



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA COMERCIALIZACIÓN DE MAÍZ
TIERNO ENVASADO AL VACÍO. CIUDAD DE SALCEDO”

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial

Líneas de Investigación:

Emprendimiento y/o Responsabilidad Social

Autora:

Jessica Aracely Tonato Guerra

Director:

Ing. Fredy Leonardo Ibarra Sandoval

Ambato – Ecuador

Julio 2017

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE
AMBATO**

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA COMERCIALIZACIÓN DE MAÍZ
TIERNO ENVASADO AL VACÍO. CIUDAD DE SALCEDO”

Línea de investigación:

Emprendimiento y/o Responsabilidad Social

Autora:

Jessica Aracely Tonato Guerra

Fredy Leonardo Ibarra Sandoval, Ing. Mg.
CALIFICADOR

f. _____

Telmo Diego Proaño Córdova, Econ. Mg.
CALIFICADOR

f. _____

Joyce Beatriz Mora Rivera, Econ. Mg.
CALIFICADORA

f. _____

Julio César Zurita Altamirano, Ing. Mg.
**DIRECTOR ESCUELA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

f. _____

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr.
SECRETARIO GENERAL PUCESA

f. _____

Ambato - Ecuador

Julio – 2017

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Jessica Aracely Tonato Guerra portadora de la cédula de ciudadanía N° 050315944-4 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Ingeniera Comercial, son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Jessica Aracely Tonato Guerra
C.C. 050315944-4

DEDICATORIA

A mis padres Miguel y Olga porque son el pilar en mi vida, por su apoyo y amor incondicional.

Jessica Tonato Guerra

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la sabiduría para salir adelante.

A mi familia, por apoyarme en cada paso de mi vida.

Al Ing. Fredy Ibarra por ser mi guía, brindarme su ayuda, paciencia y predisposición para la realización de este proyecto.

Jessica Tonato Guerra

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo desarrollar un estudio de factibilidad para la comercialización de maíz tierno envasado al vacío en el cantón Salcedo, para lo cual se requiere realizar un estudio de mercado, administrativo, técnico y financiero que determine la factibilidad y viabilidad del mismo. La metodología aplicada es de enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), cuantitativo debido a que se realiza una recolección de datos con una medición numérica y un análisis estadístico mediante la aplicación de un cuestionario para conocer la demanda insatisfecha; y cualitativo en vista al enfoque de recolección de datos para determinar gustos y preferencias del consumidor y el nivel de aceptación para una nueva línea de producto. El producto final de este estudio determina que el proyecto es factible porque se dispone de materia prima y recursos adecuados para la elaboración del mismo, con una tasa interna de retorno del 20%, un costo beneficio de 0,21 centavos adicionales por cada dólar invertido y un VAN positivo de \$9.612,27, el cual ayudará a un crecimiento económico y social del mismo.

Palabras claves: comercialización, factibilidad, envase al vacío, maíz tierno

ABSTRACT

The objective of the present research is to realize a feasibility study for the commercialization of vacuum-packed sweetcorn in the canton of Salcedo. To determine feasibility and viability in this case, market research, along with administrative, technical and financial studies were necessary. Both qualitative and quantitative research approaches were used. For the quantitative portions of research, data was gathered with numerical measurement and a statistical analysis of questionnaire results, which were used to discover levels un unsatisfied demand. Qualitative research concerned the determination of the tastes and preference of consumers, and the potential acceptance levels of a new product line. The final results of this study determine that the project is feasible, due to the availability of raw material and adequate resources for production. The internal rate of return is determined to be 20%, a cost-benefit of an additional 0.21 cents for each dollar invested was identified, and a positive VAN of \$9.612,27 was found, which will contribute to the economic and social growth of the project.

Keywords: commercialization, feasibility, vacuum-packing, sweetcorn

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PRELIMINARES

Declaración de autenticidad y responsabilidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii

CAPÍTULO I.....2

EL PROBLEMA2

1.1 Tema2

1.2 Planteamiento del Problema2

1.2.1 Contextualización.....2

1.2.1.1 Macro Contextualización2

1.2.1.2 Meso Contextualización3

1.2.1.3 Micro Contextualización3

1.2.2 Análisis Crítico4

1.2.3 Interrogantes.....4

1.2.4 Delimitación del objetivo de investigación.....5

1.3 Justificación5

1.4 Objetivos6

1.4.1 Objetivo General6

1.4.2 Objetivos Específicos6

CAPITULO II7

MARCO TEÓRICO7

1.1	Estado del Arte	7
2.2	Fundamentación Teórica	9
2.2.1	Proyecto	9
2.2.2	Proyecto de Inversión	9
2.2.3	Etapas de un proyecto	10
2.2.4	Estudio de Factibilidad	10
2.2.5	Estudio de Mercado.....	11
2.2.6	Producto	12
2.2.7	Oferta	12
2.2.8	Demanda.....	12
2.2.9	Precio	13
2.2.10	Comercialización.....	13
2.2.11	Promoción	13
2.2.12	Canales de Distribución.....	13
2.2.13	Estudio Técnico	14
2.2.14	Tamaño	14
2.2.15	Localización	15
2.2.16	Ingeniería.....	15
2.2.17	Insumos importantes en los proyectos	16
2.2.18	Estudio Financiero.....	16
2.2.19	Costos.....	16
2.2.20	Inversión	17
2.2.21	Capital de Trabajo	17
2.2.22	Financiamiento	17
2.2.23	Punto de Equilibrio	18
2.2.24	Valor Actual Neto (VAN)	19

2.2.25	TIR.....	20
2.2.26	Relación Costo/ Beneficio.....	22
2.2.27	Periodo de Recuperación de la Inversión Pay - Back.....	22
CAPITULO III.....		23
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		23
3.1	Fuentes de Investigación.....	23
3.1.1	Fuentes Primarias	23
3.1.2	Fuentes Secundarias	23
3.2	Enfoque	23
3.2.1	Cuantitativo – Cualitativo	24
3.3	Modalidad de la Investigación	24
3.3.1	Investigación Bibliográfica	24
3.3.2	Investigación de Campo	24
3.4	Tipo de Investigación	24
3.4.1	Exploratoria.....	24
3.4.2	Descriptiva	25
3.5	Técnicas.....	25
3.6	Instrumento	25
3.7	Población.....	25
3.8	Muestra	27
3.9	Cálculo del Factor de proporcionalidad	27
3.10	Herramientas de análisis	28
CAPÍTULO IV		29
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS		29
ENCUESTA 1.....		29
4.1	Tabulación de datos	29
ENCUESTA 2.....		36

4.2 Tabulación de datos	36
4.3 CONCLUSIONES DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA	46
4.4 RECOMENDACIONES A CONSIDERAR DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA.....	46
CAPITULO V.....	47
FACTIBILIDAD Y PROPUESTA	47
5.1 Título.....	47
5.2 Antecedentes	47
5.3 Beneficiarios.....	47
5.4 Ubicación	48
5.5 Justificación	48
5.6. Objetivos.....	48
5.6.1 General	48
5.6.2 Específicos	49
5.7 Cumplimiento de los objetivos.....	49
5.7.1 Análisis de la Oferta y la Demanda.....	49
5.7.2 Demanda Insatisfecha	50
5.7.3 Proyección de la Demanda Insatisfecha.....	51
5.7.4 Segmentación del Mercado	51
5.7.5 Análisis de Marketing Mix	51
5.8 Estudio Legal y Administrativo.....	55
5.8.1 Lineamientos legales	55
5.9 Estudio Administrativo	59
5.9.1 Organigrama Estructural	59
5.9.2 Organigrama Funcional.....	60
5.10 Estudio Técnico	61
5.10.1 Actividades.....	61

5.10.2	Flujograma de Procesos	61
5.10.3	Infraestructura	62
5.10.4	Requerimientos para el área de Administración	62
5.10.5	Requerimientos para el área de Producción	63
5.10.6	Localización	63
5.10.7	Implantación.....	64
5.10.8	Adecuación del local	65
5.11	Estudio Económico – Financiero.....	65
5.11.1	Inversión Inicial	67
5.11.2	Costos.....	67
5.11.4	Financiamiento.....	69
5.11.5	Estado de Situación Inicial.....	69
5.11.6	Flujo de Fondos.....	70
5.11.7	Estado de Situación Final.....	74
5.11.8	Punto de Equilibrio	74
5.11.9	Valor Actual Neto	75
5.11.10	Tasa Interna de Retorno (TIR)	76
5.11.11	Relación Costo – Beneficio.....	77
5.11.12	Pay Back	77
5.11.13	Análisis de Sensibilidad	78
5.11.13.1	Escenario Pesimista.....	78
5.11.13.2	Escenario Optimista	82
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
	CONCLUSIONES	87
	RECOMENDACIONES	87
	BIBLIOGRAFÍA.....	88
	ANEXOS.....	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

TABLAS

Tabla 3.1: Locales Comerciales	26
Tabla 3.2: Parroquias	27
Tabla 3.3: Cálculo de Factor de Proporción.....	28
Tabla 5.1: Demanda Actual.....	49
Tabla 5.2: Demanda (Kilos).....	50
Tabla 5.3: Oferta Actual promedio por locales comercializadores de maíz tierno	50
Tabla 5.4: Proyección de la Demanda Insatisfecha	51
Tabla 5.5: Segmentación de Mercado	51
Tabla 5.6: Receta salsa de maíz fresco.....	52
Tabla 5.7: Receta Humitas	53
Tabla 5.8: Información Nutricional.....	53
Tabla 5.9: Requerimientos para el área de Administración	62
Tabla 5.10: Requerimientos para el área de Producción.....	63
Tabla 5.11: Adecuación del Local	65
Tabla 5.12: Gastos de Constitución	65
Tabla 5.13: Vehículo.....	65
Tabla 5.14: Amortización.....	66
Tabla 5.15: Inversión Inicial	67
Tabla 5.16: Servicios Básicos	67
Tabla 5.17: Mano de Obra	68
Tabla 5.18: Materia Prima.....	68
Tabla 5.19: Gastos de Ventas.....	69
Tabla 5.20: Gastos de Administración	69
Tabla 5.21: Requerimiento Financiero.....	69
Tabla 5.22: Estado de Situación Inicial.....	70
Tabla 5.23: Flujo de Fondos	71
Tabla 5.24: Depreciación Enseres.....	72
Tabla 5.25: Depreciación Maquinaria.....	72
Tabla 5.26: Depreciación Equipo de Computo.....	72

Tabla 5.27: Depreciación Muebles	73
Tabla 5.28: Depreciación Equipos	73
Tabla 5.29: Depreciación Transporte	73
Tabla 5.30: Amortización Adecuaciones e Instalaciones	73
Tabla 5.31: Estado de Situación Final.....	74
Tabla 5.32: Punto de Equilibrio	75
Tabla 5.33: Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento.....	75
Tabla 5.34: Valor Actual Neto	76
Tabla 5.35: Tasa Interna de Retorno	76
Tabla 5.36: Relación Costo - Beneficio	77
Tabla 5.37: Pay Back	78
Tabla 5.38: Flujo Neto de Fondos – Escenario Pesimista.....	79
Tabla 5.39: Punto de Equilibrio – Escenario Pesimista	79
Tabla 5.40: Valor Actual Neto – Escenario Pesimista.....	80
Tabla 5.41: Tasa Interna de Retorno – Escenario Pesimista.....	80
Tabla 5.42: Relación Costo Beneficio – Escenario Pesimista	81
Tabla 5.43: Pay Back –Escenario Pesimista	81
Tabla 5.44: Flujo Neto de Fondos – Escenario Optimista	83
Tabla 5.45: Punto de Equilibrio – Escenario Optimista.....	84
Tabla 5.46: Valor Actual Neto – Escenario Optimista	84
Tabla 5.47: Tasa Interna de Retorno – Escenario Optimista	84
Tabla 5.48: Relación Costo – Beneficio – Escenario Optimista.....	85
Tabla 5.49: Pack Back – Escenario Optimista	85
Tabla 5.50: Análisis de Sensibilidad.....	86

GRÁFICOS

Gráfico 1.1: Etapas de un Proyecto.....	10
Gráfico 4.1: ¿Cuál es el tipo de maíz de mayor venta?.....	29
Gráfico 4.2: ¿En qué estado tiene mayor venta el maíz?	30
Gráfico 4.3: ¿Qué cantidad vende al mes del producto que seleccionó?.....	31
Gráfico 4.4: ¿Con que frecuencia se abastece de maíz para su local?	32

Gráfico 4.5: ¿Cuáles son las formas de comercializar el maíz tierno que usted más utiliza?	33
Gráfico 4.6: ¿Cuándo va adquirir un producto (maíz), qué exige a sus proveedores?34	
Gráfico 4.7: ¿Cuál es el proceso de comercialización que usted utiliza?	35
Gráfico 4.8: ¿Compra usted maíz tierno para preparar alimentos?.....	36
Gráfico 4.9: ¿Con que frecuencia utiliza maíz tierno en sus comidas?	37
Gráfico 4.10: ¿En qué presentación adquiere actualmente el maíz tierno?	38
Gráfico 4.11: ¿Al mes que cantidad de maíz tierno consume su familia?	39
Gráfico 4.12: ¿Le gustaría adquirir el producto (maíz tierno) mejor procesado?	40
Gráfico 4.13: ¿En qué lugar adquiere actualmente el maíz tierno?	41
Gráfico 4.14: ¿Estaría dispuesto a cambiar su lugar de compra de maíz tierno por supermercados, tiendas, etc., a un precio similar y mismas características?	42
Gráfico 4.15: ¿Conoce las bondades nutritivas que contiene el maíz tierno?.....	43
Gráfico 4.16: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 300 gramos de maíz tierno envasado al vacío?.....	44
Gráfico 4.17: ¿Cuándo compra maíz tierno qué características tiene mayor importancia para usted?.....	45
Gráfico 5.1: Logotipo.....	55
Gráfico 5.2: Organigrama Estructural.....	59
Gráfico 5.3: Organigrama Funcional	60
Gráfico 5.4: Flujograma de Procesos	61
Gráfico 5.5: Localización del proyecto	64
Gráfico 5.6: Implantación	64

INTRODUCCIÓN

Los cambios que se dan en la actualidad y los avances tecnológicos, impulsan a que las personas cada vez se planteen objetivos con el fin de movilizar a la industria a un cambio innovador, es por ello que se observa la problemática de comercialización del maíz tierno en el cantón Salcedo y se toma como oportunidad la creación de una nueva línea de producto, se tiene en cuenta que es uno de los granos más cultivados en este sector y la base de alimentación de muchos de sus habitantes, así se ofrece un producto con un alto valor nutricional. Se considera realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de maíz tierno envasado al vacío, ya que, dicho estudio minimiza el riesgo de inversión, asegura su factibilidad y viabilidad mediante un estudio de mercado, administrativo, técnico, financiero.

De tal forma el trabajo de investigación se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I. Identificación del problema, contextualización y análisis crítico, justificación y objetivos que se desea cumplir.

Capítulo II. Se compone por el estado del arte y fundamentación teórica, en el cual se despliegan todas las definiciones necesarias para el desarrollo del proyecto de investigación.

Capítulo III. Metodología de investigación, donde se describen los enfoques, fuentes, modalidades y tipos de investigación que se utilizó para el proyecto, además de las técnicas y herramientas para la obtención de datos, también se incluye en este capítulo el cálculo de la muestra a investigar.

Capítulo IV. En este capítulo se desarrolla el análisis, interpretación y tabulación de resultados, además conclusiones y recomendaciones del mismo.

Capítulo V. Se encuentra la propuesta, el mismo que está compuesto por el estudio de mercado, estudio económico financiero, estudio administrativo – legal y estudio técnico. Finalmente se desarrollan las conclusiones, recomendaciones del proyecto de investigación y la bibliografía utilizada.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema

“Estudio de factibilidad para comercialización de maíz tierno envasado al vacío para introducir en el cantón Salcedo”

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Contextualización

1.2.1.1 Macro Contextualización

La agricultura es una de las actividades más relevantes en el Ecuador, se tiene en cuenta que a partir del 2011 se han incrementado en promedio los rendimientos de maíz a nivel nacional en un 5% y han disminuido las importaciones en un 10%, ya que se considera que ésta provee de ingreso en un 40% a la población y aporta con un 50% de divisas para el país (Uquillas & Gallardo, 2011), esta actividad sostiene en gran parte del sistema económico nacional; sin embargo a través del tiempo se han denotado cambios significativos originados por factores que alteran las condiciones de venta y comercialización de productos alimenticios. La constante fluctuación financiera influye directa e indirectamente en este campo. Además, es importante destacar que las causas naturales también intervienen y afectan constantemente los cultivos, su producción y mercadeo.

Según el Departamento de Agricultura de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) publicado por Mahmud D.,(2013), menciona:

El maíz es una planta que tiene múltiples usos y que puede ser utilizada en varias etapas de su desarrollo desde las mazorcas muy jóvenes -maíz baby-,

hasta las mazorcas verdes tiernas y los granos ya maduros. Los tipos de maíz más importantes son duros, dentados, reventones, dulces, harinosos, cerosos y tunicados, Económicamente, los tipos más importantes de maíz cultivados para grano o forraje y ensilaje caen dentro de las tres categorías más importantes el amarillo duro, dentado y harinoso (p.1).

1.2.1.2 Meso Contextualización

Refiriéndose a la provincia de Cotopaxi se puede mencionar que esta provincia es altamente comercial y está en constante crecimiento. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2010), resalta:

En el censo de población y vivienda del 2010 las actividades más predominantes fueron la agricultura y la ganadería con un porcentaje del 49.3%. Dichas cifras tienen coherencia ya que existen factores que favorecen a este sector por ejemplo la ubicación geográfica que permite la rápida y eficaz entrada y salida de productos e insumos, así como sus tierras que producen alimentos de calidad, entre otros. El grano tierno es uno de los productos más cultivados y comercializados en el sector como parte de una de las fuentes generadoras de ingresos.

Sin embargo, a pesar de que dichos granos son comercializados y consumidos existen diversas problemáticas para la adecuada venta y distribución del mismo. La competencia en el mercadeo de granos tiernos es alta, puesto que el tiempo de maduración es vertiginosa, este factor puede simular ser totalmente positivo, pero en realidad genera gran dificultad porque el producto se altera o en su defecto se echa a perder ya que las estrategias de venta no son atractivas para el consumidor, así como la manera de preservar el producto no es la más óptima.

1.2.1.3 Micro Contextualización

El Cantón Salcedo se encuentra ubicado en el corazón del país al sur oriente de la Provincia de Cotopaxi, caracterizándose por ser un pueblo netamente agrícola – ganadero, lo cual representa el 19,85% en relación a la Población Total de acuerdo al

Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2010). Según el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP (2016), al noroccidente del Cantón existen 700 Ha., que son sobre utilizadas y sus suelos son aptos para la agricultura, pero por no disponer de agua están actualmente sin cubierta vegetal, los cultivos que se practican en mayor escala son: patata, maíz, trigo, cebada, arveja, fréjol, haba, lenteja, quinua, hortalizas y frutas.

Sin embargo cabe recalcar que es necesario mejorar esta productividad, porque se evidencia aún más al realizar visitas al campo y confirmar que no existe una correcta planificación para realizar las siembras, pues los agricultores cuando el precio del producto está bajo muy pocos realizan siembras, pero cuando el precio tiende a la alza, el agricultor hasta se endeuda para sembrar y cosechar mayores cantidades, lo cual acarrea consecuencias fatales en el mercado y es difícil el control y estandarización de precios porque semana a semana el costo es variable y no les permite estimar sus ganancias.

1.2.2 Análisis Crítico

En la actualidad en el Cantón Salcedo se encuentra rodeado de una gran variedad de productos enfocados en complacer los gustos de los consumidores, ya que la alimentación es una de las necesidades fundamentales del ser humano, sin embargo, la competencia es cada vez más fuerte, porque día a día se encuentra en el mercado opciones más atractivas y saludables que brinda un producto con un valor agregado, por ello, una de las tendencias es ofrecer un producto rico en energía y nutrientes, a pesar de que es altamente perecedero, se busca alargar su conservación, contestabilidad y sus características nutricionales como el recién recolectado.

1.2.3 Interrogantes

- **¿Cómo aparece el problema que se pretende solucionar?**

El problema que se pretende solucionar aparece en el momento en que los productores se limitan a comercializar de una manera tradicional, es decir al granel, y se omite el cuidado del producto.

- **¿Por qué se origina?**

Porque el producto es altamente perecible, de alto consumo y comercializado sin un debido cuidado.

- **¿Cuándo se origina?**

Al comercializar el producto en los mercados.

- **¿Dónde se origina?**

En lugares de comercialización y sitios de almacenaje de maíz tierno.

1.2.4 Delimitación del objetivo de investigación

Los resultados que se desean cumplir se enmarcan en los siguientes ítems:

- Dar un valor agregado al maíz tierno para su comercialización
- Innovar y mejorar los procesos de comercialización de maíz tierno

CAMPO:	Comercialización
ÁREA:	Alimentos
ESPECIALIZACIÓN:	Alimentos frescos y procesados
ESPACIAL:	Salcedo
TEMPORAL:	4 meses

1.3 Justificación

El Ecuador al contar con un clima variado y un suelo apto para la producción de varios alimentos comestibles, es necesario la buena preparación del suelo, uso de semilla de calidad, adecuada fertilización y un manejo integrado de plagas, sin embargo, lastimosamente no ha sido aprovechado en su totalidad, puesto que por la falta de innovación y asesoría técnica los productores de maíz tierno no han tomado

la iniciativa de ofrecer un producto transformado con características que satisfaga a los consumidores.

La necesidad de comercializar grano tierno con valor agregado y la oportunidad de emprender un negocio justifica la realización de este proyecto, porque permite poner en práctica los conocimientos teóricos – prácticos recibidos durante los años de estudio, es indispensable comprobar si esta idea de innovación es viable o no, ya que representa una fuerte inversión.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Desarrollar un estudio de factibilidad para la comercialización de maíz tierno envasado al vacío para introducir en el Cantón Salcedo.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Sustentar teóricamente los requerimientos para un estudio de factibilidad para maíz tierno envasado al vacío y su comercialización.
- Identificar las características del proceso de comercialización del maíz tierno que se efectúa en el cantón Salcedo.
- Determinar mediante el estudio económico – financiero la factibilidad de comercializar maíz tierno envasado al vacío.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

1.1 Estado del Arte

En base a la observación realizada se pudo determinar que el tema investigado no es nuevo en el mercado, puesto que existen estudios similares en diferentes ramas, pero se tomó como referencia a autores quienes determinan la factibilidad y viabilidad de otros proyectos, los cuales se detallan a continuación:

En un estudio realizado por Rincón (2004), de la Universidad del Zulia de Caracas, Facultad de Agronomía, con la finalidad de caracterizar a los pequeños productores y evaluar su participación en el proceso de comercialización de los productos agrícolas, realizó un estudio en el cual se determina la importancia de saber comercializar productos tiernos, y se detalla:

Presentan grandes limitaciones ya que sus productos son altamente perecederos y en el proceso de comercialización los productores dependen altamente de los intermediarios lo que determina una baja participación en el mercado y que ameritan una gran eficiencia en el manejo de su sistema para no tener pérdidas y de esa manera mantener o aumentar los ingresos (p.172).

En cuanto en una investigación realizada por García (2012), de la Universidad Autónoma de Tamaulipas de México con el tema “Estrategias de Comercialización” se comenta:

La comercialización es una actividad que ha existido desde hace mucho tiempo, hoy en día es uno de los elementos más importantes ya que se utiliza cotidianamente para tener una mejor economía, es preciso buscar nuevos horizontes en donde se pueda adentrar el comercio, siempre y cuando nos enfoquemos en los factores internos y externos para tener aceptación en el mercado y se logre comercializar (p.21).

Por su parte también en la Universidad Técnica del Norte de Ibarra, la investigación realizada por Encalada (2014), con el tema: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de pan elaborado a base de harina de maíz en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, quien concluye en su proyecto que “la puesta en marcha del proyecto en términos generales son positivos porque se pretende generar nuevas fuentes de empleo, mejorar la calidad de vida de la población y contribuir con el desarrollo socio-económico del sector investigado”.

Así mismo, en un proyecto piloto realizado en el marco INNBOLÍVAR: “Cooperación empresarial para el impulso de la innovación y la transferencia tecnológica como motores de desarrollo en la provincia de Bolívar”, financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) con el tema: “Estudio del efecto del envasado al vacío de choclo en la extensión de su vida útil”, se concluye:

El envasado al vacío es un método de conservación de los alimentos que puede resultar muy adecuado para alargar la durabilidad del maíz dulce o choclo. Pero si además combinamos este sistema de conservación con un tratamiento térmico para su procesado, que nos permite inhibir ciertas reacciones y potenciar sus propiedades organolépticas, y con un almacenamiento del producto terminado en condiciones de refrigeración (entorno a 4°C), obtendremos un producto con una mayor vida útil, seguro y de calidad (p.1).

2.2 Fundamentación Teórica

2.2.1 Proyecto

Es importante describir criterios de diferentes autores para una mejor comprensión del mismo por lo que a proyecto se le define como:

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de modo distinto, tecnologías y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas” (Urbina, 2013).

Por otra parte, Harper- Smith y Derry definen a proyecto como “Una serie de actividades diseñadas para obtener un resultado específico dentro de los límites del presupuesto y en plazos estipulados”. Clements y Gido (2007), afirman que: “Un proyecto es un esfuerzo para lograr un objetivo específico por medio de una serie particular de tareas interrelacionadas y la utilización eficaz de recursos”.

Como se puede observar todos los autores coinciden en sus definiciones, ya que para realizar un proyecto de investigación es necesario seguir ordenadamente los pasos para su realización, tener la meta clara de lo que se quiere hacer y poder así determinar su viabilidad o no.

2.2.2 Proyecto de Inversión

Proyecto de Inversión se lo define como:

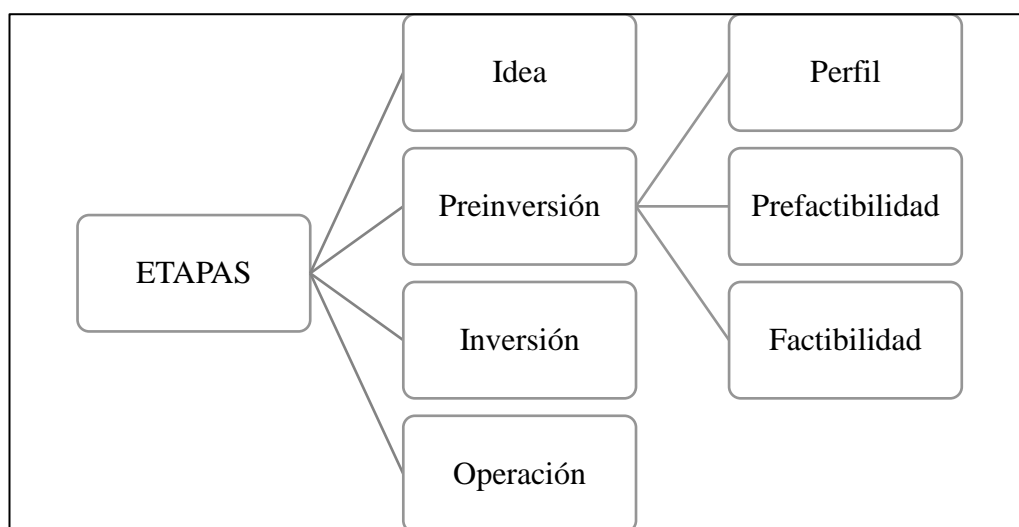
Baca Urbina (2013), define a un proyecto de inversión como: “Un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, producirá un bien o servicio, útil a la sociedad”.

De tal forma, Martínez Cortázar (2009), amplía un poco el concepto estructurándolo como:

“Un proyecto de inversión es la unidad mínima económica de planeación, formada por un conjunto de actividades concatenadas que se suceden, complementan y deciden entre sí, la última de las cuales es parte importante para la toma de decisiones sobre la inversión”.

2.2.3 Etapas de un proyecto

Gráfico 1.1: Etapas de un Proyecto



Fuente y elaboración: (Nassir Sapag, 2011)

En la etapa de idea corresponde al proceso sistemático de búsqueda de nuevas oportunidades de negocio en el mercado. Pre inversión se refiere al estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos. Inversión se refiere al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha y finalmente la etapa de operación es aquella en la que la inversión materializada está en ejecución (Nassir Sapag, 2011).

2.2.4 Estudio de Factibilidad

Un estudio de factibilidad es importante porque:

“Debe conducir a la identificación precisa del plan de negocios a través del estudio de mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, estimación del

nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación y el cálculo de ingresos, identificación de fuentes de financiamiento y la regulación de compromisos de participación en el proyecto” (Flóres Uribe, 2010).

De tal manera el estudio de factibilidad se basa en analizar varias etapas del proyecto de inversión, evaluar sus costos y gastos para poder así determinar su viabilidad.

2.2.5 Estudio de Mercado

“El estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca Urbina, 2013). Este estudio también es útil para estimar una política adecuada de precios y buscar la mejor forma de comercializar el producto, para así identificar si existe un mercado factible para el bien que se pretende elaborar.

Además, para Gallardo Cervantes (2009), el principal objetivo de un estudio de mercado es “Caracterizar el mercado de un bien o servicio, así como determinar su capacidad y perspectiva para un periodo denominada horizonte de planeación”.

Metodológicamente los aspectos que deben constar en el estudio de mercado son cinco: (Sapag Chain, Sapag Chain, & Sapag, 2014).

- El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La comercialización del producto o servicio generado por el proyecto.
- Los proveedores, así como la disponibilidad y el precio de los insumos, actuales y proyectados.
- El mercado externo como contexto de competencia y oportunidades.

Además, es importante analizar cada proyecto bajo su propio modelo de negocio a emplear y sus características.

2.2.6 Producto

Al producto se lo define como; “Conjunto de satisfacciones, y puede tomar la forma de una mercancía, una pieza de un equipo o un servicio” (Alberto, 2008). De igual manera Casado Díaz y Sellers Rubio (2006), agrega que producto es “cualquier bien, servicio o idea que ofrece al mercado. Es el medio para alcanzar el fin de satisfacer las necesidades del consumidor”.

En sí, el producto es el bien o servicio, tangible o intangible que cumple con características que satisfagan los deseos o necesidades del consumidor final.

2.2.7 Oferta

De acuerdo al criterio de los hermanos Morales (2009), la oferta es la cantidad de bienes que ponen a disposición en el mercado los productores, fabricantes y prestadores de servicios para satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores.

Urbina (2013), amplía el concepto y añade que el análisis de la oferta es “Determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio”

2.2.8 Demanda

La demanda “es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio” (Flóres Uribe, 2010). Cabe recalcar que según el autor para su estudio es necesario conocer datos históricos que permita analizar el comportamiento, así como también la tendencia que muestra el bien o servicio que se va a comercializar.

2.2.9 Precio

Alberto de la Peña (2008), conceptualiza al precio como:

“Un factor que contribuye a asegurar y/o afianzar la imagen de la empresa. Abarca las decisiones sobre gastos y márgenes, lista de precios, descuentos, rebajas y bonificaciones, crédito a clientes, etc. Es una herramienta flexible y puede ser fijado desde un mínimo hasta un máximo”.

Es necesario recalcar que el precio va ligado del beneficio, a mayor precio mayor es la utilidad, además se debe tomar en cuenta que para vender un producto o servicio resulta más fácil hacerlo con un precio bajo, las dos tienen sus ventajas, pero ahí se debe emplear las estrategias de venta y ofrecer un valor agregado a la política de precios que se adopte.

2.2.10 Comercialización

La comercialización para Flóres Uribe (2010), es: “Tener en cuenta las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la prestación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica de los usuarios, y los mecanismos de promoción y publicidad”.

2.2.11 Promoción

Es necesario conocer que la promoción de ventas es “una actividad, material o ambas cosas, que actúa como un estímulo directo y brinda al producto un valor adicional o un incremento para los revendedores, vendedores o consumidores” (Morales Castro & Morales Castro , 2009).

De acuerdo a Flóres Uribe (2010), la promoción de productos es el medio por el cual la empresa da a conocer los beneficios y usos del bien, e incentivar a la compra mediante degustaciones o sobres de muestra gratis.

2.2.12 Canales de Distribución

A criterio de Casado Díaz y Sellers Rubio (2006), el canal de distribución es el camino que sigue el producto a través de los intermediarios, desde el productor hasta el consumidor. Es importante poder identificar el canal de distribución que se utilizará para que el producto llegue al consumidor final en el tiempo y lugar establecido.

A su vez los hermanos Morales (2009), detallan que existen dos tipos de intermediarios.

- Comerciantes, que adquieren el título de propiedad de los productos
- Agentes, quienes sirven de contacto entre el productor y el vendedor

2.2.13 Estudio Técnico

Esta etapa del proyecto comprende aquellas “Actividades en que se definen las características de los activos fijos que son necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio” (Morales Castro & Morales Castro , 2009).

“Los objetivos del estudio técnico de un proyecto permite verificar la posibilidad de la fabricación del producto o servicio definido, analizar el tamaño óptimo, la localización más favorable, los equipos, instalaciones y la organización necesaria para su ejecución” (Prieto Herrera, 2009).

2.2.14 Tamaño

“El tamaño del plan de negocios hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante el estudio del proyecto” (Flóres Uribe, 2010).

También recalca que el tamaño del negocio puede dimensionarse por:

- Monto de la inversión asignada al proyecto
- Número de puestos de trabajo creados
- Espacio físico que ocupe sus instalaciones

- Participación que la empresa tenga en el mercado
- Volumen de ventas alcanzado

2.2.15 Localización

El objetivo principal que persigue la localización de un proyecto es “lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio” (Gallardo Cervantes, 2009). De acuerdo con Gallardo la localización es una parte fundamental antes de centrar el negocio, puesto que una vez emplazada la organización resulta un poco difícil cambiar la ubicación.

Del mismo modo Herrera Palomo (2012), afirma que la “localización es uno de los factores más importantes a la hora de ejercer una actividad empresarial, cualquiera que ésta sea”. Por lo cual considera tomar en cuenta los siguientes factores.

- ¿Qué voy a producir?
- ¿A quién quiero dirigir mi producto?
- Cercanía a mis proveedores y suministradores
- Mano de obra
- Coste del suelo

2.2.16 Ingeniería

La ingeniería de proyecto se relaciona con su fase de producción; permite optimizar los recursos disponibles para la fabricación del producto o prestación del servicio (Prieto Herrera, 2009).

Por otra parte, Flóres Uribe (2010), detalla los elementos que se debe incluir en un estudio de la ingeniería de proyectos:

- Descripción técnica del producto o servicio (Nombre técnico, comercial, composición, presentación, etc.)
- Identificación y selección de procesos (Fases principales, secuencia, requerimientos de equipos, recursos humanos y materiales)

- Listado de equipos (Detalle de máquinas, muelles y enseres)
- Descripción de los insumos (Insumos principales y secundarios a utilizar en el proceso de producción)
- Distribución de las instalaciones (Criterios técnico, económicos y de bienestar que contribuya a la eficiencia de producción beneficio del personal)
- Distribución interna (Muebles, maquinarias y equipos que garantice mejores condiciones laborales y seguridad).

2.2.17 Insumos importantes en los proyectos

Flórez Uribe (2006), menciona que es importante tener los insumos necesarios para que un proyecto se cristalice por lo cual los divide de la siguiente forma:

- Mano de Obra
- Materias primas
- Servicios Básicos
- Identificar el producto
- Equipos
- Sistemas de Producción (Orden de producción o Volumen)

2.2.18 Estudio Financiero

El propósito del estudio financiero consiste en:

“Elaborar información financiera que proporcione datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad de la operación del proyecto de inversión, nivel de inventarios requeridos, etc., a fin de identificar con precisión el monto de inversión y los flujos de efectivo que producirá el proyecto” (Morales Castro & Morales Castro , 2009).

A su vez Flóres Uribe (2010), agrega que en un estudio financiero intervienen una serie de variables que, al ser evaluadas, permite escoger la mejor alternativa.

2.2.19 Costos

Según Méndez Lozano (2014), los costos se pueden clasificar como fijos o variables, de acuerdo si están o no relacionados con los volúmenes de producción.

Además, los hermanos Morales Castro (2009), determinan que son “todas las erogaciones realizadas desde la adquisición de materia prima hasta su transformación en artículos finales de consumo”.

Se dividen en:

- Costos de producción
- Costos de Administración
- Costos Financieros
- Costos de Venta

2.2.20 Inversión

Prieto Herrera (2009), define a la inversión como:

“Parte de la formulación del proyecto que se debe considerar las cuentas y documentos que determinan el horizonte del proyecto y que permiten definir los orígenes (fuentes) y las aplicaciones (usos), como el balance proyectado con sus respectivos índices”.

2.2.21 Capital de Trabajo

El capital de trabajo según Flóres Uribe (2010), corresponde al conjunto de recursos necesarios para que una empresa opere en un tiempo determinado.

Además, el capital de trabajo forma parte de la inversión; esto es, para que un proyecto opere se requiere contar al final del periodo de inversión con una caja mínima e inventarios de materia prima, entre otros (De la Torre & Zamarrón, 2012).

2.2.22 Financiamiento

Para Zamarrón y De la Torre (2012), financiamiento se refiere:

“Total de recursos requeridos para llevar a cabo las inversiones. Puede ser crediticio cuando proviene de una institución financiera; con recursos propios cuando la fuente es una aportación del promotor o nuevas suscripciones de capital; o con recursos ajenos cuando los fondos provienen de aportaciones federales, estatales o de la comunidad”.

Prieto Herrera (2009), agrega que las fuentes de capital de trabajo se clasifican en:

Fondos internos:

- Utilidad neta
- Amortización
- Provisiones
- Venta de activos fijos, intangibles e inversiones a largo plazo
- Reembolso de impuestos
- Venta de bonos, acciones, aporte de los propietarios

Fondos externos:

- Préstamos bancarios
- Créditos comerciales

Los usos del capital son:

- Pago de gastos y cuentas por pagar
- Retiro de utilidades
- Retiro de acciones
- Establecimientos de fondo
- Reposición o compra de activos fijos
- Compra de valores negociables en efectivo
- Compra de mercancías en efectivo

2.2.23 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio o punto muerto se refiere: “aquel nivel de producción en el cual la empresa obtiene beneficio operativo nulo; a partir de dicho punto la empresa comienza a obtener beneficios” (Rodríguez Sandiás, 2013), puede calcularse con la siguiente fórmula:

$$P. E = \frac{CF}{PV - CV}$$

Dónde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costo Fijo

PV: Precio de Venta

CV: Costo Variable

A su vez Horngren, Datar y otros (2007), amplían su concepto y definen como:

“El punto de equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos; es decir, la utilidad operativa es cero. A los gerentes les interesa el punto de equilibrio porque desea evitar las pérdidas operativas, les indica cuanta producción deben vender para evitar una pérdida”.

En conclusión, el punto de equilibrio se refiere al nivel de ventas alcanzado por la empresa, en donde se encuentran cubiertos los costos variables y fijos, es decir tiene un beneficio igual a cero, por ende, no existe ni pérdida ni ganancia, si aumenta las ventas su ingreso se incrementa y viceversa.

2.2.24 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto se define como:

“Es la diferencia del valor presente neto de los flujos netos del efectivo y el valor actual de la inversión, cuyo resultado se expresa en dinero. Se define

como la suma de los valores actuales o presentes de los flujos netos de efectivo, menos la suma de los valores presentes de las inversiones netas” (Morales Castro & Morales Castro , 2009).

La fórmula que se utiliza para calcular en VAN, según Escribano Ruiz (2009), es la siguiente:

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1 + K_1)} + \frac{Q_2}{(1 + K_1) * (1 + K_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1 + K_1) \dots (1 + K_n)}$$

Dónde:

VAN: Valor Actual Neto

A: Desembolso inicial en el proyecto

Q: Flujo de caja proyectado

K: Tasa de descuento

Decisión:

Si VAN > 0	Proyecto de inversión rentable
Si VAN < 0	Proyecto de inversión no rentable

- En el caso de que se tenga que escoger entre varios proyectos con VAN positivo se debe elegir el que tenga un valor capital mayor.

2.2.25 TIR

La tasa interna de retorno se le define como “la tasa de descuento a la que el valor presente neto de una inversión arroja un resultado de cero, a la tasa de descuento que hace los flujos netos de efectivo igualen el monto de la inversión” (Morales Castro & Morales Castro , 2009).

La fórmula que se utiliza para el cálculo de TIR según Escribano Ruiz (2009), es la siguiente:

$$TIR = -A + \frac{Q_1}{(1 + K_1)} + \frac{Q_2}{(1 + K_1) * (1 + K_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1 + K_1) \dots (1 + K_n)} = 0$$

Dónde:

TIR: Tasa Interna de Retorno

A: Desembolso inicial en el proyecto

Q: Flujo Neto de Fondos

K: Tasa de descuento

Según Córdoba Padilla (2012), las ventajas y desventajas que ofrece la Tasa Interna de Retorno son:

Ventajas

- Puede calcularse si se utilizan únicamente los datos correspondientes al proyecto
- No requiere información sobre el costo de oportunidad de capital, coeficiente que es de suma importancia en el cálculo del VAN.

Desventajas:

- Requiere finalmente ser comprada con un costo de oportunidad de capital para determinar la decisión sobre la conveniencia del proyecto.
- El criterio de la TIR no es confiable para comparar proyectos.
- Solo nos dice si un proyecto es mejor que la rentabilidad alternativa.
- La TIR corresponde a la solución de un polinomio.
- Solo interesan las raíces reales positivas distintas.
- Cuando hay más de una solución, la TIR se vuelve ambigua.

2.2.26 Relación Costo/ Beneficio

Según los hermanos Morales Castro (2009), la relación C/B, es un indicador que mide la cantidad de flujos netos de efectivo que se obtiene después de recuperar la tasa de interés exigida en el proyecto de inversión.

Para determinar la relación Costo – Beneficio según (Nassir Sapag, 2011), se aplica la siguiente fórmula:

$$C/B = \frac{VAI}{VAC}$$

Dónde:

C/B: Costo - Beneficio

VAI: Valor Actual de los Ingresos Totales Netos

VAC: Valor Actual de los Costos de Inversión

2.2.27 Periodo de Recuperación de la Inversión Pay - Back

El periodo de recuperación de la inversión se define como el tiempo que debe transcurrir para que la suma de los flujos de caja se iguale a la inversión que se realizó al inicio del negocio (Planas, 2009).

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Fuentes de Investigación

Las fuentes de investigación que se utilizaron se dividen en dos:

3.1.1 Fuentes Primarias

Los datos obtenidos en la presente investigación se realizaron de forma directa a través de la aplicación del instrumento encuestas, la primera estuvo dirigida a los propietarios de locales comerciales del Cantón Salcedo y la segunda, direccionada a personas que consumen los diversos productos en los locales comerciales antes mencionados, con la finalidad de obtener información que aporte con el trabajo de investigación.

3.1.2 Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias se refieren a toda la información bibliográfica recopilada de distintos autores, a través de páginas web, libros, revistas, artículos, tesis anteriormente realizadas, entre otros, puesto que esto ayudó desarrollar el tema en estudio.

3.2 Enfoque

El enfoque que se utilizó en la presente investigación fue:

3.2.1 Cuantitativo – Cualitativo

El enfoque del estudio fue cuantitativo, puesto que se buscó ponderar, reportar y medir los datos, a la vez que proporcionó información específica de una realidad la cual se pudo explicar y predecir. Por lo general la información recopilada, aportó potencialmente mayor valor de análisis del que suele considerarse a simple vista, como sugiere Hernández (2010).

De igual manera se determina que también tiene un enfoque cualitativo ya que se utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta, al generar información se hace referencia a los gustos y preferencias de los consumidores, así se comprueba la aceptación del producto en el mercado.

3.3 Modalidad de la Investigación

Las modalidades que se utilizaron son las siguientes:

3.3.1 Investigación Bibliográfica

Para el desarrollo del estudio del arte y marco teórico se utilizó una modalidad de investigación bibliográfica, misma que aportó información relevante, que ayuda a solucionar inquietudes y a la vez profundiza los temas en cuestión, sustentándose en datos extraídos de páginas web, folletos, revistas, etc.

3.3.2 Investigación de Campo

Mediante la investigación de campo se obtuvo contacto directo con los propietarios de locales comerciales y consumidores del cantón Salcedo. A través de la aplicación de encuestas se pudo determinar las características del nuevo producto a desarrollar, para así plasmarlas en la propuesta final.

3.4 Tipo de Investigación

Se utilizaron dos tipos de investigación, tales como:

3.4.1 Exploratoria

La información necesaria para percibir de mejor manera la problemática en estudio y la posible solución de la misma, fue proporcionada por los propietarios de locales comerciales y consumidores ubicados en el cantón Salcedo.

3.4.2 Descriptiva

Describe los gustos y preferencias de los consumidores, mediante los resultados obtenidos de la aplicación de las encuestas sobre la comercialización del maíz tierno envasado al vacío.

3.5 Técnicas

La técnica que se utilizó fue la encuesta, misma que estuvo dirigida a los propietarios de locales comerciales y consumidores, con el objeto de obtener datos importantes que ayudaron al desarrollo de la investigación, una vez validados los cuestionarios.

3.6 Instrumento

Se utilizó el cuestionario, en el cual se formuló preguntas cerradas con opciones, en relación al contexto, de esta manera arrojó datos e información estructurada y específica para el desarrollo del mismo.

3.7 Población

En este estudio se tomó como población a treinta y cinco propietarios de supermercados, mini-mercados, tiendas y comisariatos, ya que es un universo finito no requiere de la aplicación de una fórmula para la obtención de la muestra.

Tabla 3.1: Locales Comerciales

Nº	PROPIETARIO	RAZÓN SOCIAL	TIPO DE ESTABLECIMIENTO
1	Fonseca Naranjo María Elena	Mini Market Santa Lucia	Mini Market
2	Chicaiza Martha Janneth	Mini Market Rafaelito	Mini Market
3	Cruz Freire Rosa Inés	Mini Súper Torres	Mini Market
4	Albán García Elsa	Eloy Alfaro	Comisariato
5	Balarezo Páez Elsa	Comercial Balarezo Páez	Abacería y Abarrote
6	Balarezo Páez Galo	Comercial Balarezo	Abacería y Abarrote
7	Bustos Tipantasig Paulina	Charito	Mini Market
8	Bustos Tipantasig Ruth	Mini Market Charito	Mini Market
9	Balseca Cárdenas Narcisa	Mini Supercito Rosy	Abacería y Abarrote
10	Baraja Lara Rita	Micro mercado Anahí	Abacería y Abarrote
11	Caisaguano Taipe María	S/N	Mini Market
12	Caicedo Velásque Marcelo	Super Goloso	Mini Market
13	Carvajal Peralvo Ernesto	Mini mercado V. Inmaculada	Mini Market
14	Chanaluisa Alomoto José	Mini Despensa Alomoto	Abacería y Abarrote
15	Chicaiza Palango Segundo	El Mega Supermercado	Supermercado
16	Coque Calvache Silvia	Mini Market El Y	Mini Market
17	Espín Figueroa María	Comercial Gavilánez	Abacería y Abarrote
18	Federación Comunidades y Organizaciones	FECOS	Comisariato
19	García Soria Pablo	Mini Market San Francisco	Mini Market
20	Garzón Hidalgo Iveth	Mini Market Las Verdes	Abacería y Abarrote
21	González Villón Pedro Pascual	TÍA	Supermercado
22	Guamán Bravo Pedro	Alimentaria	Micro mercado
23	Guanopatin Coque Martha	Mini Market Leo	Abacería y Abarrote
24	Guaygua Mejía Darwin	Mini Market Consuelito	Abacería y Abarrote
25	Lombeida Morocho Magdalena	Micro mercado Fina	Micro mercado
26	Mañay Coque Lilia	Ahorro Mas	Mini Market
27	Moya Chiluisa Jessica	Micro mercado Marianita	Abacería y Abarrote
28	Palango Taipe Liliana	Mini Market Alejandrino	Abacería y Abarrote
29	Quingaluisa Tenorio Janneth	Mini Market Dayanita	Abacería y Abarrote
30	Quispe Santamaría Washington	Mini Market Mateo	Abacería y Abarrote
31	Rodríguez Cruz Luis	Mini Market El Arco Iris	Abacería y Abarrote
32	Saavedra Villalba Carmen	Comercial Saavedra	Mini Market
33	Segovia Villalba Santiago	Su Mercadito	Mini Market
34	Toapanta Crespo Sandra	Mini Market Alexander	Abacería y Abarrote
35	Villacis Teneda Walter	Súper Mini Vanessa	Abacería y Abarrote

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Salcedo

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2016)

Además, para saber el nivel de aceptación que tendría el producto se realizó la segunda encuesta a los posibles consumidores de maíz tierno envasado al vacío del Cantón Salcedo, con una población de 15.456 personas, se tomó como referencia a un miembro de cada hogar para la aplicación del mismo, estos datos son extraídos por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2015).

Tabla 3.2: Parroquias

PARROQUIAS	HOGARES
San Miguel	8.320
Antonio José Holguín	76
Cusubamba	1.845
Mulalillo	1.648
Mulliquindil (Santa Ana)	1.967
Panzaleo	900
TOTAL	15.456

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2016)

3.8 Muestra

Una vez cuantificado el tamaño del universo se procedió a calcular el tamaño de la muestra, se trabajó con una probabilidad del 50%, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, valor de Z de 1,96 según la tabla de distribución normal estándar, de acuerdo a este resultado se aplicaron 375 encuestas, fórmula propuesta por Martínez (2012):

$$n = \frac{Z^2(p)(q)N}{Ne^2 + Z^2(p)(q)}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)15456}{(15456)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)} = 375$$

3.9 Cálculo del Factor de proporcionalidad

$$f = n/N$$

$$f = 375/15456$$

$$f = 0,0243$$

Tabla 3.3: Cálculo de Factor de Proporción

PARROQUIAS	HOGARES	FACTOR DE PROPORCIÓN	# ENCUESTAS
San Miguel	8.320	0,0243	202
Antonio José Holguín	776	0,0243	19
Cusubamba	1.845	0,0243	45
Mulalillo	1.648	0,0243	40
Mulliquindil (Santa Ana)	1.967	0,0243	48
Panzaleo	900	0,0243	22
TOTAL	15.456		375

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

3.10 Herramientas de análisis

La información obtenida a través de los resultados de las encuestas aplicadas, se lo plasmó en gráficos de barras elaborados en Microsoft Excel para una mejor comprensión.

CAPÍTULO IV

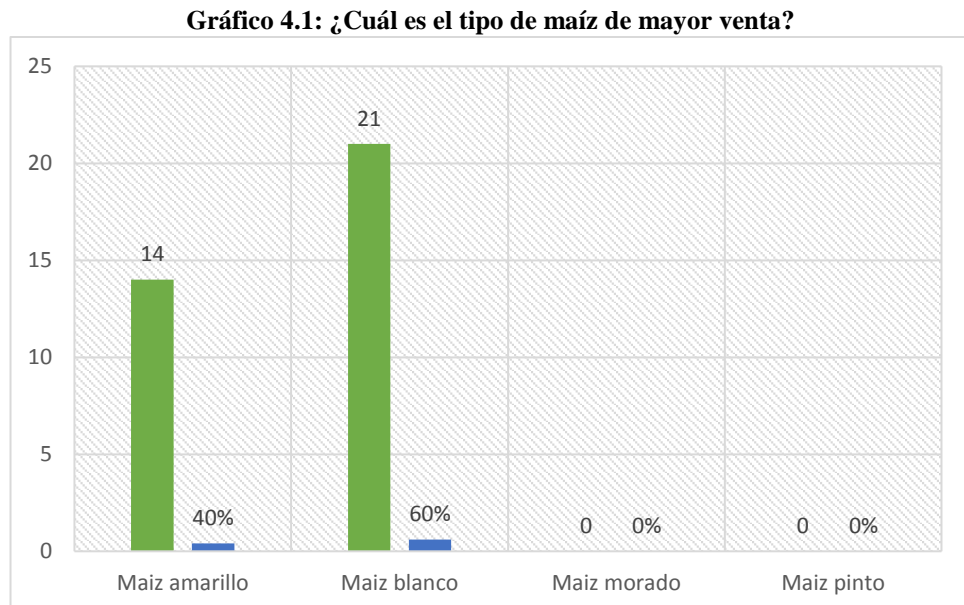
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

ENCUESTA 1

4.1 Tabulación de datos

Encuesta dirigida a 35 propietarios de supermercados, micro mercado, tiendas y comisariatos en donde se expende este producto, con la finalidad de obtener información sobre la comercialización actual del maíz tierno, que aporte al presente estudio.

¿Cuál es el tipo de maíz de mayor venta?

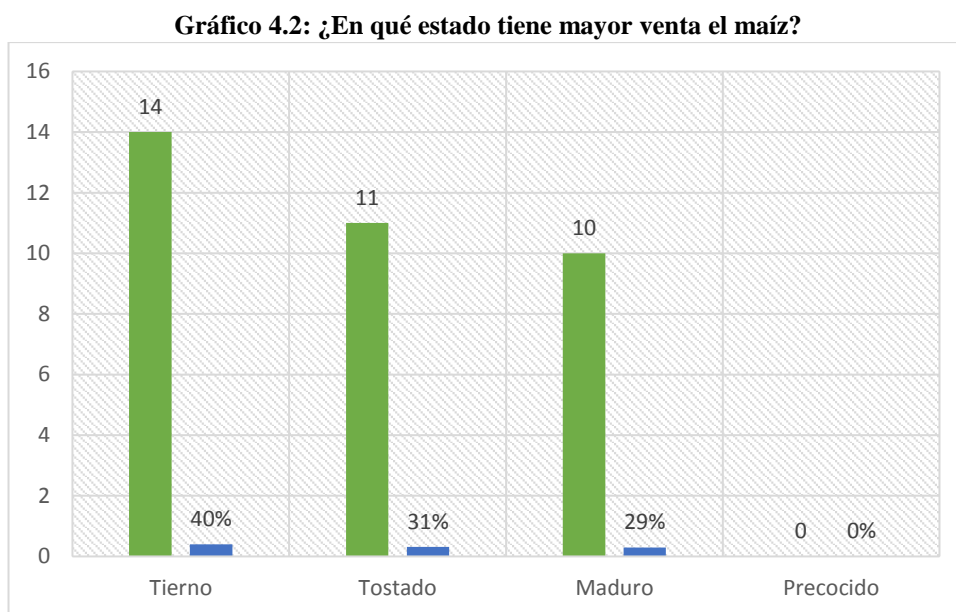


Fuente: Encuestas realizadas a propietarios de locales comerciales del cantón Salcedo

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

El 60% de los encuestados respondieron que el producto de mayor venta es el maíz blanco, debido a que en el cantón este tipo de maíz se puede sembrar y cosechar con mayor facilidad porque el suelo es apto para este sembrío, el 40% respondieron que es el maíz amarillo, y el 0% es para el morado y pinto.

¿En qué estado tiene mayor venta el maíz?



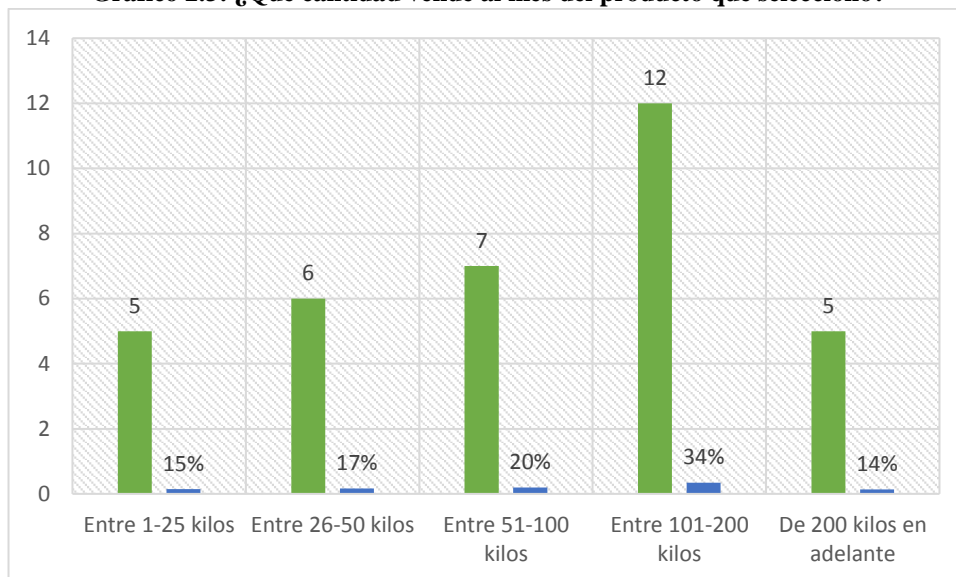
Fuente: Encuestas realizadas a propietarios de locales comerciales del cantón Salcedo

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Según la encuesta aplicada, el 40% de la población expresa que el maíz tierno es el de mayor venta, debido a los múltiples usos que se le puede dar al maíz en ese estado, como puede ser en sopas, coladas, ensaladas, humas, tortas, entre otros, esto es favorable porque existe una gran aceptación de este producto en el cantón, el 31% señala que el maíz tostado, y el 29% indica que es el maduro.

¿Qué cantidad vende al mes del producto que seleccionó?

Gráfico 2.3: ¿Qué cantidad vende al mes del producto que seleccionó?

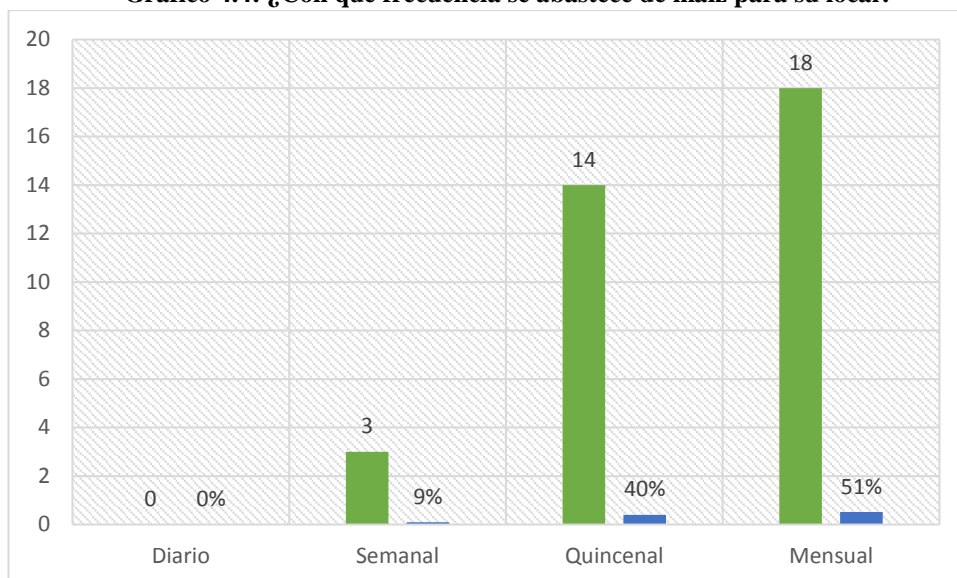


Fuente: Encuestas realizadas a propietarios de locales comerciales del cantón Salcedo
Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

De acuerdo a los resultados arrojados en la encuesta existe un alto consumo de maíz tierno, pues el 34% de encuestados respondieron que al mes se vende de 101 a 200 kilos, el 20% indica que, de 51 a 100 kilos, 17% de 26 a 50 kilos, el 15% de 1 a 25 kilos y tan solo el 14% señala que vende de 200 kilos en adelante.

¿Con que frecuencia se abastece de maíz para su local?

Gráfico 4.4: ¿Con que frecuencia se abastece de maíz para su local?



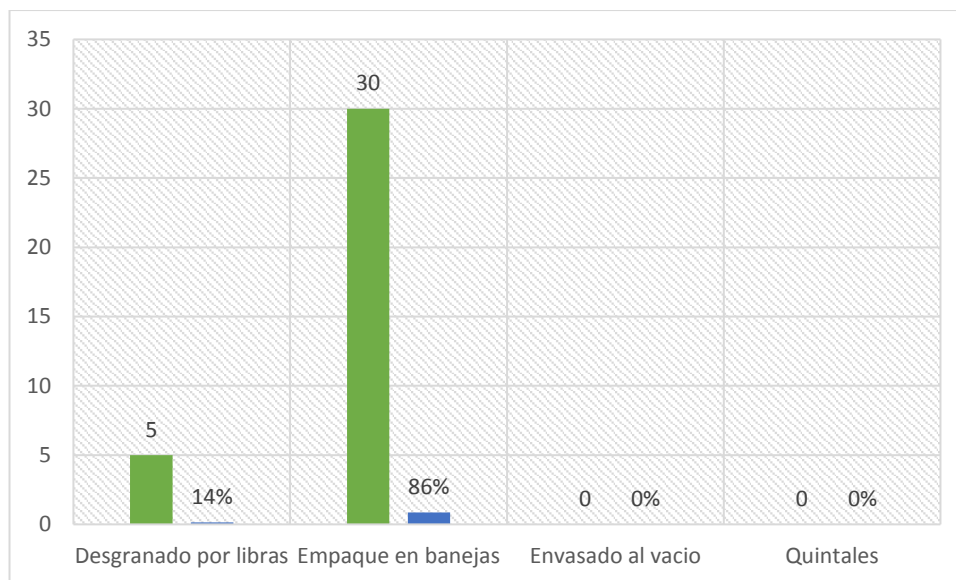
Fuente: Encuestas realizadas a propietarios de locales comerciales del cantón Salcedo

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

El 9% de los encuestados adquieren maíz para su local cada semana, el 40% lo hace quincenalmente, mientras que el 51% que representa la mayoría lo abastece mensualmente, se puede observar que la mayoría de encuestados respondieron que lo adquieren mensualmente, por lo cual la empresa debe desarrollar un cronograma de entrega de acuerdo al tiempo de conservación del producto, debido que es menor a 30 días, esta situación que debe ser tomada muy en cuenta en los procesos de producción para poder abastecer en tiempo y lugar establecido.

¿Cuáles son las formas de comercializar el maíz tierno que usted más utiliza?

Gráfico 4.5: ¿Cuáles son las formas de comercializar el maíz tierno que usted más utiliza?

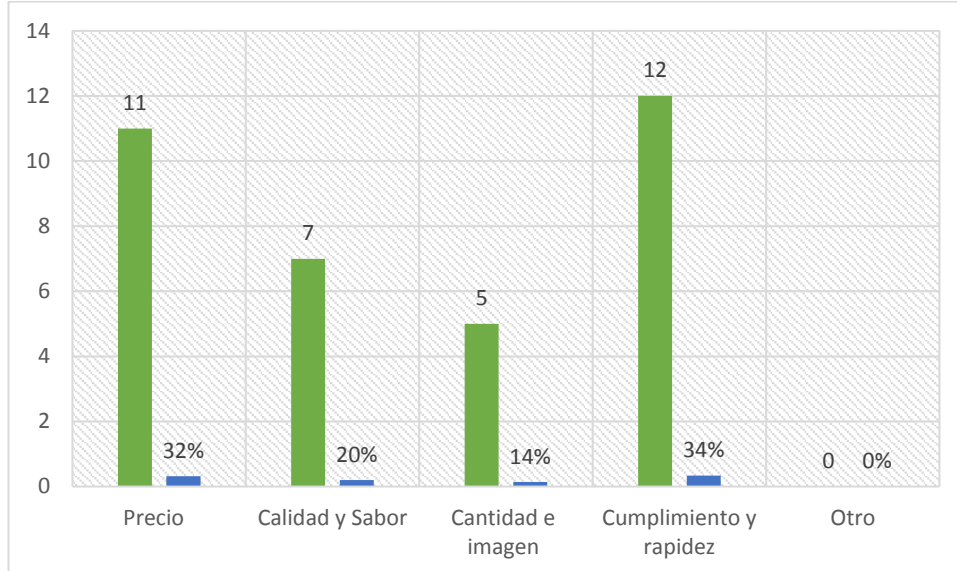


Fuente: Encuestas realizadas a propietarios de locales comerciales del cantón Salcedo
Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

En la actualidad la forma de comercializar el maíz tierno que más utiliza es el empaque en bandejas con un 86%, a pesar de que este tipo de empaque no ayuda a conservar el alimento por varios días, es su preferido, seguido del 14% que su forma de adquirir es desgranado por libras.

¿Cuándo va adquirir un producto (maíz), qué exige a sus proveedores?

Gráfico 4.6: ¿Cuándo va adquirir un producto (maíz), qué exige a sus proveedores?

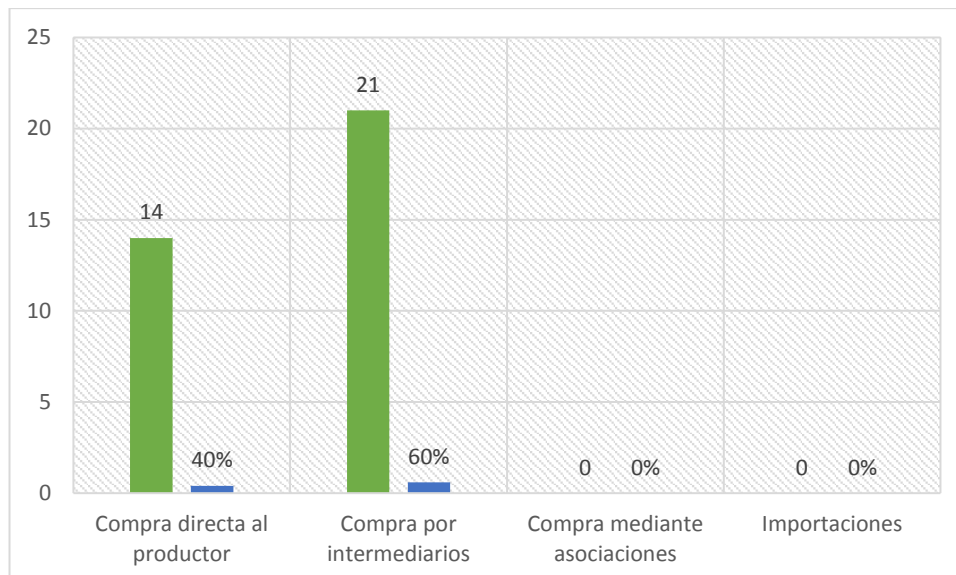


Fuente: Encuestas realizadas a propietarios de locales comerciales del cantón Salcedo
Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

En esta pregunta se determinaron los criterios de precio, calidad y sabor, cantidad e imagen, cumplimiento y rapidez de acuerdo a las preferencias de mercado en este producto, el 14% de los encuestados se fijan más en la cantidad e imagen, el 20% en la calidad y sabor, el 32% de propietarios mencionaban que cuando adquieren un producto alimenticio que es nuevo en el mercado, les interesa el precio para que este tenga mayor acogida y salga a la venta con facilidad y también para poder recuperar su inversión, mientras que el 34 % les interesa el cumplimiento y rapidez de sus proveedores, son datos que se debe considerar para brindar un producto que garantice la satisfacción del cliente.

¿Cuál es el proceso de comercialización que usted utiliza?

Gráfico 4.7: ¿Cuál es el proceso de comercialización que usted utiliza?



Fuente: Encuestas realizadas a propietarios de locales comerciales del cantón Salcedo

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

El proceso de comercialización de maíz tierno que utilizan al momento de adquirir un producto, el 40% respondieron que lo realizan por compra directa al productor, mientras que el 60% mediante intermediarios, y el 0% de encuestados a través de asociaciones e importaciones.

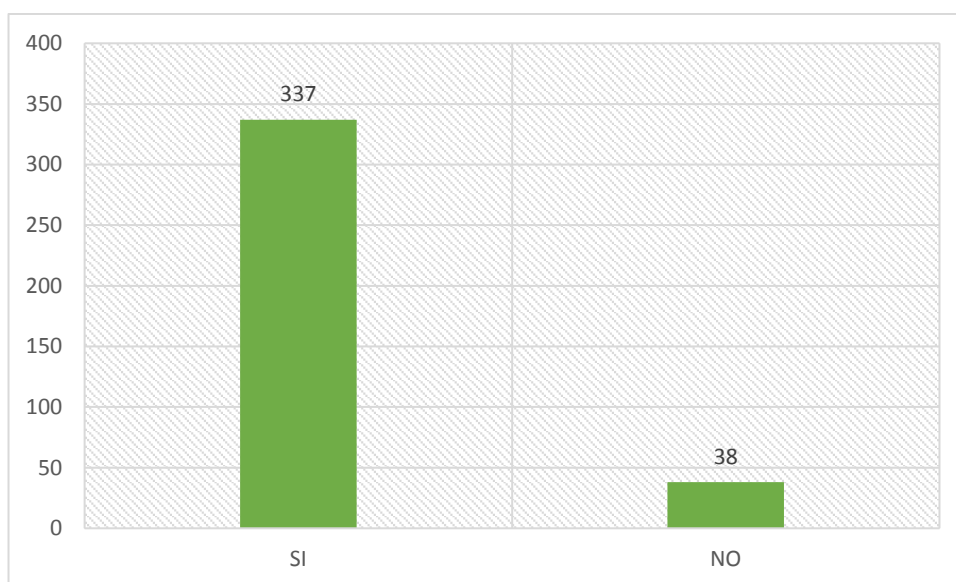
ENCUESTA 2

4.2 Tabulación de datos

Encuesta aplicada a los consumidores de maíz tierno del cantón Salcedo, con el objeto de conocer el criterio de las personas respecto al consumo de este producto y la acogida que tendría lanzar una nueva línea de producto en base al maíz tierno.

¿Compra usted maíz tierno para preparar alimentos?

Gráfico 4.8: ¿Compra usted maíz tierno para preparar alimentos?

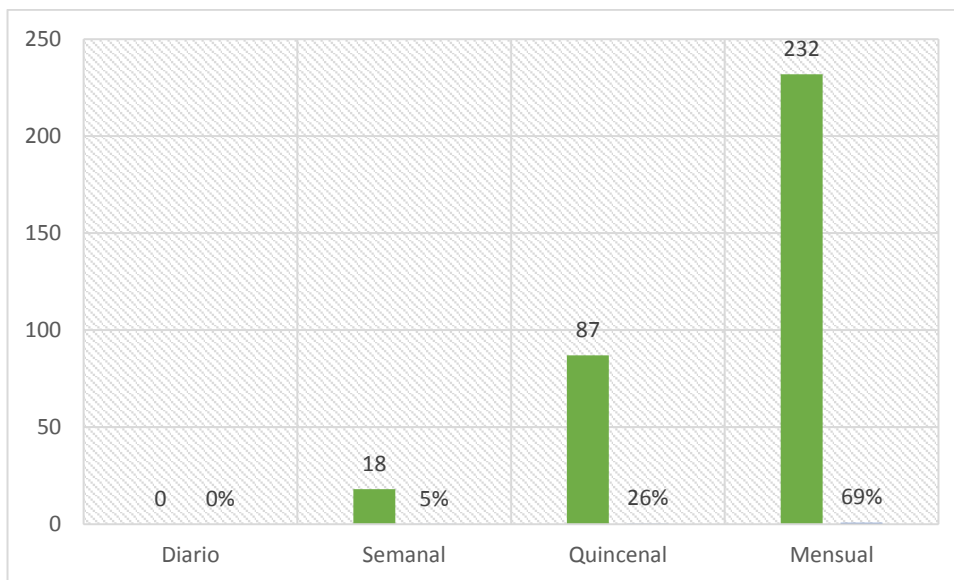


Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de maíz tierno del cantón Salcedo
Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

De los 375 encuestados, 337 personas afirmaron que, si compran maíz tierno para preparar sus comidas, mientras que 38 personas que representa el 10% no lo hacen, por lo tanto, el resto de las preguntas fueron respondidas por el 90% de la muestra seleccionada.

¿Con que frecuencia utiliza el maíz tierno en sus comidas?

Gráfico 4.9: ¿Con que frecuencia utiliza maíz tierno en sus comidas?



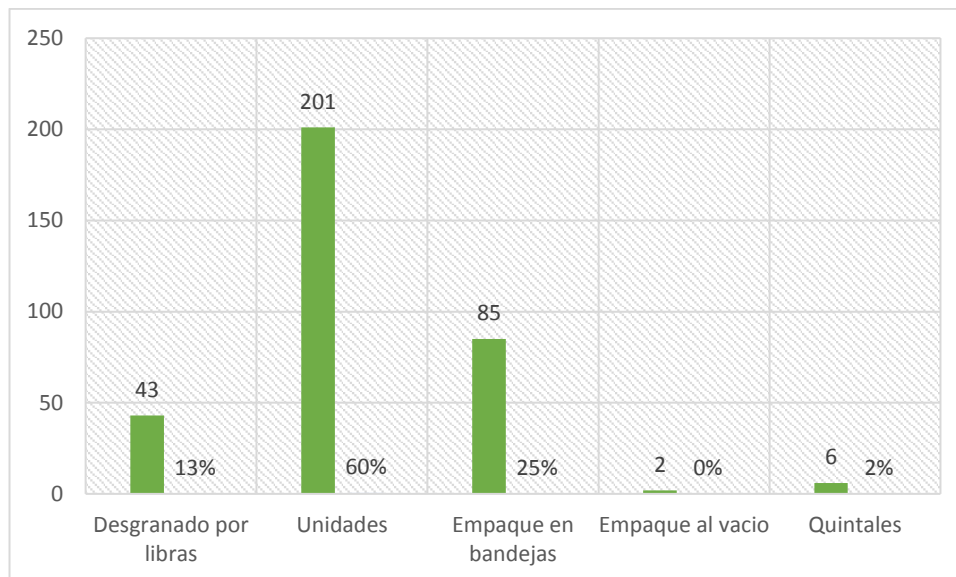
Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de maíz tierno del cantón Salcedo

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

El 69% de personas encuestadas responden que consumen maíz tierno mensualmente, el 26% lo hacen quincenalmente y tan solo el 5% lo utiliza semanalmente, este resultado ayuda para estimar el volumen de producción.

¿En qué presentación adquiere actualmente el maíz tierno?

Gráfico 4.10: ¿En qué presentación adquiere actualmente el maíz tierno?

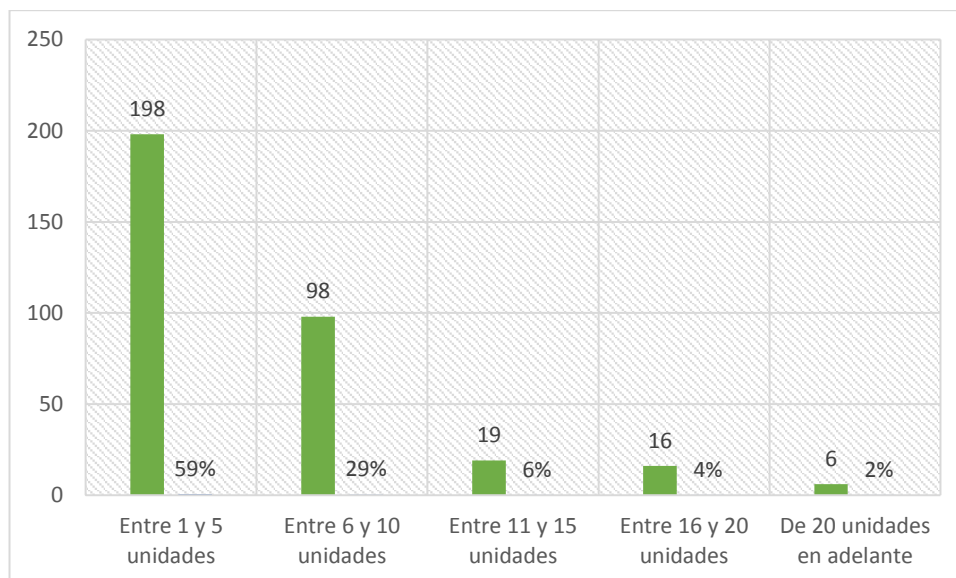


Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de maíz tierno del cantón Salcedo
Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

De los 337 encuestados, el 60% que representa 201 personas adquieren actualmente el producto por unidades, el 25% lo compran en empaque en bandeja, el 13% lo adquieren desgranado por libras, y el 2% de la población compran el producto por quintales.

¿Al mes que cantidad de maíz tierno consume su familia? (150 gramos cada unidad).

Gráfico 4.11: ¿Al mes que cantidad de maíz tierno consume su familia?

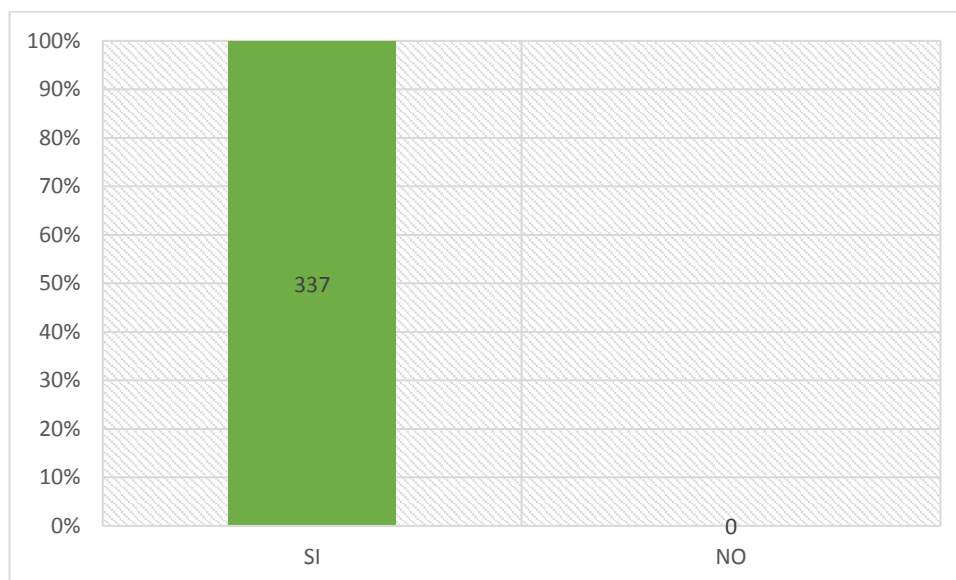


Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de maíz tierno del cantón Salcedo
Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

En el gráfico 12 se observa que 198 personas que representa el 59% consumen entre 1 y 5 unidades de maíz tierno, el 29% entre 6 y 10 unidades, el 6% entre 11 y 15 unidades, el 4% entre 16 y 20 unidades y tan solo el 2% consume más de 20 unidades de maíz tierno al mes.

¿Le gustaría adquirir el producto (maíz tierno) mejor procesado?

Gráfico 4.12: ¿Le gustaría adquirir el producto (maíz tierno) mejor procesado?



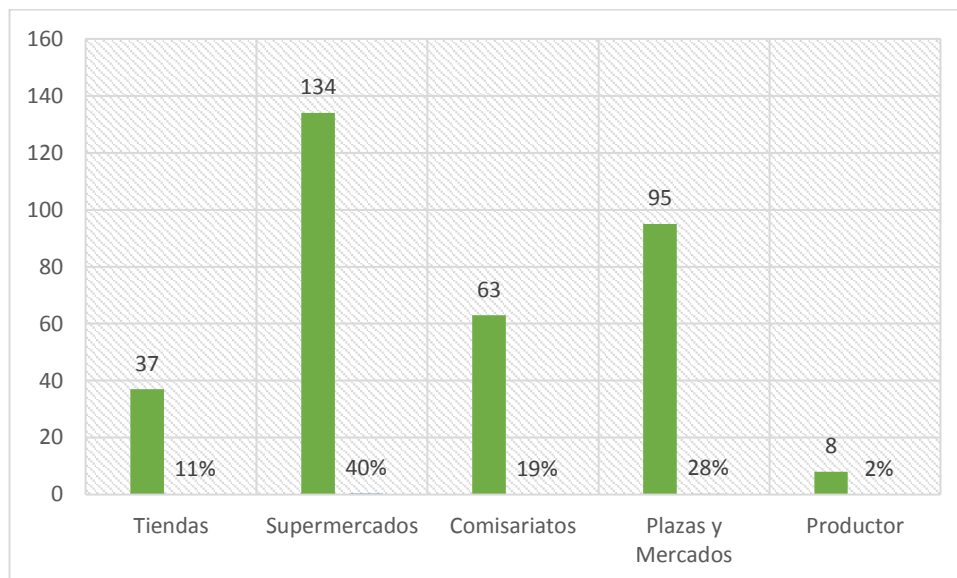
Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de maíz tierno del cantón Salcedo

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

De las 337 personas el 100% respondieron que, si les gustaría adquirir un producto mejor procesado, se les explicaron las ventajas del envase al vacío y estuvieron de acuerdo en comprar.

¿En qué lugar adquiere actualmente el maíz tierno?

Gráfico 4.13: ¿En qué lugar adquiere actualmente el maíz tierno?

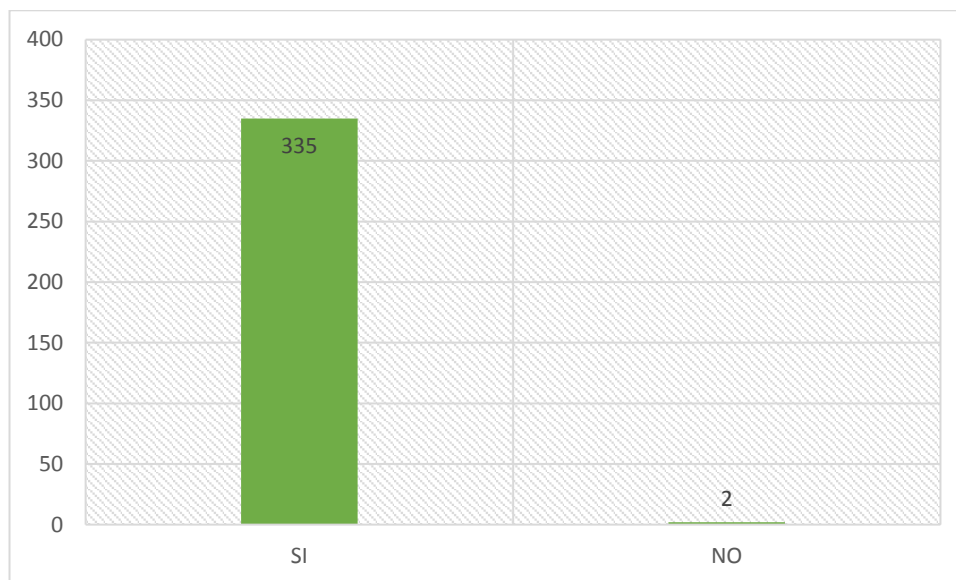


Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de maíz tierno del cantón Salcedo
Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que el 40% personas adquieren el producto en supermercados, el 28% lo hacen el plazas y mercados, el 19% en comisariatos, el 11% en tiendas y tan solo el 2% compran directo al productor.

¿Estaría dispuesto a cambiar su lugar de compra de maíz tierno por supermercados, tiendas, etc., a un precio similar y mismas características?

Gráfico 4.14: ¿Estaría dispuesto a cambiar su lugar de compra de maíz tierno por supermercados, tiendas, etc., a un precio similar y mismas características?

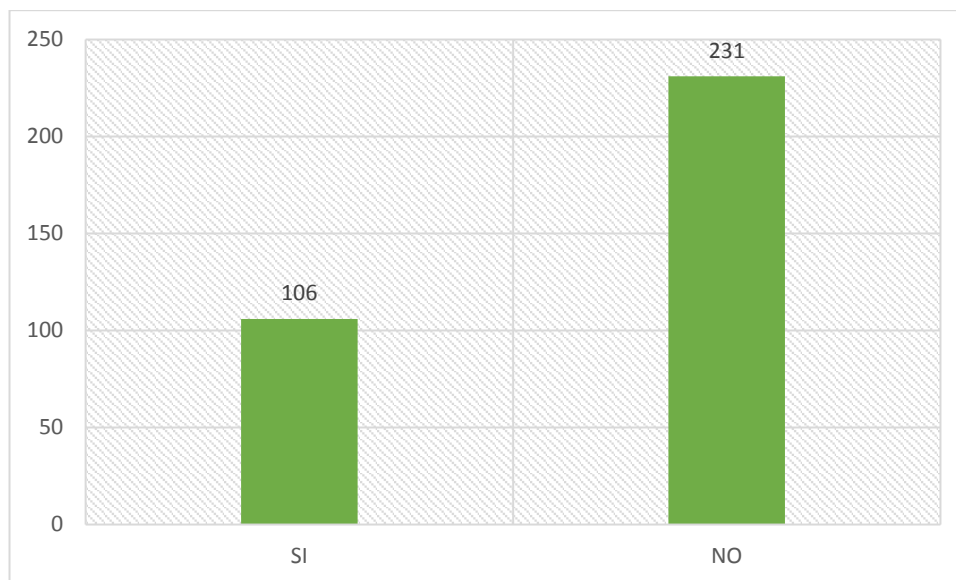


Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de maíz tierno del cantón Salcedo
Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

De los 337 encuestados, 335 personas están dispuestas a cambiar su lugar de compra siempre y cuando tengan características y precios similares, mientras que 2 personas respondieron que no.

¿Conoce las bondades nutritivas que contiene el maíz tierno?

Gráfico 4.15: ¿Conoce las bondades nutritivas que contiene el maíz tierno?

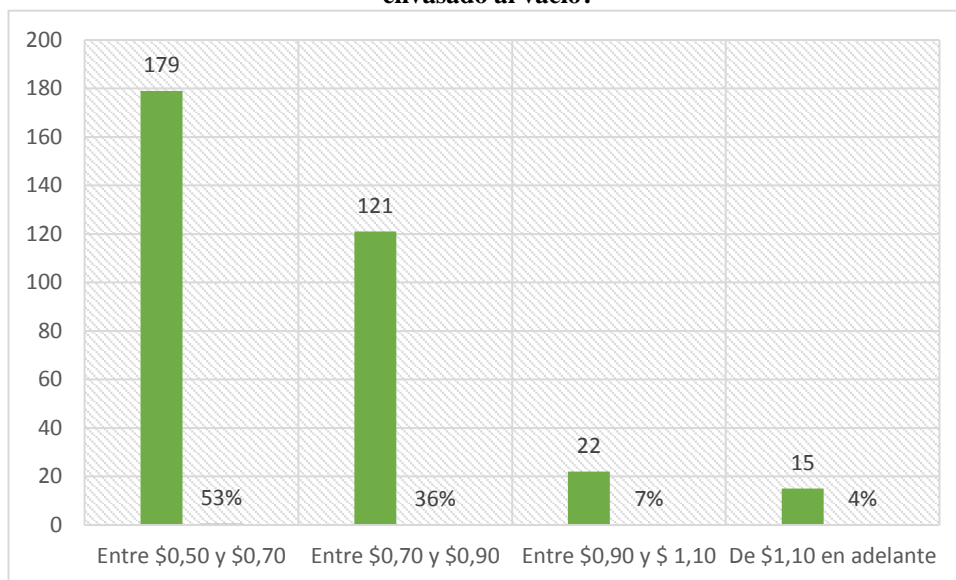


Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de maíz tierno del cantón Salcedo
Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

La mayoría de las personas encuestadas que representa el 69% dijeron que no conocen las bondades nutritivas que contiene el maíz, mientras que el 31% manifestaron que si conocen cuales son los beneficios de consumir este producto.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 300 gramos de maíz tierno envasado al vacío?

Gráfico 4.16: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 300 gramos de maíz tierno envasado al vacío?

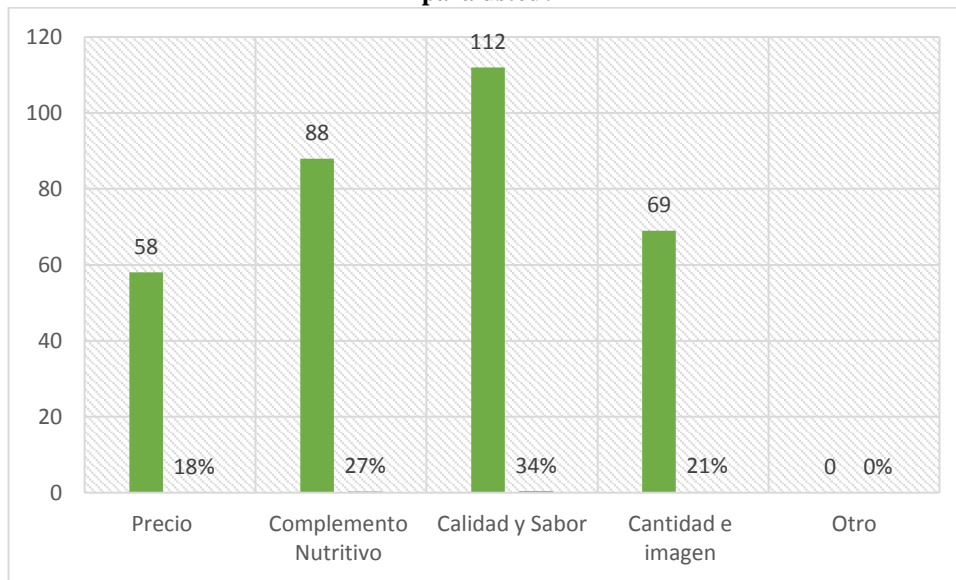


Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de maíz tierno del cantón Salcedo
Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, la mayoría de personas respondieron que estarían dispuestos a pagar por 300 gramos de maíz tierno un valor equivalente de 0,50 a 0,70 dólares, el 36% señalaron que pagarían entre 0,70 a 0,90 dólares, el 7% indicaron de 0,90 a 1,10 dólares, y tan solo el 4% estarían dispuestos a pagar un valor mayor a \$1,10. Es decir, el precio mejor visto por la población encuestada es entre 0,50 y 0,70 centavos.

¿Cuándo compra maíz tierno qué características tiene mayor importancia para usted?

Gráfico 4.17: ¿Cuándo compra maíz tierno qué características tiene mayor importancia para usted?



Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de maíz tierno del cantón Salcedo
Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Los criterios de precio, complemento nutritivo, calidad y sabor, cantidad e imagen se determinaron en base a las referencias del mercado, pues así la característica más importante en el que las personas basan su decisión al momento de comprar este producto sobresale, con un 34% la calidad y sabor, seguido el complemento nutritivo con un 27%, el 21% detalla cantidad e imagen y para el 18% la característica más importante es el precio.

4.3 CONCLUSIONES DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

El 90% de la población encuestada consume maíz tierno, a pesar que en el cantón Salcedo no ha sido aprovechado e innovado este producto, existe un alto porcentaje de compra, por lo que es una oportunidad para ofertar en una nueva presentación. Aunque la mayoría de personas no conocen los beneficios nutricionales que contiene el maíz tierno, piensan que su consumo es bueno porque es natural.

A la mayoría de personas encuestadas les gustaría adquirir un producto mejor procesado, listo para ser utilizado, por lo que estarían dispuestos a visitar lugares en donde se comercialicen de esta forma el maíz tierno.

Al 53% de la población le parece favorable pagar un valor equivalente entre 0,50 y 0,70 centavos por 300 gramos de maíz tierno envasado al vacío, en base a los precios promedios de la competencia y al estudio de costos, se recalca que en el momento de la compra se toma en cuenta el complemento nutritivo, sabor y por ende la calidad.

4.4 RECOMENDACIONES A CONSIDERAR DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

Es recomendable, una vez que el producto esté listo para su comercialización, realizar publicidad para que los consumidores conozcan de que se trata esta nueva línea, con información que indique las ventajas que éste posee, de esta forma se dará a conocer a las personas los beneficios nutricionales que tiene el maíz tierno para motivar su consumo.

También se debe aprovechar que existe una gran aceptación de este producto en el mercado, brindar un valor agregado para satisfacer las expectativas del consumidor.

Todos los factores son muy importantes al momento de elegir un producto, sin embargo, debe existir un equilibrio entre el precio, complemento nutritivo y calidad, con el fin de que exista una relación costo – beneficio.

CAPITULO V

FACTIBILIDAD Y PROPUESTA

5.1 Título

“Determinar la factibilidad de comercialización de maíz tierno envasado al vacío en el cantón Salcedo”.

5.2 Antecedentes

El maíz tierno es uno de los cereales

más consumido por las personas, pues contiene un alto porcentaje en grasas e hidratos de carbono. Sin embargo, lamentablemente en Salcedo no ha sido aprovechado ni comercializado de manera significativa.

Por ello el presente proyecto busca verificar la factibilidad de comercializar maíz tierno envasado al vacío, y brindar al cliente una opción de compra de un producto nuevo e innovador con características que resulten atractivas y resalten los beneficios nutricionales de consumirlo.

5.3 Beneficiarios

La población se beneficiará de este proyecto, pues contará con un nuevo producto en el mercado, un producto de calidad y de alto contenido nutricional comercializado en envases al vacío el cual ayuda a conservar por mayor tiempo el producto. Por otra parte, los propietarios también se beneficiarán económicamente, mediante las utilidades de las ventas que se realicen, de la misma manera los trabajadores porque se genera fuentes de trabajo.

5.4 Ubicación

Provincia: Cotopaxi

Ciudad: Salcedo

Sector: Los Pinos

5.5 Justificación

El maíz tierno es uno de los cereales con un alto porcentaje de consumo en los hogares, ya que los beneficios que aporta son muy importantes, el maíz es un alimento que carece de gluten por lo que su uso es adecuado para aquellas personas que padecen de enfermedad celiaca, tiene un alto contenido en vitaminas, grasas e hidratos de carbono, también ayuda al reducir el nivel de colesterol y permite mejorar la digestión.

El desarrollo de este proyecto significa una oportunidad de negocio porque en el Cantón Salcedo no existe ninguna empresa que se dedique a su comercialización, es por ello la idea de crear una línea de producto mejor procesado en base al maíz tierno ya que se ofrecerá un alimento de calidad con unas características similares al recién cosechado. Debido a esto se justifica la necesidad de realizar el estudio de factibilidad, que verifique su aceptación en el mercado, su administración y viabilidad técnica y los réditos económicos que se obtendría.

5.6. Objetivos

5.6.1 General

Determinar la factibilidad de comercialización de maíz tierno envasado al vacío en el cantón Salcedo.

5.6.2 Específicos

- Analizar la oferta y demanda actual del maíz tierno.
- Estudiar los requerimientos legales para la constitución de la empresa.
- Desarrollar una propuesta mediante un proceso técnico y operativo para la comercialización de maíz tierno envasado al vacío con valor agregado.
- Realizar un estudio financiero para la comercialización de maíz tierno.

5.7 Cumplimiento de los objetivos

5.7.1 Análisis de la Oferta y la Demanda

Demanda Actual

Para el análisis de la demanda actual se tomó como referencia la cantidad de maíz tierno que compra cada familia, se realizó la encuesta a un miembro de cada hogar del cantón Salcedo, con un total de 15.456 hogares, de acuerdo a la pregunta 1 de la encuesta realizada a los consumidores de maíz tierno, se considera estratégicamente clientes al 90%, y se tiene como resultado 13.910 hogares que consumen maíz tierno, sin embargo, acorde a la encuesta (pregunta 6), en qué lugar adquiere actualmente el maíz tierno, se descartó a las personas que lo hacen en plazas y mercados, y así únicamente se trabajó con el 70% de la población.

Tabla 5.1: Demanda Actual

Descripción	Porcentaje	Total
Total de hogares	100%	15456,00
Personas que consumen maíz tierno (1)	90%	13910,40
Personas que compran en plazas y mercados (2)	30%	4173,12
Población trabajada (1) - (2)	70%	9737,28

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Para determinar la frecuencia de consumo se consideró los resultados de la encuesta aplicada (pregunta 2), de quienes respondieron que, con qué frecuencia (diario, semanal, quincenal y mensual) consumen maíz tierno y la (pregunta 4) en qué cantidades consumen maíz tierno, se transformaron los valores y se obtuvo un

resultado de 371 kilos de maíz tierno al mes, entonces, ¿Si 337 personas consumen 371 kilos de maíz, 9.737 personas cuantos kilos consumirán?, como resultado arrojó 10.719 kilos mensuales que multiplicado por 12 da 128.628 kilos anuales.

Tabla 4.2: Demanda (Kilos)

Personas	Kilos
337	371
9737	10719,37

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Oferta Actual

Tabla 5.3: Oferta Actual promedio por locales comercializadores de maíz tierno

N° Locales	Cantidad mensual (kilos)	Total
5	13	65
6	38	228
7	75,5	528,5
12	150,5	1.806
5	200	1.000
35	477	3.628

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Para determinar la oferta actual se utilizó la media de los resultados de la encuesta (pregunta 3) aplicada a los propietarios de locales comerciales en donde se expende este producto, como resultado arrojó 3.628 kilos de maíz tierno que se vende al mes que multiplicado por 12 se obtiene 43.536 kilos anuales.

5.7.2 Demanda Insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se considera la diferencia entre la demanda actual y oferta actual.

$$\text{Demanda Actual} - \text{Oferta Actual} = \text{Demanda Insatisfecha}$$

$$128.628 - 43.536 = 85.092 \text{ (kilos anuales)}$$

5.7.3 Proyección de la Demanda Insatisfecha

Para sacar la proyección de la oferta se trabajó con la Tasa de Crecimiento del Sector Agrícola que es el 0,13% (BCE, 2016), y para la proyección de la demanda se utilizó la Tasa de Crecimiento Poblacional del cantón Salcedo que es el 1,3% (INEC, 2010), y se obtuvo la proyección para los próximos 5 años, cabe destacar que, por la capacidad de maquinaria y recursos se cubrirá solamente el 55% de la población insatisfecha.

Tabla 5.4: Proyección de la Demanda Insatisfecha

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Oferta Actual (0,13%)	43.536	43.593	43.649	43.706	43.763
Demanda Actual (1,3%)	128.628	129.914	131.603	133.314	135.047
Demanda Insatisfecha	-85.092	-86.322	-87.954	-89.608	-91.284
55% D. Insatisfecha	-46.801	-47.477	-48.375	-49.284	-50.206

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.7.4 Segmentación del Mercado

Tabla 5.5: Segmentación de Mercado

Población Total		58.216
Geográfica	S. Urbano	12.488
	S. Rural	45.728
Demográfica	Mujeres	30.331
	Hombres	27.885
Socio - Económica	PEA	31.786

Fuente: INEC – Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.7.5 Análisis de Marketing Mix

Se realiza el análisis del marketing mix para la comercialización de maíz tierno envasado al vacío, compuesto por un conjunto de estrategias detalladas a continuación.

5.7.5.1 Producto

Se ofrecerá al cliente un producto de calidad con un alto valor nutricional, dirigido a personas que guste de este, el producto estará a disposición del consumidor en tiendas, comisariatos y supermercados a nivel local, se ofrecerá en una presentación de 300 gramos de maíz tierno.

5.7.5.2 Empaquetamiento

El producto final contará con las siguientes características:

Nombre de la empresa productora

Número de mazorcas en el empaque

Peso neto

Fecha de envase

Fecha máxima de consumo sugerido

Diferentes recetas

SALSA DE MAÍZ FRESCO RINDE ALREDEDOR DE 6 PORCIONES

Tabla 5.6: Receta salsa de maíz fresco

Ingredientes:	Preparación:
<ul style="list-style-type: none"> • 4 mazorcas de maíz fresco, desgranado • 1 taza de pimiento verde, picado • ½ taza de cebolla morada, picada • 2 tomates, picados • 2 dientes de ajos, picados • 2 cucharadas de jugo de limón o vinagre • ½ cucharadita de pimienta negra • ¼ cucharadita de sal 	<p>Combine todos los ingredientes en un tazón grande.</p> <p>Refrigérelos por lo menos 1 hora antes de servirlo.</p> <p style="text-align: center;">Recomendación</p> <p>Esta salsa se puede utilizar como salsa dip para chips de tortilla o como un complemento para los mariscos, las aves o carne.</p>

Fuente:(USDA FOODS, 2012)

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

HUMITAS

RINDE ALREDEDOR DE 10 PORCIONES

Tabla 5.7: Receta Humitas

Ingredientes:	Preparación:
<ul style="list-style-type: none"> • 12 mazorcas de maíz tierno • 2 onzas de manteca de cerdo • ¼ de queso rallado • 3 huevos • ½ cucharadita de polvo de hornear • 1 cucharadita de azúcar • 2 onzas de mantequilla • Hojas de maíz y sal al gusto 	<p>Desgranar las mazorcas y moler.</p> <p>Separar las claras de huevo de las yemas y batir a punto de nieve.</p> <p>Mezclar el maíz molido con la manteca, la mantequilla, el queso, el azúcar, polvo de hornear, las yemas y la sal. Cuando este mezclado todo se debe incorporar las claras batidas a punto de nieve con movimientos envolventes.</p> <p>En las hojas de maíz poner una porción de masa y envolver. Cocinar sobre una cama de tucas de maíz por espacio de una hora.</p>

Fuente: (Receta Ecuatorina, 2009)

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Información nutricional

Tabla 5.8: Información Nutricional

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Tamaño de la Porción: 100 gramos de maíz	
Cantidad Por Porción	
Calorías	80
Calorías de Grasa	10
% de Valor Diario *	
Grasa Total 1g	2%
Grasa Saturada 0g	0%
Grasa Trans 0g	
Colesterol 0mg	0%
Sodio 10mg	0%
Total de Carbohidratos 17g	6%
Fibra Dietética 2g	10%
Azúcar 3g	
Proteína 3g	
Vitamina A	4%
Calcio	0%
Vitamina C	6%
Hierro	2%
Los Porcentajes de Valores Diarios se basan en una dieta de 2.000 calorías.	

Fuente: (USDA FOODS, 2012)

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Lugar de producción

Dirección de la empresa y número telefónico de contacto

5.7.5.3 Precio

El precio establecido para el producto final debe estar de acuerdo a los referenciales de la competencia y resultados arrojados en la encuesta, para poder ser competitivo en el mercado.

Los costos que se tomaron en cuenta para establecer el precio final fueron:

- ❖ Mano de Obra
- ❖ Materia Prima
- ❖ Costos Indirectos de Fabricación

5.7.5.4 Plaza

Se entiende como plaza al lugar físico en donde a través de una cadena de distribución el producto llega en el tiempo, lugar y precio establecido, por ello, se propone utilizar un canal corto de distribución para que exista un intermediario entre el fabricante y el consumidor.

5.7.5.5 Promoción

La publicidad se realizará por medio de vallas publicitarias y prensa local escrita (Vanguardia), se informará los beneficios de consumir el producto, además se realizará promociones periódicas en temporadas como semana santa y navidad.

5.7.5.6 Logotipo

Gráfico 5.1: Logotipo



Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.7.5.7 Slogan

“Disfruta el mejor sabor”

5.8 Estudio Legal y Administrativo

5.8.1 Lineamientos legales

Para la constitución de la empresa es necesario tomar en cuenta diversos aspectos en la parte administrativa como técnica, además de regirse a los lineamientos legales que se establecen en el Ecuador y los permisos requeridos por las autoridades del cantón Salcedo.

Por lo tanto, para poner en marcha la empresa, es importante cumplir con los siguientes requisitos:

- Inscripción en la Superintendencia de Compañía
- Inscripción en el Registro Mercantil
- Obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Patente municipal

- Permiso de Cuerpo de Bomberos
- Permiso de Sanidad del Ministerio de Salud Pública
- Afiliación al IESS

Es obligación afiliarse al Seguro General del IESS y los pagos mensuales de aportes a todas las personas que reciban ingresos por la ejecución de un trabajo, desde el primer día de labor.

Inscripción en la Superintendencia de Compañías

De acuerdo a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2016), para la inscripción de la empresa se lo realizará como Compañía Anónima, la cual deberá estar conformada por dos o más accionistas, cada uno debe aportar con un capital suscrito mínimo de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. Una vez aprobada la Compañía Anónima, el Superintendente entregará y ordenará un extracto de constitución por una sola vez en el periódico de mayor circulación de la ciudad, el cual contendrá:

- Nombres, Apellidos, nacionalidad, domicilio, estado civil de los socios si son personas naturales, o la denominación objetiva o razón social si fuesen personas jurídicas.
- Denominación objetiva o razón social de la compañía
- El objetivo social concreto
- Duración de la compañía
- Domicilio de la compañía
- Importe del capital social, el número de participantes en que este dividido y el valor nominal de las mismas.
- El valor pagado del capital suscrito
- Nombre del Representante Legal

Obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC)

La institución encargada de analizar los requisitos menciona:

Es un requisito indispensable para poner en funcionamiento una empresa, el estado ecuatoriano obliga a todas las personas naturales o sociedades que realicen una actividad económica en el país, deben obtener este rubro para poder así ejercer un control tributario sobre sus acciones, para la obtención del Registro Único de Contribuyente se debe cumplir con los siguientes requisitos (SRI, 2016):

- Documento de Identificación representante legal (Original y copia)
- Documento de votación representante legal (Original y copia)
- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil (Original y copia)
- Registro de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Original y copia)
- Planilla de un servicio básico (Original y copia)

Patente municipal

De acuerdo con lo prescrito en el Art. 547 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD, 2016), dice:

Están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago anual del impuesto de Patente, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Los requisitos para obtener la patente por primera vez son:

- Razón social
- Número del registro único de contribuyentes.
- Dirección del establecimiento del contribuyente, calle, número, intersección, barrio, sector, teléfono.
- Actividad económica

- Monto del Patrimonio

Permiso de Cuerpo de Bomberos

Todo establecimiento está en la obligación de tener el certificado del cuerpo de bomberos (Cuerpo de Bomberos Salcedo, 2016), para lo cual es necesario adquirir el extintor, el número de extintores será de acuerdo al tamaño de la institución. Los requisitos son los siguientes:

- Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
- Fotocopia nítida del RUC actualizado.
- Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
- Nombramiento del representante legal de la compañía.
- Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
- Señalar dimensiones del local.

Permiso de Sanidad del Ministerio de Salud Pública

Para obtener el permiso de sanidad del Ministerio de Salud Pública se debe cumplir con los siguientes requisitos: (Ministerio de Salud Pública, 2016).

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por el Ministerio. (Tiene 1 año de validez desde su emisión).
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

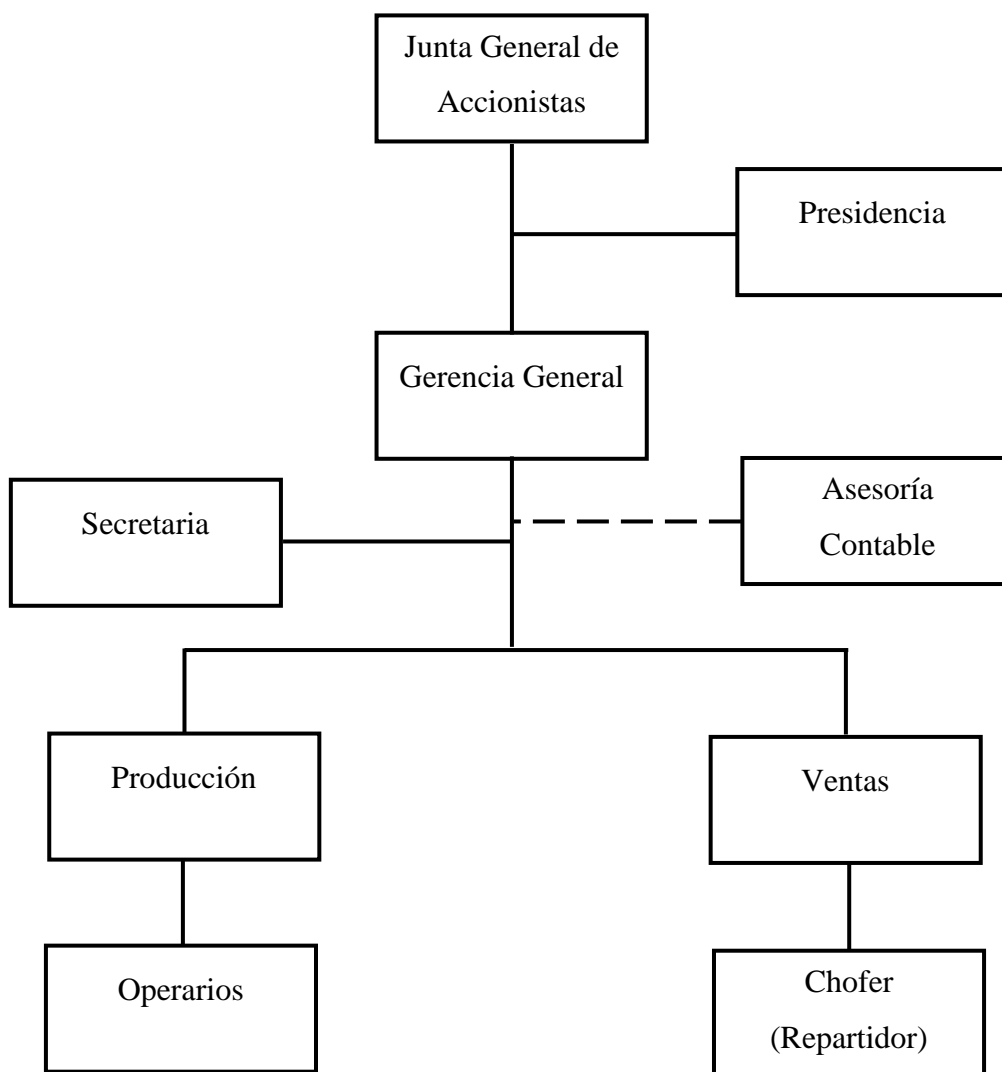
Afiliación al IESS

Es obligación afiliarse al Seguro General del IESS y los pagos mensuales de aportes a todas las personas que reciban ingresos por la ejecución de un trabajo, desde el primer día de labor.

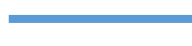


5.9 Estudio Administrativo

5.9.1 Organigrama Estructural

Gráfico 5.2: Organigrama Estructural

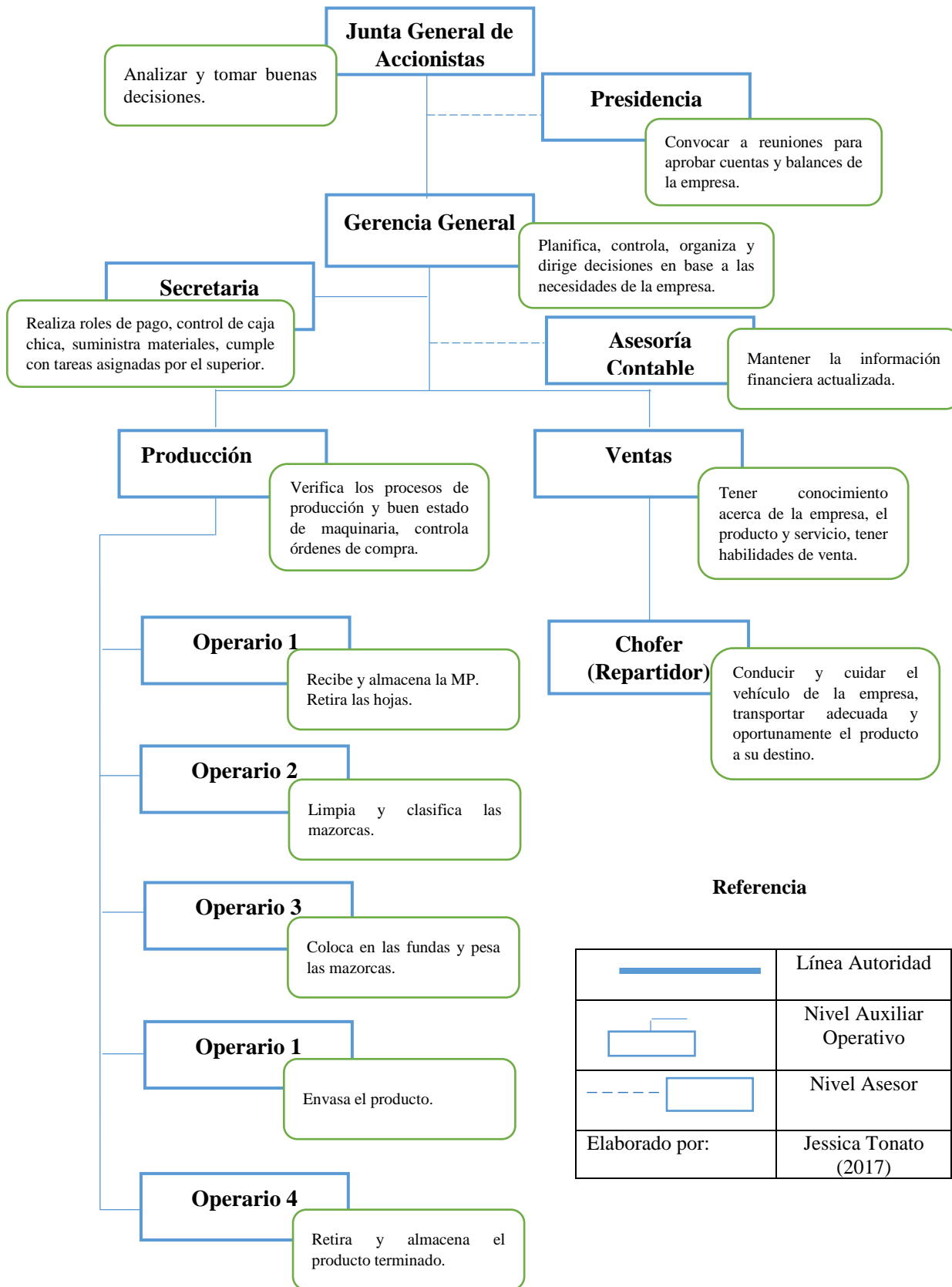


Referencia

	Línea Autoridad
	Nivel Auxiliar Operativo
	Nivel Asesor
Elaborado por:	Jessica Tonato (2017)

5.9.2 Organigrama Funcional

Gráfico 5.3: Organigrama Funcional



5.10 Estudio Técnico

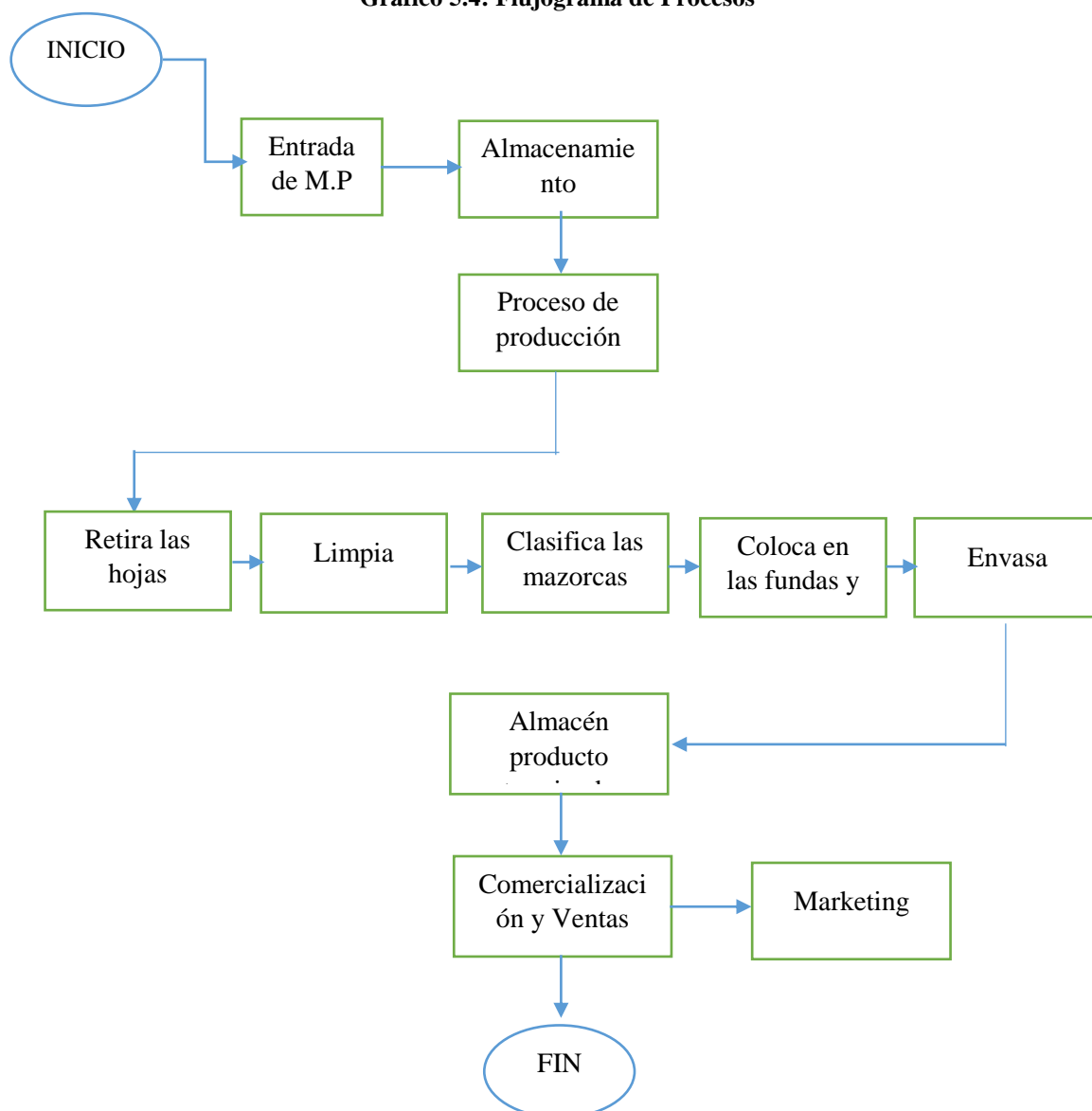
5.10.1 Actividades

Las actividades del negocio son las siguientes:

- Adquisición de materia prima
- Elaboración de maíz tierno envasado al vacío
- Comercialización del producto final

5.10.2 Flujograma de Procesos

Gráfico 5.4: Flujograma de Procesos



Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.10.3 Infraestructura

Es importante considerar los implementos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa, por ello se ha dividido en dos áreas principales: Administración y Producción, sus requerimientos a continuación.

5.10.4 Requerimientos para el área de Administración

Tabla 5.9: Requerimientos para el área de Administración

Cantidad	Detalle	V. Unitario (\$)	V. Total (\$)
1	Mueble de oficina completo	500	500
2	Computadora e impresora	690	1380
2	Archivadores	59,99	119,98
6	Silla individual	19	114
1	Minicomponente	249,99	249,99
1	Sala de espera	490	490
2	Teléfono	34,99	69,98
2	Juegos de sanitarios	65	130
2	Espejos	5	10
2	Dispensador de jabón	6,9	13,8
2	Dispensador de papel	14,99	29,98
2	Dispensador de desinfectante	6,9	13,8
2	Basurero	16,49	32,98
1	Florero	13,8	13,8
1	Botellón de agua	19,72	19,72
1	Escoba, trapeador y pala	24	24
TOTAL			\$ 3.212,03

Fuente: Mega maxi, (2016)

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.10.5 Requerimientos para el área de Producción

Tabla 5.10: Requerimientos para el área de Producción

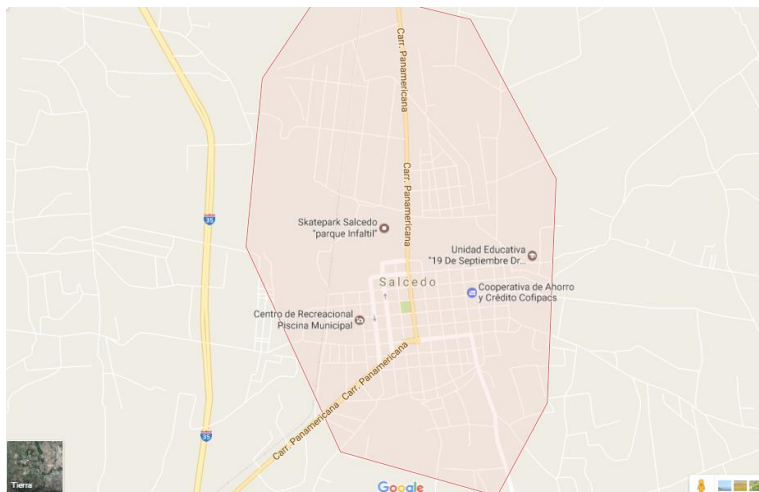
Cantidad	Detalle	Proveedor	V. Unitario (\$)	V. Total (\$)
1	Máquina de sellado al vacío	EMPACA	990	990
1	Línea fría completa para producción de alimentos	Tecmy Equipos	9500	9500
2	Escobas, trapeador, pala	Mega maxi	24	48
1	Botellón de agua	Mega maxi	19,72	19,72
2	Juegos de sanitarios	Mega maxi	65	130
2	Espejos	Mega maxi	5	10
2	Dispensador de jabón	Mega maxi	6,9	13,8
2	Dispensador de papel	Mega maxi	14,99	29,98
2	Dispensador de desinfectante	Mega maxi	6,9	13,8
2	Basurero pequeño	Mega maxi	16,49	32,98
4	Basurero grande	Mega maxi	23,29	93,16
4	Mesa rectangular grande	Tecmy Equipos	98	392
5	Cuchillos	Mega maxi	3,14	15,7
5	Cubetas	Pladuke	10	50
TOTAL				\$ 11.339,14

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.10.6 Localización

El proyecto estará localizado en Ecuador, provincia de Cotopaxi, cantón Salcedo, dentro de esta ciudad no existe ninguna empresa que se dedique a la comercialización de maíz tierno mejor procesado, a pesar de que existe materia prima suficiente no ha sido aprovechado en su totalidad, es por ello que se ha optado por esta oportunidad de negocio.

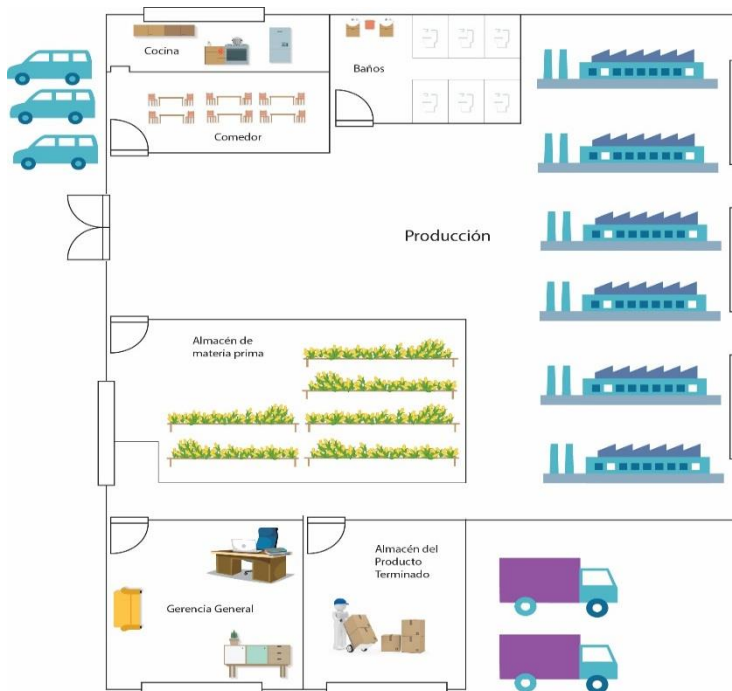
- ❖ **País:** Ecuador
- ❖ **Provincia:** Cotopaxi
- ❖ **Cantón:** Salcedo
- ❖ **Sector:** Los Pinos

Gráfico 5.5: Localización del proyecto

Fuente: Google Maps: Cantón Salcedo
Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.10.7 Implantación

Se ha escogido un local de 200 m², espacio suficiente para desarrollar las diferentes actividades que constan en este proyecto.

Gráfico 5.6: Implantación

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.10.8 Adecuación del local

El costo estimado para la adecuación e instalación de la empresa es el siguiente:

Tabla 5.11: Adecuación del Local

Cantidad	Detalle	V. Unitario (\$)	V. Total (\$)
1	Adecuación e Instalación	1500,00	1500,00
TOTAL			\$ 1.500,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.11 Estudio Económico – Financiero

La evaluación financiera es uno de los aspectos más importantes para poder determinar la viabilidad del proyecto, porque de este depende un retorno económico igual o mayor al esperado, se ha tomado en cuenta valores que son reales y proyecciones para verificar su validez.

Constitución de la empresa

La cantidad que se gastó para la constitución de la empresa es de:

Tabla 5.12: Gastos de Constitución

Cantidad	Detalle	V. Unitario (\$)	V. Total (\$)
1	Constitución de la empresa	1050,00	1050,00
TOTAL			\$ 1.050,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Vehículo

Se debe adquirir un vehículo para el transporte del producto final, el costo es de \$28.000, el cual se compró a crédito con una entrada de \$6.000, a cuatro años plazo con una tasa de interés del 11%.

Tabla 5.13: Vehículo

Cantidad	Detalle	V. Unitario (\$)	V. Total (\$)
1	Vehículo	28.000,00	28.000,00
TOTAL		\$ 28.000,00	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Tabla de amortización

Tabla 5.14: Amortización

Tabla de Amortización Automotores "V.J"					
Monto		22000,00			
Plazo		4 años			
Tasa		11%			
Moneda		Dólares			
Amortización cada		30 días			
Número de periodos		48			
MESES	FECHA	DEUDA INICIAL	PAGO DE INTERESES	PAGO A CAPITAL	CUOTA MENSUAL A PAGAR
1	10/01/2017	22.000,00	\$ 200,02	\$567,64	21.632,38
2	10/02/2017	21.632,38	\$196,67	\$567,64	21.261,41
3	10/03/2017	21.261,41	\$193,30	\$567,64	20.887,07
4	10/04/2017	20.887,07	\$189,90	\$567,64	20.509,33
5	10/05/2017	20.509,33	\$186,46	\$567,64	20.128,15
6	10/06/2017	20.128,15	\$183,00	\$567,64	19.743,51
7	10/07/2017	19.743,51	\$179,50	\$567,64	19.355,37
8	10/08/2017	19.355,37	\$175,97	\$567,64	18.963,70
9	10/09/2017	18.963,70	\$172,41	\$567,64	18.568,48
10	10/10/2017	18.568,48	\$168,82	\$567,64	18.169,65
11	10/11/2017	18.169,65	\$165,19	\$567,64	17.767,21
12	10/12/2017	17.767,21	\$161,53	\$567,64	17.361,10
13	10/01/2018	17.361,10	\$157,84	\$567,64	16.951,30
14	10/02/2018	16.951,30	\$154,12	\$567,64	16.537,77
15	10/03/2018	16.537,77	\$150,36	\$567,64	16.120,49
16	10/04/2018	16.120,49	\$146,56	\$567,64	15.699,41
17	10/05/2018	15.699,41	\$142,73	\$567,64	15.274,50
18	10/06/2018	15.274,50	\$138,87	\$567,64	14.845,74
19	10/07/2018	14.845,74	\$134,97	\$567,64	14.413,07
20	10/08/2018	14.413,07	\$131,04	\$567,64	13.976,47
21	10/09/2018	13.976,47	\$127,07	\$567,64	13.535,89
22	10/10/2018	13.535,89	\$123,06	\$567,64	13.091,32
23	10/11/2018	13.091,32	\$119,02	\$567,64	12.642,70
24	10/12/2018	12.642,70	\$114,94	\$567,64	12.190,00
25	10/01/2019	12.190,00	\$110,83	\$567,64	11.733,19
26	10/02/2019	11.733,19	\$106,67	\$567,64	11.272,22
27	10/03/2019	11.272,22	\$102,48	\$567,64	10.807,07
28	10/04/2019	10.807,07	\$98,25	\$567,64	10.337,68
29	10/05/2019	10.337,68	\$93,99	\$567,64	9.864,03
30	10/06/2019	9.864,03	\$89,68	\$567,64	9.386,07
31	10/07/2019	9.386,07	\$85,33	\$567,64	8.903,76
32	10/08/2019	8.903,76	\$80,95	\$567,64	8.417,07
33	10/09/2019	8.417,07	\$76,53	\$567,64	7.925,95
34	10/10/2019	7.925,95	\$72,06	\$567,64	7.430,37
35	10/11/2019	7.430,37	\$67,55	\$567,64	6.930,29
36	10/12/2019	6.930,29	\$63,01	\$567,64	6.425,66
37	10/01/2020	6.425,66	\$58,42	\$567,64	5.916,44
38	10/02/2020	5.916,44	\$53,79	\$567,64	5.402,59
39	10/03/2020	5.402,59	\$49,12	\$567,64	4.884,06
40	10/04/2020	4.884,06	\$44,40	\$567,64	4.360,83
41	10/05/2020	4.360,83	\$39,65	\$567,64	3.832,83
42	10/06/2020	3.832,83	\$34,85	\$567,64	3.300,04
43	10/07/2020	3.300,04	\$30,00	\$567,64	2.762,40
44	10/08/2020	2.762,40	\$25,11	\$567,64	2.219,88
45	10/09/2020	2.219,88	\$20,18	\$567,64	1.672,42
46	10/10/2020	1.672,42	\$15,21	\$567,64	1.119,98
47	10/11/2020	1.119,98	\$10,18	\$567,64	562,53
48	10/12/2020	562,53	\$5,11	\$567,64	0,00

Fuente: Automotores "J.V" (2017)

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra

5.11.1 Inversión Inicial

Para el cálculo de la inversión inicial, es necesario considerar los costos de constitución, administración, producción, adecuaciones e instalaciones y costo del vehículo.

Tabla 5.15: Inversión Inicial

Detalle	V. Total (\$)
Requerimientos Área de Administración	3212,03
Requerimientos Área de Producción	11339,14
Gastos de Constitución de la empresa	1050,00
Adecuaciones e Instalaciones	1500,00
Vehículo	6000,00
Capital de trabajo	9000,00
Total	\$ 32.101,17

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.11.2 Costos

Los costos son todos aquellos rubros que intervienen para la elaboración de un producto, se detallan a continuación:

Servicios Básicos

Los servicios básicos que se utilizarán en la empresa de comercialización de maíz tierno envasado al vacío es agua, internet, luz y teléfono, estos valores varían cada mes de acuerdo al consumo, a continuación, se detalla:

Tabla 5.16: Servicios Básicos

BALANCE DE INSUMOS GENERALES (SERVICIOS BÁSICOS)			
Detalle	Unidad de Medida	Costo Mensual (\$)	Costo Anual (\$)
Agua	m3	\$ 45,00	\$ 540,00
Internet	KB	\$ 20,00	\$ 240,00
Luz	Kw	\$ 40,00	\$ 480,00
Teléfono	Minutos	\$ 18,00	\$ 216,00
TOTAL		\$ 123,00	\$ 1.476,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Mano de Obra

Para el cálculo de la mano de obra se tomó en cuenta el personal que interviene en el proceso de comercialización de maíz tierno envasado al vacío.

Tabla 5.17: Mano de Obra

Cargo	Numero	Sueldo	Total Salario	Descuentos	Total Descuentos	Fondo de Reserva	Líquido a Recibir
				Aporte Personal (9,45%)			
Gerente	1	400	400	37,80	37,80	33,33	395,53
Secretaria	1	300	300	28,35	28,35	25,00	296,65
Operarios	4	300	300	28,35	28,35	25,00	296,65
Vendedor	1	300	300	28,35	28,35	25,00	296,65
Chofer	1	200	200	18,90	18,90	16,67	197,77
TOTAL		\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 141,75	\$ 141,75	\$ 125,00	\$ 1.483,25

Cargo	Numero	Aporte Patronal (11,15%)	XIII	XIV	Vacaciones	Total Provisiones	Total a Pagar
Gerente	1	44,60	33,33	30,5	16,67	125,10	520,63
Secretaria	1	33,45	25,00	30,5	12,50	101,45	398,10
Operarios	4	33,45	25,00	30,5	12,50	101,45	1793,89
Vendedor	1	33,45	25,00	30,5	12,50	101,45	398,10
Chofer	1	22,30	16,67	30,5	8,33	77,80	275,57
TOTAL		\$ 167,25	\$ 125,00	\$ 152,50	\$ 62,50	\$ 507,25	\$ 3.386,29
TOTAL ANUAL							\$ 40.635,48

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Materia Prima

La materia prima necesaria se calculó bajo los siguientes parámetros:

Tabla 5.18: Materia Prima

MATERIA PRIMA					
Detalle	Cantidad Diaria	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Maíz Tierno (qq)	12,5	250	\$ 7,00	\$ 1.750,00	\$ 21.000,00
Etiquetas (1000 U.)	0,6	12	\$ 2,00	\$ 24,00	\$ 288,00
Bolsas de Vacío (100 U.)	6	120	\$ 4,00	\$ 480,00	\$ 5.760,00
TOTAL			\$ 13,00	\$ 2.254,00	\$ 27.048,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Gastos de Ventas

Se tomó en cuenta los medios necesarios para promocionar los productos que ofrece la empresa, tales como:

Tabla 5.19: Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS				
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Vallas Publicitarias	\$ 7,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 420,00
Prensa	2 (Semanal)	\$ 6,00	\$ 48,00	\$ 576,00
TOTAL			\$ 108,00	\$ 996,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Gastos de Administración

Dentro de los gastos de administración se consideraron los siguientes:

Tabla 5.20: Gastos de Administración

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN				
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Uniformes	9	\$ 28,00	\$ 252,00	
Aseo y Limpieza			\$ 15,00	\$ 180,00
Pago Contador			\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL			\$ 317,00	\$ 780,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.11.4 Financiamiento

Lo conforma la inversión inicial, cantidad necesaria para el primer año de actividad del negocio, valor que asciende a \$32.101,17, el cual será financiado por los socios de la empresa en partes iguales.

Tabla 5.21: Requerimiento Financiero

REQUERIMIENTO FINANCIERO	
Detalle	Total
Accionista 1	\$ 10.700,39
Accionista 2	\$ 10.700,39
Accionista 3	\$ 10.700,39
Total Inversión Inicial	\$ 32.101,17

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.11.5 Estado de Situación Inicial

Al iniciar una actividad económica es importante analizar contablemente a la empresa, se debe realizar el estado de situación inicial, se registra el activo, pasivo y patrimonio de la empresa.

Tabla 5.22: Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVO		PASIVO	
Corriente		Obligaciones a Corto Plazo	
Efectivos Y Equivalentes de Efectivo		Total Pasivo Corriente	
Bancos		No Corriente	
Capital de Trabajo	\$ 9.000,00	Obligaciones Financieras	
Total Activo Corriente	<u>\$ 9.000,00</u>	Credito Comercial	\$ 22.000,00
No Corriente		Total Pasivo No Corriente	<u>\$ 22.000,00</u>
Propiedad Planta y Equipo			
Enseres	\$ 465,22	Total Pasivo	\$ 22.000,00
Muebles	\$ 1.895,98		
Maquinaria	\$ 10.490,00	PATRIMONIO	
Equipos	\$ 319,97	Capital	\$ 32.101,17
Equipo de Computo	\$ 1.380,00		
Vehículo	\$ 28.000,00		
Otros	\$ 0,00		
Total Activo No Corriente	<u>\$ 42.551,17</u>	Total Patrimonio	<u>\$ 32.101,17</u>
Diferido			
Adecuaciones e Instalaciones	\$ 1.500,00		
Gastos de Constitución	\$ 1.050,00		
Total Activo Diferido	<u>\$ 2.550,00</u>		
TOTAL ACTIVOS	<u>\$ 54.101,2</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$ 54.101,2</u>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.11.6 Flujo de Fondos

Para determinar las ventas del primer año se realizó mediante el número de kilos de maíz tierno necesarios al día para cubrir el 55% de la demanda insatisfecha, para realizar la proyección para los próximos años se obtuvo mediante la Tasa de Inflación Anual de alimentos y bebidas no alcohólicas del mes de diciembre del 2016 que es de 4,41% (INEC, 2016). La investigación de mercado arrojó un precio estimado de venta al público entre 0,50 y 0,70 centavos, se sacó la media y se obtuvo un valor de 0,60 centavos por 300 gramos, el cálculo se lo realizó en kilos por lo que 1 kilo de maíz tierno equivale a \$2,00, se lo determinó en torno a los gustos, competencia y preferencias del consumidor, mismo que para los próximos años se incrementa de acuerdo a la Tasa de Inflación Anual del mes de diciembre del 2016 que es de 1.12% de acuerdo al Banco Central del Ecuador (BCE, 2016), dato que también se considera para el cálculo de los costos variables.

Tabla 5.23: Flujo de Fondos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	46801	48865	51019	53269	55619
Precio	\$ 2,00	\$ 2,02	\$ 2,05	\$ 2,07	\$ 2,09
Total ventas	\$ 93.601,20	\$ 98.823,58	\$ 104.337,33	\$ 110.158,72	\$ 116.304,91
TOTAL INGRESOS	\$ 93.601,20	\$ 98.823,58	\$ 104.337,33	\$ 110.158,72	\$ 116.304,91
EGRESOS					
COSTOS VARIABLES					
Materia prima	\$ 27.048,00	\$ 27.350,94	\$ 27.657,27	\$ 27.967,03	\$ 28.280,26
Sueldos y Salarios	\$ 40.635,48	\$ 41.090,60	\$ 41.550,81	\$ 42.016,18	\$ 42.486,76
Servicios básicos	\$ 1.476,00	\$ 1.492,53	\$ 1.509,25	\$ 1.526,15	\$ 1.543,24
Total Costos Variables	\$ 69.159,48	\$ 69.934,07	\$ 70.717,33	\$ 71.509,36	\$ 72.310,27
COSTOS FIJOS					
Capital préstamo e intereses	\$ 8.984,47	\$ 8.452,28	\$ 7.859,03	\$ 7.197,72	\$ -
Depreciación	\$ 7.377,12	\$ 7.377,12	\$ 7.377,12	\$ 7.377,12	\$ 7.377,12
Patente	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
G. Constitución	\$ 1.050,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
G. Administrativos	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00
G. Venta	\$ 996,00	\$ 996,00	\$ 996,00	\$ 996,00	\$ 996,00
Total Costos Fijos	\$ 20.687,59	\$ 17.605,40	\$ 17.012,15	\$ 16.350,84	\$ 9.153,12
TOTAL EGRESOS	\$ 89.847,07	\$ 87.539,47	\$ 87.729,48	\$ 87.860,20	\$ 81.463,39
UTILIDAD BRUTA	\$ 3.754,13	\$ 11.284,11	\$ 16.607,85	\$ 22.298,52	\$ 34.841,52
15% Trabajadores	\$ 563,12	\$ 1.692,62	\$ 2.491,18	\$ 3.344,78	\$ 5.226,23
Utilidad antes I.R	\$ 3.191,01	\$ 9.591,49	\$ 14.116,68	\$ 18.953,74	\$ 29.615,29
Impuesto a la renta			\$ 3.105,67	\$ 4.169,82	\$ 6.515,36
UTILIDAD NETA	\$ 3.191,01	\$ 9.591,49	\$ 11.011,01	\$ 14.783,92	\$ 23.099,93

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Tabla 5.24: Depreciación Enseres

DEPRECIACIÓN ENSERES					
N°	Descripción	Valor Total	Vida Útil (Años)	Porcentaje de Depreciación	Depreciación Anual
1	Cubetas	\$ 50,00	10	0,10	\$ 5,00
2	Escobas, trapeador, pala	\$ 72,00	10	0,10	\$ 7,20
3	Cuchillos	\$ 15,70	10	0,10	\$ 1,57
4	Botellón de agua	\$ 39,44	10	0,10	\$ 3,94
5	Dispensador de jabón	\$ 27,60	10	0,10	\$ 2,76
6	Dispensador de papel	\$ 59,96	10	0,10	\$ 6,00
7	Dispensador de desinfectante	\$ 27,60	10	0,10	\$ 2,76
8	Basurero pequeño	\$ 65,96	10	0,10	\$ 6,60
9	Basurero grande	\$ 93,16	10	0,10	\$ 9,32
10	Florero	\$ 13,80	10	0,10	\$ 1,38
TOTAL		\$ 465,22			\$ 46,52

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Tabla 5.25: Depreciación Maquinaria

DEPRECIACIÓN MAQUINARIA					
N°	Descripción	Valor Total	Vida Útil (Años)	Porcentaje de Depreciación	Depreciación Anual
1	Máquina de Sellado al Vacío	\$ 990,00	10	0,10	\$ 99,00
2	Línea Fría	\$ 9.500,00	10	0,10	\$ 950,00
TOTAL		\$ 10.490,00			\$ 1.049,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Tabla 5.26: Depreciación Equipo de Computo

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTO					
N°	Descripción	Valor Total	Vida Útil (Años)	Porcentaje de Depreciación	Depreciación Anual
1	Computadora e Impresora	\$ 1.380,00	3	0,33	\$ 460,00
TOTAL		\$ 1.380,00			\$ 460,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Tabla 5.27: Depreciación Muebles

DEPRECIACIÓN MUEBLES					
Nº	Descripción	Valor Total	Vida Útil (Años)	Porcentaje de Depreciación	Depreciación Anual
1	Mueble de Oficina	\$ 500,00	10	0,10	\$ 50,00
2	Espejos	\$ 20,00	10	0,10	\$ 2,00
3	Mesa Rectangular Grande	\$ 392,00	10	0,10	\$ 39,20
4	Juego de Sanitarios	\$ 260,00	10	0,10	\$ 26,00
5	Archivadores	\$ 119,98	10	0,10	\$ 12,00
6	Sala de Espera	\$ 490,00	10	0,10	\$ 49,00
7	Silla Individual	\$ 114,00	10	0,10	\$ 11,40
TOTAL		\$ 1.895,98			\$ 189,60

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Tabla 5.28: Depreciación Equipos

DEPRECIACIÓN EQUIPOS					
Nº	Descripción	Valor Total	Vida Útil (Años)	Porcentaje de Depreciación	Depreciación Anual
1	Minicomponente	\$ 249,99	10	0,10	\$ 25,00
2	Teléfono	\$ 69,98	10	0,10	\$ 7,00
TOTAL		\$ 319,97			\$ 32,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Tabla 5.29: Depreciación Transporte

DEPRECIACIÓN TRANSPORTE					
Nº	Descripción	Valor Total	Vida Útil (Años)	Porcentaje de Depreciación	Depreciación Anual
1	Vehículo	\$ 28.000,00	5	0,20	\$ 5.600,00
TOTAL		\$ 28.000,00			\$ 5.600,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Tabla 5.30: Amortización Adecuaciones e Instalaciones

AMORTIZACIÓN ADECUACIONES E INSTALACIONES				
Nº	Descripción	Valor Total	Vida Útil (Años)	Amortización Anual
1	G. Cons. Adecuaciones e Instalaciones	\$ 2.550,00	5	\$ 510,00
TOTAL		\$ 2.550,00		\$ 510,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.11.7 Estado de Situación Final

El estado de situación final refleja los activos, pasivos y patrimonio con el que la empresa posee después del primer año de actividad económica, para ello se debe tener en cuenta la amortización de las adecuaciones e instalaciones y la depreciación de los activos fijos.

Tabla 5.31: Estado de Situación Final

ESTADO DE SITUACIÓN FINAL			
ACTIVO		PASIVO	
Corriente		Obligaciones a Corto Plazo	\$-
Efectivos Y Equivalentes de Efectivo		Total Pasivo Corriente	\$-
Bancos	\$ 93.601,20	Obligaciones Financieras	
Total Activo Corriente	\$ 93.601,20	Prestamos Bancarios	\$22.435,07
No Corriente		Total Pasivo No Corriente	\$22.435,07
Propiedad Planta y Equipo			
Enseres	\$ 465,22	Total Pasivo	\$ 22.435,07
(Depreciación Enseres)	\$ 46,52		
Muebles	\$ 1.895,98		
(Depreciación Muebles)	\$ 189,60		
Maquinaria	\$ 10.490,00	PATRIMONIO	
(Depreciación Maquinaria)	\$ 1.049,00	Capital	\$ 99.476,59
Equipos	\$ 319,97	Utilidad	\$ 8.903,59
(Depreciación Equipos)	\$ 32,00		
Equipo de Computo	\$ 1.380,00		
(Depreciación Equipo de Cómputo)	\$ 460,00		
Vehículo	\$ 28.000,00		
(Depreciación Vehículo)	\$ 5.600,00		
Total Activo No Corriente	\$ 35.174,05	Total Patrimonio	\$ 108.380,18
Diferido			
Adecuaciones e Instalaciones	\$ 2.550,00		
(Amortización Ad. e InS.)	\$ 510,00		
Total Activo Diferido	\$ 2.040,00		
		TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVOS	\$ 130.815,3		\$ 130.815,3

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

5.11.8 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es indispensable para saber la cantidad de maíz tierno que se debe vender para no tener pérdida ni ganancia.

Tabla 5.325: Punto de Equilibrio

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos	\$ 20.687,59	\$ 17.605,40	\$ 17.012,15	\$ 16.350,84	\$ 9.153,12
Costos Variables	\$ 69.159,48	\$ 69.934,07	\$ 70.717,33	\$ 71.509,36	\$ 72.310,27
Ventas	\$ 93.601,20	\$ 98.823,58	\$ 104.337,33	\$ 110.158,72	\$ 116.304,91
(C. Variables/ Ventas)	\$ 0,74	\$ 0,71	\$ 0,68	\$ 0,65	\$ 0,62
1-(C. Variables/ Ventas)	\$ 0,26	\$ 0,29	\$ 0,32	\$ 0,35	\$ 0,38
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 79.224,51	\$ 60.223,54	\$ 52.796,02	\$ 46.603,30	\$ 24.197,33

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

El punto de equilibrio en ventas para el primer año es de \$79.224,51, el cual comparado con las ventas proyectadas para los próximos años deja un margen de utilidad.

5.11.9 Valor Actual Neto

Para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) es necesario tomar en cuenta la Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento (TMAR), que se calcula en base a la Tasa de Interés Pasiva Referencial del mes de diciembre del 2016 que es de 5,12% (BCE, 2016) y el Riesgo País (EMBI) que es de 647 puntos para el mes de diciembre del 2016 según el Banco Central del Ecuador. (BCE, 2016).

Tabla 5.33: Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento

TMAR		
TASA PASIVA	5,12%	0,0512
EMBI	6,47%	0,0647
TMAR	11,59%	0,1159

Fuente: Banco Central del Ecuador (2016)

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

TMAR= Tasa de Interés Pasiva + EMBI + (Tasa de Interés Pasiva*EMBI)

TMAR= 5,12 + 6,47 + (0,0512*0,0647)

TMAR= 11,59%

El mínimo rendimiento que se espera obtener del proyecto propuesto es de 11,59%, caso contrario el proyecto no será factible.

Después de haber obtenido la Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento se procede a calcular el Valor Actual Neto:

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1 + K_1)} + \frac{Q_2}{(1 + K_1) * (1 + K_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1 + K_1) \dots (1 + K_n)}$$

Tabla 5.34: Valor Actual Neto

	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 32.101,17	\$ 3.191,01	\$ 9.591,49	\$ 11.011,01	\$ 14.783,92	\$ 23.099,93
TMAR	11,59%	1,1159	1,2452	1,3896	1,5506	1,7303
FLUJO/(1+i)		\$ 2.859,58	\$ 7.702,57	\$ 7.924,12	\$ 9.534,29	\$ 13.350,09
VAN	\$ 9.269,49					

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

El resultado del Valor Actual Neto es de \$9.612,27, de acuerdo a las reglas de decisión se determina que si el VAN es mayor que 0 el proyecto es financieramente aceptable.

5.11.10 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno consiste en igualar los flujos netos de fondos con la inversión inicial.

Se calcula con la siguiente fórmula:

$$TIR = -A + \frac{Q_1}{(1 + K_1)} + \frac{Q_2}{(1 + K_1) * (1 + K_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1 + K_1) \dots (1 + K_n)} = 0$$

Tabla 5.35: Tasa Interna de Retorno

	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 32.101,17	\$ 3.191,01	\$ 9.591,49	\$ 11.011,01	\$ 14.783,92	\$ 23.099,93
TIR	20%	1,2000	1,4401	1,7282	2,0739	2,4888
FLUJO/(1+i)		\$ 2.659,08	\$ 6.660,30	\$ 6.371,45	\$ 7.128,60	\$ 9.281,74
VAN	0,00					

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

El dinero que se va a invertir en la investigación va a tener una Tasa de Retorno del 20%, la cual comparada a la TMAR y siendo mayor, se traduce en un proyecto rentable.

5.11.11 Relación Costo – Beneficio

La relación costo beneficio ayuda a determinar el rendimiento del proyecto por cada dólar invertido, para lo cual se debe realizar el cálculo del VAN de los ingresos y el VAN de los egresos para establecer una relación.

Tabla 5.36: Relación Costo - Beneficio

INGRESOS						
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 32.101,17	\$ 93.601,20	\$ 98.823,58	\$ 104.337,33	\$ 110.158,72	\$ 116.304,91
TMAR	11,59%	1,1159	1,2452	1,3896	1,5506	1,7303
FLUJO/(1+i)		\$ 83.879,56	\$ 79.361,53	\$ 75.086,85	\$ 71.042,42	\$ 67.215,84
VAN	\$ 344.485,04					

EGRESOS						
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 32.101,17	\$ 89.847,07	\$ 87.539,47	\$ 87.729,48	\$ 87.860,20	\$ 81.463,39
TMAR	0,1159	1,1159	1,2452	1,3896	1,5506	1,7303
FLUJO/(1+i)		\$ 80.515,34	\$ 70.299,68	\$ 63.134,93	\$ 56.661,89	\$ 47.079,96
VAN	\$ 285.590,63					
COSTO BENEFICIO	1,2062					

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Se determina que, por cada dólar invertido se obtiene 0,21 centavos adicionales de utilidad, lo cual representa un beneficio apropiado.

5.11.12 Pay Back

El Pay Back nos da el tiempo en el que se recuperará la inversión realizada en el negocio.

Tabla 5.37: Pay Back

	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETOS DE FONDOS	FLUJO DE FONDOS - INVERSIÓN INICIAL
	\$ 32.101,17		
AÑO 1		\$ 3.191,01	\$ (28.910,16)
AÑO 2		\$ 9.591,49	\$ (19.318,66)
AÑO 3		\$ 11.011,01	\$ (8.307,66)
AÑO 4		\$ 14.783,92	\$ 6.476,26
AÑO 5		\$ 23.099,93	

MESES	
\$ 14.783,92	12
\$ 8.307,66	X
X=	6,74

DÍAS	
1	30
0,74	X
X=	22,2

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

El tiempo de recuperación de la inversión del proyecto de investigación es de 3 años, 6 meses y 22 días.

5.11.13 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad ayuda a determinar qué tan sensible es el proyecto de investigación frente a distintos escenarios.

5.11.13.1 Escenario Pesimista

Para determinar los ingresos en un escenario pesimista se redujo a la mitad la Tasa de Inflación Anual del segmento de alimentos y bebidas no alcohólicas de 4,41% (INEC, 2016) a 2,205%, mientras que para la proyección de los costos variables se duplicó la Tasa de Inflación Anual del país de 1,12% (BCE, 2016) a 2,24%.

Se determinó el flujo neto de fondos:

Tabla 5.38: Flujo Neto de Fondos – Escenario Pesimista

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
INGRESOS						
Ventas	45769	46778	47810	48864	49941	51043
Precio	\$ 2,00	\$ 2,02	\$ 2,05	\$ 2,07	\$ 2,09	\$ 2,11
Total ventas	\$ 91.538,08	\$ 94.604,32	\$ 97.773,28	\$ 101.048,39	\$ 104.433,20	\$ 107.931,40
TOTAL INGRESOS	\$ 91.538,08	\$ 94.604,32	\$ 97.773,28	\$ 101.048,39	\$ 104.433,20	\$ 107.931,40
EGRESOS						
COSTOS VARIABLES						
Materia prima	\$ 27.653,88	\$ 28.273,32	\$ 28.906,64	\$ 29.554,15	\$ 30.216,17	\$ 30.893,01
Sueldos y Salarios	\$ 41.545,71	\$ 42.476,34	\$ 43.427,81	\$ 44.400,59	\$ 45.395,16	\$ 46.412,02
Servicios básicos	\$ 1.509,06	\$ 1.542,87	\$ 1.577,43	\$ 1.612,76	\$ 1.648,89	\$ 1.685,82
Total Costos Variables	\$ 70.708,65	\$ 72.292,53	\$ 73.911,88	\$ 75.567,50	\$ 77.260,22	\$ 78.990,85
COSTOS FIJOS						
Capital préstamo e intereses	\$ 8.984,47	\$ 8.452,28	\$ 7.859,03	\$ 7.197,72	\$ -	\$ -
Depreciación	\$ 7.377,12	\$ 7.377,12	\$ 7.377,12	\$ 7.377,12	\$ 7.377,12	\$ 7.377,12
Patente	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
G. Constitución	\$ 1.050,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
G. Administrativos	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00
G. Venta	\$ 996,00	\$ 996,00	\$ 996,00	\$ 996,00	\$ 996,00	\$ 996,00
Total Costos Fijos	\$ 20.687,59	\$ 17.605,40	\$ 17.012,15	\$ 16.350,84	\$ 9.153,12	\$ 9.153,12
TOTAL EGRESOS	\$ 91.396,24	\$ 89.897,93	\$ 90.924,03	\$ 91.918,34	\$ 86.413,34	\$ 88.143,97
UTILIDAD BRUTA	\$ 141,83	\$ 4.706,40	\$ 6.849,25	\$ 9.130,04	\$ 18.019,86	\$ 19.787,43
15% Trabajadores	\$ 21,28	\$ 705,96	\$ 1.027,39	\$ 1.369,51	\$ 2.702,98	\$ 2.968,11
Utilidad antes IR	\$ 120,56	\$ 4.000,44	\$ 5.821,86	\$ 7.760,54	\$ 15.316,89	\$ 16.819,32
Impuesto a la renta					\$ 3.369,71	\$ 3.700,25
UTILIDAD NETA	\$ 120,56	\$ 4.000,44	\$ 5.821,86	\$ 7.760,54	\$ 11.947,17	\$ 13.119,07

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Como se observa el saldo final de caja disminuyó totalmente en relación al escenario normal, debido a que el porcentaje de las ventas se redujo a la mitad y los costos se aumentaron.

Tabla 5.39: Punto de Equilibrio – Escenario Pesimista

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos	\$ 70.708,65	\$ 72.292,53	\$ 73.911,88	\$ 75.567,50	\$ 77.260,22
Costos Variables	\$ 20.687,59	\$ 17.605,40	\$ 17.012,15	\$ 16.350,84	\$ 9.153,12
Ventas	\$ 91.538,08	\$ 94.604,32	\$ 97.773,28	\$ 101.048,39	\$ 104.433,20
(C. Variables/ Ventas)	\$ 0,23	\$ 0,19	\$ 0,17	\$ 0,16	\$ 0,09
1-(C. Variables/ Ventas)	\$ 0,77	\$ 0,81	\$ 0,83	\$ 0,84	\$ 0,91
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 91.354,83	\$ 88.821,83	\$ 89.481,25	\$ 90.155,79	\$ 84.682,25

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Las ventas en un escenario pesimista en el primer año son de \$91,354.83, es decir se debe cubrir más del 90% de las ventas proyectadas para no perder ni ganar.

Tabla 5.406: Valor Actual Neto – Escenario Pesimista

	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 32.101,17	\$ 120,56	\$ 4.000,44	\$ 5.821,86	\$ 7.760,54	\$ 11.947,17
TMAR	11,59%	1,1159	1,2452	1,3896	1,5506	1,7303
FLUJO/(1+i)		\$ 108,04	\$ 3.212,60	\$ 4.189,73	\$ 5.004,85	\$ 6.904,60
VAN	\$ (12.681,35)					

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

De acuerdo a las reglas de decisión, si el VAN es menor a 0, el proyecto no es rentable.

Tabla 5.41: Tasa Interna de Retorno – Escenario Pesimista

	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 32.101,17	\$ 120,56	\$ 4.000,44	\$ 5.821,86	\$ 7.760,54	\$ 11.947,17
TIR	-2%	0,9800	0,9605	0,9413	0,9225	0,9041
FLUJO/(1+i)		\$ 123,02	\$ 4.165,15	\$ 6.185,10	\$ 8.412,75	\$ 13.215,16
VAN	0,00					

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

La tasa interna de retorno es negativa, por lo tanto, el proyecto no es factible.

Tabla 5.42: Relación Costo Beneficio – Escenario Pesimista

INGRESOS						
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 32.101,17	\$ 91.538,08	\$ 94.604,32	\$ 97.773,28	\$ 101.048,39	\$ 104.433,20
TMAR	11,59%	1,1159	1,2452	1,3896	1,5506	1,7303
FLUJO/(1+i)		\$ 82.030,72	\$ 75.973,20	\$ 70.363,00	\$ 65.167,08	\$ 60.354,85
VAN	\$ 321.787,69					

EGRESOS						
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 32.101,17	\$ 91.396,24	\$ 89.897,93	\$ 90.924,03	\$ 91.918,34	\$ 86.413,34
TMAR	0,1159	1,1159	1,2452	1,3896	1,5506	1,7303
FLUJO/(1+i)		\$ 81.903,61	\$ 72.193,67	\$ 65.433,90	\$ 59.279,03	\$ 49.940,67
VAN	\$ 296.649,72					
COSTO BENEFICIO	1,0847					

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

La relación costo – beneficio se muestra en un escenario pesimista, por cada dólar invertido se obtiene 0,08 centavos adicionales de utilidad.

Tabla 5.43: Pay Back –Escenario Pesimista

	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETOS DEFONDOS	FLUJO DE FONDOS - INVERSIÓN INICIAL
	\$ 32.101,17		
AÑO 1		\$ 120,56	\$ (31.980,61)
AÑO 2		\$ 4.000,44	\$ (27.980,17)
AÑO 3		\$ 5.821,86	\$ (22.158,31)
AÑO 4		\$ 7.760,54	\$ (14.397,77)
AÑO 5		\$ 11.947,17	\$ (2.450,60)
AÑO 6		\$ 13.119,07	\$ 10.668,46

MESES	
\$ 13.119,07	12
\$ 2.450,60	X
X=	2,24

DÍAS	
1	30
0,24	X
X=	7,2

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

El periodo de recuperación en un escenario pesimista es de 5 años, 2 meses y 7 días.

5.11.13.2 Escenario Optimista

Para determinar los ingresos en un escenario optimista se duplicó la Tasa de Inflación Anual del segmento de alimentos y bebidas no alcohólicas de 4,41% (INEC, 2016) a 8,82%, mientras que para la proyección de los egresos se redujo a la mitad la Tasa de Inflación Anual del país de 1,12% (BCE, 2016) a 0,56%.

Se determinó el flujo neto de fondos:

Tabla 5.44: Flujo Neto de Fondos – Escenario Optimista

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	50929	55421	60309	65628	71417
Precio	\$ 2,00	\$ 2,02	\$ 2,05	\$ 2,07	\$ 2,09
Total ventas	\$ 101.857,70	\$ 112.082,97	\$ 123.334,74	\$ 135.716,05	\$ 149.340,29
TOTAL INGRESOS	\$ 101.857,70	\$ 112.082,97	\$ 123.334,74	\$ 135.716,05	\$ 149.340,29
EGRESOS					
COSTOS VARIABLES					
Materia prima	\$ 27.199,47	\$ 27.351,79	\$ 27.504,96	\$ 27.658,98	\$ 27.813,87
Sueldos y Salarios	\$ 40.863,04	\$ 41.091,87	\$ 41.321,99	\$ 41.553,39	\$ 41.786,09
Servicios básicos	\$ 1.484,27	\$ 1.492,58	\$ 1.500,94	\$ 1.509,34	\$ 1.517,79
Total Costos Variables	\$ 69.546,77	\$ 69.936,24	\$ 70.327,88	\$ 70.721,71	\$ 71.117,76
COSTOS FIJOS					
Capital préstamo e intereses	\$ 8.984,47	\$ 8.452,28	\$ 7.859,03	\$ 7.197,72	\$ -
Depreciación	\$ 7.377,12	\$ 7.377,12	\$ 7.377,12	\$ 7.377,12	\$ 7.377,12
Patente	\$ 1.050,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
G. Constitución	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
G. Administrativos	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00
G. Venta	\$ 996,00	\$ 996,00	\$ 996,00	\$ 996,00	\$ 996,00
Total Costos Fijos	\$ 20.687,59	\$ 17.605,40	\$ 17.012,15	\$ 16.350,84	\$ 9.153,12
TOTAL EGRESOS	\$ 90.234,36	\$ 87.541,64	\$ 87.340,03	\$ 87.072,55	\$ 80.270,88
UTILIDAD BRUTA	\$ 11.623,33	\$ 24.541,34	\$ 35.994,71	\$ 48.643,49	\$ 69.069,41
15% Trabajadores	\$ 1.743,50	\$ 3.681,20	\$ 5.399,21	\$ 7.296,52	\$ 10.360,41
Utilidad antes I.R	\$ 9.879,83	\$ 20.860,14	\$ 30.595,50	\$ 41.346,97	\$ 58.709,00
Impuesto a la renta		\$ 4.589,23	\$ 6.731,01	\$ 9.096,33	\$ 12.915,98
UTILIDAD NETA	\$ 9.879,83	\$ 16.270,91	\$ 23.864,49	\$ 32.250,64	\$ 45.793,02

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

El flujo neto de fondos en un escenario optimista tiene un incremento notable de las ventas en los años proyectados, esto favorece para poder cubrir los egresos de mejor manera.

Tabla 5.45: Punto de Equilibrio – Escenario Optimista

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos	\$ 20.687,59	\$ 17.605,40	\$ 17.012,15	\$ 16.350,84	\$ 9.153,12
Costos Variables	\$ 69.546,77	\$ 69.936,24	\$ 70.327,88	\$ 70.721,71	\$ 71.117,76
Ventas	\$ 101.857,70	\$ 112.082,97	\$ 123.334,74	\$ 135.716,05	\$ 149.340,29
(C. Variables/ Ventas)	\$ 0,68	\$ 0,62	\$ 0,57	\$ 0,52	\$ 0,48
1-(C. Variables/ Ventas)	\$ 0,32	\$ 0,38	\$ 0,43	\$ 0,48	\$ 0,52
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 65.216,03	\$ 46.818,94	\$ 39.583,35	\$ 34.142,54	\$ 17.474,88

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

El punto de equilibrio en un escenario optimista permite que exista un margen de utilidad aun mayor entre el punto en que la empresa cubre todos sus costos y gastos y las ventas proyectadas.

Tabla 5.46: Valor Actual Neto – Escenario Optimista

	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 32.101,17	\$ 9.879,83	\$ 16.270,91	\$ 23.864,49	\$ 32.250,64	\$ 45.793,02
TMAR	11,59%	1,1159	1,2452	1,3896	1,5506	1,7303
FLUJO/(1+i)		\$ 8.853,69	\$ 13.066,56	\$ 17.174,19	\$ 20.798,75	\$ 26.465,06
VAN	\$ 54.257,08					

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

El VAN en un escenario optimista es de \$54.257,08, por lo que el proyecto es rentable.

Tabla 5.47: Tasa Interna de Retorno – Escenario Optimista

	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 32.101,17	\$ 9.879,83	\$ 16.270,91	\$ 23.864,49	\$ 32.250,64	\$ 45.793,02
TIR	52%	1,5187	2,3066	3,5031	5,3203	8,0801
FLUJO/(1+i)		\$ 6.505,29	\$ 7.054,17	\$ 6.812,45	\$ 6.061,86	\$ 5.667,40
VAN	0,00					

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

La Tasa Interna de Retorno es del 52% que siendo mayor a TMAR, es factible.

Tabla 5.48: Relación Costo – Beneficio – Escenario Optimista

INGRESOS						
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 32.101,17	\$ 101.857,70	\$ 112.082,97	\$ 123.334,74	\$ 135.716,05	\$ 149.340,29
TMAR	11,59%	1,1159	1,2452	1,3896	1,5506	1,7303
FLUJO/(1+i)		\$ 91.278,52	\$ 90.009,65	\$ 88.758,42	\$ 87.524,59	\$ 86.307,91
VAN	\$ 411.777,92					

EGRESOS						
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 32.101,17	\$ 90.234,36	\$ 87.541,64	\$ 87.340,03	\$ 87.072,55	\$ 80.270,88
TMAR	0,1159	1,1159	1,2452	1,3896	1,5506	1,7303
FLUJO/(1+i)		\$ 80.862,41	\$ 70.301,42	\$ 62.854,66	\$ 56.153,93	\$ 46.390,77
VAN	\$ 284.462,03					
COSTO BENEFICIO	1,4476					

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Por cada dólar invertido se obtiene 0,45 centavos adicionales en un escenario optimista.

Tabla 5.49: Pack Back – Escenario Optimista

	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETOS DE FONDOS	FLUJO DE FONDOS - INVERSIÓN INICIAL
	\$ 32.101,17		
AÑO 1		\$ 9.879,83	\$ (22.221,34)
AÑO 2		\$ 16.270,91	\$ (5.950,43)
AÑO 3		\$ 23.864,49	\$ 17.914,06
AÑO 4		\$ 32.250,64	\$ 50.164,70
AÑO 5		\$ 45.793,02	

MESES	
\$ 23.864,49	12
\$ 5.950,43	X
X=	2,99

DÍAS	
1	30
0,99	X
X=	29,7

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

El tiempo de recuperación en un escenario optimista es de 2 años, 2 meses y 29 días.

Tabla 5.50: Análisis de Sensibilidad

DETALLE	VAN	TIR	Costo/Beneficio	Pay Back
Escenario Pesimista	\$ (12.681,35)	-2%	\$ 1,08	5 años/ 2 meses/ 7 días
Escenario Normal	\$ 9.269,49	20%	\$ 1,21	3 años/ 6 meses/ 22 días
Escenario Optimista	\$ 54.257,08	52%	\$ 1,45	2 años/ 2 meses/ 29 días

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Jessica Aracely Tonato Guerra (2017)

Después de analizar el proyecto de investigación en tres escenarios: pesimista, normal y optimista, se determina que es factible desde el punto de vista normal y optimista, sin embargo, en un escenario pesimista el proyecto no es rentable porque los indicadores son negativos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La creación de una empresa que se dedique a la comercialización de maíz tierno envasado al vacío es factible desde el punto de vista normal, porque en el cantón Salcedo existe una demanda insatisfecha, la cual será cubierta el 55%, se ofrecerá un producto de calidad con valor agregado que satisfaga las expectativas del cliente.

Mediante el estudio técnico se pudo determinar el sitio adecuado para la ejecución del negocio propuesto, el cual será implantado en el cantón Salcedo, barrio Los Pinos ya que contará con todos los parámetros establecidos para su correcto funcionamiento.

Una vez realizado el estudio financiero se pudo determinar que el proyecto de investigación de maíz tierno envasado al vacío tiene aceptación en el mercado, mediante indicadores financieros se confirmó su viabilidad, como es el caso del Valor Actual Neto que proyectó un resultado positivo para la ejecución del mismo.

RECOMENDACIONES

Al ser este producto nuevo en el mercado local, se recomienda utilizar estrategias de venta que dé a conocer el producto al consumidor objetivo, tal que se cumpla con las metas planteadas por la empresa y de esa manera garantizar la factibilidad del proyecto para con el tiempo crear nuevos productos en base al maíz tierno.

A un corto plazo es recomendable expandir el mercado, poniéndola como meta institucional, orientados a posicionarse en la mente del consumidor de manera estable.

Después de haber realizado el estudio financiero se recomienda poner en marcha dicho proyecto, significa la creación de plazas de trabajo, contribuyendo en forma directa a disminuir el desempleo del sector.

BIBLIOGRAFÍA

- Alberto, D. I. (2008). *Proyecto Empresarial*. España: Thomson.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- BCE. (Diciembre de 2016). Obtenido de Banco Central del Ecuador:
<https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Casado Díaz , A., & Sellers Rubio, R. (2006). *Dirección de Marketing*. España: ECU.
- Chain, N. S. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson.
- Clements, & Gido. (2007). *Proyecto*.
- COOTAD. (2016). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/roxanasilvach/cootad-17381122>
- Córdoba Padilla, M. (2012). *Gestión Financiera*. Bogotá: Ecoe.
- Cuerpo de Bomberos Salcedo. (2016). Obtenido de <http://www.cuerpobomberoslatacunga.gob.ec/index.php/es/component/fabrik/form/4/?format=html>
- De la Torre, J., & Zamarrón, B. (2012). *Evaluación de proyectos de inversión*. México: Pearson.
- Duwayri, M. (2013). *FAO*. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/003/x7650s/x7650s07.htm>
- Encalada. (2014). *Estudio de Fcatibilidad para la creacion de una empresa de produccion y comercializacion de pan*. Ambato.
- Escribano Ruiz, G. (2009). *Gestión Financiera*. Madrid - España: PARANINFO.
- Flóres Uribe, J. A. (2010). *Proyecto de Inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe.
- Flórez Uribe, J. A. (2006). *Proyecto de Inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe.
- Gallardo Cervantes, J. (2009). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Mc Graw Hill.

- García, H. S. (2012). ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN. *EUMED*, 1-21.
- García, M., Hernández, A., & Samaniego, T. (Julio de 2012). *Eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2012/gme.html>
- Herrera Palomo, J. (2012). *Administración, Gestión y Comercialización de la Pequeña Empresa*. España: Thomson.
- Horngren, C., Datar, S., & Foster, G. (2007). *Contabilidad de Costos un Enfoque Gerencial*. México: Pearson.
- INEC. (2010). Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- INEC. (Diciembre de 2016). Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- MAGAP. (2016). Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/>
- Martínez, C. (2001). *Proyecto de Inversión*.
- Martínez, C. (2009). *Proyecto de Inversión*.
- Martinez, C. (2012). *Estadística y muestreo*. Bogotá: ECOE.
- Méndez Lozano, R. (2014). *Formulacion y Evaluacion de proyectos, Enfoque para Emprendedores*. Bogotá: INCONTEC.
- Ministerio de Salud Pública. (2016). Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/>
- Morales Castro, A., & Morales Castro, J. (2009). *Proyecto de Inversión*. México: McGraw Hill.
- N. Rincón, E. S. (2004). Los pequeños productores y su participación en el proceso de comercialización agrícola. *SCIELO*, 172-185.
- Nassir Sapag, C. (2011). *Proyectos de Inversion Formulacion y Evaluacion*. Chile: Pearson.
- Planas, F. C. (2009). *Guía práctica para la creación de empresas*. Tarragona: URV.
- Prieto Herrera, E. (2009). *Proyectos Enfoque Gerencial*. Bogotá: Ecoe.
- Receta Ecuatorina. (10 de Febrero de 2009). Obtenido de <http://recetaecuatoriana.com/2009/02/humitas/>

- Rincón, N., Segovia, E., Aguilera, G., Lopez, A., Zavarce, E., & Leal, M. (Abril de 2004). Los pequeños productores y su participación en el proceso de comercialización agrícola. *Revista de la Facultad de agronomía*.
- Rodríguez Sandiás, A. (2013). *Modelos de Análisis y Valoración*. España: Andavira.
- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag, J. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- SRI. (2016). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home#>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. (2016). Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portal/>
- Uquillas, C., & Gallardo. (2011). *EL FRACASO DEL NEOLIBERALISMO EN EL ECUADOR Y ALTERNATIVAS FRENTE A LA CRISIS*. Quito.
- Urbina, B. (2013). *Evaluacion de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- USDA FOODS. (Diciembre de 2012). Obtenido de whatscooking: [https://whatscooking.fns.usda.gov/sites/default/files/factsheets/HHFS_CORN_FRESH_900210Dec2012%20\(Spanish%20Version\)%20EE.pdf](https://whatscooking.fns.usda.gov/sites/default/files/factsheets/HHFS_CORN_FRESH_900210Dec2012%20(Spanish%20Version)%20EE.pdf)

ANEXOS



Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato

Entrevista: “Estudio de factibilidad para comercialización de maíz tierno envasado al vacío. Caso Salcedo”

- **Objetivo:** Conocer el criterio de las personas respecto al consumo de maíz tierno.
- **Dirigida a:** Los posibles consumidores de maíz tierno en el Cantón Salcedo.

Por favor marque con X su respuesta.

Sexo: F ___ M ___ **Edad:** _____

1. ¿Compra usted maíz tierno para preparar sus alimentos?

Si No

2. ¿Con qué frecuencia utiliza el maíz tierno en sus comidas?

Diario _____ Quincenal _____
Semanal _____ Mensual _____

3. ¿En qué presentación adquiere actualmente el maíz tierno?

Desgranado por Libras _____ Quintales _____
Empaque en Bandeja _____ Empaque al vacío _____
Unidades _____

4. ¿Al mes que cantidad de maíz tierno consume su familia? (150 gramos c/u)

Entre 1 y 5 unidades _____ Entre 6 y 10 unidades _____
Entre 11 y 15 unidades _____ Entre 16 y 20 unidades _____
De 20 unidades en adelante _____

5. ¿Le gustaría adquirir el producto (maíz tierno) mejor procesado?

Si No

6. ¿En qué lugar adquiere actualmente el maíz tierno?

Tiendas _____ Supermercados _____
Comisariatos _____ Plazas y Mercados _____
Productor _____

Solo para las personas que respondieron en plazas y mercados.

7. ¿Estaría dispuesto a cambiar su lugar de compra de maíz tierno por supermercados, tiendas, etc, a un precio similar y mismas características?

Si

No

8. ¿Conoce las bondades nutritivas que contiene el maíz tierno?

Si

No

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 300 gramos de maíz tierno envasado al vacío?

Entre \$0,50 y \$0,70 _____

Entre \$0,70 y 0,90 _____

Entre \$0,90 y \$1,10 _____

De \$1,10 en adelante _____

10. ¿Cuándo compra maíz tierno qué características tiene mayor importancia para usted?

Precio _____

Calidad y Sabor _____

Complemento Nutritivo _____

Cantidad e imagen _____

Otro _____

