

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR

SEDE ESMERALDAS

TESIS DE GRADO

Presentada como requisito previo a la obtención de título en:

INGIENERIA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION DE LA MALANGA BLANCA COMO PRODUCTO ALTERENATIVO DE CONSUMO NACIONAL E INTERNACIONAL PERIODO 2009-2012

ASESOR:

RHUT QUIÑONEZ

ESTUDIANTE:

IVONNE CEVALLOS SALAZAR

Esmeraldas, Febrero 2013

HOJA TRIBUNAL

“Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de Ingeniería Comercio Exterior”

PRESIDENTE TRIBUNAL DE GRADUACIÒN

Ing. Iber Bedoya.

LECTOR 1

Ing. Antonio Pàliz.

LECTOR 2

Ing. David Granados

DIRECTOR ECUELA COMERCIO EXTERIOR

Ing. Rhut Quiñonez

DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

*Yo, **Ivonne Elizabeth Cevallos Salazar,** declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.*
En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autor/a" de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas.

---------- ----------

Ivonne Cevallos Salazar **Ing. Rhut Quiñones**

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios, por haberme dado la vida, salud, fuerzas, y una familia única que estuvo siempre conmigo.

También agradezco a toda mi familia, en especial a mis padres, a mi mamita Sandrita, que siempre estuvo allí dándome consejos, ánimos, y fuerzas, que fueron una de las herramientas que me ayudaron a seguir adelante.

A mi papito Germán, que siempre me brindó su apoyo incondicional, su sabiduría y su amor, logrando en mi la convicción y la seguridad de que si puedo lograr lo que me propongo para alcanzar mis metas.

A mis hermanos que siempre confiaron en mí, brindándome su amistad y apoyo necesario para fortalecer mi seguridad.

…y a mi abuelita hermosa que fue y seguirá siendo una de las personas más importantes en mi vida, que con cada reprendida, me supo guiar y me supo aconsejar, ganándose mi amor incondicional, y aunque ya no esté físicamente, ella siempre estará en mi corazón.

Palabras me faltan para expresar mi agradecimiento con Dios, por darme este sentimiento tan bonito que tengo en mi corazón.

DEDICATORIA

Dedico este logro alcanzado a mis padres, Germán Cevallos y Sandra Salazar, porque creyeron en mí, inculcándome valores impecables y ejemplos de superación.

Me siento muy orgullosa de dedicarles éste logro, porque sé que ustedes se sienten felices al verme cumpliendo y alcanzando una meta más en mi vida.
Los amo mucho, y es para ustedes esta dedicatoria.

RESUMEN

El propósito de la investigación es de implementar un nuevo producto natural en el mercado local, comercializando la malanga blanca como producto alternativo para el consumo humano.

Siendo un producto sustituto para la alimentación diaria de la comunidad, teniendo en cuenta los múltiples contenidos vitamínicos que posee la malanga blanca como tubérculo.

Incrementándose su producción y comercialización a nivel local, se tomó en cuenta las leyes y reglamentos que amparan el sector agrícola del Ecuador para la asociación de agricultores.

El tipo de investigación que se utilizo fue la descriptiva y de campo. La ubicación de la investigación se encontró en la provincia de Santo Domingo de los Tsachillas existiendo ahí la mayor producción y comercialización de la malanga blanca.

Se utilizó las herramientas metodológicas como es la entrevista y encuesta realizadas a los productores de la provincia de Santo Domingo de los Tsachillas y de la provincia de Esmeraldas, las encuestas que se realizaron a la población en general.
El mercado local no tiene conocimiento como implementar la malanga blanca en su dieta diaria ya que no es conocida ni consumida.

La malanga blanca es consumida un 20% en el mercado local como producto alimenticio para el ser humano.

La malanga blanca es un producto con prometedor futuro tanto en el mercado local como en el mercado internacional lo que su producción ofrece una alta rentabilidad para su respectiva comercialización.

ABSTRACT

The purpose of the research is to implement a new natural product in the local market, selling the malanga Blanca as alternative product for human consumption.

Being a substitute product for the daily feeding of the community, taking into account the multiple vitamin content that has white as taro tuber.

Increasing production and local marketing, it took into account the laws and regulations that protect Ecuador's agricultural sector for farmers association.

The type of research that was used was the descriptive field. The research location was found in the province of Santo Domingo de los Tsachillas there exist greater production and marketing of malanga blanca.

Was used methodological tools such as interviews with the producers of the province of Santo Domingo de los Tsachillas and the province of Esmeraldas, surveys were conducted at the general population.

The local market does not know how to implement the malanga Blanca in your daily diet as it is not known nor consumed.

The white taro is consumed by 20% in the local market as food for humans.
The malanga Blanca is a product with promising future in both the local market and in the international market so its production provides a high return for their respective marketing.

INDICE

CAPITULO 1……1
1.1.MARCO CONTEXTUAL……..1
1.1.2. Problema……1
1.1.3. Justificaciòn……...…2
1.1.4. Objetivo……...……..3
1.1.4.1. Objetivo General……...3
1.1.4.2.Objetivo Especìfico……...3
1.2. MARCO TEÓRICO DE LAINVESTIGACIÓN……..4
1.2.1. Antecedentes de estudio……...……4
1.2.1.1. Importancia del cultivo……4
1.2.1.2. Zonas productoras……4
1.2.2. Fundamentación teórica…….……5
1.2.2.1.Ventajas de la malanga blanca…….……..5
1.2.2.2. Beneficios nutritivos……5
1.2.2.3. Utilización……5
1.2.3. Fundamentación legal……6
1.2.3.1. Normas Sanitarias……6
1.3. METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN……...……6
1.3.1 Métodos utilizados……6
1.3.2. Construcción metodológica del objeto de investigación……7
1.3.3. Nivel de investigación……7
1.3.4. Elaboración del marco teórico……7
1.3.5. Recolección de la información empírica……8
1.3.5.1. Información primaria……8
1.3.5.2. Información secundaria……8

1.3.6. Descripción de la información obtenida……..8
1.3.7. Análisis e interpretación de los resultados……..9
1.3.7.1. Población y muestra……10

CAPITULO II……..……13
2.1. La malanga blanca……..……13
2.1.1. Características físicas y químicas……16
2.2. Comercialización……18
2.3. Producción en Ecuador…….……...21
2.4. Exportadores Ecuador…….……22
2.5. Competencia……...…….26
2.5.1. Ventajas frente a la competencia……...26
2.6. Desarrollo del FODA……..…..27
2.6.1. Fortalezas……..….27
2.6.2. Debilidades…….…...27
2.6.3. Oportunidades…….…..28
2.6.4. Amenazas…….……28

CAPITULO III……....29
3.1. Producción anual del tubérculo……...29
3.2. Estrategia de venta, promoción y publicidad……..32
3.3. Estrategia de venta……...……33
3.4. Organigrama……...……..34
3.4.1. Distribución de funciones y responsabilidades…….……35
3.5. Aspectos legales…….…..……36
3.6. Tamaño y localización…….…….……36
3.7.Misión…….……..……37
3.8.Visión ……...…….37

3.9.Objetivos……..……..37
3.10. Nombre……...…….37
3.11. Plan de lanzamiento……..……..38

CAPITULO IV……39
4. ANALISIS TECNICO Y DE LA INVERSIÒN…….……39
4.1. Proceso de fabricación…….……39
4.1.1. Proceso de siembra y cosecha…….……39
4.1.2. Arada y Alomillada……..40
4.1.3. Preparación de la semilla…….……41
4.1.4. Siembra…….……42
4.1.5. Aporques…….……..42
4.1.6. Fertilización…….……43
4.1.7. Control de malezas…….……..43
4.1.8. Cosecha…….……44
4.1.9. Manejo de post-cosecha……..……45
4.2. Estudio financiero……..……..46
4.2.1. Costeo de siembra de una hectárea…….……46
4.2.2. Requerimiento de inversión...……..46
4.2.3. Requerimiento de personal……..50
4.2.4. Resumen de servicios básicos……..54
4.2.5. Resumen de la inversión……..55
4.2.6. Financiamiento del proyecto……...56
4.2.7. Tabla de amortización……57
4.2.8. Estado financiero inicial……..61
4.2.9. Resumen de depreciación……62
4.2.10. Resumen de gastos operativos y administración……66
4.2.11. Punto de equilibrio……...……....67
4.2.12. Estado de resultados proyectados……69
4.2.13. Indicadores financieros……70

4.3.Costos unitarios, cálculos de ingresos y egresos del proyecto……..……72
4.4.Análisis de impactos……...…..….77
4.4.1. Impacto social……..77
4.4.2. Impacto económico……78
4.4.3. Impacto ambiental……...79

CAPITULO V……..80
5.1. Conclusiones……80
5.2. Recomendaciones……82

BIBLIOGRAFIA……83

ANEXOS……..85

ILUSTRACIONES

FIGURA 1……...10
FIGURA 2……...11
FIGURA 3……...11
FIGURA 4……...12
FIGURA 5……..……12
FIGURA 6……..……14
FIGURA 7……..….15
FIGURA 8……...16
FIGURA 9. ……26
FIGURA 10……31
FIGURA 11……33
FIGURA 12. ……...34
FIGURA 13……38
FIGURA 14……39
FIGURA 15……41

FIGURA 16……44
FIGURA 17……45

TABLAS

TABLA 1……13
TABLA 2……15
TABLA 3……18
TABLA 4……19
TABLA 5……20
TABLA 6……22
TABLA 7……24
TABLA 8……24
TABLA 9……24
TABLA 10……25
TABLA 11……29
TABLA 12……30
TABLA 13……31
TABLA 14……46
TABLA 15……46
TABLA 16……50
TABLA 17……50
TABLA 18……54
TABLA 19……54
TABLA 20……55
TABLA 21……56
TABLA 22……57
TABLA 23……61
TABLA 24……62

TABLA 25……...63
TABLA 26……...66
TABLA 27……...67
TABLA 28……...69
TABLA 29……...72
TABLA 30……...73
TABLA 31……..……..……74

INTRODUCCIÓN

La privilegiada ubicación geográfica del Ecuador, que seccionada naturalmente en cuatro enigmáticas regiones fecundas le han concebido a sus tierras el privilegio de alumbrar a productos naturales exclusivas, desconocidos o muy poco conocidas en otras tierras.

El atractivo de estas producciones por parte de lejanos y cercanos países no es solo, por sus condiciones extravenarse y exóticas sino aún más por las propiedades particulares que ofrecen y aportan beneficios para la salud, la belleza y el deleite en pleno de quien las consume.

Productos como camarón, café, cacao, banano, etc, por su tradición y condiciones propias han llevado a nuestro país a la vanguardia de las preferencias mundiales no obstante su pequeña extensión geográfica.

Otros productos, en cambio, como la malanga blanca aguardan su turno con paciencia porque se conocen a sí mismo como exquisitas y provechosas en todo ámbito de consumo.

La malanga es un tubérculo distinguido, propios de pocos países en zonas tropicales de América Latina y a eso, el Ecuador no se ve privado de este privilegió, adentrándose con argumentos vastos a una competencia cualitativa y cuantitativa con supremas posibilidades de ser los preferidos.

El beneficio comercial incide directamente en la balanza de pagos de una manera muy positiva traduciéndose desde aun en el éxito y prosperidad de una población latente.

La zona delimitada es acogida para el estudio de la malanga es la ciudad de Esmeraldas, desde donde se distribuye en un comercio local a hogares del país para luego expandirse con merecimientos y garantías a mercados internacionales cercanos y lejanos.
Ciudades y provincias como Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsachilas, La Concordia, Quininde, Los Ríos, respectivamente complementan el aporte productivo incrementando con su oferta exportable.

Un factor común de todos estos sectores es el clima templado y húmedo propio del trópico y sub-trópico perfectos para engendrar en sus suelos estas semillas.

Realizando una implementación en la empresa formada “Junipertree Cta. Ltda” ya que solo se dedica a la exportación a EEUU más no a su comercialización en el mercado local, incrementando los snacks de la malanga blanca para el consumo a nivel local.

CAPITULO 1

1.1 MARCO CONTEXTUAL

1.1.1 PROBLEMA

Nuestro país no es carente de condiciones naturales para la producción de malanga blanca, sino al contrario, es poseedor de todos los beneficios de la Pacha Mama y a ello se debe complementar el contingente humano, moderno, honesto y capacitado para hacer que estas bondades se impongan respetables fuera de nuestras fronteras y se cumplan con los objetivos de un desarrollo sustentable, y sostenido a favor de nuestra economía.

El conocimiento del sembrador es considerablemente valido para tener la certeza de que cada producción rendirá conforme lo requerido, no obstante en muchos casos su escasa preparación técnica sin la cual, aun cumpliendo expectativas moderadas, no alcanza un efectivo rendimiento que permita cuantificar las probabilidades de comercialización al exterior.

La malanga blanca es un producto de mucho valor nutricional y de muchos usos como para el consumo humano en la alimentación diaria, hay que darle la importancia necesaria. Por ello hemos visto indispensable realizar un diagnostico de la producción nacional y su incidencia en el mercado internacional, lo que permitirá apreciar las características y exigencias que tiene la malanga blanca del Ecuador.

¿Conoce la población ecuatoriana y extranjera de la existencia de la malanga blanca producida en la provincia de Esmeraldas?

¿Cómo promover la producción y consumo de la malanga blanca en el Ecuador?

¿Por qué los valores de exportaciones de productos no tradicionales en la balanza comercial son bajos?

¿Qué necesita el tubérculo malanga para su elaboración y producción en tierras Esmeraldeñas para obtener las exigencias y estándares requeridos para su exportación?

1.2.2. JUSTIFICACIÓN

La malanga blanca como sustituto alimenticio es un plato, tipo gourmet, se ofrece generosa a todos los estratos económicos del país por sus cualidades en cuanto a la producción, esto es; buen porte, que satisface el apetito más verás; buen precio, no discrimina la escasez de recursos económicos; producción continua, está disponible todo el año en ambas estaciones de nuestro país; facilidad de acceso, nuestros campos son fértiles y los carreteras principales y secundarios no son impedimento para su alcance; atractivo físico y condiciones químicas nutritivas y alimenticias que no solo le provee de un delicia sabor sino que aporta con un complemento de alimentación balanceada principalmente proteínas y minerales

La mano de obra que la cultiva es empeñosa, calificada y capacitada, el contingente casero prepara variedad e innovación de platillos, todos ellos exquisitos como es la malanga frita como complemento de un plato alimenticio.

Las facilidades para comercializarla en el exterior incentivan a nuevas negociaciones futuras por la apertura que brindan los acuerdos comerciales nacionales, internacionales, regionales, etc.

Si existe la voluntad y la constancia por parte de productores, comercializadores, exportadores e importadores de este producto ya sea en estado natural una vez más el

Ecuador merecerá la admiración y el respeto del mundo por ser proveedor de riqueza, salud y vida.

1.2.3. OBJETIVOS

1.2.3.1.OBJETIVO GENERAL

- Analizar la comercialización del producto no tradicional malanga blanca, con el fin de incrementar las exportaciones y el consumo a nivel nacional capaz de incrementar la Balanza Comercializar de este producto.

1.2.3.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la producción de la malanga blanca en la provincia de Esmeraldas

- Diagnosticar la comercialización de la malanga blanca en la Provincia de Esmeraldas, realizando un estudio de mercado para la correcta aceptabilidad en la sociedad.

- Determinar las exportaciones del producto no tradicional; malanga blanca basándose en los datos históricos.

1.3. MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACIÒN

1.3.1. ANTECEDENTES DE ESTUDIO

1.3.1.1. IMPORTANCIA DEL CULTIVO

Malanga Blanca originaria de las zonas tropicales de América Latina.
El cultivo de la malanga blanca en nuestro país se presenta en la zona de Santo Domingo de los Tsachillas desde el año 1995, sin embargo hay referencias de la existencia de este producto en las décadas anteriores en la provincia de El Oro con el nombre de sango. Las perspectivas de inversión en este cultivo ha sido estimulada por los buenos precios y la demanda permanente en los mercados internacionales de EEUU, Costa Rica y Puerto Rico, debido especialmente en el primero, a la presencia de la población emigrante originaria de países centroamericanos y de las zonas del Caribe, como grupos étnicos antillanos, dominicanos, cubanos, jamaiquinos, entre otros, quienes consideran a la malanga como producto básico dentro de su dieta diaria.

1.3.1.2. ZONAS PRODUCTORAS

En la actualidad en las zonas productoras del Ecuador como Santo Domingo de los Tsachillas y sus alrededores (Vía Quevedo, vía Chone y vía Esmeraldas), la malanga es un producto no consumida por los productores ni comercializado en el país, toda la producción se destina a la exportación y esta debido a la falta de información sobre sus usos, diferentes modalidades de preparación sobre sus usos, diferentes modalidades de preparación para la alimentación humana y la falta de un conocimiento sobre las bondades nutricionales que en todo caso han demostrado ser superiores al resto del grupo del tubérculos y raíces.

Villa Clara, Biblioteca (2011). Malanga Blanca Recuperado en: http://biblioteca.idict.villaclara.cu/UserFiles/File/CI%20Malanga/5.pdf

1.3.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.3.2.1. VENTAJAS DE LA MALANGA BLANCA.

La malanga blanca tiene como principal ventaja su residencia a las zonas climáticas del país, es por ello que resulta fácil el manejo al momento de la siembra y cosecha.

1.3.2.2. BENEFICIOS NUTRITIVOS

El almidón de estructura micro granular y el contenido de minerales y vitaminas hacen de la malanga una fuente de alimentos nutritivos y de alta digestibilidad.

Tiene un alto contenido de tiamina, riboflavia, vitamina C y hierro.
Es un excelente alimento por su contenido de proteína del producto húmedo que se de 1.7 a 2.5%.

1.3.2.3. UTILIZACIÒN

La malanga tiene una utilización muy variada; los cormelos se consumen cocidos, fritos o como harina para algunos usos. Es utilizado como sustituto de la papa en sopas o estofados. Tiene un contenido de almidón superior al de la yuca. Las hojas verdes de algún eco tipos de malanga, con bajo contenido de oxalatos pueden consumirse cocinados como una hortaliza.

Villa Clara, Biblioteca (2011). Malanga Blanca Recuperado en: http://biblioteca.idict.villaclara.cu/UserFiles/File/CI%20Malanga/5.pdf

1.3.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

1.3.3.1. NORMAS SANITARIAS.

Se requiere la obtención de distintos certificados sanitarios donde se exprese seguridad de que el producto a ofertar, está basado en las normas de controles sanitarios correspondientes.

Existen dos tipos de certificados sanitarios esenciales; el de insumos y del producto a comercializar.

Reglamentos sanitarios (2012), Certificado Sanitario. Encontrado en: http://www.ecomint.com.ec/sanita.htm

1.4. METODOLGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÒN

El método de investigación utilizado es el deductivo ya que parte de lo general a lo particular, permitiendo llegar a conclusiones más especificas y concretas, valiéndonos principalmente de teorías y explicaciones ya antes expuestas; para el desarrollo de la investigación hemos partido de un análisis de las características generales de la malanga blanca como producto a comercializar y hemos logrado demostrar la factibilidad de su cultivo y comercialización.

1.3.2 CONSTRUCCIÒN METODOLOGÌA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÒN.

Este trabajo se ha desarrollado conforme a los parámetros que establece la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, así como también a los parámetros regulares de investigación proporcionados por el asesor, de tesis Ing. Rhut Quiñonez, proyecto que ha tenido como fin común el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de malanga blanca con estándares de calidad de exportación.

1.3.3 NIVEL DE INVESTIGACIÒN.

La investigación realizada es de tipo descriptiva, debido a que el objetivo principal es la obtención de datos e información de la malanga blanca, para ello se indica de manera minuciosa todas las características referentes al tema, según los datos recolectados, se redactados las hipótesis o teorías las cuales contribuyen al conocimiento.

1.3.4 ELABORACIÒN DEL MARCO TEÒRICO.

El marco teórico se ha desarrollado en base a la información más relevante más relevante sobre el proceso de cultivo y comercialización de la malanga blanca, primero los antecedentes de estudio, segundo la fundamentación teórica y por último la fundamentación legal. Dentro de cada uno de estos temas se despliega información tales como; principios del cultivo de malanga blanca, ventajas del tubérculo, beneficios nutricionales, normas sanitarias, entre otras.

1.3.5 RECOLECCIÒN DE LA INFORMACIÒN EMPÌRICA.

1.3.5.1. INFORMACIÒN PRIMARIA.

La información primaria, fue obtenida a través de las siguientes técnicas de estudio:

- Encuesta: realizada a 500 personas distribuidas en la provincia de Esmeraldas y Santo Domingo de los Tsachillas, teniendo como objetivo primordial saber qué porcentaje de conocimiento y consumo tienen estas localidades con respecto a la malanga blanca.
- Entrevista: están dirigidas principalmente a profesionales los cuales tenían un alto conocimiento en el proceso de cultivo y comercialización de la malanga blanca.

1.3.5.2. INFORMACIÒN SECUNDARIA.

Se ha recopilado toda la información necesaria mediante sitios confiables, tales como: pagina web, artículos, leyes, reglamentos, publicaciones, folletos, revistas entre otros.

1.3.6. DESCRIPCIÒN DE LA INFORMACIÒN OBTENIDA.

Para realizar el estudio de mercado del presente proyecto se utilizaron fuentes primarias y secundarias, dentro de las primeras tenemos lo que es las encuestas y entrevistas, mediante las encuestas se pudo notar que en la provincia de Esmeraldas el 89% de los encuestados desconoce la malanga blanca, la causa principal de ellos se debe al bajo nivel de oferta del producto en la provincia, en caso de la provincia de Santo Domingo de los Tsachillas no fue tan elevado obteniendo un mínimo de porcentaje de 9% y el 15% respectivamente, debido a que la cultura de consumo en esta provincia es más variada, pudiendo así estar más familiarizados con dicho producto con las entrevistas dirigidas a profesionales se recopilo información tales como procesos y estadísticas del cultivo nacional e internacional.

1.3.7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÒN DE LOS RESULTADOS.

Se determino a través de la formula estadística para la población finita el tamaño de la demuestra requerida para el análisis de la comercialización de la Malanga Blanca como producto alternativo como consumo nacional e internacional periodo 2009-2012 sabiendo que el numero de encuestados es de 500 personas

$$N = \frac{Z^2.N.p.q}{e^2\,(N-1) + Z^2.p.q}$$

DATOS:

Nivel de confiabilidad 95%.....Z

Probabilidad de ocurrencia 0.5…….P

Probabilidad de no ocurrencia 1-0.5……Q

Tamaño de la muestra…….....n

Población 500……...N

Error de muestra 4%.....e

$$N = \frac{Z^2\ PQN}{Z^2\ PQ + Ne^2}$$

$$N= \frac{(1.96)^2\ (0.5)\ (0.5)\ 500}{(1.96)^2\ (0.5)\ (0.5) +500\ (0.04)^2}$$

$$N= \frac{38416\ .\ 125}{38416\ .\ 0.25 + 0.8}$$

$$N= \frac{480.2}{1,7604}$$

N= 272.78 = 273 personas

El número de personas que conforman la muestra estadística es de 273 personas.

1.3.7.1. POBLACIÒN Y MUESTRA.

Para la realización de las encuestas se tomo como muestra 500 personas respectivamente las preguntas implementadas en las encuestas fueron formuladas minuciosamente de forma que no se confunda al encuestado y poder obtener así los resultados requeridos.

1. ¿Consume actualmente el producto no tradicional “Malanga Blanca”?

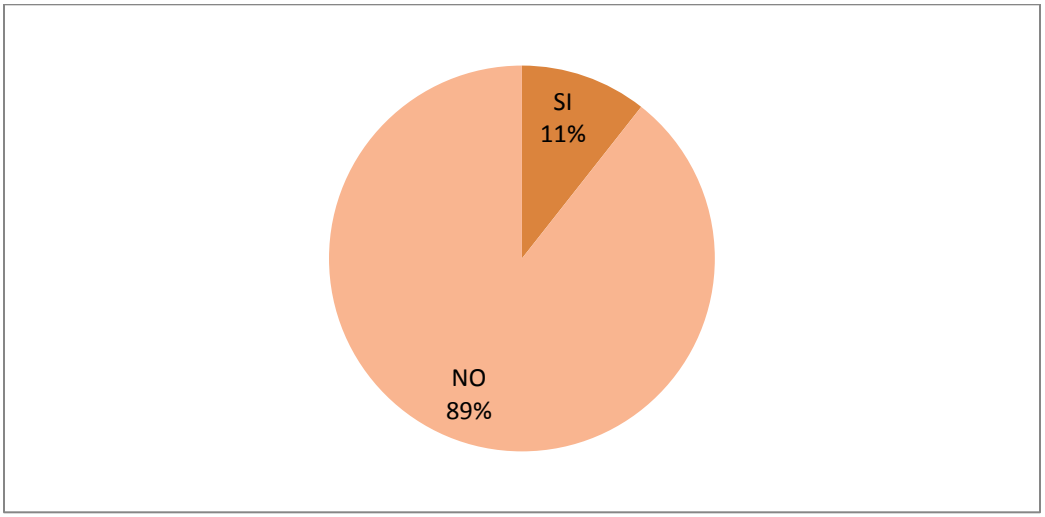


Figura 1
Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

2. ¿Qué tipo de alimentos se acostumbra a comprar en su hogar?

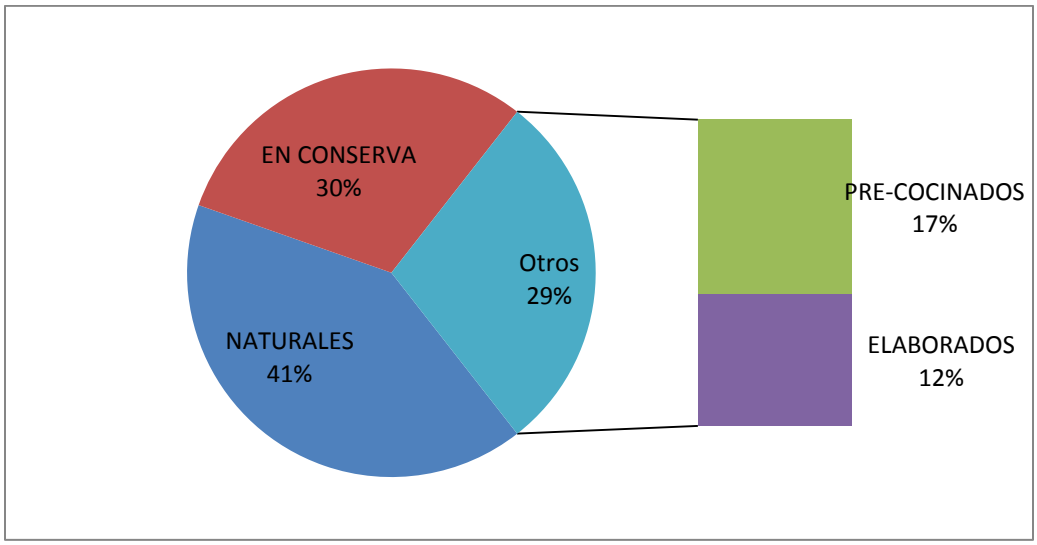


Figura 2

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

3. En su hogar que tipo de alimentos consumen

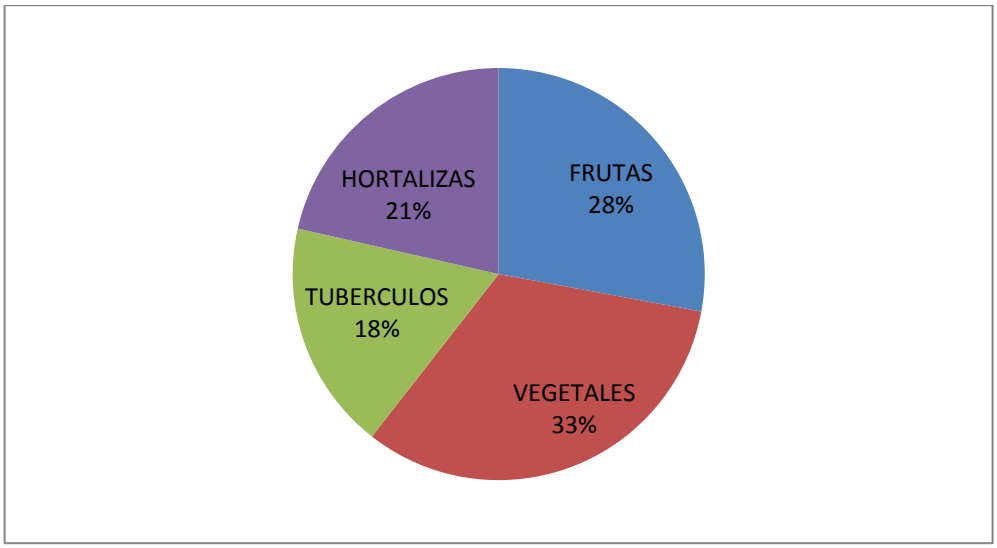


Figura 3

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

4. Consumirá el producto no tradicional Malanga Blanca?

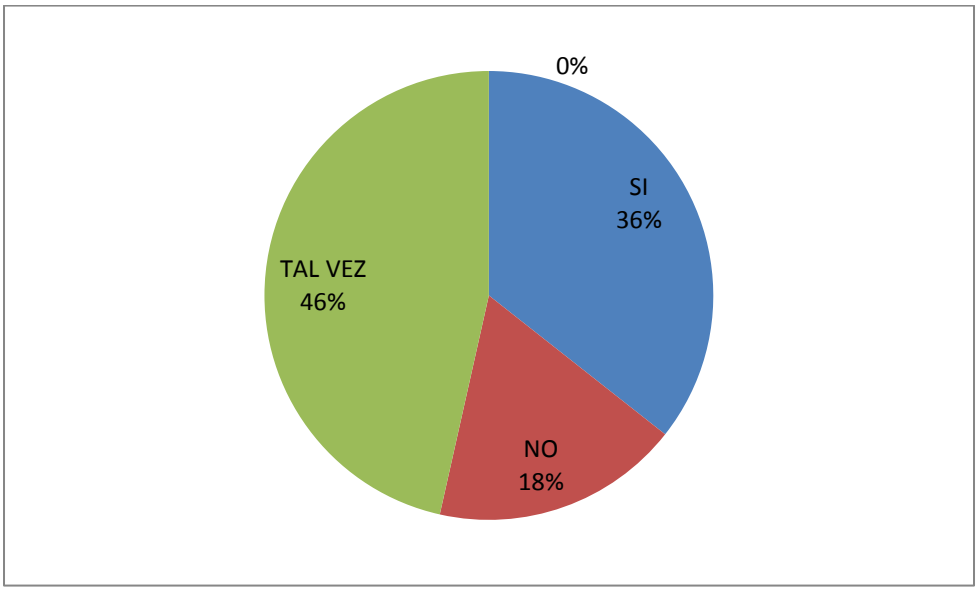


Figura 4

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

5. Cuanto estaría dispuesto a pagar por la caja de la malanga?

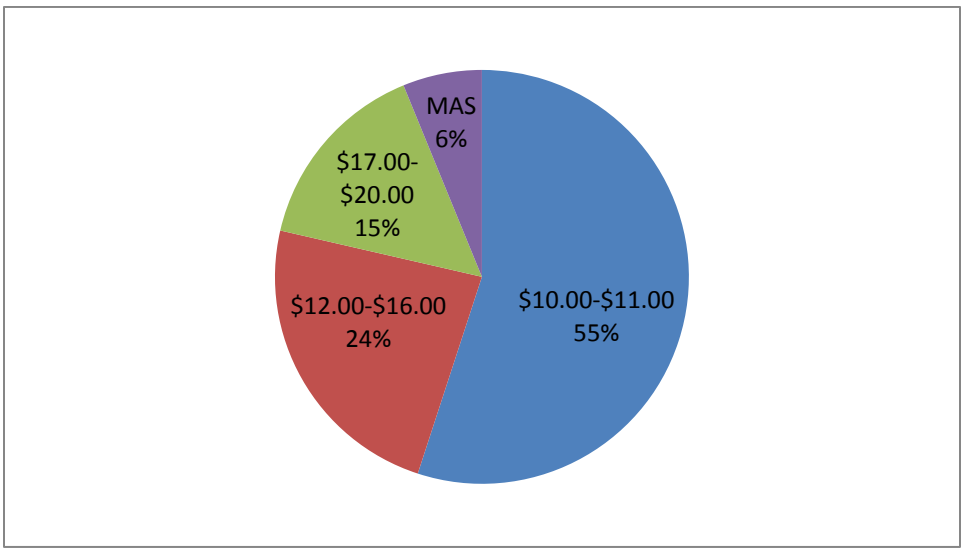


Figura 5

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

CAPITULO II

2.1. LA MALANGA BLANCA.

La Malanga blanca con el nombre científico Xanthosoma sagittifoliumes conocida también como la planta del oído de elefante.

A la Malanga Blanca en América Latina se la conoce por los siguientes nombres: Yautia, tania (Puerto Rico, Trinidad-Tobago), macal (México), guiscamote (Honduras), tiquisque (Costa Rica), otò (Panamá), okumo (Venezuela), uncucha (Perú), margarita, mangareto (Brasil), gualuza (Bolivia), malangay (Colombia), malanga, sango (Ecuador).

La sistemática de la Malanga Blanca la clasificación del producto, a partir de su historia evolutiva pudiendo así dar a conocer a los posibles consumidores su correcta clasificación.

Tabla.1

Reino:	Vegetal
Clase:	Angiosperma
Subclase:	Monocotyledoneace
Orden:	Spathiflorae
Familia:	Arácea
Género:	Xanthosoma
Especie:	Sagittifolium (L) Schott

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar
Fuente: Diego Botero Castro

En el Ecuador existe dos variedades: La Malanga blanca y la lila o morada.

Malanga lila o morada conocida también como yautía lila, tiquisque lila teniendo en cuenta sus propiedades y uso hacia los consumidores.
Es una planta herbácea de comportamiento perenne si no se le cosecha. No tiene tallo aéreo sino subterráneo.

La malanga lila se la utiliza para la alimentación humana, animal y para diferentes usos industriales.



Figura 6. Malanga lila o morada
Fuente: Ivonne Cevallos

Malanga blanca se trata de un tubérculo como la yuca, el camote, etc (de hecho es una especie de yuca) cuyo fruto está en su propia raíz similar a un hilo en apariencia y una patata pero tiene un sabor moderado con un toque de nuez de nogal negro.

El nombre de “oreja de elefante” la recibe debido a que su planta posee enormes hojas verdes que adoptan precisamente esa forma particular.



Figura 7. Malanga Blanca
Fuente: Ivonne Cevallos

Este es un producto cuya trascendencia a nivel mundial es casi nula porque las bondades que tiene son casi exclusivamente de un país tan pequeño y a la vez tan diverso como el Ecuador debido a su privilegiada ubicación geográfica y por lo tanto a condiciones exclusivamente favorables que se dan en el centro del planeta.

Las dos variedades de malanga ya mencionadas tienen una gran similitud en cuanto a sus características científicas.

Tabla. 2

	Malanga Blanca	**Malanga lila o morada**
Presentación	50 lb	50 lb
Cajas por contenedores	1000	1000
Cajas de pallet	50	50
Mercado	USA, Europa	USA, Europa
Valor por caja	$25-$32	$27-$35

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar
Fuente: Diego Botero Castro

Los productores y exportadores producen malanga blanca por su alta acogida a nivel internacional lo que es más comercializado.

2.1.1. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y QUÍMICAS

De su tallo nacen ramificaciones secundarias en todas las direcciones, las que reciben el nombre de cormelos, de ellos proviene la fuente exquisita de carbohidratos que le caracteriza.

La altura de la malanga puede llegar a alcanzar los cinco pies de alto o más, lo que equivale a decir que para ser de tallo subterráneo, la planta puede alcanzar por lo menos un metro y medio de alto.



Figura 8. Malanga Blanca para exportación
Fuente: Ivonne Cevallos

En la entrevista realizada al productor-exportador de la provincia de Santo Domingo de los Tsachilas Diego Botero Castro asesor agropecuario dice que:
De las 50 variedades que existen de este tubérculo, la Malanga Blanca nativa de las zonas tropicales del continente Americano, es uno de los géneros con altas posibilidades de salir a competir en otros mercados internacionales, ya que el tubérculo puede llegar a pesar desde ½ libra hasta 2 libras, también se caracteriza por tener foliaciones que van desde los 40 hasta los 200 cm de largo, la hoja de la malanga está subdividida en 18 segmentos.

El fruto propiamente puede llegar a pesar desde media libra hasta las 2 libras, e inclusive puede llegar a ser más pesado logrando así que una sola variedad sea tan diversa y entonces tenga muchas oportunidades de salir a competir en otros mercados tanto nacionales como internacionales.

Por ser de clima cálido, un terreno idóneo para el cultivo está enfocado en el Oriente ecuatoriano así como en las provincias de Santo Domingo y Los Ríos en la costa ecuatoriana.

Las hojas no son peltadas y su parte superior tiene una muesca en “V” que comprende desde el punto de pecíolo de unión de la hoja.

El almidón como principal componente químico le proporciona a esta fruta una gran fuente alimenticia nutritiva y con propiedades muy buenas para la digestión en caso de existir problemas de ese tiempo en la salud de un individuo.

La composición química de la malanga blanca sobre la base de una porción de 85 grs. provee beneficios alimenticios, pues contiene:

Tabla 3.

Calorías	90
Calorías de grasa	0
Grasa total	0 g
Colesterol	0 mg
Sodio	10 mg
Carbohidratos Totales	23 g
Fibra dietética	2 g
Azúcares	20 g
Proteína	1 g
Vitamina A	0%
Vitamina C	6%
Calcio	6%

Elaborado por: Viteri Quincha Juan Pablo (2011)
Fuente: Estudio de factibilidad de malanga blanca en elCantón Santo Domingo de los Colorados

2.2COMERCIALIZACIÒN

La Malanga Blanca no es muy conocida en el país, debido a que se desconoce los componentes nutricionales poseyendo un alto nivel contenido de tiamina, riboflavia, vitamina C y hierro, es un excelente alimento por su contenido de proteína del producto húmedo que se da 1.7 a 2.5%.
Destinado la producción netamente a la exportación.

Entrevista realizada al productor William Velázquez

La característica principal de los tubérculos es brindar carbohidratos aportando con energía, proteína vegetal, fibra, vitaminas y minerales aportando con una dieta regular.

Siendo así los tubérculos pueden sustituirse tanto en su cocción con en su valor nutritivo.
Comparación del contenido alimenticio de la Malanga Blanca con tubérculos convencionales (100g de porción comestible)

Tabla 4.

ALIMENTO	KCLA	PROTEINA (g)	Ca. (g)
MALANGA	8.5	2.5	19.10
CAMOTE	103	1.0	14.00
PAPA	76	1.6	17.50
YUCA	121	1.0	28.20

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar
Fuente: Colegio de Posgraduados, Universidad de Veracruz, México.

La malanga es un producto que a nivel internacional posee una baja distribución, siendo los principales consumidores dentro de los años 2002-2012 de la producción mundial.

La Malanga Blanca genera una entrada de divisas de productos no tradicionales menor al 1%. Los ingresos por concepto de malanga están ligados directamente al precio internacional, pues más del 80% de su producción se exporta, exportando 60 contenedores anules de malanga blanca.

El mercado potencial de la Malanga Blanca es Estados Unidos siendo exportados en su mayoría de centro América como República Dominicana, Costa Rica, Nicaragua, porte de Sudamérica Brasil y Ecuador; entrando a este país bajo la partida arancelaria 07149010000 del rubro “Los demás”

En la comercialización internacional es limitada ya que el 15% de la producción se la rechaza en la exportación por lo que no cumple con los mínimos requeridos de calidad, siendo utilizado para alimentar ganado vacuno, y caprina.
La Malanga Blanca se clasifica en tres categorías de calidad:

- Primera calidad: no tiene defectos, salvo superficies muy leves que no afecten a su estado general, calidad, estado de conservación y presentación.

- Segunda calidad: defectos leves, siempre y cuando no afecten su aspecto general, calidad, estado de conservación y presentación.

- Desperdicio: afecta su aspecto general, calidad estado de observación y presentación en su totalidad siendo rechazada para la exportación.

En el contexto nacional se concentra en pequeños y medianos productores quienes generan alrededor del 80% de la producción nacional, sin embargo el objetivo principal es asociar pequeños productores para realizar las exportaciones.
Las 2500 hectáreas desminadas en el país se distribuye en promedio de 1-4 hectáreas entre los productores pequeños y de 10-20 hectáreas entre los medianos.

Existiendo así propiedades que sobrepasan las 200 hectáreas, ubicadas en Santo Domingo de los Tsachilas.

En el Ecuador el número promedio de agricultores dedicados a esta actividad es de aproximadamente 625 propietarios

TABLA 5.

NOMBRE	DEDICACION	LUGAR	AREA DE PRODUCCIÒN
Junipetree Cia. Ltda.	Productor, empacadora y exportadora	Santo Domingo de los Tsachillas	16 hectáreas
Baltazar Aguavil	Productor	Santo Domingo de los Tsachillas	1 hectárea
Fgenterprise S.A.	Productor, empacadora y exportadora	Santo Domingo de los Tsachillas	13 hectáreas
Jessica Reyna	Productora	Santo Domingo de los Tsachillas	1 hectárea
William Velázquez	Productora	Santo Domingo de los Tsachillas	1 hectárea

ELABORADO POR: Ivonne Cevallos Salazar
FUENTE: Ivonne Cevallos Salazar

2.3. PRODUCCIÓN EN ECUADOR

En ecuador las plantaciones de malanga son aún desconocidos por los agricultores por lo que es poca explotada; sin embargo la siembra de este tubérculo podría ser acogida con gran facilidad por los productores ecuatorianos, debido a su rusticidad y bajos costos
El cultivo malanga necesita de altos porcentajes de agua durante su desarrollo vegetativo, los lugares óptimos para su desarrollo es el clima sub-trópico.

La malanga blanca (genero Xanthosoma) en Ecuador no es totalmente nuevo. El tubérculo es una de las especies que muchos agricultores han cultivado desde hace aproximadamente 15 años como suplemento alimenticio.

El continuo crecimiento del área de siembra en el país refleja el interés y potencial del producto para los inversionistas nacionales, asociaciones de producción y organismos no gubernamentales y gubernamentales.

Tabla 6.

AÑOS	CONTENEDORES EXPORTACION	COSTO POR CAJA
2003	360000	$4.00
2004	2’000.000	$40.00
2005	2’000.000	$40.00
2006	2’000.000	$40.00
2007	650.000	$25.00
2008	650.000	$25.00
2009	650.000	$25.00
2010	741.000	$27.00
2011	741.000	$27.00
2012	800.000	$25.00
2013	1’000.000	$28.00

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar
Fuente: Ivonne Cevallos Salazar.

2.4EXPORTADORES ECUADOR

Durante los cinco años analizados el mayor comprador a nivel internacional es Estados Unidos.

La malanga ingreso es por Florida, Hawái, California y New York debido al alto índice de grupos étnicos que hay en estos lugares.

Las exportaciones deben de ser controladas ya que hay variación de precios dando inestabilidad en el mercado.

Los exportadores ecuatorianos arriendan los terrenos para realizar la producción comprando a pequeños productores ya que muy poca gente produce en sus tierras la Malanga Blanca cumpliendo las normas de calidad como se curada posando por cloro y yodo añadiendo a los pallets toldado o mallas seguridad requerida para entrar a mercados como Miami-New York.

Junipertree Cia. Ltda.

La empresa actualmente es productora, exportadora y empacadora. Comprando a pequeños productores oriundos del Oriente ecuatoriano llegando tres semanales, teniendo 16 hectáreas propias entrando encada contenedora una hectárea producida sacando 500 cajas con 60 jornaleros para la cosecha de malanga blanca con una duración de 12 meses para ser cultivada.

Actualmente embarcan 3 contenedores semanales por el puerto de Guayaquil costando cada caja de primera calidad $25.00 y la segunda calidad $12.00.

Teniendo destinos como Puerto Rico, Miami y New York con cinco clientes fijos de malanga blanca.
Trabajan con la naviera APL con contenedores de 40ft. Teniendo un recorrido de 15 días a Puerto Rico con un valor de 5355 cada contenedor y 7 días a Miami y New York con un valor de 4585 cada contenedor

La empacadora está dirigida por Diego Botero Castro asesor agropecuario donde todos los empleados están correctamente afiliados al IESS.

TABLA 7.

EXPORTACIÒN MALANGA BLANCA	
AÑOS	**CONSUMO NACIONAL CONTENEDORES**
2009	650.000
2010	741.000
2011	741.000
2012	800.000
2013	1’000.000

ELABORADO POR: Ivonne Cevallos

TABLA 8.

CONSUMO APARENTE				
AÑOS	**PRODUCCIÒN NACIONAL**	**DEMANDA ANUAL (Kg)**	**TOTAL**	**CRECIMIENTO**
2009	650.000	24	1683	25%
2010	741.000	36	15222	14%
2011	741.000	36	11375	16%
2012	800.000	72	26148	7%
2013	1’000.000	144	40054	8%

ELABORADO POR: Ivonne Cevallos

TABLA 9.

AÑOS	**CONSUMO APARENTE Y**	**X**	**X**	**XY**	**X2**
			X-X		
2009	1683	1	-2	-3366	-4
2010	15222	2	-1	-15222	4
2011	11375	3	0	0	9

2012	26148	4	1	26148	16
2013	40054	5	2	80108	25

ELABORADO POR: Ivonne Cevallos

FÒRMULA DE REGRESIÓN LINEAL PARA LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.

$A = \sum Y / N$

$A = 94482/5 = 18896.4$

$B = \sum XY / \sum X^2$

$B = 87668 / 50 = 1753.36$

DONDE $Y = 18896.4 + 1753.36 X$

TABLA 10.

AÑOS	CALCULO	TOTAL	PRECIO	VENTAS ESTIMADAS
2013	10,777	10,777	0,17	1,832
2014	10,776	10,776	0,17	1,832
2015	10,776	10,776	0,17	1,832
2016	10,775	10,775	0,17	1,832
2017	10,774	10,774	0,17	1,832
2018	10,774	10,774	0,17	1,832
2019	10,773	10,773	0,17	1,831
2020	10,773	10,773	0,17	1,831
2021	10,772	10,772	0,17	1,831
2022	10,772	10,772	0,17	1,831

ELABORADO POR: Ivonne Cevallos

Teniendo en cuanta la demanda exacta que va tener el producto con el porcentaje de crecimiento poblacional para la respectiva acogida de la malanga blanca en presentación de malangueñitos.



FIGURA 9: Malangueñitos
Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

2.5. COMPETENCIA

2.5.1. VENTAJAS FRENTE A LA COMPETENCIA

- Entre las plantaciones y las empacadoras del tubérculo extraído, está a disposición según lo requerido lo que no se incrementa el precio final

- La experiencia de empacadores y exportadores hace que llegue a más países, de la misma manera incrementar el consumo nacional.

- El incremento de plantaciones en las diferentes zonas ecuatorianas.

- Actualmente los consumidores buscan productos de buena calidad y de fácil preparación.

- El mercado ecuatoriano encontramos diferentes empresas dedicadas a la comercialización y elaboración de productos procesados.

2.6. DESARROLLO DEL FODA.

2.6.1. FORTALEZAS.

- Experiencia del exportar, asegurar la cobertura del mercado.

- El costo de producir la malanga en comparación a otros productos no tradicionales no es alto lo que permite ofrecer precios menores a la competencia.

2.6.2. DEBILIDADES

- Capacidad de negociación en canales de distribución

- Poca experiencia en la empresa sobre el proceso de transformación del producto.

- Poca influencia en el mercado nacional.

- Poca referencia pasada no hay rendimiento ni rentabilidad estimada sobre la malanga procesada.

2.6.3. OPORTUNIDADES

- Ofrecer al mercado productos a base de malanga de fácil preparación.
- El mercado ecuatoriano no existen productos elaborados a base de malanga.
- Existen varios productores de materia prima, lo que permite que el producto no escasee.
- Debido a que incrementado la población inmigrante en países extranjeros ha incrementado la exportación de la malanga blanca.
- El manejo de productos naturales que respondan a la tendencia de consumo existente.

2.6.4. AMENAZAS

- Insectos y plagas que podrían afectar a la calidad.
- Variación de precios en los productos comestibles.
- Escasa atención de parte de la población al producto.

CAPITULO III

3.1 PRODUCCIÒN ANUAL DEL TUBERCULO.

Los productores tienen un rechazo del 15% en cuanto a los exportadores, por cumplir con las características exigidas, el rechazo es utilizado para alimentar el ganado vacuno, caballar y caprino en forma de harina, en vez de ser utilizado para el consumo humano ya que se desconoce sus diferentes preparaciones, en cambio los países de Centro América utilizan como comida primordial en sus vidas convirtiendo en la primera comida que puede probar un bebe como es la papilla de malanga blanca. En el Ecuador se tiene un conocimiento casi nulo de las múltiples preparaciones que se puede dar este tubérculo.

En gran parte los productores no cumplen con los parámetros de calidad exigida lo que sus cultivos no son exportados teniendo una pérdida, por lo que desisten en continuar con las cosechas degastando el suelo para continuar produciendo.
Principales exportadores de la malanga blanca.

- **PRODUCCIÒN MUNDIAL:**

Tabla 11.

PAISES ORIGEN	2008 Toneladas	2009 Toneladas	2010 Toneladas	2011 Toneladas	2012 Toneladas
R. Dominicana	132.379	124.936	150.267	160.358	179.496
Costa Rica	92.376	100.935	123.357	99.938	110.276
Nicaragua	64.824	81.121	78.163	92.935	105.537
Ecuador	64.796	79.375	100.256	95.845	100.735
Brasil	46.368	55.863	76.235	88.375	85.213
Sub-total	533.122	442.230	528.278	537.451	581.257
Otros	35.624	45.524	32.785	32.973	38.792
TOTAL	**568.746**	**487.754**	**651.063**	**570.424**	**620.049**

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar
Fuente: Departamento de agricultura de EEUU- Servicio agronómico extranjero 2011.

Como se puede observar en la tabla anterior, el país de mayor exportación es República Dominicana con 179.496 Toneladas en el año 2012, mientras que Ecuador se encuentra en el cuarto lugar con 100.735 Toneladas.

La malanga consta dentro de la partida arancelaria 071490 con la descripción "los demás", incluida en el capitulo "Raíces de yuca, arrurruz o sapel, aguaturmas, camotes y raíces y tubérculos similares ricos en fécula o inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos"

- **PRODUCCIÒN ECUADOR:** Superficie producción y rendimiento de la Malanga Blanca en el Ecuador periodo 2002-2012.

Tabla 12

AÑOS	SUPERF. HAS	TASA CREC.	PRODUCCIÒN TONELADAS	TASA CREC.	REND. T/HA	REND. C/HA
2002	5000		15750		3.15	150
2003	6250	25	26250	100	4.20	200
2004	8000	28	40950	56	5.12	250
2005	9200	15	40140	20	4.36	225
2006	10120	10	55037	12	5.44	270
2007	11942	18	68796	25	5.76	285
2008	15166	27	87371	27	5.76	285
2009	18957	25	106593	22	5.62	280
2012	24644	30	140702	32	5.71	300
TOTAL		178		294		
PROMED		20		37		

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar
Fuente: Dirección de Investigación y Generación de Datos Multisectoriales MAGAP

El incremento ha sido considerable de los cultivos de la malanga, desde el año 2002 al 2012 alcanzando una tasa de crecimiento anual de 20%

En el 2002 había 500 hectáreas mientras que el año 2012 se incrementó a 24.644 hectáreas de cultivo. Es decir durante los últimos tres años los cultivos de malanga han

tenido un considerable crecimiento llegando a tener una tasa de 37%. El crecimiento de los cultivos ha llegado desde 3.15 T/Ha has las 5.71 T/Ha anuales.

- **PRINCIPALES EXPORTADORES**

Las exportaciones de malanga blanca está dada en toneladas cifras anuales de la producción de cada país

TABLA 13

PAIS	CANTIDAD (TONELADAS)	PORCENTAJE
Brasil	85.213	16.03%
República Dominicana	179.496	33.76%
Costa Rica	110.735	20.83%
Nicaragua	105.537	19.85%
Panamá	50.756	9.55%

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

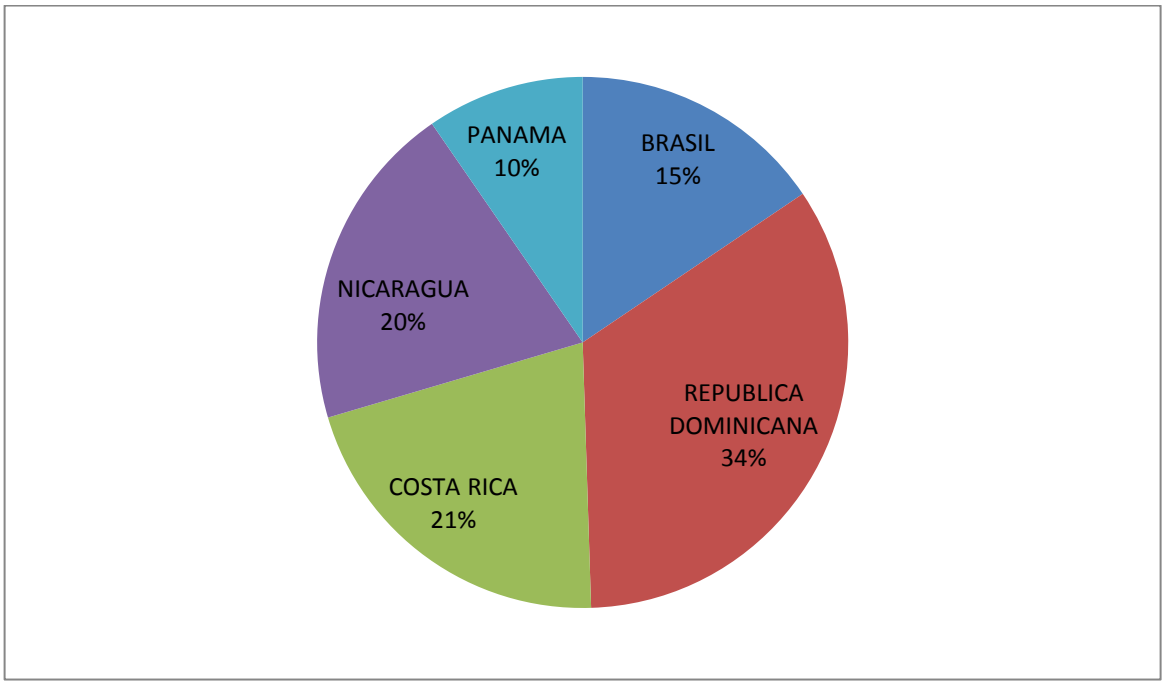


Figura 10. Principales Exportadores
Fuente: Ivonne Cevallos

Los principales países productores son los centroamericanos seguidos de los sudamericanos ya que poseen el clima adecuado para poder cultivar la malanga.

3.2. ESTRATEGIA DE VENTA, PROMOCIÒN Y PUBLICIDAD.

La población está dispuesta a consumir pero por falta de conocimiento no lo hacen. Emprendiendo con las estrategias de ventas, promoción y publicidad brindando no solo el producto sino también como prepararla

Para incrementar la comercialización hay que acudir a estrategias, como es el internet realizando una página web donde se detallen de que está compuesta la malanga blanca hablando de sus propiedades dando a conocer diversos platillos que se pueden preparar para que el mercado local.

Realizando ferias internacionales para dar a conocer el producto tanto a nivel local como a nivel internacional buscando estrategias para que el producto pueda ser utilizado correctamente.

Para tener una proyección en cuanto a las ventas hay que tomar en consideración las siguientes:

- Programas que difundan el desarrollo de los cultivos de la malanga blanca.

- Realizar ferias internacionales para dar a conocer el productor tanto a nivel local como a nivel internacional buscando estrategias para dar a conocer como se utiliza correctamente, e incrementar la demanda del producto.

- Fomentar el desarrollo de los cultivos de la malanga blanca.

- La principal estrategia radica en la asociación de agricultores contando con los servicios adecuados de parte de los organismos permitiendo mejorar los ingresos de desarrollo la parte rural de las zonas del cultivo de la malanga blanca.



Figura 11: Logotipo
Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar.

3.3. ESTRATEGIA DE VENTA.

- Para posicionarse en el mercado se debe distribuir directamente a los supermercados de alto nivel como son miembros de la Corporación Favorita (Supermaxi, Megamaxi, Gran Aki, Aki), organizando con ellos promociones o degustaciones en los puntos de venta.

- Para hacer negocios es necesario contar con una página de internet completa que muestre información de la empresa, así con los productos que esta ofrece.

- Aumentar el número de clientes que consuman los snacks de Malanga Blanca con publicidad por medios de comunicación como es la televisión y frecuencias radiales en propagandas continuas dando a conocer como es la utilización y preparación de la misma.

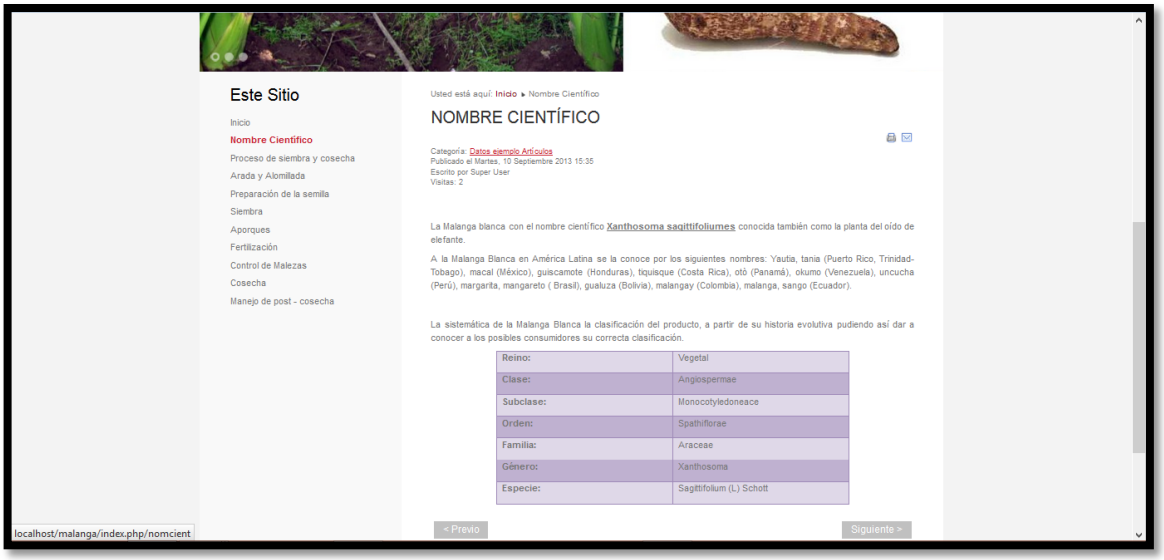
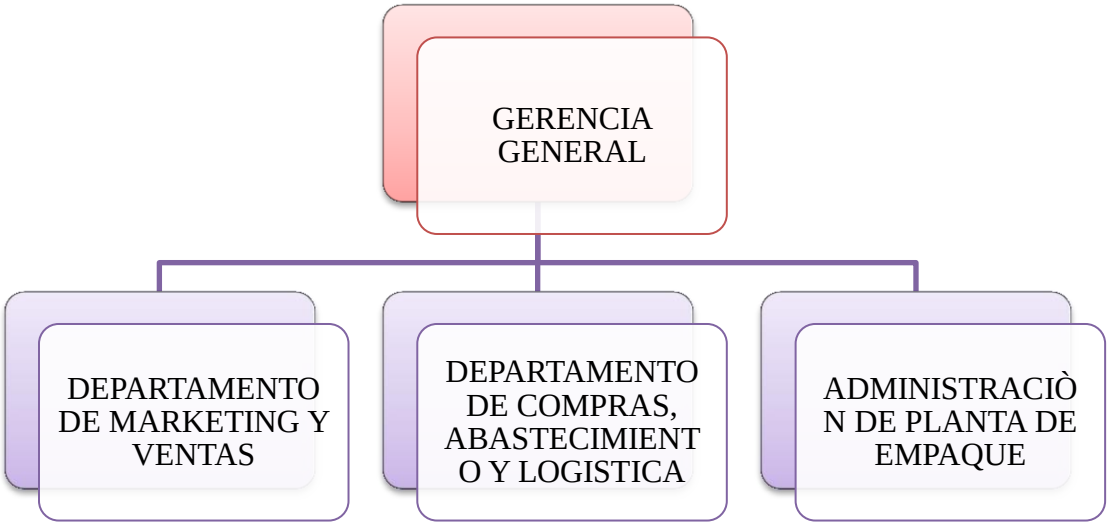


FIGURA 12: Pagina web
Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

3.4.ORGANIGRAMA



Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

3.4.1. DISTRIBUCIÒN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

1. Gerencia general

Las funciones de gerencia general son:

- Dirigir, coordinar y supervisar el eficiente desarrollo de las actividades de la empresa.

2. Departamento de marketing y ventas

Las funciones del departamento de marketing son:

- Definir las estrategias de comercialización en el mercado local.
- Diseñar la publicidad del producto y sus derivados

Las funciones del departamento de ventas son:

- Ofrecer el producto a distintos establecimientos del país.
- Realizar informes de censo diarios y semanales, informes de disponibilidad y otra documentación relacionada con ventas.

3. Departamento de compras, abastecimiento y logística.

El departamento de compras, abastecimiento y logística tiene las siguientes funciones:

- Listas de precios con o sin impuestos.
- Facturación.
- Compras.
- Régimen de percepciones en la facturación.
- Control de stock por unidades y administración de compras envases.

4. Administración de planta de empaque

La administración de la planta de empaque tiene las siguientes funciones:

- Control diario del correcto funcionamiento de la maquinaria.
- Realizar permanentes controles fitosanitarios de la maquinaria.
- Realizar los reportes sobre de los productos.
- Control de despacho.

3.5. ASPECTOS LEGALES

Compañía limitada por cuanto el capital se encuentra dividido en acciones negociables y estará conformada por la aportación de los accionistas.

3.6. TAMAÑO Y LOCALIZACIÒN

La empresa Junipertree Cia. Ltda. Va estar ubicada en la provincia de Santo Domingo de los Tsachillas en el km 12 vía Quevedo.

3.7. MISIÒN

Ofrecer productos alimenticios de calidad, creando clientes y consumidores leales y satisfechos que sigan consumiendo nuestros productos por la calidad y altos niveles de nutrición.

3.8. VISIÒN

Junipertree Cia. Ltda. Tiene la visión de serla mejor empresa de fabricación y distribución de los derivados de la malanga blanca, y convertirse en una empresa comercializadora tanto a nivel local como internacional, fomentando el desarrollo económico del país, ofreciendo productos que contribuyan con la nutrición sana de todos nuestros consumidores.

3.9. OBJETIVOS

- Comercializar el producto no tradicional malanga blanca como snaks en el mercado nacional por medio de las cadenas de supermercados más relevantes del país.

3.10. NOMBRE

El producto a ofrecer se llamara “Malangueñitos”



FIGURA 13: Malangueñitos
Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

3.11. PLAN DE LANZAMIENTO

El producto será comercializado en el mercado local ubicado en la ciudad de Santo Domingo de los Tsachillas km 12 vía Quevedo.

Las degustaciones se realizaran en los principales lugares de la ciudad y supermercados como: Supermaxi, Megamaxi, Gran Aki, Aki.
Siendo lanzado como producto innovador utilizando el producto no tradicional malanga blanca producida en el país en forma de snacks pudiendo consumir en cualquier momento con accesibilidad y comodidad de los consumidores.

CAPITULO IV

4. ANALISIS TECNICO Y DE LA INVERSION

4.1. PROCESO DE FABRICACIÒN

4.1.1. PROCESO DE SIEMBRA Y COSECHA



Figura 14. Plantación de Malanga Blanca
Fuente: Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador

La plantación de malanga requiere de climas calientes, cálidos, con una temperatura entre 14-27 ºC. La planta responde bien donde hay abundante humedad (1800-2500 mm/año); sin embargo, puede soportar también periodos de sequía.

La malanga es una planta esencialmente tropical. Se cultiva en altitudes bajas a medianas. Debe sembrarse en suelos sueltos, arenosos; de evitar suelos arcillosos o pesados ya que impiden el desarrollo correcto de la planta.
El suelo debe tener buena capacidad de retención de humedad como los suelos aluvialos, los pordos con carbonatos y los ferralíticos roje.

4.1.2. ARADA Y ALOMILLADA



Figura 9. Arada y alomillada de la Malanga Blanca
Fuente: Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador

Para un buen desarrollo de la planta debe prepararse correctamente el suelo o el terreno incluyendo la arada, rastreada y alomillada siendo esto indispensable para el buen desarrollo de los cormelos.

Debe tener una profundidad de 25 a 30 centímetros la arada del suelo, rastreada e incorporación del abono, posteriormente se deberá hacer los comellones de 30 cm de ancho y de 20 cm de alto.

Por último deberá trazarse una raya en el centro de camellón para la respectiva siembra.

4.1.3. PREPARACIÓN DE LA SEMILLA



Figura 15. Preparación de la semilla
Fuente: Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador

De los cormos se obtiene la semilla para sembrar. Se recomienda desinfectar las semillas antes de sembrarla, esto debe hacerse cuando ya esté listo el suelo para evitar el retraso en la siembra.

El cuidado de la semilla antes de ser sembrada puede hacerse en dos maneras.

- Curando en inmersión es un estañon por 10 minutos con los productos químicos como Benlate, Agrimicin 100 o buen con Busamart.

- Picar la semilla, extenderla con los cortes hacia arriba y fumigar con bombas de espalda con productos como Vitavax o Busamart.

Para la respectiva siembra de una hectárea de malanga se necesita 2 toneladas de semillas, la semilla siempre debe tratarse antes de realizar la siembra para evitar que este en mal estado.

4.1.4. SIEMBRA.

Las semillas se colocan a una profundidad de 7 a 10 cm. La distancia de siembra depende del estado de fertilidad del suelo y del laboreo futuro del cultivo: manual o mecánico.

Las distancias de siembra deben ser de 1.20 cm a 1.60 cm entre surcos y 0.60 a 0.85 entre plantas, pero se recomienda sembrar a distancias de 1.20 m entre hileras y 0.60m entre plantas.

El periodo adecuado de siembra de la malanga es a la entrada de la estación lluviosa, sin embargo si se dispone de riego puede sembrarse.

Cuando la siembra es manual, se realiza con la ayuda del espegue y en el fondo del hueco, se coloca el abono, se tapa y luego se siembra los cormelos o cormos, esto es para que la planta dispongas tempranamente de los nutrientes requeridos.

4.1.5. APORQUES

Las labores del cultivo consisten en dos o tres aporques manuales a los 60-120 y 180 días después de la siembra. Los aporques tienen que hacerse en forma simultánea que las fertilizaciones.

Los aporques tiene doble finalidad, la primera evitar que se desarrollen macollos por la germinación de los cormelos y la segunda aumenta la producción de tubérculos de malanga hasta en un 80%.

4.1.6. FERTILIZACIÓN

Por su abundante producción de hojas grandes, la malanga tiene una actividad fotosintética muy alta, por lo tanto se recomienda la utilización de reguladores de crecimiento con el propósito de aumentar la iniciación y crecimiento de los cormelos y reducir el desarrollo de la parte vegetativa (hojas).

Una cosecha normal de tubérculos, extrae como promedio 110 Kg de 40 Kg de P205 Y 110 Kg de K20/ha. Existe una correlación lineal positiva entre el área foliar y la producción de cormelos. Se recomienda dividir la aplicación de nitrógeno en dos partes: a la siembra y después de 3 meses. Está demostrando que buenos rendimientos de cormelos se producen luego de las aplicaciones de superfosfato triple.

Es recomendable la aplicación de estiércol y cal para incrementar la producción de cormelos. Las aplicaciones de fertilizantes potásicos, da mayor resistencia de la planta a la deficiencia de agua, y también mejora la asimilación, tras colocación y acumulación de agua a nivel del tubérculo.

4.1.7. CONTROL DE MALEZAS

El cultivo de la malanga es afectado por la presencia de las malezas, especialmente durante los 5 primeros meses, disminuyendo significativamente los rendimientos hasta en

un 60% al momento de la cosecha y se retarda demasiado la formación y el desarrollo de los cormelos.

Zapata Martínez, Jaime Enrique, Velásquez Escandón, César. Malanga 2013

4.1.8. COSECHA



Figura 16. Cosecha de una planta de Malanga Blanca
Fuente: Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador

La cosecha se realiza a los 10 meses de la siembra. Antes de la cosecha es aconsejable visitar a las empacadoras para saber cuándo debe entregar el producto y los requerimientos de claridad exigibles en ese momento por el mercado.

La planta está lista para ser cosechada cuando las hojas inferiores se tornan amarillentas y cuando los cormelos se cierran en la parte superior.

Aproximadamente, ocho días antes de sacar los cormos y cormelos del suelo, procede a eliminar el follaje de la planta.

La cosecha se realiza manualmente, halando con fuerza a la mata, se extrae los cormos y cormelos del suelo y luego se clasifica separando los cormelos comerciales de los no comerciales.

Los rendimientos promedios son de 10 toneladas por hectárea, llegando a cosecharse hasta 30 TM, en condiciones experimentales.

Zapata Martínez, Jaime Enrique, Velásquez Escandón, César. Malanga 2013

4.1.9. MANEJO DE POST-COSECHA



Figura 17. Malangas cosechadas
Fuente: Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador

Después de cosechados los cormos y cormelos se transportan en cajas plásticas a las empacadoras, en donde se procede a la segunda clasificación para separar los cormelos dañados (con heridas, golpeados o quebrados).

Luego de clasificados, se lava en agua con fungicida a base de cloro con 100 ppm o con un bactericida-fungicida, como el Benlate.

Zapata Martínez, Jaime Enrique, Velásquez Escandón, César. Malanga 2013

4.2. ESTUDIO FINANCIERO

4.2.1. COSTEO DE SIEMBRA DE UNA HECTÁREA

TABLA 14

PROCESO POR HECTAREA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
PREPARACION DE SUELO	1	520,00	520,00	520,00
PLANTICULAS	1000	0,35	350,00	350,00
SIEMBRA	1	600,00	600,00	600,00
MANO DE OBRA	4	400,00	1.600,00	1.600,00
MANTENIMIENTO	4	100,00	400,00	400,00
ING. AGRONOMO	4	400,00	1.600,00	1.600,00
COSECHA	1	1.000,00	1.000,00	1.000,00
EMPAQUE	1	400,00	400,00	400,00
				6.470,00
SERVICIOS	PLANTAS	LIBRAS POR PLANTA	TOTAL	COSTO POR LIBRA
MALANGAS	10000	8,00	80.000,00	0,08
		QUINTALES	800	12.940,08

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

4.2.2 REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN

TABLA 15

FABRICA DE MALANGUEÑITOS

REQUERIMIENTOS POR AREA

EQUIPOS INFORMATICOS

CANT.	ARTICULOS	VALOR	TOTAL
1	COMPUTADOR COMPLETA	1.100,00	1.100,00
	TOTAL EQUIPOS INFORMÁTICOS		1.100,00

MUEBLES Y ENSERES

CANT.	ARTICULOS	VALOR	TOTAL
2	ESCRITORIO	185,00	370,00
2	SILLONES	110,00	220,00
6	SILLAS	15,00	90,00
1	ARCHIVADOR	210,00	210,00
2	MESAS DE EMPAQUE	550,00	1.100,00
10	PERCHAS	110,00	1.100,00
1	CANCEL DE ROPA	180,00	180,00
1	ARMARIO PARA HERRAMIENTAS	350,00	350,00
			-
	Subtotal de Muebles y Enseres $	**SUBTOTAL $**	**3.620,00**

	EQUIPOS DE OFICINA		
1	AIRE ACONDICIONADO	1.250,00	1.250,00
1	SUMADORA	160,00	160,00
1	TELEFONO	45,00	45,00
2	EXTINGUIDORES	85,00	170,00
1	VENTILADORES	85,00	85,00
1	DISPENSADOR DE AGUA	850,00	850,00
	Subtotal de Equipos de Oficina $		

		SUBTOTAL $	**2.560,00**

	MAQUINARIAS		
1	FREIDORA DE ACERO INOXIDABLE	750,00	750,00
1	BANDEJA PARA SALADERO EN ACERO	450,00	450,00
1	BANDA DE TRANSPORTACIÓN	1.100,00	1.100,00
1	UNA EN FUNDADORA AUTOMATIZADA	8.500,00	8.500,00
1	PELADORA DE MALANGA	3.500,00	3.500,00
	Subtotal de Maquinarias $	**SUBTOTAL $**	**14.300,00**

	HERRAMIENTAS VARIAS		
1	CAJA DE HERRAMIENTAS 90 PIEZAS	125,30	125,30
1	CEPILLO DE ACERO PARA BASES DE ACERO	124,00	124,00
4	TANQUES DE GAS	120,00	480,00
	Subtotal de Herramientas Varias $	**SUBTOTAL $**	**729,30**

	EDIFICIOS		
1	ADECUACIÓN DE GALPÓN	1.800,00	1.800,00
1	TANQUE DE PELADO	650,00	650,00
	Subtotal de Edificios $	**SUBTOTAL $**	**2.450,00**

	SUMINISTROS DE OFICINA		
20	FACTUREROS	4,00	80,00
2	CLIPS	0,60	1,20
1	GRAPADORA	1,60	1,60

1	PERFORADORA	12,00	12,00
2	RESMAS HOJAS A4	4,00	8,00
6	ESFÈROS	0,25	1,50
6	MARCADORES	0,60	3,60
50	CINTA DE EMBALAJE	1,25	62,50
3	CINTA MASKING	1,40	4,20
2	CARPETAS FOLDER	4,30	8,60
2	CARTUCHOS DE TONER	92,00	184,00
		SUBTOTAL $	**367,20**

SUMINISTROS DE ASEO

10	FUNDAS PLASTICAS INDUSTRIALES CIENTOS	1,60	16,00
3	DESINFECTANTE GALONES	9,20	27,60
3	CLORO GALONES	2,00	6,00
3	DETERGENTE KILOS	3,25	9,75
4	FRANELAS METROS	0,90	3,60
3	ESCOBAS	2,80	8,40
3	TRAPEADORES	3,50	10,50
12	GORRAS DE COCINA	11,00	132,00
3	TARROS DE BASURA	12,00	36,00
6	OVEROLES DE TRABAJO	45,00	270,00
6	ZAPATOS INDUSTRIALES	40,00	240,00
2	PAPEL HIGIENICO PACAS	4,80	9,60

		SUBTOTAL $	**769,45**

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

1	PERMISOS MEDIO AMBIENTE	75,00	75,00
1	PERMISO MUNICIPIO	180,00	180,00
1	PERMISO CUERPO DE BOMBEROS	20,00	20,00
1	REGISTRO MERCANTIL	75,00	75,00
1	GASTOS DE ESCRITURA	50,00	50,00
2	PUBLICIDAD DE MINUTA	35,00	70,00
1	GASTOS DE ABOGADO	120,00	120,00
1	REGISTRO SANITARIO	2.000,00	2.000,00
		SUBTOTAL $	**2.590,00**

	INVERSION TOTAL $	28.485,95

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

TABLA 16

REQUERIMIENTOS DE EMBALAJE

CANTIDAD	PRODUCTO	V/UNITARIO	TOTAL
40	CARTONES PACAS X 50	21,80	872,00
50	ROLLOS DE FUNDAS DE EMPAQUE (MILLAR)	9,25	462,50
100	CIENTOS DE FUNDAS PLASTICAS DE EMBALAJE	2,20	220,00
	TOTAL DE MATERIA PRIMA $		**1.554,50**

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

4.2.3 REQUERIMIENTO DE PERSONAL

TABLA 17

FABRICA DE MALANGUEÑITOS

ROL DE SUELDOS DEL PRIMER AÑO PARTE ADMINISTRATIVA

CANT.	PUESTO	SUELDO	TOTAL SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRON.	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL MENSUAL
1	ADMINISTRADOR	550,00	550,00	45,83	28,33		66,83	140,99	690,99
1	VENDEDOR	400,00	400,00	33,33	28,33		48,60	110,27	510,27
1	SECRETARIA/CONTADORA	340,00	340,00	28,33	28,33		41,31	97,98	437,98
3		1.290,00	1.290,00	107,50	85,00	-	156,74	349,24	1.639,24

FABRICA DE MALANGUEÑITOS

ROL DE SUELDOS DEL SEGUNDO AÑO PARTE OPERACIONAL **INCREMENTO 8% EN SUELDOS** 360,4 BASICO

CANT.	PUESTO	SUELDO	TOTAL SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRON.	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL MENSUAL
1	ADMINISTRADOR	583,00	583,00	48,58	30,03	48,58	70,83	198,03	781,03
1	DESPACHADOR	424,00	424,00	35,33	30,03	35,33	51,52	152,22	576,22
1	AUXILIAR DE SERVICIOS	360,40	360,40	30,03	30,03	30,03	43,79	133,89	494,29
3		**1.367,40**	**1.367,40**	**113,95**	**90,10**	**113,95**	**166,14**	**484,14**	**1.851,54**

FABRICA DE MALANGUEÑITOS

ROL DE SUELDOS DEL PRIMER AÑO PARTE OPERATIVA

CANT.	PUESTO	SUELDO	TOTAL SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO RESERVA	APORTE PATRON.	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL MENSUAL
1	JEFE DE PRODUCCION	550,00	550,00	45,83	28,33		66,83	140,99	690,99
1	OPERADOR 1	450,00	450,00	37,50	28,33		54,68	120,51	570,51
2	OPERADOR 2	450,00	900,00	75,00	56,67		109,35	241,02	1.141,02
4		1.450,00	1.900,00	158,33	113,33	-	230,85	502,52	2.402,52

FABRICA DE MALANGUEÑITOS

ROL DE SUELDOS DEL SEGUNDO AÑO PARTE OPERACIONAL

INCREMENTO 8% EN SUELDOS 360,4 BASICO

CANT.	PUESTO	SUELDO	TOTAL SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRON.	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL MENSUAL
1	JEFE DE TALLER	583,00	583,00	48,58	30,03	48,58	70,83	198,03	781,03
1	OPERADOR 1	477,00	477,00	39,75	30,03	39,75	57,96	167,49	644,49
2	OPERADOR 2	477,00	954,00	79,50	60,07	79,50	115,91	334,98	1.288,98
4		**1.537,00**	**2.014,00**	**167,83**	**120,13**	**167,83**	**244,70**	**700,50**	**2.714,50**

OPERATIVO

ADMINISTRATIVO

REMUNERACIONES DEL PRIMER AÑO

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SUELDO	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	15.480,00
DECIMO TERCERO	107,50	107,50	107,50	107,50	107,50	107,50	107,50	107,50	107,50	107,50	107,50	107,50	1.290,00
DECIMO CUARTO	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	1.020,00
APORTE PATRONAL	156,74	156,74	156,74	156,74	156,74	156,74	156,74	156,74	156,74	156,74	156,74	156,74	1.880,82
FONDO RESERVA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1.639,24	1.639,24	1.639,24	1.639,24	1.639,24	1.639,24	1.639,24	1.639,24	1.639,24	1.639,24	1.639,24	1.639,24	19.670,82

ADMINISTRATIVO

REMUNERACIONES DEL SEGUNDO AÑO

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SUELDO	1.367,40	1.367,40	1.367,40	1.367,40	1.367,40	1.367,40	1.367,40	1.367,40	1.367,40	1.367,40	1.367,40	1.367,40	16.408,80
DECIMO TERCERO	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	1.367,40
DECIMO CUARTO	90,10	90,10	90,10	90,10	90,10	90,10	90,10	90,10	90,10	90,10	90,10	90,10	1.081,20
APORTE PATRONAL	166,14	166,14	166,14	166,14	166,14	166,14	166,14	166,14	166,14	166,14	166,14	166,14	1.993,67
FONDO RESERVA	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	113,95	1.367,40
	1.851,54	1.851,54	1.851,54	1.851,54	1.851,54	1.851,54	1.851,54	1.851,54	1.851,54	1.851,54	1.851,54	1.851,54	22.218,47

REMUNERACIONES DEL PRIMER AÑO

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SUELDO	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	17.400,00
DECIMO TERCERO	158,33	158,33	158,33	158,33	158,33	158,33	158,33	158,33	158,33	158,33	158,33	158,33	1.900,00
DECIMO CUARTO	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	1.360,00
APORTE PATRONAL	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	2.770,20
FONDO RESERVA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1.952,52	1.952,52	1.952,52	1.952,52	1.952,52	1.952,52	1.952,52	1.952,52	1.952,52	1.952,52	1.952,52	1.952,52	23.430,20

OPERATIVO
REMUNERACIONES DEL SEGUNDO AÑO

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SUELDO	1.537,00	1.537,00	1.537,00	1.537,00	1.537,00	1.537,00	1.537,00	1.537,00	1.537,00	1.537,00	1.537,00	1.537,00	18.444,00
DECIMO TERCERO	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	2.014,00
DECIMO CUARTO	120,13	120,13	120,13	120,13	120,13	120,13	120,13	120,13	120,13	120,13	120,13	120,13	1.441,60
APORTE PATRONAL	244,70	244,70	244,70	244,70	244,70	244,70	244,70	244,70	244,70	244,70	244,70	244,70	2.936,41
FONDO RESERVA	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	167,83	2.014,00
	2.237,50	2.237,50	2.237,50	2.237,50	2.237,50	2.237,50	2.237,50	2.237,50	2.237,50	2.237,50	2.237,50	2.237,50	26.850,01

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar**.**

4.2.4 RESUMEN DE SERVICIOS BÁSICOS

TABLA 18

FABRICA DE MALANGUEÑITOS

CUADRO RESUMEN DE CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA MENSUAL EN KV/H

COSTO KV/H	0,32

N°	DESCRIPCIÒN	POTENCIA (PROMEDIO) VATIOS	TIEMPO PROMEDIO DE USO AL DIA		TIEMPO DE USO AL MES EN HORA	CONSUMO MENSUAL KV/H	COSTO MENSUAL POR UNIDAD	TOTAL MENSUAL
			h	d				
1	Computador completa	320	8	24	192	61,44	19,66	19,66
1	Aire Acondicionado	550	8	24	192	105,6	33,79	33,79
1	Ventiladores	220	8	24	192	42,24	13,52	13,52
1	Dispensador de Agua	280	6	24	144	40,32	12,90	12,90
1	Bandeja para Saladero en acero	280	8	24	192	53,76	17,20	17,20
1	Banda de Transportación	220	8	24	192	42,24	13,52	13,52
1	Una En fundadora Automatizada	650	8	24	192	124,8	39,94	39,94
6	Focos	40	4	24	96	3,84	1,23	7,37
					0	0	0,00	0,00
					0	0	0,00	0,00
	TOTAL MENSUAL					474,24	151,76	157,90

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar**.**

TABLA 19

CUADRO RESUMEN DE CONSUMO DE AGUA POTABLE MENSUAL EN M^3

COSTO POR M^3	0,65

N°	DESCRIPCION	CONSUMO EN M^3 DIARIO	CONSUMO TOTAL	COSTO TOTAL
24	Agua potable	1,5	36	23,40
	TOTAL MENSUAL			23,40

CUADRO RESUMEN DE CONSUMO TELEFONICO

COSTO POR M^3		0,05		
N° DIAS	DESCRIPCION	CONSUMO DIARIO	CONSUMO TOTAL	COSTO TOTAL
24	Minutos	45	1080	51,84
	TOTAL MENSUAL			51,84

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar**.**

4.2.5 RESUMEN DE LA INVERSIÓN

TABLA 20

FABRICA DE FRITOS DE MALANGA

RESUMEN DE INVERSIÒN INICIAL FIJA

DESCRIPCION			TOTAL
EQUIPOS INFORMATICOS	1	1.100,00	1.100,00
MUEBLES Y ENSERES	1	3.620,00	3.620,00
EQUIPOS DE OFICINA	1	2.560,00	2.560,00
MAQUINARIAS	1	14.300,00	14.300,00
HERRAMIENTAS VARIAS	1	729,30	729,30
EDIFICIOS	1	2.450,00	2.450,00
SUMINISTROS DE OFICINA	1	367,20	367,20
SUMINISTROS DE ASEO	1	769,45	769,45
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1	2.590,00	2.590,00
			-
			-
MATERIA PRIMA	**1**	**22.619,05**	22.619,05
COSTOS OPERCIONALES	**2**	**3.659,94**	7.319,88
GASTOS ADMINISTRATIVOS	**2**	**2.066,34**	4.132,68
			-
			-
TOTAL INVERSIÒN INICIAL			**62.557,56**

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

4.2.6 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

TABLA 21

FABRICA DE MALENGUEÑITOS

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

COSTO DE CAPITAL

INVERSION INICIAL	**62.557,56**					
DESCRIPCION	**APORTE DE CAPITAL**	**100%**	**TASA SISTEMA FINANCIERO**			**TASA APLICADA AL PROYECTO**
					%	
APORTE PROPIO	**12.000,00**	**0,191823**	**Tasa Pasiva**	4,25	**0,0425**	**0,00815**
PRESTAMO BANCARIO	**50.557,56**	**0,808177**	**Tasa Activa**	11,2	**0,112**	**0,09052**
TOTAL INVERSIÒN	**62.557,56**	**1,000000**				**0,098668**
COSTO DE CAPITAL						**9,87%**

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

4.2.7 TABLA DE AMORTIZACIÓN

TABLA 22

TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL

METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	50.557,56	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL		11,20%	PERIODOS	120
PLAZO		10	AÑOS	
PAGOS ANUALES		12		
INTERES	0,93%	PAGO PERIODICO		702,17

PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				50.557,56
1	702,17	471,87	230,30	50.327,26
2	702,17	469,72	232,45	50.094,82
3	702,17	467,55	234,61	49.860,20
4	702,17	465,36	236,80	49.623,40
5	702,17	463,15	239,01	49.384,38
6	702,17	460,92	241,25	49.143,14
7	702,17	458,67	243,50	48.899,64
8	702,17	456,40	245,77	48.653,87
9	702,17	454,10	248,06	48.405,81
10	702,17	451,79	250,38	48.155,43
11	702,17	449,45	252,72	47.902,71
12	702,17	447,09	255,07	47.647,64
TOTAL	8.426,00	5.516,08	2.909,92	
13	702,17	444,71	257,46	47.390,18
14	702,17	442,31	259,86	47.130,32
15	702,17	439,88	262,28	46.868,04
16	702,17	437,44	264,73	46.603,31
17	702,17	434,96	267,20	46.336,11
18	702,17	432,47	269,70	46.066,41
19	702,17	429,95	272,21	45.794,20
20	702,17	427,41	274,75	45.519,44
21	702,17	424,85	277,32	45.242,13
22	702,17	422,26	279,91	44.962,22
23	702,17	419,65	282,52	44.679,70
24	702,17	417,01	285,16	44.394,55
TOTAL	8.426,00	5.172,90	3.253,09	
25	702,17	414,35	287,82	44.106,73
26	702,17	411,66	290,50	43.816,22
27	702,17	408,95	293,21	43.523,01

28	702,17	406,21	295,95	43.227,06
29	702,17	403,45	298,71	42.928,34
30	702,17	400,66	301,50	42.626,84
31	702,17	397,85	304,32	42.322,53
32	702,17	395,01	307,16	42.015,37
33	702,17	392,14	310,02	41.705,35
34	702,17	389,25	312,92	41.392,43
35	702,17	386,33	315,84	41.076,59
36	702,17	383,38	318,78	40.757,81
TOTAL	**8.426,00**	**4.789,26**	**3.636,74**	
37	702,17	380,41	321,76	40.436,05
38	702,17	377,40	324,76	40.111,29
39	702,17	374,37	327,79	39.783,49
40	702,17	371,31	330,85	39.452,64
41	702,17	368,22	333,94	39.118,70
42	702,17	365,11	337,06	38.781,64
43	702,17	361,96	340,20	38.441,43
44	702,17	358,79	343,38	38.098,05
45	702,17	355,58	346,58	37.751,47
46	702,17	352,35	349,82	37.401,65
47	702,17	349,08	353,08	37.048,56
48	702,17	345,79	356,38	36.692,18
TOTAL	**8.426,00**	**4.360,37**	**4.065,62**	
49	702,17	342,46	359,71	36.332,48
50	702,17	339,10	363,06	35.969,42
51	702,17	335,71	366,45	35.602,96
52	702,17	332,29	369,87	35.233,09
53	702,17	328,84	373,32	34.859,77
54	702,17	325,36	376,81	34.482,96
55	702,17	321,84	380,33	34.102,63
56	702,17	318,29	383,88	33.718,76
57	702,17	314,71	387,46	33.331,30
58	702,17	311,09	391,07	32.940,23
59	702,17	307,44	394,72	32.545,50
60	702,17	303,76	398,41	32.147,09
TOTAL	**8.426,00**	**3.880,91**	**4.545,09**	

PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
61	702,17	300,04	402,13	31.744,97
62	702,17	296,29	405,88	31.339,09
63	702,17	292,50	409,67	30.929,42
64	702,17	288,67	413,49	30.515,93
65	702,17	284,82	417,35	30.098,58
66	702,17	280,92	421,25	29.677,33

67	702,17	276,99	425,18	29.252,15
68	702,17	273,02	429,15	28.823,00
69	702,17	269,01	433,15	28.389,85
70	702,17	264,97	437,19	27.952,66
71	702,17	260,89	441,27	27.511,38
72	702,17	256,77	445,39	27.065,99
TOTAL	**8.426,00**	**3.344,89**	**5.081,10**	
73	702,17	252,62	449,55	26.616,44
74	702,17	248,42	453,75	26.162,69
75	702,17	244,19	457,98	25.704,71
76	702,17	239,91	462,26	25.242,46
77	702,17	235,60	466,57	24.775,89
78	702,17	231,24	470,92	24.304,96
79	702,17	226,85	475,32	23.829,64
80	702,17	222,41	479,76	23.349,89
81	702,17	217,93	484,23	22.865,65
82	702,17	213,41	488,75	22.376,90
83	702,17	208,85	493,32	21.883,58
84	702,17	204,25	497,92	21.385,66
TOTAL	**8.426,00**	**2.745,67**	**5.680,33**	
85	702,17	199,60	502,57	20.883,10
86	702,17	194,91	507,26	20.375,84
87	702,17	190,17	511,99	19.863,85
88	702,17	185,40	516,77	19.347,08
89	702,17	180,57	521,59	18.825,48
90	702,17	175,70	526,46	18.299,02
91	702,17	170,79	531,38	17.767,64
92	702,17	165,83	536,34	17.231,31
93	702,17	160,83	541,34	16.689,97
94	702,17	155,77	546,39	16.143,58
95	702,17	150,67	551,49	15.592,08
96	702,17	145,53	556,64	15.035,44
TOTAL	**8.426,00**	**2.075,78**	**6.350,22**	
97	702,17	140,33	561,84	14.473,61
98	702,17	135,09	567,08	13.906,53
99	702,17	129,79	572,37	13.334,15
100	702,17	124,45	577,71	12.756,44
101	702,17	119,06	583,11	12.173,33
102	702,17	113,62	588,55	11.584,79
103	702,17	108,12	594,04	10.990,74
104	702,17	102,58	599,59	10.391,16
105	702,17	96,98	605,18	9.785,98
106	702,17	91,34	610,83	9.175,15
107	702,17	85,63	616,53	8.558,61
108	702,17	79,88	622,29	7.936,33
TOTAL	**8.426,00**	**1.326,88**	**7.099,11**	
109	702,17	74,07	628,09	7.308,23
110	702,17	68,21	633,96	6.674,28

111	702,17	62,29	639,87	6.034,40
112	702,17	56,32	645,85	5.388,56
113	702,17	50,29	651,87	4.736,69
114	702,17	44,21	657,96	4.078,73
115	702,17	38,07	664,10	3.414,63
116	702,17	31,87	670,30	2.744,33
117	702,17	25,61	676,55	2.067,78
118	702,17	19,30	682,87	1.384,91
119	702,17	12,93	689,24	695,67
120	702,17	6,49	695,67	0,00
TOTAL	**8.426,00**	**489,67**	**7.936,33**	
	84.259,97	**33.702,41**	**50.557,56**	

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

4.2.8 ESTADO FINANCIERO INICIAL

TABLA 23

FABRICA DE MALANGUEÑITOS
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

ACTIVO			PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE			**PASIVO CORRIENTE**	
			PRESTAMO BANCARIO C/P	2.909,92
BANCOS	11.452,56	11.452,56	**TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	**2.909,92**
INVENTARIOS		23.755,70	**PASIVOS NO CORRIENTE**	
SUMINISTROS DE OFICINA	367,20		PRESTAMOS BANCARIOS L/P	47.647,64
SUMINISTROS DE ASEO	769,45		**TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE**	**47.647,64**
MATERIA PRIMA	22.619,05		**TOTAL PASIVOS**	**50.557,56**
	0 -		**PATRIMONIO**	
			CAPITAL	12.000,00
			TOTAL PATRIMONIO	**12.000,00**
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		**35.208,26**	**TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO**	
ACTIVO NO CORRIENTE				
EQUIPOS INFORMATICOS		1.100,00		
MUEBLES Y ENSERES		3.620,00		
EQUIPOS DE OFICINA		2.560,00		
MAQUINARIAS		14.300,00		
HERRAMIENTAS VARIAS		729,30		
EDIFICIOS		2.450,00		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES		**24.759,30**		
OTROS ACTIVOS				
GASTO DE CONSTITUCIÒN		2.590,00		
TOTAL OTROS ACTIVOS		**2.590,00**		
TOTAL ACTIVO		**62.557,56**		**62.557,56**

CAPITAL DE TRABAJO **32.298,34** -

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

4.2.9 RESUMEN DE DEPRECIACIONES

TABLA 24

FABRICA DE FRITOS DE MALANGA

RESUMEN DE DEPRECIACIÒN

	ACTIVOS DEPRECIABLES	VALOR	% RESIDUAL	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	AÑOS DE VIDA	ANUAL	MENSUAL	PORCENTA DE UTILIZACION		VALORADO ANUALMENTE		VALORADO MENSUALMENTE	
									PRODUCCION	ADMINISTRACION	PRODUCCION	ADMINISTRACION	PRODUCCION	ADMINISTRACION
1	**EQUIPOS INFORMATICOS**	1.100,00	10	110,00	990,00	10	99,00	8,25	15%	85%	14,85	84,15	1,24	7,01
2	**MUEBLES Y ENSERES**	3.620,00	10	362,00	3.258,00	10	325,80	27,15	60%	40%	195,48	130,32	16,29	10,86
3	**EQUIPOS DE OFICINA**	2.560,00	10	256,00	2.304,00	10	230,40	19,20	30%	70%	69,12	161,28	5,76	13,44
4	**MAQUINARIAS**	14.300,00	10	1.430,00	12.870,00	3	4.290,00	357,50	85%	15%	3.646,50	643,50	303,88	53,63
5	**EDIFICIOS**	2.450,00	10	245,00	2.205,00	20	110,25	9,19	85%	15%	93,71	16,54	7,81	1,38
		24.030,00				TOTAL	5.055,45	421,29			4.019,66	1.035,79	334,97	86,32

	ACTIVOS NO DEPRECIABLES	VALOR		
6	**HERRAMIENTAS VARIAS**	729,30		
		729,30		

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

TABLA 25

TABLA DE DEPRECIACIÒN ANUAL

NOMBRE DEL ACTIVO	MUEBLES Y ENSERES		
COSTO	3.620,00		
VIDA UTIL		10	AÑOS
VALOR RESIDUAL		10%	362,00
DEPRECIACION ANNUAL			325,80

V.U.	DEPRECIACIÒN ANNUAL	DEPRECIACIÒN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			3.620,00
1	325,80	325,80	3.294,20
2	325,80	651,60	2.968,40
3	325,80	977,40	2.642,60
4	325,80	1.303,20	2.316,80
5	325,80	1.629,00	1.991,00
6	325,80	1.954,80	1.665,20
7	325,80	2.280,60	1.339,40
8	325,80	2.606,40	1.013,60
9	325,80	2.932,20	687,80
10	325,80	3.258,00	362,00
	3.258,00		

TABLA DE DEPRECIACIÒN ANUAL

NOMBRE DEL ACTIVO	MAQUINARIAS		
COSTO	14.300,00		
VIDA UTIL		10	AÑOS
VALOR RESIDUAL		10%	1.430,00
DEPRECIACION ANUAL			1.287,00

V.U.	DEPRECIACIÒN ANNUAL	DEPRECIACIÒN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			14.300,00
1	1.287,00	1.287,00	13.013,00
2	1.287,00	2.574,00	11.726,00
3	1.287,00	3.861,00	10.439,00
4	1.287,00	5.148,00	9.152,00
5	1.287,00	6.435,00	7.865,00
6	1.287,00	7.722,00	6.578,00
7	1.287,00	9.009,00	5.291,00
8	1.287,00	10.296,00	4.004,00
9	1.287,00	11.583,00	2.717,00
10	1.287,00	12.870,00	1.430,00

TABLA DE DEPRECIACIÒN ANUAL

NOMBRE DEL ACTIVO	EQUIPOS INFORMATICOS		
COSTO	1.100,00		
VIDA UTIL		3	AÑOS
VALOR RESIDUAL		10%	110,00
DEPRECIACION ANNUAL			330,00

V.U.	DEPRECIACIÒN ANNUAL	DEPRECIACIÒN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			1.100,00
1	330,00	330,00	770,00
2	330,00	660,00	440,00
3	330,00	990,00	110,00
	990,00		

TABLA DE DEPRECIACIÒN ANUAL

NOMBRE DEL ACTIVO	EQUIPOS DE OFICINA		
COSTO	2.560,00		
VIDA UTIL		10	AÑOS
VALOR RESIDUAL		10%	256,00
DEPRECIACION ANUAL			230,40

V.U.	DEPRECIACIÒN ANNUAL	DEPRECIACIÒN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			2.560,00
1	230,40	230,40	2.329,60
2	230,40	460,80	2.099,20
3	230,40	691,20	1.868,80
4	230,40	921,60	1.638,40
5	230,40	1.152,00	1.408,00
6	230,40	1.382,40	1.177,60
7	230,40	1.612,80	947,20
8	230,40	1.843,20	716,80
9	230,40	2.073,60	486,40
10	230,40	2.304,00	256,00
	2.304,00		

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

TABLA DE DEPRECIACIÒN ANUAL

NOMBRE DEL ACTIVO	EDIFICIOS		
COSTO	2.450,00		
VIDA UTIL	20	AÑOS	
VALOR RESIDUAL	10%	245,00	
DEPRECIACIÒN ANUAL		110,25	

V.U.	DEPRECIACIÒN ANNUAL	DEPRECIACIÒN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			2.450,00
1	110,25	110,25	2.339,75
2	110,25	220,50	2.229,50
3	110,25	330,75	2.119,25
4	110,25	441,00	2.009,00
5	110,25	551,25	1.898,75
6	110,25	661,50	1.788,50
7	110,25	771,75	1.678,25
8	110,25	882,00	1.568,00
9	110,25	992,25	1.457,75
10	110,25	1.102,50	1.347,50
11	110,25	1.212,75	1.237,25
12	110,25	1.323,00	1.127,00
13	110,25	1.433,25	1.016,75
14	110,25	1.543,50	906,50
15	110,25	1.653,75	796,25
16	110,25	1.764,00	686,00
17	110,25	1.874,25	575,75
18	110,25	1.984,50	465,50
19	110,25	2.094,75	355,25
20	110,25	2.205,00	245,00
	2.205,00		

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

4.2.10 RESUMEN DE GASTOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS

TABLA 26

FABRICA DE MALANGUEÑITOS

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS ADMINISTRATIVO

DESCRIPCION	VALOR	TOTAL ANUAL
Sueldos	1.290,00	15.480,00
Décimo Tercer Sueldo	107,50	1.290,00
Décimo Cuarto Sueldo	85,00	1.020,00
Aporte Patronal	156,74	1.880,82
Pasajes y Fletes	30,00	360,00
Publicidad	100,00	1.200,00
Arriendo	100,00	1.200,00
Seguros contra Robo e Incendio	20,00	240,00
Planilla de teléfono e internet	51,84	622,08
Suministros de limpieza	10,00	120,00
Suministros de oficina	10,00	120,00
Depreciación de Activos Fijos	86,32	1.035,79
Otros gastos	30,00	360,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	**2077,39**	**24.928,69**

FABRICA DE MALANGUEÑITOS

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS

DESCRIPCION	VALOR	TOTAL ANUAL
Sueldos	1.450,00	17.400,00
Décimo Tercer Sueldo	158,33	1.900,00
Décimo Cuarto Sueldo	113,33	1.360,00
Aporte Patronal	230,85	2.770,20
Alquiler de Transporte	600,00	7.200,00
Mantenimiento de Maquinaria	50,00	600,00
Seguros contra Robo e Incendio	30,00	360,00
Planilla de agua	23,40	280,80
Planilla de luz	157,90	1.894,81
Arriendo	400,00	4.800,00
Pago de intereses crédito bancarios	280,85	3.370,24
Suministros de limpieza	30,00	360,00
Suministros de oficina	10,00	120,00
Depreciación de Activos Fijos	334,97	4.019,66
Gas	96,00	1.152,00
Otros gastos	30,00	360,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	**3.995,64**	**47.947,71**

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

4.2.11 PUNTO DE EQUILIBRIO

TABLA 27

FABRICA DE MALANGUEÑITOS
CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

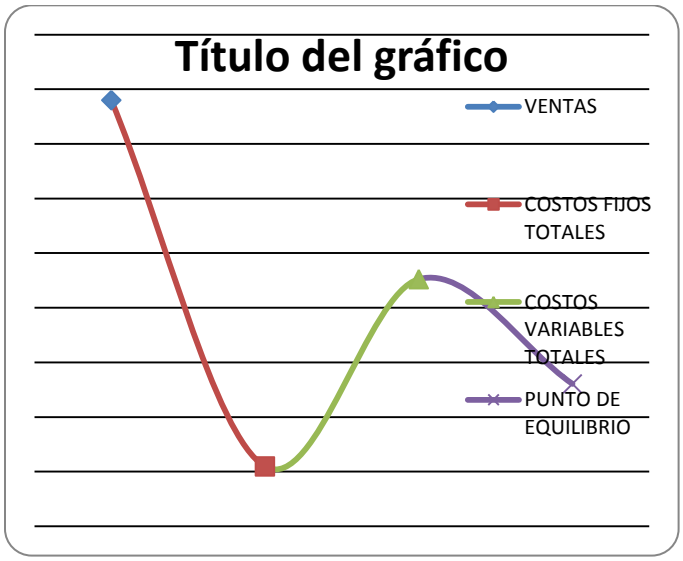
DESCRIPCIÒN	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
GASTOS DE ADMINISTRACIÒN						
Sueldos	1.290,00		1.290,00	15.480,00	-	15.480,00
Décimo Tercer Sueldo	107,50		107,50	1.290,00	-	1.290,00
Décimo Cuarto Sueldo	85,00		85,00	1.020,00	-	1.020,00
Aporte Patronal	156,74		156,74	1.880,82	-	1.880,82
Pasajes y Fletes	30,00		30,00	360,00	-	360,00
Publicidad	100,00		100,00	1.200,00		1.200,00
Arriendo	100,00					
Seguros contra Robo e Incendio	20,00		20,00	240,00		240,00
Planilla de teléfono e internet	51,84		51,84	622,08		622,08
Suministros de limpieza	10,00		10,00	120,00		120,00
Suministros de oficina	10,00		10,00	120,00		120,00
Depreciación de Activos Fijos	86,32		86,32	1.035,79		1.035,79
Otros gastos	30,00					-
GASTOS OPERATIVOS						-
Sueldos	1.450,00		1.450,00	17.400,00		17.400,00
Décimo Tercer Sueldo	158,33		158,33	1.900,00		1.900,00
Décimo Cuarto Sueldo	113,33		113,33	1.360,00		1.360,00
Aporte Patronal	230,85		230,85	2.770,20	-	2.770,20
Mantenimiento de Maquinaria	50,00		50,00	600,00	-	600,00
Seguros contra Robo e Incendio					-	360,00

	30,00		30,00	360,00		
Planilla de agua	23,40		23,40	280,80	-	280,80
Planilla de luz	157,90		157,90	1.894,81	-	1.894,81
Arriendo	400,00					
Pago de intereses crédito bancarios	280,85		280,85	3.370,24	-	3.370,24
Suministros de limpieza	30,00		30,00	360,00		360,00
Suministros de oficina	10,00		10,00	120,00		120,00
Depreciación de Activos Fijos	334,97		334,97	4.019,66		4.019,66
Gas	96,00					
Otros gastos	30,00		30,00	360,00		360,00
			-	-	-	-
Costos Variables		22.619,05	22.619,05	-	271.428,57	271.428,57
TOTAL	**5.473,03**	**22.619,05**	**28.092,08**	**58.164,40**	**271.428,57**	**329.592,97**

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	**39.000,00**	**468.000,00**
COSTOS FIJOS TOTALES	**5.473,03**	**65.676,40**
COSTOS VARIABLES TOTALES	22.619,05	271.428,57
PUNTO DE EQUILIBRIO	**13.030,27**	**156.363,29**



4.2.12 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

TABLA 28

FABRICA DE MALANGUEÑITOS
FLUJO NETO PROYECTADO

INDICE DE CRECIMIENTO INGRESOS	7,00%											
INGRESOS	**AÑO 0**		**VIDA UTIL DEL PROYECTO**									
			AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**	**TOTAL**
Ventas de Snacks 150	19.200,00		**230.400,00**	246.528,00	263.784,96	282.249,91	302.007,40	323.147,92	345.768,27	369.972,05	395.870,10	423.581,00	**3.183.309,61**
Ventas de Snacks 550	19.800,00		**237.600,00**	254.232,00	272.028,24	291.070,22	311.445,13	333.246,29	356.573,53	381.533,68	408.241,04	436.817,91	**3.282.788,04**
TOTAL INGRESOS			**468.000,00**	**500.760,00**	**535.813,20**	**573.320,12**	**613.452,53**	**656.394,21**	**702.341,80**	**751.505,73**	**804.111,13**	**860.398,91**	**6.466.097,65**
EGRESOS													-
													-
Costos Snacks 150	**9.523,81**		**114.285,71**	**117.714,29**	**121.245,71**	**124.883,09**	**128.629,58**	**132.488,47**	**136.463,12**	**140.557,01**	**144.773,72**	**149.116,94**	**1.310.157,64**
Costos Snacks 550	**13.095,24**		**157.142,86**	**161.857,14**	**166.712,86**	**171.714,24**	**176.865,67**	**182.171,64**	**187.636,79**	**193.265,89**	**199.063,87**	**205.035,79**	**1.801.466,75**
Gastos Operacionales													-
Sueldos	**1.450,00**		**17.400,00**	**18.792,00**	**20.295,36**	**21.918,99**	**23.672,51**	**25.566,31**	**27.611,61**	**29.820,54**	**32.206,19**	**34.782,68**	**252.066,19**
Décimo Tercer Sueldo	**158,33**		**1.900,00**	**2.052,00**	**2.216,16**	**2.393,45**	**2.584,93**	**2.791,72**	**3.015,06**	**3.256,27**	**3.516,77**	**3.798,11**	**27.524,47**
Décimo Cuarto Sueldo	**113,33**		**1.360,00**	**1.468,80**	**1.586,30**	**1.713,21**	**1.850,26**	**1.998,29**	**2.158,15**	**2.330,80**	**2.517,27**	**2.718,65**	**19.701,72**
Aporte Patronal	**230,85**		**2.770,20**	**2.991,82**	**3.231,16**	**3.489,65**	**3.768,83**	**4.070,33**	**4.395,96**	**4.747,64**	**5.127,45**	**5.537,64**	**40.130,68**
Fondo de Reserva				**2.052,00**	**2.216,16**	**2.393,45**	**2.584,93**	**2.791,72**	**3.015,06**	**3.256,27**	**3.516,77**	**3.798,11**	**25.624,47**
Mantenimiento de Maquinaria	**50,00**		**600,00**	**612,00**	**624,24**	**636,72**	**649,46**	**662,45**	**675,70**	**689,21**	**703,00**	**717,06**	**6.569,83**

Seguros contra Robo e Incendio	**30,00**		**360,00**	**367,20**	**374,54**	**382,03**	**389,68**	**397,47**	**405,42**	**413,53**	**421,80**	**430,23**	**3.941,90**
Planilla de agua	**23,40**		**280,80**	**286,42**	**292,14**	**297,99**	**303,95**	**310,03**	**316,23**	**322,55**	**329,00**	**335,58**	**3.074,68**
Planilla de luz	**157,90**		**1.894,81**	**1.932,71**	**1.971,36**	**2.010,79**	**2.051,00**	**2.092,02**	**2.133,86**	**2.176,54**	**2.220,07**	**2.264,47**	**20.747,64**
Arriendo	**400,00**		**4.800,00**	**4.896,00**	**4.993,92**	**5.093,80**	**5.195,67**	**5.299,59**	**5.405,58**	**5.513,69**	**5.623,97**	**5.736,44**	**52.558,66**
Suministros de limpieza	**30,00**		**360,00**	**367,20**	**374,54**	**382,03**	**389,68**	**397,47**	**405,42**	**413,53**	**421,80**	**430,23**	**3.941,90**
Suministros de oficina	**10,00**		**120,00**	**122,40**	**124,85**	**127,34**	**129,89**	**132,49**	**135,14**	**137,84**	**140,60**	**143,41**	**1.313,97**
Depreciación de Activos Fijos	**334,97**		**4.019,66**	**4.019,66**	**4.019,66**	**373,16**	**373,16**	**373,16**	**373,16**	**373,16**	**373,16**	**373,16**	**14.671,13**
Gas	**96,00**		**1.152,00**	**1.175,04**	**1.198,54**	**1.222,51**	**1.246,96**	**1.271,90**	**1.297,34**	**1.323,29**	**1.349,75**	**1.376,75**	**12.614,08**
Otros gastos	**30,00**		**360,00**	**367,20**	**374,54**	**382,03**	**389,68**	**397,47**	**405,42**	**413,53**	**421,80**	**430,23**	**3.941,90**
TOTAL DE COSTOS			**308.806,04**	**321.073,87**	**331.852,06**	**339.414,51**	**351.075,83**	**363.212,53**	**375.849,02**	**389.011,28**	**402.726,97**	**417.025,48**	**3.600.047,59**
UTILIDAD BRUTA $			**159.193,96**	**179.686,13**	**203.961,14**	**233.905,62**	**262.376,70**	**293.181,68**	**326.492,79**	**362.494,45**	**401.384,17**	**443.373,43**	**2.866.050,06**
													-
GASTOS OPERACIOALES													-
Gastos de Administración													-
Sueldos	1.290,00		15.480,00	16.718,40	18.055,87	19.500,34	21.060,37	22.745,20	24.564,81	26.530,00	28.652,40	30.944,59	**224.251,99**
Décimo Tercer Sueldo	107,50		1.290,00	1.393,20	1.504,66	1.625,03	1.755,03	1.895,43	2.047,07	2.210,83	2.387,70	2.578,72	**18.687,67**
Décimo Cuarto Sueldo	85,00		1.020,00	1.101,60	1.189,73	1.284,91	1.387,70	1.498,71	1.618,61	1.748,10	1.887,95	2.038,98	**14.776,29**
Aporte Patronal	156,74		1.880,82	2.031,29	2.193,79	2.369,29	2.558,83	2.763,54	2.984,62	3.223,39	3.481,27	3.759,77	**27.246,62**
Fondos de reserva				1.393,20	1.504,66	1.625,03	1.755,03	1.895,43	2.047,07	2.210,83	2.387,70	2.578,72	**17.397,67**
Pasajes y Fletes	30,00		360,00	367,20	374,54	382,03	389,68	397,47	405,42	413,53	421,80	430,23	**3.941,90**
Publicidad	100,00		1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92	1.324,90	1.351,39	1.378,42	1.405,99	1.434,11	**13.139,67**
Arriendo	100,00		1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92	1.324,90	1.351,39	1.378,42	1.405,99	1.434,11	
Seguros contra Robo e Incendio	20,00		240,00	244,80	249,70	254,69	259,78	264,98	270,28	275,68	281,20	286,82	**2.627,93**
Planilla de teléfono e internet	51,84		622,08	634,52	647,21	660,16	673,36	686,83	700,56	714,57	728,87	743,44	**6.811,60**
Suministros de limpieza	10,00		120,00	122,40	124,85	127,34	129,89	132,49	135,14	137,84	140,60	143,41	**1.313,97**

Suministros de oficina	10,00		120,00	122,40	124,85	127,34	129,89	132,49	135,14	137,84	140,60	143,41	**1.313,97**
Depreciación de Activos Fijos	86,32		1.035,79	1.035,79	1.035,79	392,29	392,29	392,29	392,29	392,29	392,29	392,29	**5.853,38**
Otros gastos	30,00		360,00	367,20	374,54	382,03	389,68	397,47	405,42	413,53	421,80	430,23	**3.941,90**
													-
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			**24.928,69**	**27.979,99**	**29.877,14**	**31.277,39**	**33.479,37**	**35.852,13**	**38.409,22**	**41.165,29**	**44.136,14**	**47.338,84**	**354.444,20**
Gastos Financieros													-
Intereses sobre préstamos bancarios			5.516,08	5.172,90	4.789,26	4.360,37	3.880,91	3.344,89	2.745,67	2.075,78	1.326,88	489,67	**33.702,41**
TOTAL GASTOS FINANCIEROS			**5.516,08**	**5.172,90**	**4.789,26**	**4.360,37**	**3.880,91**	**3.344,89**	**2.745,67**	**2.075,78**	**1.326,88**	**489,67**	**33.702,41**
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			**30.444,76**	**33.152,90**	**34.666,40**	**35.637,76**	**37.360,27**	**39.197,02**	**41.154,89**	**43.241,07**	**45.463,02**	**47.828,51**	**388.146,61**
UTILIDAD OPERACIONAL			**128.749,19**	**146.533,23**	**169.294,74**	**198.267,86**	**225.016,43**	**253.984,66**	**285.337,90**	**319.253,38**	**355.921,14**	**395.544,92**	**2.477.903,45**
15% Participación trabajadores		**15%**	19.312,38	21.979,98	25.394,21	29.740,18	33.752,46	38.097,70	42.800,68	47.888,01	53.388,17	59.331,74	**371.685,52**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			**109.436,81**	**124.553,25**	**143.900,53**	**168.527,68**	**191.263,96**	**215.886,96**	**242.537,21**	**271.365,37**	**302.532,97**	**336.213,18**	**2.106.217,93**
22% Impuesto a la Renta		**22%**	24.076,10	27.401,71	31.658,12	37.076,09	42.078,07	47.495,13	53.358,19	59.700,38	66.557,25	73.966,90	**463.367,94**
UTILIDAD DEL EJERCICIO			**85.360,71**	**97.151,53**	**112.242,41**	**131.451,59**	**149.185,89**	**168.391,83**	**189.179,03**	**211.664,99**	**235.975,72**	**262.246,28**	**1.642.849,99**
Depreciación de Activos fijos			5.055,45	**5.055,45**	**5.055,45**	**5.055,45**	**5.055,45**	**5.055,45**	**5.055,45**	**5.055,45**	**5.055,45**	**5.055,45**	**50.554,50**
INVERSION INICIAL	- 62.557,56												-
PRESTAMO BANCARIO	50.557,56												-
AMORTIZACION DE DEUDA			- 2.909,92	**-3.253,09**	**-3.636,74**	**-4.065,62**	**-4.545,09**	- **5.081,10**	**-5.680,33**	**-6.350,22**	- **7.099,11**	**-7.936,33**	**-50.557,56**
FLUJO NETO	**-12.000,00**		**87.506,24**	**98.953,89**	**113.661,12**	**132.441,41**	**149.696,25**	**168.366,18**	**188.554,15**	**210.370,22**	**233.932,05**	**259.365,40**	**1.642.846,93**

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

4.2.13 INDICADORES FINANCIEROS

TABLA 29

FABRICA DE MALANGUEÑITOS

INDICADORES DE EVALUACION DEL PROYECTO

INVERSION INICIAL			-62.557,56	TASA MENOR	TASA DE INCERTIDUMBRE	TASA MAYOR
TASA PASIVA REFERENCIAL			4,25%			
TASA ACTIVA REFERENCIAL			11,20%	0,0987	0,1000	0,1987
VIDA UTIL PROYECTO		10	AÑOS	9,867%	10,00%	19,87%
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO	FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO	FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO 7,59%	FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO	FLUJO PRESENTE NETO 17,59
0	-62.557,56					
1	87.506,24	87.506,24	0,9101928	79.647,56	24.948,69	73.002,89
2	98.953,89	186.460,14	0,8284510	81.978,45	123.902,58	68.870,76
3	113.661,12	300.121,26	0,7540502	85.706,19	237.563,70	65.995,59
4	132.441,41	432.562,67	0,6863311	90.898,66	370.005,12	64.154,59
5	149.696,25	582.258,92	0,6246936	93.514,29	519.701,37	60.494,50
6	168.366,18	750.625,10	0,5685917	95.731,61	**688.067,55**	56.762,40
7	188.554,15	939.179,25	0,5175281	97.582,06	876.621,69	53.032,61
8	210.370,22	1.149.549,47	0,4710503	99.094,96	1.086.991,91	49.361,93
9	233.932,05	1.383.481,52	0,4287466	100.297,58	1.320.923,97	45.792,95
10	259.365,40	1.642.846,93	0,3902421	101.215,31	1.580.289,37	42.356,68
	1.580.289,37					

INDICADORES DE EVALUACION DEL PROYECTO

TOTAL FLUJO PRESENTE NETO	925.666,67	579.824,90
INVERSION INICIAL	62.557,56	62.557,56
VAN	863.109,11	517.267,35
PRC	0,3959	
TIR	34,82%	
R.C.B.	25,26	

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

4.2.14 COSTOS UNITARIOS, CÁLCULO DE INGRESOS Y EGRESOS DEL PROYECTO

TABLA 30

PROYECCIÒN DE INGRESOS Y COSTOS					
FUNDA DE 150 GRS.	**PROCESO PARA 2000 FUNDAS DE 150 GRS.**	**4000**	**fundas de**	**150**	**grs.**
PRODUCTOS	**MODO DE COMPRA**	**PRECIO UNITARIO**	**UNIDADES A UTILIZAR**	**COSTO DE VENTA MENSUAL**	
MALANGA	**LIBRAS**	**0,30**	**1.322,75**	**396,83**	
ACEITE	**CANECAS**	**41,00**	**4,00**	**164,00**	
SAL	**LIBRAS**	**0,20**	**5,00**	**1,00**	
FUNDA DE SNACK	**ROLLO**	**9,25**	**6,00**	**55,50**	
CARTON	**PACA**	**21,85**	**0,80**	**17,48**	
				-	
				-	
			TOTAL $	**396,83**	-
			costo por funda $	**0,099**	
			precio de venta $	**0,20**	

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

Fundas		
600000		
1.322,75	**13,23**	**317,46**
80.000,00	**800**	**482,54**
100,00		
4000		
40	**Cartones**	

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

TABLA 32

PROYECCIÒN DE INGRESOS Y COSTOS					
FUNDA DE 550 GRS.	**PROCESO PARA 2000 FUNDAS DE 150 GRS.**	**1500**	**fundas de**	**550**	**grs.**
PRODUCTOS	**MODO DE COMPRA**	**PRECIO UNITARIO**	**UNIDADES A UTILIZAR**	**COSTO DE VENTA MENSUAL**	
MALANGA	**LIBRAS**	**0,30**	**1.818,78**	**545,63**	
ACEITE	**CANECAS**	**41,00**	**2,00**	**82,00**	
SAL	**LIBRAS**	**0,20**	**3,00**	**0,60**	
FUNDA DE SNACK	**ROLLO**	**9,25**	**1,50**	**13,88**	
CARTON	**PACA**	**21,85**	**0,60**	**13,11**	
				-	
				-	
			TOTAL $	**545,63**	-
			costo por funda $	**0,364**	
			precio de venta $	**0,55**	

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

Fundas		
825000		
1.818,78	**18,19**	**436,51**
80.000,00	**800**	**363,49**
50,00		
1500		
30	**cartones**	

Elaborado por: Ivonne Cevallos Salazar

4.3. ANALISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS

La inversión inicial del proyecto será de $27.020,20 de los cuales $5.000 son aporte de capital y $22.020,20 son de crédito bancario, dicho crédito posee una tasa de interés anual de 12,56% a un plazo de 5 años.

A través de estudio financiero del proyecto para la comercialización de la Malanga Blanca se pudo analizar los siguientes términos:

- **Valor actual neto (VAN)**

Indicador financiero el cual mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá el proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial quedara ganancia. En el proyecto investigativo se pudo determinar que el VAN es de $863.109,11 dando como resultado un proyecto factible.

- **Tasa interna de retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno es de 34.82 % ubicándose en un porcentaje neutral, ya que este indicador muestra la tasa de interés máxima a la que se puede comprometer un inversionista en relación a sus posibles préstamos, sin que incurra en futuros fracasos financieros. En este caso entre la tasa a la que presta el Proyecto y a la que retorna, tenemos un diferencial de 24,95, que genera el proyecto.

- **Periodo de recuperación de capital (PCR)**

Permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Como resultado del indicador PCR tenemos que se recuperaría en aproximadamente un año.

- **Relación beneficio/costo (R.C.B)**

En donde se detalla la relación costo beneficio que toma los ingresos y egresos presentes, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. En este caso por cada $1,00 que se invierte se recupera $25.26.

4.4. ANALISIS DE IMPACTOS

Luego de haber finalizado el estudio del proyecto es aspectos tales como: mercado, aspectos administrativos, legales, técnicos, y financieros se realizo un análisis de los impactos que este proyecto puede generar en distintos escenarios.

Para el análisis de los siguientes impactos se ha implementado las siguientes tablas.

NIVEL	INTERPRETACIÒN
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

4.4.1. IMPACTO SOCIAL

PONDERACIÒN / **INDICADOR**	-3	-2	-1	0	1	2	3
a) Relación empresa-comunidad							☆
b) Compromiso laboral							☆
c) Fuentes de empleo							☆
d) Identidad						☆	
e) Relaciones interpersonales							
f) Libertad de							☆

pensamiento							
g) Seguridad							☆
h) Mejoramiento de la calidad de vida de involucrados							☆
TOTAL							**22**

Nivel de impacto: 2.75

ANALISIS

Teniendo como resultado dentro del impacto SOCIAL un nivel medio positivo cabe mencionar que en el presente proyecto dotará de un modo de superación de las dificultades que aquejan a numerosas familias, para satisfacer sus necesidades básicas insatisfechas. Dando una nueva opción como es comercializar la malanga blanca en tierras Esmeraldeñas ayudando a la población en una forma positiva para el desenvolvimiento de la vida diaria.

4.4.2. IMPACTO ECONÓMICO

PONDERACIÒN / INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
a) Rentabilidad económica							☆
b) Mejoramiento de la economía de participantes							☆
c) Ahorro en costos y gastos						☆	
d) Atrae inversión privada						☆	
TOTAL							**10**

Nivel de impacto: 2.50

ANALISIS

Teniendo como resultado dentro del impacto SOCIAL un nivel medio positivo podemos mencionar que se puede generar recursos económicos ya que el producto malanga no es explotado en su totalidad se puede generar beneficios económicos tanto a los productores y comerciantes, dando una nueva alternativa de subsistencia.

4.4.3. IMPACTO AMBIENTAL

PONDERACIÒN / INDICADOR	**-3**	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**
a) Condiciones de trabajo.							☆
b) Contaminación ambiental controlada.							☆
c) Control en la relación de desperdicios						☆	
TOTAL							**8**

Nivel de impacto: 2.67

ANALISIS

Teniendo como resultado dentro del impacto AMBIENTAL un nivel medio positivo podemos mencionar que explotar el suelo esmeraldeño teniendo en cuenta que también debemos reforestar, en la parte comerciable la maquinaria respectiva cuidando evitar la emanación de los gases tóxicos a la atmosfera teniendo en si su correcta utilización.

CAPITULO V

5.1. CONCLUSIONES

- La producción de la malanga blanca en la provincia de Esmeraldas no es explotada al cien por ciento ya que no es reconocida en el mercado local para consumo humano, sin embargo lo hemos demostrado en este estudio que si este producto es procesado sus beneficios son muy buenos.

- El estudio de mercado realizado en la provincia de Esmeraldas para la comercialización de la malanga blanca es factible ya que la comunidad desea conocer variedades de tubérculos para incrementar en su dieta diaria, además que genera nuevas fuentes de empleo.

- Durante los años que se ha producido la malanga blanca en el Ecuador ha sido solo para exportación ya que en el mercado internacional tiene mayor costo que en el mercado nacional, pero si a este producto se le da un valor agregado puede obtenerse mejores rendimientos.

- Existe gran demanda de la malanga blanca en el mercado internacional, siendo EEUU el mayor consumidor a nivel mundial, lo que se requiere es que exista por parte del Gobierno mayor difusión sobre este producto, como lo están haciendo con otros productos de la sierra.

- Los productos de la malanga blanca en la provincia de Santo Domingo de los Tsachillas se sienten conformes con los ingresos que se percibe por la venta de malanga, además aprovechan las temporadas de Octubre y Febrero cuando en otros países esta baja la producción de malanga.

    - El estudio nos ha demostrado tres situaciones que podemos detallar, la primera que el mercado Internacionalmente va creciendo, lo que es bueno para animar el mercado de siembra, la segunda es que la empresa exportadora tiene posibilidades de crear un nuevo tipo de ingresos, que es la transformación del producto, a un bajo costo, con una rentabilidad considerable, y la tercera es que se puede crear procesos agro-productivos, donde se animan los mercados con nuevos productos, como en este caso los fritos de malanga.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que el gobierno difunda e incentive el incremento de los cultivos de malanga blanca en el Ecuador, ya que en existe la posibilidad en el mercado internacional de una buena demanda del producto.

- Implementar publicidad en el mercado local y nacional, para incrementar su consumo, para que exista un aceptada demanda en la sociedad

- Dar a conocer diferentes presentaciones de consumo de la malanga blanca como son los snaks, sopas, harina para incrementar su producción y comercialización, además de generar procesos de producción y generación de empleo en el Ecuador.

- Hacer degustaciones en los supermercados, despensas, bares y otros locales para que conozcan directamente el producto y exista una mayor demanda de snacks de malanga blanca subiendo el proceso de siembre y consumo, así como el incremento de las estadísticas de siembra y exportación.

- El lanzamiento inicial del producto deberá estar junto con promociones para un mayor conocimiento en el mercado local incrementando el consumo en la provincia de Santo Domingo de los Tsachillas, lugar donde es más conocido el producto, y difundir y dar a conocer poco a poco en el resto de las provincias.

BIBLIOGRAFÍAS

LIBROS

- Banco Central del Ecuador (1994), Manual Anual, 1ra Edición
- Bernal Jessica, Robles Ana Lucia (2005), Mecanismos promoción para la exportación de productos no tradicionales. 3ra Edición, Esmeraldas
- Malcolm Haper (1982), Comercialización de productos agropecuarios, 4ta Edición
- Lambana Jahir, Rozas Silvia (2011), Negocios Internacionales fundamentos y estrategias, 4ta Edición
- Aragón Marina Inmaculada (2011), Innovación en la investigación de mercados, 1ra Edición.
- Gnazzo Liliana, Domínguez Mirta, Elaskar Luis (2006), Gestión de los Negocios Internacionales, 5ta Edición, México.
- Arias Barriga Ángel Enrique (2009), Arancel de importaciones del Ecuador.
- Murillo O. Jorge A. (2004) Exportar Internacionalizarse, 3ra Edición, Bogotá.

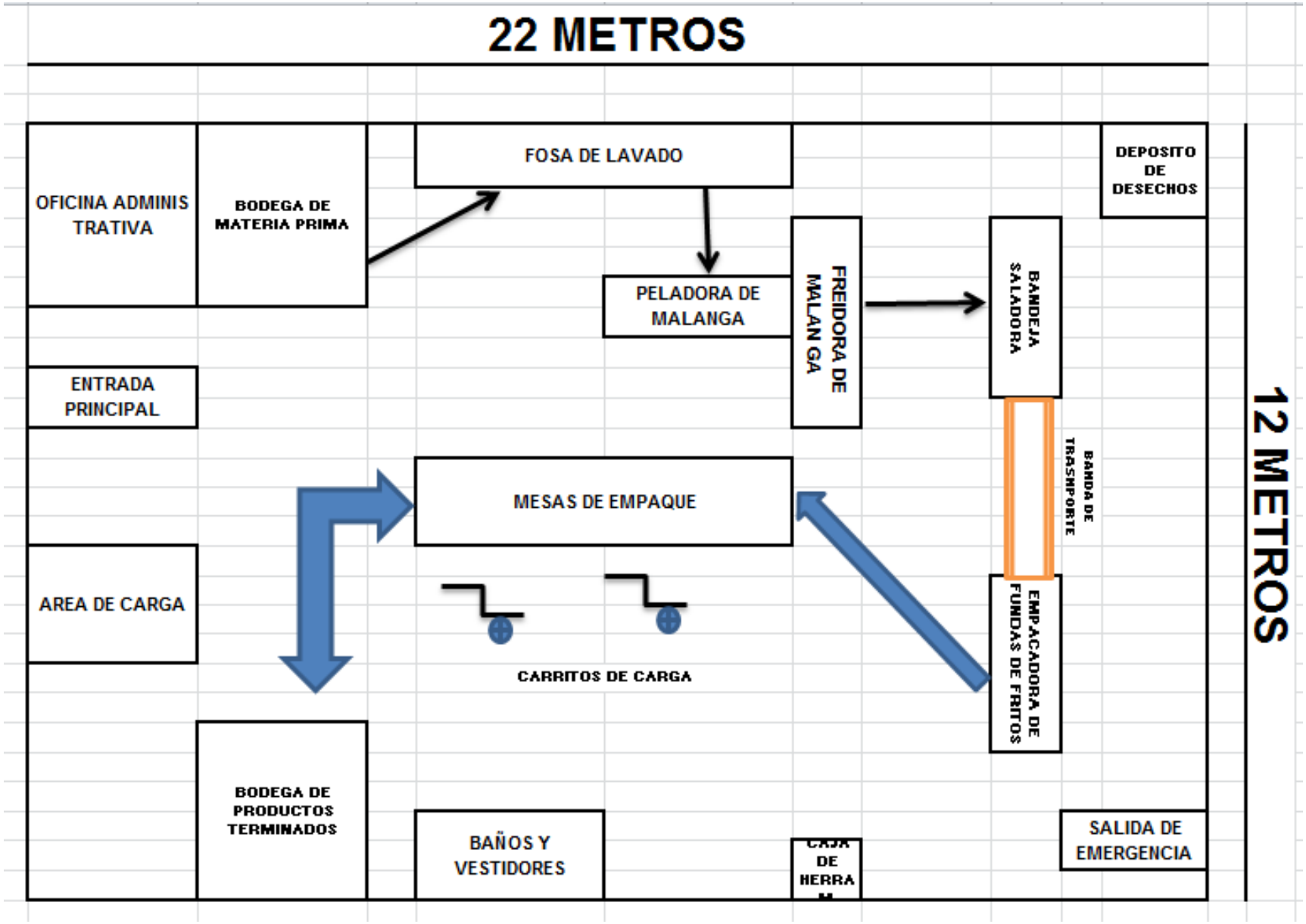
PAGINA WEB

- Nicegirl22 (2004), Ecuador País Exportador. Consultado 13 Septiembre del 2012 en http://portal.redecuatoriana.com/foros/ecuador-pais-exportador
- Banco Central del Ecuador (2011), Las exportaciones no tradicionales del ecuador y el desarrollo nacional. Consultado en : http://solocquenadacbyllunao.blogspot.com/2011/08/las-exportaciones-no-tradicionales-del.html
- Marlén Bernal Muñoz (2010). Productores de malanga decidieron organizarse. Consultado en: http://www.eluniverso.com/2010/10/09/1/1416/productores-malanga-decidieron-organizarse.html
- Viteri Quincha, Juan Pablo (2009). Estudio de factibilidad para producción de malanga blanca (Xanthosoma sagittifolium (L) Schott) en el Cantón Santo

Domingo de los Colorados, Provincia de Santo Domingo de los Tsachilas, Consultado en: http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/955

- Msc. Onelia Diez Valladares y Lic. Oscar Kibiti Ngouama, Comercialización de los productos agrícolas. Consultado en: http://www.monografias.com/trabajos17/comercio-agricola/comercio-agricola.shtml
- FAO (2011), Comercialización de productos agrícolas, Consultado en: http://www.fao.org/sd/ruralradio/common/ecg/24516_es_marketing_sp_1_.pd
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2012), Comercialización agrícola, Consultado en: http://www.fao.org/ag/ags/comercializacion-agricola/es/
- Instituto de Promoción Productiva (2008). Qué es la comercialización de un producto o servicio, Consultado en: http://www.ipplapampa.gov.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=16&Itemid=24
- CORPEI (2011), Marca "Ecuador Calidad de Origen" - Proceso de certificación. Consultado en http://www.corpei.org/index.php?option=com_content&view=article&id=95&Itemid=68&limitstart=4
- PRO ECUADOR (2011), Boletín mensual de comercio exterior - Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración. Unidad de Inteligencia Comercial, 3ra Edición. Consultado en: http://www.mmrree.gob.ec/com_exterior/boletines/Boletin_IC_marzo.pdf

ANEXOS


22 METROS
OFICINA ADMINIS TRATIVA
BODEGA DE MATERIA PRIMA
FOSA DE LAVADO
DEPOSITO DE DESECHOS
PELADORA DE MALANGA
FREIDORA DE MALAN GA
BANDEJA SALADORA
ENTRADA PRINCIPAL
BANDA DE TRASNPORTE
MESAS DE EMPAQUE
AREA DE CARGA
CARRITOS DE CARGA
EMPACADORA DE FUNDAS DE FRITOS
BODEGA DE PRODUCTOS TERMINADOS
BAÑOS Y VESTIDORES
CAJA DE HERRA M
SALIDA DE EMERGENCIA
12 METROS

- Malanga Blanca (planta).



- Empresa exportadora y empacadora de Malanga Blanca (F.G Enterprise S.A)



- Área de empaque (Junipetree Cia. Ltda)



- Área de pre embarque (Junipetree Cia. Ltda)



- Área de bodega (Junipetree Cia. Ltda)



- Área de secado (Junipetree Cia. Ltda)



- Área de clasificación (Junipetree Cia. Ltda)



- Área de embarque (Junipetree Cia. Ltda)



- Área de etiquetado (Junipetree Cia. Ltda)



- Pallets para transportación

