradicional presentando seguridad en elaboración, mediante proceso industrial y desarrollando preocupación por brindar un producto nutritivo con procesos orgánicos.

5.16.- Tipos de Productos de la Competencia

La competencia posee una variedad de productos alimenticios, funcionales y nutritivos, tipo postre. Por lo tanto, se considera como rivalidad potencial a aquellos productos que pueden satisfacer de forma similar a Maizli – Mix. Los tipos de productos que se clasifican como competencia son los *Yogures, Gelatinas y Avena/Coladas/Chichas*.

5.17.- Marcas Localizadas

Para el proyecto se toma en cuenta las marcas con antigüedad, tecnologías y desarrollo en sus productos y que aparecen como sustitutos inmediatos. Es decir, los yogures y gelatinas, se incluyen como competencia sustituta debido a que poseen una participación numerosa en todo el mercado Guayaquileño. Por lo tanto, las marcas que se clasifican como competencia sustituta son Toni, Alpina y Chivería. Marcas con una larga trayectoria y aceptación del mercado Guayaquileño.

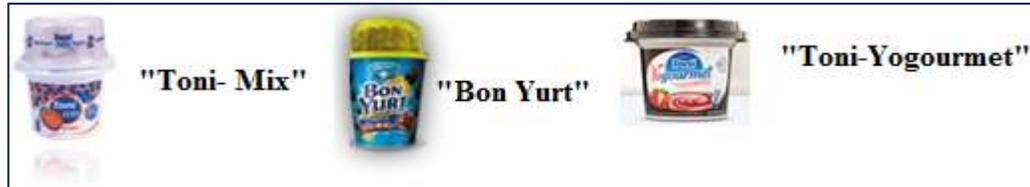
Las avenas/chichas Juan Chichero y Avena Polaca se toman en cuenta por ser la única marca que elabora una oferta única de sus productos. Son productos únicos comercializados de forma industrial. No son productos disponibles las 24 horas del día pero entran en análisis ya que compite con una propuesta renovadora en el mercado.

Se estima, el análisis de estas marcas debido a que Maizli Mix presentará un producto diferente a lo que constantemente el consumidor, observa y ha probado en el mercado. Maizli Mix, ingresará al mercado con una propuesta tradicional renovadora como las propuestas de las marcas Juan Chichero y Avena Polaca. Existirá una competencia por la obtención de clientes potenciales que buscan diferencias a las propuestas de los productos que tiene el comercio actual.

Los productos de avena/ colada son consideradas competencia sustituta, debido a su similitud en sabor pero no en composición ni textura de MAIZLI MIX.

Entre las características y oferta de las marcas sustitutas en yogurt y avenas/coladas se clasifican los productos por similitud al producto Maizli Mix siguientes:

Cuadro N° 7.- Productos de la Competencia



Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Los productos proponen opciones al consumidor como productos adicionales que puede mezclarse al gusto, hojuelas o trozos comestibles. En el caso de Toni, ofrece "Yogourmet" un yogurt con jalea de frutas en el yogurt mientras, "Toni Mix" un yogurt con hojuelas y Alpina con trozos de ciruela en el producto "Regeneris"

La mayoría de las ofertas son elaboradas a base de frutas conocidas. En los productos elaborados como yogurt encontramos los sabores en mora, durazno, frutilla, vainilla y de sabor natural; para los productos en gelatina se encuentran los sabores como: manzana, mora, cereza, frambuesa y frutilla. Por otro lado, se encuentra que Toni oferta jalea de frutas como sabor a frutilla, durazno y chocolate (Yogourmet) en los yogures, y en el caso de Alpina, encontramos productos a base de yogur con sabores similares.

5.18.- Envases de los Productos Sustitutos

Se señala las características de los productos según envase, ofertados por la competencia indirecta actual, entre los cuales se establece el yogurt como primer opción de sustitución de MAIZLI MIX; producto que se muestra en envases de plásticos - tipo vaso compartido, en diferentes diseños y tamaños. Las gelatinas como segundo producto de sustitución, poseen las mismas características de envase de los productos como yogurt sin incluir envases compartidos para los alimentos. Por último, el tercer producto son las avenas o

coladas, alimento típico Guayaquileño, que son bebidas que se ofertan en envases de plástico o tetra pack, sin tapa o con envase compartido.

5.19.- Alimentos Tradicionales y su Relación con MAIZLI MIX

El yogurt, la gelatina y las avenas/coladas/chichas, son alimentos tradicionales en el Ecuador, aceptados de culturas extranjeras por años y otros de origen ecuatoriano. A continuación, se examina como Maizli- Mix compete con estos productos sustitutos.

❖ YOGURT:

El yogurt es uno de los productos con mayor oferta en todo el mercado Guayaquileño, se encuentra desde una tienda de barrio hasta un supermercado. Las características de su composición varían en viscosidad, la cual puede ser alta o baja. Además, se muestra al mercado con diferentes tipos de sabores y presentaciones atractivas del envase. La relación que se encuentra con Maizli- Mix, es la opción de *reemplazo más cercana por nutrición* y disponibilidad numerosa en *oferta*.

❖ COLADA / AVENA:

La colada es un alimento que se puede encontrar con proceso industrial y casero como bebida ecuatoriana. Las bebidas son las llamadas coladas o chichas en la ciudad y es la bebida más conocida y con mayor preparación, su elaboración más conocida es a base de naranjilla por lo que presenta un color amarilloso o marrón claro. La relación que se encuentra con Maizli- Mix es por considerarse una composición similar en *color y sabor*.

❖ GELATINA:

Las gelatinas son otro tipo de productos sustitutos. Puede ser relacionada por la *textura o dureza gelatinosa* de Maizli – Mix.

5.20.- METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El procedimiento para la obtención de la información para conocer las decisiones o preferencias de los consumidores, se realizará mediante la delimitación del mercado y el uso de encuestas.

5.20.1.- Mercado Meta

El mercado al que se proyecta es de 1'381.697 personas entre hombres y mujeres de 15 y 54 años. Se define como objeto de observación al comportamiento del consumo de jóvenes y adultos que buscan satisfacer necesidades alimenticias adicionales a sus 3 comidas diarias, nutritivas de fácil y rápida ingesta.

5.20.2.- Segmento

Para la ubicación del segmento, se elige los lugares del Centro y Norte (Noroeste y Noreste) de la Ciudad por ser lugares en los que se encuentra localizado y reunido mayor número de estudiantes universitarios, centros de recreación familiar, trabajadores de oficina, clientes de bancos, discotecas o bares y demás sitios de reunión por trabajo o familiar. Personas que tienen concurrencia a los sitios comerciales. Además, se eligen las residenciales por las condiciones de vivienda que pueden indicar la capacidad adquisitiva según las necesidades fisiológicas cubiertas.

El segmento a satisfacer serán los consumidores del Norte (Urdesa, Kennedy, Los Ceibos, Alborada, Los Sauces, La Garzota, Acuarela, La Atarazana, Urdenor, Guayacanes, y Samborondon) y Centro (9 de Octubre, Zona Bancaria, Las Peñas, Malecón del Salado y Bahía). Los lugares pretendidos son los Supermercados, tiendas surtidas cerca de residenciales u oficinas y centros de estudios (escolar o universitario).

5.20.3.- Nicho

Norte de la Ciudad

- Centros educativos y familias que buscan una dieta nutritiva para niños menores de 15 años y adultos mayores.
- Jóvenes que busquen un alimento nutritivo.

- Niños y jóvenes de cualquier edad que sean deportistas que requieran un alimento de paso que les ayude a continuar con actividad del día.
- Familias preocupadas por una variación en la dieta de los adultos mayores.

Centro de la Ciudad

- Centros educativos y familias preocupadas por una dieta nutritiva escolar; niños menores de 15 años.
- Hombres o mujeres en horas laborables que complementen o sustituyan el desayuno, o almuerzo.
- Mujeres jóvenes o adultas que busquen alimentos de paso económico y nutritivo.
- Jóvenes deportistas que requieran un alimento de paso nutritivo.

5.20.4.- Recopilación Descriptiva Concluyente

La recopilación de datos se realiza mediante el instrumento denominado cuestionario cuya técnica es la encuesta, lo cual se aplica estableciendo un tamaño de la muestra que será representativa de las decisiones de compra de los consumidores de la población de Guayaquil, aplicada para el centro y norte de la ciudad. La obtención de la muestra se establece mediante la fórmula de *población infinita*. Posterior a aquello, se procesan los datos mediante gráficos demostrando el comportamiento del consumidor potencial. La muestra indicará cuantas encuestas se deben formular como mínimo.

Se usa la fórmula de la población infinita debido a que no se conoce el total de la población de hombres y mujeres con capacidad adquisitiva de compra de un producto nutritivo. Además, la cifra del mercado meta no establece perfiles de clientes no participantes del censo como turistas.

Se utiliza un 97% de nivel de confianza con un límite aceptable de error muestral de 0.05. Se establece la descripción de las variables a emplear para la obtención del cálculo de la muestra:

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

n= tamaño muestra

z= nivel de confianza

p= variabilidad positiva o probabilidad de que suceda el evento

q= variabilidad negativa o probabilidad de que no suceda el evento

e= Margen de error que puede cometerse del muestreo

- Z= 97%= 2.17
- $n = (2.17)^2 (.70)(.30) / (0.05)^2$
- $n = 0.988869 / 0.0025$
- $n = 395.5476$
- $n = 396$ -> Numero de encuestas.

La formula señala que se realizaran 396 encuestas en el centro y norte de la ciudad.

5.20.5.- Tipo de Muestreo

El muestreo se realizó mediante el número de encuestas que se obtienen del tamaño de la muestra. El proceso de muestro aplica criterios con los que se procederá a realizar las encuestas. Por lo tanto, se estableció aplicar un tipo de muestreo no probabilístico por Cuota.

Con el muestreo no probabilístico se obtiene resultados de las personas entrevistadas según los criterios de evaluación, es decir, tienen la posibilidad de formar parte en la muestra si aplican a los criterios. El muestreo por cuota especifica las características que se requieren de los individuos. Para este caso, se utilizo los siguientes criterios de evaluación:

- ✓ Hombres o mujeres con edad de 15 a 54 años del centro y norte de la ciudad, y
- ✓ Ser transeúntes en lugares comerciales y de tiendas surtidas o supermercados, o
- ✓ Ser transeúntes alrededor centros educativos, o
- ✓ Ser estudiantes de centros educativos, o

- ✓ Ser transeúntes alrededor de residenciales con tiendas surtidas o supermercados cercanos, o
- ✓ Ser transeúntes y trabajadores de oficina alrededor de tiendas surtidas o supermercados.

5.20.6.- Tipo de Encuesta y Lugar

El tipo de encuesta que se empleó es personal, una encuesta por punto de venta. Anexo N° 8. Es decir, se realizó una entrevista alrededor de los puntos de venta de las tiendas surtidas y supermercados.

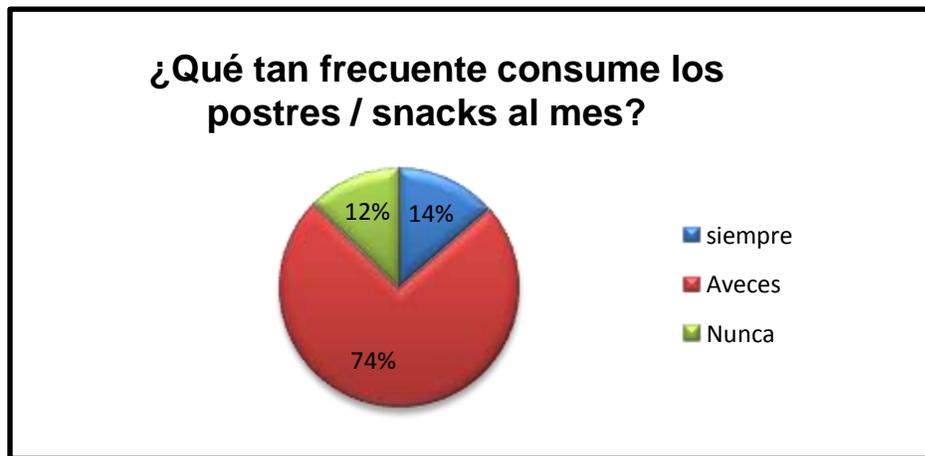
Los lugares que se eligieron fueron:

- ✓ Las tiendas surtidas alrededor del campus principal de la Universidad Estatal (Octubre 3 del 2012)
- ✓ Las tiendas surtidas alrededor de la facultad de Ingeniería en Sistema de la Universidad Estatal, ubicada en Junín 303 y Pedro Icaza (Octubre 5 del 2012)
- ✓ Las tiendas surtidas y supermercados en el centro de la ciudad de Guayaquil, zona bancaria y boulevard 9 de Octubre. (Octubre 14 del 2012)
- ✓ Supermercados de Samborondón (Octubre 13 del 2012)
- ✓ Tiendas surtidas en los sauces IX y VII (Octubre 6 y 7 del 2012)
- ✓ Supermercados y tiendas surtidas de la Alborada (Octubre 12 del 2012)

Fecha de Campo: 3 de Octubre, 5 al 7 de Octubre y 12 al 14 de Octubre del 2012.

5.20.7.- Análisis del Sector Norte y Centro

Cuadro N° 8.- Frecuencia de Consumo

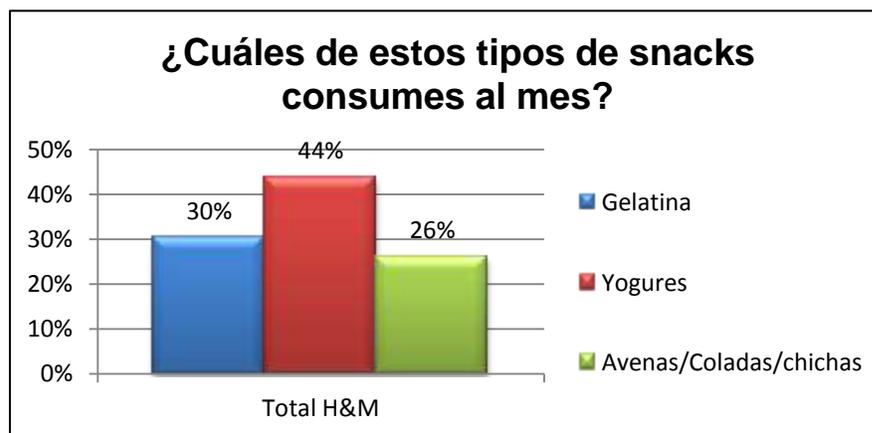


Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

La gráfica establece el hábito o acción de consumo a través del tiempo. Señala que tan repetitivo es el consumo hacia los productos sustitutos que el consumidor potencial considere como postre. Como se puede observar el 74% de las personas encuestadas responden a un hábito de consumo ocasional, no hay un consumo permanente ni constante ya que esto se refleja en las otras opciones de frecuencia al consumo que el consumidor eligió.

Cuadro N° 9.- Consumo de los Productos Sustitutos

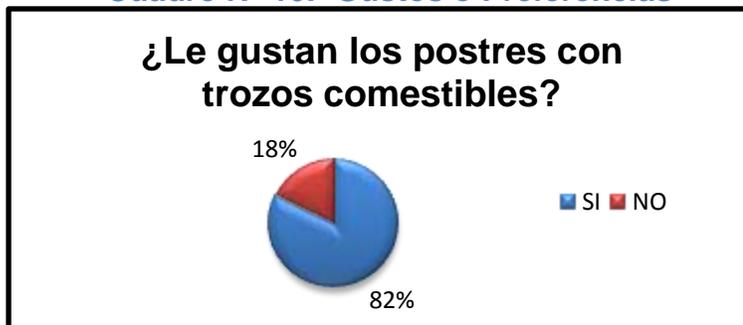


Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Es importante conocer el comportamiento de consumo en específico a los productos sustitutos, por lo que se evalúa el nivel de aceptación o prioridad al consumo. Se halla que de un total de hombre y mujeres, el 44%, prioriza el consumo de los yogures. Seguido del 30% de los encuestados que establecen su agrado a las Avenas/coladas/chichas y el 26% hacia el consumo de gelatinas.

Cuadro N° 10.- Gustos o Preferencias



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

El gusto establece la apreciación del consumidor hacia los productos, en este caso hacia los productos con alimentos adicionales, como lo son, los trozos comestibles. Se establece que es un tipo de pregunta con gran importancia, ya que el producto a base de maíz lleva trozos comestibles a base de mote. La grafica señala que hay una aceptación a los trozos comestibles del 82% de los encuestados que indican agrado hacia los trozos comestibles en sus productos.

Cuadro N° 11.- Lugar de Consumo



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

La grafica señala que los lugares de consumo preferidos son los centros comerciales con un 52 % y las tiendas surtidas con un 51%; existe poca variación entre estos porcentajes En la venta informal se obtiene un 29 % de aceptación, y existe muy poco consumo en los restaurantes. El porcentaje de venta informal, señala que el 29 % de los consumidores ha realizado compra de snacks o postres a los vendedores informales en la ciudad.

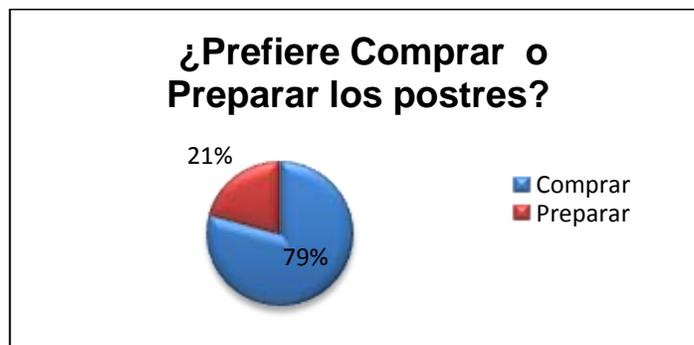
Cuadro N° 12.- Nivel de Preferencia de los Sustitutos



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

La preferencia sobre las marcas señala la decisión de compra del consumidor sobre los productos actuales de competencia sustituta. Se halla que el 53% de los encuestados reconoce la marca Toni, seguida del 35% por Alpina, lo que ha representado que ambos productos son localizados fácilmente por el consumidor. Finalmente, el 11% de los encuestados eligió la marca Chivería.

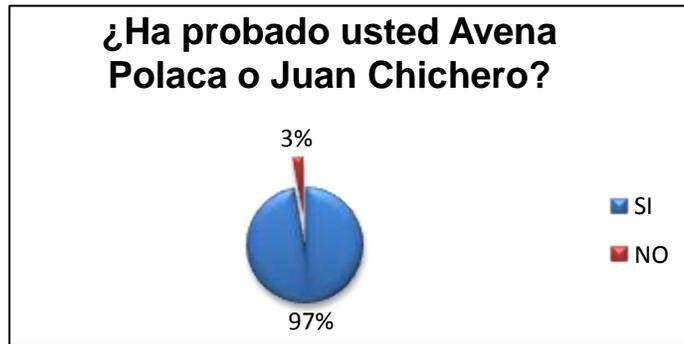
Cuadro N° 13.-Preferencia de Consumo - Preparación o Compra



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

Se señala que el 79% acepta los productos ya procesados, listos para el consumo. La encuesta explica que las personas prefieren tener un producto ya listo para consumir y que tan solo un 21% prefiere prepararlo. Por lo tanto, se toma en cuenta la decisión de ofertar un postre listo en percha.

Cuadro N° 14.- Aceptación de los Productos Tradicionales



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

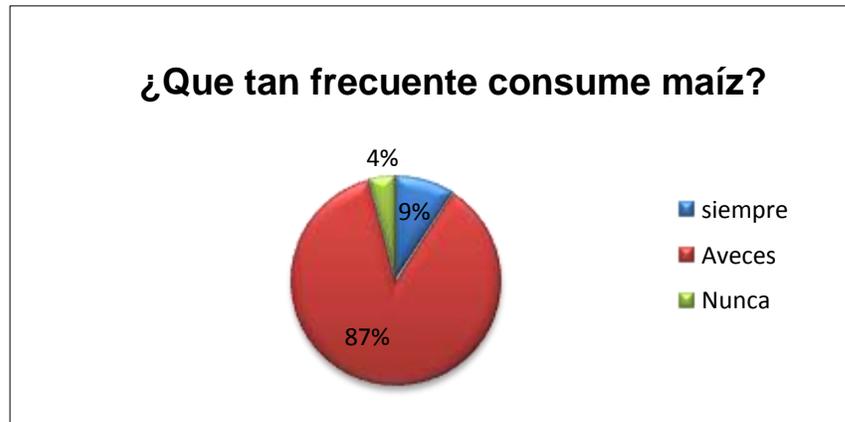


Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

Con el fin de entender la aceptación de los productos renovadores en el mercado Guayaquileño y su permanencia, se encuentra: Las encuestas señalan que el sabor es la preferencia del consumidor, es decir, la demanda de estos productos surge por una propuesta diferente lo cual se demuestra en la grafica en un 66%. La calidad, la higiene y la seguridad se muestran en porcentajes menores por lo que puede comprender que una propuesta diferente del sabor, para un producto renovador, establece la elección del producto por

el consumidor. La característica de un novedoso sabor permite que se capte 97% de los consumidores.

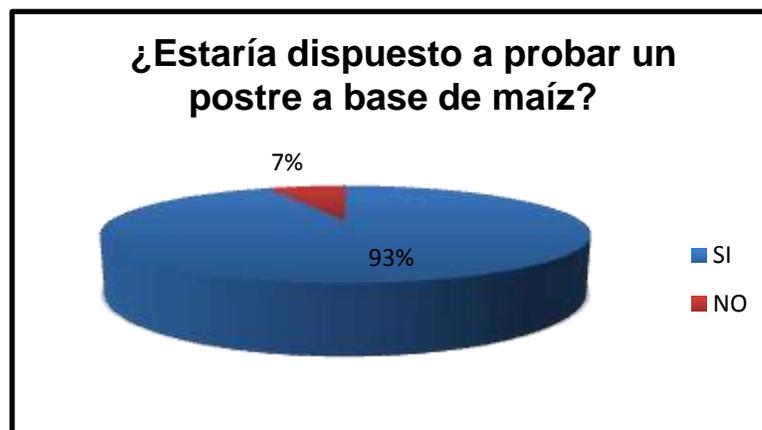
Cuadro N° 15.- Frecuencia de Consumo del Maíz



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

La frecuencia establece la aceptación hacia el consumo del maíz como alimento, debido a que se halla que el 87% de los encuestados consume ocasionalmente en su dieta este alimento. Es decir, el maíz se acepta en consumo pero no en un periodo continuo de consumo sino ocasional. Existe un 9% de personas que consumen de manera diaria y un 4% que no consume este tipo de alimento por lo que no se considera en análisis ya que su número de aceptación no es considerable para el proyecto.

Cuadro N° 16.- Preferencia del Consumidor hacia un Postre a Base de Maíz



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

La encuesta señala que el 93 % de de encuestados están dispuestos a probar un producto a base de maíz a diferencia de un 7 % de los encuestados que no buscan el consumo. Puede existir un margen de error que explica rechazo al tipo de postre por el desconocimiento de su forma de preparación o desaprueban el sabor del maíz.

5.21.- Demanda Potencial

El consumo de los clientes potenciales se estimara mediante la demanda potencial.

Para determinar la demanda potencial, se establece aplicar la formula $Q = n \times p \times q$. Demanda potencial igual número de compradores posibles por el precio promedio y la cantidad de consumo promedio per cápita.

Para hallar el número de compradores, se analiza la proporción por edades del cantón. El rango de edades que se consideraran serán consumidores aptos y potenciales para el consumo del producto. Por lo tanto, de una población de 2'350.915 de habitantes del cantón Guayaquil, el proyecto establece que los consumidores aptos para el producto están entre las edades de 15 a 54 años, lo que resulta un mercado de 1'381.697 personas entre las edades propuestas. El mercado o número de compradores posibles se estima mediante un porcentaje promedio del consumo potencial de los productos inmediatos de reemplazo (53 %; 35 %), de las preferencias de sabores novedosos que se demuestra en las avenas/coladas/chichas, Avena Polaca y Juan Chichero (66 %) y la aceptación de probar MAIZLI MIX (93 %). Por lo que, el consumo potencial promedio para cada proporción de edad es del 62 % para MAIZLI MIX.

Se elige el precio promedio referencial de 0,70 centavos para el cálculo de demanda potencial. El precio promedio se establece de la aceptación de compra que tienen los precios de los productos sustitutos inmediatos en el mercado, es decir, los productos con los cuales MAIZLI MIX competirá.

Se señala que el consumo promedio per cápita es de 2 unidades en el mercado, es decir, se espera que al menos cada persona consuma 2 unidades de MAIZLI MIX.

Cuadro N° 17.- Demanda Potencial

DEMANDA PONTENCIAL			
Edad	Población	Demanda Potencial	Consumo Potencial
15 a 19 años	215.292,00	93.436,73	186.873,46
20 a 24 años	212.873,00	92.386,88	184.773,76
25 a 29 años	205.038,00	88.986,49	177.972,98
30 a 34 años	192.929,00	83.731,19	167.462,37
35 a 39 años	162.875,00	70.687,75	141.375,50
40 a 44 años	144.996,00	62.928,26	125.856,53
45 a 49 años	135.640,00	58.867,76	117.735,52
50 a 54 años	112.054,00	48.631,44	97.262,87
TOTAL	1.381.697,00	599.656,50	1.199.313,00

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC

Elaborado por: Autora

Aplicando estas 3 variables en la formula, se localiza que la demanda potencial o número de compradores potenciales es de 599.656,50 personas con un consumo potencial per cápita de 1´199.313,00 unidades. El criterio a considerarse para hallar la demanda propone captar tan solo un porcentaje menor de clientes potenciales, expresado como mejor escenario a captar, el 3 % mensual. Por esta razón, se capta el 3 % como consumo potencial per cápita en el mercado, lo que genera un consumo hacia el producto MAIZLI MIX de 35.979,39 unidades con una demanda potencial de 17.989,695 personas. La demanda potencial, se ubica entre el norte (Noroeste – Noreste) y centro de la ciudad.

5.22.- Conclusión del Estudio de Mercado

Con el estudio de mercado se establece que Guayaquil posee una cantidad de habitantes con un porcentaje de crecimiento similar en ambos géneros. La población se establece en una zona tropical que produce un clima cálido y según sus temperaturas, ciertos días pueden ser muy calurosos y otros frescos, es decir que en los días calurosos el consumo de ciertos alimentos o bebidas pueden ser potenciales. El número de habitantes con capacidad de compra tiene una frecuencia de consumo potencial superior en supermercados o autoservicios. Se encuentra que en Guayaquil, el supermercado el Mall de Sol

posee más probabilidades de visitas o concurrencia al año. Por otro lado, se encuentra que los consumidores potenciales están demostrando conciencia en el consumo de productos que se relacionan con la protección al medio ambiente. Se observa, que los consumidores potenciales diferencian la responsabilidad de los que contribuyen a la contaminación ambiental, un cierto grupo se autocritica las acciones del consumo y otro grupo establece como responsables a las empresas. Estos grupos de personas tienen conciencia del daño ambiental y proponen iniciativas más proteccionistas al medio ambiente desde su propia participación.

Guayaquil, es un cantón del cual los productores agricultores tienen altas probabilidades de pérdidas en los cultivos. Los riesgos agroclimáticos en el resto de la costa ecuatoriana en los cultivos de los productores pueden ocasionar interrupciones de su producción, y tanto los pequeños como medianos productores pueden producir una reacción en cadena ya que la materia prima mediante acuerdo de compra involucra escasez de producción por materia prima insuficiente.

Se encuentra que la materia prima del maíz para harina y grano, puede encontrarse en los centros de acopio o en los lugares de cultivo. Guayaquil no posee agricultores productores de maíz suave seco del cual pueda obtenerse el maíz tipo mote pero posee producción del maíz duro seco. A los alrededores del cantón, la provincia del Guayas y las demás provincias cercanas, se encuentra una actividad productiva agrícola dando como resultado a una provincia representativa al nivel nacional, siendo productora del maíz suave seco como lo es la provincia de Los Rios. Por lo tanto, según los datos encontrados los productores agricultores más cercanos a Guayaquil del cual se puede obtener el maíz como materia prima, se encuentran en aquella provincia.

El precio de la materia prima, se sujeta según el proceso de producción que el productor agrícola haya establecido para el cultivo. Los precios que establezcan siempre van a ser superiores a los costos de producción que se haya obtenido del proceso productivo.

Los centros de Acopio de la unidad nacional, son establecidos para la protección del productor agrícola. Estos centros de acopio actúan como lugar de intercambio de la materia con una respectiva remuneración. Sin embargo, hay centros de acopio privados que no respetan la respectiva remuneración que el gobierno establece. Por otro lado, se encuentra que el precio que fija el gobierno, medida de protección a los gastos que tiene el agricultor, provoca que el producto agrícola obtenga un precio mínimo de compra por el cual ninguna empresa comprara la materia prima bajo ese precio. La empresa no podrá elegir un precio por debajo al establecido debido a que el productor agrícola elegirá vender la materia prima a los centros de acopio.

Con un panorama amplio que se logra de la investigación del sector productor agrícola, se observa que el empresario obtiene más opciones de abasto de materia prima por existir algunos lugares con productores potenciales. Con un acuerdo previo, el empresario puede asegurar en cualquiera de las provincias productoras un productor agrícola que le brinde la seguridad ética de que el proceso productivo de los cultivos se elaborara en base a sus requisitos, además de asegurar la compra mensual. El beneficio de un empresario, a través de un productor agrícola, se obtiene a partir de las características de la materia prima que el productor oferta.

Se observa que el comercio de uno los productos más representativos y común en el mercado Guayaquileño, es el yogurt. El comportamiento del comercio de este producto establece que hay empresas productoras de aquel que tienen la capacidad y el desarrollo necesario para exportar a otros mercados extranjeros. Mientras tanto, la importación de yogurt incrementa la competencia interna.

El perfil económico de la ciudad o cantón Guayaquil indica que la participación del comercio genera ingresos anuales rentables para el país. Además, se puede encontrar una competencia elevada en el comercio debido a que posee el mayor número de establecimientos con respecto a las otras actividades considerativas del cantón. Con un número de establecimientos elevado se establece que hay más iniciativas empresariales dirigidas al

comercio. Esto significa que la actividad o participación de la industria es muy baja. El comercio se dedica a la compra y venta de productos y a la fabricación pero no se dedica a la transformación de la materia prima.

Para el estudio de mercado se incluye las condiciones de vida de los habitantes de los alrededores de Guayaquil, tanto para el resto de la provincia como para el sector de costero al que pertenece el cantón. Se encuentra que la incidencia de pobreza de la provincia de la cual es parte Guayaquil ha disminuido la incidencia de pobreza. Esta situación señala, un mayor número de personas activas en el mercado laboral e indica que la situación mejora para la provincia del cantón. Por otro lado, la tendencia de la tasa de pobreza en favorable cada año para la región. Esto indica que no solo el índice de pobreza disminuye en la provincia sin en toda la región, llegando a una de las tasas más bajas desde el 2008.

La extensión de pobreza por mercado laboral, establece la proporción de pobres en el mercado laboral activo de Guayaquil, su provincia como la región a la que pertenece. Mientras se obtenga un incremento en la población económicamente activa mejoraran las condiciones de vida. La información permite conocer las condiciones de un mercado futuro.

CAPÍTULO VI ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES Y DE MARKETING

6.- Objetivo del Capítulo

El estudio y la propuesta de las estrategias, se basa en la cultura organizacional, debido a que puede promover o estorbar las acciones estratégicas de la organización (Robbins & Coulter, 2005). Por lo tanto, se establece presentar en el proyecto las condiciones que debe poseer la cultura organizacional para la obtención de las estrategias a nivel organizacional. Se señalara las estrategias necesarias en el ámbito administrativo y de marketing que se requiere para el proyecto, y así, alcanzar la meta y objetivos propuestos de la empresa MAIZLIA LTDA.

6.1.- Cultura Organizacional

Se establece, crear una cultura organizacional para la empresa MAIZLIA LTDA. Para la comprensión de su importancia, Robbins (2004) define la cultura organizacional como “el sistema de significados compartidos por los miembros de una organización, que la distingue de otras.” (p.525). En base a esto, se establece aplicar una cultura organizacional con las 7 características básicas del sistema que Robbins estableció mediante los siguientes puntos:

- Innovación y Correr Riesgos
- Minuciosidad
- Orientación a los Resultados
- Orientación a las Personas
- Orientación a los Equipos
- Agresividad
- Estabilidad

Por lo tanto, se atreve a expresar que el sistema de significados, orientará las actitudes y desempeños de los trabajadores hacia la meta y objetivos propuestos para el proyecto. Se obtendrá el comportamiento de los miembros con las características deseadas.

La construcción de una cultura y su importancia, se basa en varias funciones que Robbins (2004) establece en los siguientes puntos:

- Define límites,
- Transmite una sensación de identidad de los integrantes,
- Facilita la aceptación de un compromiso con algo que supera los intereses personales,
- Aumenta la estabilidad del sistema social,
- Crea sentido y permite el control, que orienta y da forma a las actitudes y comportamientos de los empleados. (p.529)

La cultura organizacional es una cultura dominante, que comparte con la mayoría de los miembros los valores centrales que son aceptados en la organización (Robbins , 2004).

De esta manera, con la comprensión y aplicación de una cultura en la organización, el proyecto logrará un compromiso entre los empleados los valores, objetivos y metas para la empresa MAIZLIA LTDA.

6.2.- F.O.D.A - Análisis de los Recursos Propios

Para la aplicación de estrategias de la organización, se establece un análisis externo e interno, llamado F.O.D.A. El análisis permite conocer las fortalezas y debilidades internas y las oportunidades y amenazas externas de la empresa. Es decir, se estable los factores que la empresa puede controlar y no puede controlar de su entorno, dicha evaluación del entorno señala que las situaciones pueden o como no pueden afectar su desempeño en el mercado. Por lo tanto, a continuación, se establece la situación de la empresa en el mercado.

➤ **FORTALEZAS**

- ✓ Única empresa que lanza al mercado un postre a base de maíz con trozos de mote con elaboración industrial al comercio Guayaquileño.
- ✓ Ejecutor de mejoramiento del postre casero de tradición ecuatoriana con procesos industriales y orgánicos en el mercado Guayaquileño.

- ✓ Convenio con el productor/proveedor de la materia prima no tan distante del cantón Guayaquil.
- ✓ Altos niveles de eficiencia por tareas repetitiva.
- ✓ Adquiere obreros de producción con menos destrezas.
- ✓ Ahorro del consumo de energía en el proceso productivo.

➤ **OPORTUNIDADES**

- ✓ Barreras del Gobierno contra cultivos y semillas transgénicas del Ecuador.
- ✓ No hay competidores con productos tipo postre, emprendedores e iguales a base de maíz provenientes de tradición en el mercado guayaquileño.
- ✓ Consumidores buscan alimentos más sanos.

➤ **DEBILIDADES**

- ✓ Poca departamentalización administrativa.
- ✓ Desmotivación laboral por tareas repetitivas.
- ✓ Nivel alto de paralización en todo el proceso productivo en caso de que un área productiva sufra inconvenientes o a su vez aparición de cuellos de botella.
- ✓ Una sola fuente de obtención de materia prima; un solo proveedor de materia prima orgánica.
- ✓ Nivel bajo de flexibilidad en el proceso productivo; el tiempo de ejecución de cada actividad en la áreas debe seguir la secuencia estipulada para producir la cantidad mensual requerida.

➤ **AMENAZAS**

- ✓ Crecimiento de empresas y marcas Ecuatorianas en el sector alimenticio.
- ✓ Desastres naturales en los cultivos de maíz.
- ✓ Desarrollo tecnológico de la competencia sustituta.
- ✓ Identificación y reconocimiento inmediato de las marcas de los productos sustitutos, ya establecidos en mercado Guayaquileño, por los consumidores potenciales.

- ✓ Gran variedad de productos sustitutos en tamaño, presentación de envase, sabores y de rápido consumo.

6.3.- Estrategias Organizacionales

Se estable para el proyecto la aplicación de estrategias a nivel organizacional. Las estrategias establecen una preocupación al comportamiento humano y a obtener logros mediante un desarrollo empresarial de la compañía. Por ello, se menciona a continuación algunas estrategias que se consideran útiles para el proyecto.

6.4.- Estrategia Programa Motivacional

Con el fin de obtener la satisfacción laboral en las tareas cotidianas y repetitivas del proceso lineal, se señala la aplicación de estrategias motivacionales para los empleados. Robbin (2004) menciona que la motivación son “procesos que dan cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo por conseguir una meta” (p.156). La definición, señala la importancia de la actitud del trabajador en su puesto de trabajo. Es así, que se plantea estrategias motivacionales que permitirán analizar y mejorar el rendimiento laboral de los empleados evaluado mediante las teorías motivacionales.

6.4.1.- Estrategia de Motivación Extrínseca

La estrategia permite satisfacer las condiciones físicas del lugar de trabajo. Por lo tanto, se establece el control continuo de las insatisfacciones del empleado con respecto a sus necesidades del entorno, ya que puede entorpecer o disminuir el rendimiento del trabajo.

La estrategia se establece por la postura de la Teoría de Motivación e Higiene de Frederick Herzberg, la cual menciona, que la actividad o desempeño del trabajador puede depender de la condiciones de su ambiente de trabajo. Robbin (2004) define que “los factores intrínsecos se relacionan con la satisfacción laboral, en tanto que los extrínsecos con la insatisfacción” (p.159).

Las soluciones para la aplicación de la motivación extrínseca para la empresa son:

- Establecer un espacio de trabajo para cada área, evitando interrupciones con las otras actividades de los trabajadores o áreas.
- Establecer un espacio que permita la comodidad de la ejecución de las actividades de los trabajadores. El espacio debe permitir que el trabajador manipule la materia prima o el producto sin interrumpir a otro trabajador durante la actividad.
- Usar mesas y sillas para el trabajador de planta a un nivel adecuado, de esta manera no se producirá insatisfacción o disminución del tiempo en la ejecución de las tareas resultantes de una mala postura por los equipos usados.
- Usar ventiladores de techo para evitar las interrupciones de tiempo en las tareas causadas por el calor proveniente de la ejecución de las tareas en la planta y las condiciones climáticas del cantón. Con el uso de los ventiladores, satisfacción por las tareas realizadas, no se obtendrá demora en la ejecución de las tareas.

6.4.2.- Estrategia de Motivación Intrínseca

La estrategia permitirá establecer que la ubicación de los empleados en la planta, se evalué, según el estado de concentración que posee de su actividad, lo que permitirá aprovechar la calidad del proceso que brinda la satisfacción de su trabajo, ya que un empleado que disfruta de su actividad es más minucioso en la ejecución del proceso. La aplicación de la estrategia permite obtener la eficiencia del puesto de trabajo y la motivación personal del individuo.

La teoría del flujo como teoría motivacional, se menciona como el flujo proveniente del estado de concentración del trabajador con su actividad (Robinn, 2004). La teoría expresa que los trabajadores pueden ejecutar su trabajo mediante motivación personal, es decir, realizan sus tareas disfrutando del proceso de su trabajo.

Las soluciones para la aplicación de la motivación intrínseca para la empresa son:

- Designar trabajadores a los puestos de trabajos según sus cualidades para trabajar en equipo, capacidad de comunicarse y minuciosidad en las tareas.
- Designar a los trabajadores de planta para las tareas que no necesitan conocimiento teórico según sus cualidades de tolerancia, paciencia, agilidad manual (empaques y etiquetado), rapidez y capacidad de levantar o transportar objetos pesados.
- Designar a los trabajadores de oficina según sus habilidades técnicas y conceptuales en sus tareas.

6.4.3.- Estrategia de Programa de Reconocimiento a Empleados

La estrategia aplicada hace referencia a la Teoría Jerárquica de necesidades de Abraham Maslow, que ubica la motivación del individuo según sus reconocimientos y afiliación. Con este programa, se establece demostrar interés de la empresa mediante reconocimiento del trabajo y desarrollo del empleado. Se propone establecer en el trabajador confianza de su desempeño, respeto de los demás trabajadores por sus logros en el trabajo y demostrar el progreso que obtuvo de su trabajo.

Las soluciones para la aplicación del reconocimiento a empleados son:

- Otorgar un día libre por buen desempeño laboral mensual.
- Otorgar evaluaciones y certificados que establezcan el progreso de sus habilidades durante el año.
- Ejecutar la celebración de un cumpleaños en las instalaciones.
- Ejecutar días de integración.

6.5.- Estrategia de Crecimiento

Estrategia del mercado actual y productos nuevos en el mercado. La estrategia establece ofertar el producto Maizli Mix, a nuevos mercados. Puede ser de crecimiento regional o nacional, logrando satisfacer nuevos clientes con necesidades que el producto a base de maíz oferta.

La solución para la aplicación del crecimiento es:

- Ejecutar la venta de productos en el resto de cantones de Guayaquil y provincias que se encuentren consumidores con las características deseadas en el proyecto.

6.6.- Estrategia de Crecimiento de Diversificación Relacionada

Estrategia de mercados nuevos y productos nuevos en el mercado. La estrategia se establece, con el fin de crear una nueva línea diferente de producción a la actual. Se indica que la empresa generará desperdicio de limpieza en el grano, por lo que obtendrá desperdicios. Para ello, puede establecerse una optimización en los desperdicios orgánicos localizándose como un subproducto, denominado abono orgánico o materia orgánica biodegradable. Esto significa que la empresa puede aprovechar el subproducto con poco valor agregado y ser partícipe de la protección del medio ambiente.

6.7.- MODELO 5 FUERZAS DE PORTER.

1. Rivalidad entre Competidores

- No existe competencia directa para Maíz – Mix, solo competidores indirectos.
- Los competidores indirectos con sus productos a base de yogurt poseen un alto grado de rivalidad entre ellos.
- Los productos están dirigidos para niños hasta adultos.
- La competencia indirecta genera productos con funciones Nutricionales y/o funcionales.
- Se oferta productos con diferentes tamaños y sabores para consumo individual como familiar.
- Los productos poseen alimentos adicionales al producto como los son hojuelas, mermeladas o trozos de fruta.

2. Amenaza de la entrada de los nuevos competidores

- Los principales nuevos competidores a considerar son Toni y Alpina, por lo que existe participación al mercado con productos tradicionales y nutritivos
- Toni y Alpina son las marcas con mayor crecimiento y desarrollo tecnológico en el transcurso de los años en el mercado Ecuatoriano.

3. Amenaza del ingreso de productos sustitutos

- Los productos sustitutos se los pueden encontrar en cualquier lugar de la ciudad desde una tienda surtida de barrio hasta en los supermercados. Son productos que se los encuentran en cualquier lugar de la ciudad y a cualquier hora del día.
- Estos productos complementan una dieta saludable debido a sus bondades funcionales y nutricionales en el organismo.

4. Poder de negociación de los proveedores

- El precio mínimo de compra de la materia prima por Quintal del Maíz debe ser el decretado por el gobierno ya que los centros de acopio pueden cambiar la decisión de venta del productor o hacendado.
- Los productos como las esencias de naranjilla y la compra de conservantes están dispuestos a cambios ya que no hay control del precio de venta por el gobierno.

5. Poder de negociación de los consumidores

- La confianza y seguridad transmitida de las marcas más reconocidas y permanentes en el mercado debido a la publicidad establecen un consumidor orientado a obtener características seguras del producto en la compra.
- La primera orientación de compra se basa en presentación, beneficios nutricionales o funcionales y precio de los productos sustitutos.

6.8.- Estrategia de Venta

La estrategia optimiza la venta del producto aplicando una técnica de merchandising. Se basa en la imagen del punto de venta y cómo la presentación del producto atrae al cliente. En cada uno de los lugares del segmento se ofertará a 3 tipos de clientes que se denominan: el cliente de flujo, de tránsito y de tránsito inducido.

Con el enfoque hacia los clientes de flujo se captan clientes que continuamente hacen sus compras en los Supermercados. Son clientes que hacen sus compras de la semana y se dan el gusto de comprar algún producto

que le llame la atención. Además, con esta estrategia, se puede captar clientes por ofertas especiales del producto. Y finalmente, esta estrategia permite captar mediante una marketing oculto, aprovechando la imagen de las marcas y numerosas ofertas de la competencia, resultando beneficioso para el producto a base de maíz ya que actúa como alternativa de los productos de la competencia. Con el producto a base de maíz el cliente logra degustar un producto nutritivo, tradicional, diferente a los productos a base de yogurt, avenas o gelatinas.

Solución para obtener los clientes de flujo:

- Para la imagen del punto de venta se establece la promoción en islas en los supermercados, situadas cerca del espacio de venta del producto.

La extensa oferta de los productos sustitutos genera el reemplazo más inmediato de otro producto, para solucionar conflictos como este, el producto Maizli Mix debe llenar los puntos de venta de supermercados para que su posición competitiva muestre una nueva alternativa en alimentación sustituyendo a la primer competencia indirecta; el yogurt. La cantidad en oferta en los principales punto de exposición en percha, se aplica para permitir que el consumidor llegue a observar otra percha numerosa y atractiva lo que permite captar atención.

➤ **Puntos de presentación**

Los puntos de venta al consumidor final en tiendas surtidas, bares de colegios presentaran anuncios mediante stickers publicitarios que se puedan adherir a la pared o al stand donde se localiza el producto o lo más cercano al producto. En los supermercados obtención de los clientes se realizara mediante en las islas publicitaria. Las islas de presentación publicitaria del producto tienen como función presentar la imagen y la marca del producto como el nombre de la compañía. La isla ofertará la degustación del producto.

CAPÍTULO VII ESTUDIO FINANCIERO

En el desarrollo de este capítulo, se analiza la situación económica del proyecto en el mercado. Se determina cuales son los rubros que surgirán para la creación de la empresa y la incorporación de un producto tradicional en la actividad comercial actual. Se presentará la respuesta económica del proyecto en estudio.

Por otro lado, la metodología tiene como fin presentar características generales de interés para el inversor. Es así, que se expresa los resultados de forma cualitativa, demostrando los gustos o preferencias del consumidor Guayaquileño.

Finalmente, se incluirá los tipos de financiamiento acorde a los costos generados a partir de las necesidades expuestas del proyecto. A continuación, se explicará los requisitos o necesidades del proyecto.

7.- Presupuesto de Inversión Inicial

En el presupuesto de inversión Inicial se incluye los gastos desde la constitución legal de la Compañía hasta la compra de activos o equipos de producción para la planta. Se establece una constitución óptima para el funcionamiento, es decir, los gastos están basados en la capacidad instalada mínima de producción que se determina para la infraestructura requerida.

7.0.1.- Gastos de Constitución y Permisos de Funcionamiento

Cuadro N° 18.- Gastos de Constitución y Permisos de Funcionamiento

GASTOS DE CONSTITUCION	
Descripción	Costo
> Creación de escrituras en la Notaría	\$ 50,00
> Inscripción de la constitución en el Registrador Mercantil	\$ 127,00
> Publicación en diario de la Constitución	
> Afiliación a una de la Cámaras de Producción	
> Solicitud del registro de marca, nombre comercial o lema comercial para el producto*	\$ 16,00
> Capital en Banco por Inscripción de la Compañía	\$ 400,00
> Devolución del Capital	(\$ 400,00)
> Cancelación por Tramites del Abogado	\$ 350,00
Costo Total	\$ 543,00

Fuente: Estudio de Costos en el Mercado Guayaquileño - Autora

Elaborado por: Autora

Permiso de Funcionamiento	
Descripción	Costo
> Tasa de Habilitación y Control de establecimientos comerciales	\$ 32,00
> Contrato de Arrendamiento	\$ 5.700,00
> Permiso del cuerpo de Bombero	\$ 8,00
> Certificado de Salud	\$ 4,00
> Tasa Agua Potable	\$ 2,50
> Juego de Carpeta para el permiso de Funcionamiento (Tasas de carpeta, Tasa de Salud, Tasa de Patente, Tasa de Funcionamiento)	\$ 16,00
Costo Total	\$ 5.762,50

Fuente: Estudio de Costos en el Mercado Guayaquileño - Autora
Elaborado por: Autora

Entre los gastos que se incurren en la constitución de la compañía, se halla los requerimientos de la Superintendencia de compañías para solicitar la constitución. Para ello, el servicio legal necesita una inversión de \$ 350,00 adicional, sin incluir el valor de las tasas actualizado cada 10 años, los \$ 16,00 solo implican la solitud del registro de la marca. Para el permiso de funcionamiento del municipio, se presenta la carpeta al municipio que posteriormente se envía al SRI para que luego de esto el SRI especifique las tasas que se deben de cobrar y la compañía debe cancelar. El valor del contrato de arredramiento es la suma de los 2 meses de depósito y un mes de alquiler de pago adelantado requisito para el arrendamiento.

El gasto por constitución es de \$ 543,00 más los gastos del permiso de funcionamiento de \$ 5.762,50 lo que genera un gasto total de la constitución de \$ 6.305,50.

7.0.2- Cuadro de Inversión Inicial

Con el siguiente cuadro de inversión inicial del proyecto, se señala las necesidades del proyecto en alquiler, maquinaria, equipos, vehículo y arreglos de infraestructura necesarias para iniciar las actividades o mantener operativa las actividades de la empresa. A continuación, se detallan los activos o equipos esenciales para la producción.

Cuadro N° 19.- Cuadro de Inversión Inicial

CUADRO DE INVERSION INICIAL			
Descripción	Cantidad/ und.	Costo Unitario	Costo Total
MAQUINARIA y EQUIPO DE PRODUCCIÓN			\$ 20.920,00
Marmita de Cocción Fija	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Envasadora Semiautomática de Vasos	1	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Selladora de Vasos para Foils de Aluminio	1	\$ 980,00	\$ 980,00
Refrigerador Industrial 3 Puertas	2	\$ 1.900,00	\$ 3.800,00
Tolva Rectangular 5x 3 x 0,80 mt	2	\$ 1.490,00	\$ 2.980,00
Cilindros de Gas Industriales 45 Kg	3	\$ 65,00	\$ 195,00
Aires de Sistema Enfriamiento	4	\$ 1.250,00	\$ 5.000,00
Mesa de Acero Inoxidable	6	\$ 200,00	\$ 1.200,00
Mesas y lavaderos de Acero Inoxidables	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Contenedores de Acero Inoxidable	3	\$ 190,00	\$ 570,00
Contenedores para Viga de Suspensión	2	\$ 230,00	\$ 460,00
Carretillas de Carga 300 Kg	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Carretillas de Carga 1200 Kg	2	\$ 110,00	\$ 220,00
Pallets para bodega	15	\$ 12,00	\$ 180,00
Extintor para Cocina	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Kit de utensilios de acero para marmita	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Uniformes / Vestimenta	15	\$ 12,00	\$ 180,00
VEHÍCULO	1		\$ 19.782,00
EQUIPOS DE COMPUTO			\$ 3.180,00
Computadora Oficina	5	\$ 450,00	\$ 2.250,00
Computadora Planta	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Impresora	2	\$ 215,00	\$ 430,00

EQUIPOS DE OFICINA Y MUEBLES			\$ 5.267,00
Sillas de Recepción (1 cuerpo de 2 sillas)	2	\$ 160,00	\$ 320,00
Sillas para Planta	8	\$ 12,00	\$ 96,00
Sillas Ejecutivas	7	\$ 90,00	\$ 630,00
Sillas Estándar	4	\$ 23,00	\$ 92,00
Archivador	6	\$ 45,00	\$ 270,00
Ventilador de Techo	3	\$ 68,00	\$ 204,00
Aire Acondicionado	4	\$ 550,00	\$ 2.200,00
Escritorio	6	\$ 180,00	\$ 1.080,00
Extintor	4	\$ 65,00	\$ 260,00
Scanner	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Teléfono	3	\$ 15,00	\$ 45,00
GASTO DE FUNC. Y CONSTITUCIÓN			\$ 605,50
ALQUILER DE TERRENO			\$ 5.700,00
ADECUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA			\$ 6.430,00
Cerámica para Paredes- Área de Cocción	M2	\$ 8,00	\$ 3.200,00
Mano de Obra - Adecuación de Cerámica	-	\$ 350,00	\$ 350,00
Puntos Eléctricos	M2	\$ 380,00	\$ 380,00
Mano de obra - Instalaciones Eléctricas	-	\$ 400,00	\$ 400,00
Puntos de Tuberías	M2	\$ 300,00	\$ 300,00
Mano de Obra - Instalaciones de tubería	-	\$ 450,00	\$ 450,00
Viga de Suspensión e instalación	-	\$ 900,00	\$ 900,00
Fachada Publicitaria	-	\$ 450,00	\$ 450,00
		COSTO TOTAL	\$ 61.884,50

Fuente: Estudio de Costos en el Mercado Guayaquileño - Autora

Elaborado por: Autora

La inversión inicial comprende la adecuación de infraestructura para la planta. Por lo que, se describe que la adecuación del área de cocción y limpieza de la materia prima constará de 400 metros de cerámica entre pared, piso y mesón para limpieza del maíz; la adecuación de las áreas permitirá la facilidad de limpieza o aseo del lugar para reducir la proliferación de hongos por humedad. Asimismo, se describen los arreglos en la infraestructura para su

adecuación a las necesidades de distribución de energía eléctrica y agua, tanto para oficina como para la planta de producción. Se incluye, la adecuación de una viga de suspensión que servirá como elevador de carga para el almacenamiento de la materia prima, maíz suave seco - mote y harina de maíz, en la tolva.

El requisito por alquiler se reduce de los gastos de constitución, para indicar el rubro en el detalle de inversión inicial. El alquiler de la infraestructura que poseerá las condiciones para operar la planta como se mencionó en el estudio técnico y los gastos de constitución. La opción de alquiler, se mantiene en el proyecto debido a la reducción de gastos que se desea implementar. Con el alquiler se reducirá los costos de compra, construcción y adecuación de la infraestructura total de la planta, si hubiese sido el caso de compra de edificio o terreno, y por último se reduce el tiempo de espera para que las instalaciones estén completamente activas para el funcionamiento.

7.3.- Costo de Producción por Capacidad de Marmita o Cocción

Cuadro N° 20.- Costo de Producción por Marmita

COSTO DE PRODUCCION POR CAPACIDAD DE MARMITA O COCCION					
	Cantidad de Insumos	Und.	Cant.	COSTO UNITARIO	COSTO POR
	para 1200 litros		M.P	MATERIA PRIMA	COCCION
Harina de maiz	300 lbs	Quintal	3	\$ 18,50	\$ 55,50
Maiz suave seco	150 lbs	Quintal	2	\$ 21,00	\$ 42,00
Pulpa de Naranja	30 litros	litro	30	\$ 7,80	\$ 234,00
Conservante	25 litros	litro	25	\$ 12,00	\$ 300,00
Canela	22,5 Kg	Kg	1	\$ 9,00	\$ 9,00
azucar	150 lbs	Quintal	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Agua	1200 ltrs	m3	1,32	\$ 5,90	\$ 5,90
Gas	150 Kg	Kg	2	\$ 20,00	\$ 40,00
TOTAL				\$ 109,20	\$ 716,40

Fuente: Estudio de Costos en el Mercado Guayaquileño – Autora

Elaborado por: Autora

Por cocción la marmita tiene una capacidad de producción de 2.100 unidades, actividad que genera un costo de \$ 716,40 dólares. Sin embargo, se suma el costo de los insumos adicionales como papel de aluminio, vaso

plástico, etiqueta para vaso plástico y la compra de cartones para su distribución de \$ 390,00 dólares, que da como resultado un costo de cocción e insumos de \$ 1.106,40 dólares por cocción.

Cuadro N° 21.- Costo Mensual de Producción

COSTO MENSUAL/ Aprox. 33.600 unidades mensual				
DESCRIPCION	Und.	CANTIDAD	COSTO UNITAR	Costo Mensual 2012
Harina de maiz	Quintal	48	\$ 18,50	\$ 888,00
Maiz suave seco	Quintal	32	\$ 21,00	\$ 672,00
Pulpa de Naranja	litro	480	\$ 7,80	\$ 3.744,00
Conservante	litro	400	\$ 12,00	\$ 4.800,00
Canela	Quintal	8	\$ 12,00	\$ 96,00
azucar	Quintal	32	\$ 15,00	\$ 480,00
Agua	m3	84,48	-	\$ 33,78
Gas	Kg	50	\$ 20,00	\$ 1.000,00
Total			\$ 106,30	\$ 11.713,78

Fuente: Estudio de Costos en el Mercado Guayaquileño - Autora

Elaborado por: Autora

Con una producción de 4 cocciones por semana durante el mes, la marmita podrá producir 33.600 unidades / porciones por vaso mensuales, que genera un costo de \$ 11.713,78 dólares americanos de la materia prima requerida en la cocción. Adicional, se suma el costo de los insumos de \$ 6.240,00 dólares para la compra de papel de aluminio foil para el sellado, vaso plástico, etiqueta para vaso plástico y la compra de cartones para su distribución. Esto genera un costo de producción mensual, materia prima de cocción e insumos, de \$ 17.953,78. Se suma al costo de la producción mensual de la materia prima el costo por mano de obra de \$ 5.374,00 dólares, situación que genera un costo de producción de \$ 23.327,77 dólares. El costo de producción es de 0,69 centavos por producto.

El consumo de Agua se establece según los costos de las tarifas industriales del reglamento de cobro de tasas del servicio de agua potable del cantón Durán. Por lo tanto, se considera el costo del agua por consumo o cocción

según la producción mensual, consumo de la planta de producción y del consumo general de la empresa; observar cuadro N° 25.

7.4.- Presupuesto de Egresos Mensuales

A continuación, se establecen los rubros que se considerarán como egresos o gastos mensuales por la actividad de la empresa, es decir, los gastos del proceso de producción. De acuerdo a los requerimientos de la compañía, se señala los gastos de la empresa.

7.5.-Gastos

Se estable el sueldo básico del año 2013 para el cálculo de los sueldos y salarios de los 15 trabajadores en la empresa.

Cuadro N° 22.- Sueldos y Salarios

Sueldos y Salarios				
N° Trabajadores	Trabajadores	Sueldo Mensual	Total Sueldo Mensual	Sueldo anual Fijo
1	Gerente General	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
1	Asistente Administrativo	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 3.816,00
1	Recepcionista	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 3.816,00
1	Ing. Financiero	\$ 510,00	\$ 510,00	\$ 6.120,00
1	Contador - CPA	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
1	Ing. Agrónomo	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00
1	Ing. Químico	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00
1	Tngo. Gastronomía	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 5.040,00
1	Oficiales Envasado y	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 3.816,00
1	Etiquetado	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 3.816,00
1	Oficiales Limpieza y	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 3.816,00
1	Almacenamiento	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 3.816,00
2	Oficial para Embalaje	\$ 318,00	\$ 636,00	\$ 7.632,00
1	Conductor	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
		Total Gastos	\$ 5.374,00	\$ 64.488,00
			Total N° Trabajadores	15

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Entre los egresos mensuales pronosticados de la empresa, se considera el pago del salario y las obligaciones patronales. El egreso mensual del salario es

\$ 5.374,00 mas las remuneraciones y beneficios sociales del trabajador, que se pronostica en \$ 2.820,66 dólares, como se puede observar en el cuadro N° 23. El empleador debe cumplir legalmente con el empleado y las obligaciones con el Instituto de Seguridad Social - IESS. Además, se señala que el gasto total del salario variará conforme al ingreso de horas extras que puedan conseguir los trabajadores.

Cuadro N° 23.- Remuneraciones y Beneficios Sociales

REMUNERACIONES Y BENEFICIOS SOCIALES						
	Decimo 3ra	Decimo 4ta	Fondo de Reserva Mensualizado	Aporte Patronal	Aporte Personal	Vacaciones
Grnt. General	\$ 50,00	\$ 26,50	\$ 50,00	\$ 72,90	\$ 56,10	\$ 25,00
Asistente Administrativo	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 38,64	\$ 29,73	\$ 13,25
Recepcionista	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 38,64	\$ 29,73	\$ 13,25
Ing. Financiero	\$ 42,50	\$ 26,50	\$ 42,50	\$ 61,97	\$ 47,69	\$ 21,25
CPA	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 33,33	\$ 48,60	\$ 37,40	\$ 16,67
Ing. Agronomo	\$ 37,50	\$ 26,50	\$ 37,50	\$ 54,68	\$ 42,08	\$ 18,75
Ing. Quimico	\$ 37,50	\$ 26,50	\$ 37,50	\$ 54,68	\$ 42,08	\$ 18,75
Tngo. Gastronomía	\$ 35,00	\$ 26,50	\$ 35,00	\$ 51,03	\$ 39,27	\$ 17,50
Oficiales Envasado y Etiquetado (2)	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 38,64	\$ 29,73	\$ 13,25
Oficiales Limpieza y Almacenamiento (2)	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 38,64	\$ 29,73	\$ 13,25
Oficial para Embalaje (2)	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 38,64	\$ 29,73	\$ 13,25
Conductor	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 38,64	\$ 29,73	\$ 13,25
Sub- total	\$ 477,00	\$ 397,50	\$ 477,00	\$ 695,47	\$ 535,19	\$ 238,50
Total	\$ 2.820,66					

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Cuadro N° 24.- Servicios Básicos

Gastos de Servicios Basicos	
Tipo de Servicio	Gasto Mensual
Electricidad	\$ 550,00
Agua	\$ 236,60
Telefono	\$ 96,00
Gasto Total	\$ 882,60

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

El proceso de cocción no es eléctrico sino mediante bombona de gas. El gasto de agua incluye el uso por proceso de producción y consumo general de la planta, situación que se detalla en el cuadro N° 25.

Cuadro N° 25.- Insumo de Agua

COSTO CONSUMO DE AGUA POR LIMPIEZA Y DE MATERIA PRIMA		
Descripcion	Consumo m3	Consumo Mensual m3
Limpieza del Mote	26,40	105,6
Coccion del Mote	10,56	42,24
Coccion Preparacion	10,56	42,24
Limpieza de Marmita	9,28	37,12
Limpieza de Instalacion	21,12	84,48
Consumo de planta	21,12	84,48
COSTO POR COCCION		
Coccion Postre	1,32	21,12
Total m3		417,28
		Costo Mensual
Costo por Rango 0-20mt3	\$ 5,90	\$ 5,90
Costo x m3 / Industria	\$ 0,33	\$ 137,70
<i>Sub-Total (1)</i>		\$ 143,60
Servicio de alcantarillado (fijo)	2,5	\$ 2,50
Costo Serv. Alcantarillado >30 m3	25% del Rubro	\$ 35,90
<i>Sub-Total (2)</i>		\$ 182,00
	Otros Costos	\$ 54,60
	Costo	\$ 236,60

Fuente: Reglamento de Cobros de Tasas de Agua Potable de Durán
Elaborado por: Autora

Se enfatiza, la descripción del costo del consumo del Agua debido a que es fundamental su participación en la ejecución de las actividades de la empresa, especialmente en el área productiva. El costo se estima bajo las tasas fijas expresadas por la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado del cantón Durán. Además, se establece un 25 % de consumo adicional en el caso de existir posibles costos adicionales a la categoría industrial de agua potable.

Cuadro N° 26.- Gastos de Alquiler

Gastos de Alquiler	
Descripcion	Gasto Mensual
Alquiler	\$ 1.900,00

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Cuadro N° 27.- Gastos en Publicidad

GASTOS EN PUBLICIDAD		
Publicidad en Medios	Horario	Mensual
Radio Fuego	Matutina	\$ 220,00
Radio Caravana	Matutina	\$ 180,00
Publicidad en Stands		
Promociones en islas		\$ 1.250,00
	Gasto Total	\$ 1.650,00

Fuente: Estudio de Costos en el Mercado Guayaquileño – Autora

Elaborado por: Autora

Cuadro N° 28.- Gastos en Mantenimiento de Vehículo

Gastos Mantenimiento de Vehiculo	
Descripcion	Gasto Mensual
Mantenimiento Vehiculo	\$ 100,00

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Cuadro N° 29.- Gastos Administrativos

Gastos de Administrativos	
Descripcion	Gasto Mensual
Suministros de oficina	\$ 30,00

Fuente: Estudio de Costos en el Mercado Guayaquileño – Autora

Elaborado por: Autora

Se detalla, en los Gastos Administrativos los suministros como papel de impresión, tintas, bolígrafos, grapas, perforadoras, y demás artículos que se necesiten para mantener operativa las funciones administrativas.

7.6.- Depreciaciones y Amortización

Cuadro N° 30.- Depreciación y Amortización

DEPRECIACION DE ACTIVOS			
RUBRO	Valor a Depreciar	Vida Útil	Depreciación Anual
Equipo de Computo	\$ 3.180,00	3	\$ 1.060,00
Muebles y enseres	\$ 5.267,00	10	\$ 526,70
Maquinaria	\$ 20.920,00	10	\$ 2.092,00
Vehiculo	\$ 19.782,00	5	\$ 3.956,40
Amortización Gasto de Constitucion	\$ 6.305,50	5	\$ 1.261,10
Amortización Gastos Organización	\$ 6.885,00	5	\$ 1.377,00

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Cuadro N° 31.- Valor de Desecho

RUBRO	Años Depreciandose	Depreciacion Acumulada	Valor en libros
Equipo de Computo	3	\$ 3.180,00	\$ 0,00
Muebles y enseres	5	\$ 2.633,50	\$ 2.633,50
Maquinaria	5	\$ 10.460,00	\$ 10.460,00
Vehiculo	5	\$ 19.782,00	\$ 0,00
	TOTAL	\$ 36.055,50	\$ 13.093,50

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

El valor de desecho o valor de los activos representa \$ 13.093,50 dólares. El valor se calcula mediante el método contable.

7.7.- Ingresos

El cálculo de los ingresos se determinará a través de la oferta potencial. La oferta potencial evaluará el porcentaje de aceptación de MAIZLI MIX, porcentaje que fue hallado en las respuestas de las encuestas, el costo de producción mensual de la marmita y el precio de venta al público.

7.8.- Pronostico de Oferta Mensual

Cuadro N° 32.- Oferta Potencial

OFERTA POTENCIAL			
Producto	Aceptacion	Demanda Potencia	Oferta Estimada de Snakcs
200 gr.	0,93	35.979,39	33.460,83
Costo Unitario	Costo x Produccion	Oferta Estimada	Costo Estimada de Snakcs
200 gr.	\$ 0,69	33.460,83	\$ 23.087,97
P.Venta al Distribuidor	\$ 1,10	33.460,83	\$ 36.806,92
P.Venta al Público	\$ 1,25		

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

La oferta potencial se capta con el 93 % de aceptación del producto, lo que genera una oferta de 33.460,83 unidades de las 35.979,39 unidades mencionadas anteriormente. La oferta está distribuida entre el centro y norte (Noroeste y Noroeste) de la ciudad de Guayaquil, con un periodo de oferta mensual.

Se establece el precio de venta al distribuidor (P.V.D) a \$ 1,10; precio que no genera pérdida del ejercicio, lo cual se demuestra en el estado de resultado. El precio de venta al público es de \$ 1,25. El margen de ganancia del distribuidor es 0,15 centavos por cada unidad vendida. El análisis de la oferta potencial, establece el ingreso por ventas o ganancia real de las ventas de las unidades de Maizli Mix por precio de venta al distribuidor.

El valor expuesto de \$ 0,69 centavos por costo de producción, incluye el costo tanto por cada unidad producida, mano de obra de planta y mano de obra administrativa.

Se señala que existe un inventario de 139 unidades, su resultado proviene de las 33.600 unidades que producen la marmita y la oferta potencial de 33.460 unidades.

7.9.- FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento se establece usar 4 fuentes de financiamiento, un crédito espontaneo, un manejo de flujo de caja mediante un crédito directo, un

crédito bancario, y financiamiento de capital propio para una Inversión Inicial de \$ 126.095,65.

Se determina, que es viable la obtención de maquinaria y equipos sin pagar la totalidad del costo mediante un crédito directo con la casa comercial. Sin embargo, el crédito directo necesita financiamiento para el pago de la cuota de entrada, situación por la cual se requiere una fuente de financiamiento denominada crédito espontaneo.

A continuación, se explican las obligaciones o pagos que producen el crédito directo con el proveedor de equipos gastronómicos y la concesionaria.

Cuadro N° 33.- Financiamiento de Activos

FINANCIAMIENTO DE ACTIVOS			
Descripcion	Inversion de Maquinaria	Cuota de Entrada	Cuota Mensual
Marmita de Coccion Fija	\$ 2.500,00	\$ 470,00	\$ 833,33
Envasadora Semiautomatca de Vasos	\$ 1.600,00	\$ 420,00	\$ 533,33
Selladora de Vasos para Foils de Aluminio	\$ 980,00	\$ 520,00	\$ 326,67
Equipo de Refrigeracion Industrial- 3 puertas	\$ 3.800,00	\$ 800,00	\$ 1.266,67
Filtro Purificador de Agua Industrial	\$ 5.000,00	\$ 1.200,00	\$ 1.666,67
TOTAL	\$ 13.880,00	\$ 3.410,00	\$ 4.626,67
Vehiculo	\$ 19.782,00	\$ 5.500,00	\$ 1.648,50
TOTAL	\$ 33.662,00	\$ 8.910,00	\$ 6.275,17

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Una fuente de financiamiento que se plantea es el manejo de ciclo de caja. El uso de ésta fuente de financiamiento, la ejecuta la empresa durante su operación, logra obtener el ingreso de maquinaria y llevar lo más lejos posible la cancelación de la deuda en el tiempo. Para obtener el manejo de ciclo de caja para la empresa, se aplica el crédito directo con la concesionaria y la empresa de equipos gastronómicos. El crédito directo permite que la empresa reciba y mantenga operativa la maquinaria y el vehículo, antes de haber cancelado la totalidad de su deuda, situación que permite a la empresa MAIZLIA LTDA financiar sus requerimientos durante su actividad con recursos propios.

El manejo de ciclo de caja permite financiar el 27% de la inversión inicial entre maquinaria y vehículo. La situación ocasiona un pasivo a corto plazo de

\$ 33.662,00 como se muestra en el Cuadro N° 34; la empresa puede autofinanciar durante su actividad operativa. El plazo del pago a la casa comercial por la maquinaria gastronómica adquirida es de 3 meses y el vehículo a la concesionaria por el periodo de 12 meses.

Para hacer posible la segunda fuente de financiamiento, crédito directo, se realiza una primera fuente de financiamiento denominada crédito espontáneo. El desarrollo de un crédito denominado espontaneo financia el pago de la cuota de entrada, pago a realizarse en un periodo de 2 meses de \$ 8.910,00 dólares con un interés del 10 %, total de la cuota de entrada e interés del crédito espontaneo.

El crédito espontáneo genera una cancelación a la empresa de equipos gastronómicos y a la concesionaria por la cuota de entrada de la maquinaria y vehículo, lo que indica un pasivo a corto plazo. Por lo tanto, con el financiamiento Maizlia Ltda. logra pagar la cuota de entrada a la casa comercial para obtener la maquinaria y el vehículo. Esto permitirá a la empresa hacer uso de la maquina antes de haber pagado la totalidad de la deuda.

El uso de las 2 fuentes de financiamiento descritas anteriormente, genera un pasivo a corto plazo de \$ 42.572,00 dólares, total del pago de inversión de maquinaria, vehículo y cuota de entrada; deuda que se reflejara en la cuenta por pagar y la cuenta proveedores del cuadro inicial. Las 2 fuentes de financiamiento permiten financiar el 34 % de la inversión inicial. La cuenta por pagar es el pago que surge de la cuenta de interés pagado por anticipado, pago que la empresa adquiere por convenio contractual entre las partes.

La tercera fuente financiamiento es el crédito bancario, con aquel se financiará los activos restantes de la empresa. El financiamiento se plantea con la Corporación Financiera Nacional – CFN a una tasa de interés del 10,50 %.

Anexo N° 9

La última fuente de financiamiento para cubrir los activos es el capital social, que requiere un monto de \$ 32.778,49. La contribución estará dividida por 5 socios, es decir, \$ 6.555,69 de aportación por cada socio.

7.10.- Estado de Situación Inicial

Cuadro N° 34.- Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
<i>Activo Disponible</i>		<i>Total Pasivo</i>	\$ 93.317,16
Caja Banco	\$ 55.301,15	Proveedores	\$ 33.662,00
<i>Activo Fijo</i>		Cuenta por pagar	\$ 8.910,00
Maquinaria y Equipos	\$ 20.920,00	Prestamo Bancario	\$ 50.745,16
Equipo de Computacion	\$ 3.180,00	PATRIMONIO	
Equipo de Oficina	\$ 5.267,00	Capital Social	\$ 32.778,49
Vehiculo	\$ 19.782,00		
<i>Activo Diferido</i>			
Gastos Constitucion	\$ 605,50		
Gastos de Organización	\$ 6.430,00		
<i>Otros Activos</i>			
Deposito en Garantia	\$ 3.800,00		
Renta Pagada por Anticipado	\$ 1.900,00		
Interes Pagado por Anticipado	\$ 8.910,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 126.095,65	TOTAL PASIVO	\$ 126.095,65
		+ PATRIMONIO	

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

El cuadro inicial, la suma del capital propio y el interés pagado por anticipado genera un costo total de la inversión inicial o de los recursos necesarios de \$ 126.095,65 dólares americanos.

7.11.- Capital de trabajo

Se calcula el capital de trabajo con la finalidad de estimar el apoyo hacia los activos en las necesidades de la producción. Actúa como precaución hacia los problemas de liquidez que se puedan obtener en el futuro logrando mantener así operativa las actividades de la empresa. Para su cálculo, se utiliza el método déficit acumulado máximo, que realiza la proyección de los flujos mensuales, lo que da como resultado un capital de trabajo de \$55.301,15.

Cuadro N° 35.- Capital de Trabajo

	CAPITAL DE TRABAJO											
	MES #1	MES #2	MES #3	MES #4	MES #5	MES #6	MES #7	MES #8	MES #9	MES #10	MES #11	MES #12
Ingreso	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92
Egresos	\$ 27.650,58	\$ 27.650,58	\$ 27.650,58	\$ 27.650,58	\$ 27.650,58	\$ 27.650,58	\$ 27.650,58	\$ 27.650,58	\$ 27.650,58	\$ 27.650,58	\$ 27.650,58	\$ 27.650,58
Flujo de Efectivo	-\$ 27.650,58	-\$ 27.650,58	\$ 9.156,34	\$ 9.156,34	\$ 9.156,34	\$ 9.156,34	\$ 9.156,34	\$ 9.156,34	\$ 9.156,34	\$ 9.156,34	\$ 9.156,34	\$ 9.156,34
Efectivo Acumulado	-\$ 27.650,58	-\$ 55.301,15	-\$ 46.144,82	-\$ 36.988,48	-\$ 27.832,14	-\$ 18.675,80	-\$ 9.519,46	-\$ 363,12	\$ 8.793,21	\$ 17.949,55	\$ 27.105,89	\$ 36.262,23

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

7.12.- Estado de Resultado Mensual (1er Año)

Cuadro N° 36.- Estado de Resultado Proyectado

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO													
MENSUAL													
	MES #1	MES #2	MES #3	MES #4	MES #5	MES #6	MES #7	MES #8	MES #9	MES #10	MES #11	MES #12	Año 1
Ingreso por Ventas	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 36.806,92	\$ 441.682,99
Costo de Produccion	\$ 23.087,97	\$ 23.087,97	\$ 23.087,97	\$ 23.087,97	\$ 23.087,97	\$ 23.087,97	\$ 23.087,97	\$ 23.087,97	\$ 23.087,97	\$ 23.087,97	\$ 23.087,97	\$ 23.087,97	\$ 277.055,69
UTILIDAD BRUTA	\$ 13.718,94	\$ 13.718,94	\$ 13.718,94	\$ 13.718,94	\$ 13.718,94	\$ 13.718,94	\$ 13.718,94	\$ 13.718,94	\$ 13.718,94	\$ 13.718,94	\$ 13.718,94	\$ 13.718,94	\$ 164.627,30
GASTOS OPERACIONALES	\$ 10.792,70	\$ 10.792,70	\$ 10.792,70	\$ 10.792,70	\$ 10.792,70	\$ 10.792,70	\$ 10.792,70	\$ 10.792,70	\$ 10.792,70	\$ 10.792,70	\$ 10.792,70	\$ 10.792,70	\$ 129.512,44
Sueldos y Salarios	\$ 5.374,00	\$ 5.374,00	\$ 5.374,00	\$ 5.374,00	\$ 5.374,00	\$ 5.374,00	\$ 5.374,00	\$ 5.374,00	\$ 5.374,00	\$ 5.374,00	\$ 5.374,00	\$ 5.374,00	\$ 64.488,00
Gastos de Servicios Basicos	\$ 882,60	\$ 882,60	\$ 882,60	\$ 882,60	\$ 882,60	\$ 882,60	\$ 882,60	\$ 882,60	\$ 882,60	\$ 882,60	\$ 882,60	\$ 882,60	\$ 10.591,24
Gastos de Alquiler	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 22.800,00
Gastos en Publicidad	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 19.800,00
Gasto de Mantenimiento de Vehiculo	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Gastos de Equipo de oficina	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Depreciacion Muebles y Enseres	\$ 43,89	\$ 43,89	\$ 43,89	\$ 43,89	\$ 43,89	\$ 43,89	\$ 43,89	\$ 43,89	\$ 43,89	\$ 43,89	\$ 43,89	\$ 43,89	\$ 526,70
Depreciacion Equipo de computacion	\$ 88,33	\$ 88,33	\$ 88,33	\$ 88,33	\$ 88,33	\$ 88,33	\$ 88,33	\$ 88,33	\$ 88,33	\$ 88,33	\$ 88,33	\$ 88,33	\$ 1.060,00
Depreciacion de Vehiculo	\$ 329,70	\$ 329,70	\$ 329,70	\$ 329,70	\$ 329,70	\$ 329,70	\$ 329,70	\$ 329,70	\$ 329,70	\$ 329,70	\$ 329,70	\$ 329,70	\$ 3.956,40
Depreciacion de Maquinaria	\$ 174,33	\$ 174,33	\$ 174,33	\$ 174,33	\$ 174,33	\$ 174,33	\$ 174,33	\$ 174,33	\$ 174,33	\$ 174,33	\$ 174,33	\$ 174,33	\$ 2.092,00
Amortizacion Gasto de Constitucion	\$ 105,09	\$ 105,09	\$ 105,09	\$ 105,09	\$ 105,09	\$ 105,09	\$ 105,09	\$ 105,09	\$ 105,09	\$ 105,09	\$ 105,09	\$ 105,09	\$ 1.261,10
Amortizacion Gastos Organización	\$ 114,75	\$ 114,75	\$ 114,75	\$ 114,75	\$ 114,75	\$ 114,75	\$ 114,75	\$ 114,75	\$ 114,75	\$ 114,75	\$ 114,75	\$ 114,75	\$ 1.377,00
Utilidad Operacional	\$ 2.926,24	\$ 2.926,24	\$ 2.926,24	\$ 2.926,24	\$ 2.926,24	\$ 2.926,24	\$ 2.926,24	\$ 2.926,24	\$ 2.926,24	\$ 2.926,24	\$ 2.926,24	\$ 2.926,24	\$ 35.114,86
Gasto de financiamiento	443,81	883,65	877,94	426,69	420,88	415,02	409,12	403,16	397,14	391,08	384,96	378,79	\$ 5.832,24
Utilidad antes de Participacion	\$ 2.482,43	\$ 2.042,59	\$ 2.048,29	\$ 2.499,55	\$ 2.505,36	\$ 2.511,21	\$ 2.517,12	\$ 2.523,08	\$ 2.529,09	\$ 2.535,16	\$ 2.541,28	\$ 2.547,45	\$ 29.282,62
Participacion trabajadores													\$ 4.392,39
Utilidad antes de Impuestos													\$ 24.890,22
Impuesto a la Renta													\$ 5.475,85
UTILIDAD NETA	\$ 2.482,43	\$ 2.042,59	\$ 2.048,29	\$ 2.499,55	\$ 2.505,36	\$ 2.511,21	\$ 2.517,12	\$ 2.523,08	\$ 2.529,09	\$ 2.535,16	\$ 2.541,28	\$ 2.547,45	\$ 19.414,37

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

7.13.- Estado de Resultado Proyectado Anual (5 Años)

Cuadro N° 37.- Estado de Resultado Anual

	ESTADO DE RESULTADO ANUAL PROYECTADO				
	ANUAL				
	Año 1	2	3	4	5
Ingreso por Ventas	\$ 441.682,99	\$ 472.600,80	\$ 505.682,86	\$ 541.080,66	\$ 578.956,30
Costo de Produccion	\$ 277.055,69	\$ 296.449,59	\$ 317.201,06	\$ 339.405,14	\$ 363.163,50
UTILIDAD BRUTA	\$ 164.627,30	\$ 176.151,21	\$ 188.481,79	\$ 201.675,52	\$ 215.792,80
GASTOS OPERACIONALES	\$ 129.512,44	\$ 135.456,40	\$ 141.697,56	\$ 147.190,78	\$ 154.071,65
Sueldos y Salarios	\$ 64.488,00	\$ 67.712,40	\$ 71.098,02	\$ 74.652,92	\$ 78.385,57
Gastos de Servicios Basicos	\$ 10.591,24	\$ 11.120,80	\$ 11.676,84	\$ 12.260,68	\$ 12.873,71
Gastos de Alquiler	\$ 22.800,00	\$ 23.940,00	\$ 25.137,00	\$ 26.393,85	\$ 27.713,54
Gastos en Publicidad	\$ 19.800,00	\$ 20.790,00	\$ 21.829,50	\$ 22.920,98	\$ 24.067,02
Gasto de Mantenimiento de Vehiculo	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
Gastos de Equipo de oficina	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Depreciacion Muebles y Enseres	\$ 526,70	\$ 526,70	\$ 526,70	\$ 526,70	\$ 526,70
Depreciacion Equipo de computacion	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00		
Depreciacion de Vehiculo	\$ 3.956,40	\$ 3.956,40	\$ 3.956,40	\$ 3.956,40	\$ 3.956,40
Depreciacion de Maquinaria	\$ 2.092,00	\$ 2.092,00	\$ 2.092,00	\$ 2.092,00	\$ 2.092,00
Amortizacion Gasto de Constitucion	\$ 1.261,10	\$ 1.261,10	\$ 1.261,10	\$ 1.261,10	\$ 1.261,10
Amortizacion Gastos Organización	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00
Utilidad Operacional	\$ 35.114,86	\$ 40.694,81	\$ 46.784,23	\$ 54.484,74	\$ 61.721,15
Gasto de financiamiento	\$ 5.832,24	4.044,00	\$ 3.047,94	\$ 1.942,15	\$ 714,57
Utilidad antes de Participacion	\$ 29.282,62	\$ 36.650,80	\$ 43.736,30	\$ 52.542,59	\$ 61.006,58
Participacion trabajadores	\$ 4.392,39	\$ 5.497,62	\$ 6.560,44	\$ 7.881,39	\$ 9.150,99
Utilidad antes de Impuestos	\$ 24.890,22	\$ 31.153,18	\$ 37.175,85	\$ 44.661,20	\$ 51.855,59
Impuesto a la Renta	\$ 5.475,85	\$ 6.853,70	\$ 8.178,69	\$ 9.825,46	\$ 11.408,23
UTILIDAD NETA	\$ 19.414,37	\$ 24.299,48	\$ 28.997,17	\$ 34.835,74	\$ 40.447,36

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

La proyección del estado de resultado de 5 años establece un aumento en ingresos por venta del 7 %; porcentaje que se estima por el crecimiento de sector de la industria manufacturera al año 2012. El aumento en la proyección se propone, como mejor escenario o supuesto, debido a la actividad en la industria que ejercerá Maizlia Ltda y por ofertar su producto en un cantón con movimiento comercial y económico alto. Participa en un cantón en donde los sectores económicos que mayores ingresos generan son manufactura y comercio. No

obstante, se toma en cuenta que la rama del sector de la producción industrial manufacturera a nivel nacional, también genera como segunda posición una aportación importante al producto interno bruto y obtiene un continuo crecimiento. En caso de escenarios como captación de nuevos mercados, las ganancias de la industria manufacturera resulta atractiva a las iniciativas industriales. Como competidor potencial Maizli Mix y 93 % de aceptación del producto en las encuestas, se considera como mejor escenario que la industria de la producción orgánica pueda ser relevante en el sector manufacturero debido a la preocupación de los consumidores sobre la elaboración de productos que enfocan preocupación ambiental, se da como supuesto que la propuesta orgánica pueda obtener un aumento de consumidores potenciales que tienen expectativas enfocadas al bienestar que pueden generar los productos con protección ambiental.

Se establece un crecimiento del 7 % en los costos, que se aplica por un escenario potencial del aumento de producción de las unidades. Además, este supuesto de escenario aplica problemas o riesgos que pueden obtener con la producción de las unidades, como el riesgo agroclimático, escasez de producto o precios elevados. Por esta razón, se aplica un porcentaje que proyecta un porcentaje igual al del ingreso proyectado.

Por aumento de la producción de unidades se establece como escenario que se incremente el 5 % en los egresos: servicios básicos (gastos por aumento de uso de agua), Sueldos y salarios (gastos por remuneraciones y beneficios sociales, contratación de personal), Gastos de alquiler, Gastos en publicidad (Promociones y aumento de publicidad) y Mantenimiento de vehículo (gastos por arreglos mecánicos por uso del vehículo).

7.14.- Valor Presente neto, Tasa Interno Retorno-TIR – TR

7.14.1.- Tasa mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR)

Tasa mínima de Rendimiento Aceptable o tasa de descuento establece la ganancia mínima aceptable del inversionista. La tasa mínima de rendimiento se calcula, a través de la inflación anual (Índice del Precio al Consumidor) definitiva para el 2012 de 4,16 %, como lo señala el Banco Central del Ecuador. El premio al riesgo como lo menciona la Cámara de Comercio de Quito en su síntesis

macroeconómica 2012, de 826 puntos lo que es equivalente a 8,26 %, índice que señala el grado de riesgo para los inversionistas extranjeros.

$$\text{TMAR} = \text{Inflación anual} + \text{Premio al Riesgo}$$

El cálculo de la tasa mínima de rendimiento aceptable del inversionista que se considera para el proyecto es de 12,42 %.

7.14.2.- Flujo de caja

Cuadro N° 38.- Flujo de Caja del Proyecto

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
AÑOS						
	0	1	2	3	4	5
Inversion	\$ 126.095,65					
Prestamo	-					
Utilidad Neta		\$ 23.281,15	\$ 26.980,66	\$ 31.017,95	\$ 36.123,38	\$ 40.921,12
Depreciacion y Amortizacion		\$ 10.273,20	\$ 10.273,20	\$ 10.273,20	\$ 9.213,20	\$ 9.213,20
Valor de Desecho						\$ 13.093,50
Capital de Trabajo						\$ 55.301,15
Flujo de Nominal	-\$ 126.095,65	\$ 33.554,35	\$ 37.253,86	\$ 41.291,15	\$ 45.336,58	\$ 118.528,97
Flujo Actual	-\$ 126.095,65	\$ 29.847,32	\$ 29.477,06	\$ 29.062,05	\$ 28.384,06	\$ 66.009,53
V.A.N	\$ 56.684,35					
T.I.R	26%					

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Cuadro N° 39.- Flujo de Caja del Inversionista

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
AÑOS						
	0	1	2	3	4	5
Inversion	\$ 126.095,65					
Prestamo	\$ 93.317,16					
Utilidad Neta		\$ 19.414,37	\$ 24.299,48	\$ 28.997,17	\$ 34.835,74	\$ 40.447,36
Depreciacion y Amortizacion		\$ 10.273,20	\$ 10.273,20	\$ 10.273,20	\$ 9.213,20	\$ 9.213,20
Valor de Desecho						\$ 13.093,50
Capital de Trabajo						\$ 55.301,15
Amortizacion Capital		\$ 44.123,77	\$ 15.637,01	\$ 10.039,08	\$ 11.144,86	\$ 12.372,44
Flujo de Nominal	-\$ 32.778,49	-\$ 14.436,20	\$ 18.935,67	\$ 29.231,29	\$ 32.904,08	\$ 105.682,77
Flujo Actual	-\$ 32.778,49	-\$ 12.841,31	\$ 14.982,82	\$ 20.573,93	\$ 20.600,39	\$ 58.855,39
V.A.N	\$ 69.392,74					
T.I.R	45%					

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Como proyecto de factibilidad de inversión se establece la importancia del valor actual del flujo de caja. La estimación de los flujos explica la rentabilidad del proyecto, a través de las herramientas T.I.R y V.A.N. Los flujos futuros son llevados a una ganancia mínima que se espera ganar en la actualidad.

Se utiliza 2 flujos de caja, un flujo de caja denominado Flujo de Caja del proyecto o flujo de caja libre y un Flujo de caja del inversionista. El flujo de caja del proyecto no se incluye los intereses generados en los gastos de financiamiento ni la amortización del préstamo. El flujo de caja del proyecto indica la solvencia que tiene la empresa durante su actividad mediante recursos propios.

7.14.3.- VAN y TIR

El flujo actual o flujo neto proyectado, localiza el valor actual neto del proyecto en \$ 56.684,35 resultado de la suma de los años del flujo actual menos la inversión inicial. La tasa de descuento indica la viabilidad del proyecto ya que se indica la rentabilidad entre los flujos futuros al presente con respecto a la inversión inicial. Se halla que el VAN es positivo, mayor a 0, y mientras se cumpla esta condición el proyecto obtiene beneficio o ganancia de la actividad con respecto a la inversión.

La tasa interna de retorno (TIR) es del 26 % en el flujo de caja del proyecto, situación que indica que el proyecto mediante recursos propios, es aceptable o viable y conviene invertir debido a que el rendimiento es superior al esperado de la tasa de descuento o tasa mínima de rendimiento.

La situación del inversionista, con respecto a los flujos en los cuales se considera los gastos de financiamiento, es favorable e indica rentabilidad para el inversionista mediante los financiamientos. El VAN del inversionista es \$ 69.392,74 con una tasa interna de retorno del 45 %.

7.15.- Tiempo de Recuperación de la Inversión

Cuadro N° 40.- Periodo de Recuperación del Proyecto

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION			
PROYECTO			
AÑOS	Flujo Nominal	Flujo Actual	Flujo Acumulado
0	-\$ 126.095,65	-\$ 126.095,65	-\$ 126.095,65
1	\$ 33.554,35	\$ 29.847,32	-\$ 96.248,33
2	\$ 37.253,86	\$ 29.477,06	-\$ 66.771,28
3	\$ 41.291,15	\$ 29.062,05	-\$ 37.709,23
4	\$ 45.336,58	\$ 28.384,06	-\$ 9.325,17
5	\$ 118.528,97	\$ 66.009,53	\$ 56.684,35

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

El flujo positivo empieza a partir del quinto año de funcionamiento del proyecto. Es decir, de una inversión inicial de \$ 126.095,65 mediante recursos propios, el periodo de recuperación empieza a partir del 5to año.

Cuadro N° 41.- Periodo de Recuperación del Inversionista

PERIODO DE RECUPERACION DEL INVERSIONISTA			
AÑOS	Flujo Nominal	Flujo Actual	Flujo Acumulado
0	-\$ 32.778,49	-\$ 32.778,49	-\$ 32.778,49
1	-\$ 14.436,20	-\$ 12.841,31	-\$ 45.619,80
2	\$ 18.935,67	\$ 14.982,82	-\$ 30.636,97
3	\$ 29.231,29	\$ 20.573,93	-\$ 10.063,05
4	\$ 32.904,08	\$ 20.600,39	\$ 10.537,34
5	\$ 105.682,77	\$ 58.855,39	\$ 69.392,74

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

El flujo positivo empieza a partir del cuarto año de funcionamiento de la empresa. Es decir, el tiempo de recuperación de la inversión por capital social de \$ 32.778,49 empieza a partir del 4to año.

7.16.- Punto de Equilibrio

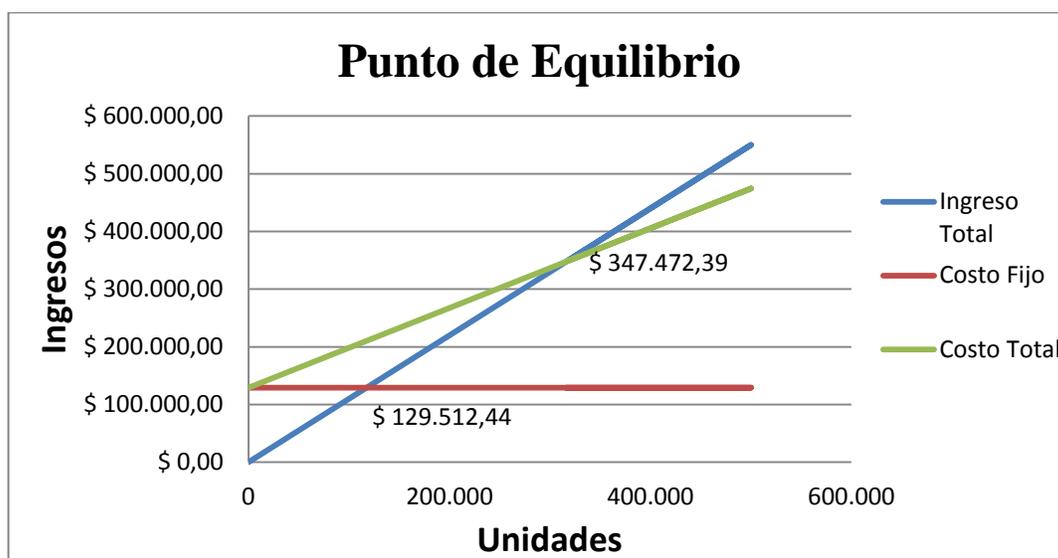
El punto de equilibrio es un método que señala la relación entre los ingresos y gastos, a tal punto, que sean iguales. Es decir, expresa una situación en que la empresa no produce ni utilidad ni pérdida.

Se aplica las siguientes formulas: Punto de Equilibrio en Unidades P.E.u y Punto de Equilibrio en Ventas P.E.v.

$$\text{P.E.u} \rightarrow \frac{CF}{PVu - CVu} \qquad \text{P.E.v} \rightarrow \frac{CF}{1 - \frac{CVt}{Vt}}$$

A continuación, se establece el punto de equilibrio con un costo fijo \$ 129.512,44. El precio de venta al distribuidor de \$ 1,10 dólares y el costo de producción de 0,69 centavos de dólar americano.

Ilustración N° 19.- Punto de Equilibrio



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

El número de unidades que se necesita es de 315.884 para un ingreso total/venta y costo total de \$ 347.472,39 dólares. El costo variable es de \$ 217.959,95 dólares.

Cuadro N° 42.- Punto de Equilibrio

Precio Unitario	Costo Fijo	Costo Variable Unitario	P.E unidades	P.E.unds monetarias	Costo Variable	Ingreso Total	Costo Total
1,10	\$ 129.512,44		0			\$ 0,00	\$ 129.512,44
1,10	\$ 129.512,44	\$ 0,69	300.090	\$ 330.098,77	\$ 207.061,96	\$ 330.098,77	\$ 336.574,39
1,10	\$ 129.512,44	\$ 0,69	315.884	\$ 347.472,39	\$ 217.959,95	\$ 347.472,39	\$ 347.472,39
1,10	\$ 129.512,44	\$ 0,69	500.000	\$ 550.000,00	\$ 345.000,00	\$ 550.000,00	\$ 474.512,44
1,10	\$ 129.512,44	\$ 0,69	315.884	\$ 347.472,39	\$ 217.959,95	\$ 347.472,39	\$ 347.472,39

Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

7.17.- Balance General Projectado (5 Años)

Cuadro N° 43.- Balance General Projectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO					
<i>Activo Circulante</i>					
Caja Banco	\$ 58.189,42	\$ 79.725,61	\$ 110.891,37	\$ 144.990,75	\$ 182.653,81
Inventario	\$ 1.152,31	\$ 1.232,97	\$ 1.319,28	\$ 1.411,62	\$ 1.510,44
<i>Activo Fijo</i>					
Equipo de Oficina	\$ 5.267,00	\$ 5.267,00	\$ 5.267,00	\$ 5.267,00	\$ 5.267,00
Equipo de Computo	\$ 3.180,00	\$ 3.180,00	\$ 3.180,00	\$ 3.180,00	\$ 3.180,00
Maquinaria	\$ 20.920,00	\$ 20.920,00	\$ 20.920,00	\$ 20.920,00	\$ 20.920,00
Vehiculo	\$ 19.782,00	\$ 19.782,00	\$ 19.782,00	\$ 19.782,00	\$ 19.782,00
(-) Depreciacion Acumulada	\$ 7.635,10	\$ 15.270,20	\$ 22.905,30	\$ 29.480,40	\$ 36.055,50
<i>Otros Activos</i>					
Gastos de Organ. Y Constitucion	\$ 7.035,50	\$ 7.035,50	\$ 7.035,50	\$ 7.035,50	\$ 7.035,50
(-) Amortizacion Acumulada	\$ 2.638,10	\$ 5.276,20	\$ 7.914,30	\$ 10.552,40	\$ 13.190,50
TOTAL ACTIVO	\$ 105.253,03	\$ 116.596,68	\$ 137.575,55	\$ 162.554,07	\$ 191.102,75
PASIVO					
<i>Pasivo Circulante</i>					
Prestamo Bancario	\$ 15.637,01	\$ 10.039,08	\$ 11.144,86	\$ 12.372,44	
<i>Pasivo No circulante</i>					
Prestamo Bancario	\$ 33.556,38	\$ 23.517,30	\$ 12.372,44	\$ 0,00	\$ 0,00
Proveedores	\$ 6.275,17				
TOTAL PASIVO	\$ 49.193,39	\$ 33.556,38	\$ 23.517,30	\$ 12.372,44	\$ 0,00
CAPITAL CONTABLE					
Capital Social	\$ 32.778,49	\$ 32.778,49	\$ 32.778,49	\$ 32.778,49	\$ 32.778,49
Utilidades Retenidas		\$ 23.281,15	\$ 50.261,81	\$ 81.279,76	\$ 117.403,14
Resultado del ejercicio	\$ 23.281,15	\$ 26.980,66	\$ 31.017,95	\$ 36.123,38	\$ 40.921,12
TOTAL PATRIMONIO	\$ 56.059,64	\$ 83.040,30	\$ 114.058,25	\$ 150.181,63	\$ 191.102,75
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 105.253,03	\$ 116.596,68	\$ 137.575,55	\$ 162.554,07	\$ 191.102,75

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Se utiliza el método del costo medio ponderado para la evaluación del inventario. Las depreciaciones y amortizaciones acumuladas pueden observarse en el Anexo N°10.

7.18.- Razones Financieras

Se detalla mediante la situación del balance general las razones financieras, Las Razones Financieras que señala la tendencia del proyecto comparando cifras para interpretar la situación o desviaciones que están ocurriendo. Se detallan las razones según la Gestión de Actividad/ Operativa, Solvencia o Endeudamiento y Rentabilidad.

Cuadro N° 44.- Razones Financieras

RAZONES FINANCIERAS					
Liquidez	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez Corriente	1,18	2,38	4,72		
Gestión Operativa					
Rotación de Caja Bancos (Días)	47,43	60,73	78,94	96,47	113,58
Rotación de Activos totales (veces)	4,20	4,05	3,68	3,33	3,03
Solvencia o Endeudamiento					
Cobertura de gastos fijos (veces)	1,48	1,51	1,54	1,57	1,64
Solvencia A corto Plazo (Días)	53,02	72,65	101,05	132,12	166,44
Rentabilidad					
Rendimiento sobre el Patrimonio	0,42	0,32	0,27	0,24	0,21
Rendimiento sobre la Inversión	0,22	0,23	0,23	0,22	0,21
Utilidad Activo	0,33	0,35	0,34	0,34	0,32
Margen Bruto	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37
Margen Operacional	0,08	0,09	0,09	0,10	0,11
Margen de Utilidad Neta	0,05	0,06	0,06	0,07	0,07

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

La razón de liquidez de la empresa establece que el activo corriente de la empresa es 1.18 veces mayor que el pasivo corriente. El concepto de liquidez corriente y la rotación de caja banco al primer año de funcionamiento indica que la empresa tiene una capacidad de cubrir 47 días de venta del producto Maizli Mix con la cantidad de pasivos generados.

7.19.- Análisis de Sensibilidad

Se aplica la herramienta de análisis de sensibilidad para visualizar la situación económica del proyecto a través de 3 escenarios. Los escenarios que se establecen para el proyecto son Escenario Pesimista, Escenario Probable y Escenario Optimista. Los escenarios señalan el grado del riesgo del proyecto según la variación de las cuentas que son susceptibles a cambios.

El criterio que se toma en cuenta propone la sensibilidad que tiene el producto en relación al precio. La importancia del criterio se basa en el costo de la materia prima, debido a que está sujeta a cambios durante la actividad económica por lo que su ejecución puede estar guiada a una obtención desde una mejor calidad hasta una calidad mínima aceptable en los insumos o una variación (provechosa o no provechosa) en los costos del maíz por el proveedor. La evaluación del criterio se realiza mediante el escenario base del proyecto.

Se considera aplicar cambios a las cuentas que se señalaron en el estado del resultado:

✓ Escenario Pesimista:

Se mantiene el precio de \$ 1.10 centavos del producto y se establece un aumento de los costos de producción del 4 % entre Insumos y costos de cocción.

Cuadro N° 45.- Escenario Pesimista

Escenario Financiero MAIZLIA LTDA				
	BASE		PESIMISTA	
Variables	PROYECTO	INVERSIONISTA	PROYECTO	INVERSIONISTA
V.A.N	\$ 56.684,35	\$ 69.392,74	\$ 35.179,91	\$ 47.888,29
T.I.R	26%	45%	21%	34%
Periodo de Recuperación	5to Año	4to Año	5to	5to
Inversion Inicial	\$ 126.095,65	\$ 126.095,65	\$ 126.095,65	\$ 126.095,65

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

✓ **Escenario Optimista:**

Se mantiene el precio de \$ 1.10 dólares del producto y se realiza una disminución de los costos de producción del 4 % entre Insumos y costos de cocción.

Cuadro N° 46.- Escenario Optimista

Escenario Financiero MAIZLIA LTDA				
	BASE		OPTIMISTA	
Variables	PROYECTO	INVERSIONISTA	PROYECTO	INVERSIONISTA
V.A.N	\$ 56.684,35	\$ 69.392,74	\$ 78.188,79	\$ 90.897,18
T.I.R	26%	45%	31%	56%
Periodo de Recuperación	5to Año	4to Año	4to Año	3er Año
Inversion Inicial	\$ 126.095,65	\$ 126.095,65	\$ 126.095,65	\$ 126.095,65

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

El análisis de sensibilidad expresa los cambios en el flujo de caja tanto en la recuperación del proyecto y la recuperación del inversionista.

CONCLUSIONES

El estudio de las obligaciones legales y tributarias señala las actividades legales para iniciar una actividad empresarial. Se demuestra, que una compañía solo puede ejercer su función aplicando las leyes ecuatorianas. Se inicia desde la constitución hasta sus operaciones diarias. La obligación legal tributaria que se señaló, menciona que una entidad durante su actividad tiene obligaciones que deben ser presentadas como la ley del Servicio de Rentas Internas indica. Se señala que el incumplimiento del acto tributario ofrece sanciones mediante multas/intereses o limitaciones de los comprobantes de pago.

El estudio de la estructura organizacional establece una estructura de bucracia. Se desarrolló una estructura que tiene una capacidad de adaptarse a un crecimiento organizacional. Se puede lograr una reducción de los costos de la mano de obra, debido a que puede obtenerse pocos trabajadores profesionales distribuidos por departamentos y aumentar trabajadores que ofertan una mano de obra no profesional. Con los trabajadores profesionales, aplicados en el proyecto, son capaces de la supervisión del aumento de una mano de obra no profesional.

Con respecto a la aceptación del alimento tradicional, se localiza que a pesar de que los productos de competencia (yogur, gelatina o avenas) en el mercado sean de marcas establecidas o reconocidas por el consumidor, el producto Maizli Mix, puede lograr una aceptación y entrar en competencia indirecta en el comercio. Ésta situación se demuestra en el análisis de las encuestas y las preguntas relacionadas a los productos de la competencia (Juan Chichero o Avena Polaca). Las encuestas demuestran que existe una aceptación por parte del consumidor hacia los productos con un sabor diferente. Además, se encuentra que los consumidores ecuatorianos, Guayaquileños y no, aceptan el consumo hacia productos que proponen protección ambiental. Los entrevistados señalan conciencia sobre el cambio de los precios sobre los productos que se llegarían a proponer. Por lo tanto, los entrevistados señalan insatisfacciones sobre los productos actuales que no muestran una preocupación ambiental debido a que buscan el consumo hacia productos con nuevas alternativas.

Se establece que la competencia del producto Maizli Mix no tiene competencia directa en el comercio. El grado de rivalidad del producto es reducido, ya que no hay productos de competencia directa sino más bien de competencia indirecta o sustituta. No existe un producto con las características de Maizli Mix, un producto a base de maíz con trozos de mote, elaborado de forma industrial y ofertada en el comercio del cantón Guayaquil.

Diseños del producto y proceso de producción. El diseño de la imagen del producto que se estimó para la creación de la compañía, establece un producto que resalta las bondades de un alimento nutricional en base a su diseño. El diseño une la imagen de 2 tipos de maíz, elaborados como postre, y una cantidad de 200 gramos para la oferta. Por otro lado, el diseño del proceso de producción establece una infraestructura con maquinaria/ equipos industriales y mano de obra especializada que es imprescindible por departamento. El diseño del proceso productivo de la planta se establece con 3 superiores calificados para la supervisión de la materia prima y producto terminado. Se demuestra un proceso productivo que abarata costos por crecimiento de producción y se establece la elaboración de un producto industrial que ofrece calidad del producto terminado.

Estrategias organizacionales y de marketing. Las estrategias organizacionales propuestas expresan la importancia de la motivación de los empleados. La motivación puede ejercer aumento y disminución de la cantidad de trabajo. Debido a los conflictos que pueden generar la motivación, las estrategias propuestas organizacionales permiten que los trabajadores sean recompensados por sus labores y brindar un espacio como herramientas adecuadas para que puedan ejercer su actividad. Las estrategias de marketing se establecen mediante una preocupación por los puntos de ventas del producto, por lo que las estrategias propuestas ofertan propagandas que anuncien el ingreso de un producto nutritivo.

Evaluación de la rentabilidad Económica y Financiera. Se encuentra que el sector económico del comercio genera 26,2 % de ingresos anuales, porcentaje superior a los 2 sectores económicos restantes. La transacción de bienes o servicios que se dan en el mercado señala que la iniciativa empresarial de los Guayaquileños se enfoca en la compra y venta de productos ya fabricados. Es decir, los proyectos de inversión son más de comercio que de industria.

El proyecto posee una rentabilidad económica como se demuestra en el valor actual neto (VAN), señalando una rentabilidad con respecto a los flujos futuros con un valor de \$ 56.684,35; resultado de los cinco años proyectados para el flujo de la empresa. El porcentaje de la Tasa Interna de Retorno es aceptable para el proyecto, ya que supera la tasa de mínima de rendimiento de 12.42 % que espera el accionista, es decir, la inversión por el monto total que se establece en flujo de caja de la empresa indica que el inversionista obtendrá una ganancia superior a la mínima aceptable.

Mediante las 3 fuentes de financiamiento como lo son crédito espontaneo, manejo de flujo de caja y crédito bancario, la empresa logra un financiamiento del 74 %. Tan solo el crédito espontaneo y el manejo de flujo caja permite financiar el 34 % de la inversión inicial, mientras que el crédito bancario permite el 40 % de la inversión. El manejo de flujo de caja permite que la empresa pueda autofinanciarse con 27 % sin necesidad de la cancelación total antes del inicio de la actividad económica. La empresa Maizlia compañía de responsabilidad limitada, obtiene un autofinanciamiento que le permite producir durante el periodo de trabajo y pagar sus deudas en cuotas que son posibles de cancelar a un periodo de corto plazo, durante el año. La empresa al primer año logra cancelar el 25 % de la deuda con el proveedor de maquinaria y la concesionaria.

Las fuentes de financiamiento demuestran que es posible desarrollar una actividad económica. El crédito bancario aplicado más las fuentes financiamiento reduce la aportación del capital social.

La información de los ratios demuestra que la empresa posee, en la situación de gestión o actividad operativa al primer año, una capacidad de cubrir por 54 días

con la magnitud de la cuenta Caja y Bancos. La rotación de Activos totales establece que la empresa tiene la capacidad de dar a sus clientes 4 veces el valor de su inversión, lo que nos indica que tan productivo son nuestros activos para realizar las ventas, es decir se está generando 4,20 de venta por lo invertido. La cobertura de gastos fijos señala que la empresa tiene una capacidad de supervivencia de 1,48 veces a sus gastos fijos con respecto a su utilidad bruta. La solvencia a corto plazo indica que la empresa puede solventar sus deudas por 53 días en un año. Utilidad Activo indica que la empresa genera una utilidad del 33 % por el uso de activos.

La elección de la materia prima como variable a analizarse mediante los escenarios, permite entender la rentabilidad tanto para la empresa como para el inversionista. Los escenarios demuestran que la empresa posee sensibilidad a cualquier cambio que ocurra en los precios de la materia prima. Tan solo el 4 % de cambio negativo al propuesto en el escenario base, señala una tasa interna de retorno del 21 %, direccionándose al límite de la tasa mínima de rendimiento para inversionista en un escenario pesimista. La situación indica que la solvencia existe cuando hay una relación directamente proporcional de las variables precio y costos de producción.

Se concluye la viabilidad de una industria de alimentos a base de maíz orgánico con la información recopilada tanto en lo económico y financiero en el mercado de Guayaquil. La tendencia de los flujos de caja proyectados demuestra que el proyecto es rentable con un precio del producto a 1,10 dólares al distribuidor. El precio establecido permite mantener la rentabilidad de una compañía como se demuestró en los flujos del proyecto y del inversionista.

RECOMEDACIONES

La viabilidad de una industria a base de maíz es posible en el comercio. Se establece que la renovación de los productos que están perdiendo tradición pueden aprovecharse con iniciativas empresariales.

Se observa, que la empresa entra a un mercado en donde las participaciones del comercio o comerciantes reflejan la ganancia del sector. Se puede obtener una rentabilidad comercial del producto Maizli Mix ya que es un producto que ingresa a competir en un sector que posee gran movimiento comercial. La actividad de comercio es favorita para los empresarios Guayaquileños por lo que el crecimiento de los negocios como tiendas o supermercados, cuyo fin es comerciar, puede aumentar el número de distribuidores para el producto propuesto, logrando un mayor acceso a consumidores finales.

Se encuentra que los consumidores potenciales poseen incentivo al consumo de un postre a base de maíz. El lanzamiento renovado de un producto tradicional según las encuestas señalan que en Guayaquil, existe un grupo de consumidores aún no satisfechos por productos tipo postre a base de maíz. Por lo tanto, se recomienda promover productos que muestren variedad y diferencia de los productos del comercio actual; uno de estos productos es Maizli Mix.

Se establece, que el estudio del proyecto puede colaborar más con la protección al medio ambiente. Se recomienda, aprovechar aquellos residuos provenientes de la limpieza de la materia prima, con un beneficio económico adicional, y demostrar la preocupación hacia la protección del medio ambiente a través de los residuos orgánicos.

Se sugiere, que se aplique una campaña publicitaria educativa que promueva preocupación por los alimentos ingeridos, desde la obtención de la materia prima hasta su transformación. Se debe informar y educar al consumidor potencial para que pueda entender los beneficios que genera. Además, la educación alimentaria ofrecerá la apertura de nuevos mercados que no se tomaron en cuenta en el estudio.

Se recomienda aprovechar el apoyo del gobierno, a través de la Corporación Financiera Nacional, debido a que la institución apoya los proyectos de inversión de industria. La CFN apoya las iniciativas empresariales que requieran la transformación de la materia prima. Además, se establece que el apoyo brindado no es solo sobre activos sino sobre el capital de trabajo.

REFERENCIAS

- ✓ Alcaldía de Guayaquil. (2011). *Geografía de Guayaquil*. Recuperada de <http://www.guayaquil.gob.ec/la-ciudad/geografia>
- ✓ Banco Centra Del Ecuador. (2012). Reporte de Pobreza, Desigualdad y Mercado Laboral. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/PobrezaMar2012.pdf>
- ✓ Banco Central del Ecuador. (n.f). Consulta de Totales por Nandina País. Recuperado de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/seguridad/ComercioExteriorEst.jsp
- ✓ Bristhar Laboratorios, C.A. (2010). *Acido Cítrico* (E 330). Recuperado de <http://www.bristhar.com.ve/acidocitrico.html>
- ✓ Cámara de Comercio de Guayaquil. (n.f). Ecuador: Asesoría Legal Mercantil. <http://www.lacamara.org/website/images/faq/asesorialegal.pdf>.
- ✓ Cámara de Comercio de Guayaquil. (n.f). Ecuador: Boletín Económico – Diciembre 2012. <http://www.lacamara.org/ccg/2012%20DIC%20BE%20CCG%20PERSPECTIVAS%202013.pdf>
- ✓ Centro Internacional para la Investigación del Fenómeno de El Niño (CIIFEN). (2010). *Riesgo Agroclimático en los Países Andinos*. Recuperado de http://www.ciifen-int.org/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=84&Itemid=111&lang=es
- ✓ Cervera, A. F. (2003). *Envase y Embalaje, la venta silenciosa*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- ✓ Cuatrecasas, A. L. (2009). *Diseño avanzado de procesos y plantas de producción flexible*. Barcelona, España: Profit Editorial
- ✓ Economía, El Universo. (Julio del 2012). El autoservicio gana terreno a tiendas en Quito y Guayaquil. Recuperado de

<http://www.eluniverso.com/2012/07/02/1/1356/autoservicio-gana-terreno-tiendas-quito-guayaquil.html>.

- ✓ Edgar Salgado García. (2012). *Guía para elaborar citas y referencias en formato APA*. Recuperado de http://www.magisteriolalinea.com/home/carpeta/pdf/MANUAL_APA_ULA_CIT_actualizado_2012.pdf
- ✓ Ferrin, S. R & Torres, A. V. (2012). Ejemplos de uso del estilo APA. Ecuador. Recuperado de http://www.puce.edu.ec/economia/docs/2012/Normas_Harvard_-_APA_ejemplos.pdf
- ✓ Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Duran. (n.f.). Tasa de habilitación y control de establecimientos comerciales. Recuperada Octubre 16 del 2012, de <http://www.duran.gob.ec/municipio/imd/index.php/tramites/28-permisos-funcionamiento/93-permisos-tasas>
- ✓ Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuaria. (2003). Recomendaciones para el manejo de maíz utilizando labranza de conservación. Recuperado de http://ww.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/SISTEMAS_CONSERVACION_SUELOma%C3%ADz.pdf
- ✓ Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). Ecuador. Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico. Recuperado de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&&TB_iframe=true&height=512&width=1242
- ✓ Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). Ecuador. Porcentaje de Superficie Sembrada y Producción según Región y Provincia. Recuperado de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=109&Itemid=88
- ✓ Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). Ecuador. Resultados del Censo Económico. Recuperado de http://www.inec.gob.ec/cenec/index.php?option=com_remository&Itemid

=128&func=startdown&id=11&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800

- ✓ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2011). Ecuador. Informe Ejecutivo. Recuperado de http://www.inec.gob.ec/espac_publicaciones/espac-2011/INFORME_EJECUTIVO%202011.pdf
- ✓ Jiménez, A. (2008). *Beneficios del maíz en la salud*. Recuperado de <http://www.perspectivaciudadana.com/contenido.php?itemid=24517>
- ✓ Ley de Compañías. Ecuador: Superintendencia de Compañías. Recuperado de http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf. [12 de noviembre del 2012]
- ✓ Llaneza, J.A. (2008). *Ergonomía y psicología aplicada-manual para la formación del especialista*. Valladolid, España: Editorial Lex Nova, S.A
- ✓ María I. Villamil. (2009). *Como preparar una bibliografía según el manual estilo APA*. Puerto Rico. Recuperado de http://www.arecibo.inter.edu/reserva/tsocial/apa_6_ed.pdf
- ✓ Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (2011). Naranjilla: Superficie, Producción y Rendimiento a Nivel Nacional. Recuperado de <http://servicios.agricultura.gob.ec/sinagap/index.php/naranjilla-2>
- ✓ Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (2011). Principales Cultivos del Ecuador. Recuperado de <http://servicios.agricultura.gob.ec/sinagap/index.php/site-map/2-produccion/Cacao?view=application>
- ✓ Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Sector manufacturero industrial aporta al crecimiento económico del país. Recuperado de <http://www.industrias.gob.ec/sector-manufacturero-industrial-aporta-al-crecimiento-economico-del-pais/>

- ✓ Organización para la Agricultura y Alimentación (FAO). (2003). *Guía práctica sobre por qué, cómo y con quien certificar productos agrícolas para la exportación*. ISBN 996886630X
- ✓ Quiminet. (2006). Definición de envase, envasado, empaque y embalaje. Recuperado de <http://www.quiminet.com/articulos/definicion-de-envase-ensado-empaque-y-embalaje-15316.htm>
- ✓ Red de Cajas de Herramientas My Pyme. (2002). Como Administrar su Negocio/Producción/Procesos Productivos. Recuperado de <http://www.infomipyme.com/Docs/SV/Offline/comoadministrar/proceso1.htm>
- ✓ Robbins, S.P & Coulter, M. (2005). *Administración 8va.ed.* Atlacomulco, México: Pearson Education
- ✓ Robbins. S. (2004). *Comportamiento Organizacional 10ª.ed.* San Diego State University: Pearson Prentice Hall
- ✓ Servicio de Rentas Internas. (2012). *Comprobantes de Venta*. [Folleto]. Guayaquil: Autor
- ✓ Servicio de Rentas Internas. (2012). *Sociedades y Obligados a llevar Contabilidad*. [Tríptico].Guayaquil: Autor
- ✓ Sistema de Información Nacional de Agricultura. (2009). Costos de Producción de Maíz, Tecnificado y Semitecnificado. Recuperado de www.magap.gob.ec/sinagap/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=97
- ✓ Suite101. (2009). Elementos del marketing Mix. Recuperado de <http://suite101.net/article/producto-precio-promocion-y-distribucion-a6240#axzz2MdOxzw00>
- ✓ Tola, T.C. (2012). Tiendas de Barrio. El Universo. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2012/11/05/1/1366/tiendas-barrio.html>

Anexos

Anexo N°1

REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

	Proceso	Entidad	Documentación
1.-	Aprobación de denominación	Superintendencia de Compañías	Carta con 5 posibles nombres firmada por abogado
2.-	Aporte numerario	Banco local	Con la aprobación de denominación se solicita la apertura de una Cuenta de Integración de Capital con mínimo el 25% del valor del Capital Social, en caso de ser anónima o el 50% del valor del Capital Social, en caso de ser limitada.
3.-	Elaboración de escritura pública	Notaría	Minuta junto con la aprobación de denominación, certificado del Banco de la cuenta de Integración de Capital y documentos de identidad de los accionistas
4.-	Aprobación de la escritura de constitución de la compañía	Superintendencia de Compañías	Resolución aprobatoria Extracto de Publicación
5.-	Anotaciones Marginales	Notaría	Testimonio y Resolución Aprobatoria
6.-	Publicación en diario	Periódico	Extracto de la resolución
7.-	Inscripción del trámite de constitución	Registro Mercantil	Resolución Aprobatoria Escrituras con anotaciones marginales.
8.-	Nombrar representante legal	Registro Mercantil	5 nombramientos originales y acta de la primera Junta General de Accionistas
9.-	Inscripción de nombramiento Representante Legal	Registro Mercantil	Se presentan los 5 nombramientos originales junto con copia de cedula de la persona nombrada
10.-	Obtención del certificado de seguridad	Cuerpo de Bomberos	Declaración juramentada indicando la actividad principal y la dirección de la compañía. Copia de escritura de constitución, nombramiento y cedula del representante legal. Factura de compra de un extintor
11.-	Pago de patente municipal	Municipio	Formulario
12.-	Obtención del RUC	Servicio de Rentas Internas	Formularios, nombramiento, copia de cédula o documento de identidad del representante legal, resolución aprobatoria, CCO y número de expediente Superintendencia de Cias y todos los documentos elaborados anteriormente

FUENTE: Cámara de Comercio de Guayaquil. *Asesoría legal empresarial*. Recopilación Octubre 2012. Recuperado de <http://www.lacamara.org/website/images/faq/asesorialegal.pdf>

Anexo N° 2

TASA DE HABILITACIÓN Y CONTROL DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES, INDUSTRIALES Y CUALQUIER ORDEN ECONÓMICO QUE OPERE EN EL CANTÓN DURÁN

Requisitos:

- 1.- Copia de RUC actualizado.
- 2.- Balance de ejercicio económico del año anterior certificado por la Superintendencia de Compañías.
- 3.- Recibo de pago del 1.5 x mil a la Municipalidad de Durán al día.
- 4.- Recibo de pago de los predios urbanos al día.
- 5.- Permiso de Cuerpo de Bomberos Municipal del año que tramita la patente.
- 6.- Además todos los documentos y anexos que el Departamento de Rentas solicite para realizar la respectiva liquidación del impuesto.
- 7.- Formulario de declaración de patente firmado y sellado por el contribuyente.
- 8.- Reducción del impuesto.- Cuando un negocio demuestre haber sufrido pérdida, la reducción del impuesto se concederá de acuerdo al Art. 385 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal.

FUENTE: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Duran. *Tasa de Habilitación y Control de Establecimientos Comerciales*. Recopilación Octubre 2012. Recuperado de <http://www.duran.gob.ec/municipio/imd/index.php/tramites/28-permisos-funcionamiento/93-permisos-tasas>.

Anexo N°3

EMISION DE LOS COMPROBANTES DE VENTA

TIPO	EMISIÓN	SUSTENTO	CARACTERISTICAS
FACTURA	Contribuyentes que necesiten hacer uso de crédito Tributario y sustentas costos y gastos.	Crédito Tributario de IVA	El valor del IVA se encuentra desglosado cuando se requiera sustenta crédito tributarios o gastos personales
		Costos y gastos de impuesto a la Renta	Si la transacción no supera los US \$200 y el comprador no requiere sustentar el gasto, podrá consignar la leyenda "Consumidor Final"
		Transferencia del bien o la prestación del servicio	Firma del adquirente del bien o servicio, como constancia de la entrega del comprobante de venta
TIQUETE DE MAQUINA REGISTRADORA	Operaciones con consumidores finales, destinado para uso personal	Transferencia del bien o la prestación del servicio	Existe un listado de maquinas calificadas por el SRI
LIQUIDACIÓN DE COMPRAS DE BIENES O PRESTACIÓN DE SERVICIOS	Extranjeros no residentes	Crédito Tributario	No identifica al comprador
	Sociedades extranjeras, sin domicilio permanente en el país	Costo y Gastos de Impuesto a la Renta	El emisor debe retener el 100% del IVA y del porcentaje que corresponda de Impuesto a la Renta
	Personas naturales que por su nivel cultural o rusticidad no puedan emitir comprobantes de venta	Transferencia del bien o la prestación del servicio	

FUENTE: Servicio de Rentas Internas (SRI). *Comprobantes de Venta* [Folleto].

Recopilación Octubre 2012. Guayaquil: Autor

Anexo N° 4

DECLARACIONES Y ANEXOS CORRESPONDIENTES

>>Declaración del impuesto al Valor Agregado (IVA)

Se debe realizar mensualmente, en el formulario 104, inclusive cuando en uno o varios periodos no se hayan registrado venta de bienes e o prestación de servicio, no se hayan producido adquisiciones o no se hayan efectuado retenciones en la fuente por dicho impuesto

Se debe efectuar una sola declaración por periodo, tanto como agente de retención como de percepción del Impuesto

>>Declaración del Impuesto a La Renta

La declaración del Impuesto a la Renta se debe realizar cada año, considerando lo siguiente:

Formulario 101 para Sociedades

Formulario 102 para persona Naturales Obligadas a llevar Contabilidad

En estos formularios debe consignar los valores correspondientes en los campos relativos al Estado de Situación Financiera, Estado de Resultado y conciliación tributaria.

Cabe señalar que, de ser el caso, se deberá pagar el Anticipo del Impuesto a la Renta en el Formulario 106, en función del impuesto causado del año anterior.

>> Declaración de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta

Se debe realizar mensualmente en el formulario 103. Aunque no se hubiesen efectuado retenciones durante uno o varios periodos mensuales.

Los obligados a llevar contabilidad son agentes de retención, razón por la cual se encuentran obligadas a llevar registros contables por las retenciones en la fuente realizadas y de los pagos por tales retenciones; adicionalmente debe mantener un archivo cronológico de los comprobantes de retención emitidos y las respectivas declaraciones.

FUENTE: Servicio de Rentas Internas (SRI). *Comprobantes de Venta* [Folleto].

Recopilación Octubre 2012. Guayaquil: Autor

Anexo N° 5

PRESENTACIÓN DE ANEXOS

>>Anexo de Compras y Retenciones en la Fuente de Impuesto a la Renta

Es un reporte mensual de información relativa de compras y retenciones en la fuente, de ser el caso, y deberá ser presentado a mes subsiguiente

* Presentara esta información en medio magnético las sociedades y personas obligadas a llevar contabilidad.

>>Anexo de ICE

Corresponde al informe de sus ventas de productos terminados para cada una de las marcas y presentaciones, el mismo que deberá ser presentado a mes subsiguiente.

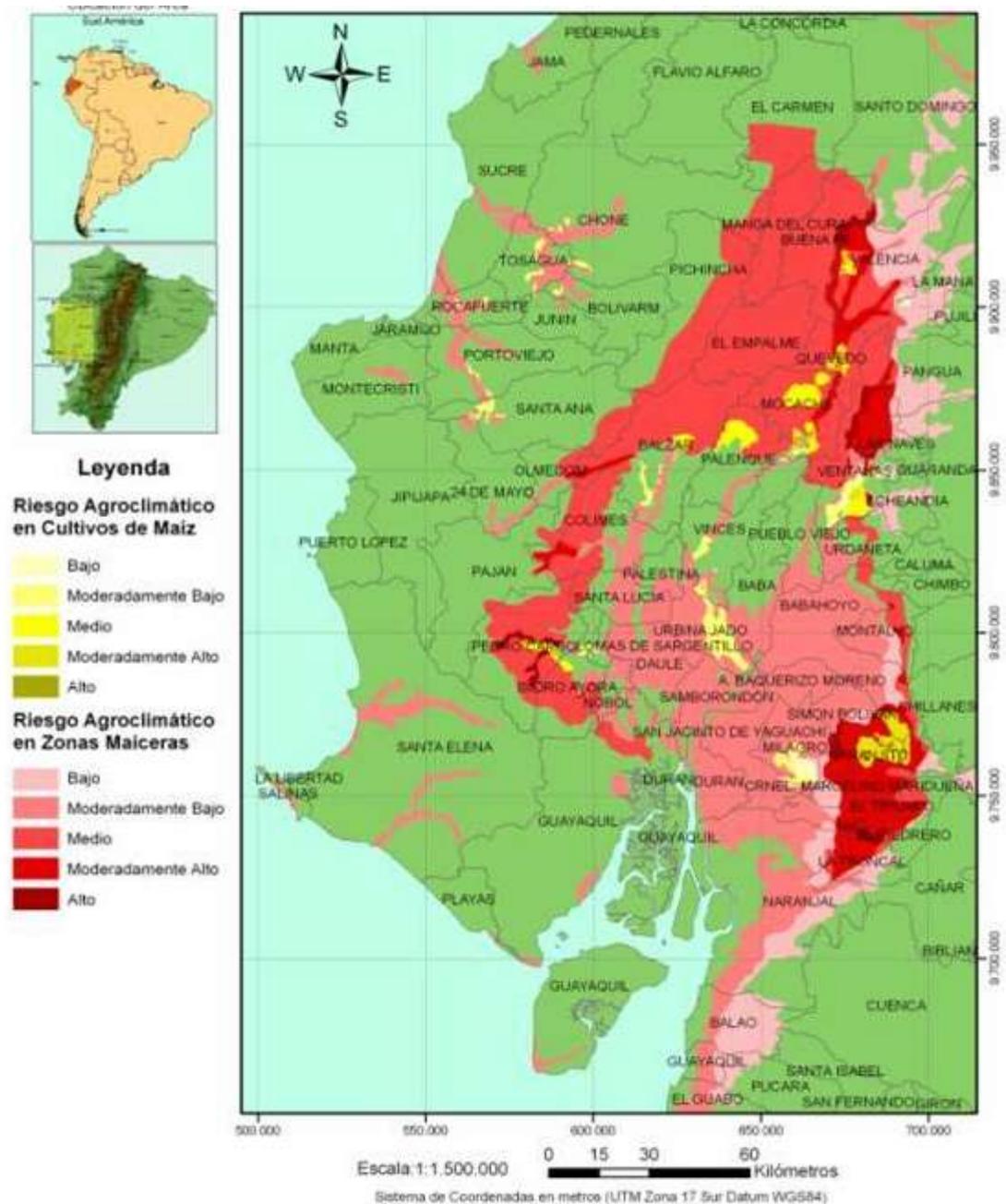
>>Anexo de impuesto a la Renta en Relación de Dependencia (RDEP)

Corresponde a la información relativa a las retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta realizadas a sus empleados bajo relación de dependencia, por concepto de sus remuneraciones en el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre. Deberá ser presentado en el mes de febrero.

FUENTE: Servicio de Rentas Internas (SRI). *Comprobantes de Venta* [Folleto].
Recopilación Octubre 2012. Guayaquil: Autor

Anexo N° 6

RIESGO AGROCLIMÁTICO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS



FUENTE: Centro Internacional para la Investigación del Fenómeno de El Niño (CIIFEN). *Riesgo Agroclimático en los Cultivos de Maíz en el Ecuador*. Recopilación Enero 2013. Recuperado de http://www.ciifen-int.org/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=83&Itemid=112&lang=es

ANEXO N° 7

COSTOS DE PRODUCCION DEL MAÍZ

INVIERNO 2009	TECNIFICADO				SEMITECNIFICADO
	ECUAQUÍMICA	AFABA / CONAVE	Zona del Litoral	Zona de Vincas Cero Labranza	Zona de Ventanas
Mano de obra	129	56	154	56	384
Semilla	165	134	158	170	135
Fertilizante	377	388	468	355	182
Fitosanitarios	193	91	64	173	86
Maquinaria-equipos-materiales-transporte	264	396	368	233	98
Total Costos Directos (Ha)	1,128	1,065	1,212	987	885
Costos Financieros (14% anual, 6 meses)	66	63	71	59	56
Costos Administrativos (5% por ciclo)	61	58	66	54	52
Alquiler de la tierra	100	100	100	100	150
Total costos de producción (Ha)	1,356	1,286	1,449	1,199	1,142
Rendimiento Húmedo y Sucio ⁽¹⁾ (QQ/Ha)	150	150	180	150	150
Costo por quintal Húmedo y Sucio (Usd/qq) ⁽²⁾	9.04	8.58	8.05	8.00	7.61

1/ Se toma en cuenta una humedad de 24% e impureza 5%
2/ No se considera costo de procesamiento, ni transporte física a centro de acopio, ni margen de utilidad

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. Recopilación Julio 2012. Recuperado de www.magap.gob.ec/sinagap/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=97

ANEXO N° 8

ENCUESTA SOBRE HABITOS ALIMENTICIOS

Lugar de Encuesta: _____

1. Género: Masculino ___ Femenino ___
2. Edad:
 - Entre 15 y 19 años ___
 - Entre 20 y 29 años ___
 - Entre 30 y 44 años ___
 - Entre 45 y 54 años ___
3. ¿Qué tan Frecuente consume los postres o snacks al mes?
 - Siempre ___
 - A veces ___
 - Nunca ___
4. ¿Le gustan los postres con trozos comestibles?
Si ___ No ___
5. ¿Prefiere preparar los postres o comprarlos hechos?
 - Prepararlo ___
 - Comprarlo ___
6. ¿Cuáles de estos tipos de postre o snacks consumes al mes?
Gelatina ___ Yogures ___
Avenas/Coladas/Chichas ___
7. ¿En qué lugares compra los postres o snacks?
 - Venta Informal ___
 - Tiendas ___
 - Restaurantes ___
 - Centros Comerciales ___
8. ¿Cuáles de las siguientes marcas compra?
Alpina ___ Chivería ___ Toni ___

9. ¿Ha probado usted Avena Polaca o Juan Chichero?

Si___ No__

10. ¿Por qué compra Avena Polaca o Juan Chichero?

Calidad___ Seguridad___
Higiene___ Sabor_____

11. ¿Qué tan frecuente consume maíz?

Siempre___ A veces_____ Nunca _____

12. ¿Estaría dispuesto a probar un postre a base de maíz?

Si___ No__

Fuente: Autora

ANEXO N° 9

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO					
Monto de la Inversión: \$ 50.745,16		Plazo : 60 meses (5 Años)			
Tasa de Interés (Anual): 10,50%					
Tasa Equivalente Mensual: 0,01					
AÑO	Saldo Inicial	Cuota	Interés	Amortización	Saldo Final
0					\$ 50.745,16
1	\$ 50.745,16	\$ 1.090,58	443,81	646,78	50.098,38
2	\$ 50.098,38	\$ 1.090,58	438,15	652,43	49.445,95
3	\$ 49.445,95	\$ 1.090,58	432,44	658,14	48.787,81
4	\$ 48.787,81	\$ 1.090,58	426,69	663,90	48.123,91
5	\$ 48.123,91	\$ 1.090,58	420,88	669,70	47.454,21
6	\$ 47.454,21	\$ 1.090,58	415,02	675,56	46.778,65
7	\$ 46.778,65	\$ 1.090,58	409,12	681,47	46.097,18
8	\$ 46.097,18	\$ 1.090,58	403,16	687,43	45.409,75
9	\$ 45.409,75	\$ 1.090,58	397,14	693,44	44.716,31
10	\$ 44.716,31	\$ 1.090,58	391,08	699,50	44.016,81
11	\$ 44.016,81	\$ 1.090,58	384,96	705,62	43.311,18
12	\$ 43.311,18	\$ 1.090,58	378,79	711,79	42.599,39
13	\$ 42.599,39	\$ 1.090,58	372,57	718,02	41.881,37
14	\$ 41.881,37	\$ 1.090,58	366,29	724,30	41.157,07
15	\$ 41.157,07	\$ 1.090,58	359,95	730,63	40.426,44
16	\$ 40.426,44	\$ 1.090,58	353,56	737,02	39.689,42
17	\$ 39.689,42	\$ 1.090,58	347,12	743,47	38.945,95
18	\$ 38.945,95	\$ 1.090,58	340,61	749,97	38.195,98
19	\$ 38.195,98	\$ 1.090,58	334,05	756,53	37.439,44
20	\$ 37.439,44	\$ 1.090,58	327,44	763,15	36.676,30
21	\$ 36.676,30	\$ 1.090,58	320,76	769,82	35.906,48
22	\$ 35.906,48	\$ 1.090,58	314,03	776,55	35.129,92
23	\$ 35.129,92	\$ 1.090,58	307,24	783,35	34.346,58
24	\$ 34.346,58	\$ 1.090,58	300,39	790,20	33.556,38
25	\$ 33.556,38	\$ 1.090,58	293,48	797,11	32.759,27
26	\$ 32.759,27	\$ 1.090,58	286,51	804,08	31.955,19
27	\$ 31.955,19	\$ 1.090,58	279,47	811,11	31.144,08
28	\$ 31.144,08	\$ 1.090,58	272,38	818,20	30.325,88
29	\$ 30.325,88	\$ 1.090,58	265,22	825,36	29.500,52
30	\$ 29.500,52	\$ 1.090,58	258,01	832,58	28.667,94
31	\$ 28.667,94	\$ 1.090,58	250,72	839,86	27.828,08
32	\$ 27.828,08	\$ 1.090,58	243,38	847,21	26.980,87

33	\$ 26.980,87	\$ 1.090,58	235,97	854,62	26.126,26
34	\$ 26.126,26	\$ 1.090,58	228,49	862,09	25.264,17
35	\$ 25.264,17	\$ 1.090,58	220,96	869,63	24.394,54
36	\$ 24.394,54	\$ 1.090,58	213,35	877,23	23.517,30
37	\$ 23.517,30	\$ 1.090,58	205,68	884,91	22.632,40
38	\$ 22.632,40	\$ 1.090,58	197,94	892,65	21.739,75
39	\$ 21.739,75	\$ 1.090,58	190,13	900,45	20.839,30
40	\$ 20.839,30	\$ 1.090,58	182,26	908,33	19.930,97
41	\$ 19.930,97	\$ 1.090,58	174,31	916,27	19.014,70
42	\$ 19.014,70	\$ 1.090,58	166,30	924,29	18.090,41
43	\$ 18.090,41	\$ 1.090,58	158,21	932,37	17.158,04
44	\$ 17.158,04	\$ 1.090,58	150,06	940,52	16.217,52
45	\$ 16.217,52	\$ 1.090,58	141,84	948,75	15.268,77
46	\$ 15.268,77	\$ 1.090,58	133,54	957,05	14.311,72
47	\$ 14.311,72	\$ 1.090,58	125,17	965,42	13.346,30
48	\$ 13.346,30	\$ 1.090,58	116,72	973,86	12.372,44
49	\$ 12.372,44	\$ 1.090,58	108,21	982,38	11.390,07
50	\$ 11.390,07	\$ 1.090,58	99,62	990,97	10.399,10
51	\$ 10.399,10	\$ 1.090,58	90,95	999,64	9.399,46
52	\$ 9.399,46	\$ 1.090,58	82,21	1.008,38	8.391,08
53	\$ 8.391,08	\$ 1.090,58	73,39	1.017,20	7.373,88
54	\$ 7.373,88	\$ 1.090,58	64,49	1.026,09	6.347,79
55	\$ 6.347,79	\$ 1.090,58	55,52	1.035,07	5.312,72
56	\$ 5.312,72	\$ 1.090,58	46,46	1.044,12	4.268,60
57	\$ 4.268,60	\$ 1.090,58	37,33	1.053,25	3.215,35
58	\$ 3.215,35	\$ 1.090,58	28,12	1.062,46	2.152,88
59	\$ 2.152,88	\$ 1.090,58	18,83	1.071,76	1.081,13
60	\$ 1.081,13	\$ 1.090,58	9,46	1.081,13	(0,00)

Fuente: Autora

ANEXO N° 10

	Depreciación Acumulada del Balance General				
	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada			
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de Computo	\$ 1.060,00	\$ 2.120,00	\$ 3.180,00	\$ 4.240,00	\$ 5.300,00
Muebles y enseres	\$ 526,70	\$ 1.053,40	\$ 1.580,10	\$ 2.106,80	\$ 2.633,50
Maquinaria	\$ 2.092,00	\$ 4.184,00	\$ 6.276,00	\$ 8.368,00	\$ 10.460,00
Vehículo	\$ 3.956,40	\$ 7.912,80	\$ 11.869,20	\$ 15.825,60	\$ 19.782,00
Total	\$ 7.635,10	\$ 15.270,20	\$ 22.905,30	\$ 29.480,40	\$ 36.055,50

Fuente: Autora

	Amortización Acumulada del Balance General				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Amortización Gasto de Constitución	\$ 1.261,10	\$ 2.522,20	\$ 3.783,30	\$ 5.044,40	\$ 6.305,50
Amortización Gastos Organización	\$ 1.377,00	\$ 2.754,00	\$ 4.131,00	\$ 5.508,00	\$ 6.885,00
Total	\$ 2.638,10	\$ 5.276,20	\$ 7.914,30	\$ 10.552,40	\$ 13.190,50

Fuente: Autora

ILUSTRACION DE MAQUINARIA DE PLANTA



Marmita de Cocción don Agitador Hidráulico



SELLADORA DE VASOS

EQUIPOS PARA PRODUCCIÓN EN PLANTA



Mesa de Acero Inoxidable



Mesa y Lavadero Inoxidable



Cilindro de Gas de 45 Kg



Contenedor para Viga de Suspensión

Equipos de Oficina

