



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**Facultad de Ciencias Sociales y Derecho**

**Carrera de Economía**

**Tema:**

“Proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán”.

**Proyecto de Investigación presentada al Consejo Directivo Previo la obtención del Título de:  
ECONOMISTA**

**Autores:**

Cano Cedeño Johnny Ramón  
Méndez Encalada Hilda Patricia

**Tutora:**

Ec. Mónica Leoro Llerena

Guayaquil-Ecuador

**“Proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán”.**

## **DEDICATORIA**

A Dios por sobre todas las cosas, por darme el ser, salud, fuerza, voluntad y conducirme por el largo camino de la verdad y la esperanza.

A mis padres por darme la vida y ser la fuerza espiritual que me induce a seguir por el camino del éxito y cosechar así los mejores frutos de la vida.

Johnny Ramón Cano Cedeño

## **DEDICATORIA**

A Dios todopoderoso por haberme permitido vivir y estar conmigo en cada paso que doy, a nuestra madre María Santísima por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte.

A mi mamá Hilda por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y por su constante apoyo a lo largo de toda mi vida.

Hilda Patricia Méndez Encalada

## **AGRADECIMIENTO**

Ante todo quiero agradecerle a Dios, por darme las fuerzas necesarias y salud, además de toda su bondad y su infinito amor.

Un agradecimiento especial a mis padres, por todo el apoyo mantenido a través del tiempo, a mi madre por ser un pilar fundamental en todo lo que soy.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi tutora Ec. Mónica Leoro Llerena por su capacidad profesional y orientadora; y a cada una de mis maestros que en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y experiencias en formarme como persona de bien y preparado para los retos que pone la vida, a todos y cada uno de ellos les dedico cada una de estas páginas de la tesis.

Johnny Ramón Cano Cedeño

## **AGRADECIMIENTO**

La culminación del presente trabajo de tesis quiero agradecerlo a Dios Padre Todopoderoso por bendecirme para llegar hasta donde he llegado y porque permitió hacer realidad este sueño anhelado. Gracias por el espíritu salvífico en mi vida.

A mi familia, el agradecimiento especial a mi mamá Hilda, por una vida llena de lucha, sacrificio y esfuerzo constante, su ayuda fue fundamental para la culminación de mi tesis: “Mis logros son sus logros, mi esfuerzo inspirado por ella y para ella mi eterno respeto y admiración”.

A la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mi tutora, Econ. Mónica Leoro Llerena por el apoyo recibido durante toda la labor de investigación, por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

Hilda Patricia Méndez Encalada

## DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS

La Egresada, **Hilda Patricia Méndez Encalada**, portador de cédula de identidad #0917528309 declara ser autora del presente trabajo de Titulación: “Proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán”. Siendo la Econ. Mónica Leoro Tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifica que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Hilda Patricia Méndez Encalada

## DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS

El Egresado, **Johnny Ramón Cano Cedeño**, portador de cédula de identidad # 1307306603 declara ser autor del presente trabajo de Titulación: “Proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán”. Siendo la Econ. Mónica Leoro Tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifica que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Johnny Ramón Cano Cedeño



## **APROBACIÓN DE TUTOR**

En mi carácter de tutor del Proyecto de Investigación:

**“Proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán”.**

Presentado por los ciudadanos:

**CANO CEDEÑO JOHNNY RAMON, Cédula de Identidad: 1307306603**

**MENDEZ ENCALADA HILDA PATRICIA, Cédula de Identidad: 0917528309**

Considero que dicho trabajo reúne los requisitos suficientes que dispone la UNIVERSIDAD LAICAVICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL para ser sometidos a la presentación Pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe y con los requisitos y méritos suficientes para su aprobación para optar el Título de “ECONOMISTA”

Tutor

Ec. Mónica Leoro Llerena

## RESUMEN

El presente trabajo está dirigido a realizar un análisis de pre-factibilidad para crear una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas (compotas) hechas a base de camote y zanahoria blanca dirigida y comercializada en el cantón Durán de la provincia del Guayas.

En el desarrollo del proyecto pretendemos demostrar que el camote y la zanahoria blanca, productos que se cultivan en diferentes regiones de nuestro país y que contienen un alto grado de valor nutricional, compuesto por vitaminas y minerales necesarios para la alimentación de los niños y para el público en general sea la base o la materia prima de nuestro análisis de factibilidad en la creación de la empresa.

Así mismo al ser factible el proyecto, estaríamos obteniendo un beneficio social a la colectividad al crear un producto final que ayude a un mayor nivel de nutrición en los niños ecuatorianos erradicando la mala alimentación a la que se encuentran expuestos y a su vez generando nuevas plazas de trabajo que conlleva a un desarrollo económico de la zona.

Finalmente, el proyecto se realizará en base a los siguientes ejes claves que son:

- Antecedentes y análisis de la creación de un producto de alto valor nutricional.
- Factibilidad de la creación del producto y de la empresa.
- Beneficio social y económico de la propuesta.

## **ABSTRACT**

This work is aimed at an analysis of pre-feasibility to create a company that is dedicated to the craftsmanship of castings (compote) made from sweet potato and white carrot directed and marketed in the Durán canton of Guayas province.

In the project we intend to demonstrate that the sweet potato and white carrot crops grown in different regions of our country and which contain a high degree of nutritional value, consisting of vitamins and minerals needed for feeding children and the general public is the basis or the raw material of our feasibility study on the establishment of the company.

Also to be feasible the project, we would be getting a social benefit to the community to create a final product that helps a higher level of nutrition in the Ecuadorian children eradicating bad food to which they are exposed and in turn generating new spaces work leading to economic development in the area.

Finally, the project will be made based on the following key axes are:

- Background and analysis of the creation of a product fhigh nutritional value.
- Feasibility of product creation and business.
- Social and economic benefit of the proposal.

## ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL .....	1
ÍNDICE DE CUADROS .....	5
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	6
ÍNDICE DE FIGURAS .....	6
<b>CAPÍTULO I PROBLEMA A INVESTIGAR .....</b>	<b>9</b>
1.1 Tema .....	9
1.2 Planteamiento del problema .....	9
1.3. Formulación del problema .....	11
1.4. Delimitación del problema .....	11
1.5 Justificación de la investigación.....	12
1.6 Sistematización de la investigación .....	14
1.7 Objetivo General de la Investigación .....	15
1.8 Objetivos Específicos de la Investigación.....	15
1.9 Límites de la Investigación .....	16
1.10 Identificación de las Variables .....	17
1.11 Hipótesis Generales y Particulares.....	17
1.11.1 Hipótesis General .....	17
1.11.2 Hipótesis Particulares .....	18
1.12 Operacionalización de las variables .....	18
<b>CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....</b>	<b>19</b>
2.1 Antecedentes Referentes .....	19
2.2 Marco Teórico Referencial.....	28

2.3 Marco Legal.....	32
<b>CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>49</b>
3. Antecedentes.....	49
3.1 Métodos de Investigación.....	49
3.2 Población y Muestra .....	49
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos. ....	51
3.4 Diseño de la Encuesta.....	51
3.5 Tratamiento a la información – procesamiento y análisis. ....	52
3.6 Presentación de Resultados.....	52
<b>CAPÍTULO IV LA PROPUESTA.....</b>	<b>65</b>
4.1 Título de la propuesta.....	65
4.2 Justificación de la propuesta .....	65
4.3 Objetivo General de la propuesta .....	65
4.4 Objetivos Específicos de la Propuesta .....	66
4.5 Hipótesis de la Propuesta.....	66
4.6 Impacto / Producto/ Beneficio Obtenido .....	67
4.7 Validación de la Propuesta .....	67
4.8 Listado de Contenidos y Flujo de la Propuesta .....	68
4.8.1 Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter. ....	68
4.8.1.1 Poder de negociación de clientes.....	68
4.8.1.2 Poder de negociación de proveedores .....	69
4.8.1.3 Amenaza de nuevos competidores .....	70
4.8.1.4 Presión de productos sustitutos.....	70
4.8.1.5 Rivalidad entre competidores .....	70
4.8.2 Oferta en el mercado.....	70
4.8.2.1 Segmentación de mercado.....	72
4.8.3 Matriz FODA.....	73

4.8.4 Análisis del Producto .....	74
4.9 Plan de Marketing y plan operativo .....	74
4.9.1 Objetivos General .....	74
4.9.2 Específicos .....	74
4.9.3 Cobertura.....	74
4.9.4 Marketing Mix .....	75
4.9.4.1 Nombre Comercial.....	75
4.9.4.2 Estrategia de producto.....	76
4.9.4.2.1 Empaque .....	76
4.9.4.3 Estrategia de Promoción .....	77
4.9.4.4 Estrategia de precio.....	78
4.9.4.5 Estrategia de plaza .....	78
4.9.4.6 Resumen de las Estrategias de Porter .....	78
4.10 Ubicación.....	80
4.10.3.1 Distribución del espacio .....	83
4.11 Proceso Productivo .....	85
4.12 Capacidad Instalada .....	86
4.13 Plan Económico - Financiero.....	88
4.13.1. Inversión Inicial.....	88
4.13.2 Financiamiento de la inversión .....	90
4.13.3 Análisis de costos .....	91
4.13.3.1 Costos fijos .....	92
4.13.3.2 Costos variables .....	92
4.13.3.3 Determinación del margen de contribución .....	93
4.14 Proyección de las ventas.....	93
4.15 Estados financieros proyectados.....	94
4.15.1 Estados Resultado Integral.....	94
4.15.2 Estado de Situación Financiera .....	95
4.15.3 Flujo de Caja proyectado.....	96
4.16 Indicadores Financieros de viabilidad del proyecto .....	96
4.17 Punto de equilibrio.....	98

**5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ..... 100**

5.1 Conclusiones ..... 100

5.2 Recomendaciones ..... 102

**6. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS ..... 105**

**7. ANEXOS ..... 109**

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No 1. Operacionalización de Variables .....	188
CUADRO No 2 Propiedades del Camote .....	21
CUADRO No 3 Cobertura por zona a nivel nacional .....	31
CUADRO No 4 Computas: Características .....	48
CUADRO No 5 Empresa que participan en el mercado de computas.....	71
CUADRO No 6 Precio de las Computas en el Ecuador .....	72
CUADRO No 7 Matriz FODA.....	73
CUADRO No 8 Población por Sexo y por grupos de Edad de Durán.....	82
CUADRO No 9. Fuerzas Localizacionales .....	83
CUADRO No 10 Capacidad Máxima.....	86
CUADRO No 11 Capacidad Real .....	87
CUADRO No 12 Activos Fijos .....	88
CUADRO No 13 Activos Diferidos.....	88
CUADRO No 14 Capital de Trabajo .....	89
CUADRO No 15 Inversión Total .....	89
CUADRO No 16 Financiamiento .....	90
CUADRO No 17 Pagos Anuales del Préstamo .....	91
CUADRO No 18 Costo de Venta de Zanahoria Blanca.....	91
CUADRO No 19 Costo de Venta de Camote .....	91
CUADRO No 20 Costo Fijos.....	92
CUADRO No 21 Costos Variables .....	93
CUADRO No 22 Margen de Contribución .....	93
CUADRO No 23 Proyección de Ventas.....	94
CUADRO No 24 Estado de Resultado Integral Proyectado .....	94
CUADRO No 25 Estado de Situación Financiera .....	95
CUADRO No 26 Flujo de Caja Proyectado .....	96
CUADRO No 27 Cálculo de los ratios financieros .....	98
CUADRO No 28 Cálculo del punto de equilibrio.....	98
CUADRO No 29 Cantidad de computas para el equilibrio.....	99



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No. 1 Zanahoria blanca, principales zonas de producción .....	26
GRÁFICO No. 2 Pregunta 1 .....	53
GRÁFICO No. 3 Pregunta 2 .....	54
GRÁFICO No. 4 Pregunta 3 .....	55
GRÁFICO No. 5 Pregunta 4 .....	56
GRÁFICO No. 6 Pregunta 5 .....	57
GRÁFICO No. 7 Pregunta 6 .....	58
GRÁFICO No. 8 Pregunta 7 .....	59
GRÁFICO No. 9 Pregunta 8 .....	60
GRÁFICO No. 10 Pregunta 9 .....	61
GRÁFICO No. 11 Pregunta 10 .....	62
GRÁFICO No. 12 Pregunta 11 .....	63
GRÁFICO No. 13 Pregunta 12 .....	64
GRÁFICO No. 14 Logotipo y Nombre Comercial de la Empresa .....	75
GRÁFICO No. 15 Estrategias de Porter .....	799
GRÁFICO No. 16 Porcentaje de la Población por Grupo de Edad.....	82
GRÁFICO No. 17 Planos de la empresa propuesta .....	84
GRÁFICO No. 18 Proceso Productivo de la Compota .....	85

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA No. 1 Clases de camote.....	20
FIGURA No. 2 Sectores productivos del Ecuador.....	23
FIGURA No. 3 Camote Amarillo .....	24
FIGURA No. 4 Zanahoria Blanca.....	25
FIGURA No. 5 Planta de camote.....	27
FIGURA No. 6 Etiquetado .....	77
FIGURA No. 7 Mapa de Durán.....	81

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se la desarrolla con la finalidad de implementar una empresa para la fabricación, y comercialización, de compotas de zanahoria blanca y de camote en el cantón Duran, de la provincia del Guayas y, a su vez, la puesta en marcha de la empresa constituye un cambio de la matriz productiva, pero a su vez de la disminución de la desnutrición.

De hecho, la desnutrición es el mayor contribuyente a la gran mayoría de las enfermedades en el mundo, según el Comité de Coordinación sobre Nutrición de la ONU (SCN, por sus siglas en inglés).

La desnutrición a temprana edad causa una reducción en el desarrollo físico y mental durante la infancia. El retraso de crecimiento, por ejemplo, afecta a más de 147 millones de niños en preescolar, en los países en desarrollo, según el quinto reporte sobre la Situación Nutritiva Mundial del SCN. Este mismo reporte muestra que la deficiencia de yodo es la mayor causa, a nivel mundial, de retardo mental y daño cerebral.

La desnutrición también afecta el desempeño académico y estudios y se ha demostrado que a veces causa menos ingresos en la edad adulta. Además, la desnutrición hace que las mujeres tengan bebés con bajo peso al nacer. (OMS<sup>1</sup>)

Adicionalmente, el presente estudio menciona el aspecto social y ambiental, al poner en operación una empresa que fabrique y comercialice coladas envasadas a base de tubérculos; por cuanto la utilización de estos productos, aumenta la nutrición de los niños. Por las razones expuestas se propone como alternativa el uso de coladas envasadas en vidrio por cuanto es un beneficio a temprana edad para los niños que estudian.

La presente tesis está dividida en cuatro capítulos más las conclusiones y recomendaciones, los que se detallan a continuación:

En el capítulo I.- Menciona los antecedentes generales, el planteamiento del problema, la justificación del tema, los objetivos generales y específicos, con sus respectivas variables que intervienen tanto independiente como dependientes

---

<sup>1</sup>Organización Mundial de Salud.

En el capítulo II: Se encuentra fundamentación teórica, sus antecedentes, el marco teórico, el marco legal y el marco conceptual.

En el capítulo III: son los aspectos metodológicos de la investigación, para determinar la demanda y oferta que existe en el país, así como, la demanda insatisfecha, la investigación de mercado, los resultados del mismo.

En el capítulo IV: La propuesta en sí, que abarca desde el estudio técnico y organizacional, permite identificar el tamaño y localización de la planta, la ingeniería del proyecto, la definición, características y composición de los 2 productos a ser fabricado y comercializado dependiendo su capacidad. Adicionalmente la estructura organizacional de la empresa en estudio.

El estudio económico y evaluación financiera; se obtendrán los valores de inversión en activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo, inversión total, financiamiento del proyecto, costos de nacionalización y de importación, costo total y unitario, precio de venta de los 2 productos, la proyección de los ingresos, estado de resultado integral, flujo de caja, punto de equilibrio y análisis de sensibilidad.

Finalmente se incluyen en la investigación, las principales conclusiones y recomendaciones del proyecto en estudio.

# CAPÍTULO I

## PROBLEMA A INVESTIGAR

### 1.1 Tema

Proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

### 1.2 Planteamiento del problema

La enseñanza de una correcta alimentación desde la niñez, con el transcurso del tiempo genera hábitos alimenticios que acompañan al niño durante toda la vida.

De acuerdo a estudios publicados dicha enseñanza se ve dificultada por el cambio en estilo de vida que se observa en tiempos actuales donde las necesidades de un segundo ingreso familiar y el menor tiempo promedio de interacción entre familiares, han obligado que ciertas tareas de la enseñanza de los menores se vea trasladada a las instituciones educativas con resultados mixtos viendo un crecimiento considerable en afectaciones a menores como lo son el sobrepeso e incluso diabetes infantil(psicodiagnosis.es, 2015).

Según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición que analiza los periodos desde el 2011 al 2014 Ecuador registra un 8.6% de niños menores a 5 años con exceso de peso, mientras que en los niños entre 5 y 11 años es del 29.9% y en el caso de los adolescentes es hasta del 26% (Unicef, 2013).

En el país la tasa de mortalidad infantil presenta en los últimos años un registro de 19,06 muertes/1.000 nacimientos, en promedio. Analizando los datos por genero la tasa de mortalidad para los niños es de: 22,37 muertes/1.000 nacimientos y para las niñas 15,59 muertes/1.000 nacimientos. (INDEXMUNDI)

La desnutrición crónica, es la más frecuente de las enfermedades en el Ecuador, donde se registra un número de 371.000 niños menores de cinco años que están con esta enfermedad; y de ese total, unos 90 mil niños la tienen en estado determinado como grave.

En vista de la problemática se han llevado a cabo varias campañas comunicacionales que buscan crear conciencia del tema en la comunidad, adicionalmente el estado ecuatoriano ha realizado grandes esfuerzos en el tema implementando “semáforos de información” en los alimentos procesados y prohibiendo alimentos que superen cierto límite de azúcar, sal o grasa de las vitrinas en bares de colegios (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2014).

Sin embargo, el problema trasciende al hecho de la disponibilidad, volviéndose imperativo que existan mayores opciones en el mercado para una conveniente obtención de alimentos saludables.

A partir de los antecedentes planteados surge la iniciativa de crear una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de coladas, cuya materia prima destacada es la zanahoria blanca y camote por sus altos niveles nutricionales. A través de estos productos se busca brindar una opción saludable como refrigerio para los niños.

Se escoge dichos productos como base de la producción nacional y comercialización interna, por formar parte de la dieta periódica de los ecuatorianos donde cerca del 100% de la producción queda para consumo nacional en el caso de la zanahoria blanca; y una relación de 98% para el consumo interno y 2% en el caso de camote que se exporta como *snack* de sal Gourmet de. (PROEcuador, 2014)

Adicionalmente la selección de los tubérculos (EcuRED, 2014) que se usarán para el procesamiento de compotas se motiva en su aporte nutricional y de beneficios para la salud, ambos contando con importantes aportes en su contenido de minerales esenciales para el cuerpo humano como es el calcio y el potasio, su alto contenido de

vitamina A y C; y su aporte de fibra al proceso digestivo, dichas cualidades combinadas con su capacidad de ser fácilmente digeridas por el organismo humano hacen que su consumo sea altamente recomendado a niños, personas de la tercera edad y convalecientes (Sports and Health., 2015).

Finalmente, la iniciativa propone iniciar su proceso de manufactura en el sector de Durán, por ser un sector de fácil acceso con vías de transporte en buen estado y cercano al mercado de la ciudad de Durán, con una meta de mediano plazo al mercado de la ciudad de Guayaquil, la planta se localizaría en el Km 5.5 de la vía Durán-Bolicho, y la mano de obra será contratada principalmente de personas del sector pertenecientes a la clase económica C+ hasta D, siendo esta el percentil de ingreso más bajo definido por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo (INEC), fomentando de esta manera el desarrollo económico del sector.

### **1.3. Formulación del problema**

¿Es factible una propuesta orientada a la población infantil que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida y que ofrezca una alternativa al mercado de bebidas azucaradas y de bajo aporte nutricional?

### **1.4. Delimitación del problema**

**Campo:** Pequeña y mediana empresa.

**Área:** Economía.

**Aspecto:** Implementación de una empresa fabricación y comercialización de Coladas (compota) preparadas a base de camote y zanahoria.

**Tiempo:** 6 meses

**Tipo de Investigación:** Análisis exploratorio y estudio financiero.

## 1.5 Justificación de la investigación

El presente proyecto de titulación se enmarca en la estrategia de cambio de la matriz productiva del gobierno ecuatoriano ya que la actividad económica propuesta se centra en uno de los principales sectores estratégicos, el de producción nacional (Plan Nacional del Buen Vivir, 2014).

Desde una perspectiva académica a través de la formulación de la propuesta se plantea un modelo de negocios con estructuras administrativas, financieras, operativas y de marketing.

Por otra parte, el aporte social del proyecto será promover el consumo de alimentos saludables entre los niños y adolescentes que se encuentra en una etapa escolar con la finalidad de fomentar la reducción de índices de sobrepeso y diabetes en el país.

Un factor de suma importancia que debe ser considerado es el aporte fundamental de la correcta nutrición para el aprendizaje y la disminución en los menores donde programas que suman en sus esfuerzos la producción de coladas de vegetales han demostrado resultados alentadores entre los cuales están:

- Programa de desayuno escolar: Programa llevado a cabo por parte del Ministerio de educación donde se otorga desayunos que incluyen coladas para los niños de entre 3 a 14 años en las escuelas, el mismo que busca reducir la deserción y aumentar las capacidades de aprendizaje a través de una correcta alimentación.(Ministerio de Educacion , 2014).
- Programa de alimentación CIBV: Proyecto enfocado a niños de 0 años a 2 años con 11 meses donde entre otros servicios se otorga alimentación correspondiente a su etapa de crecimiento y se usa como alternativa válida coladas artesanales, dicho proyecto tiene como finalidad mejorar el Buen Vivir de

las familias usuarias, y evitar problemas de desarrollo en el menor. (Ministerio de Inclusion Economica y Social, 2013)

- Ley de alimentación escolar en Bolivia: Bolivia de manera similar a Ecuador y con el apoyo de la Organización de Alimentos y Agricultura, de las Naciones Unidas ha aprobado la creación de la ley de alimentación escolar universal en Bolivia, en la cual se incluirán los alimentos autóctonos de la región incluidos entre estos coladas de los vegetales de la zona. (FAO, 2015)

Además de esto la propuesta tiene el potencial de crear fuentes de empleo que se rijan bajo las leyes ecuatorianas de trabajo a fin de dar un trato digno y justo de los trabajadores.

El cambio de matriz productiva se centra fundamentalmente en 4 ejes transversales. El primero presente en la diversificación de la producción, enfocado en hacer nuevas industrias y generar nuevos negocios. En este sentido, el Estado ecuatoriano lanzó un programa de incentivos, de 300 millones de dólares, cuya finalidad es apoyar a desarrollar estas nuevas ramas productivas.

Además de este cambio que se genera en el país, posee una considerable producción de vegetales y tubérculos no tradicionales, esto es posible, por la posición geográfica del país y a la existencia de diferentes microclimas que hacen que la producción sea de buena calidad; los vegetales, frutas y tubérculos son productos que se encuentran dentro de esta gama. (SENPLADES, 2012).

Finalmente, es importante resaltar que el desarrollo de iniciativas empresariales es un motor importante de la Economía Ecuatoriana al tener la capacidad de generar ingresos y empleo en zonas vulnerables, dicha potencialidad se manifiesta en índices que afirman que Ecuador es uno de los países con mayor cantidad de emprendimientos por número de habitante de acuerdo al estudio Global Entrepreneurship Monitor GEM Ecuador 2013 (Global Entrepreneurship Monitor, 2013)



En resumen, se lo podría justificar de la siguiente manera:

➤ Ambiental

- Es positivo por lo que las técnicas agroecológicas construyen una alternativa de conservación al medio ambiente y prolongar un equilibrio en los niños.

➤ Social

- En lo social, aporta una educación con respeto y valores y disminuye los niveles de desnutrición de los niños y ayuda a los padres a identificar nuevos alimentos para la familia.

➤ Económico

- Contribuyen al ahorro familiar.
- Desarrollo en mano de obra.
- Desarrollo económico para el sector.

## **1.6 Sistematización de la investigación**

Este trabajo de investigación generará el diseño de un modelo de negocio que permita potenciar este mercado poco explotado como es el de la industria manufacturera de la producción de compotas. Mediante un estudio de mercado que se llevará a cabo a través de encuestas analíticas (las mismas que buscan describir, explicar los porqués de una determinada situación) en el cantón de la ciudad de Durán, revelará detalles de la situación de la demanda, para poder así determinar el estatus del potencial la demanda y por ende el análisis de la situación presente del sector manufacturero de la elaboración de coladas de tubérculos.

Se considera este tipo de metodología ya que permitirá investigar previamente las características de la población, dada la limitada oferta, se efectuará una

investigación de mercado que permitirá conocer cuánta es su capacidad de producción en un lapso determinado y de cuanto consumen periódicamente estos productos.

A través de la interrelación de estos enfoques se constatará si es posible desarrollar un modelo de negocio que permita mejorar la infraestructura de las microempresas manufactureras de coladas, y así satisfacer las necesidades de la demanda local, potenciar su crecimiento para saciar la demanda nacional en el cantón de la ciudad de Durán.

Las encuestas se realizarán en lugares estratégicos donde se encuentra la población de clase socioeconómica baja, media-alta y alta. Es así como se efectuara en lugares como; centros comerciales, supermercados, etc.

La presente propuesta se sistematiza de la siguiente manera:

- ¿Cuál es la factibilidad de mercado de la propuesta?
- ¿Qué necesidades de personal y operación requiere la propuesta?
- ¿Qué estrategia de mercadeo se deberá implementar para el desarrollo de la iniciativa?
- ¿Qué requerimientos financieros tendrá la propuesta?
- ¿Cuáles serán los réditos del proyecto?

## **1.7 Objetivo General de la Investigación**

Analizar la pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

## **1.8 Objetivos Específicos de la Investigación**

- Determinar criterios de factibilidad operativa de la propuesta enfocada en los parámetros de obtención de materia prima, capacidad de producción y

disponibilidad de mano de obra.

- Realizar un estudio de mercado en búsqueda de las preferencias y exigencias del mercado potencial.
- Estudiar financieramente para identificar los costos de producción, operación e inversión para la fabricación del producto a ser comercializado por la iniciativa.
- Diseñar campañas de publicidad y comunicación para la iniciativa propuesta.
- Valorar el impacto de la propuesta y estimar resultados en base a los beneficios sociales obtenidos de la iniciativa propuesta.

### **1.9 Límites de la Investigación**

La presente propuesta se ve delimitada en los siguientes parámetros:

- Delimitación espacial o geográfica: El análisis del mercado objetivo se centrará específicamente en el cantón Guayaquil, particularmente en su zona urbana, adicionalmente se analizará la zona de producción propuesta que estará ubicada en el cantón Durán particularmente por el Terminal terrestre de dicha ciudad.
- Delimitación Temporal: El trabajo de campo, recolección de datos, análisis y la interpretación de la información contenida en el presente proyecto serán llevados a cabo en el primer semestre del año 2015.
- Delimitación conceptual: La presente propuesta analizará al proyecto desde perspectivas de factibilidad financiera y de mercado, limitando sus competencias a dichas áreas de estudio.

## **1.10 Identificación de las Variables**

Las principales variables a analizar en la presente propuesta son:

VARIABLES DE OBJETIVO GENERAL:

- Factibilidad de la propuesta.
- Análisis de demanda Geográfico.

VARIABLES DE OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Requisitos operacionales
  - Personal necesario
  - Equipamiento necesario.
- Análisis financiero
  - Montos de inversión
  - Rendimiento de inversión
  - Tiempo de recuperación de inversión.
- Plan de Mercadeo
  - Estrategia a aplicar en plan de mercadeo.
  - Medios a usar para difusión de mensaje.

## **1.11 Hipótesis Generales y Particulares**

### **1.11.1 Hipótesis General**

La creación de una empresa para la producción y comercialización de compotas a base de zanahoria blanca y camote dirigido al Cantón Durán enfocándose en satisfacer las necesidades de los niños mediante la oferta y distribución de los productos en diferentes puntos de venta.

### 1.11.2 Hipótesis Particulares

- Los niveles nutricionales que poseen la zanahoria blanca y el camote son variables positivas y fundamentales, para que las madres adquieran un producto nutritivo y vitamínico para sus hijos.
- La cantidad de niños y los niveles de desnutrición de los mismos, hace posible de comercializar en volumen estos productos.
- Desde el punto de vista económico, social y financiero resulta viable implementar la empresa y así aumentar el volumen de ventas.

### 1.12 Operacionalización de las variables

**CUADRO No 1.**

**Operacionalización de Variables**

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	FUENTE
Pre-factibilidad económica para la creación de una empresa para la fabricación y comercialización de coladas envasadas a base de zanahoria blanca y camote para el cantón Durán.	Investigación de Mercado	Demanda Insatisfecha	Censo Nacional Población y Vivienda INEC
		Competencia	
		Precio de Insumos	
		Comercialización	
	Análisis Técnico y Comercial	Tamaño Poblacional	Investigación de Mercado
		Localización de la Empresa	Capacidad Instalada
		Canales de Comercialización	
	Pre-factibilidad Financiera	Inversión Ingresos Costos Beneficios	Estudio de Mercado Estudio Técnico
	Evaluación Económica	Rentabilidad Punto de Equilibrio	Estudio Financiero
		TIR	
VAN			

**Elaboración:** Los autores

## CAPÍTULO II

### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 2.1 Antecedentes Referentes

La zanahoria blanca o arracacha está considerada como una de las plantas domesticadas más antiguas del continente americano, pues su gran variabilidad y la existencia de formas silvestres.

No existe un origen exacto que permita identificar de donde proviene la especie, pero algunos estudios indica que en el área de la región andina en América del Sur, esto es: Colombia, Ecuador y Perú, tiene una mayor presencia de esta especie silvestre.

La zanahoria blanca se cultiva por su raíz reservante y al tener almidón muy fino, alto contenido de calcio, vitamina A y niveles adecuados de niacina, vitamina C y fósforo hace que su sabor sea muy agradable y de fácil digestión. Debido a su valor nutricional el consumo de la zanahoria blanca es recomendado en la dieta alimenticia de los niños, ancianos y convalecientes.

En la medicina alternativa es utilizada como antiinflamatorios, antisépticos; diurético, estimulante, antidiarréico, para expulsar la placenta, y para las verrugas de la piel. También es utilizado en las ensaladas, sopas, y coladitas estas últimas de manera artesanal.

Así mismo por el lado del camote (*Ipomoea batatas*) es una de las ocho especies de la sección Batatas nativa que se encuentra presente desde Sudamérica hasta México. Por su parte, O'Brien ubica el origen del camote en el noroeste de Sudamérica, cerca de 3000 a.C. Otros autores (Austin y Seminario) indicaron que la edad es mucho más antigua, puesto que los hallazgos de camotes en la costa de Perú están desde los 8000 a 10000 a.c. Por último Yen argumenta que este tubérculo puede estar entre las primeras plantas domesticadas del mundo.

Existen diferentes tipos de camote, el tipo “amarillo que contiene beta-caroteno mayor que el de la zanahoria; bastan de tres a seis rebanadas de un camote para garantizar la cantidad de vitamina diaria, necesaria para el ser humano. Este alimento sirve como medicamento y está recomendado contra la deficiencia de vitamina A, identificada principalmente en los síntomas de atraso en el crecimiento infantil, piel áspera, ceguera y la úlcera de córnea que puede provocar la pérdida total de la visión. Estos síntomas se observa con mayor frecuencia en la población infantil de las zonas marginales y de mayor pobreza de los países del tercer mundo (Linares, Bye, Ramirez, & Pereda-Miranda, 2008).

**FIGURA No. 1**  
**Clases de camote**



Fuente: [iniap.gob.ec](http://iniap.gob.ec)

Porcada 100 gramos de camote contiene un mayor proporción agua 74%, fibra 1.2%, lípidos 0.2%, proteínas 1.2%, grasas 0.6 g, potasio 385 mg, fósforo 55 mg, carbohidratos 21.5 g, azúcar 9.7 g, almidones 11.8 g, sodio 41 mg, calcio 22 mg, hierro 1 mg; también magnesio, cobre, zinc y cloro. Asimismo, el camote contiene vitamina C 25 mg; vitamina A 667 UI; vitamina B1 0.1 mg; vitamina B2 0.06 mg; vitamina B3 52 mg (Linares, Bye, Ramirez, & Pereda-Miranda, 2008)

## CUADRO No. 2

### Propiedades del camote

ELEMENTO	Cantidad
> Agua	70.0 g
> Carbohidratos	27.3 g
> Proteínas	1.3 g
> Grasas	0.4 g
> Calcio	34.0 mg
> Hierro	1.0 mg
> Fósforo	200 mg
> Vitamina A	500 UI
> Tiamina	0.10 mcg
> Riboflavina	0.05 mcg
> Niacina	0.6 mg
> Vitamina C	23.0 Mcg

Fuente: [ucanr.edu/valor nutricional del camote](http://ucanr.edu/valor_nutricional_del_camote)

En el aspecto nutricional, la edad comprendida desde el nacimiento hasta los 5 años, el niño se encuentra en pleno desarrollo biológico, físico, psíquico, motriz y social. Es decir se producen cambios notables en las magnitudes físicas y en la composición corporal que tienen como base una buena alimentación y nutrición. Si las necesidades nutricionales presentes durante este período de los niños no son satisfechas y/o tiene una alimentación deficiente, el organismo sufre alteraciones bioquímicas y fisiológicas que traen como consecuencias entre otras cosas retardo en el crecimiento, alteraciones cognitivas y una menor capacidad física e intelectual (Organización de Estados Americanos, 2005).

A fin de crecer bien y mantenerse saludables, los niños de corta edad necesitan varios alimentos nutritivos como la carne, el pescado, las verduras, los cereales, los huevos, las frutas y legumbres, así como leche materna. El estómago del niño es mucho más pequeño que el de una persona adulta, y por ello no puede ingerir la misma cantidad de alimentos que un adulto en una sola comida. Sin embargo, sus necesidades energéticas y de crecimiento corporal son mayores (Laboratorios Abbot Nutrition, 2014). Por ello, es importante que los niños se alimenten con frecuencia a fin de satisfacer todas sus necesidades, y más todavía que venga de la naturaleza como son los vegetales y las frutas.



Esto se logra a partir de una alimentación balanceada, caracterizada por ser suficiente, completa, equilibrada, adecuada y variada. La dieta balanceada tiene gran importancia debido a que no existe un alimento que por sí solo sea capaz de suministrar todos los nutrientes que requiere el organismo y en las cantidades necesarias. La llave de éxito de esta dieta descansa en la combinación proporcionada y armónica de los diferentes alimentos portadores de los nutrientes indispensables para el trabajo y funcionamiento del organismo. Para alcanzar el crecimiento y desarrollo normal de los niños de las escuelas de la comunidad en estudio, es necesaria una buena nutrición a base de vegetales, la misma que permite obtener una mayor estatura y un crecimiento más rápido.

Uno de los principales logros del Proyecto de alimentación escolar (PAE) ha sido la promoción de la participación comunitaria alcanzado a lo largo de su historia, a través del mecanismo de las Comisiones de Alimentación Escolar (CAE), integradas por padres, maestros y directores. No obstante, el tipo y grado de participación ha sido diverso según las regiones y las épocas.

La decisión del gobierno de eliminar el almuerzo escolar en 2009 afectó esta variable, ya que estaba en gran medida articulada alrededor de la preparación del almuerzo más que de la colada. La medida resultó además en la desaparición de los huertos escolares que funcionaban en algunas escuelas.

Para el presente proyecto, la participación de las madres será clave, tanto por su aporte en la adquisición de productos frescos para variar la dieta. El desarrollo de la propuesta planteada en el presente trabajo de titulación tomará como referencia a la empresa BioGlow.

BioGlow es una compañía ubicada en los Ángeles, California dedicada a la elaboración de bebidas hechas a base de vegetales, las mismas que aportan con altos niveles nutricionales debido a las propiedades de estos alimentos.

El mercado objetivo de esta empresa, va encaminada a un grupo de personas interesados en el consumo de bebidas saludables.

La comercialización de los productos es a través de un canal de distribución directo, en los puntos de venta y sitio web.

La empresa como estrategia de comunicación utiliza medios BTL tales como anuncios en redes sociales, Youtube y activaciones de marca en centros *fitness*(BIO GLOW, 2015).

Desde el punto de vista del estado ecuatoriano es importante recalcar que las actividades de producción de alimentos frescos, congelados o industrializados forman parte de los Sectores Económicos priorizados por parte de las políticas estatales.

**FIGURA No. 2**

**Sectores Productivos del Ecuador**



Elaboración: Pro Ecuador

Fuente: Código de la producción.

Dicho marco legal pone en consideración los sectores de producción de alimentos frescos, congelados e industrializados como un sector que necesita ser incentivado y productivo por su potencialidad en el desarrollo nacional. (ProEcuador, 2015)

Tomando en consideración el Camote su tamaño, peso y de las partes que compone la planta, se señala a continuación las definiciones, que lo detalla (Santillán, 2013):

**FIGURA No. 3**  
**Camote Amarillo.**



Fuente: <http://nutricampeones.com/camote/>

- a) **Tallo:** De hábito rastrero, color que oscila entre el verde y púrpura, con una longitud de hasta 1 m y una superficie pubescente.
- b) **Hojas:** formas y colores variables, simples, tienen una longitud de 4 a 20 cm, con forma ovalada con un borde entero, dentado, lobulado o partido, y sus colores varían del verde pálido hasta el verde oscuro con pigmentaciones moradas.

- c) **Flores:** similares a copas o campanillas, agrupadas en inflorescencias de tipo racimo, y con variedad de colores que van del verde pálido hasta el púrpura oscura.
- d) **Fruto:** forma capsular, mide entre 3 y 7 mm de diámetro, y contiene de 1 a 4 semillas.
- e) **Semillas:** Miden entre 2 y 4 mm de longitud con formas redondeadas levemente achatadas y cubiertas por una piel impermeable de color castaño a negro.
- f) **Raíz Tuberosa:** parte comestible del tubérculo, con sabor dulce. El color de la cáscara de blanquecino a amarillo y la pulpa oscila entre el amarillo, anaranjado y morado.

En el caso de la zanahoria blanca es una planta herbácea, caulescente, cuya altura se encuentra entre 0,50 y 1,50 metros; sus hojas están compuestas entre 3 a 7 foliolos y pecíolos largos y envainadores. El color de estos están desde: verde, rosado, rojo grisáceo, púrpura; y combinaciones de verde con franjas rosadas, rojo grisáceo con verde, etc. (Mujica, 1990).

**FIGURA No. 4**  
**Zanahoria Blanca**



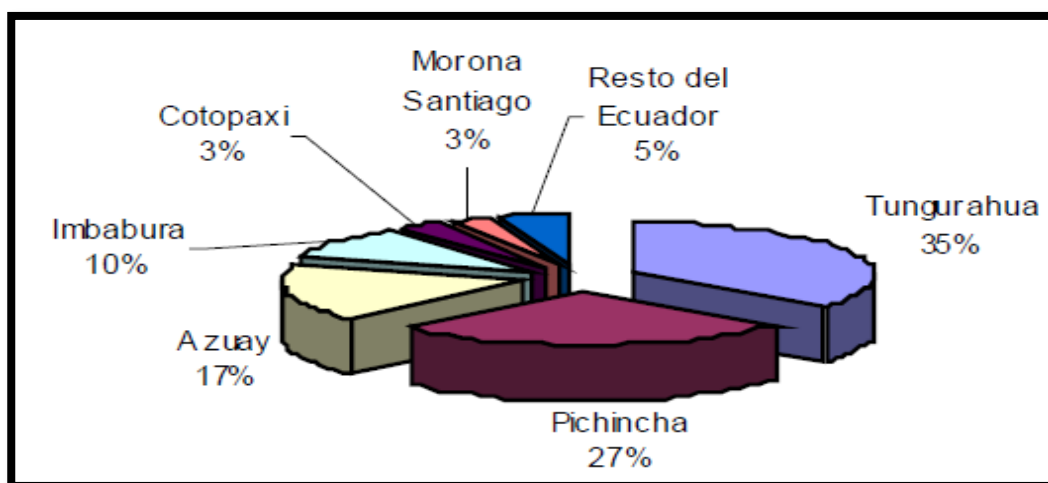
Las inflorescencias son umbelas compuestas, con flores pequeñas de color púrpura intenso o amarillas, cáliz y corola de cinco piezas diminutas. El ovario es ínfero que se desarrolla en un fruta bicarpelar (Castilla, 1984; Mujica, 1990).

Las raíces presentan formas ovoides, cónicas y fusiformes; de color blanco, amarillo y mixturado (blanco o amarillo con púrpura). Su tamaño puede variar de 8 a 20 cm de longitud y de 3 a 8cm de diámetro. La planta puede producir de 3 a 10 o más raíces útiles (Mujica, 1990; Mazón, 1993).

La zanahoria blanca se produce únicamente para el consumo interno del país, ubicándose como zonas de producción las provincias de: Tungurahua (35%), Pichincha (San José De Minas) (27%) y Azuay (17%), el restante 21% se distribuye entre Imbabura (Cotacachi), Cotopaxi, Morona Santiago y el Resto del Ecuador.

### GRÁFICO No. 1

#### Zanahoria blanca, principales zonas de producción



Fuente: SICA, MAGAP, 2000

En el caso del camote, el país se encuentra sobre la línea ecuatorial y goza de toda clase de climas, lo que le permite tener diversidad de cultivos, siendo el camote (*Ipomoea batatas* L.) uno de los cultivos tradicionales explotados en la costa, sierra y oriente.

Crece bien desde 20 a 35 grados centígrados y desde los 100 a 1,000 metros sobre el nivel del mar, a medida que aumenta la altura. El camote es una planta tropical y no soporta las bajas temperaturas. Las condiciones idóneas para su cultivo son una temperatura media durante el periodo de crecimiento superior a los 21° C, un ambiente húmedo y buena luminosidad. La temperatura mínima de crecimiento es 12° C. Soporta bien el calor. Tolera los fuertes vientos debido a su porte rastrero y a la flexibilidad de sus tallos.

En el Ecuador existen 2 variedades de camote, se distinguen dos tipos: morado y amarillo, el primero pertenece a la variedad "Rojo de Málaga" y también la "Ruby", recientemente ensayada en el país. El Camote amarillo tiene menos aceptación que el morado. El color de la pulpa, según sea la variedad, fluctúa desde un amarillo pálido a un amarillo-rojizo intenso.

**FIGURA No. 5**  
**Planta de Camote**



**Fuente:** Propia del proyecto en estudio

## 2.2 Marco Teórico Referencial

En el entorno político dentro del gobierno del presidente Rafael Correa, existe una visión que social, pero a la vez económica hacia la creación de nuevos emprendimientos, apoyando a través de la Economía Popular y Solidaria, dando paso a las microempresas, a través de políticas que evidencian el apoyo a éstas, para el incremento y la sostenibilidad de la producción nacional.

Una de las políticas creadas en donde se evidencia dicho impulso se establece en el Plan del Buen Vivir, con el Objetivo 10 “Impulsar la transformación de la matriz productiva”, meta a seguir, en los próximos 4 años 2013-2017.

ProEcuador<sup>2</sup>, tiene un rol fundamental para la promoción de los productos ecuatorianos en el Extranjero, debido a que promueve las relaciones comerciales en ferias y eventos internacionales, así como también brinda asesoría a actores de la cadena productiva e impulsando la inversión extranjera para la productividad interna.

Otro punto importante que estimula el lanzamiento de nuevos emprendimientos en el país, son los incentivos que se establecen en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) de acuerdo a los artículos 23 y 24, debido a que hacen referencia a la creación de nuevas inversiones en el país. (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad - MCPEC).

El MIPRO (Ministerio de Industrias y de Productividad), a través de la subsecretaría de Mipymes y Artesanías, registró en el año 2013, 472.150 unidades productivas, que generan el 80% del empleo de todo el sector productivo del país, con un crecimiento del 23% en el 2011.

Con estos antecedentes el Gobierno ecuatoriano ha impulsado su inclusión en procesos de contratación pública en beneficio de los pequeños microempresarios y

---

<sup>2</sup> Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones

democratización de los factores de producción a favor de pequeñas unidades productivas, así como su inserción en la política industrial y social con el reconocimiento de las Mipymes como actores relevantes para el desarrollo del país y para la generación de empleo productivo. (MIPRO)

Así mismo este gobierno, ha creado algunos programas de financiamiento para emprendimientos y Mipymes y Pymes como es “Progresar”, proyecto impulsado por la Vicepresidencia de la República, MIPRO y la Corporación Financiera Nacional (CFN), cuyo objetivo, es de entregar créditos a pequeños y medianos emprendedores. (ANDES).

De igual manera, la Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias (Conafips) e Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS), son instituciones creadas para dar impulso a la economía del país, por lo que también apoya a las pequeñas empresas tanto en asesorías como en programas de créditos.

Por último, el MCPEC impulsa la transformación productiva, para generar más igualdad entre los productores de las cadenas de valor, para aportar a la competitividad sistémica y la inclusión solidaria; promover políticas públicas, a fin de articular la acción del Estado en el ámbito de producción, bajo los principios de la economía social, solidaria y sostenible. A continuación se detallan los programas que promueven para este sector microempresarial:

- InnovaEcuador.
- EmprendEcuador.
- CreEcuador.
- InvestEcuador.
- Programa de Desarrollo Productivo Territorial.
- Programa de Formación, Inclusión y Empleabilidad (Jóvenes Productivos, Socio Solidario, etc.).



En el entorno social el Ministerio de Educación, tiene el Programa de Alimentación Escolar (PAE), el cual atiende los 200 días del período escolar con alimentos para los niños de la edad de Educación Inicial (3 a 4 años); y niños y adolescentes (5 y 14 años) de Educación General Básica (EGB) de instituciones educativas públicas, fiscomisionales y municipales de las zonas rurales y urbanas.

El propósito de este Programa es brindar de manera gratuita servicios de alimentación escolar, en respuesta a una política de Estado que contribuye a la reducción de la brecha en el acceso a la universalización de la educación y al mejoramiento de su calidad y eficiencia y que a la vez, mejore el estado nutricional de los estudiantes de las instituciones públicas antes mencionadas de la Educación Inicial y Educación General Básica del país.

El desayuno para Educación Inicial está compuesto de una colada fortificada de sabores y galleta rellena y el refrigerio consiste en 200 ml en envase tetra *brik* de leche de sabores y entera.

El desayuno para estudiantes de Educación General Básica comprende cinco productos: colada fortificada de sabores, galleta tradicional, galleta rellena, barra de cereal y granola en hojuelas, mientras que el refrigerio consiste en 200 ml en envase tetra brik de leche de sabores y entera.

El desayuno escolar, que en muchos de los casos es la primera comida del día, brinda a los estudiantes el 90% de las necesidades energéticas y cubre al 85% el requerimiento de proteína requerida para esa hora del día. (MINISTERIO DE EDUCACION)

El Programa además incorpora una estrategia de inclusión económica y social, que tiene como objetivo dinamizar la economía nacional a partir de la integración de pequeños productores de granola en hojuelas.

Mediante Decreto Ejecutivo Nro. 129 del 22 de octubre de 2013, se crea el Instituto de Provisión de Alimentos, adscrito al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, el que se encarga de la adquisición de los productos de alimentación escolar, su almacenamiento y distribución, y es el Ministerio de Educación el responsable de establecer las necesidades y características de la demanda de la alimentación escolar.

**CUADRO No 3**  
**Cobertura por Zona a Nivel Nacional**

ZONA	DESAYUNO EGB		DESAYUNO Y REFRIGERIO EDUCACIÓN INICIAL		REFRIGERIO EGB		TOTAL PARTICIPANTES		INVERSIÓN ESTIMADA
	Instituciones	Participantes *	Instituciones	Participantes *	Instituciones	Participantes *	Instituciones	Participantes *	
ZONA 1	2.322	222.284	619	22.691	92	31.266	2.489	276.241	\$ 12.707.086,00
ZONA 2	1.065	99.134	446	12.150	2	1.010	1.140	112.294	\$ 5.165.524,00
ZONA 3	2.114	191.162	877	24.963	81	47.897	2.327	264.022	\$ 12.145.012,00
ZONA 4	2.809	251.654	541	22.594	142	57.698	3.059	331.946	\$ 15.269.516,00
ZONA 5	2.963	340.089	566	24.806	143	59.184	3.193	424.079	\$ 19.507.634,00
ZONA 6	1.722	137.610	530	16.135	79	38.377	1.858	192.122	\$ 8.837.612,00
ZONA 7	2.122	151.602	426	15.421	108	42.790	2.276	209.813	\$ 9.651.398,00
ZONA 8	494	150.398	350	23.132	301	96.998	834	270.528	\$ 12.444.288,00
ZONA 9	303	62.583	333	28.939	184	111.851	609	203.373	\$ 9.355.158,00
<b>TOTAL</b>	<b>15.914</b>	<b>1.606.516</b>	<b>4.688</b>	<b>190.831</b>	<b>1.132</b>	<b>487.071</b>	<b>17.785</b>	<b>2.284.418</b>	<b>\$ 105.083.228,00</b>

\* Datos al 3 de marzo del 2015

**Fuente:** Ministerio de Educación (educación.gob.ec),2015

En el Entorno de la Salud dentro del menú semanal para la alimentación de los niños, que se encuentra en el Manual del Ministerio de Salud Pública (2008), establece que a la semana, el niño debe alimentarse con dos porciones de camote. Debido a que, a partir de los cuatro años de edad, el ritmo de crecimiento hasta el inicio de la adolescencia es de unos 2,5 a 3,5 Kg. por año, y la alimentación dentro de las 5 comidas, es importante que se encuentren presentes los tubérculos.

En el entorno de la industrialización según Montaldo citado por Nogara (1999), la zanahoria blanca es un cultivo que ofrece muy buenas perspectivas económicas en los países productores, debido a la excelente calidad de las raíces tuberosas que produce. Su composición química indica que es una raíz con un elevado contenido de almidón

(63,72%) y bajo contenido de grasa y proteína. Por ello, Ramos J. (2005) plantea que su industrialización es muy factible debido a su sabor fino y agradable y a la inexistencia de factores anti-nutricionales.

Se han realizado estudios de la zanahoria blanca donde indica que el contenido de fibra dietética en hojuelas fritas con y sin escaldado, reportan valores que oscilan entre 6.38 y 8.26%, y que presentan buena aceptabilidad. (Noguera Y., 1999).

### **2.3 Marco Legal**

Primero se mostrará los artículos que se encuentran amparados en la constitución, en la soberanía alimentaria, además del Plan Nacional del Buen Vivir y que guardan relación con las compotas o colación de alimentos a base de tubérculos, están presentes en las resoluciones por el Estado, como derechos de la ciudadanía. A continuación se mencionan los siguientes:

Dentro de la Constitución de la República del Ecuador, se encuentra los siguientes artículos, que se encuentran relacionados al proyecto en estudio

**Artículo 13.-** registra las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos: preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El estado Ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

**Artículo 14.-** se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Sumak Kawsay; además declara el interés común.

**Artículo 281.-** la soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente

Por ello será, responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquera nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.
3. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitando la adquisición de medios de producción.

**Artículo 280.-:** el plan nacional de desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados.

**Artículo 337.-** dispone que el estado promueva el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.

A continuación se presenta, los artículos relacionados a la seguridad alimentaria, en la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria<sup>3</sup>, puesto que el proyecto, ayuda a la alimentación y nutrición de los niños; además de ayudar a los agricultores y pequeños empresarios.

Dentro de la ley de fomento a la producción tenemos los siguientes artículos:

---

<sup>3</sup> Conferencia Plurinacional e Intercultural de Soberanía Alimentaria (COPISA).organismo del poder ciudadano instituido por la Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria (LORSA), publicado en el Registro Oficial N° 583, el 5 de Mayo del 2009, y reformado el 27 de Diciembre de 2010.

**Art. 12.Principios generales del fomento.** Los incentivos estatales estarán dirigidos a los pequeños y medianos productores, responderán a los principios de inclusión económica, social y territorial, solidaridad, equidad, interculturalidad, protección de los saberes ancestrales, imparcialidad, rendición de cuentas, equidad de género, no discriminación, sustentabilidad, temporalidad, justificación técnica, razonabilidad, definición de metas, evaluación periódica de sus resultados y viabilidad social, técnica y económica.

**Art. 13.Fomento a la micro, pequeña y mediana producción.** Para fomentar a los microempresarios, microempresa o micro, pequeña y mediana producción agroalimentaria, de acuerdo con los derechos de la naturaleza, el Estado:

a) Otorgará crédito público preferencial para mejorar e incrementar la producción y fortalecerá las cajas de ahorro y sistemas crediticios solidarios, para lo cual creará un fondo de reactivación productiva que será canalizado a través de estas cajas de ahorro;

b) Subsidiará total o parcialmente el aseguramiento de cosechas y de ganado mayor y menor para los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, de acuerdo al Art. 285 numeral 2 de la Constitución de la República;

c) Regulará, apoyará y fomentará la asociatividad de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, de conformidad con el Art. 319 de la Constitución de la República para la producción, recolección, almacenamiento, conservación, intercambio, transformación, comercialización y consumo de sus productos. El Ministerio del ramo desarrollará programas de capacitación organizacional, técnica y de comercialización, entre otros, para fortalecer a estas organizaciones y propender a su sostenibilidad;

d) Promoverá la reconversión sustentable de procesos productivos convencionales a modelos agroecológicos y la diversificación productiva para el aseguramiento de la soberanía alimentaria;

e) Fomentará las actividades artesanales de pesca, acuicultura y recolección de productos de manglar y establecerá mecanismos de subsidio adecuados;

- f) Establecerá mecanismos específicos de apoyo para el desarrollo de pequeñas y medianas agroindustrias rurales;
- g) Implementará un programa especial de reactivación del agro enfocado a las jurisdicciones territoriales con menores índices de desarrollo humano;
- h) Incentivará de manera progresiva la inversión en infraestructura productiva: centros de acopio y transformación de productos, caminos vecinales;
- i) Facilitará la producción y distribución de insumos orgánicos y agroquímicos de menor impacto ambiental.

**Consumo y nutrición: Art. 27. Incentivo al consumo de alimentos nutritivos.**

Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y malnutrición, el Estado incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos, y la coordinación de las políticas públicas.

**Art. 28. Calidad nutricional.** Se prohíbe la comercialización de productos con bajo valor nutricional en los establecimientos educativos, así como la distribución y uso de éstos en programas de alimentación dirigidos a grupos de atención prioritaria.

El Estado incorporará en los programas de estudios de educación básica contenidos relacionados con la calidad nutricional, para fomentar el consumo equilibrado de alimentos sanos y nutritivos.

Las leyes que regulan el régimen de salud, la educación, la defensa del consumidor y el sistema de la calidad, establecerán los mecanismos necesarios para promover, determinar y certificar la calidad y el contenido nutricional de los alimentos, así como también para restringir la promoción de alimentos de baja calidad, a través de los medios de comunicación.

Dentro del ámbito legal para la empresa en estudio, se necesita obtener permisos legales, contables y de sanidad que deben ser obtenidos, antes que opere las actividades económicas.

El proyecto en estudio, de acuerdo a la actividad que desarrollará, se determina que es una empresa fabricante de coladas a base de tubérculos, definiendo como su principal actividad la producción y comercialización de productos terminados de coladas de zanahoria blanca y camote en la cual interviene intermediarios que son el productor de la materia prima o tubérculo y los canales de comercialización de productos de consumo masivo o *retails*.

El capital con que la empresa empezará sus operaciones será totalmente privado, por ello el proyecto en estudio será denominado como empresa privada.

Para constituir la empresa de responsabilidad limitada se debe seguir los siguientes pasos los cuales son:

1. Aprobación del NOMBRE o RAZÓN SOCIAL de la empresa, en la Superintendencia de Compañías.
2. Apertura de una cuenta de integración del capital, en cualquier banco de la ciudad, si la constitución de monetario.
3. Elevar Escritura Publica La Minuta de Constitución de la compañía en cualquier notaría.
4. Presentación de 3 ejemplares de la Escritura Pública de Constitución con oficio dirigido a la Superintendencia con la firma de un abogado solicitando la aprobación del trámite incluyendo número de cédula, dirección de estudio jurídico y número de teléfono.
5. La Superintendencia de Compañías en el transcurso de 3 días hábiles como máximo le puede responder Oficio:
  - Cuando hay algún error en la escritura.

- Cuando por su objeto debe tener afiliaciones previas, tales como:

Cámara de la Minera, Agricultura, Pequeña Industria, Turismo, etc.

- Cuando por su objeto debe tener permisos previos tales como:

Consejo Nacional de Tránsito, Ministerio de Gobierno, etc.

#### Resolución

- Para continuar en el proceso de producción.

6. Debe publicar el Extracto en un periódico de amplia circulación en el domicilio de la empresa por un solo día (Se recomienda comprar 3 ejemplares de la publicación: uno para Registro Mercantil, otro para la Superintendencia de Compañías y otro para la Empresa)

7. Debe sentar razón de la resolución de constitución en la Escritura, en la misma notaría donde obtuvo las escrituras.

8. Debe obtener la patente Municipal (este requisito no es obligatorio) en la constitución de la empresa, pero sí lo es para el giro social, (es decir cuando empiece a funcionar).

9. Afiliarse a la Cámara de Producción que corresponda, de acuerdo al objeto social de la compañía Cámara de Comercio, De Industriales, Agricultura, etc.

10. Debe inscribir las escrituras en el Registro Mercantil, para ello debe presentar las escrituras con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías ya sentada razón por la notaría, publicación original del extracto y certificado original de la Cámara de la Producción correspondiente.

11. Debe inscribir los nombramientos del Representante Legal, Administrador de la Empresa, para ello debe presentar Acta de Junta General en donde nombran al representante legal y administrador y nombramientos originales de cada uno.

12. Debe presentar en la Superintendencia de Compañías:



- Escritura con la respectiva Resolución de la Superintendencia de Compañías inscrita en el Registro Mercantil.
- Periódico en el cual se publicó el extracto (un ejemplar)
- Copias simples de los nombramientos inscritos en el Registro Mercantil del Representante Legal y administrador.
- Copias simples de la cédula de ciudadanía o pasaporte del Representante Legal o Administrador.
- Copias simples del certificado afiliación a la respectiva Cámara de la Producción.
- Formulario del RUC lleno y firmado por el representante legal.
- Copia simple de pago de agua, luz o teléfono.

13. La Superintendencia de Compañías después de verificar que todo este correcto, le entrega al usuario:

- Formulario del RUC.
- Cumplimiento de Obligaciones y Existencia Legal.
- Datos Generales.
- Nómina de Accionistas
- Oficio al Banco para retirar los Fondos de la Cuenta de Integración de capital.

14. Obtención del RUC en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

15. Registro de la empresa en Historial Laboral del IESS.

Para la constitución de la empresa en el país existen 5 especies de compañías de comercio las cuales se encuentran regidas por la Ley de Compañías y son:

- Compañía en nombre colectivo
- Compañía en comandita simple y dividida por acciones.

- Compañía de responsabilidad limitada
- Compañía anónima
- Compañía de economía mixta.

Para el proyecto en estudio se ha determinado una Compañía de Responsabilidad Limitada, la misma que cumpliendo con las formalidades requeridas se registrará en la Superintendencia de Compañías.

Una compañía de responsabilidad limitada es la que contrae como mínimo tres y máximo quince personas, caso contrario no podrá funcionar como tal. Además puede realizar toda clase de actos civiles o de comercio, y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, exceptuando operaciones de bancos, seguros, capitalizaciones y ahorro. Y comienza a existir el día de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

El capital de la compañía será integrado por las aportaciones de los socios, y no será menor a 400 USD (monto fijado por la Superintendencia de Compañías). Y al constituirse la compañía este capital deberá estar íntegramente suscrito y pagado por lo menos en el 50% de cada participación, y el saldo del capital deberá ser cancelado en un plazo no mayor a 12 meses, contados desde el día de constitución de la compañía.

Las aportaciones de los socios pueden ser en numerario, y en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la empresa.

En las ordenanzas municipales una vez constituida la compañía es necesario que para dar su Giro Social, es decir, empiece a funcionar debe cumplir con ciertos requisitos los cuales son:

Para el registro y creación del Registro Único de contribuyentes (RUC): es el punto de partida para el proceso de la administración tributaria. El RUC constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias.

Se encuentran obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que inicien o realicen actividades económicas en forma

permanente u ocasional que sean titulares de bienes o derechos que generen ganancias, beneficios, remuneraciones, y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

Los requisitos para inscribir la empresa en estudio son:

- Formulario RUC – 01 – A y RUC – 01 – B, suscritos por el representante legal.
- Original y copia o copia certificada de la escritura pública de constitución o domicilio inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
- Copia de cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.
- Original del certificado de votación.
- Planilla del servicio eléctrico, telefónico, agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.
- Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior.

Los trámites los deberá realizar el representante legal, el agente de retención o el liquidador designado de la sociedad, si este no lo puede realizar, podrá autorizar a una tercera persona mediante una carta simple de autorización en la que se faculte a realizar estos trámites según los requisitos antes mencionados.

El plazo para inscribirse es de treinta días contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

Los permisos de funcionamiento al ser una empresa de Alimentos procesados se debe obtener el permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública. Los requisitos se presentan a continuación:

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Plano del establecimiento a escala 1:50 7.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Los requisitos para el permiso de funcionamiento en el Cuerpo de Bomberos de Durán son:

- Informe del Inspector.
- Copia de la cédula del Representante Legal
- Copia de la Patente actual
- Copia del Ruc.

Los requisitos que se necesita para inscribir a la empresa en la Cámara de Comercio son los siguientes:

## Personas Jurídicas

- Llenar la solicitud de afiliación.
- Fotocopia simple de la escritura de constitución de la empresa.
- Fotocopia de la resolución de la Superintendencia de Compañías. En caso de bancos o instituciones financieras, la resolución de la Superintendencia de Bancos y, en caso de sociedades civiles o colectivas, la sentencia del juez.
- Fotocopia de la cédula o pasaporte del representante legal.

Adicionalmente a la presentación de estos documentos se debe cancelar la cuota de inscripción el cual varía dependiendo el valor del capital suscrito en las escrituras de constitución, este pago debe realizarse en efectivo o con cheque certificado.

Luego de ser revisada en Afiliaciones, la documentación es ingresada al sistema.

Cuando el solicitante realiza el pago, queda inscrito como socio activo. Las personas jurídicas reciben un certificado de afiliación que les permite inscribirse en el Registro Mercantil.

Para que la empresa pueda ser inscrita se necesita los siguientes documentos:

- Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias).
- Pago de la patente municipal.
- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.

**Inscripción de Registro Sanitario de Alimentos Procesados (Fabricación Nacional):** De acuerdo al Registro Oficial nº 896, expedido el 21 de febrero del 2013, ahora quien otorga el registro sanitario es la recién creada Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (INSPI).

**Art.13.-**Para obtener el Registro Sanitario por producto, para alimentos procesados nacionales, el interesado ingresará el formulario de solicitud a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE). Al formulario de solicitud señalado se anexarán en formato digital los siguientes documentos:

1. Declaración de que el producto cumple con la Norma Técnica nacional respectiva, con nombre y firma del responsable técnico. En caso de no existir la norma técnica nacional se deberá presentar la declaración basada en normativa internacional, o en su defecto especificaciones del fabricante;
2. Descripción general del proceso de elaboración del producto, con nombre y firma del responsable técnico;
3. Diseño de la etiqueta o rótulo del producto, ajustado a los requisitos que exige el “Reglamento de Alimentos” y el “Reglamento Técnico Ecuatoriano (RTE INEN 022) sobre Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano” y normativa relacionada. Los valores de la tabla nutricional deberán sustentarse con el reporte del laboratorio acreditado por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano, OAE, o con el emitido por el laboratorio de la planta procesadora de alimentos, si cuenta con Certificado BPM;
4. Declaración del tiempo de vida útil del producto, indicando las condiciones de conservación y almacenamiento del mismo, con nombre y firma del responsable técnico, sustentado en la ficha de estabilidad;
5. Especificaciones físicas y químicas del material de envase, bajo cualquier formato emitido por el fabricante o distribuidor;
6. Descripción del código de lote, suscrito por el técnico responsable; y
7. Contrato de elaboración del producto y/o convenio de uso de marca, cuando aplique.

**Art.14.-**Para productos orgánicos, además de los documentos previstos en el artículo 13 de este Reglamento, se presentará la Certificación otorgada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

## 2.4 Marco Conceptual

**Colada:** Especie de mazamorra hecha con harina, agua o leche endulzada con azúcar.

**Camote:** El camote, batata, boniato, chaco o papa dulce, *apichu* (quechua); es una planta cultivada por su raíz tuberosa comestible. Es una raíz reservante con alta concentración de azúcares, caroteno y provitamina A.

Originario de los trópicos de América Central y Sudamérica, ha sido domesticado y cultivado desde hace más de 5.000 años en el departamento de Ayacucho (Perú), habiéndose hallado representaciones de camote en numerosos ceramios precolombinos y restos de las raíces tuberosas en algunas tumbas. El camote llegó a Europa en el siglo XVI y se ha difundido ampliamente en todo el mundo.

Además de ser un implacable enemigo del hambre, el camote es sobre todo una raíz con enorme potencial nutritivo y medicinal, debido a la gran presencia en él de vitaminas, proteínas y minerales.

Como se dijo anteriormente, entre las principales vitaminas que contiene se encuentra la vitamina A, razón por la que éste tubérculo es enormemente apreciado en el mundo, pues es la especie que posee mayor cantidad de esta vitamina. Esto explica también el hecho de que su consumo se haya generalizado en la mayoría de los países en desarrollo, a tal punto, que su consumo ha permitido atacar frontalmente a la ceguera infantil que todavía afecta a más de 2,5 millones de niños en el mundo.

Otra característica importante del camote es la presencia de Vitamina C, sustancia orgánica imprescindible para el crecimiento y reparación de los tejidos, al igual que para la cicatrización de heridas y el mantenimiento de los cartílagos, huesos y dientes. La presencia de Potasio es también importante de resaltar en esta especie, además de una considerable cantidad de Hierro, Almidón, Sodio y Ácido fólico, entre otras.

Es esto último lo que hace que ésta especie sea recomendada para las mujeres en estado de gestación, en caso que estas no puedan consumir pastillas de ácido fólico o complementos nutricionales. El follaje también contiene carbohidratos, proteínas y celulosa. Las raíces poseen alto contenido de calcio, fósforo, carbohidratos, entre otros elementos.

El camote/boniato es un alimento reconocido por su eficacia en la lucha contra la desnutrición debido a sus características altamente nutritivas, facilidad de cultivo y productividad.

Dentro de estudios encontrados con alimentos andinos el más relacionado es la evaluación de la digestibilidad del camote y su efecto sobre la digestibilidad de alimentos comerciales usados en la alimentación de humanos y de animales, los resultados obtenidos indican que la digestibilidad de la materia seca se incrementó cuando se incrementó el camote en la ración (Matute et al, 2003).

**Zanahoria blanca:** La zanahoria es una verdura que aporta muchísimos beneficios a la salud, ayuda a retrasar el envejecimiento gracias a su alto contenido en antioxidantes y betacaroteno. También debido a sus elevados niveles de betacaroteno ayuda a mejorar la vista y a evitar la ceguera.

Esta verdura que es considerada como un elixir de la juventud, también ayuda a expulsar los cálculos biliares. Es excelente para eliminar las toxinas del organismo.

Aunque es sabido que son muchos sus beneficios los científicos no se cansan de estudiarla.

Estudios recientes demuestran que la zanahoria posee un compuesto esencial que ayuda a prevenir el cáncer. Los resultados de estudios recientes demostraron que una toxina natural llamada falcarinoles capaz de reducir en un tercio los riesgos de desarrollar cáncer.

El siguiente paso será determinar qué cantidad de falcarinol es necesaria para poder prevenir el cáncer.



La zanahoria también posee ácido fólico que es indispensable para prevenir la anemia y ayuda a reducir el riesgo de presentar enfermedades cardiovasculares.

Este maravilloso tubérculo es rico en vitamina B3 que es indispensable para el buen funcionamiento del sistema digestivo y del sistema nervioso.

**Snack:** Terminología anglosajona para referirse a un bocado de comida o un alimento a ser consumido entre comidas.

**Sistema operacional:** Conjunto de procesos para el desarrollo de una actividad determinada.

**Socio económico:** Medida de estatus económico y social determinado por la preparación laboral y remuneración de un individuo.

**La nutrición:** La nutrición es la ciencia de los alimentos, nutrientes y otras sustancias indispensables para la vida, que producen energía y elementos necesarios para las diversas fases que tienen todo ser viviente en el transcurso de su vida.

La nutrición es un factor importante para poder crecer bien, tener energía y al mismo tiempo optar por una buena salud.

En los niños una nutrición adecuada les asegura un crecimiento y desarrollo de sus facultades físicas e intelectuales. En la etapa escolar es cuando el niño necesita una mayor cantidad y variedad de alimentos, que le permitan tener un desarrollo normal en la vida.

Existen varios estudios donde se señala: que es válida la sustitución parcial de harina de trigo, por dos tipos de harina de zanahoria blanca (*Arracacia xanthorrhiza*), en la calidad de la pasta, puesto que influye en la calidad de la cocción de la pasta; a mayores porcentajes de sustitución, disminuye el tiempo de cocción y el grado de aceptación de la pasta e incrementa el porcentaje de hinchamiento y el grado de desintegración (Martínez, 2011).

Así también la producción y comercialización de papillas a base de zanahoria blanca, por ser un producto que complementa adecuadamente la nutrición de bebés (Rivera et al., 2012).

Este tubérculo tiene un potencial para ser usada en múltiples preparaciones, aunque todavía no se aprovechan todas las posibilidades que puede ofrecer y estar incluida en la alimentación de niños y enfermos en forma de harina, sémola o como almidón. (Medina, 2010).

En los almidones de zanahoria blanca, tienen un mayor coeficiente de digestibilidad que son útiles para conseguir un mejor aprovechamiento del polisacárido en dietas de niños y ancianos (Barrera et al., 2004).

Un niño bien nutrido va a tener mayor ventaja tanto mental como física y sobretodo un buen aprendizaje.

**Lonchera y Colación:** En la lonchera de un niño se envían alimentos nutritivos y naturales, evitando el consumo de dulces (comida chatarra), deben ser seleccionados y preparados en casa, tales como yogurt, leche, huevo, carne, entre otros.

**Definición de compotas:** Son especialmente elaboradas a partir de cualquier tipo de fruta y van dirigidas primordialmente a niños y adultos mayores de edad. A continuación, la definición, características, usos y un sondeo del mercado de las compotas.

Como definición se puede decir que es un producto preparado con un ingrediente de fruta (fruta entera, vegetales, tubérculos, trozos de fruta, pulpa o puré de fruta, zumo de fruta o vegetales concentrado), mezclado con un edulcorante, carbohidrato, con o sin agua y elaborado para adquirir una consistencia adecuada.

Las características de una compota dependen del tipo de fruta, vegetal que se va a usar como insumo principal. Por lo general, estos productos envasados o coladitas

son de consistencia viscosa o semisólida, con color y sabor típicos de fruta o vegetal la que la compone.

De esta manera específica, las compotas de zanahoria blanca y de camote serán blancas y moradas respectivamente, con viscosidad aceptable la cual no incite a la masticación por los niños que acuden a las escuelas.

#### CUADRO No 4

##### Compota: Características

REQUISITOS	UNIDAD	MÍNIMO	MÁXIMO	MÉTODODE
				ENSAYO
Sólidos Totales	g/100g	15	-	INEN14
VitC	mg/100g	30	-	INEN384
Ph		-	4,5	INEN389
Sal(NaCl)	mg/100g	-	-	INEN51
Vacío	KPa	60	-	INEN392
Contenido Calórico	J/100g	-	420	-

Fuente: Escuela Politécnica Superior del Litoral (ESPOL) 2002

**Mercado Mundial de Compotas:** A nivel mundial existen varias marcas de compotas de frutas y vegetales que generalmente son distribuidas en grandes locales y superficies, sin embargo se presenta a continuación las marcas más sobresalientes y que por lo general son estadounidenses, las cuales son: Beechnut, Gerber, Earth's Best, Heinz, y Organic Baby.

Para el año 2000, Gerber mantenía una participación del 70% del mercado, Beechnut 13%, Heinz un 11% del total de la industria de alimentos para niños y bebés.

En su mayoría, las compotas son distribuidas en farmacias, tiendas y supermercados. Las marcas antes mencionadas ofrecen alimentos en coladitas envasadas para diferentes etapas del desarrollo de los niños y principalmente bebés.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3. Antecedentes**

La ejecución del proyecto en un periodo de tiempo determinado está sujeta a un estudio del mercado previa, el cual busca probar que existe un número suficiente de consumidores o usuarios, que cumplen con los requisitos para constituir una demanda que justifique la implementación del presente proyecto y, además, permita establecer la capacidad que se requiere para la adecuada comercialización de un producto casero hacia el consumidor y la estimación de la demanda potencial que estaría dispuesta a consumir los productos a determinados precios.

#### **3.1 Métodos de Investigación**

La investigación del proyecto será a través de un método exploratorio, en el cual se estima recolectar las percepciones de los potenciales clientes respecto al producto. Además se empleará el método descriptivo, el mismo que a través de datos numéricos busca concluir con las hipótesis relacionadas a los objetivos de investigación, a través de una descripción, visualización y resumen de datos originados a partir de los fenómenos de estudio. Los datos pueden ser resumidos numérica o gráficamente.

#### **3.2 Población y Muestra**

La población está compuesta por el número total de elementos del Universo, el mismo que es la ciudad de Guayaquil con una cantidad de 3.645.483 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015).

### Definición de la muestra

- Unidad de muestreo: Hombres y mujeres, padres de familia que viven en la ciudad de Guayaquil.
- Alcance: Ciudad de Guayaquil.
- Tiempo: La duración de recolección de datos es de 30 a 45 días.

La muestra será determinada a través de la fórmula de población infinita (mayor a 100.000) con un margen de error del 5% y 95% de confianza, bajo condiciones de muestreo probabilístico (Correa, 2011).

### **Fórmula de muestreo aleatorio simple**

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

Elaborado por: Los Autores

Fuente: (Correa, 2011).

Datos:

Obtención de la muestra:

e = 0.05

P = 0.5

Q = 0.5

Z = 1.96

$$n^1 = \frac{(P)(Q)(Z^2)}{e^2} = \frac{(0.5)(0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$n^1 = 384$$

### **3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

La elección de los elementos se determinó basándose en la decisión de dirigir las encuestas, el cual es un instrumento de investigación, de un conjunto de preguntas normalizadas y dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. En este caso será personas naturales previamente localizadas para realizar el estudio, consideradas como sujetos tipos, se estableció un número de 384 personas a las que se encuestaron una por sesión, todos los consumidores que adquieran este producto. Fue de gran ayuda, la del personal que trabaja en los principales centros comerciales de la ciudad de Guayaquil.

### **3.4 Diseño de la Encuesta.**

Para la elaboración del siguiente cuestionario se estructura las preguntas bajo dos enfoques, la primera se refiere a los datos relacionados al perfil del encuestado es decir, conocer datos generales como el género, ingresos económicos, ocupación, etc. y por otra en su segunda parte del cuestionario consta de 7 preguntas relacionadas con el conocimiento de las coladas hechas a base de frutas y vegetales y de las necesidades no atendidas y/o los atributos que ven en este producto que forman parte de las preferencias del consumidor hacia el camote y la zanahoria blanca, las diferentes propiedades y características que despierta este producto.

En el anexo 3.1 se presenta el modelo del cuestionario que se utilizó para llevar a cabo las encuestas a los consumidores que en este caso son los sujetos tipos para el estudio, la encuesta se la realiza en el idioma español.

### **3.5 Tratamiento a la información – procesamiento y análisis.**

La información cuantitativa recolectada de las encuestas será tabulada en el sistema estadístico Excel para posteriormente realizar el respectivo análisis y presentación de informes.

### **3.6 Presentación de Resultados**

Los resultados de la investigación serán presentados a través del uso de tablas de frecuencia explicativas y de manera gráfica con la utilización de Histogramas, gráficos de sectores y de barras.

La encuesta fue realizada en el Mes de agosto del 2.015 se notó varios factores que se muestran en los gráficos de acuerdo a las variables más importantes que los clientes buscan a la hora de consumir coladas hecha de vegetales.

Antes de la presentación de los resultados, es importante mencionar que el muestreo siendo no probabilístico es a su vez estratificado y conglomerado, esto significa que no solamente se estudió a una sola población de la ciudad de Guayaquil sino de varias poblaciones de diferentes estratos que se encuentran en distintos puntos geográficos de la ciudad.

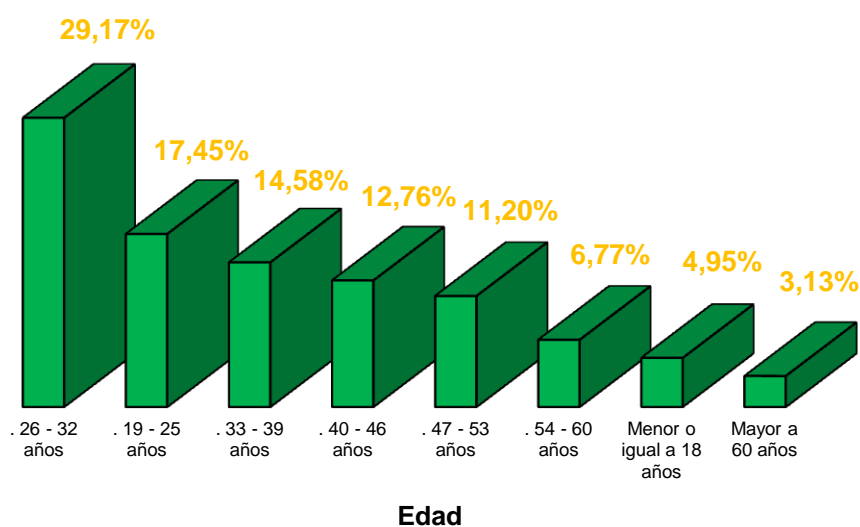
Veamos el análisis de las preguntas que se realizaron en la encuesta, de acuerdo a lo que se ha venido mencionando en la propuesta inicial:

## Caracterización de los Encuestados

### GRÁFICO No. 2

#### Pregunta 1

#### Edad de los Encuestados



**Fuente:** Encuesta aplicada en el proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

**Elaboración:** Los autores

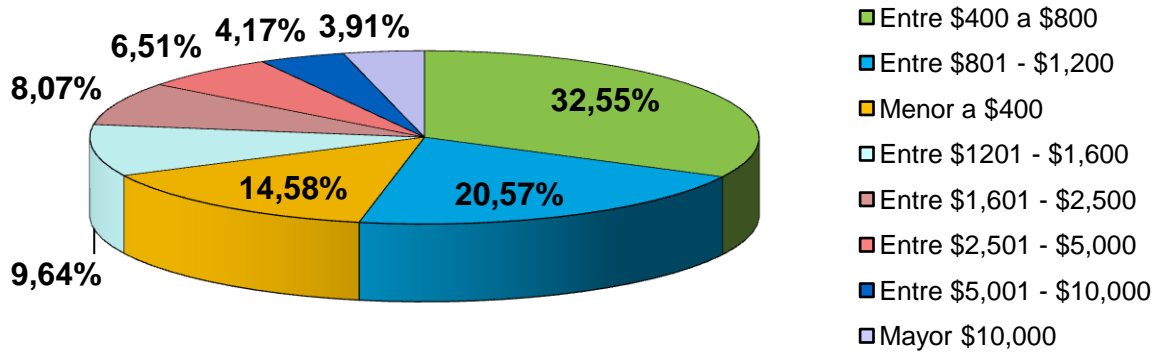
La primera característica, se investiga, es el nivel de edad de los encuestados, en su gran mayoría son jóvenes y adultos que oscilan entre 26 a 32 años como el que más prevalece en un (29.17%), posteriormente le sigue las edades comprendidas entre los 19 a 25 años en un (17.45%), posteriormente en un tercer grupo representativo se encuentran los adultos de las edades comprendidas entre 33 y 39 años con un (14,58%).



### GRÁFICO No. 3

#### Pregunta 2

## Ingreso Económico Mensual



**Fuente:** Encuesta aplicada en el proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

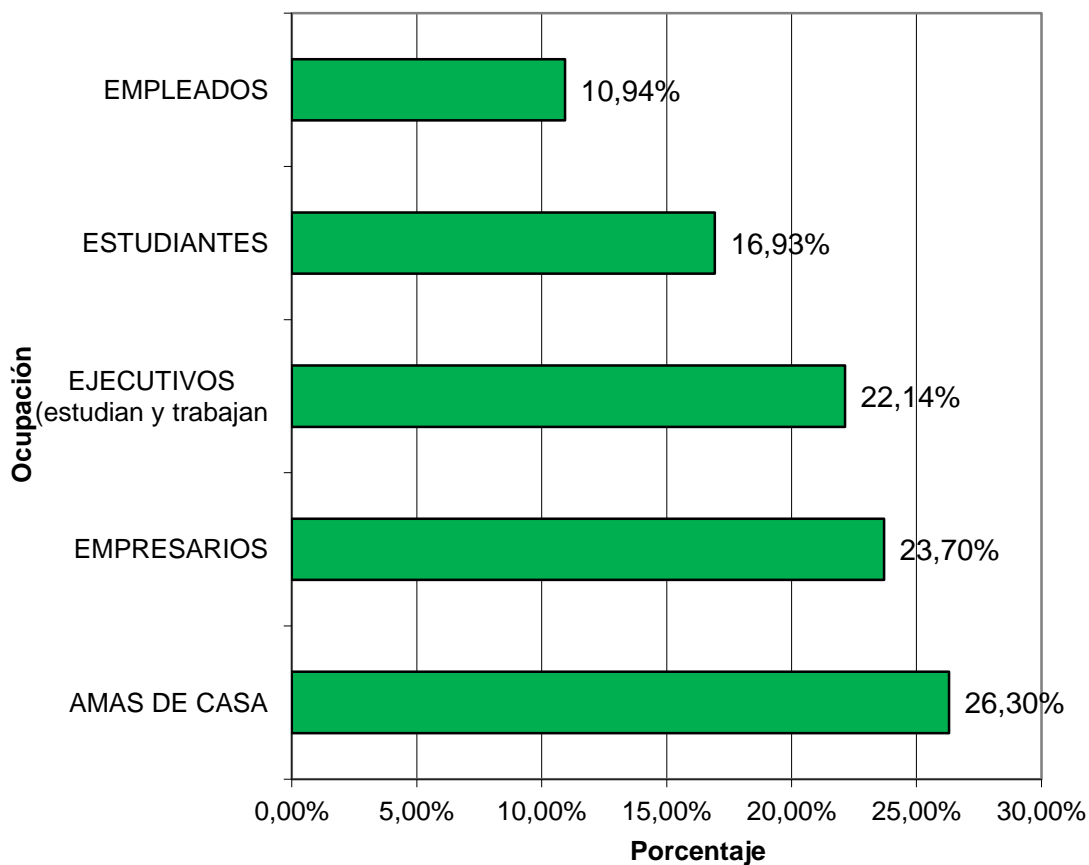
**Elaboración:** Los autores

En la segunda característica socioeconómica, la cual es el ingreso económico mensual que perciben los encuestados, se observa en el gráfico 4.3, donde se demuestra que en un(32,55%) el poder adquisitivo se encuentra entre \$400 y \$800 dólares, seguido muy de cerca de las personas que tienen un ingreso entre \$801 y \$1200 con el (20,57%) del total de los encuestados.

## GRÁFICO No. 4

### Pregunta 3

#### Ocupación de los Encuestados



**Fuente:** Encuesta aplicada en el proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

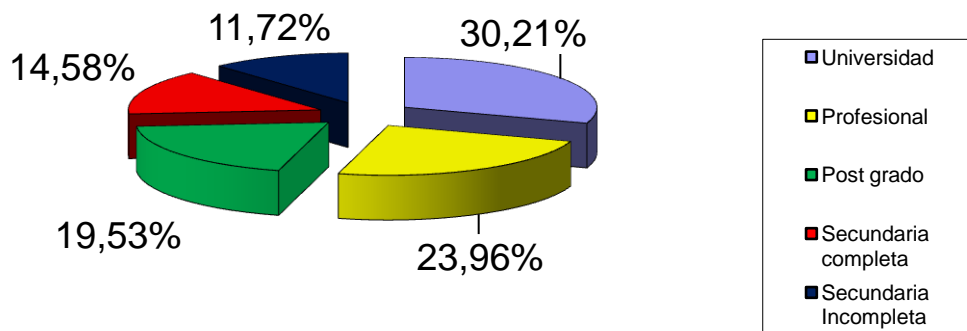
**Elaboración:** Los autores

En el gráfico precedente, se observa que el mayor número de personas tienen la ocupación son las amas de casa con el (26.30%), seguido muy de cerca del grupo de los empresarios de alguna institución, en un (23.70%) y el tercer grupo con menor fuerza son los ejecutivos en un (22.14%), estos últimos son estudiantes de universidad que a la vez trabajan.

## GRÁFICO No. 5

### Pregunta 4

### Nivel de Estudios



**Fuente:** Encuesta aplicada en el proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

**Elaboración:** Los autores

Por último, dentro de las variable socioeconómicas, se encuentra en nivel de estudios, que tiene cierta relación con la pregunta anterior, ya que el grupo que predomina, es el de las personas que se encuentran en el nivel de estudios de universidad en un (30,21%), posteriormente en menor cuantía, pero siendo el segundo grupo de mayor fuerza, se encuentran los profesionales en (23,96%), seguido muy de cerca de postgrado con el (19,53%).

## GRÁFICO No. 6

### Pregunta 5



**Fuente:** Encuesta aplicada en el proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

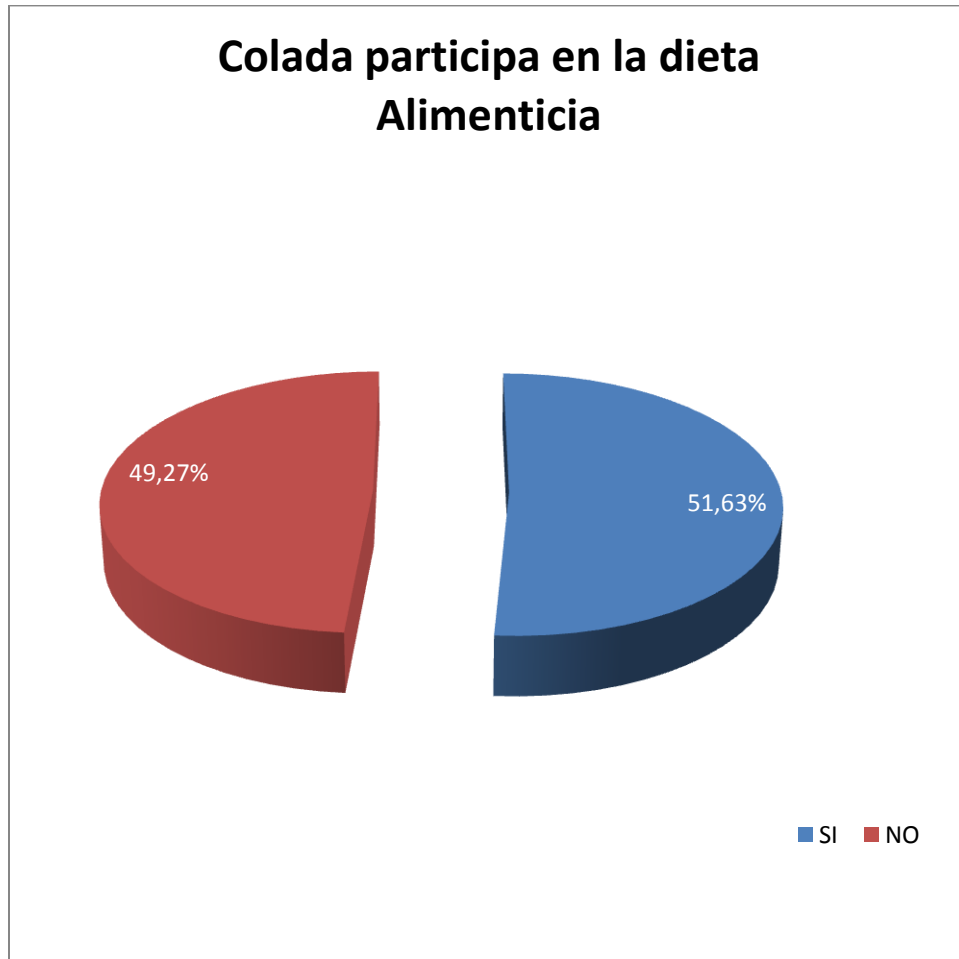
**Elaboración:** Los autores

Mediante el gráfico realizado se puede observar que del total de personas encuestadas el 50.81% corresponden al género femenino mientras que el 49.19%; esto indica una diferencia de 1.62% a favor de mujeres encuestadas.

## Percepción de los Encuestados

### GRÁFICO No. 7

#### Pregunta 6



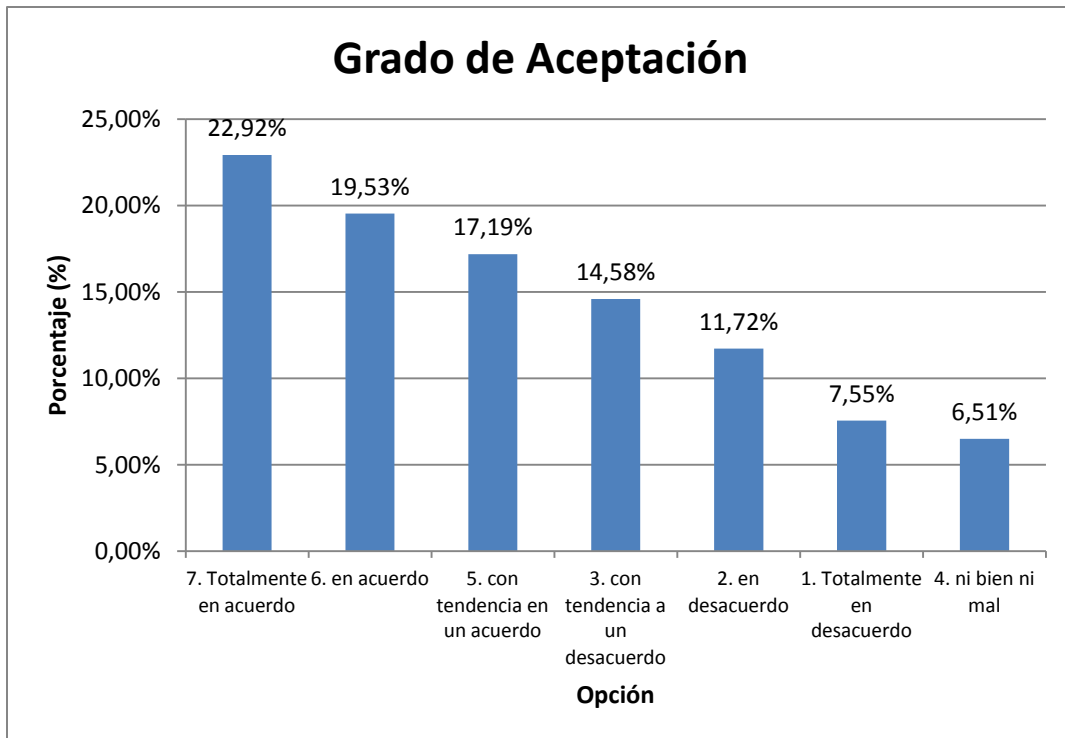
**Fuente:** Encuesta aplicada en el proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

**Elaboración:** Los autores

El gráfico refleja que un poco más de la mitad (51.63%) de las personas consideran a las coladas dentro de su dieta alimenticia, sin embargo un 49,27% no la considera por falta de conocimiento de sus propiedades nutricionales.

## GRÁFICO No. 8

### Pregunta 7



**Fuente:** Encuesta aplicada en el proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

**Elaboración:** Los autores

Con respecto, a la séptima pregunta, se observa que el 22.92% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con la idea de adquirir las coladas artesanales en base a vegetales, el 19.53% se encuentra en acuerdo, el 17.19% se muestran casi convencidos con la idea. En cuanto a aquellos que no están de acuerdo y tienen tendencia a un desacuerdo en total se tiene un 19.27% de personas, se puede también apreciar una respuesta prácticamente nula para aquellos que no están totalmente de acuerdo y aquellos que les es indiferente dicha idea (6.51%), en esta parte se concluye que la mayoría les agrada y están convencidos con la idea del proyecto.

## GRÁFICO No. 9

### Pregunta 8



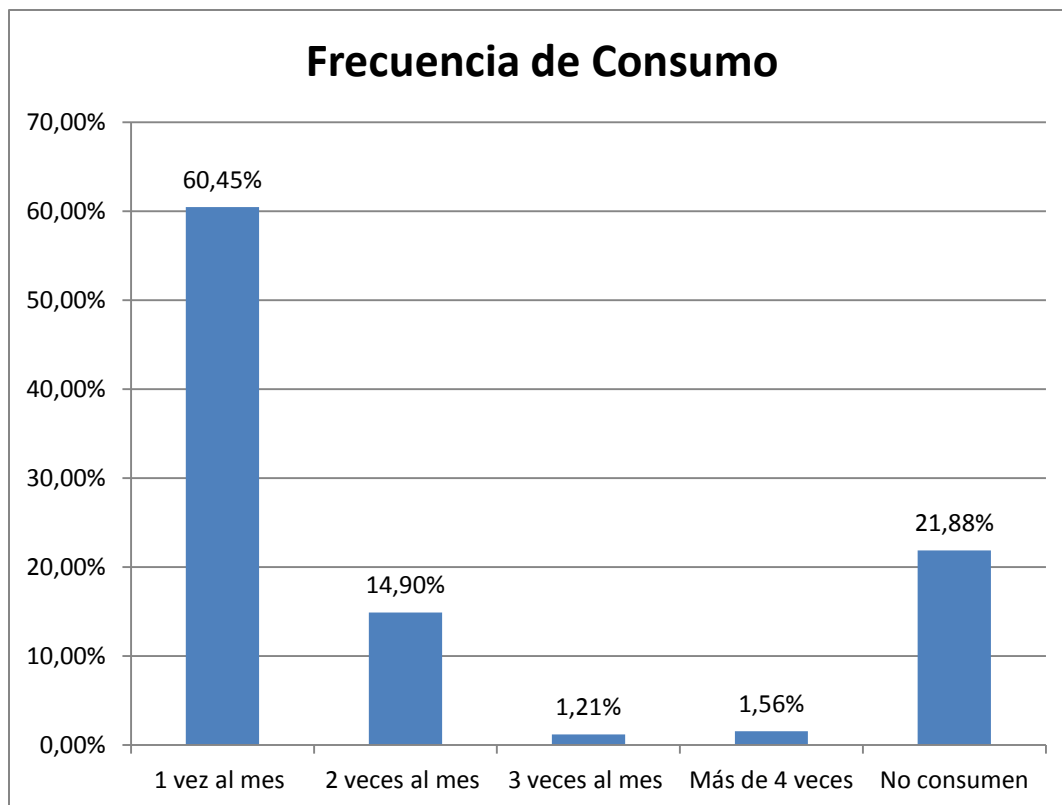
**Fuente:** Encuesta aplicada en el proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

**Elaboración:** Los autores

Solo el 34.90% de las personas encuestadas conocen las propiedades nutricionales de estos vegetales, esto significa que se debería realizar un sin número de publicidad para que las personas conozcan los beneficios de estos vegetales y así puedan consumirla, también como parte de sus tratamientos medicinales para distintas enfermedades respecto a la salud, estos resultados representan un factor negativo para la empresa lo que implica mayor inversión en publicidad.

## GRÁFICO No. 10

### Pregunta 9



**Fuente:** Encuesta aplicada en el proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

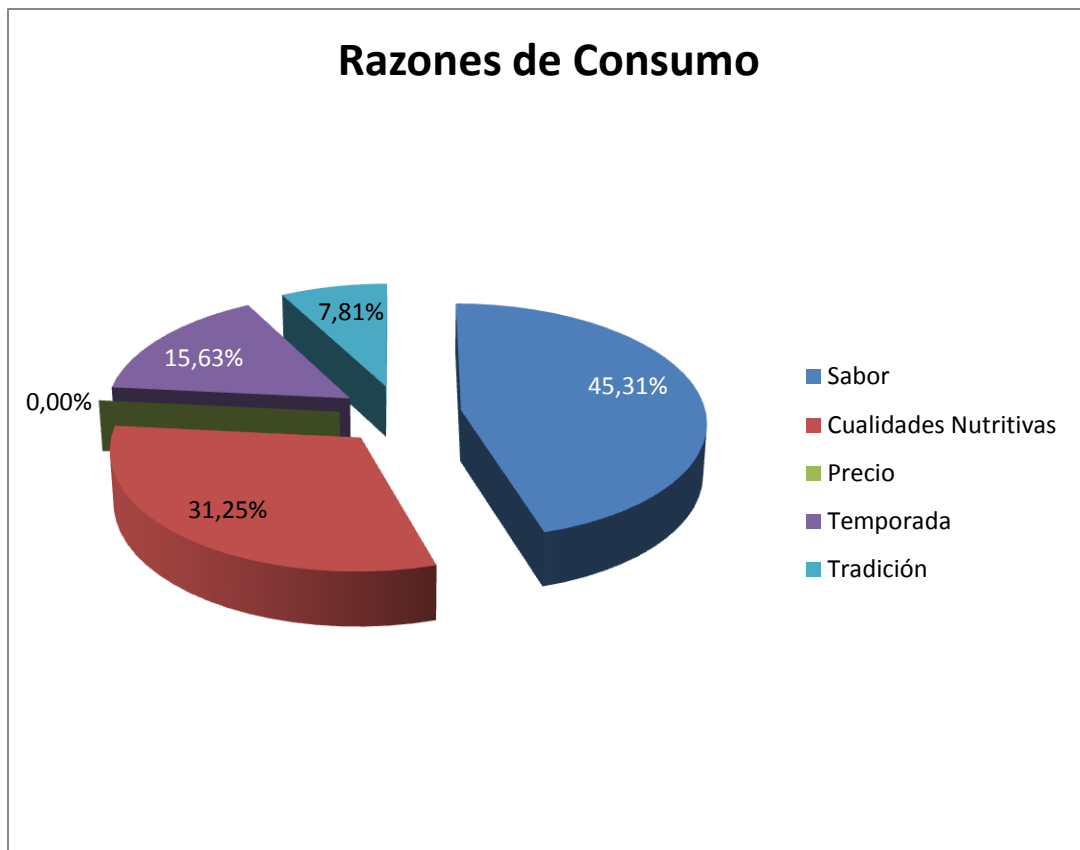
**Elaboración:** Los autores

Un gran porcentaje de personas consume estos vegetales solo una vez al mes (60.45%) ya que los hábitos de consumo tiende a consumir productos industriales presentes en los desayunos, o por lo general las personas que consumen Colada hecha a base de vegetales ha sido por cultura o tener presente generación tras generación.



## GRÁFICO No. 11

### Pregunta 10



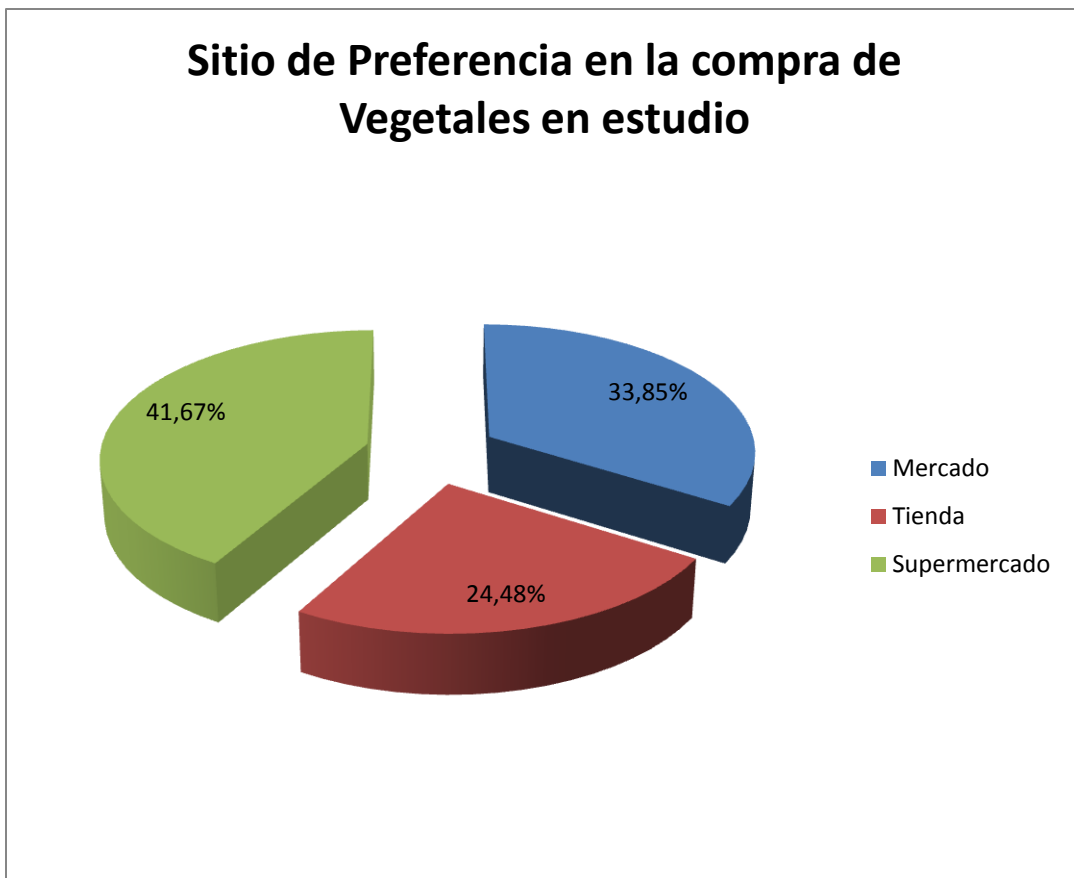
**Fuente:** Encuesta aplicada en el proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

**Elaboración:** Los autores

El sabor de los vegetales en estudio y las cualidades nutritivas de la colada hecha a base de vegetales son la mayor razón por lo que los usuarios consumen, ya que son vegetales que se la puede consumir a cualquier hora, su sabor es muy agradable y se la come entera brindando mayor comodidad al consumidor, ya que no hay que pelarla, sino cocinarlas estos resultados son positivos para la factibilidad del proyecto ya que este producto cuenta con estos requisitos.

## GRÁFICO No. 12

### Pregunta 11



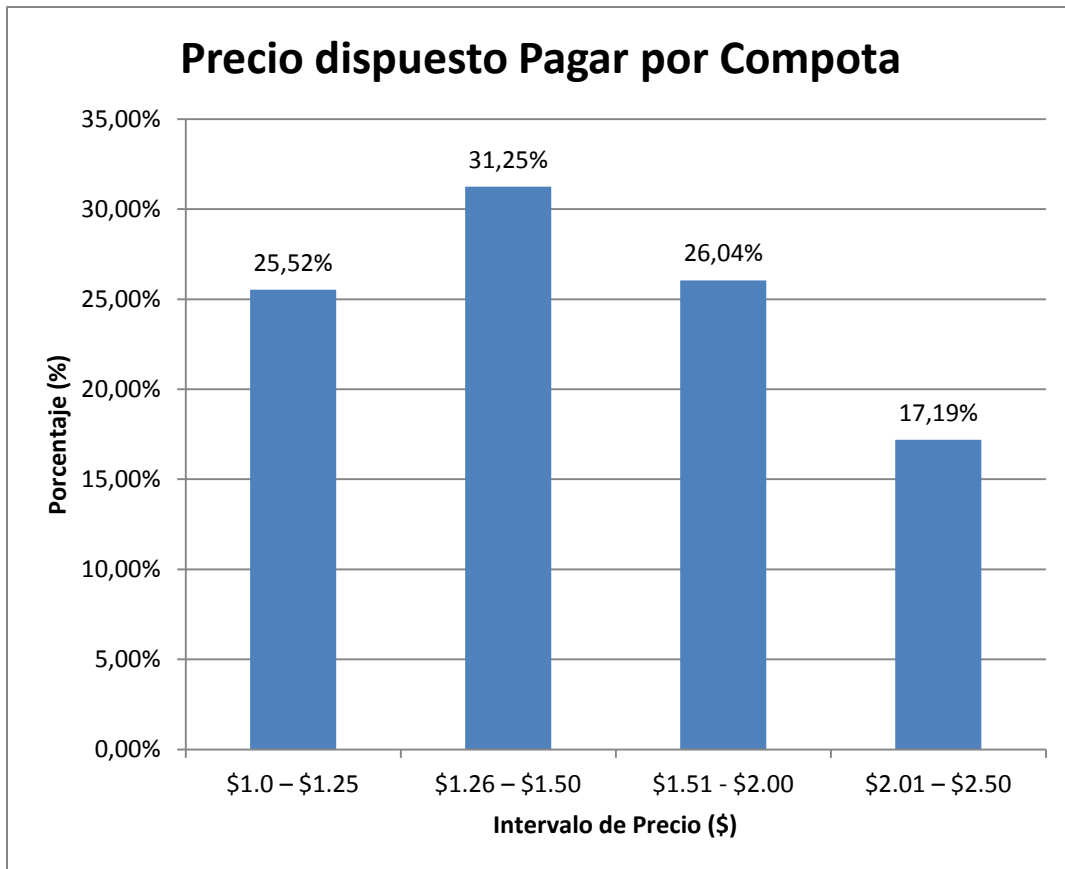
**Fuente:** Encuesta aplicada en el proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

**Elaboración:** Los autores

Los supermercados (41.67%) son los preferidos para la compra de estos tubérculos por lo general por su buena y vistosa presentación, en segundo lugar se encuentran los mercados (33.85%) donde las personas compran porque sus precio que son más económicos; por último se encuentra las tiendas con el 24.48%.

## GRÁFICO No. 13

### Pregunta 12



**Fuente:** Encuesta aplicada en el proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

**Elaboración:** Los autores

En cuanto al precio pagado por este producto, oscila entre \$1.26 y \$1.50 con un notable porcentaje del 31.25%. En cuestión de precios la mayoría de personas han optado por escoger los valores más bajos, pero existen otro grupo personas que no les interesa pagar un precio un poco más alto, que inclusive podría llegar a pagar entre \$2 y 2,50 sin embargo con un menor porcentaje como en los otros intervalos.

## **CAPÍTULO IV**

### **LA PROPUESTA**

#### **4.1 Título de la propuesta**

Proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote en el cantón Durán.

#### **4.2 Justificación de la propuesta**

La presente propuesta se ve justificada en los principios elementales del plan nacional del buen vivir en los que se establece como objetivos primarios la generación de empleo digno en la comunidad y la importancia de una alimentación soberana y de elevado nivel nutricional para el bienestar de los pueblos y nacionalidades del país (SENPLADES, 2015).

Adicionalmente se ve justificada en su aporte académico a la comunidad y la investigación nacional permitiendo crear fuentes de referencia para proyectos de similares características a desarrollarse en otros sectores de la industria.

Finalmente desde el punto de vista económico se fundamenta en los principios de libre competencia y crecimiento sostenible para la generación de réditos financieros en plazos largos de tiempo.

#### **4.3 Objetivo General de la propuesta**

- Creación de una empresa centrada en la elaboración artesanal de coladas hechas a base de zanahoria blanca y camote para su comercialización en la ciudad de Durán.

#### **4.4 Objetivos Específicos de la Propuesta**

- Determinar la factibilidad financiera, operativa y de mercado de la propuesta.
- Establecer la planificación operativa y de mercadeo de la iniciativa.
- Evaluar la iniciativa a través de ratios financieros que permitan medir su atraktividad en el mercado nacional.

#### **4.5 Hipótesis de la Propuesta**

La hipótesis general de la propuesta se presenta como:

“La propuesta con las características establecidas presentara factores endógenos y exógenos suficientemente positivos como para justificar la puesta en marcha del proyecto en el mercado meta objetivo”

La propuesta se desarrollará de la siguiente manera:

- Estudio de Mercado: El estudio de mercado contendrá la realización de una evaluación cuantitativa y cualitativa del entorno.  
Para dicho fin se usarán las herramientas de encuesta y entrevista a profundidad para definir los factores más significativos para el consumidor respecto al producto ofertado.
- Plan de Marketing: Planificación orientada a las definiciones de distribución, plaza, factores de producto y estrategias comunicacionales de marketing tradicional y de guerrilla para mantener una estrategia que permita crear posicionamiento en la mente del consumidor.

- Plan Operativo: Análisis de proceso productivo de la propuesta donde se definen los requisitos de equipamiento y costos fijos y variables de operatividad.
- Análisis financiero: Análisis de proyección a 5 años de gestión de la propuesta, permite reflejar la factibilidad de la propuesta en su valor actual neto, tasa interna de retorno.

#### **4.6 Impacto / Producto/ Beneficio Obtenido**

La presente propuesta busca los siguientes parámetros:

- Impacto: Impacto positivo a la generación de empleo directo e indirecto, usando componentes de fabricación y mano de obra 100% nacional, adicionalmente tiene como finalidad proporcionar mayor variedad en el mercado en líneas de producto saludables.
- Producto: La empresa se centrara en la fabricación y comercialización de Coladas a base de camote y zanahoria blanca embotelladas, las mismas se seleccionan por su amplio aporte nutricional.
- Beneficio Obtenido: Se espera que el beneficio último de la propuesta es el financiero generando ingresos suficientes que permitan que sea sostenible en el tiempo.

#### **4.7 Validación de la Propuesta**

La validación de la propuesta al ser de carácter académico será llevada a cabo por la institución educativa donde se postula, para dicha evaluación se considerarán los siguientes factores:

- Coherencia: Que el análisis total de la propuesta sea correlacionado entre sí satisfaciendo el cumplimiento de los objetivos iniciales.

- **Relevancia:** Que el análisis de la iniciativa resulte relevante para el campo de estudio llevado a cabo, el análisis depende de la realidad del entorno y los factores que determinen la factibilidad de la propuesta.
- **Compreensivo:** Que el proyecto demuestre un conocimiento extensivo y profundo de los temas tratados.

## **4.8 Listado de Contenidos y Flujo de la Propuesta**

### **4.8.1 Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter.**

Dentro de un estudio realizado se puede resaltar que en la provincia del Guayas y especialmente en ciudades o en cantones urbanos, si existen un mercado para las compotas de frutas y de tubérculos pero no existe un producto con las características de la compota propuesta con los dos sabores de este estudio, pero que su composición de tubérculos analiza la oferta con los tipos de compota de tubérculos existentes en el mercado.

Dentro de la fuerza de Porter, la empresa para implementar un estudio de factibilidad se debe de analizar lo siguiente:

#### **4.8.1.1 Poder de negociación de clientes**

Al existir varias empresas que ofrecen los mismos productos con diferenciaciones muy mínimas, los clientes pueden optar cualquiera de las tres, por eso se busca fidelidad a los clientes a través de precio, presentación, calidad y sabor; sin embargo quienes la consumen son los niños, quien en la mayoría de veces no son ellos quienes seleccionar el producto, sino los padres.

Con esto va dirigido a todas las familias que tengan niños mayores de 5 años y menores de 12 años y que necesiten mucho alimento en su etapa de crecimiento por eso es clave el sabor de estos tubérculos.

#### **4.8.1.2 Poder de negociación de proveedores**

Existe poco poder de negociación con proveedores en esta industria. Debido a que en el mercado existen varios proveedores de zanahoria blanca y camote donde la empresa puede elegir el que le da mejor costo en las compras de la materia prima y lograr mejores acuerdo de negociación.

Los proveedores de zanahoria blanca son aquellos agricultores que se encuentran en la provincia de Azuay, Cañar y Loja.

Las proveedores de las variedades de camote se clasifican según su sabor y color en: camotes dulces (blancos y rosados), y camotes desabridos (o papa camote). Para esta propuesta se seleccionara solamente el camote dulce. En la actualidad, al describir un variedad se toma en cuenta el carácter de la pulpa, húmeda o seca, cuando estos se cocinan, como consecuencia del desdoblamiento de los almidones en maltosa.

Por ende serán proveedores que se encuentra cerca de Durán ya que los agricultores se encuentra en la provincia de Manabí hay preferencia por camote con piel y carne morada. Así mismo podrán suministrar otros agricultores de otras provincias como es el caso de Imbabura y Pichincha.

La relación con estos proveedores se intensificará con el paso del tiempo ya que, si es aceptada la compota de camote y de zanahoria blanca como un alimento altamente nutritivo para los más pequeños de la casa, la demanda se incrementará y se necesitará de un constante contacto con los proveedores de estos dos tubérculos para su posterior comercialización.



#### **4.8.1.3 Amenaza de nuevos competidores**

Existe amenaza para los nuevos competidores puesto que al intentar entrar una nueva empresa a una industria, ésta podría tener barreras de entradas, tales como la falta de experiencia, lealtad del cliente, falta de canales de distribución aunque podría fácilmente ingresar si se dedica a un nicho en especial como es el caso de mi negocio.

#### **4.8.1.4 Presión de productos sustitutos**

Las papillas o coladas de frutas en polvo constituyen un producto sustituto de las compotas, otros productos se encuentran los cereales, jugos, néctares y coladas en harina de algún vegetal que algunas empresas deciden por estos sustitutos y compiten en cuestión de precios.

#### **4.8.1.5 Rivalidad entre competidores**

Así también se debe analizar el grado de concentración de las empresas en la industria de coladas envasadas, ya que, las empresas bien posicionadas incrementan su producción y nichos de mercado que no han sido cubiertos, además de promociones. Las compañías más representativas en el mercado de coladitas envasadas o compotas son Nestlé (Gerber), Alpina (baby), y Levapan (San Jorge).

#### **4.8.2 Oferta en el mercado**

La comercialización de las compotas en el país se centra en tres empresas como lo son : Baby Alpina, Gerber y San Jorge, que lideran el mercado de compotas, ya que han diversificado cada vez su línea de productos introduciendo coladas, cereales, y compotas de sal, innovando nuevos ingredientes para la elaboración de las compotas.

La empresa Gerber es el líder del mercado en compotas de sal y dulce, la cual ofrece un sistema de alimentación por etapas. Un ejemplo, es para los niños que

necesitan comida más sólida, presentados trozos pequeños de vegetales, carne y pollo; lo cual estimula el desarrollo del niño en los procesos de masticación y contribuir a la adopción de hábitos alimenticios saludables.

Las producción nacional de compotas participa o está inmerso en el sector manufacturero el cual alcanzó un crecimiento de 6.8% en el 2012, por lo que, se puede llegar a la conclusión que este sector se encuentra en crecimiento, pero que al momento no existe una oferta que cubra las unidades de la demanda, por lo que para la presente propuesta representa una oportunidad.

## CUADRO No 2

### Empresas que participan en el Mercado de Compotas

Compotas	Empresa	Posición 2013	Posición 2012	Ventas 2013	Ventas 2012
	Gerber Nestlé	19	18	\$465'360.189	\$431'573.435
	Baby Alpina	252	272	\$71'822.348	\$62'883.600
	San Jorge	494	407	\$39'465.391	\$42'859.680

**Fuente:** Vistazo, 500 Mayores Empresas del Ecuador

**Gerber:** este producto es de la Multinacional Nestlé, que tiene varias gamas y categorías de productos, donde las compotas es uno de ellos, elaborado a base de diferentes frutas, donde en el año 2012 estaba en la posición 18 y en el 2013 bajó a la posición 19, donde presentó ventas de \$431.573.435 y \$465.360.189, respectivamente.

**Baby:** perteneciente a la empresa Alpina de Colombia, presentando compotas de verduras. En el año 2013, se ubicó en la posición 252, escalando 20 posiciones con

respecto al 2012, y registró cifras de ventas para el año 2012 de \$62'883.600 y para el siguiente de \$71'822.348.

**San Jorge:** su origen también es de una empresa colombiana llamada Provefrut. Entre las diferentes presentaciones de compotas que ofrece están los sabores de manzana, pera, mango, durazno, ciruela, banano, guayaba, frutas mixtas, frutas tropicales, manzana-piña. De acuerdo a las ventas indican que en el año 2012 estuvo en el puesto 407 y para el año siguiente se ubicó en el 497. Sus ventas fueron de \$42.859.680 y \$39.465.391 respectivamente.

### CUADRO No 3

#### Precio de las Compotas en el Ecuador

Nombre de la Empresa	Nombre del Producto	Precio	Procedencia
Levapan	San Jorge	\$ 1.42	Colombia
Nestlé	Gerber	\$ 1.69	Costa Rica
Alpina	Baby	\$ 1.48	Colombia

**Elaboración:** Los autores

#### 4.8.2.1 Segmentación de mercado

El consumidor final de producto será los niños a partir de los 5 años de edad y 12 años, pero los compradores finales del producto en mención serán los padres de familia que realizarán la adquisición del producto para la alimentación de sus hijos.

El estudio de las compotas propuestas se enfoca a las personas de los niveles socio-económicos medio, medio baja y bajo del cantón Durán de la provincia del Guayas en el área urbana específicamente a las madres de puesto que según opiniones de pediatras es la edad apropiada para el consumo de las compotas o colados

### 4.8.3 MATRIZ FODA

#### CUADRO No 4

#### Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>1. Materia prima (camote y zanahoria blanca) considerada con alto contenido nutricional</p> <p>2. Es un producto envasado en vidrio donde existe mayor durabilidad del producto.</p> <p>3. Tiene un precio menor en comparación al de la competencia en el Mercado (Alpina y Gerber)</p> <p>4. Es un producto que beneficia a las mujeres que son madres que trabajan.</p> <p>5. La materia prima tiene un costo mínimo en comparación a las frutas</p>	<p>1. Para la familias de estratos bajos Las compotas todavía son consideradas un producto para personas exclusivas.</p> <p>2. Padres de familias no conocen claramente las propiedades nutricionales del camote y de la zanahoria blanca</p> <p>3. El mercado de alimentos de niños tiene sus dificultades, puesto que acceden a comidas rápidas o con mucha azúcar en coladas de fruta.</p> <p>4. Los dos tubérculos no se producen o se cosechan en el cantón Durán.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>1. A largo plazo, se podría dirigir nuevos tubérculos en el mismo segmento o a nuevos segmentos de mercado.</p> <p>2. La empresa que se crea con el Proyecto, podría ampliar en nuevas presentaciones o tamaños.</p> <p>3. Al existir un nuevo competidor en el mercado, los precios de las otras empresas, tendería a disminuir.</p> <p>4. Tendencia a una demanda creciente por productos envasados en vidrio.</p>	<p>1. Envases de vidrios con un costo mayor</p> <p>2. Recesión económica</p> <p>3. Factores climáticos que afecten el traslado y almacenamiento de los tubérculos.</p> <p>4. Por lo general no existe regulación de precios en tubérculos, cuando la adquisición de los mismos es en cantidades elevadas.</p>

**Elaboración:** Los autores

#### **4.8.4 Análisis del Producto**

La principal característica del sabor de la batata o camote es la dulzura, que se debe a la presencia de algunos azúcares hallados en la batata en estado crudo que son sacarosa, glucosa, y fructuosa.

Así también en la zanahoria blanca, por contener almidón, y su textura, hace que su sabor sea dulce y agradable.

### **4.9 PLAN DE MARKETING Y PLAN OPERATIVO**

#### **4.9.1 Objetivos General**

- Incrementar el nivel de comercialización de las compotas para el mejoramiento nutricional e intelectual de los niños y niñas del nivel socioeconómico de bajos ingresos.

#### **4.9.2 Específicos**

- Identificar canales de distribución las compotas de camote y zanahoria blanca en lugares asequibles para niños y niñas de los hogares de bajos ingresos.
- Ofrecer un producto totalmente natural a un precio accesible.

#### **4.9.3 Cobertura**

De acuerdo a los datos del censo INEC 2010, el cantón Durán presenta una población total de 235.769 habitantes en las áreas urbana y rural. En el área urbana la población es de 230.839 habitantes, de los mismos 113.746 son hombres y 117.093 son mujeres; en cuanto al área rural la población es de 4.930 habitantes, de los cuales 2.655 son hombres y 2.275 son mujeres.

#### 4.9.4 Marketing Mix

Es un análisis de estrategia de aspectos internos, y que estará desarrollada normalmente por la empresa para analizar cuatros variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción.

##### 4.9.4.1 Nombre Comercial

El nombre comercial para la empresa en estudio sirve para identificar o distinguir a un empresario. Para esto, la empresa, tendrá como nombre comercial “**MI Coladita**” que servirá para identificar, individualizar, empoderarse, posicionarse y distinguir a las amas de casa, que lo que adquiere es su colada, o colada para sus hijos. Sin embargo, hay que distinguirlo de la denominación social, ya que la razón social de la empresa es “**Compota S.A.**”, pues, aunque pueden ser con un significado similar estas son independientes, debido a que la razón social es un atributo de la personalidad, mientras que el nombre comercial antes mencionado es un signo de posicionamiento y de distinción.

#### GRÁFICO No. 14

##### Logotipo y Nombre Comercial de la Empresa



**Elaboración:** Los autores

Inolvidable sabor y mejor Nutrición, es una frase, del cual combina, y el significado, va a que desde que se ingiere la coladita o la papilla de zanahoria blanca o camote a la boca, nunca podrán olvidarse del sabor; y la otra parte va hacia el organismo, donde indica la importancia en la nutrición.

#### **4.9.4.2 Estrategia de producto**

Las coladitas o purés envasados también denominados Compotas estarán a base de zanahoria blanca y camote son tubérculos con sabores andinos y tropicales, estos purés tienen características organolépticas de una colada o papilla pero con el contenido nutricional de los tubérculos. Tienen la ventaja que al ser elaborado pueden ser colocados en el mercado como un producto nutricional y vitamínico propicio para la sana alimentación y balanceada dieta de los ecuatorianos.

##### **4.9.4.2.1 Empaque**

El producto estará contenido en un envase de vidrio de 125 gr. Las compotas tendrán una presentación estándar, sin embargo se diferenciará porque una tendrá el nombre de “Zanahoria blanca” y el otro envase como “Camote”. Cada envase tendrá sus valores nutricionales.

En el caso de los dos productos se utilizará envases de vidrio por las siguientes ventajas:

- a) Conserva los aromas y sabores.
- b) Sometidos a altas temperaturas para la esterilización.
- c) Por imagen y limpieza.

- d) Evita la contaminación.
- e) Se los puede utilizar nuevamente.

**FIGURA No. 1**  
**Etiquetado**



**Elaboración:** Los autores

#### **4.9.4.3 Estrategia de Promoción**

La promoción se realizará a través impulsadoras en las principales cadenas de supermercados y farmacias comunicando a la comunidad que los productos son 100% naturales, que siendo tubérculos naturales y libres de preservantes, sodio y gluten, permite alimentar a los niños con un producto sano, rico, nutritivo y sustentable.

La promoción es que los clientes al adquirir y coleccionar siete envases vacíos, estos, serán reembolsables con una nueva compota totalmente lleva y por cualquiera de los dos sabores en los primeros 3 meses de lanzamiento.



Así también, afiches publicitarios impresos con colores llamativos que se colocarán en las tiendas, farmacias y supermercados donde se distribuya el producto. Degustaciones a los centros de salud, maternidad y guarderías.

#### **4.9.4.4 Estrategia de precio**

El precio promedio actual de la competencia es de \$1.53 centavos; dependiendo de tamaño. La compota a base de tubérculos propuestos deberá incursionar en el mercado con un precio aproximado de \$1.30 centavos a los distribuidores ofreciendo un producto diferenciado por la calidad y presentación; además de la información nutricional. Tomando en cuenta que este precio debe de cubrir los costos y los gastos; y a la vez captar el mercado.

#### **4.9.4.5 Estrategia de plaza**

Se distribuirá estratégicamente los dos productos a los supermercados, farmacias y tiendas detallistas del cantón Durán para que estos actúen como intermediarios y entreguen el producto al consumidor final.

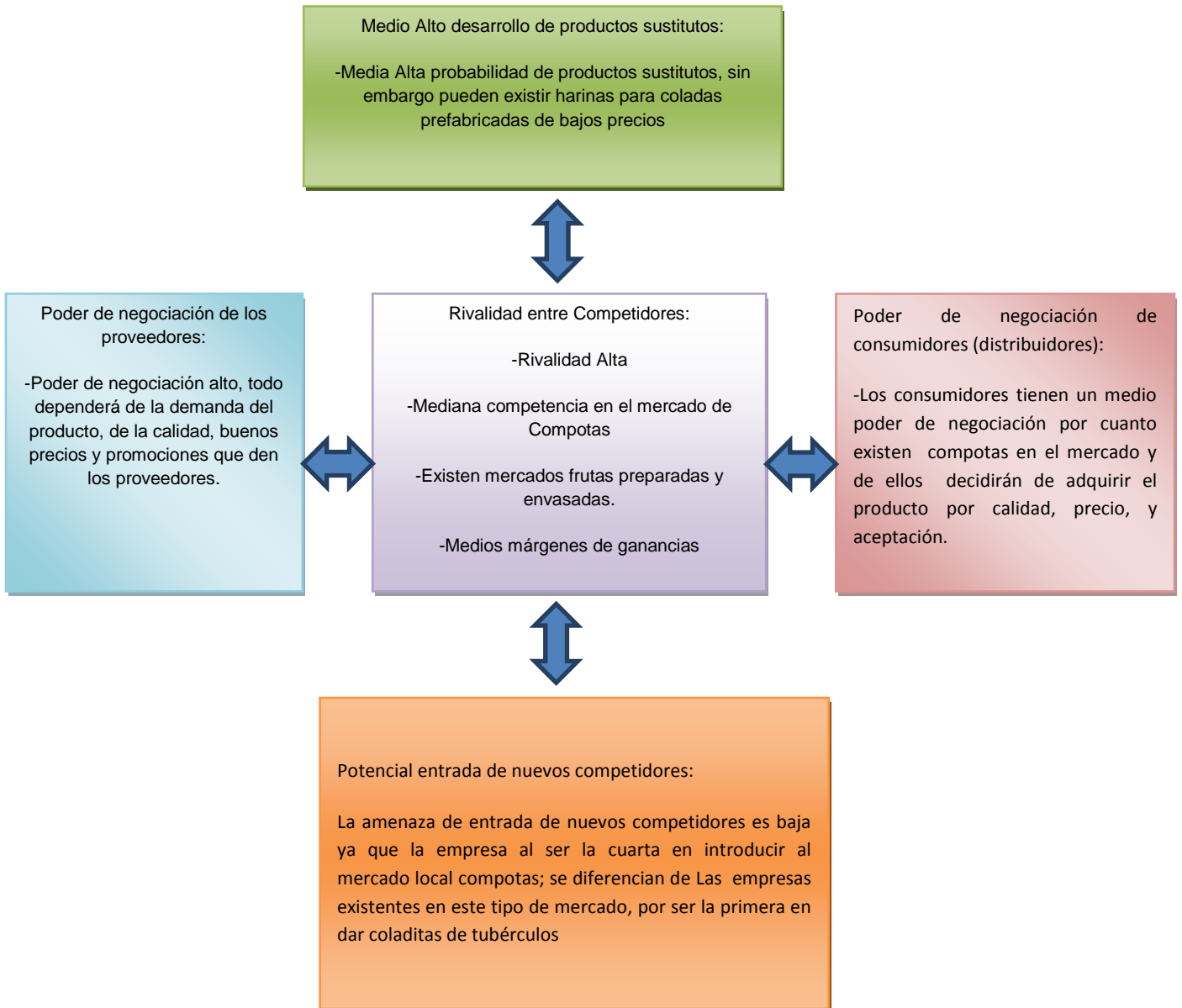
#### **4.9.4.6 Resumen de las Estrategias de Porter**

De acuerdo a las estrategias de Porter, veamos con el siguiente cuadro como se relacionan entre si dichas estrategias que son:

- Poder de negociación de los compradores o clientes
- Poder de negociación de los proveedores o vendedores
- Amenaza de nuevos competidores entrantes
- Amenaza de productos sustitutos
- Rivalidad entre competidores

## GRÁFICO No. 15

### Estrategias de Porter



**Elaboración:** Los autores

## 4.10 Ubicación

Dado que el proyecto propuesto está enfocado a las familias de escasos recursos del cantón Durán, junto con sus parroquias periféricas, es conveniente ubicar la planta agroindustrial a las afueras de la ciudad, pero que cuente con disponibilidad de todos los servicios básicos, medios de transporte, mano de obra técnica y operativa, y que se encuentra cerca al mercado objetivo.

Estratégicamente deberá estar cerca del terminal Terrestre de Durán y el Centro Comercial Paseo Shopping de Durán. Pero a su vez, este espacio debe ser dispuesto por el Municipio del cantón.

### 4.10.1 Localización del Proyecto

La localización puede ser objeto de estrategias y de estudios técnicos que puede ser determinada espontáneamente o investigada de acuerdo al entorno del acceso vial, seguridad, cercanía de la población, etc. ya que en varios casos la razón de la localización de la empresa es el resultado de una ventaja comparativa hacia la competencia.

La localización comprende dos niveles progresivos de aproximación:

- **Macrolocalización:** Desde la integración al medio nacional o regional.
- **Microlocalización:** Sitio específico en la zona urbana o rural.

### 4.10.2 Macrolocalización

Ecuador, se halla situado en el continente americano, en la parte sur del mismo; y limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico.

El país, está políticamente constituido como un estado democrático. La moneda actual es el dólar americano y el idioma oficial es el castellano.

El proyecto, se encuentra ubicado en la región costa, en la provincia de Guayas, en el cantón Durán, cuyas provincias colindantes son: Manabí (norte); El Oro (sur); Los Ríos (este); y el Océano Pacífico e Islas Galápagos (oeste).

#### 4.10.3 Microlocalización

La empresa en estudio tiene su fábrica en el cantón Durán, estratégicamente deberá estar cerca del terminal Terrestre de Durán y el Centro Comercial Paseo Shopping de Durán. Pero a su vez, este espacio debe ser dispuesto por el Municipio del cantón.

**FIGURA No. 2**

**Mapa de Durán**



Fuente: [www.am-sur.com](http://www.am-sur.com)

Durán, presenta un gran desarrollo de la actividad comercial e industrial. El nombre del cantón es Eloy Alfaro (Durán, ciudad de la provincia del Guayas, situada en el margen oriental del río Guayas, ubicada frente a Guayaquil, capital provincial, al que está unido por el puente de la Unidad Nacional. Es la cabecera cantonal del cantón

Durán. Según datos oficiales del censo 2010, la ciudad tiene 230.839 habitantes. Fue creada como parroquia rural del cantón Guayaquil el 16 de octubre de 1902.

De acuerdo a los datos del último censo nacional de población y vivienda, por el instituto nacional de Estadísticas y Censos, el número de habitantes por sexo y por grupo de edad en el cantón Durán, son los siguientes:

### CUADRO No 5

#### Población por Sexo y por grupos de Edad de Durán

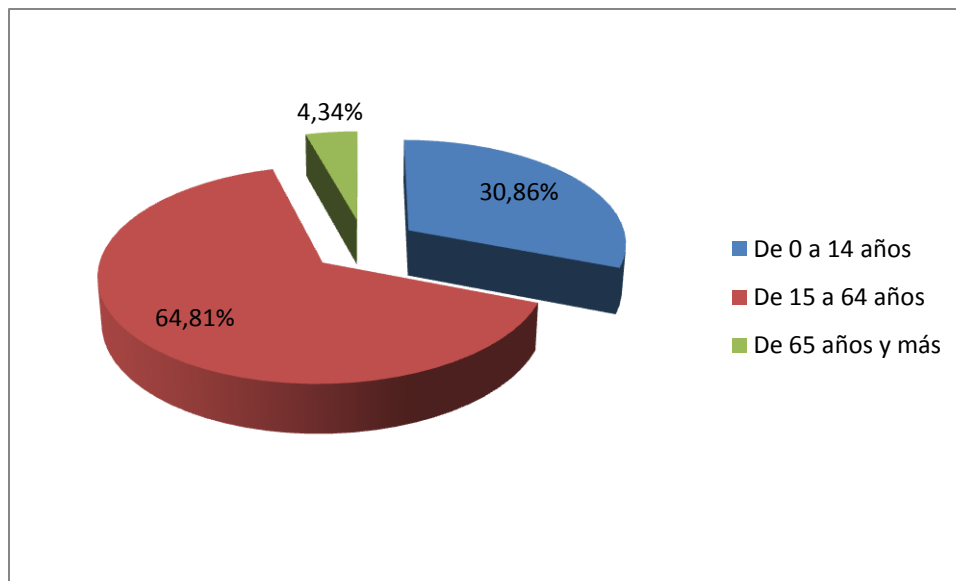
Grandes grupos de edad	Hombre	Mujer	Total	% de la Población
De 0 a 14 años	36,118	35,109	71,227	30,86%
De 15 a 64 años	72,867	76,737	149,604	64,81%
De 65 años y más	4,761	5,247	10,008	4,34%
<b>Total</b>	<b>113,746</b>	<b>117,093</b>	<b>230,839</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC, 2010

Elaboración: Los autores

### GRÁFICO No. 16

#### Porcentaje de la Población por Grupo de Edad



Fuente: INEC, 2010

Elaboración: Los autores

De acuerdo al grafico 1, se observa que el grupo objetivo del presente proyecto, se encuentra en el grupo de edad de 0-14 años, donde tiene una participación del total de la población, del 30.86%.

**CUADRO No 6.  
Fuerzas Localizacionales**

<b>Factores</b>	<b>Fuerzas Localizacionales</b>
Ubicación de la planta procesadora	Durán
Cercanía al centro de Durán	Óptima
Condiciones de las vías de acceso	Buenas
Entrega de materia prima	En planta
Características del tipo de envase	Envase de Vidrió, con contenido de 113 gramos
Nivel de calidad	Alto
Tiempo de producción	3 semanas
Términos de negociación	Distribución en locales comerciales Masivos

**Elaboración:** Los autores

Ya que se ha escogido el espacio donde la empresa producirá los productos de compotas tanto de zanahoria blanca y camote. Es importante anotar que esta empresa contará con la normas de calidad, de sanidad y de seguridad ambiental.

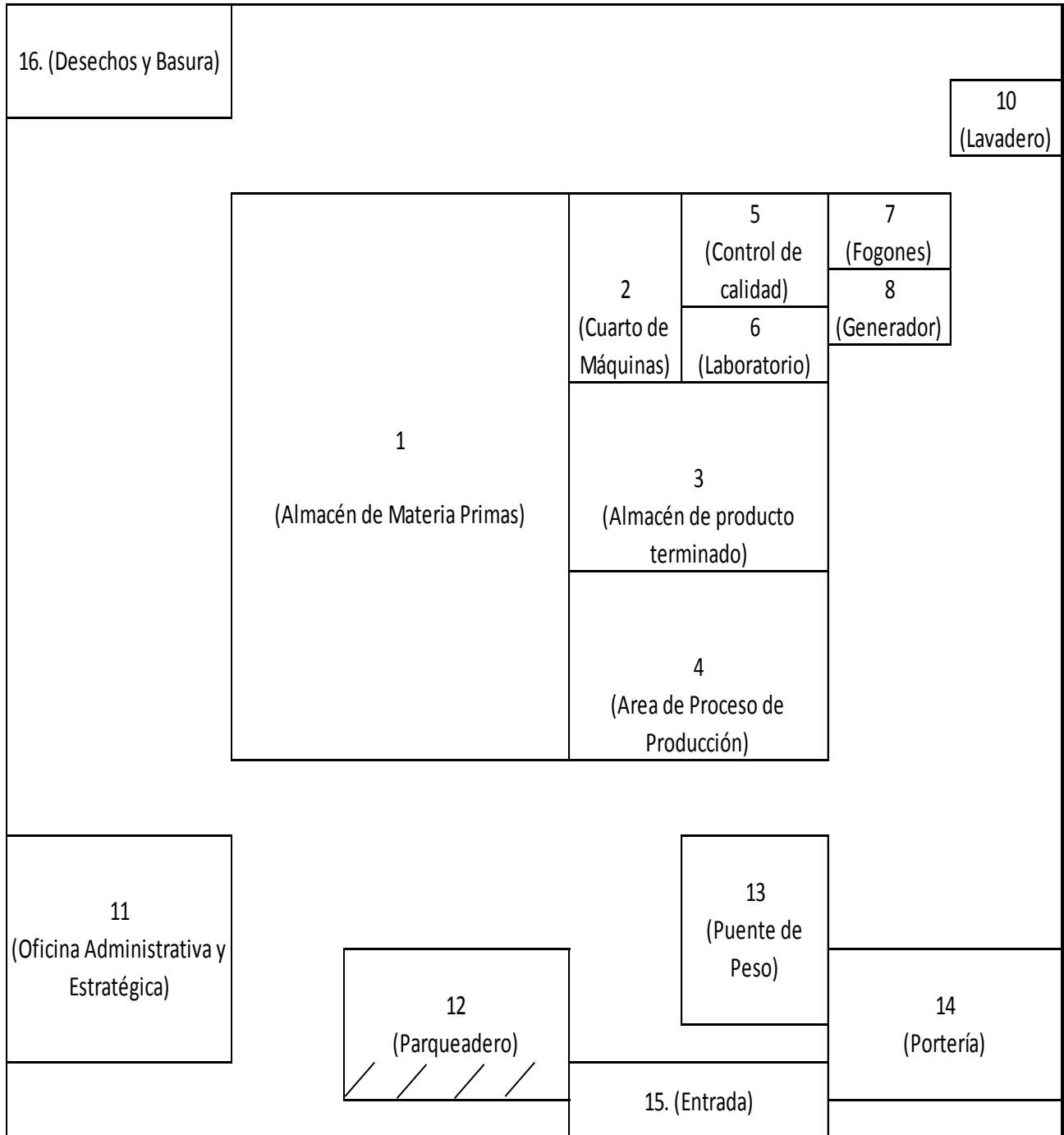
#### **4.10.3.1 Distribución del espacio**

El lote el cual será en arriendo con opción de compra contará con un área de 120m<sup>2</sup> ubicado en el cantón de Durán de los cuales se utilizara un área de 100 m<sup>2</sup> para establecer la inversión y las estrategias de comercialización, que se necesitan para poder desarrollar la producción.

El sitio debe de contar con todos los servicios públicos necesarios y excelentes vías de acceso al quedar sobre la carretera principal, como se mencionó anteriormente.

## GRÁFICO No. 17

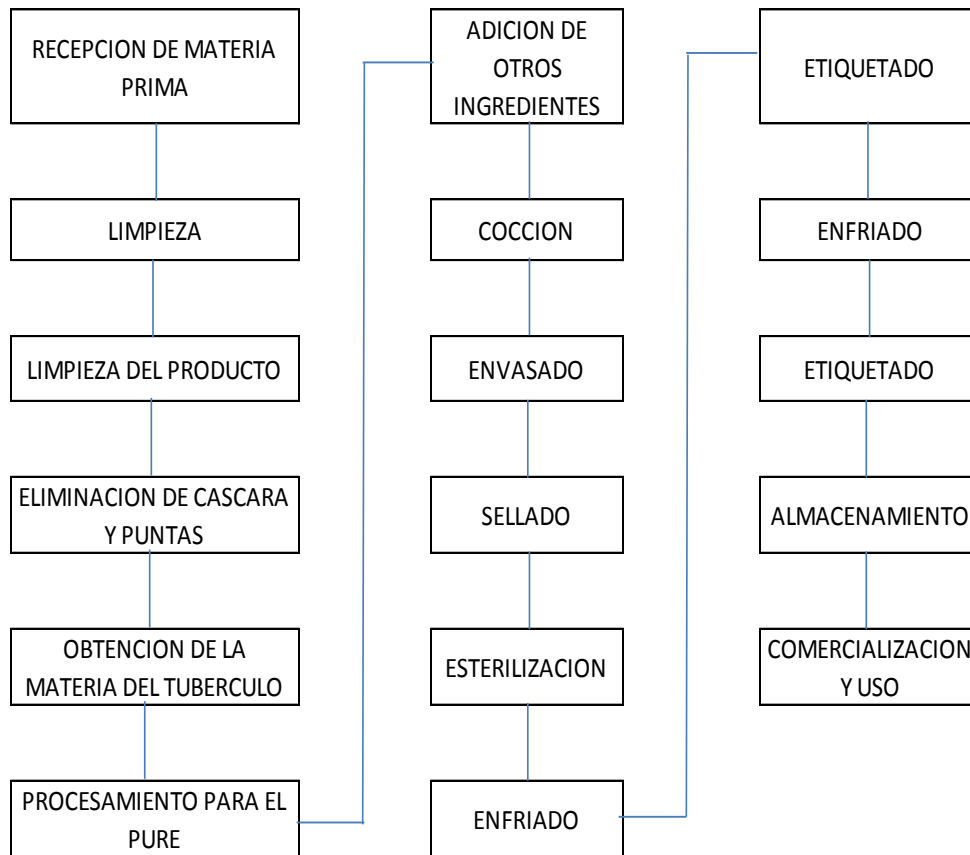
### Planos de la empresa propuesta



**Elaboración:** los autores

#### 4.11 Proceso Productivo

**GRÁFICO No.18**  
**Proceso Productivo de la Compota**



**Elaboración:** los autores

Para el desarrollo de las compotas se utiliza como materia prima, el puré de zanahoria blanca y el camote al que se revisa las características. Posteriormente se desarrolla la fórmula para compotas usando como modelo las marcas comercializadas en el mercado y se utilizando la norma INEN 2009 1995-10 de alimentos colados y picados, envasados para niños de corta edad, para posterior obtención del registro sanitario en el Ministerio de salud pública.



#### 4.12 Capacidad Instalada

**CUADRO No 7**  
**Capacidad Máxima o Teórica**

<b>CAPACIDAD TEORICA</b>	
Numero de Horas laborales	8
Número de Horas de Cocción de la Materia Prima	1
Número de Hora de Enfriamiento	1
Número de Hora de Almuerzo del personal	1
<b>Horas Neta para Envasar</b>	<b>5</b>
<b>Número de Personas en Producción</b>	<b>4</b>
Tiempo en Minutos de Envase, Embalaje, Pesar de 1 Compota (Automática)	<b>0,55</b>
Numero de envases producidos por hora	109
Número de Turnos	2,00
Numero de Envases diario	4.364
<b>Número de Envases al Mes</b>	<b>87.273</b>

**Elaboración:** Los autores

La capacidad máxima o teórica, es de una empresa de similares características, sin embargo, esta si bien tiene la materia prima, y produce de manera automatizada y a dos turnos, no tiene considerada la demanda insatisfecha, obtenida de la investigación de mercado.

## CUADRO No 8

### Capacidad Real de la Empresa en Estudio

CAPACIDAD INSTALADA O REAL	
Número de Horas laborales	8
Número de Horas de Cocción de la Materia Prima	1
Número de Hora de Enfriamiento	1
Número de Hora de Almuerzo del personal	0,5
<b>Horas Neta para Envasar</b>	<b>5,5</b>
Número de Personas en Producción	4
Tiempo en Minutos de Envase, Embalaje, Etiquetado, Peso de 1 Compota (Min)	2
<b>Numero de envases producidos por hora</b>	<b>30</b>
Número de Turnos	<b>1</b>
Numero de Envases diario	660
Número de Envases al Mes	13.200
5 % Deshecho	660
Pregunta de la Investigación de Mercado (Importancia) - 60,45%	12.540
Unidades producidas y ofertadas para cubrir demanda insatisfecha	

**Elaboración:** Los autores

La capacidad real de la empresa en estudio, se obtiene, dependiendo de la horas neta que se tiene para envasar, embalar, etiquetar y pesar de manera manual, de acuerdo a las condiciones y a las inversiones iniciales en activos fijos. Así mismo, las unidades obtenidas a comercializar, se las obtiene de acuerdo, a la investigación de mercado, específicamente en la pregunta 9 de la encuesta, de acuerdo a la frecuencia de consumo de compotas que se tiene en el mes, en una familia. Por lo tanto se tiene que al final, se producirá en el mes 12.540 unidades mensuales.

## 4.13 PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO

### 4.13.1. Inversión Inicial

#### CUADRO No 9

##### Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	AÑO 1
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 17.850
HERRAMIENTAS DE TRABAJO	\$ 1.284
MUEBLES Y ENSERES	\$ 8.170
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 8.500
VEHICULOS	\$ 15.000
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$ 50.804</b>

**Elaboración:** los autores

En el anexo 7.2 se encuentran presentadas con mayor detalle las inversiones que se han realizado en cada uno de los ítems presupuestarios antes señalado en el cuadro 12.

#### CUADRO No 10

##### Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR UNITARIO
Contitucion Cia	\$ 1.500
Garantía de arriendo	\$ 2.500
Permisos y patentes	\$ 2.000
Examen bromatológicos y de saneamiento	\$ 1.500
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.500</b>

**Elaboración:** Los autores

Así mismo en el anexo 7.3 se discriminan las variables que se deben depreciar en el proyecto; como los muebles y enseres, las máquinas y equipos; Elementos importantes que se encuentran en los activos fijos para la puesta en marcha del proyecto.

La depreciación se calcula sobre el equipo y la tecnología a un periodo de 3 años, 10 años para los muebles y enseres y 5 años para vehículos y/o automotores, y si son inmuebles, en este caso se deprecia para 20 años. En ambos casos mediante el método de línea recta.

Además de esta depreciación, se tiene en cuenta que la empresa, tiene activos diferidos los cuales también deben estar amortizados.

**CUADRO No 11**  
**Capital de Trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO	MES 1
zanahoria blanca y camote	\$ 1.701,68
etiqueta	\$ 501,60
perservante e ingredientes	\$ 752,40
envase de vidrio+tapa (dolares )	\$ 1.254,00
NOMINA INDIRECTA	\$ 4.637,22
SERVICIOS BASICOS	\$ 900,00
INTERNET	\$ 40,00
TELEFONIA CELULAR	\$ 41,67
MOVILIZACIONES	\$ 150,00
SUMINISTROS OFICINA	\$ 150,00
GASTOS DE VIAJES	\$ 208,33
MARKETING	\$ 500,00
SEGUROS	\$ 105,84
TASAS E IMPUESTOS	\$ 125,00
SEGURIDAD	\$ 416,67
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 15.694,08</b>

**Elaboración:** Los autores

**CUADRO No 12**  
**Inversión Total**

INVERSION TOTAL	VALOR
Inversión en Activos Fijos	\$ 50.804,00
Inversión en Activos Diferidos	\$ 7.500,00
Capital de Trabajo	\$ 15.694,08
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$ 73.998,08</b>

**Elaboración:** Los autores

#### 4.13.2 Financiamiento de la inversión

Para definir la viabilidad de un proyecto y posteriormente, dar inicio a su operación, se requiere conseguir los medios o recursos económicos, que permitan solventar los costos iniciales de las fases de pre-inversión, inversión y operación, ya sea por aporte de los acciones o a través de un préstamo.

#### CUADRO No 13

#### Financiamiento

MONTO A FINANCIAR	\$ 73.998	
BANCO	\$ 51.799	70%
APORTE ACCIONISTA	\$ 22.199	30%
TASA INTERES	11,20%	
PERIODO PAGO CAPITAL	MENSUAL	
PERIODO PAGO INTERES	MENSUAL	
PERIODO DE GRACIA	SIN PERIODO DE GRACIA	
DIVIDENDO	\$ 1.131,40	
PLAZO	5	AÑOS

**Elaboración:** Los autores

El monto del préstamo corresponde al 70% del monto de inversión, la tasa activa referencial es del 11,20 %, tomando en consideración esta tasa puesta por la CFN. Esta tasa para un préstamo a 5 años plazo sin ninguno de gracia. Los datos generales del préstamo se los puede ver en el anexo 7.4, donde se puede apreciar su estructura de pago. Para el préstamo con la CFN, se presentará una garantía, perteneciente a uno de los accionistas, dando como Hipoteca, un departamento en Lomas de Urdesa.

## CUADRO No 14

### Pagos Anuales del Préstamo

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INTERES	\$ 5.390	\$ 4.424	\$ 3.345	\$ 2.138	\$ 789	\$ 16.085
CAPITAL	\$ 8.187	\$ 9.153	\$ 10.232	\$ 11.439	\$ 12.788	\$ 51.799
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 13.577</b>	<b>\$ 13.577</b>	<b>\$ 13.577</b>	<b>\$ 13.577</b>	<b>\$ 13.577</b>	<b>\$ 67.884</b>

Elaboración: Los autores

### 4.13.3 Análisis de costos

## CUADRO No 15

### Costo de Venta de Zanahoria Blanca

Compota Zanahoria Blanca	Costo unitario	Producción Anual	COSTO TOTAL
Zanahoria Blanca	\$ 0,14	85.774	\$ 12.008,30
Acido Cítrico	\$ 0,01	85.774	\$ 857,74
Acido Ascórbico	\$ 0,04	85.774	\$ 3.430,94
Almidón	\$ 0,01	85.774	\$ 857,74
Envase	\$ 0,10	85.774	\$ 8.577,36
Etiqueta	\$ 0,04	85.774	\$ 3.430,94
<b>Total Compota Zanahoria Blanca</b>	<b>\$ 0,34</b>	<b>85.774</b>	<b>\$ 29.163,02</b>

Elaboración: Los autores

## CUADRO No 16

### Costo de Venta de Camote

Compota Camote	Costo unitario	Producción Anual	COSTO TOTAL
Camote	\$ 0,13	64.706	\$ 8.411,83
Acido Cítrico	\$ 0,01	64.706	\$ 647,06
Acido Ascórbico	\$ 0,04	64.706	\$ 2.588,26
Almidón	\$ 0,01	64.706	\$ 647,06
Envase	\$ 0,10	64.706	\$ 6.470,64
Etiqueta	\$ 0,04	64.706	\$ 2.588,26
<b>Total Compota Camote</b>	<b>\$ 0,33</b>	<b>64.706</b>	<b>\$ 21.353,11</b>

Elaboración: Los autores

#### 4.13.3.1 Costos fijos

También denominados como costos indirectos, los cuales se encuentran proyectados a 5 años como se muestra en el cuadro 20.

#### CUADRO No 17

#### Costos Fijos

<b>COSTOS INDIRECTOS Y GASTOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
NOMINA	\$ 55.632	\$ 57.731	\$ 58.265	\$ 58.912	\$ 59.582
SERVICIOS BASICOS (AGUA,LUZ)	\$ 10.800	\$ 11.196	\$ 11.607	\$ 12.033	\$ 12.475
ARRIENDO	\$ 2.500	\$ 2.592	\$ 2.687	\$ 2.785	\$ 2.888
INTERNET	\$ 480	\$ 498	\$ 516	\$ 535	\$ 554
TELEFONIA CELULAR	\$ 500	\$ 518	\$ 537	\$ 557	\$ 578
MOVILIZACIONES	\$ 1.800	\$ 1.866	\$ 1.935	\$ 2.006	\$ 2.079
SUMINISTROS OFICINA	\$ 1.800	\$ 1.866	\$ 1.935	\$ 2.006	\$ 2.079
MANTENIMIENTO		\$ 500	\$ 518	\$ 537	\$ 557
GASTOS DE VIAJES	\$ 2.500	\$ 2.592	\$ 2.687	\$ 2.785	\$ 2.888
MARKETING	\$ 6.000	\$ 6.220	\$ 6.448	\$ 6.685	\$ 6.930
SEGUROS	\$ 1.270	\$ 1.317	\$ 1.365	\$ 1.415	\$ 1.467
TASAS E IMPUESTOS	\$ 1.500	\$ 1.555	\$ 1.612	\$ 1.671	\$ 1.733
SEGURIDAD	\$ 5.000	\$ 5.184	\$ 5.374	\$ 5.571	\$ 5.775
<b>TOTAL COSTO INDIRECTO</b>	<b>\$ 89.782,32</b>	<b>\$ 93.634,87</b>	<b>\$ 95.486,22</b>	<b>\$ 97.498,81</b>	<b>\$ 99.585,26</b>
Total Costo indirecto unitario	0,60	0,60	0,59	0,58	0,57

**Elaboración:** Los autores

Una observación en el cuadro 20 es que si bien consta los valores de nómina, estos no se encuentran de manera específica en referencia a los beneficios sociales, como es el aporte del seguro social, vacaciones, etc. el cual consta en el anexo 7.5, con un mayor análisis.

#### 4.13.3.2 Costos variables

También denominados como costos directos, los cuales se encuentran proyectados a 5 años como se muestra en el cuadro 21.

**CUADRO No 18**  
**Costos Variables**

<b>COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>DEMANDA (unidades )</b>	<b>150.480</b>	<b>156.003</b>	<b>161.728</b>	<b>167.663</b>	<b>173.817</b>
Zanahoria blanca y camote (materia	\$ 20.420,14	\$ 21.169,55	\$ 21.946,48	\$ 22.751,91	\$ 23.586,91
etiqueta	\$ 6.019,20	\$ 6.240,10	\$ 6.469,12	\$ 6.706,53	\$ 6.952,66
ingredientes	\$ 9.028,80	\$ 9.360,16	\$ 9.703,67	\$ 10.059,80	\$ 10.428,99
envase de vidrio+tapa (dolares )	\$ 15.048,00	\$ 15.600,26	\$ 16.172,79	\$ 16.766,33	\$ 17.381,66
<b>total</b>	<b>\$ 50.516,14</b>	<b>\$ 52.370,08</b>	<b>\$ 54.292,06</b>	<b>\$ 56.284,58</b>	<b>\$ 58.350,22</b>
Costos directos unitario	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34

Elaboración: los autores

**4.13.3.3 Determinación del margen de contribución**

**CUADRO No 19**  
**Margen de Contribución**

<b>Descripción</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Costos Directos	\$ 50.516	\$ 52.370	\$ 54.292	\$ 56.285	\$ 58.350
Costos Indirectos	\$ 89.782	\$ 93.635	\$ 95.486	\$ 97.499	\$ 99.585
Depreciación&Amortizacion	\$ 10.363	\$ 10.363	\$ 10.363	\$ 10.363	\$ 10.363
Gastos Financieros	\$ 5.390	\$ 4.424	\$ 3.345	\$ 2.138	\$ 789
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$ 156.051</b>	<b>\$ 160.792</b>	<b>\$ 163.486</b>	<b>\$ 166.285</b>	<b>\$ 169.088</b>
Unidades Anuales	150.480	156.003	161.728	167.663	173.817
Costo Unitario	1,04	1,03	1,01	0,99	0,97
Precio de Venta	1,30	1,35	1,40	1,45	1,50
Utilidad Unitaria	0,26	0,32	0,39	0,46	0,53
Margen Unitario	20%	24%	28%	32%	35%

Elaboración: Los autores

**4.14 Proyección de las ventas**

Dado a que se obtuvo anteriormente la capacidad máxima y la capacidad real instalada, esta última obtiene los ingresos totales mensual y del primer año para la empresa en estudio.



**CUADRO No 20**  
**Proyección de Ventas**

<b>Año 1</b>	<b>Unidades Envasadas</b>	<b>Ventas Total</b>
Enero	12.540	\$ 16.302,00
Febrero	12.540	\$ 16.302,00
Marzo	12.540	\$ 16.302,00
Abril	12.540	\$ 16.302,00
Mayo	12.540	\$ 16.302,00
Junio	12.540	\$ 16.302,00
Julio	12.540	\$ 16.302,00
Agosto	12.540	\$ 16.302,00
Septiembre	12.540	\$ 16.302,00
Octubre	12.540	\$ 16.302,00
Noviembre	12.540	\$ 16.302,00
Diciembre	12.540	\$ 16.302,00
<b>Total</b>	<b>150.480</b>	<b>\$ 195.624,00</b>

Elaboración: Los autores

#### 4.15 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

##### 4.15.1 Estados Resultado Integral

**CUADRO No 21**  
**Estado de Resultado Integral Proyectado**

<b>1) ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL PROYECTADOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>VENTAS TOTALES</b>	\$ 195.624	\$ 202.803	\$ 210.246	\$ 217.962	\$ 225.962
COSTOS DIRECTOS	\$ 50.516	\$ 52.370	\$ 54.292	\$ 56.285	\$ 58.350
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 145.108</b>	<b>\$ 150.433</b>	<b>\$ 155.954</b>	<b>\$ 161.678</b>	<b>\$ 167.611</b>
COSTOS INDIRECTOS	\$ 89.782	\$ 93.635	\$ 95.486	\$ 97.499	\$ 99.585
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>\$ 55.326</b>	<b>\$ 56.798</b>	<b>\$ 60.468</b>	<b>\$ 64.179</b>	<b>\$ 68.026</b>
DEPRECIACION	\$ 10.363	\$ 10.363	\$ 10.363	\$ 10.363	\$ 10.363
GASTOS FINANCIEROS	\$ 5.390	\$ 4.424	\$ 3.345	\$ 2.138	\$ 789
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 39.573</b>	<b>\$ 42.011</b>	<b>\$ 46.760</b>	<b>\$ 51.678</b>	<b>\$ 56.874</b>
PART TRABAJADORES	\$ 5.936	\$ 6.302	\$ 7.014	\$ 7.752	\$ 8.531
IMPUESTO RENTA	\$ 7.400	\$ 7.856	\$ 8.744	\$ 9.664	\$ 10.635
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 26.237</b>	<b>\$ 27.853</b>	<b>\$ 31.002</b>	<b>\$ 34.262</b>	<b>\$ 37.707</b>

Elaboración: Los autores

Tanto los ingresos y los costos, han sido proyectados con la tasa de inflación acumulada del año 2014, la cual fue de 3.67%.

#### 4.15.2 Estado de Situación Financiera

**CUADRO No 22**  
**Estado de Situación Financiera**

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	\$ 15.693	\$ 57.442	\$ 87.328	\$ 120.061	\$ 154.906	\$ 191.940
ACTIVOS FIJOS	\$ 50.804	\$ 50.804	\$ 50.804	\$ 50.804	\$ 50.804	\$ 50.804
(-) DEP. ACUMULADA	\$ 0	-\$ 8.863	-\$ 17.727	-\$ 26.590	-\$ 35.453	-\$ 44.317
<b>ACTIVOS FIJOS NETOS</b>	\$ 50.804	\$ 41.941	\$ 33.077	\$ 24.214	\$ 15.351	\$ 6.487
ACTIVOS DIFERIDOS O PREOPERATIVOS	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 7.500
(-) Amortizacion Acumulada	\$ 0	-\$ 1.500	-\$ 3.000	-\$ 4.500	-\$ 6.000	-\$ 7.500
<b>ACTIVOS DIFERIDOS NETOS</b>	\$ 7.500	\$ 6.000	\$ 4.500	\$ 3.000	\$ 1.500	\$ 0
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$ 73.997	\$ 105.382	\$ 124.905	\$ 147.275	\$ 171.756	\$ 198.427
<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 51.798	\$ 56.947	\$ 48.616	\$ 39.984	\$ 30.203	\$ 19.166
<b>Pasivo Corriente</b>	\$ 0	\$ 13.336	\$ 14.158	\$ 15.758	\$ 17.415	\$ 19.166
Obligaciones a Trabajadores	\$ 0	\$ 5.936	\$ 6.302	\$ 7.014	\$ 7.752	\$ 8.531
Impuesto por Pagar	\$ 0	\$ 7.400	\$ 7.856	\$ 8.744	\$ 9.664	\$ 10.635
<b>Pasivo a Largo Plazo</b>	\$ 51.798	\$ 43.611	\$ 34.458	\$ 24.226	\$ 12.788	\$ 0
<b>Deuda L/P</b>	\$ 51.798	\$ 43.611	\$ 34.458	\$ 24.226	\$ 12.788	\$ 0
<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL SOCIAL	\$ 22.199	\$ 22.199	\$ 22.199	\$ 22.199	\$ 22.199	\$ 22.199
UTILIDAD RETENIDA	\$ 0	\$ 0	\$ 26.237	\$ 54.090	\$ 85.092	\$ 119.354
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 0	\$ 26.237	\$ 27.853	\$ 31.002	\$ 34.262	\$ 37.707
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 22.199	\$ 48.436	\$ 76.289	\$ 107.291	\$ 141.553	\$ 179.261
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	\$ 73.997	\$ 105.382	\$ 124.905	\$ 147.275	\$ 171.756	\$ 198.427

Elaboración: Los autores



## CUADRO No. 27

### Cálculo de los ratios financieros.

Indicadores Financieros						
RATIOS FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ratios de Liquidez</b>						
Capital de Trabajo (AC-PC)	en dinero	44.106	73.170	104.303	137.490	172.773
Riesgo de Il liquidez = 1 - (Activos Corrientes / Activos)	en porcentaje	45,49%	30,08%	18,48%	9,81%	3,27%
<b>RATIOS DE ENDEUDAMIENTO</b>						
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	en porcentaje	54%	39%	27%	18%	10%
Pasivo / Patrimonio	en veces	1,2	0,6	0,4	0,2	0,1
Cobertura 1 = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	10,3	12,8	18,1	30,0	86,2
<b>RATIOS DE ACTIVIDAD (Uso de Activos)</b>						
Rotación de Activos = Ventas / Activos	en veces	1,9	1,6	1,4	1,3	1,1
<b>Ratios de Rentabilidad</b>						
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaje	74%	74%	74%	74%	74%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaje	28%	28%	29%	29%	30%
Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas Netas	en porcentaje	13,41%	13,73%	14,75%	15,72%	16,69%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaje	24,90%	22,30%	21,05%	19,95%	19,00%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaje	54,17%	36,51%	28,90%	24,20%	21,03%

OTROS INDICADORES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de Equilibrio ( en Dinero )	en dinero	\$ 121.038,07	125.480	130.085	134.859	139.809
Generación de Empleo (Nómina/Act Fijos)	en porcentaje	133%	175%	241%	384%	918%

#### Identidad de Dupont:

a) Utilidad Neta / Ventas	Margen Neto	13,41%	13,73%	14,75%	15,72%	16,69%
b) Ventas / Activos	Rotación Act	1,856	1,624	1,428	1,269	1,139
c) ROA = a) * b)		24,90%	22,30%	21,05%	19,95%	19,00%
d) Deuda / Activos	Apalancamiento	54,04%	38,92%	27,15%	17,58%	9,66%
e) 1 - Apalancamiento		45,96%	61,08%	72,85%	82,42%	90,34%
f) ROE = c) / e)		54,17%	36,51%	28,90%	24,20%	21,03%

**Elaboración:** los autores

#### 4.17 PUNTO DE EQUILIBRIO

El concepto de punto de equilibrio permite establecer el punto donde los ingresos por ventas son iguales a los costos de operación y de financiación y determina el volumen de ventas que debe alcanzar la empresa en estudio sin ocasionar pérdidas y pero también sin obtener utilidades.

El punto de equilibrio se expresará en términos de ingresos por concepto de ventas y se determinará de acuerdo con la siguiente tabla:

**CUADRO No 28**  
**Cálculo del Punto de Equilibrio**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>										
Descripción	Costo Variable Unitario (CVU)	Precio de Venta (PV)	Unidades producidas al año	CVU/PV	1 - (CVU/PV)	Ventas Totales \$	% de Participacion en Ventas (Wi)	Contribucion Ponderada (CP)		
Compota Zanahoria Blanca	\$ 0.34	\$ 1.30	85,774	0.26	0.74	\$ 111,505.68	0.57	0.42		
Compota Camote	\$ 0.33	\$ 1.30	64,706	0.25	0.75	\$ 84,118.32	0.43	0.32		
<b>TOTAL</b>			<b>150,480</b>			<b>\$ 195,624.00</b>	<b>1.00</b>	<b>0.74</b>		

**Elaboración:** los autores

## CUADRO No 24

### Cantidad de Compota para el Equilibrio

#### FORMULA PTO EQUILIBRIO \$

$$PE\$ = CF / \sum((1 - CVU/PV) * W_i)$$

$$PE\$ = CF / CP$$

PE\$= Punto de Equilibrio en dolares	\$ 120,731.20
CF= Costos Fijos	\$ 89,782.32
CP= Total Contribucion Ponderada	0.74

#### PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPRODUCTO

Descripción	PTO. EQ. Número de Unidades al año	PTO. EQ. Número de Unidades al Mes
Compota Zanahoria Blanca	52,936	4,411
Compota Camote	39,934	3,328
<b>Total</b>	<b>92,870</b>	<b>7,739</b>

Elaboración: Los autores

El punto de equilibrio es de 92,870 unidades de compotas en el año, 52.936 para zanahoria blanca y 39,934 de camote que se puede vender, menor a esta cantidad no es posible que el proyecto sea sostenible.

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 Conclusiones

Una vez realizado el estudio de pre factibilidad de la presente propuesta y comercialización de las compotas de zanahoria blanca y camote se puede concluir lo siguiente, de acuerdo a los objetivos específicos de la investigación:

- De acuerdo a la factibilidad operativa, se observa la facilidad y el acceso de la compra de materia prima a los pequeños agricultores de camote y zanahoria blanca. Así mismo la capacidad instalada y de producción, se encuentran relacionadas a la demanda insatisfecha y a la mano de obra que posee la empresa en estudio. Mediante un estudio técnico se ha podido determinar los procesos de producción que requerirán las compotas de zanahoria blanca y camote, así como la maquinaria y los insumos necesarios para su fabricación. Técnicamente se puede concluir que el proceso no presenta gran complejidad, ya que el país cuenta con la tecnología necesaria y la mano de obra requerida.
- Dentro del estudio de mercado se utilizó como herramienta principal un cuestionario encuesta, donde se sacaron las siguientes conclusiones:  
En el proyecto en estudio, a partir de la pregunta 9 de la investigación de mercado se obtuvo que el mayor porcentaje significativo de las personas que consumen esta clase de tubérculos una vez al mes es del 60.45%. Con este porcentaje permite vincularla en la capacidad real de la empresa en estudio, de acuerdo a los activos fijos requeridos para la producción, el personal en planta, el tiempo de envasado, etiquetado y de cocción del producto.
- Al estudiar la parte financiera, se llegaron a identificar los costos de producción, de operación e inversión; por lo tanto esta última para la realización del proyecto sea factibles es de \$73,996.88, valor que se financiará mediante el aporte de los

socios con un 30% del total de la inversión, es decir, con un aporte monetario de \$22,199; además, se financiará los \$51,798 restantes, que representa el 70% de la inversión total, mediante un préstamo otorgado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa de 11,20%.

- A través de la evaluación financiera se puede concluir que el proyecto es rentable con financiamiento, ya que ha dado como resultado que: el valor actual neto de la inversión es \$28,866.15, la tasa de descuento de la empresa es del 19,25% y la TIR es de 33.95%, por lo que, se puede decir que el proyecto tendrá un rendimiento mayor al mínimo requerido y el monto de la inversión se recuperará en un período de: **2 años 6 meses**.
- Desde el punto de vista de la liquidez general de la empresa en estudio, se puede determinar que se mantiene en niveles muy óptimos respecto de a los años proyectados. Sobre el capital de trabajo se observa un comportamiento regular durante los periodos analizados. Es una empresa donde impera la cantidad y variedad de productos en grandes cantidades, pues se observa el abastecimiento a todos a quienes proveen. La rentabilidad de la empresa en estudio también es óptima y se lo observa a través de los periodos proyectados pues la utilidad es positiva desde el primer año, y el comportamiento en las ventas y de los mismos costos es favorable.
- Se realizó una propuesta de marketing para las compotas de zanahoria blanca y camote, con el fin de posicionar a la empresa como marca líder en compotas de tubérculos dulces, para lograr esto se planteó diferentes objetivos y estrategias a seguir, entre los principales se tienen los siguientes: dar a conocer al producto como las primeras compotas ecuatorianas hechas a base de camote y zanahoria blanca, mantener controles de calidad y certificaciones, adaptar el precio de acuerdo a los requerimientos del mercado meta, poner las compotas al alcance del cliente final al momento de realizar su compra, mostrar innovación en el proceso de comunicación del producto y aumentar la cobertura a los barrios de



Durán y en una segunda fase, introducir los productos a la ciudad de Guayaquil, en un tiempo de tres años mediante, una estrategia de desarrollo de mercados.

Dadas las conclusiones expuestas anteriormente, se determina que el estudio de pre factibilidad, para el presente proyecto es viable técnica, económica y financieramente. Así mismo, esto no fuera posible, sin que se tenga una respuesta favorable en el consumo de estos tubérculos de acuerdo a la investigación de mercado desarrollada.

## **5.2 Recomendaciones**

De igual manera, las compotas deberán ser distribuida en los principales supermercados de la ciudad de Durán como Importadora el Rosado, Akí, y cadenas de Farmacias el producto tendrá un precio entre \$1,15 a \$1,30 y se dará a conocer el producto con una publicidad en Facebook, Instagram y Twitter; y también, con marketing directo.

- Aprovechar este panorama de apoyo por parte del Gobierno para la creación de proyectos nuevos como el presente.
- Mantener una investigación permanente del mercado objetivo para identificar nuevos gustos y preferencias del consumidor, de tal modo que la empresa se encuentre actualizada en las tendencias del mercado y pueda ofrecer productos innovadores.
- Sería conveniente para la empresa que a partir del año en el que se incrementen las ventas y se conozca mejor al mercado se amplíe la línea de producción, con compotas hechas a base de tubérculos, entre otras; siempre y cuando se conserve la misma línea de innovación que caracteriza a la empresa en estudio.

- Los ratios tendrán resultados óptimos si se encuentran medidas de planificación de los gastos y proyecciones de presupuesto bien estructurados, para esta empresa manufacturera, que deben de tomar en cuenta el control y el manejo de la materia prima, comercialización y los valores que adeudan.
- Realizar una publicidad creativa y digital, mediante redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, durante los primeros años de lanzamiento de las compotas en estudio, con el fin de captar la atención del consumidor potencial. Igual, se recomienda participar activamente en las ferias expuestas de Durán y de Guayaquil para reforzar la buena imagen de la empresa y tener mejores relaciones tanto con proveedores como clientes.
- Se recomienda legalizar los trámites de constitución formal de una compañía en el Ecuador, siguiendo los pasos mencionados en el entorno legal, para aprovechar los beneficios actuales del código orgánico de producción, el cual ayuda a empresas y microempresas nuevas que promuevan el cambio de la matriz productiva. Los incentivos, que constan en el Art 24 del COPCI, de los que se podría beneficiar la empresa son los siguientes:
  - La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta;
  - La exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda la reforma al cálculo del anticipo del impuesto a la renta.
- Es importante que la empresa cuente con todos los permisos sanitarios necesarios. De igual forma, se recomienda que la empresa en estudio mantenga los controles de calidad en perfectas condiciones para en que en el futuro se pueda aplicar a la obtención de certificaciones internacionales como las certificaciones ISO.
- Si la empresa mantiene una rentabilidad creciente, como se muestra en los flujos de caja proyectados a 5 años, se recomienda implementar una estrategia de integración vertical hacia atrás para que la empresa se pueda abastecer por si

sola de la materia prima y no tenga que depender de proveedores. Es importante mencionar que esta estrategia se prevé aplicar desde el 6to año de operación (o 2da fase) de la empresa debido a que, una vez sembrado el injerto de semilla, el tiempo de reproducción es de aproximadamente 4 años.

## 6. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria: <http://www.controlsanitario.gob.ec/el-95-de-las-grandes-y-medianas-empresas-registraron-productos-con-el-nuevo-sistema-grafico-de-etiquetado/>
- Asamblea Nacional(2011). Obtenido de [http://quito.com.ec/inversiones/download/Marco%20Normativo/Normas/ley\\_de\\_regimen\\_tributario\\_interno.pdf](http://quito.com.ec/inversiones/download/Marco%20Normativo/Normas/ley_de_regimen_tributario_interno.pdf)
- Asamblea Nacional. (2014). Obtenido de [http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/c%C3%B3digo\\_org%C3%A1nico\\_integral\\_penal\\_-\\_coip\\_ed.\\_sdn-mjdhc.pdf](http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/c%C3%B3digo_org%C3%A1nico_integral_penal_-_coip_ed._sdn-mjdhc.pdf)
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2014). Obtenido de [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- BIO GLOW. (2015). Obtenido de <http://www.myglowbio.com/store/>
- Congreso Nacional. (2012). Obtenido de [http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal\\_a/base\\_legal/A.\\_Codigo\\_laboral.pdf](http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A._Codigo_laboral.pdf)
- Correa, S. M. (2011). Mi Socio el cliente. Guayaquil: Publicaciones de la Universidad Católica de Guayaquil.
- Ecuavisa (2014).Obtenido de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/60371-gluten-free-moda-o-verdadera-enfermedad>
- EcuRED. (2014). Obtenido de [http://www.ecured.cu/index.php/Zanahoria\\_blanca\\_o\\_Arracacha](http://www.ecured.cu/index.php/Zanahoria_blanca_o_Arracacha)
- El Universo. (2014). Obtenido de <http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2014/11/05/nota/4185601/tipos-harina-intolerantes-gluten>
- FAO. (2015). Obtenido de <http://www.fao.org/americas/noticias/ver/en/c/277543/>
- Fayol, H. (2013). General and Industrial Managment. Martino Fine Books.
- Fernández, F. d. (2014). Manual del director financiero. Sociedad de Auditoría.

- Global Entrepreneurship Monitor. (2013). Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-lidera-tasa-emprendimiento-necesidad.html>
- Heymans, H. (2010). Obtenido de [http://cocina.facilissimo.com/reportajes/dieta-sana/nutricion/la-nutricion-infantil-un-condicionante-para-el-resto-de-la-vida\\_184762.html](http://cocina.facilissimo.com/reportajes/dieta-sana/nutricion/la-nutricion-infantil-un-condicionante-para-el-resto-de-la-vida_184762.html)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). Recuperado el 2010, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (2014). Obtenido de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/propiedad-intelectual/>
- Kaczewer, D. J. (2003). Obtenido de <https://agroabona.files.wordpress.com/2011/01/las-ventajas-de-comer-alimentos-organicos1.pdf>
- Kotler, P. (2011). Los principios del marketing. Prentice Hall.
- Laboratorios Abbot Nutrition. (2014). Obtenido de <https://es.pediasure.com/kid-nutrition/child-growth-development>
- Malhotra, N. (2004). Investigación de Mercados. México: Pearson.
- McCarthy, E. J. (2013). Basic Marketing. McGraw Hill.
- Ministerio de Educación (2014). <http://educacion.gob.ec/programa-de-alimentacion-escolar/>. Obtenido de <http://educacion.gob.ec/programa-de-alimentacion-escolar/>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (11 de 2013). Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/Protocolo-de-EXTERNALIZACION-CIBV.pdf>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2014). Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/programa-de-proteccion-de-defensa-del-consumidor/>
- Ministerio de Trabajo. (2015). Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/el-ministerio/>
- National Foundation for Celiac Awareness. (2014). Obtenido de <http://www.celiaccentral.org/ceeliac-disease/facts-and-figures/>
- Organización de Estados Americanos. (2005). Obtenido de <http://www.oas.org/udse/dit2/por-que/nutricion.aspx>

- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (Julio de 2005). <http://www.fao.org/3/a-ah474s.pdf>. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-ah474s.pdf>
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2014). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/el-sistema-nacional-de-planificacion>
- Porter, Michael. (2012). Estrategias Competitivas. Piramide Ediciones.
- PROECUADOR. (2014). Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/12/PROEC\\_AS2014\\_SNACKS.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/12/PROEC_AS2014_SNACKS.pdf)
- ProEcuador. (2015). <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/porque-invertir-en-ecuador/invierta-en-nuestros-sectores-priorizados/>. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/porque-invertir-en-ecuador/invierta-en-nuestros-sectores-priorizados/>
- Psicodiagnosis.es.(2015). Obtenido de <http://www.psicodiagnosis.es/areaclinica/trastornosemocionales/trastornodelvinculo/index.php>
- Real Academia Española. (s.f.). Obtenido de <http://buscon.rae.es/drae/srv/search?val=gluten>
- Ries, E. (2011). The Lean Start Up. Crown Business.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-9.-garantizar-el-trabajo-digno-en-todas-sus-formas>
- SENPLADES. (19 de 05 de 2015). <http://www.buenvivir.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Servicio de Rentas Internas del Ecuador. (2015). Obtenido de [http://www.sri.gob.ec/web/guest/bases-legales?p\\_auth=a1upvylZ&p\\_p\\_id=busquedaBasesLegales\\_WAR\\_BibliotecaPortlet\\_INSTANCE\\_Anv7&p\\_p\\_lifecycle=1&p\\_p\\_state=normal&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_col\\_id=column-1&p\\_p\\_col\\_count=1&busquedaBasesLegales\\_WAR\\_BibliotecaPortlet\\_INSTANCE\\_Anv7](http://www.sri.gob.ec/web/guest/bases-legales?p_auth=a1upvylZ&p_p_id=busquedaBasesLegales_WAR_BibliotecaPortlet_INSTANCE_Anv7&p_p_lifecycle=1&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&busquedaBasesLegales_WAR_BibliotecaPortlet_INSTANCE_Anv7)
- Sports and Health. (2015). Obtenido de [http://www.sportsandhealth.com.pa/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2661:camote-alto-valor-nutritivo&catid=108&Itemid=190](http://www.sportsandhealth.com.pa/index.php?option=com_content&view=article&id=2661:camote-alto-valor-nutritivo&catid=108&Itemid=190)
- Superintendencia de Compañías. (2014). Obtenido de <https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>

- The human problems of a industrial civilization. (2013). Viking Press.
- Underhill, P. (2010). Why Do we buy: The science of shopping. Simon&Schuster.
- Unicef. (2013). Obtenido de[http://www.unicef.org/ecuador/media\\_27842.htm](http://www.unicef.org/ecuador/media_27842.htm)

## 7. ANEXOS

### 7.1 ENCUESTA

#### ENCUESTA

A continuación se presenta una encuesta para que Usted conteste de forma **anónima**. Le solicitamos tomarse algunos minutos para leer la encuesta entera, y luego responderla. En el caso que no entienda alguna pregunta, no dude en acercarse a quién se la entregó.

Algunos comentarios:

1. Le pedimos que conteste todas las preguntas de la encuesta.
2. No hay respuestas buenas ni malas. Todo lo que usted escriba aquí es para saber cómo funciona la agencia de Viajes, y nadie sabrá que Usted fue quién dio estas respuestas. Por esto, le pedimos que conteste con la más absoluta verdad.
3. Están en **negrita** algunas instrucciones para que entienda mejor la encuesta. Úselas si lo considera conveniente.
4. En *cursiva*, están las explicaciones de algunas preguntas. Úselas si lo considere conveniente.
5. Tómese todo el tiempo que estime conveniente para responderla
6. Marque con un círculo o una cruz la alternativa correspondiente.

Ejemplo:

¿Es Usted  
hombre o  
mujer?

<b>Hombre</b>	0 <del>X</del>
<b>Mujer</b>	1

o bien

¿Es Usted  
hombre o  
mujer?

<b>Hombre</b>	0
<b>Mujer</b>	1



**1 Seleccione en que intervalo de edad, se encuentra usted**

PREGUNTA	Edad de Los Encuestados	
2	. 26 - 32 años	
	. 19 - 25 años	
	. 33 - 39 años	
	. 40 - 46 años	
	. 47 - 53 años	
	. 54 - 60 años	
	Menor o igual a 18 años	
	Mayor a 61 años	

**2 Ingreso Económico Mensual**

PREGUNTA	Ingresos en Dólares	
3	<\$354	
	\$354-\$599	
	\$600-\$899	
	\$900-\$1199	
	\$1200-\$1500	
	>\$1500	

**3 Ocupación de Los encuestados**

OCUPACION	
EJECUTIVOS (estudian y trabajan	
EMPRESARIOS	
AMAS DE CASA	
ESTUDIANTES	
EMPLEADOS	

**4 Nivel de Estudios**

Universidad	
Profesional	
Postgrado	
Secundaria completa	
Secundaria incompleta	

**5 Género de los Encuestados**

Hombre	
Mujer	

**6 La Colada hecha a base de vegetales o de fruta, se encuentra dentro de su dieta alimenticia**

Pregunta	Opción	
6	SI	
	NO	

**7 ¿ Le parece interesante la idea de un colada artesanal enfocado principalmente en base de vegetales tanto de zanahoria blanca y camote**

Grado de Aceptación	Porcentaje
7. Totalmente en acuerdo	
6. en acuerdo	
5. con tendencia en un acuerdo	
3. con tendencia a un desacuerdo	
2. en desacuerdo	
1. Totalmente en desacuerdo	
4. ni bien ni mal	

**8 .¿ Conoce las propiedades nutricionales de esta fruta?**

Pregunta	Opción	
7	SI	
	NO	

**9 Con qué frecuencia consume la Colada hecha a base de vegetales.**

1 vez al mes	
2 veces al mes	
3 veces al mes	
Más de 4 veces	
No consumen	

**10 ¿Cuál de las siguientes razones es la que le lleva a consumir la Colada hecha a base de vegetales'**

Sabor	
Cualidades nutritivas	
Precio	
Temporada	
Tradicón	

11 ¿ De los siguientes lugares en cual prefiere comprar los vegetales ?

Opciones	
Mercado	
Tienda	
Supermercado	

12 ¿ Cuanto está dispuesto a pagar por una compota vegetales de zanahoria blanca o de Camote.?

Intervalos	
\$1.0 – \$1.25	
\$1.26 – \$1.50	
\$1.51 - \$2.00	
\$2.01 – \$2.50	

## 7.2 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>			
Maquinaria fabrica -camara frigorifica	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Selladora para envases de vidrio	1	\$ 2.000	\$ 2.000
Ollas de acero inoxidable capacidad 40 litros	4	\$ 200	\$ 800
Estufa de gas o electrica industrial	1	\$ 500	\$ 500
Embudo de acero inoxidable	1	\$ 250	\$ 250
Esterilizadora	1	\$ 1.200	\$ 1.200
Etiquetadora	1	\$ 1.500	\$ 1.500
Recipiente llenador (plastico)	4	\$ 25	\$ 100
Recipiente recolector (plastico)	4	\$ 25	\$ 100
Congelador	2	\$ 700	\$ 1.400
<b>HERRAMIENTAS DE TRABAJO</b>			
Mandiles	10	\$ 15,00	\$ 150
pinzas	4	\$ 3,50	\$ 14
termometro	2	\$ 10,00	\$ 20
cuchillos	4	\$ 25,00	\$ 100
cucharones de acero inoxidable	4	\$ 100,00	\$ 400
refractometro	1	\$ 150,00	\$ 150
Envsases de vidrio con tapadera (20 libras)	10	\$ 20,00	\$ 200
gramera	1	\$ 250,00	\$ 250
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Escritorios	6	\$ 800	\$ 4.800
Sillas	10	\$ 100	\$ 1.000
Mesa Reunion	2	\$ 120	\$ 240
Surtidor de agua	4	\$ 120	\$ 480
Telefonos	10	\$ 25	\$ 250
Aires acondicionado	2	\$ 700	\$ 1.400
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			
Laptop	2	\$ 1.200	\$ 2.400
PC	4	\$ 800	\$ 3.200
Impresora Multifuncion	2	\$ 300	\$ 600
Fax	2	\$ 150	\$ 300
Servidores	1	\$ 2.000	\$ 2.000
<b>VEHICULOS</b>			
Chevrolet VAN 12000	1	\$ 15.000	\$ 15.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 50.804</b>

### 7.3 DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS Y AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS.

#### DEPRECIACION Y AMORTIZACION

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>					
AÑO 1	\$ 1.785	\$ 1.785	\$ 1.785	\$ 1.785	\$ 1.785
AÑO 2		\$ 1.785	\$ 1.785	\$ 1.785	\$ 1.785
AÑO 3			\$ 1.785	\$ 1.785	\$ 1.785
AÑO 4				\$ 1.785	\$ 1.785
AÑO 5					\$ 1.785
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>					
AÑO 1	\$ 817	\$ 817	\$ 817	\$ 817	\$ 817
AÑO 2		\$ 817	\$ 817	\$ 817	\$ 817
AÑO 3			\$ 817	\$ 817	\$ 817
AÑO 4				\$ 817	\$ 817
AÑO 5					\$ 817
<b>HERRAMIENTAS DE TRABAJO</b>					
AÑO 1	\$ 428	\$ 428	\$ 428		
AÑO 2		\$ 428	\$ 428		
AÑO 3			\$ 428		
AÑO 4					
AÑO 5					
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>					
AÑO 1	\$ 2.833	\$ 2.833	\$ 2.833		
AÑO 2		\$ 2.833	\$ 2.833		
AÑO 3			\$ 2.833		
AÑO 4					
AÑO 5					
<b>VEHICULOS</b>					
AÑO 1	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
AÑO 2		\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
AÑO 3			\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
AÑO 4				\$ 3.000	\$ 3.000
AÑO 5					\$ 3.000
<b>TOTAL DEPRECIACION</b>	<b>\$ 8.863</b>	<b>\$ 8.863</b>	<b>\$ 8.863</b>	<b>\$ 8.863</b>	<b>\$ 8.863</b>
<b>TOTAL DEPRECIACION ACUMULADA</b>	<b>\$ 8.863</b>	<b>\$ 17.727</b>	<b>\$ 26.590</b>	<b>\$ 35.453</b>	<b>\$ 44.317</b>

ACTIVOS FIJOS TOTALES	\$ 50.804	\$ 50.804	\$ 50.804	\$ 50.804	\$ 50.804
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	-\$ 8.863	-\$ 17.727	-\$ 26.590	-\$ 35.453	-\$ 44.317
<b>ACTIVOS FIJOS NETOS</b>	<b>\$ 41.941</b>	<b>\$ 33.077</b>	<b>\$ 24.214</b>	<b>\$ 15.351</b>	<b>\$ 6.487</b>

#### AMORTIZACION

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MONTO DE AMORTIZACION	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500
AMORTIZACION ACUMULADA	\$ 1.500	\$ 3.000	\$ 4.500	\$ 6.000	\$ 7.500

GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 7.500
(-)AMORTIZACION ACUMULADA	-\$ 1.500	-\$ 3.000	-\$ 4.500	-\$ 6.000	-\$ 7.500
<b>GASTOS PREOPERATIVOS NETOS</b>	<b>\$ 6.000</b>	<b>\$ 4.500</b>	<b>\$ 3.000</b>	<b>\$ 1.500</b>	<b>\$ 0</b>

## 7.4 AMORTIZACION DEL PRESTAMO

CUOTA	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO	SALDO
0				\$ 52.940
1	\$ 494,10	\$ 662,22	\$ 1.156,33	\$ 52.278
2	\$ 487,92	\$ 668,40	\$ 1.156,33	\$ 51.609
3	\$ 481,69	\$ 674,64	\$ 1.156,33	\$ 50.934
4	\$ 475,39	\$ 680,94	\$ 1.156,33	\$ 50.254
5	\$ 469,03	\$ 687,29	\$ 1.156,33	\$ 49.566
6	\$ 462,62	\$ 693,71	\$ 1.156,33	\$ 48.873
7	\$ 456,14	\$ 700,18	\$ 1.156,33	\$ 48.172
8	\$ 449,61	\$ 706,72	\$ 1.156,33	\$ 47.466
9	\$ 443,01	\$ 713,31	\$ 1.156,33	\$ 46.752
10	\$ 436,36	\$ 719,97	\$ 1.156,33	\$ 46.032
11	\$ 429,64	\$ 726,69	\$ 1.156,33	\$ 45.306
12	\$ 422,85	\$ 733,47	\$ 1.156,33	\$ 44.572
13	\$ 416,01	\$ 740,32	\$ 1.156,33	\$ 43.832
14	\$ 409,10	\$ 747,23	\$ 1.156,33	\$ 43.085
15	\$ 402,12	\$ 754,20	\$ 1.156,33	\$ 42.330
16	\$ 395,08	\$ 761,24	\$ 1.156,33	\$ 41.569
17	\$ 387,98	\$ 768,35	\$ 1.156,33	\$ 40.801
18	\$ 380,81	\$ 775,52	\$ 1.156,33	\$ 40.025
19	\$ 373,57	\$ 782,76	\$ 1.156,33	\$ 39.243
20	\$ 366,26	\$ 790,06	\$ 1.156,33	\$ 38.453
21	\$ 358,89	\$ 797,44	\$ 1.156,33	\$ 37.655
22	\$ 351,45	\$ 804,88	\$ 1.156,33	\$ 36.850
23	\$ 343,94	\$ 812,39	\$ 1.156,33	\$ 36.038
24	\$ 336,35	\$ 819,97	\$ 1.156,33	\$ 35.218
25	\$ 328,70	\$ 827,63	\$ 1.156,33	\$ 34.390
26	\$ 320,98	\$ 835,35	\$ 1.156,33	\$ 33.555
27	\$ 313,18	\$ 843,15	\$ 1.156,33	\$ 32.712
28	\$ 305,31	\$ 851,02	\$ 1.156,33	\$ 31.861
29	\$ 297,37	\$ 858,96	\$ 1.156,33	\$ 31.002
30	\$ 289,35	\$ 866,98	\$ 1.156,33	\$ 30.135
31	\$ 281,26	\$ 875,07	\$ 1.156,33	\$ 29.260
32	\$ 273,09	\$ 883,24	\$ 1.156,33	\$ 28.376
33	\$ 264,85	\$ 891,48	\$ 1.156,33	\$ 27.485
34	\$ 256,53	\$ 899,80	\$ 1.156,33	\$ 26.585
35	\$ 248,13	\$ 908,20	\$ 1.156,33	\$ 25.677
36	\$ 239,65	\$ 916,67	\$ 1.156,33	\$ 24.760
37	\$ 231,10	\$ 925,23	\$ 1.156,33	\$ 23.835
38	\$ 222,46	\$ 933,86	\$ 1.156,33	\$ 22.901
39	\$ 213,74	\$ 942,58	\$ 1.156,33	\$ 21.959
40	\$ 204,95	\$ 951,38	\$ 1.156,33	\$ 21.007
41	\$ 196,07	\$ 960,26	\$ 1.156,33	\$ 20.047
42	\$ 187,11	\$ 969,22	\$ 1.156,33	\$ 19.078
43	\$ 178,06	\$ 978,27	\$ 1.156,33	\$ 18.100
44	\$ 168,93	\$ 987,40	\$ 1.156,33	\$ 17.112
45	\$ 159,71	\$ 996,61	\$ 1.156,33	\$ 16.116
46	\$ 150,41	\$ 1.005,91	\$ 1.156,33	\$ 15.110
47	\$ 141,02	\$ 1.015,30	\$ 1.156,33	\$ 14.094
48	\$ 131,55	\$ 1.024,78	\$ 1.156,33	\$ 13.070
49	\$ 121,98	\$ 1.034,34	\$ 1.156,33	\$ 12.035
50	\$ 112,33	\$ 1.044,00	\$ 1.156,33	\$ 10.991
51	\$ 102,58	\$ 1.053,74	\$ 1.156,33	\$ 9.937
52	\$ 92,75	\$ 1.063,58	\$ 1.156,33	\$ 8.874
53	\$ 82,82	\$ 1.073,50	\$ 1.156,33	\$ 7.800
54	\$ 72,80	\$ 1.083,52	\$ 1.156,33	\$ 6.717
55	\$ 62,69	\$ 1.093,64	\$ 1.156,33	\$ 5.623
56	\$ 52,48	\$ 1.103,84	\$ 1.156,33	\$ 4.519
57	\$ 42,18	\$ 1.114,14	\$ 1.156,33	\$ 3.405
58	\$ 31,78	\$ 1.124,54	\$ 1.156,33	\$ 2.281
59	\$ 21,29	\$ 1.135,04	\$ 1.156,33	\$ 1.146
60	\$ 10,69	\$ 1.145,63	\$ 1.156,33	\$ 0

## 7.5 NÓMINA DEL PERSONAL DE LA EMPRESA EN ESTUDIO

Año 1

Nómina del Personal Administrativo							EMPLEADOR		Beneficios por ley				TOTAL		
Empleados	# de personas	Sueldo	sueldo total	IEES 9.45%	Sueldo Total	Total	IEES 12,15%	Total 12,15%	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Fondos de reserva	total beneficios sociales	beneficios provisionados al mes	total sueldo mas beneficio
Gerente General	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 113,40	\$ 1.086,60	\$ 1.086,60	\$ 145,80	\$ 145,80	\$ 1.200,00	\$ 264,00	\$ 600,00		\$ 2.209,80	\$ 184,15	\$ 1.270,75
Jefe de Produccion	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 75,60	\$ 724,40	\$ 724,40	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 800,00	\$ 264,00	\$ 400,00		\$ 1.561,20	\$ 130,10	\$ 707,15
Asistente Administrativo	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 42,53	\$ 407,48	\$ 407,48	\$ 54,68	\$ 54,68	\$ 450,00	\$ 264,00	\$ 225,00		\$ 993,68	\$ 82,81	\$ 592,63
Contador General	1	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 51,98	\$ 498,03	\$ 498,03	\$ 66,83	\$ 66,83	\$ 550,00	\$ 264,00	\$ 275,00		\$ 1.155,83	\$ 96,32	\$ 592,63
Ejecutivo Comercial	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 452,75	\$ 452,75	\$ 60,75	\$ 60,75	\$ 500,00	\$ 264,00	\$ 250,00		\$ 1.074,75	\$ 89,56	\$ 478,10
Iniciadores	2	\$ 354,00	\$ 708,00	\$ 66,91	\$ 641,09	\$ 641,09	\$ 43,01	\$ 86,02	\$ 708,00	\$ 528,00	\$ 354,00		\$ 1.676,02	\$ 139,67	\$ 497,38
Empacadores	2	\$ 354,00	\$ 708,00	\$ 66,91	\$ 641,09	\$ 641,09	\$ 43,01	\$ 86,02	\$ 708,00	\$ 528,00	\$ 354,00		\$ 1.676,02	\$ 139,67	\$ 497,38
<b>Total nomina</b>	<b>9</b>		\$ 4.916	\$ 460	\$ 4.451	\$ 4.451	\$ 489	\$ 597	\$ 4.916	\$ 2.376	\$ 2.458	\$ -	\$ 10.347	\$ 862	\$ 4.636

Año 2

Nómina del Personal Administrativo							EMPLEADOR		Beneficios por ley				TOTAL		
Empleados	# de personas	Sueldo	sueldo total	IEES 9.45%	Sueldo Total	Total	IEES 12,15%	Total 12,15%	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Fondos de reserva	total beneficios sociales	beneficios provisionados al mes	total sueldo mas beneficio
Gerente General	1	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 119,07	\$ 1.140,93	\$ 1.140,93	\$ 153,09	\$ 153,09	\$ 1.260,00	\$ 354,00	\$ 630,00	\$ 1.260,00	\$ 3.657,09	\$ 304,76	\$ 1.445,69
Jefe de Produccion	1	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 79,38	\$ 760,62	\$ 760,62	\$ 102,06	\$ 102,06	\$ 840,00	\$ 354,00	\$ 420,00	\$ 840,00	\$ 2.556,06	\$ 213,01	\$ 707,15
Asistente Administrativo	1	\$ 472,50	\$ 472,50	\$ 44,65	\$ 427,85	\$ 427,85	\$ 57,41	\$ 57,41	\$ 472,50	\$ 354,00	\$ 236,25	\$ 472,50	\$ 1.592,66	\$ 132,72	\$ 592,63
Contador General	1	\$ 577,50	\$ 577,50	\$ 54,57	\$ 522,93	\$ 522,93	\$ 70,17	\$ 70,17	\$ 577,50	\$ 354,00	\$ 288,75	\$ 577,50	\$ 1.867,92	\$ 155,66	\$ 592,63
Ejecutivo Comercial	1	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 49,61	\$ 475,39	\$ 475,39	\$ 63,79	\$ 63,79	\$ 525,00	\$ 354,00	\$ 262,50	\$ 525,00	\$ 1.730,29	\$ 144,19	\$ 478,10
Iniciadores	2	\$ 371,70	\$ 743,40	\$ 70,25	\$ 673,15	\$ 673,15	\$ 45,16	\$ 90,32	\$ 743,40	\$ 708,00	\$ 371,70	\$ 743,40	\$ 2.656,82	\$ 221,40	\$ 497,38
Empacadores	2	\$ 371,70	\$ 743,40	\$ 70,25	\$ 673,15	\$ 673,15	\$ 45,16	\$ 90,32	\$ 743,40	\$ 708,00	\$ 371,70	\$ 743,40	\$ 2.656,82	\$ 221,40	\$ 497,38
<b>Total nomina</b>	<b>9</b>		\$ 5.162	\$ 483	\$ 4.674	\$ 4.674	\$ 489	\$ 627	\$ 5.162	\$ 3.186	\$ 2.581	\$ 5.162	\$ 16.718	\$ 1.393	\$ 4.811

### Año 3

Nómina del Personal Administrativo							EMPLEADOR		Beneficios por ley				TOTAL		
Empleados	# de personas	Sueldo	sueldo total	IEES 9.45%	Sueldo Total	Total	IEES 12,15%	Total 12,15%	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Fondos de reserva	total beneficios sociales	beneficios provisionados al mes	total sueldo mas beneficio
Gerente General	1	\$ 1.306,24	\$ 1.306,24	\$ 123,44	\$ 1.182,80	\$ 1.182,80	\$ 158,71	\$ 158,71	\$ 1.306,24	\$ 264,00	\$ 653,12	\$ 1.306,24	\$ 3.688,31	\$ 307,36	\$ 1.490,16
Jefe de Produccion	1	\$ 870,83	\$ 870,83	\$ 82,29	\$ 788,53	\$ 788,53	\$ 105,81	\$ 105,81	\$ 870,83	\$ 264,00	\$ 435,41	\$ 870,83	\$ 2.546,88	\$ 212,24	\$ 707,15
Asistente Administrativo	1	\$ 489,84	\$ 489,84	\$ 46,29	\$ 443,55	\$ 443,55	\$ 59,52	\$ 59,52	\$ 489,84	\$ 264,00	\$ 244,92	\$ 489,84	\$ 1.548,12	\$ 129,01	\$ 592,63
Contador General	1	\$ 598,69	\$ 598,69	\$ 56,58	\$ 542,12	\$ 542,12	\$ 72,74	\$ 72,74	\$ 598,69	\$ 264,00	\$ 299,35	\$ 598,69	\$ 1.833,48	\$ 152,79	\$ 592,63
Ejecutivo Comercial	1	\$ 544,27	\$ 544,27	\$ 51,43	\$ 492,83	\$ 492,83	\$ 66,13	\$ 66,13	\$ 544,27	\$ 264,00	\$ 272,13	\$ 544,27	\$ 1.690,80	\$ 140,90	\$ 478,10
Iniciadores	2	\$ 385,34	\$ 770,68	\$ 72,83	\$ 697,85	\$ 697,85	\$ 46,82	\$ 93,64	\$ 770,68	\$ 528,00	\$ 385,34	\$ 770,68	\$ 2.548,34	\$ 212,36	\$ 497,38
Empacadores	2	\$ 385,34	\$ 770,68	\$ 72,83	\$ 697,85	\$ 697,85	\$ 46,82	\$ 93,64	\$ 770,68	\$ 528,00	\$ 385,34	\$ 770,68	\$ 2.548,34	\$ 212,36	\$ 497,38
<b>Total nomina</b>	<b>9</b>		\$ 5.351	\$ 500	\$ 4.846	\$ 4.846	\$ 489	\$ 650	\$ 5.351	\$ 2.376	\$ 2.676	\$ 5.351	\$ 16.404	\$ 1.367	\$ 4.855

### Año 4.

Nómina del Personal Administrativo							EMPLEADOR		Beneficios por ley				TOTAL		
Empleados	# de personas	Sueldo	sueldo total	IEES 9.45%	Sueldo Total	Total	IEES 12,15%	Total 12,15%	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Fondos de reserva	total beneficios sociales	beneficios provisionados al mes	total sueldo mas beneficio
Gerente General	1	\$ 1.354,18	\$ 1.354,18	\$ 127,97	\$ 1.226,21	\$ 1.226,21	\$ 164,53	\$ 164,53	\$ 1.354,18	\$ 264,00	\$ 677,09	\$ 1.354,18	\$ 3.813,99	\$ 317,83	\$ 1.544,04
Jefe de Produccion	1	\$ 902,79	\$ 902,79	\$ 85,31	\$ 817,47	\$ 817,47	\$ 109,69	\$ 109,69	\$ 902,79	\$ 264,00	\$ 451,39	\$ 902,79	\$ 2.630,66	\$ 219,22	\$ 707,15
Asistente Administrativo	1	\$ 507,82	\$ 507,82	\$ 47,99	\$ 459,83	\$ 459,83	\$ 61,70	\$ 61,70	\$ 507,82	\$ 264,00	\$ 253,91	\$ 507,82	\$ 1.595,24	\$ 132,94	\$ 592,63
Contador General	1	\$ 620,67	\$ 620,67	\$ 58,65	\$ 562,01	\$ 562,01	\$ 75,41	\$ 75,41	\$ 620,67	\$ 264,00	\$ 310,33	\$ 620,67	\$ 1.891,08	\$ 157,59	\$ 592,63
Ejecutivo Comercial	1	\$ 564,24	\$ 564,24	\$ 53,32	\$ 510,92	\$ 510,92	\$ 68,56	\$ 68,56	\$ 564,24	\$ 264,00	\$ 282,12	\$ 564,24	\$ 1.743,16	\$ 145,26	\$ 478,10
Iniciadores	2	\$ 399,48	\$ 798,97	\$ 75,50	\$ 723,46	\$ 723,46	\$ 48,54	\$ 97,07	\$ 798,97	\$ 528,00	\$ 399,48	\$ 798,97	\$ 2.622,49	\$ 218,54	\$ 497,38
Empacadores	2	\$ 399,48	\$ 798,97	\$ 75,50	\$ 723,46	\$ 723,46	\$ 48,54	\$ 97,07	\$ 798,97	\$ 528,00	\$ 399,48	\$ 798,97	\$ 2.622,49	\$ 218,54	\$ 497,38
<b>Total nomina</b>	<b>9</b>		\$ 5.548	\$ 519	\$ 5.023	\$ 5.023	\$ 489	\$ 674	\$ 5.548	\$ 2.376	\$ 2.774	\$ 5.548	\$ 16.919	\$ 1.410	\$ 4.909



## Año 5.

Nómina del Personal Administrativo							EMPLEADOR		Beneficios por ley				TOTAL		
	# de personas	Sueldo	sueldo total	IEES 9.45%	Sueldo Total	Total	IEES 12,15%	Total 12,15%	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Fondos de reserva	total beneficios sociales	beneficios provisionados al mes	total sueldo mas beneficio
Gerente General	1	\$ 1.403,88	\$ 1.403,88	\$ 132,67	\$ 1.271,21	\$ 1.271,21	\$ 170,57	\$ 170,57	\$ 1.403,88	\$ 264,00	\$ 701,94	\$ 1.403,88	\$ 3.944,27	\$ 328,69	\$ 1.599,90
Jefe de Produccion	1	\$ 935,92	\$ 935,92	\$ 88,44	\$ 847,48	\$ 847,48	\$ 113,71	\$ 113,71	\$ 935,92	\$ 264,00	\$ 467,96	\$ 935,92	\$ 2.717,51	\$ 226,46	\$ 707,15
Asistente Administrativo	1	\$ 526,45	\$ 526,45	\$ 49,75	\$ 476,70	\$ 476,70	\$ 63,96	\$ 63,96	\$ 526,45	\$ 264,00	\$ 263,23	\$ 526,45	\$ 1.644,10	\$ 137,01	\$ 592,63
Contador General	1	\$ 643,44	\$ 643,44	\$ 60,81	\$ 582,64	\$ 582,64	\$ 78,18	\$ 78,18	\$ 643,44	\$ 264,00	\$ 321,72	\$ 643,44	\$ 1.950,79	\$ 162,57	\$ 592,63
Ejecutivo Comercial	1	\$ 584,95	\$ 584,95	\$ 55,28	\$ 529,67	\$ 529,67	\$ 71,07	\$ 71,07	\$ 584,95	\$ 264,00	\$ 292,47	\$ 584,95	\$ 1.797,45	\$ 149,79	\$ 478,10
Iniciadores	2	\$ 414,14	\$ 828,29	\$ 78,27	\$ 750,02	\$ 750,02	\$ 50,32	\$ 100,64	\$ 828,29	\$ 528,00	\$ 414,14	\$ 828,29	\$ 2.699,36	\$ 224,95	\$ 497,38
Empacadores	2	\$ 414,14	\$ 828,29	\$ 78,27	\$ 750,02	\$ 750,02	\$ 50,32	\$ 100,64	\$ 828,29	\$ 528,00	\$ 414,14	\$ 828,29	\$ 2.699,36	\$ 224,95	\$ 497,38
<b>Total nomina</b>	<b>9</b>		\$ 5.751	\$ 538	\$ 5.208	\$ 5.208	\$ 489	\$ 699	\$ 5.751	\$ 2.376	\$ 2.876	\$ 5.751	\$ 17.453	\$ 1.454	\$ 4.965