



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO  
DE GUAYAQUIL**

**Proyecto de Titulación Final**  
**Previo a la Obtención del Título de**  
**Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales**  
**Bilingüe**

**“Elaboración y Comercialización de Suplemento  
Alimenticio a base de Quinoa”**

**Icaza Lecaro María Gabriela**  
**Jiménez Vargas Karen Noemí**

**Economista Nelson Dávila**

**Guayaquil - Ecuador**

**Mayo del 2011**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE  
GUAYAQUIL**

Proyecto de Titulación Final Previo a la Obtención del Título de  
Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.

**“Elaboración y Comercialización de Suplemento Alimenticio a  
base de Quinoa”**

Icaza Lecaro María Gabriela

Jiménez Vargas Karen Noemí

Economista Nelson Dávila

Guayaquil – Ecuador

Mayo del 2011

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer a Dios por darme la fortaleza necesaria, porque sin él nada hubiera sido posible. A mi familia, por haberme guiado y acompañado siempre en todo momento, en especial a mi mamá por el apoyo brindado y por toda su colaboración durante los 4 años de estudio. A mi compañera de tesis, por su perseverancia, y constancia en el trabajo y por ayudarme cuando lo he necesitado. A nuestro Director el Eco. Nelson Dávila por su capacidad para guiar todas nuestras ideas. En fin gracias a todos los que me ayudaron para que esto sea una realidad.

**María Gabriela Icaza Lecaro.**

Agradezco en primer lugar a Dios, sin él nada sería posible, a mis padres por el apoyo económico y moral brindado a lo largo de mi carrera, a mi director de tesis el Eco. Nelson Dávila por su ayuda y conocimientos impartidos durante la realización del proyecto. Al Ing. en Alimentos Xavier Valencia por haber aportado con sus conocimientos en la realización del producto, a los diseñadores Daniel Overa y Alex Vargas por su asesoramiento en cuanto a la presentación del producto, a mi hermana Abigail Jiménez por su ayuda en el área de Marketing, a mi compañera de tesis Gabriela Icaza por su apoyo como compañera y por su dedicación y esfuerzo en nuestro proyecto. Por último, gracias a todos los profesores y compañeros que he tenido durante estos 4 años de carrera, los llevaré siempre en mi corazón.

**Karen Noemí Jiménez Vargas.**

## **DEDICATORIAS**

Dedico todo este esfuerzo, a las personas que me apoyaron en este largo camino de estudio, que son mi familia, ellos me enseñaron a no rendirme, y mirar siempre para adelante, mis padres, lo más importante que tengo en la vida, sin ellos yo no estaría en ésta etapa, ellos han velado por mi bienestar y educación siendo mi soporte en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy la que soy ahora. Les dedico esto también a mis amigos por los momentos compartidos, por su compañía y alegría al superar los obstáculos que se me presentaron en el camino.

**María Gabriela Icaza Lecaro**

Dedico este trabajo, lleno de esfuerzo y perseverancia a Dios porque ha estado conmigo en todo momento, cuidándome y dándome salud para terminar este trabajo, a mis padres, pilares fundamentales en mi vida, sin su constancia y lucha insaciable no hubiese podido lograr lo que hasta ahora he conseguido. A mis 3 abuelos porque he disfrutado de su cariño, compañía y sus sabios consejos diarios, y finalmente, a mis hermanas y a toda una familia en Cristo que con sus oraciones me ayudaron a seguir adelante y culminar mi carrera.

**Karen Noemí Jiménez Vargas**

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1. BASES CIENTÍFICAS .....	4
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	4
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	4
1.3 ANTECEDENTE .....	4
1.4 OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO:.....	7
1.4.1 Objetivos específicos.....	7
1.5 MARCO CONTEXTUAL.....	8
1.6 MARCO TEÓRICO.....	8
1.7 METODOLOGÍA .....	11
1.7.1 Diseño de la investigación .....	11
CAPÍTULO II.....	12
2. IDEA DEL NEGOCIO .....	13
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL .....	13
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....	13
2.3 MISIÓN DE LA COMPAÑÍA "INNOVATIVE PRODUCTS SA" .....	16
2.4 VISIÓN DE LA COMPAÑÍA "INNOVATIVE PRODUCTS SA" .....	17
2.5 MISIÓN DEL PRODUCTO "NUTRIQUINUA" .....	17
2.6 VISIÓN DEL PRODUCTO "NUTRIQUINUA" .....	17
2.7 ANÁLISIS FODA .....	17
CAPÍTULO III.....	20
3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, ADMINISTRATIVA Y LEGAL .....	21
3.1 DESCRIPCIÓN GENERAL .....	21
3.2 ORGANIGRAMA ADMINISTRATIVO.....	21
3.2.1 Gerente General .....	22
3.2.2 Gerente de Finanzas .....	22
3.2.3 Departamento de Marketing.....	25

3.2.4 Departamento de Ventas .....	25
3.3 ORGANIGRAMA DE PRODUCCIÓN .....	26
3.3.1 Supervisor de control de calidad .....	27
3.3.2 Supervisor de producción .....	27
3.3.3 Jefe de Mantenimiento (mecánico y eléctrico) .....	27
3.4 Ubicación geográfica de la empresa .....	28
3.5 MARCO LEGAL .....	29
CAPÍTULO IV .....	39
4. ESTUDIO DE MERCADO .....	40
4.1 DESCRIPCIÓN GENERAL .....	40
4.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO .....	40
4.3 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA .....	42
4.4 ESTRATEGIAS DE MERCADO .....	47
4.5 FUERZAS DE PORTER .....	47
4.5.1 Fuerza del Proveedor .....	47
4.5.2 Fuerza del Consumidor .....	49
4.5.3 Fuerza de la Competencia .....	49
4.5.4 Amenaza de Sustitución .....	50
4.5.5 Amenaza de Nuevos Entrantes .....	51
4.6 ANÁLISIS PEST .....	51
4.6.1 Factores Políticos .....	51
4.6.2 Factores Económicos .....	51
4.6.3 Factores Sociales .....	52
4.6.4 Factores Tecnológicos .....	53
4.7 VIABILIDAD .....	54
4.8 EL PRODUCTO .....	55
4.9 PRECIO .....	56
4.10 DISTRIBUCIÓN Y PLAZA .....	56
4.11 PUBLICIDAD .....	57

CAPÍTULO V .....	65
5. ESTUDIO TÉCNICO.....	66
5.1 FORMULACIÓN.....	66
5.2 DIAGRAMA DE PRODUCCIÓN.....	66
5.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	68
5.4 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	69
5.5. MAQUINARIAS Y EQUIPOS REQUERIDOS.....	70
5.6 GRÁFICOS.....	75
5.7 LÍNEA DE PRODUCCIÓN.....	76
CAPÍTULO VI .....	77
6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO .....	78
6.1 INVERSIÓN.....	78
6.2 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	79
6.3 BALANCE GENERAL.....	80
6.4 ESTADO DE RESULTADO ANUAL.....	81
6.5 FLUJO DE CAJA ANUAL.....	82
6.6 TMAR.....	83
6.7 ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS.....	84
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	85
8. BIBLIOGRAFÍA.....	87
ANEXOS.....	89

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad se presenta un hecho que es indiscutible y éste es que los vegetales, frutas y verduras (que son los alimentos que contienen gran cantidad de vitaminas y proteínas) no son agradables al paladar de algunas personas. Esto causa la preferencia de alimentos con altos niveles de grasas, calorías y colorantes, lo cual se ha generalizado tanto en adultos como en niños.

Por las razones antes mencionadas, en la etapa infantil se hace necesario que los niños se nutran a través de suplementos que los ayuden a recuperar las vitaminas y proteínas que dejan de consumir al rechazar las verduras, legumbres y demás hortalizas y así evitar la desnutrición causada porque el cuerpo no recibe los nutrientes suficientes.

Según la OMS<sup>1</sup>, la desnutrición es la principal causa de muerte de niños y lactantes pero esta situación no sólo se da en niños, sino también en adultos, siendo así que Ecuador se encuentra entre los países andinos más afectados que sufren agudamente problemas de desnutrición<sup>2</sup>.

Entre los determinantes sociales de la desnutrición se encuentra la pobreza o falta de recursos económicos para alimentarse de una manera adecuada, lo cual se ha convertido en un serio inconveniente porque al asistir a un centro de salud para tratar enfermedades como anemia o desnutrición, los médicos recomiendan la ingesta de suplementos alimenticios.

Se conoce que las personas de escasos recursos económicos hacen el esfuerzo por comprar dichos suplementos multivitamínicos para ayudarse, pero la dificultad radica en que éstos tienen un alto precio causando que por falta de dinero las personas no sigan hasta el final las prescripciones de los médicos, arriesgando su salud.

---

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

<sup>2</sup> <http://www.ecuador.nutrinet.org>



A raíz de este problema nace el producto, Nutriquinua, que mejorará la calidad de vida de las personas ayudando en su crecimiento y en el desarrollo de las capacidades de concentración, memorización y rapidez mental, mediante el aporte de vitaminas, minerales y aminoácidos al cuerpo, gracias a los múltiples beneficios que ofrece la quinua. Siendo también una de sus ventajas su económico precio, lo cual sin duda es un factor importante para la clase media y media baja.

# CAPÍTULO N° 1

## BASES CIENTÍFICAS



1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2 JUSTIFICACIÓN

1.3 ANTECEDENTES

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.5 MARCO CONTEXTUAL

1.6 MARCO TEÓRICO

1.7 METODOLOGÍA

## CAPÍTULO I

### 1. BASES CIENTÍFICAS

#### 1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La presencia de muchas enfermedades que afectan a las personas debido a los malos hábitos alimenticios, insuficiencia de proteínas y el consumo de productos que causan padecimientos como la diabetes, el colesterol y molestias cardiovasculares.<sup>3</sup>

#### 1.2 JUSTIFICACIÓN

Se observó la necesidad de elaborar este suplemento alimenticio a base de quinua porque es una fuente rica en vitaminas, proteínas, minerales y muchos nutrientes más que ayudan de manera óptima a obtener energía para desarrollar las actividades diarias.<sup>4</sup>

Las personas consumirían el producto por tres razones básicas:

- Su sabor agradable al paladar
- Su económico precio
- La necesidad de gozar de una buena salud

#### 1.3 ANTECEDENTE

##### Suplemento Alimenticio

Los suplementos alimenticios son una parte importante de la alimentación de un atleta, de un deportista o de cualquier persona que busque mejorar su fuerza, resistencia, rendimiento o simplemente su apariencia y salud general. El éxito de

---

<sup>3</sup> <http://www.directoriomedico.com>

<sup>4</sup> La Quinua contiene proteína, hasta en un 50% más que otros granos, posee 40% más lisina que la leche, por eso es muy conocida como el grano de oro, súper cereal o grano madre, al ser el único grano capaz de reemplazar la leche materna.

una vida saludable es resultado de la combinación de un programa de entrenamiento diseñado para el objetivo a lograr, una dieta que satisfaga los requerimientos cuantitativos y cualitativos de nutrimentos y un esquema de suplementación que apoye estos dos puntos.

Al ejercitar nuestro cuerpo, y en especial nuestro tejido muscular al trabajar en el gimnasio, estamos estimulando la mejoría de la fuerza y el desarrollo de nuestras fibras musculares. Durante el entrenamiento los músculos son sometidos a una carga y estrés que, dependiendo de la intensidad del trabajo, causa micro-rupturas en las fibras musculares y agota los recursos energéticos del tejido muscular. Al terminar el entrenamiento, nuestros músculos se encuentran ávidos de nutrimentos (principalmente proteínas y carbohidratos) para comenzar la reparación de las fibras mediante la síntesis de proteínas y para restablecer sus reservas energéticas.

Debido a diferencias individuales tales como el sexo, la edad, el medio ambiente, estrés, desgaste físico y estado de salud, muchas personas no reciben todo el beneficio de los nutrientes presentes en la dieta diaria, esto se da en dos escenarios: 1) porque no son capaces de absorberlos correctamente o 2) porque estos no son suficientes para cubrir sus necesidades individuales. Por esta razón los complementos alimenticios tienen una importancia vital para la correcta salud y mejoramiento físico o psíquico.

La idea de la complementación es esa, "complementar" la dieta normal. Es decir, ayudar y servir de apoyo alimentario. Es mucho más fácil conseguir, por ejemplo, 20g de proteína mediante dos cucharadas de proteína en polvo disuelta en jugo o agua que ingerir un bistec de 100g o 7 claras de huevo para obtener el mismo aporte proteico con el esfuerzo digestivo para procesar ese mayor volumen de alimento.

### **¿Son necesarios los suplementos?**

La mayoría de las veces lo son. A pesar de que una correcta alimentación debería bastar para mantener una buena salud y estado físico, a menudo los condicionantes sociales nos impiden acceder a esta correcta alimentación.

## ¿Quiénes pueden aprovechar el beneficio de los suplementos?

Absolutamente todos. La salud óptima y el bienestar físico no deberían ser patrimonio sólo de unos cuantos escogidos, sino de todos y cada uno de los miembros de la sociedad. La prevención de las enfermedades y la idónea capacidad física dependen de los suministros y nutrientes que el organismo recibe mediante la correcta nutrición.

### La quinua como suplemento alimenticio

Considerado un grano sagrado por los incas, la quinua es una planta milenaria cultivada en los Andes, hasta los 4.000 metros de altitud. Ecuador es el tercer país productor de quinua en Sudamérica con aproximadamente 1700 has dedicadas a este cultivo. Aunque se consume como el arroz, la quinua (*Chenopodium quinua*) no es un cereal, sino una quenopodiácea, planta de la familia de las espinacas. Da un pequeño grano redondo, parecido al del mijo, con propiedades nutricionales excepcionales.<sup>5</sup>

Existen diversos tipos de quinua en los Andes, entre los cuales se encuentra la quinua "real" de Bolivia, de grano blanco. Es el más conocido entre los consumidores europeos, ya que es el que más se ha exportado y comercializado en las redes de alimentación ecológica desde hace unos quince años. Se cultiva en el altiplano sur de Bolivia, alrededor del salar de Uyuni y al sur del salar de Coipasa.

La quinua de Ecuador corresponde al tipo "valle", específico de los valles interandinos. Se caracteriza por tener un grano pequeño y de un color beige o blanco. No es tan rica en saponina, por lo tanto es muy poco amarga, más bien dulce y perfumada. Contiene una menor proporción de almidón y por eso se mantiene muy crujiente después de haberla cocido.<sup>6</sup>

Los indios del pueblo Puruhá viven en las altas tierras del Chimborazo, en Ecuador, y cultivan la quinua de manera tradicional. Sin embargo, este cultivo había

---

<sup>5</sup> <http://www.saboretico.com> "Grano sagrado"

<sup>6</sup> <http://www.genysalud.com> "El alimento más completo de la naturaleza"

Los indios del pueblo Puruhá viven en las altas tierras del Chimborazo, en Ecuador, y cultivan la quinua de manera tradicional. Sin embargo, este cultivo había caído en desuso a causa de la baja productividad y la falta de mercado.

Actualmente se ha convertido en una nueva fuente de ingresos para unos agricultores que disponen de muy poca tierra, menos de una hectárea por familia. Los agricultores cultivan la quinua según una rotación de cultivos que incluye: patata, habas, maíz, quinua y otros productos andinos.

La quinua, muy resistente a la sequía y al clima rudo de los Andes, no necesita ningún tratamiento químico. En los campos todas las tareas se hacen manualmente: labranza con arado, siembra a voleo, desherbado con azada y recolección con hoz. Después de haberla cribado y secado, la quinua se tamiza y se pule en un molino para retirar la fina película natural de saponina que envuelve al grano.<sup>7</sup>

#### **1.4 OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO:**

Hacer conocer a la población ecuatoriana primero y de otros países, acerca de las bondades de la quinua, para lograr una ampliación de su cultivo.

##### **1.4.1 Objetivos específicos**

- Concienciar el consumo de quinua como fuente de vitaminas y proteínas en Guayaquil.
- Incrementar la competitividad de los productos multivitamínicos a través de la reducción de sus precios.
- Reactivar la producción de la quinua con el propósito que sea consumida ampliamente en el mercado local.

Adicionalmente implementar una compañía comercializadora de productos varios hechos a base de quinua (por ejemplo helados, galletas, barras nutritivas, etc.) con

---

<sup>7</sup> <http://www.prodiversitas.bioetica.org>

## 1.5 MARCO CONTEXTUAL

Al planear la creación del producto se tuvo que tomar en cuenta los siguientes factores:

- **Disponibilidad económica en el Ecuador:** Este es uno de los factores más significativos, pues en momentos de crisis encontramos la gran oportunidad de ingresar al mercado con un producto económico.
- **Entorno:** Estudiando el mercado de los suplementos alimenticios se ha constatado que existen productos parecidos que a pesar de su elevado precio se han mantenido en el mercado, con esto se concluye que el producto "Nutriquinua" debe ser elaborado con los más altos márgenes de calidad para estar a la par de la competencia.
- **Posibilidades de expansión:** Uno de los objetivos es expandirnos a nivel nacional y para poder cumplir con ello se debe aumentar la oferta con la producción de diferentes productos a base la quinua, ejemplo Nutriquinua con sabor a vainilla.

## 1.6 MARCO TEÓRICO

El valor calórico que contiene la quinua es mayor que el de otros cereales; tanto en grano como en harina alcanza a 350 Cal/100gr., por lo que es un alimento apropiado para zonas y épocas frías. Su composición que incluye aminoácidos esenciales, le confiere un valor biológico comparable solo con los de la leche y el huevo, constituyéndose por lo tanto en uno de los principales alimentos de nuestra Región.

**Tabla 1.- Cuadro comparativo de los componentes de la quinua con otros grandes alimentos (kg)**

<b>Componentes%</b>	<b>quinua</b>	<b>carne</b>	<b>huevo</b>	<b>queso</b>	<b>leche vacuno</b>	<b>leche humana</b>
Proteínas	13.00	30.00	14.00	18.00	3.50	1.80
Grasas	6.10	50.00	3.20	-	3.50	3.50
Hidratos de carbono	71.00	-	-	-	-	-
Azúcar	-	-	-	-	4.70	7.50
Hierro	5.20	2.20	3.20	-	2.50	-
Calorías 100 Grs.	370.00	431.00	200.00	24.00	66.00	80.00

Fuente: [www.prodiversitas.bioetica.org](http://www.prodiversitas.bioetica.org)

**Tabla 2.- Cuadro comparativo de los componentes de la quinua con otros productos (kg)**

<b>Componentes%</b>	<b>quinua</b>	<b>trigo</b>	<b>maíz</b>	<b>arroz</b>	<b>avena</b>
Proteínas	13.00	11.43	12.28	10.25	12.30
Grasas	6.70	2.08	4.30	0.16	5.60
Fibras	3.45	3.65	1.68	VEGETAL	8.70
Cenizas	3.06	1.46	1.49	0.60	2.60
Calcio	0.12	0.05	0.01	-	-
Fósforo	0.36	0.42	0.30	0.10	-
Hidratos de Carbono	71.00	71.00	70.00	78.00	60.00

Fuente: [www.prodiversitas.bioetica.org](http://www.prodiversitas.bioetica.org)

**Tabla 3.- Cuadro comparativo de los aminoácidos de la quinua con otros productos (kg)**

<b>Aminoácidos</b>	<b>Quinua</b>	<b>Trigo</b>	<b>Leche</b>
Histidina*	4,6	1,7	1,7
Isoleucina*	7	3,3	4,8
Leucina*	7,3	5,8	7,3



Lisina*	8,4	2,2	5,6
Metionina*	5,5	2,1	2,1
Fenilalanina*	5,3	4,2	3,7
Treonina*	5,7	2,7	3,1
Triptofano*	1,2	1	1
Valina *	7,6	3,6	4,7
Acido Aspartico	8,6	-	-
Acido glutámico	16,2	-	-
Cisterina	7	-	-
Serina	4,8	-	-
Tirosina	6,7	-	-
Argina*	7,4	3,6	2,8
Prolina	3,5	-	
Alanina	4,7	3,7	3,3
Glicina	5,2	3,9	2
* Aminoácidos esenciales			

Fuente: <http://articulo.mercadolibre.com>

La Quinoa como proteína vegetal ayuda al desarrollo y crecimiento del organismo, conserva el calor del organismo, conserva el calor y energía del cuerpo, es fácil de digerir, forma una dieta completa y balanceada.

## **1.7 METODOLOGÍA**

### **1.7.1 Diseño de la investigación**

#### **Metodología**

Se encarga de la parte operatoria del proceso del conocimiento, para desarrollar y operativizar el proyecto, aplicamos investigaciones ordenadas y de campo, utilizando métodos fundamentales.

#### **Método Científico**

Es un conjunto de procedimientos lógicamente sistematizado, que el investigador utiliza para descubrir y enriquecer la ciencia. Hemos aplicado este método porque hemos realizado las debidas comprobaciones a medida que se iba elaborando el producto y vimos su constante mejoramiento.

#### **Método Dinámico**

Analiza e investiga aceptando y adaptando las variaciones que se presenten sobre el fenómeno observado. Al realizar las encuestas y observar que nuestro producto tendría gran aceptación en el mercado, se decidió diversificar el sabor, creando así Vital de vainilla

#### **Método Estadístico**

Es la ciencia que trata de la recopilación, clasificación y representación de los hechos, sujetos a una apreciación numérica, como base de la explicación, descripción y composición de un fenómeno. Empleamos este método porque utilizamos encuestas, y vimos la necesidad que plasmar estos importantes datos para demostrar que nuestro proyecto es una buena idea para los futuros consumidores.

## CAPÍTULO N°2

### IDEA DEL NEGOCIO



2.1. Descripción general

2.2. Descripción del Producto

2.3 Misión de la Compañía "Innovative Products S.A."

2.4 Visión De La Compañía "Innovative Products S.A."

2.5 Misión del Producto "NUTRIQUINUA"

2.6 Visión del Producto "NUTRIQUINUA"

2.7 Objetivo Especifico del Producto

2.8 Objetivos Generales del Producto:

2.9 Análisis FODA

## CAPÍTULO II

### 2. IDEA DEL NEGOCIO

#### 2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL

Al decidir realizar un proyecto de intervención, nuestra idea era realizar un saborizante para las comidas a base de quinua pero al investigar los beneficios y las propiedades de la quinua nos percatamos que además de ser de alto valor nutritivo, es económica. De esta manera surgió la idea de crear un suplemento alimenticio a base de quinua para prevenir la desnutrición.

#### 2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El suplemento alimenticio estará constituido de quinua y chocolate en polvo que permite crear un sabor agradable especialmente para los niños, de tal manera que consuman el producto mezclado con leche y frutas. De este modo las personas en general obtendrán un producto de calidad con vitaminas que ayuden a mejorar el organismo, como son las proteínas, minerales, fibra, hierro, etc. Y todo esto a un cómodo precio.

#### **Ingredientes:**

#### **Quinua:**

Esta semilla, denominada grano andino por la agricultura moderna, aventaja a los cereales más difundidos por su contenido proteico, de grasas, vitaminas y minerales. Entre sus beneficios tenemos que interviene en la formación de glóbulos rojos en la sangre. Refuerza el sistema digestivo y nervioso. Contiene hierro, mejora el apetito, regula el ritmo cardíaco, y por su contenido de potasio, interviene en el equilibrio de los líquidos del cuerpo. Es antioxidante, por lo que mejora las defensas del cuerpo.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> [http://www.visionchamanica.com/alimentacion\\_sana/quinua.htm](http://www.visionchamanica.com/alimentacion_sana/quinua.htm)

Es de gran digestibilidad para niños, jóvenes, adultos y ancianos, al igual que para los deportistas e intelectuales. Se caracteriza también por la calidad de sus proteínas dada por los aminoácidos esenciales que constituye como: Isoleucina, leucina, lisina, metionina, fenilalamina, treonina, triftofano, y valina.

#### **Cacao en polvo:**

Cacao en polvo se define a la parte del cacao desprovista de su manteca. El cacao en polvo se elabora por medio de la reducción de la manteca mediante el uso de prensas hidráulicas y disolventes especiales hasta lograr una textura pulverulenta. El cacao en polvo suele tener contenidos grasos por debajo del 20% de manteca de cacao y se usa esencialmente para dar sabor a galletas, helados, bebidas y tortas. Además de su utilización para dar sabor, se emplea también en la producción de coberturas para confitería y en postres congelados. El cacao en polvo lo consume también la industria de bebidas, por ejemplo en la preparación de batidos de chocolate.<sup>9</sup>

#### **Leche en polvo:**

La leche en polvo o leche deshidratada se obtiene mediante la deshidratación de leche pasteurizada. Este proceso se lleva a cabo en torres especiales de atomización, en donde el agua que contiene la leche es evaporada, obteniendo un polvo de color blanco amarillento que conserva las propiedades naturales de la leche. Para beberla, el polvo debe disolverse en agua potable. Este producto es de gran importancia ya que, a diferencia de la leche fluida, no precisa ser conservada en frío y por lo tanto su vida útil es más prolongada. Presenta ventajas como ser de menor costo y de ser mucho más fácil de almacenar. A pesar de poseer las propiedades de la leche natural, nunca tiene el mismo sabor de la leche fresca. Se puede encontrar en tres clases básicas: entera, semi-descremada y descremada. Además puede o no estar fortificada con vitaminas A y D.

---

<sup>9</sup> <http://www.unctad.org/>

## **Azúcar Impalpable**

El azúcar impalpable se obtiene pulverizando el azúcar, durante el proceso de elaboración se le agrega un porcentaje de fécula de maíz. Se caracteriza por ser extra fina y de una pureza única. Su tecnología de elaboración evita que se aglomere por la humedad. Especialmente elaborada para utilizar en decoración, repostería y artesanía en azúcar. Entre sus beneficios tenemos:

- Presenta un fácil manejo y dosificación.
- Otorga mayor rendimiento y grado de dulzura.
- Brinda el mejor acabado a su producto final.

## **Vitaminas**

Las vitaminas son sustancias químicas no sintetizables por el organismo, presentes en pequeñas cantidades en los alimentos y son indispensables para la vida, la salud, la actividad física y cotidiana. Las vitaminas no producen energía y por tanto no implican calorías. Intervienen como catalizador en las reacciones bioquímicas provocando la liberación de energía.<sup>10</sup> En otras palabras, la función de las vitaminas es la de facilitar la transformación que siguen los sustratos a través de las vías metabólicas.

Identificar las vitaminas ha llevado a que hoy se reconozca, por ejemplo, que en el caso de los deportistas haya una mayor demanda vitamínica por el incremento en el esfuerzo físico.

## **Goma Xanthan**

El aspecto físico del xantano es el de un polvo color crema que se disuelve en agua caliente o fría produciendo soluciones de viscosidad relativamente alta a concentraciones bajas. La viscosidad es alta en un amplio intervalo de concentraciones y las soluciones son estables en un amplio rango de pH,

---

<sup>10</sup> <http://www.zonadiet.com/nutricion/vitaminas.htm>

concentración de sales y temperaturas. Estas características son muy favorables para la economía de operaciones donde se la usa como espesante.<sup>11</sup>

El xantano se agrega a los alimentos para controlar la reología del producto final. El polímero produce un gran efecto sobre propiedades como la textura, liberación de aroma y apariencia, que contribuyen a la aceptabilidad del producto para su consumo.

### **Sorbato de Potasio**

El Sorbato de Potasio es la sal de potasio del ácido sórbico ampliamente utilizado en alimentación como conservante. Comúnmente en la industria alimenticia se utiliza el Sorbato de Potasio ya que este es más soluble en agua que el ácido sórbico. Es un conservante fungicida y bactericida.

El sorbato de potasio es el conservante y antiséptico de alta eficiencia y seguridad recomendado por WHO y FAO, puede inhibir eficazmente la actividad de moho, sacromicetos y bacterias aerobias, también puede prevenir el crecimiento y reproducción de microbios nocivos tales como botulínica, estafilococo y salmonella, etc. Pero el sorbato de potasio apenas tiene efecto contra los microbios beneficiosos tales como bacterias anaerobias y lactobacillus acidophilus, etc., su efecto de inhibir el desarrollo es más fuerte que el efecto de esterilización, por lo que puede alargar el tiempo de conservación y mantener el sabor original de alimentos.

### **2.3 MISIÓN DE LA COMPAÑÍA "INNOVATIVE PRODUCTS SA"**

INNOVATIVE PRODUCTS es una compañía innovadora dedicada a llevar el bienestar a las personas, a través de la elaboración y comercialización de productos de excelente calidad, a un precio accesible al consumidor final. Para lograr esto no sólo se basa en la economía de la materia prima sino también en hacer uso de una buena logística la cual permite ahorrar tiempo y dinero.

---

<sup>11</sup> [http://www.quiminet.com/ar3/ar\\_vcdRsDF-goma-xanthan.htm](http://www.quiminet.com/ar3/ar_vcdRsDF-goma-xanthan.htm)

## **2.4 VISIÓN DE LA COMPAÑÍA “INNOVATIVE PRODUCTS SA”**

Expandirse con productos innovadores en el mercado local y proyectarse hacia el mercado internacional con sucursales en diferentes países.

## **2.5 MISIÓN DEL PRODUCTO “NUTRIQUINUA”**

Realizar campañas que fomenten el cuidado de la salud y difundir los beneficios del producto en los diferentes medios masivos de comunicación.

## **2.6 VISIÓN DEL PRODUCTO “NUTRIQUINUA”**

Que el producto sea consumido en las provincias de la región Costa y expandirse hacia otras provincias, de esta manera lograr exportar el producto en un lapso de 3 años.

## **2.7 OBJETIVO ESPECÍFICO DEL PRODUCTO**

Sensibilizar a las personas el consumo del producto por sus múltiples bondades.

## **2.8 OBJETIVOS GENERALES DEL PRODUCTO**

- Ser reconocidos en el mercado local al comercializar el producto de tal forma que las personas lo elijan como un complemento importante en su alimentación diaria.
- Elaborar el producto con los más altos márgenes de calidad.
- Realizar campañas publicitarias en diferentes medios de comunicación.

## **2.9 ANÁLISIS FODA**

Se realiza el análisis FODA, porque nos permite identificar claramente la posición en la que se encuentra Nutriquinua con respecto a la competencia. Hemos identificado varios factores que a continuación detallamos:

### **Fortalezas:**

- Gracias al estudio de mercado realizado y a las consultas con expertos en desarrollo de productos, se pudo constatar que el proyecto es factible.



- Al ser innovador, el producto posee una ventaja en el mercado con respecto a la de la competencia, ésta es la utilización de la quinua para la elaboración del suplemento alimenticio.
- La materia prima es de fácil obtención y su producción se la realiza en todas las épocas del año.
- El tiempo de caducidad del producto es prolongada (7 meses) sin necesidad de preservantes químicos.

#### **Oportunidades:**

- Los malos hábitos alimenticios de las personas, crea una oportunidad de mercado al cual dirigimos con el producto.
- La principal materia prima, en este caso la quinua es de bajo costo y aporta grandes beneficios al cuerpo humano, esto precisamente es la esencia del proyecto. "Un suplemento alimenticio al alcance de todos".
- El estado está desarrollando programas para erradicar la desnutrición en el Ecuador, esta es una excelente oportunidad porque se ha considerado la alternativa de realizar convenios con el gobierno.<sup>12</sup>

#### **Debilidades:**

- Inestabilidad socio-política en el país.
- Falta de experiencia en el mercado internacional: El atreverse a cruzar las fronteras de nuestro país con el producto, nos crea un gran temor por la falta de conocimiento de los mercados extranjeros, los cuales tienen gustos y preferencias distintas al mercado local.

---

<sup>12</sup> <http://www.explored.com.ec> (archivo digital de noticias) "la desnutrición en el Ecuador"

- Falta de inversión por parte del estado en el sector agrícola para investigación y desarrollo que favorezcan a dicho sector

**Amenazas:**

- Se está consciente que la competencia tiene años en el mercado, lo cual significa que gozan de aceptación en el mismo y conocen de manera profunda a los consumidores (gustos, preferencias, etc.).
- Factores externos que puedan afectar la fabricación del producto de una manera directa, ejemplo inundaciones

## CAPÍTULO N° 3

### ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, ADMINISTRATIVA Y LEGAL



- 3.1 Descripción General
- 3.2 Organigrama Administrativo
- 3.3 Organigrama de Producción
- 3.4 Ubicación geográfica de la empresa
- 3.5 Marco Legal

## CAPÍTULO III

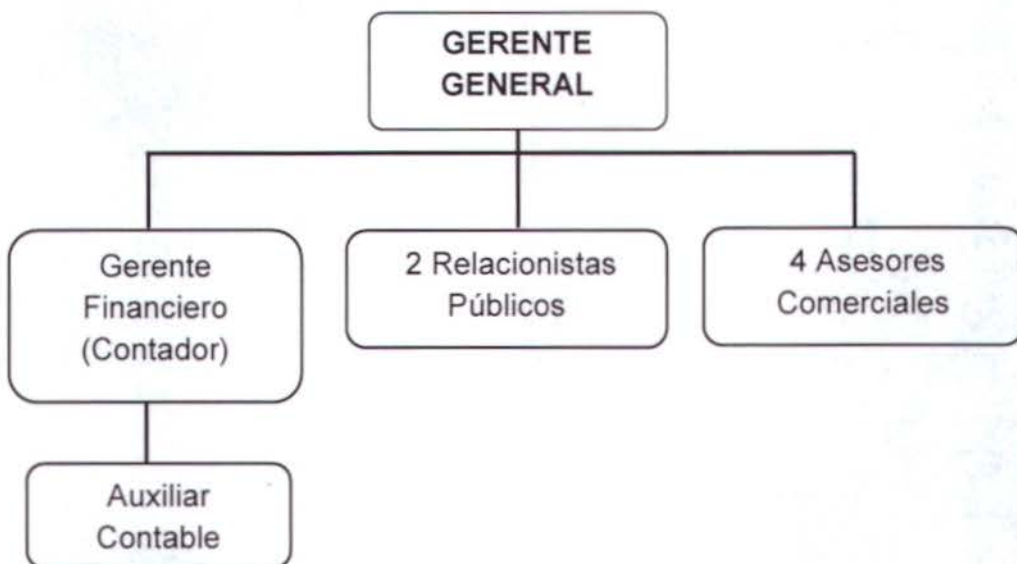
### 3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, ADMINISTRATIVA Y LEGAL

#### 3.1 DESCRIPCIÓN GENERAL

En toda forma de organización, se hace necesario que cada individuo conozca cuáles son sus funciones específicas. Es necesario determinar claramente cada una de las actividades para un correcto funcionamiento de la empresa pero sobre todo para poder alcanzar los objetivos deseados.

En este capítulo se expone las funciones que ocuparán cada una de las personas que laborarán en la compañía "Innovative Products S.A."

#### 3.2 ORGANIGRAMA ADMINISTRATIVO



## **DESCRIPCIÓN DEL ROL DE CADA DEPARTAMENTO:**

### **3.2.1 Gerente General**

El Gerente general de la compañía es el representante legal y encargado de hacer productivos sus recursos, es decir, es responsable de lograr, de un modo organizado, el progreso de dicha empresa. Para conseguirlo debe desarrollar armónicamente diferentes actividades que le lleven a obtener los resultados esperados, generalizadas de la siguiente forma:

- Fijar objetivos
- Planificar
- Organizar
- Motivar
- Controlar

En consecuencia, las tareas que realizaría como gerente general dentro de nuestra compañía serían:

- Revisar y aprobar los planes de trabajo y presupuestos de las gerencias de producción o fabricación y de marketing; y, los recursos para la producción.
- Revisar y aprobar los reportes mensuales, estado de pérdidas y ganancias y balances contables, realizados por el gerente de administración o finanzas.
- Aprobar la contratación previa a la clasificación del gerente de personal o R.R.H.H.
- Supervisar los objetivos semanales y anuales planteados para cada área.
- Revisar y aprobar los costos de producción y de venta tanto para el mercado nacional e internacional.

### **3.2.2 Gerente de Finanzas**

Este ámbito del organigrama es muy amplio y diverso en funciones y tareas. De hecho a veces se subdivide y se separa en:

- Administración
- Finanzas económico-financiero

- Contabilidad

O también integra otras como:

- Personal o R.R.H.H.
- Auditoría interna
- Informática
- Servicios generales

Durante mucho tiempo la contabilidad ha sido vista como un sistema adecuado únicamente para recoger datos y determinar al terminar cada periodo los resultados económicos. Pero el papel de la contabilidad ha pasado de ser algo simple a un eficiente medio de gestión. El gerente de administración deberá desarrollar experiencias y actuaciones de índole:

- Económicas y financieras
- Mando
- Dirección
- Gestión de personal

Su perfil irá, por una función de economista, abogado o titulado en relaciones laborales. La gestión financiera tiene a su cargo: asumir la responsabilidad de las finanzas (proveer los medios para hacer frente a los pagos). En este sentido las finanzas cubren la planificación financiera, es decir, la estimación de los ingresos y egresos de la producción de fondos y de control y distribución de estos fondos. Las funciones a realizar dentro de la empresa son las siguientes:

- Registrar los datos contables
- Preparar los presupuestos operativos y financieros y el control correlativo
- Preparar informes periódicos sobre los presupuestos o medidas de corrección.
- Control administrativo - contable
- Desarrollo de las funciones como el estudio de las inversiones, precios, métodos administrativos problemas fiscales y demás estudios.

### 3.2.2.1 Auxiliar Contable

Descripción de las funciones:

- Elaboración de ingresos por concepto de pago de créditos.
- Elaboración de descuentos y envío de los mismos
- Elaboración de conciliaciones Bancarias.
- Elaboración y pago de retención en la Fuente
- Notas de ajustes Generales en contabilidad y cartera
- Entrega de descuentos detallados
- Ajustes generales.
- Cuadre de módulos de cartera con contabilidad
- Colaboración con la información para Revisoría, Gerencia y Contador
- Redacción de correspondencias pertinentes al Departamento de Contabilidad.
- Recibir visita de Revisoría Fiscal
- Envío de actas de Asamblea a la Superintendencia, hojas de vida y otros documentos
- Conciliación con proveedores
- Colaboración con la Gerencia para la presentación de los informes
- Recopilación de documentos para solicitud de crédito ante los Bancos.
- Pago y reembolsos de caja menor
- Preparación de auxiliares de bancos para su respectiva conciliaciones
- Informes preliminares de Balances
- Diligenciar formularios de declaraciones de renta.
- Impresión de libros auxiliares y principales.
- Informe y requerimientos a la Superintendencia, en medios magnéticos.
- Recopilación de documentos para la solicitud de créditos ante los Bancos.
- Elaboración del presupuesto mensual de ingresos y egresos.
- Flujo de caja.

### **3.2.3 Departamento de Marketing**

El marketing tiene su razón de llegar a abrir nuevos mercados o ampliar los existentes. Estará constituido por las técnicas y métodos que se utilicen para alcanzar esa finalidad.

Por tanto llevará actividades como:

- Conocimientos de los productos de la actividad de la empresa
- Conocimiento del mercado y del sector donde opera la empresa
- Prospección o investigación de mercados
- Técnicas de marketing
- Estudio de mercado de nuevos productos
- Análisis de la competencia
- Prospección de ventas para fijar volúmenes de fabricación o de compras
- Estudio de puntos débiles y fuertes de la empresa

El gerente de marketing debería ser un buen colaborador del gerente de venta.

### **3.2.4 Departamento de Ventas**

Los asesores comerciales son una pieza clave en el organigrama de la empresa, porque de nada sirve fabricar y disponer buenos productos si no los venden o no se los sabe vender. Deben ser personas muy dinámicas y abiertas. Ellos viven del cliente y por eso lo tienen que tratar y cuidar

**Funciones que desempeña el departamento de ventas:**

- Realizar el plan de venta semanal, mensual y anual
- Realizar el plan de cobertura semanal, mensual y anual
- Aportar a la gerencia de comercialización los índices para el presupuesto de venta
- Realizar reportes semanales de todo lo vendido vs. lo despachado
- Reportar todo lo cobrado con el respectivo documento de depósito
- Presentar nuevas alternativas para incentivar las ventas (promociones)

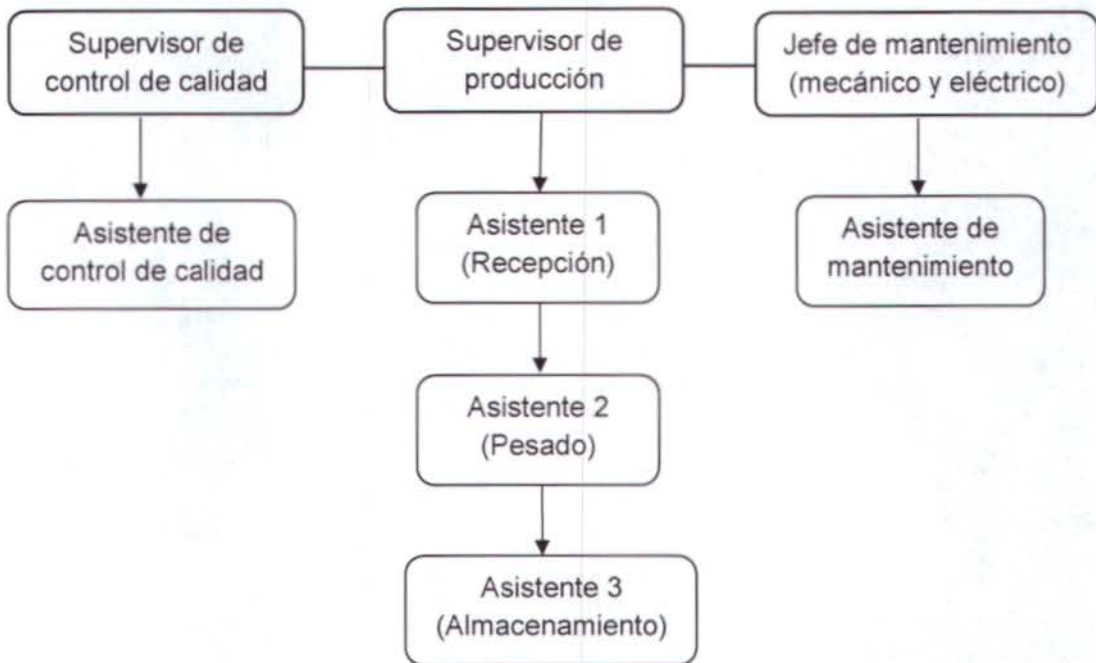


- Verificar que el cliente está satisfecho. Servicio post-venta

**Perfil del vendedor profesional:**

- Tener conocimiento de los productos o servicios que vende
- Tener conocimiento sobre las técnicas de ventas
- Tener habilidades para comunicar y persuadir
- Debe presentar una buena imagen
- Toma siempre la iniciativa al momento de la venta. <sup>13</sup>

**3.3 ORGANIGRAMA DE PRODUCCIÓN**



---

<sup>13</sup> (Enciclopedia básica de administración micro, pequeña y mediana empresa) "Organización Funcional"

### **3.3.1 Supervisor de control de calidad**

Descripción de las funciones:

- Garantizar que las materias primas, proceso, empaques y productos terminados cumplan con las especificaciones de calidad establecidas.
- Realizar supervisión e inspección en planta en relación a la seguridad y orden.
- Realizar las inspecciones durante el proceso de recepción de materias primas, insumos y bienes suministrados por los clientes de acuerdo a las instrucciones de inspección correspondiente y/o los certificados de calidad de los lotes que se reciben.

### **3.3.2 Supervisor de producción**

Es el responsable de desarrollar las labores que requiera la planta.

Responsabilidades:

- Sujetarse a las reglas de sanidad.
- Tutorear
- Dirigir y Manejar a los asistentes de producción para que cumplan sus tareas designadas.

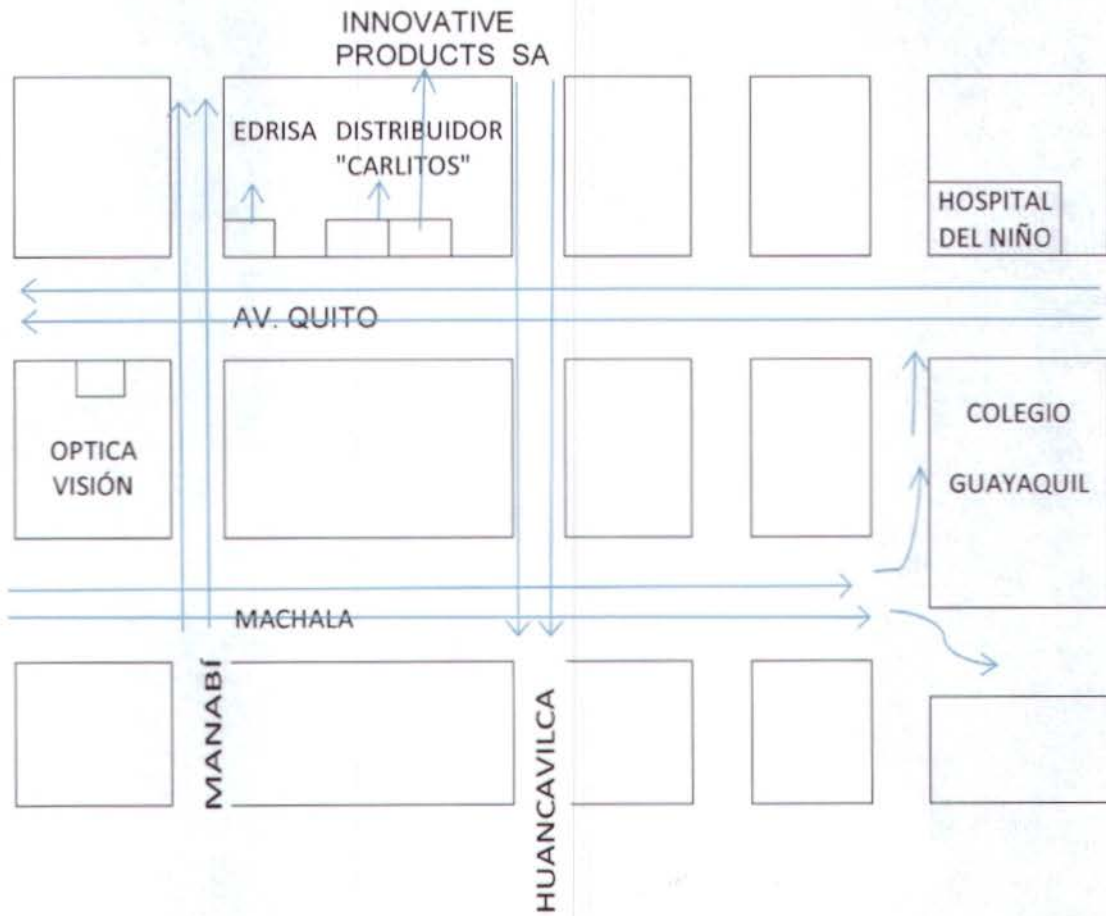
### **3.3.3 Jefe de Mantenimiento (mecánico y eléctrico)**

Las funciones principales del responsable del jefe de Mantenimiento son:

- Proyectar, calcular, ejecutar elementos mecánicos, sistemas, mecanismos, maquinaria montaje, puesta en marcha, mantenimiento de maquinaria y equipos industriales.
- Desarrollar nuevos procesos de manufacturas y fabricación.

### 3.4 Ubicación geográfica de la empresa

#### Croquis



**Tabla 4.- Factores Generales o Geográficos**

País:	Ecuador
Provincia:	Guayas
Ciudad:	Guayaquil
Parroquia:	Bolívar
Sector:	P

Calles:	AV. Quito 2019 entre Manabí y Huancavilca
Manzana:	
Medida del local:	20 mts. (frente) X 30 mts. (fondo)
Área	Comercial

Elaborado por las autoras

**Tabla 5.- Factores Específicos  
Requisitos de Servicios Públicos**

Innovative Products S.A. contará con los siguientes servicios:

Energía eléctrica	Categoría comercial
Suministro de agua potable	Medidor
Sistemas de extinción de incendios	Tendrá 4 extintores de 25 libras, van a ser colocados de la siguiente manera: 1 en el departamento de ventas 1 en el departamento de finanzas 2 en el área de fabricación
Servicio de alcantarillado	Está bajo el organismo de control del medio ambiente establecido por el Municipio de Guayaquil
Servicio de internet	Grupo Easy.net

Elaborado por las autoras

### 3.5 MARCO LEGAL

Como consecuencia de un detenido estudio, decidimos constituir nuestra compañía como una Sociedad Anónima: INNOVATIVE PRODUCTS SA. La sociedad anónima es una compañía cuyo capital, integrado por las aportaciones de los accionistas, está dividido en acciones transferibles que atribuyen a su titular la condición de accionista. El capital social mínimo es de \$800. 00 y se debe aportar el 25% (200) al momento de su constitución. El capital se divide en acciones

ordinarias, nominativas e indivisibles. Debe estar integrado por al menos dos accionistas. El capital autorizado no debe excederse del doble del capital suscrito.



### **Total Aporte Inicial**

Se decidió por este tipo de constitución por las siguientes razones:

- Su capital está formado por acciones, que al ser negociables, tenemos plena libertad de disponer de ellas.
- El número máximo de accionistas es ilimitado.

### **Proceso para constituir una Compañía.**

1. Dos o más accionista.
2. Denominación de la compañía.
3. Elaboración de la Minuta.
4. Apertura de la cuenta de integración de capital.
5. Protocolización de la escritura ante el Notario.
6. Ingreso de la escritura pública en la Superintendencia de Compañías.
7. Aprobación de la escritura por parte de la Superintendencia de Compañías.
8. Afiliación a una Cámara de Producción (voluntaria)
9. Marginación de la escritura.
10. Publicación de la resolución en un diario local.
11. Inscripción en el Registro Mercantil.
12. Obtención del número de expediente.
13. Obtención del RUC.

### **Denominación de la compañía:**

Se elabora una carta, dirigida al Superintendente de Compañías, con el domicilio donde se pretende constituir la compañía, aquí se solicita revisar y aprobar un listado de máximo 5 posibles nombres. <sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> <http://www.supercias.gov.ec/>

Se requiere:

- Carta firmada por un abogado, con indicación del registro y certificado de votación.
- Copia del certificado de votación.

#### **Elaboración de la Minuta:**

Se debe contar con el servicio profesional de un abogado para que redacte los estatutos de la compañía, donde se indicará el nombre de la compañía, el objeto social, la nómina de accionistas, la aportación de cada uno y demás puntos relevantes.

#### **Apertura de la cuenta de integración de capital:**

Una vez emitida la carta de aprobación del futuro nombre de la compañía y de elaborar los estatutos, se acude a un banco local para abrir la mencionada cuenta. Se debe acudir con los siguientes documentos:

- Solicitud en la que se detalla la nómina de accionistas y el valor aportado por cada uno de ellos.
- Certificado de aprobación de la denominación.
- Copias de cédulas y certificados de votación de los accionistas.

#### **Protocolización de la escritura pública:**

Un notario del cantón debe dar fe del documento suscrito por los accionistas y elevarlo a escritura pública. Este proceso incluye:

- Revisión de la minuta por parte del abogado patrocinador y los accionistas.
- Presentación al Notario de la minuta para su posterior elevación a escritura pública.
- Habiendo hecho esto el Notario, debe contar con la presencia de los accionistas para la firma del contrato.
- Cierre y entrega de los testimonios de la escritura pública.

### **Ingreso de la escritura pública en la Superintendencia de Compañías:**

Teniendo de la escritura se ingresa a la Superintendencia. Para ello se requiere:

- Carta dirigida al Intendente, indicando el ingreso de la documentación, con firma del abogado, su registro y número del certificado de votación.
- Presentar los cuatro testimonios de la escritura pública, anexando copia de la aprobación de la denominación y de la cuenta de Integración de capital.<sup>15</sup>

### **Aprobación de la escritura**

Una vez revisada, la escritura, la Superintendencia de Compañías emite una resolución aprobando la creación de esta persona jurídica.

### **Marginación de la escritura**

La escritura y la resolución aprobatoria deben ser protocolizadas por el respectivo notario, que da fe de la autenticidad del trámite y de la escritura pública.

### **Afiliación a una cámara de producción (voluntaria)**

Toda compañía debe afiliarse a un gremio relacionado a las actividades que desarrollará. En nuestro caso, acudiríamos a la Cámara de la Pequeña Industria.<sup>16</sup>

Los pasos a seguir para afiliarse son:

- Llenar la solicitud de afiliación.
- Copia de la cédula.
- Copia del certificado de votación.
- Copia del RUC.
- Copia de la escritura de Constitución de la compañía.
- Copia de los nombramientos legales.

---

<sup>15</sup> <http://www.supercias.gov.ec/>

<sup>16</sup> <http://www.capiig.org.ec/>

### **Publicación en un diario local**

Se debe publicar un extracto de la resolución en uno de los diarios de la localidad donde funcionará la compañía y en un diario de circulación masiva en el lugar donde estarían ubicadas las sucursales, si las hubiese.

### **Inscripción en el Registro Mercantil**

En ese lugar se inscribe la documentación correspondiente.<sup>17</sup> Se debe adjuntar:

- Testimonios de la escritura pública.
- Certificado de afiliación a la Cámara de Producción respectiva (Cámara de la Pequeña Industria)
- Nombramientos. (Con firmas originales)
- Culminado este paso, empieza la vida jurídica de la empresa.

### **Obtención del número de expediente**

Para obtener el RUC, se debe tener primero el número de expedientes emitido por la Superintendencia de Compañías. El número se lo obtiene con la debida solicitud junto a:

- Copia de la escritura y los nombramientos.
- Original y copia del extracto publicado en prensa.
- Copia de cédula de identidad y del certificado de votación del Gerente.
- Formulario del SRI.

### **Obtención del RUC**

El representante legal debe cuidar al SRI para que éste emitida el RUC de la compañía bajo responsabilidad legal responsabilidad legal de su gerente.<sup>18</sup> Los documentos a ajuntar son:

- Copia certificada de la escritura de constitución.
- Copia del certificado de cumplimiento de obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías.

---

<sup>17</sup> <http://www.rmg.wsgye.com/tramites.php> "Registro mercantil"

<sup>18</sup> <http://www.sri.gov.ec/web/10138/92>



- Original del informe de registro y actualización de Compañías.
- Copia certificada de nombramiento del representante legal.
- Planilla de Luz, teléfono o agua.
- Carta de autorización para la persona que realice el trámite (\*)
- Formulario para la obtención del RUC.

**Certificado de seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos:**

Dado sobre todo a aquellos negocios en los cuales haya un número considerable de personas: restaurantes, hoteles centros comerciales. Se debe presentar:

- Original y copia de la cédula de ciudadanía.
- Original y copia de certificado de votación.
- Original y copia del RUC.
- Original y copia de la factura de compra del extintor de 5 lb, (el tamaño y el número de extintores dependen del local)

**Obtención de la Patente de comerciante:**

De acuerdo a la ley de Régimen Municipal, todo comerciante debe obtener un permiso de la Municipalidad en la cual va a ejercer sus actividades.<sup>19</sup> Para el efecto, el comerciante deberá presenta la siguiente documentación:

- Original y copia de la cédula de ciudadanía.
- Original y copia del RUC.
- Llenar el formulario de solicitud de patentes para personas naturales.

**Permiso de funcionamiento (tasa de habilitación) (\*):**

Este documento faculta al comerciante a instalarse en determinado sector de la ciudad, para cuyo permiso se requiere una revisión de que las condiciones y lugar sean adecuados para el funcionamiento de ese negocio. Para el mismo se requiere:

- Original y copia de la cédula.
- Original y copia del RUC.

---

<sup>19</sup> <http://www.guayaquil.gov.ec/solicitud-para-registro-de-patente>

- Original y copia de la patente de comerciante.
- Llenar formulario de solicitud de locales comerciales, industriales y de servicios.
- Croquis de lugar donde está ubicado.

(\*) Una vez realizada la inspección, y se tramita cuando el negocio tenga un local.

#### **Trámite para la obtención del registro sanitario ministerio salud pública**

- Llenar formulario.
- Entregar detalle de los productos que se fabrican.
- Señalar los procesos de elaboración de los productos.<sup>20</sup>

#### **Requisitos para obtener crédito en la Corporación Financiera Nacional (CFN)**

- 1.- RPCP-23 Solicitud de Precalificación.
- 2.- RPCP-24 Solicitud de Crédito.
- 3.- Certificado de constar en lista blanca del SRI.
- 4.- Certificado de no mantener obligaciones pendientes con el IESS de ser el caso.
- 5.- Factura-proformas o cotizaciones de casas comerciales o proveedores de las inversiones a realizar con el crédito, conforme a normativa tributaria vigente.
- 6.- Carta de propuesta de garantía.
- 7.- Plan de inversiones
- 8.- Flujo de caja del negocio (proyectado al tiempo que pide el crédito).

---

<sup>20</sup> <http://www.msp.gov.ec/>

9.- Para proyectos en marcha, estados financieros de los 2 últimos ejercicios fiscales de la actividad, los mismos que sirvieron de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, de conformidad con lo establecido en el Art. 21, Capítulo VI sobre la Contabilidad y Estados Financieros de la Codificación de la Ley de Régimen Tributario Interno o los documentos que respalden la declaración efectuada a través del RISE.

10.- Referencias bancarias del solicitante o empresa (originales y actualizadas), para el manejo de los recursos vinculados al giro del negocio.

11.- Dos (2) referencias comerciales de clientes y proveedores del solicitante o empresa; originales y actualizadas. (Opcional)

12.- Fotocopia a color de cédula de identidad/ciudadanía del solicitante y su cónyuge o del o los representantes legales y de los accionistas que posean más del 20% de acciones.

13.- Fotocopia a color de papeleta de votación del solicitante y su cónyuge o del o los representantes legales y de los accionistas que posean más del 20% de acciones.

14.- Fotocopia del RUC para proyectos en marcha (para proyectos nuevos no es condición previa sino una vez aprobado el crédito), de ser el caso.

15.- Fotocopias de las tres (3) últimas declaraciones del IVA o RISE, de ser el caso.

16.- Fotocopias de Declaraciones del IR de los dos (2) últimos años, de ser el caso.

17.- Fotocopia del estatuto de la empresa actualizado, escritura de constitución y reforma (s) del estatuto, con la respectiva fe de inscripción en el Registro Mercantil.

- 18.- Fotocopia del registro de patentes y pago de regalías (de ser el caso).
- 19.- Certificación vigente de Superintendencia de Compañías sobre conformación de accionistas, con apertura de capital para todos los accionistas con participación igual o mayor al 20% del capital de la compañía. Para empresas extranjeras los documentos deben estar apostillados.
- 20.- Certificados vigentes de cumplimiento de obligaciones societarias para con la Superintendencia de Compañías
- 21.- Estados financieros auditados de los dos (2) últimos ejercicios fiscales, de acuerdo a lo establecido por la Ley y los enviados a la Superintendencia de Compañías.
- 22.- Acta de Autorización, de Junta General o Directorio, autorizando la tramitación y suscripción del crédito con la CFN, indicando el monto y destino, así como la constitución de prenda o hipoteca a favor de la CFN.
- 23.- Atribuciones y facultades de los directivos y otros funcionarios.
- 24.- Nombramiento(s) vigente(s) del o los representantes legales inscrito (s) en el Registro Mercantil
- 25.- Declaración notariada y juramentada sobre las vinculaciones por propiedad o por gestión, hasta 4do grado de consanguinidad y 2do de afinidad con funcionarios de la CFN suscrita por el solicitante o representante legal.
- 26.- Reporte crediticio de entidad internacional especializada; o Reporte de buró de crédito extranjero debidamente apostillado; o Calificación de riesgo internacional.

27.- Documento notariado que exprese la licitud y justificación del origen de los fondos. (Corporación Financiera Nacional 2009)<sup>21</sup>

**Tabla 6.- Crédito CFN**

No.	FACILIDAD DE CRÉDITO	CRÉDITO DIRECTO PARA EL DESARROLLO
1.	Beneficiario final. Especificidad sobre el sujeto de crédito	Personas naturales y jurídicas
2.	Segmento	PYME, Productivo Empresarial y Productivo Corporativo
3.	Modalidad	Operación por operación
4.	Metodología de riesgos	MRPP-PG
5.	Actividades financiables	Ver Anexo A "Actividades Financiables"
6.	Monto mínimo de financiamiento	a. US \$ 100.000 Matriz y Sucursal Mayor b. US \$ 50.000 Sucursales
	Monto máximo de financiamiento	Hasta el límite máximo definido en la Metodología de Riesgos de Crédito de Primer Piso
7.	Tasa	TPP-A
8.	Moneda	USD
9.	Destino del Crédito	a. Activos Fijos hasta 10 años b. Capital de Trabajo hasta 3 años
10.	Financiamiento CFN	a. Hasta el 70% para proyectos nuevos b. Hasta el 100% para proyectos en marcha c. Hasta el 60% para proyectos de construcción.
11.	Aplicación de período de gracia y casos especiales	Sí aplica

Fuente: <http://www.cfn.fin.ec>

<sup>21</sup> <http://www.cfn.fin.ec/>

# CAPÍTULO N° 4

## ESTUDIO DE MERCADO



- 4.1 Descripción General
- 4.2 Segmentación del Mercado
- 4.3 Análisis de la Encuesta
- 4.4 Estrategia de Mercado
- 4.5 Fuerzas de Porter
- 4.6 Análisis PEST
- 4.7 Viabilidad
- 4.8 El Producto
- 4.9 Precio
- 4.10 Distribución y Plaza
- 4.11 Publicidad

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO DE MERCADO

#### 4.1 DESCRIPCIÓN GENERAL

Para poder tener éxito en la venta de un producto, es necesario realizar un estudio de Mercado, éste determina por medio de herramientas como las encuestas y entrevistas personales, los gustos y preferencias de los consumidores a quienes se va a dirigir con el producto. No se puede cometer el error de suponer que gracias a los competidores directos del producto, quienes tienen mucho tiempo antes que "Innovative Products" en el mercado con un producto similar, se conoce cuál es la elección del cliente, ya que debido a la era de la globalización en la que vivimos, se puede encontrar en el mercado todo tipo de productos enfocados a satisfacer a los consumidores los cuales son cada vez más exigentes.

Realizar un Estudio de Mercado correctamente se constituye en la base de todo negocio, de ahí la importancia de los resultados para determinar si el producto puede ser aceptado o no por los consumidores, los volúmenes de producción, el rango de precio en el que se debería mantener el producto y sobretodo cuales son los beneficios esperados acerca de éste.

#### 4.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Las variables utilizadas en la segmentación de mercado son:

**Tabla 7.- Variables para la segmentación de mercado**

Demográficas	Geográficas	Socioeconómicas	Personalidad	Específicas
Edad	Regiones	Ingresos	Autonomía	Nivel de Consumo
Sexo	Zonas	Clase Social	Gregarismo	Motivos de Compra
Tamaño familiar	Hábitat	Profesión	Autoritarismo	Conocimiento del producto
Estado Civil	Clima	Estudios	Impulsividad	Fidelidad de compra

Estatura		Religión		Lugar de Compra
Peso		Nacionalidad		Uso del producto
				Sensibilidad al precio

Fuente: (Enciclopedia básica de administración micro, pequeña y mediana empresa)

De esta forma identificamos el mercado total del producto: las personas guayasenses de todas clases sociales y edades, es decir según la proyección del INEC para el 2010, hablamos aproximadamente de 3'744.351 habitantes

El Segmento de Mercado son los habitantes de la ciudad de Guayaquil de clase media y media baja. Es decir según la proyección del INEC para el año 2010 se habla del 33.9% de personas que constituyen la clase social media y media baja de la ciudad de Guayaquil. Exactamente estaríamos hablando de 781896 personas.<sup>22</sup>

2'306.479 (habitantes de Guayaquil) \* 33.9%

Clase Social	Porcentaje
Baja	57,20%
Media - Baja	15,50%
Media	18,40%
Media - Alta	5,20%
Alta	3,70%
<b>Suma</b>	<b>100%</b>

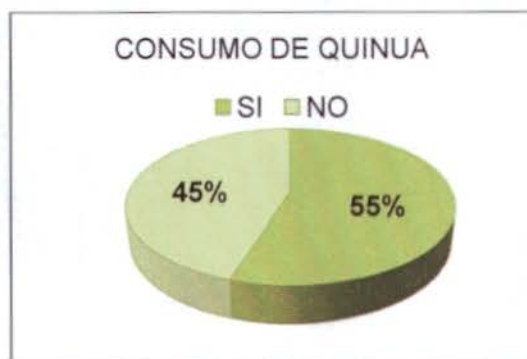
---

<sup>22</sup> <http://www.inec.gob.ec>



### 4.3 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

Gráfico 1.- CONSUMO DE QUINUA



Elaborado por las autoras

Claramente se puede observar que en Guayaquil el 55% de la población consumen quinua y un 45% no la consumen. Esto muestra que un buen porcentaje de personas consumen quinua en Guayaquil.

Gráfico 2.- CONOCIMIENTO DE BENEFICIOS DE LA QUINUA



Elaborado por las autoras

En este gráfico se muestra que la mayoría de personas no conocen sus beneficios, ésta parte es la que se va a destacar en la publicidad que se realizará.

**Gráfico 3.- FRECUENCIA DE CONSUMO**



Elaborado por las autoras

Como se puede observar la mayoría de la población de Guayaquil que consume quinua, lo hace semanal y quincenalmente por lo tanto la producción estará basada en estas dos cifras.

**Gráfico 4.- CONSUMO DE PRODUCTOS MULTIVITAMÍNICOS**



Elaborado por las autoras

Esta cifra nos muestra que las personas están conscientes de los beneficios para el cuerpo humano que brindan las vitaminas, y sobre todo de la necesidad de consumirlas a través de diferentes productos para complementar su dieta alimenticia.

**Grafico 5.- RAZÓN DE CONSUMO**



Elaborado por las autoras

La razón de consumo de productos multivitamínicos se da en un mayor porcentaje porque las personas cuidan su salud y llevan una vida activa, es justamente en estos porcentajes en los cuales se va enfocar la publicidad del producto.

**Gráfico 6.- TIPO DE PRODUCTO MULTIVITAMÍNICO MÁS CONSUMIDO**



Elaborado por las autoras

Como se puede observar los productos multivitamínicos más consumidos son las bebidas y los polvos, esto significa que Nutriquinua tendría gran aceptación en el mercado.

**Gráfico 7.- CONSUMIRÍA NUTRIQUINUA**



Elaborado por las autoras

El resultado de ésta pregunta fue muy favorable, ya que después de explicarles a las personas cual era el producto, les preguntamos si lo consumirían, una gran mayoría contestó que sí y una minoría del 6% dijeron que no, debido a que no les agradaba el sabor a chocolate o simplemente no se deleitaban consumiendo quinua. Las personas que respondieron que tal vez consumirían el producto dijeron que tendrían que probarlo y estar seguras de los beneficios.

**Gráfico 8.- PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**



Elaborado por las autoras

La preferencia de los encuestados fueron las fundas de aluminio como presentación de Nutriquinua esto influyó directamente al momento de seleccionar el empaque.

**Gráfico 9.- LUGARES PREFERIDOS DE ADQUISICIÓN**



Elaborado por las autoras

La mayoría de las personas prefieren comprar sus productos en los supermercados, es por ésta razón que se decidió que el producto esté en diferentes supermercados.

**Gráfico 10.- FACTOR DE CONSUMO**



Elaborado por las autoras

El factor más relevante al momento de comprar un producto en Guayaquil es el precio y éste es justamente la mayor ventaja competitiva que posee nuestro producto.

#### **4.4 ESTRATEGIAS DE MERCADO**

Las estrategias de Marketing que se utilizarán para captar el segmento de Mercado, son las siguientes:

- **Diferenciación:**

La estrategia de diferenciación se basa en añadirle valor agregado a un producto con el fin que sea único, atractivo y novedoso. Esta estrategia da resultados siempre que el consumidor aprecie ese valor agregado y prefiera el producto por encima de los demás. En este caso se ofrecerá un suplemento que se diferencia de los demás por el nuevo ingrediente añadido y por su precio.

- **Estrategia de penetración:**

Este tipo de estrategia se enfoca en la mercadotecnia del producto, es decir la forma de hacer publicidad y los medios que utilizamos. Por lo general quienes utilizan este tipo de estrategia propone una publicidad y promoción de ventas agresivas. Cabe indicar que esta estrategia se llevará a cabo mezclada de un ataque a los costados el cual consiste en dirigirse hacia los puntos débiles de la competencia. Como empresa se planea plasmar una oferta de precio más conveniente que el de la competencia y así ir ganando consumidores hasta ser líderes en el Mercado.

#### **4.5 FUERZAS DE PORTER**

##### **4.5.1 Fuerza del Proveedor**

Analizar la fuerza que el proveedor ejerce sobre la empresa significa evaluar que tanto se depende de los proveedores. La quinua y el cacao en polvo son fáciles de obtener debido a que existen una gran cantidad de proveedores no sólo aquí en Ecuador sino en países cercanos como Perú, aunque la idea es utilizar materia

prima ecuatoriana en la totalidad del producto, pero esto cambiaría si no se llegase a abastecer de quinua el mercado local por consecuencia de la exportación.<sup>23</sup>

El objetivo de analizar al proveedor es atreverse a consultar más opciones y elegir las más convenientes para tener a disposición más recursos y en este aspecto se puede concluir que no se dependerá de un solo proveedor. A continuación detallamos la posible lista de proveedores:

- **Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP)**
  - Quito-Pichincha
  
- **Comercializadora Solidaria Camari**
  - Quito-Pichincha
  
- **Fundación Escuelas Radiofónicas Populares**
  - Riobamba-Chimborazo
  
- **Fundación Mujer y Familia Andina**
  - Dirección: Av. Atahualpa E2-197 y Nuñez de Vela
  - Quito- Ecuador
  - Email: [fundamyf@andinanet.net](mailto:fundamyf@andinanet.net)
  - Pag. web: [www.fundamyf.org](http://www.fundamyf.org)
  
- **Cereales La Pradera**
  - Latacunga- Ecuador
  - Servicio al Cliente: 03-226-6333
  - Pag. web: <http://cerealeslapradera.com>
  
- **Gustaff S.A**
  - Guayaquil – Ecuador
  - Email: [gustaff@gye.satnet.net](mailto:gustaff@gye.satnet.net)
  - Telefax: (593)04-2255773

---

<sup>23</sup> <http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>

- **LECROY SA**
  - Guayaquil – Ecuador
  - Email: ventas@productospresto.com
  - Tel: 2- 200761
  
- **ECUAJUGOS SA**
  - Cayambe – Ecuador

#### 4.5.2 Fuerza del Consumidor

Analizar la fuerza que el consumidor ejerce sobre el producto está relacionado a la fuerza que posee éste para reducir los precios del producto. En este campo todo depende de la cantidad de clientes que se conserve, ya que si se logra captar una buena cantidad de ellos, es la empresa quien ejercerá el mando en el tema de los precios. No habrá problemas en este sentido debido a que se realizarán estrategias para lograr que el producto sea aceptado y después consumido.

#### 4.5.3 Fuerza de la Competencia

En este factor lo importante es determinar cuál es la habilidad de los competidores. En cuanto al producto, la competencia posee algunas características similares a Nutriquinua, las cuales son las proteínas, vitaminas y minerales. Pero hay que tomar en cuenta que entre sus características se encuentra que es innovador y más que cantidad de beneficios, "Nutriquinua" le ofrece al cliente calidad. Además la mayor ventaja competitiva será el precio, lo que es muy difícil de igualar. A continuación se detalla algunos suplementos alimenticios de marcas reconocidas en el mercado.

**Tabla 8.- COMPETIDORES DIRECTOS**

<b>SUPLEMENTOS VITAMINICOS EN POLVO</b>		
<b>NOMBRE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>
Ensure Vainilla y Fresa	400 gr.	\$ 7,69
Sustagen Chocolate y vainilla	400 gr.	\$ 7.85



Nutralcin suplemento multivitamínicos	400 gr.	\$ 4,80
Lesoya Julguer	400 gr.	\$ 5,76
Pediasure	400 gr.	\$ 8,50
Nutrilife	400 gr.	\$ 5,84
Esselle Protein	260 gr.	\$11,00

Elaborado por: las autoras

Como podemos observar: los competidores directos del producto poseen muchos años en el mercado por lo tanto se puede concluir que lo conocen, pero si se observa detenidamente los precios de las latas de 400 gr., fluctúan entre \$4,00 y \$11,00. Esto hace que las personas de clase media se priven del consumo de estos suplementos al no poseer las posibilidades económicas para obtenerlos.

**Tabla 9.- COMPETIDORES INDIRECTOS**

NOMBRE	CANTIDAD	PRECIO
Nesquik	400g	\$4,00
Ricacao	170 g.	\$1,10
Cola Cao	350g	\$2,21
Nestum	250g	3.93
Milo	400g	7.50
Cerelac	400g	\$5,10
Gatorade	500 ml.	1,50
Profit	350 ml	1,20

Elaborado por las autoras

#### **4.5.4 Amenaza de Sustitución**

A través del Estudio de Mercado realizado, se observó que existen muchos productos que pueden llegar a sustituir a Nutriquinua, debido a que existen muchas maneras de preparar la quinua y nutrirse a través de ella, debemos tomar en cuenta que en el Mercado ya existen muchos productos hechos a base de quinua.

Mirando un poco más allá de la quinua, existen también productos constituidos con soya, trigo, etc., y éstos son consumidos en gran cantidad en la ciudad de Guayaquil (ciudad en la cual esperamos vender el producto). Por esta razón la publicidad del producto es importante para hacer conocer sus beneficios pero sobre todo para que se animen a consumirlo por su agradable sabor.

#### **4.5.5 Amenaza de Nuevos Entrantes**

Por ser un producto novedoso y fácil de imitar, es prácticamente un hecho que nuevos competidores entren al mercado con un producto similar. Para que les sea un poco más difícil de imitar el producto, lo patentaremos, pero más aún trataremos de ir mejorando la fórmula conforme pasa el tiempo, de tal manera ofreceremos a los consumidores un producto con más beneficios y relativamente a un bajo precio. Se tendrá al día y se cumplirá con el Registro Sanitario y con las diferentes normas de calidad.

### **4.6 ANÁLISIS PEST**

#### **4.6.1 Factores Políticos**

Analizando el ámbito político se destacan los siguientes puntos. En nuestro país no ha existido un suplemento de quinua en polvo, la cual nos brinda muchos beneficios, pero para poder realizar este proyecto debemos analizar el entorno, el mismo que está influenciado por una serie de factores externos. La compañía en el país se puede ver afectada por la inestabilidad de los gobiernos y de las personas que los conforman, también el cambio frecuente de los precios afecta cada vez más a los microempresarios.

#### **4.6.2 Factores Económicos**

En la actualidad, el mundo está afrontando una crisis económica, lo cual traerá consigo grandes repercusiones, esto que afecta el poder adquisitivo de las personas

y por ende a las empresas en sus niveles de utilidad.<sup>24</sup> Pero mediante las debidas medidas de prevención y sólidas estrategias, se logrará que el efecto no sea tan grave.

En el mercado las tendencias económicas debido a la crisis, están orientadas al ahorro, las personas buscan la opción más económica y de mejor calidad, en las clases sociales tales como media alta, y alta están dispuestas a pagar un poco más por productos que ofrezcan un alto valor agregado y cumplan con sus expectativas.

#### **4.6.3 Factores Sociales**

Por falta de información sobre productos alimenticios que ayudan a la buena alimentación en niños, personas embarazadas y las propensas a tener enfermedades cardiovasculares, se provoca un alto índice de mortalidad. El Programa Mundial de Alimentos indica que el hambre y la malnutrición provocan mortalidad infantil en Ecuador.

Casi 371.000 niños menores de cinco años en Ecuador están con desnutrición crónica; y de ese total, unos 90 mil la tienen grave. Los niños indígenas, siendo únicamente el 10% de la población, constituyen el 20% de los niños con desnutrición crónica y el 28% de los niños con desnutrición crónica grave. Los niños mestizos representan, respectivamente, el 72% y el 5% del total. El 60% de los niños con desnutrición crónica y el 71 % de los niños con desnutrición crónica grave, habitan en las áreas rurales (aunque la población rural es tan solo el 45 % del total poblacional del Ecuador).<sup>25</sup>

También se da una concentración muy elevada en el área de la Sierra, que tiene el 60 % de los niños con desnutrición crónica y el 63 % con desnutrición crónica extrema.

---

<sup>24</sup> <http://www.hoy.com.ec/tag/437/crisis-financiera>

<sup>25</sup> <http://www.innatia.com/s/c-alimentacion-infantil/a-desnutricion-infantil-es.html>

Otro punto es el poco interés de los padres por darles un producto que sea realmente completo, es decir que contengan todas las vitaminas que le ayudaran para el crecimiento de los niños.

#### **4.6.4 Factores Tecnológicos**

- Escaso volumen de producción (provincial y nacional) para viabilizar la industrialización del cereal como producto alimenticio.
- Falta de maquinaria específica para la siembra, cosecha y almacenamiento de granos.
- Falta de maquinaria para la etapa de desamargado del grano de quinua que posibilite la elaboración de un producto apto para la industria alimenticia.
- Las empresas que no prevean los cambios tecnológicos se encontraran con que sus productos no son los suficientemente buenos para competir en el mercado nacional e internacional.
- En este aspecto externo no poseemos gran ventaja, ya que la materia prima principal (la quinua) es cultivada manualmente
- En los campos en pendiente todas las tareas se hacen manualmente: labranza con arado, siembra a voleo, desherbado con azada y recolección con hoz. Después de haberla cribado y secado, la quinua se tamiza y se pule en un molino para retirar la fina película natural de saponina que envuelve al grano.
- De ahí concluimos que otros países productores de quinua poseen una gran ventaja sobre nosotros ya que a mayor tecnología, menor será el tiempo utilizado en la cosecha. Y a menor tiempo el costo también se reduce.

#### 4.7 VIABILIDAD

**Tabla 10.- Viabilidad**

VIABILIDAD COMERCIAL	<p>Tenemos la convicción de que el producto es una excelente alternativa de negocio porque es nutritivo, proteínico y contiene altos niveles de nutrientes que ayudan al bienestar de la persona.</p> <p>Uno de los beneficios con el cual se cuenta, es que la materia prima que se utilizará es producida en suelo ecuatoriano.</p> <p>Este es un factor importante ya que no se tendrá que importar la materia prima y por ende no es necesario un presupuesto de gasto altos para conseguirla.</p>
VIABILIDAD TÉCNICA	<p>La compañía Innovative Products S.A. contará con la maquinaria requerida y con la tecnología adecuada para elaborar el producto. Se dará capacitación a los empleados cada tres meses para que conozcan el manejo y cuidado de las máquinas e informarles sobre los avances tecnológicos.</p>
VIABILIDAD LEGAL	<p>La empresa Innovative Products S.A. Se creará según la Ley de Compañías en el artículo 74-93-95-103-105-194 y concluiremos el producto rigiéndonos por el Ministerio de Salud Pública y cumpliendo con los requerimientos de los organismos de control como son: El SRI al momento de obtener el R.U.C, Superintendencia de Compañías, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Ministerio de Trabajo a través de sus normas, estatutos y reglamentos.</p>

<b>VIABILIDAD DE GESTIÓN</b>	<p>La ubicación de la compañía Innovative Products S.A. será en las calles Av. Quito entre Huancavilca y Manabí.</p> <p>Se eligió esta área porque es una gran zona comercial donde se puede distribuir el producto de mejor manera, el local estará ubicado, diseñado, estructurado y acondicionado para alcanzar los objetivos trazados, sin tener inconvenientes con las personas que viven alrededor por ser una área comercial.</p>
--------------------------------------	--

#### 4.8 EL PRODUCTO

Para vender un producto se lo debe conocer perfectamente a nivel técnico.

El envase del producto es en empaques autosoportantes. Este empaque se fabrica con materiales laminados multicapas, de media y alta barrera. La forma de este empaque permite exhibir el producto en forma vertical en estanterías, son livianos amigables con el usuario, fácil de almacenar y transportar, vienen adicionalmente con cierre zipper y válvula, para aumentar la funcionalidad del envase logrando preservar las cualidades de los alimentos.

El producto será de 400 gr y el envase a más de proteger el producto, permitirá promocionarlo, se identificará con el nombre "Nutriquinua", los ingredientes deben ir impresos en las fundas laminadas junto con el registro sanitario que determina la cantidad de nutrientes que aporta el producto al ser humano.

Usaremos el nombre Nutriquinua por las siguientes razones:

- Es breve
- Es de fácil lectura y pronunciación
- Memorización fácil
- Asociación y evocación con la idea del consumo de quinua como nutriente natural.

#### 4.9 PRECIO

El precio es uno de los factores determinantes a la hora de realizar una compra, también determina la posición competitiva de la empresa y su imagen de calidad, además determina las ganancias de la empresa

Para fijar el precio se debe tomar en cuenta los precios de la competencia, lo que el cliente esté dispuesto a pagar, el costo de fabricación y un factor importante es que se continúe con la producción y se cubra los gastos. Estos puntos antes mencionados fueron claves para determinar el precio del producto.

#### COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Para conocer cuál es el costo unitario de producción se divide el costo total de fabricación para el número de envases producidos mensualmente.

**Tabla 11.- Costo Unitario de Producción**

<b>Costo Unitario de Producción=</b>	Costo Total de Fabricación /# de Envases a producir
<b>CUP=</b>	26935,70/17827
<b>CUP=</b>	\$ 1,51

El costo unitario de producción de cada funda de 400gr. es de \$1.51.

El precio de Venta al Público será de \$ 3.40

#### 4.10 DISTRIBUCIÓN Y PLAZA

Cada empresa, dependiendo del producto que fabrique o del servicio que preste; debe elegir el sistema más eficaz y más rentable para llegar al consumidor. Los cuatro canales más habituales son:

Fabricante – Consumidor

Fabricante - Minorista – Consumidor

Fabricante – Mayorista - Consumidor

Fabricante – Mayorista - Minorista – Consumidor

Se escogió el canal Fabricante – Mayorista – Consumidor. En la ciudad hay puntos estratégicos de ventas y lugares muy visitados por la ciudadanía, el lugar donde se vende más este tipo de producto son los supermercados como se puede observar en la grafica que se obtuvo por los encuestados.

**Gráfico 11.- LUGARES PREFERIDOS DE ADQUISICIÓN**



Elaborado por las autoras

Las personas prefieren comprar el producto en los supermercados.

#### 4.11 PUBLICIDAD

La encuesta realizada generó datos muy importantes a tomar en cuenta para el lanzamiento del producto, es así que se detalla las siguientes actividades a realizar en la fase del lanzamiento:

- 1) Concienciar a las personas acerca de los beneficios de la quinua, de esta manera se logrará aumentar el porcentaje de consumo de ésta en Guayaquil.
- 2) Hablarles a las personas del innovador producto, haciéndole mención que cumple con las funciones de un suplemento alimenticio.
- 3) Exponerles la razón principal del por qué el producto debería ser consumido especialmente por niños y ancianos.



4) Por último, hacerles conocer la gran ventaja competitiva que posee Nutriquinua respecto a su precio.

La estrategia publicitaria puede recurrir a diferentes medios publicitarios como los siguientes:

- Televisión y radio
- Medios Impresos (revistas, periódicos, por correo, folletos etc.)
- Otros ( vallas publicitarias, internet)

El medio que se decidió utilizar son: la televisión y los medios impresos. La publicidad se hará en horarios de una telenovela con mucho rating, la cuña durará 30 segundos y se repetirá en la novela una máximo de 4 veces teniendo un costo de \$3200.

Se escogieron estos medios publicitarios en base a:

- Los objetivos perseguidos por la campaña publicitaria
- La audiencia de los medios
- Eficacia de los medios
- El presupuesto disponible – Costo de los medios

#### LOGOTIPO DEL PRODUCTO



#### LOGOTIPO DE LA COMPAÑÍA



#### SLOGAN

"Crece en salud"

## PRESENTACIÓN NUTRIQUINUA CHOCOLATE



VOLANTE

**NUEVO**  
**NUTRI**  
2 Quinoa  
A-B1  
SABOR A  
**CHOCOLATE**  
MAS QUE CANTIDAD,  
CONTIENE CALIDAD DE  
PROTEINAS  
MINERALES  
VITAMINAS  
CRECE EN SALUD  
400  
P.V.P.  
\$ 3.40  
www.innovativeproduct.com

400 gr. de un delicioso suplemento alimenticio sabor a chocolate a un económico precio!!!

*Qué esperas para probarlo...*

Para más información:  
[www.innovativeproduct.com](http://www.innovativeproduct.com)

BANNER

**NUEVO**

Innovative Products SA

VITAMINAS A+B1

**NUTRI** Quinoa

SABOR A **CHOCOLATE**

MÁS QUE CANTIDAD, CONTIENE CALIDAD DE:

- ✓ PROTEÍNAS
- ✓ MINERALES
- ✓ VITAMINAS

**CRECE EN SALUD**

400

P.V.P. \$ 3.40

¡Mucho mejor!  
Ecuador

VALLA PUBLICITARIA

**NUEVO**

**NUTRI** Quinoa

SABOR A: **CHOCOLATE**

MÁS QUE CANTIDAD, CONTIENE CALIDAD DE:

**400 gr.**

- ✓ PROTEÍNAS
- ✓ MINERALES
- ✓ VITAMINAS

CRECE EN SALUD

P.V.P. \$ **3.40**

¡Mucho mejor! en Ecuador

Innovative Products SA

AFICHE

**NUEVO**  
**NUTRI** Quinoa

Innovative Products SA

vitaminas A+B1

SABOR A CHOCOLATE

MAS QUE CANTIDAD, CONTIENE CALIDAD DE

- PROTEÍNAS
- MINERALES
- VITAMINAS

CRECE EN SALUD

400 gr

P.V.P. \$ 3.40

¡Mucho mejor!  
El sabor de ECUADOR

# PRESENTACIÓN NUTRIQUINUA VAINILLA

400 gr.

Innovative Products SA

**NUTRI** Quinoa

A+B1

SABOR A:  
**VAINILLA**

MÁS QUE CANTIDAD,  
CONTIENE CALIDAD DE:

- PROTEÍNAS
- MINERALES
- VITAMINAS

**CRECE EN SALUD**

PVP \$ 3.40

**Información Nutricional**

1 porción de  
Nutriquinoa (10 g)

Grasa total	14%
Vitamina A	13%
Vitamina C	15%
Vitamina D	8%
Vitamina E1	22%
Vitamina E2	14%
Vitamina B1	8%
Sodio	5%
Carbohidatos	8%
Fibra	3%
Calcio	18%
Hierro	11%
Fósforo	2%
Energía	10%

**Innovative Products SA**  
INNOVATIVE PRODUCTS SA

**Preparación:**

\*Mezcle 2 cucharaditas de sésame con leche fría y colándole.

\*Mezcle a su gusto.

\*Eche y sírvase.

**CRECE EN SALUD**

7 861001 247378

## **CAPÍTULO N° 5**

### **ESTUDIO TÉCNICO**



5.1 Formulación

5.2 Diagrama de Producción

5.3 Descripción del Proceso

5.4 Capacidad de Producción

5.5 Maquinaria de Equipos Requeridos

5.6 Gráficos

5.7 Línea de Producción



## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO TÉCNICO

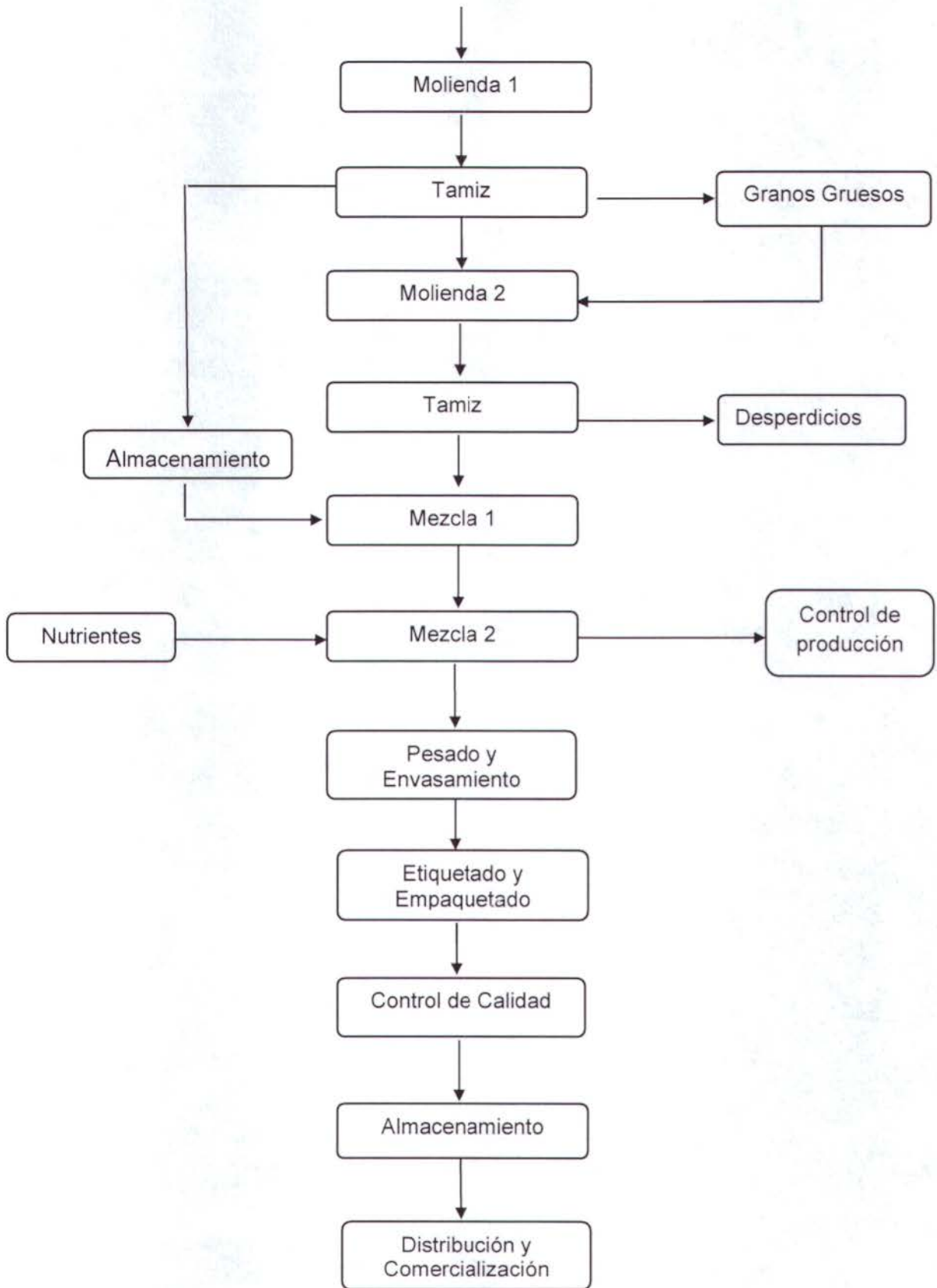
#### 5.1 FORMULACIÓN

Tabla 12.- Fórmula del producto

MATERIA PRIMA	PORCENTAJES
Quinoa	36.58%
Leche en polvo	12.29%
Azúcar	11.94%
Goma Xanthan	2.5%
Cacao en polvo	33.23%
Vitaminas	2.7%
Sorbato de Potasio	0.76%

#### 5.2 DIAGRAMA DE PRODUCCIÓN





### 5.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

**Recepción.-** Es la etapa inicial del proceso, se recibe la quinua de camiones, sacos y se lo almacena en pilos. Para la producción diaria se lo traslada a una bodega seca y fresca.

**Pesada.-** Es la manera de saber en bruto, cuanta materia prima llega.

**Pre-selección.-** Por medio de una zaranda o tamiz se separan las impurezas, obteniéndose un porcentaje real de lo que se considera quinua pura para procesar.

**Tostada.-** Proceso por el cual se destruye la enzima que da un sabor amargo a la harina y además se elimina algo de agua que dificultará la molienda.

**Enfriamiento.-** momento en que se da un espacio de tiempo para enfriar el grano y poder molerlo

**Pesada.-** Determinará el peso real de la cantidad de quinua (luego de haber eliminado el agua) que va a procesarse.

**Molienda 1.-** La primera molienda transforma los granos a harina pero de consistencia gruesa.

**Tamiz.-** El objetivo de la primera cernida es la de separar los granos de quinua molida de consistencia gruesa de la fina. El polvo grueso pasara a una segunda molienda y el fino a un tanque de almacenamiento.

**Molienda 2.-** También se lo puede llamar de rectificación, ya que aquí se vuelve a moler la quinua que no quedo pulverizada totalmente en la primera molienda.

**Tamiz.-** Separación del polvo que no quedó pulverizado totalmente, ni en la primera ni el segunda molienda.

**Mezcla 1.-** Etapa en la que se mezclan todos los componentes MACRO, esto son los que van en un mayor porcentaje: azúcar, leche, cacao en polvo, goma xanthan y preservante con la quinua.

**Mezcla 2.-** Obtenida la mezcla de los principales componentes. En esta parte se le agregan los nutrientes, es decir todas aquellas vitaminas y minerales que van a enriquecer y potenciar el producto final.

En esta parte, también se hace un análisis orientativo de control de calidad al producto en proceso, especialmente para determinar si los nutrientes van en las proporciones correctas. Dependiendo de la afirmación aquí obtenida se puede prolongar el tiempo de la mezcla o hacer los correctivos necesarios.

**Pesado y Envase.-** El producto se lo pesa y envasa en los recipientes previamente determinados.

**Control de Calidad.-** El control al que se somete el producto que va a salir al consumidor final será evaluado desde su presentación. Observando particularmente ciertas características que debe expresarse en el producto como son: Peso, Registro Sanitario, Fecha de Elaboración, Fecha de Caducidad, Sellado Sistémico. etc.

**Almacenamiento.-** Lugar destinado a recibir el producto terminado antes de salir al consumidor. Este lugar debe reunir las condiciones necesarias para conservar en buen estado el producto.

**Distribución y Comercialización.-** Canales y/o medios por los que el producto será distribuido al público.

#### 5.4 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Tabla 13.- Cálculos de la producción del primer mes

CÁLCULOS	
Producción 1er mes	$17827 = [((2'306.479 \text{ habitantes} * 33,90\% \text{ Segmento de mercado clase social media a media baja}) * 76\% \text{ de aceptación}) * 3\%]$

El incremento anual en la producción será del 3,33% basada en la tasa de inflación del año 2010

Elaborado por las autoras

**Tabla 14.- Cálculos de la producción del primer mes**

Materiales	Fórmula de 400 gr.	Gramos diarios	Producción diaria	Gramos mensuales	Producción mensual
Quinoa	146,32	130424,07	891	2608481,39	17827
Leche en polvo	49,16	43819,35	891	876386,995	17827
Azúcar impalpable	47,76	42571,443	891	851428,862	17827
Goma Xanthan	10	8913,6187	891	178272,375	17827
Cacao en polvo	132,92	118479,82	891	2369596,41	17827
Vitaminas	10,8	9626,7082	891	192534,165	17827
Sorbato de Potasio	3,04	2709,7401	891	54194,802	17827
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>356544,75</b>		<b>7130894,99</b>	

Elaborado por las autoras

## 5.5. MAQUINARIAS Y EQUIPOS REQUERIDOS

### Banda Plana Móvil

Esta banda tiene buena acogida en todas las bodegas, patios y recepciones para cargar o descargar productos en sacos, cajas, jabas, cartones o piezas sueltas. La velocidad de la banda podemos variar según el producto pero no puede pasar la capacidad máxima de 50 toneladas por hora. La dirección reversible de trabajo de la banda, puede realizarse opcionalmente con la instalación eléctrica.



Imagen 1.- BANDAPLANA MÓVIL

### Elevadores de cangilones

Elevadores de Cangilones de hasta 48m de altura sobre piso, con distribuidores de ocho vías. La lámina de acero al carbono de los canalones es de 2mm de espesor, pie y cabeza de 3mm y reforzados por platinos. Construidos para trabajo pesado en cualquier circunstancia. Pintados interior y exteriormente contra la corrosión y sellados contra lluvia.



Imagen 2.- ELEVADORES DE CANGILONES

### Secadoras de Galpón

Los Ventiladores BP-AL junto con la Campana Difusora y el Quemador de GAS ó Diesel forman el equipo para la Secadora de Galpón. Es la secadora clásica y la más universal en la cual se puede secar cualquier grano como: Arroz, Maíz, Soya, Café, Cacao, etc. y otras productos como: Pescado, Banano, Cáscara de Camarón, etc. Trabajan más que 500 secadoras de nuestra marca en el Ecuador.



Imagen 3.- SECADORAS DE GALPÓN

### Balanza Electrónica

Indicador de peso paramétrico programable TCS modelo XK-3100.  
Back light (pantalla luminosa para trabajos nocturnos).  
Mono celdas (un sensor de carga).  
Índice de protección IP-66.

Para trabajos prolongados en ambientes húmedos. Para trabajos prolongados en ambientes secos o polvorientos (no arrojar agua directa).

- Capacidad: 30 kg x 5 g
- Fuente de poder: 220 V
- Batería recargable: Duración de 100 horas aprox.
- Plataforma BL-03: 35 x 45 cm



Imagen 4.- BALANZA ELECTRÓNICA

### Molino

Molino de grano, para todo tipo de grano seco, hace harina fina, sémola, parte maíz, parte trigo (morón partido)

Características Técnicas.

- 40 martillos de fierro o acero
- Eje de 1 ½ de 70 cm.
- Chumacera de pie de 1 ½ (2)
- Motor trifásico o monofásico de 5hp

Producción:

- 50 Kg. x hora para harina fina – y 200 Kg. x hora para partir morón, etc.



Imagen 5.- MOLINO

### **Mezcladores de polvos tipo pantalón y conos opuestos**

Operan bajo el principio de caída de material a través de un recipiente que gira, en el cual se agregan los ingredientes a mezclar, ahorrando tiempo y ganando eficiencia ya que gracias a su diseño geométricamente adecuado provoca la acción de mezclado.

Características:

- Para mezclar polvos secos
- Recipiente fabricado de acero inoxidable AISI-304 ó AISI-316 con acabado sanitario.
- El mezclador de pantalón XV está dotado de dos bocas de alimentación con tapa tipo submarino, mientras que mezclador de conos opuestos XCO consta de una boca de alimentación. Ambos tienen una boca de descarga con válvula de mariposa y empaques que permiten el cierre hermético.



Imagen 6.- MEZCLADOR DE POLVOS

### **Tolva de Almacenamiento**

Los silos tolva para almacenamiento de alimento y granos, son diseñados y fabricados con la mejor materia prima de acero galvanizado corrugado, capacidades desde 2.5 hasta 45 toneladas métricas.

Techo de 40 grados, estos permite a los usuarios un llenado completo del silo. La altura adicional ayuda a los conductores de los camiones a ver el orificio de



llenado más fácilmente y los asiste para posicionar el tornillo de llenado en el lugar adecuado.<sup>26</sup>



Imagen 7.- TOLVA DE ALMACENAMIENTO

---

<sup>26</sup> [http://207.5.43.60/intertecnica/pantallas/cuerpo\\_productos.asp](http://207.5.43.60/intertecnica/pantallas/cuerpo_productos.asp)

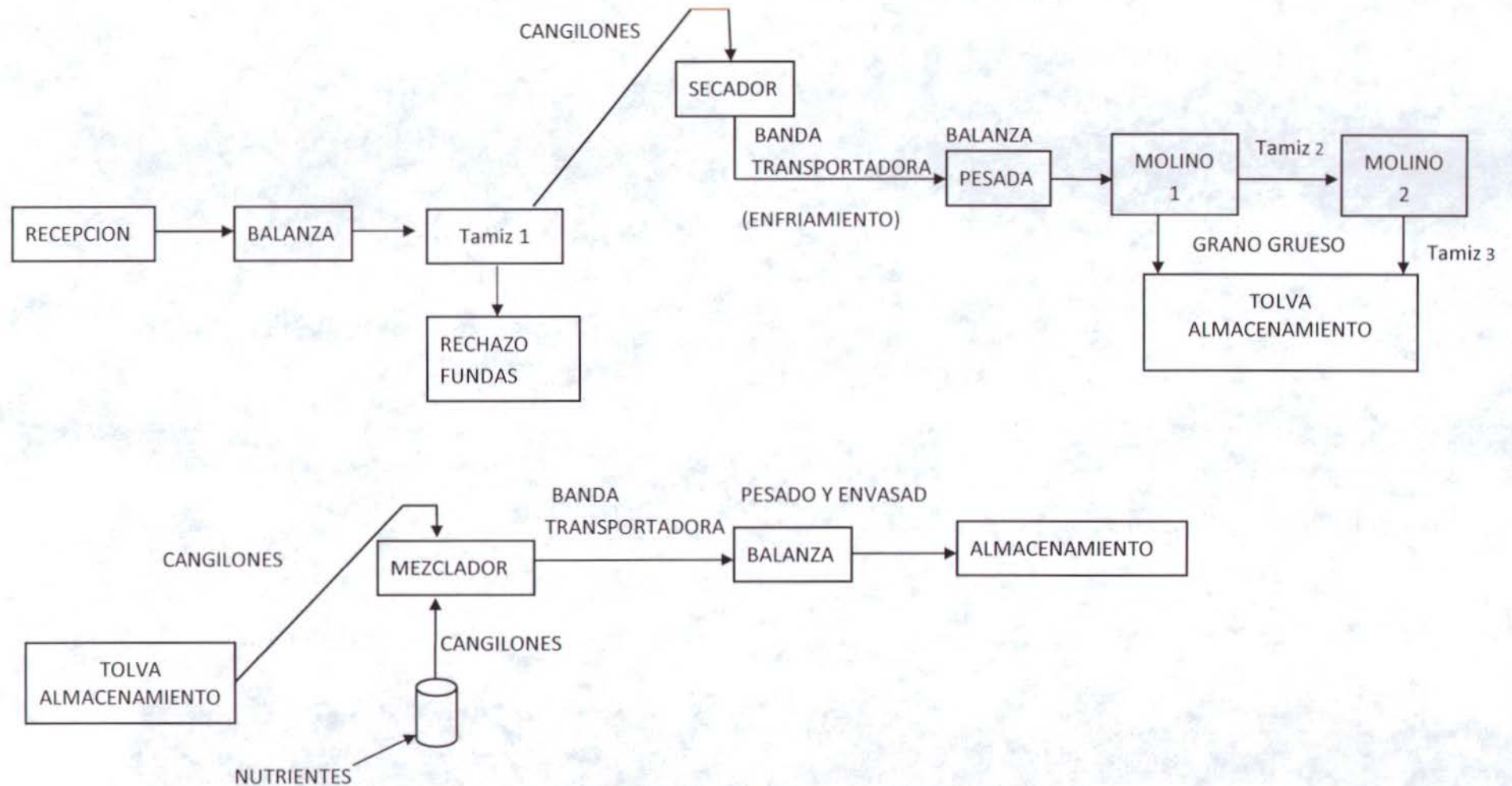
## 5.6 GRÁFICOS

### BOSQUEJO GENERAL



En el futuro cuando se requiera producir a mayor escala y más de un producto se hará necesario contar con una buena ubicación debido a que las industrias están localizadas en zonas claves para que así no causen perjuicio de ningún tipo a los pobladores aledaños, cuidando así la salud de los habitantes como el medio ambiente. La ubicación de la planta procesadora deberá ser en el área industrial de la ciudad o en la periferia de esta.

## 5.7 LINEA DE PRODUCCIÓN



# CAPÍTULO N° 6

## ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO



- 6.1 Inversión
- 6.2 Punto de Equilibrio
- 6.3 Balance General
- 6.4 Estado de Resultado Anual
- 6.5 Flujo de Caja Anual
- 6.6 TMAR
- 6.7 Análisis de los Estados Financieros

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

#### 6.1 INVERSIÓN

El Estudio Económico es el que nos expone a través de los diferentes estados financieros que tan rentable es un negocio.

Para comenzar las actividades de Innovative Products SA se necesitarán activos fijos (maquinarias, mueble, etc.) y capital de trabajo. Todos estos rubros se financiarán de fuentes externas. A continuación se detalla la inversión que se necesita para realizar el producto Nutriquinua:

<b>PLAN DE INVERSION</b>	
ACTIVOS FIJOS	\$ 62.440,15
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 26.446,88
CAPITAL DE TRABAJO	36.302,93
<b>TOTAL INVERSIÓN NECESARIA</b>	<b>125.189,96</b>

**Nota:** Ver anexo N° 3 y N°4

## 6.2 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el nivel de actividad (nivel de ingresos o nivel de ventas) de la empresa en el que no existe ni ganancia ni pérdida.

Sobre este nivel de ventas la empresa obtiene ganancias y por debajo de él, pierde. Conocer el punto de equilibrio permite saber el mínimo de unidades a producir y planificar las ventas.

Para calcular un punto de equilibrio se utiliza la siguiente fórmula:

Q=	Costos Fijos / (Precio – Costos Variable unitario)
Q=	24.950,00 / (3,09-1,66)
Q=	\$ 18.013,86

### 6.3 BALANCE GENERAL

INNOVATIVE PRODUCTS SA		BALANCE GENERAL	
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>Activo Realizable</b>	<b>25.802,93</b>	Préstamo Bancario	\$ 93.169,96
<b>Activo Exigible</b>	<b>10.500,00</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 93.169,96</b>
<b>Activos Fijos</b>			
<b>Maquinaria</b>	<b>\$ 60.321,44</b>	<b>PATRIMONIO</b>	
2 Bandas Planas Móvil	\$ 4.400,00	Capital aportado por socios	\$ 15.000,00
3 Elevador de Cangilones	\$ 6.900,00	Aportaciones de Socios (especies)	\$ 17.020,00
1 Secadora de galpón	\$ 3.300,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 32.020,00</b>
3 Balanzas electrónicas	\$ 6.200,00		
1 Mezclador	\$ 3.150,00		
2 Molinos	\$ 2.800,00		
3 tamiz	\$ 5.300,00		
1 tolva de almacenamiento	\$ 4.000,00		
9 computadoras	\$ 4.122,72		
4 Impresoras Multifunción	\$ 398,72		
Fotocopiadora	\$ 450,00		
Vehículo	\$ 15.000,00		
4 splits	\$ 4.300,00		
<b>Muebles y Enseres</b>	<b>739,3</b>		
<b>Otros Activos Fijos</b>	<b>1379,41</b>		
<b>Activos Diferidos</b>	<b>26446,88</b>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 125.189,96</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 125.189,96</b>

## ESTADO DE RESULTADO ANUAL

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Unidades	213.927	221.051	228.412	236.018	243.877	251.998	260.390	269.061	278.020	287.279
Precio	3,09	3,19	3,30	3,41	3,52	3,64	3,76	3,89	4,02	4,15
Costo de ventas	1,51	1,56	1,61	1,67	1,72	1,78	1,84	1,90	1,96	2,03
<b>Ventas</b>	<b>661.034</b>	<b>683.046</b>	<b>705.792</b>	<b>729.295</b>	<b>753.580</b>	<b>778.674</b>	<b>804.604</b>	<b>831.398</b>	<b>859.083</b>	<b>887.691</b>
<b>Costo de ventas</b>	<b>323.228</b>	<b>333.992</b>	<b>345.114</b>	<b>356.606</b>	<b>368.481</b>	<b>380.752</b>	<b>393.431</b>	<b>406.532</b>	<b>420.069</b>	<b>434.058</b>
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>337.805,52</b>	<b>349.054,44</b>	<b>360.677,95</b>	<b>372.688,53</b>	<b>385.099,06</b>	<b>397.922,86</b>	<b>411.173,69</b>	<b>424.865,77</b>	<b>439.013,80</b>	<b>453.632,96</b>
<b>Gastos</b>	<b>241.351,08</b>	<b>249.174,58</b>	<b>257.258,60</b>	<b>264.237,59</b>	<b>272.868,97</b>	<b>281.787,78</b>	<b>291.003,59</b>	<b>300.526,28</b>	<b>310.366,08</b>	<b>320.533,54</b>
Sueldo Administrativo	128.050,00	132.314	136.720	141.273	145.977	150.838	155.861	161.051	166.414	171.956
Salario Obreros	62.440,00	64.519	66.668	68.888	71.182	73.552	76.001	78.532	81.147	83.850
Arriendo	7.000,00	7.233	7.474	7.723	7.980	8.246	8.520	8.804	9.097	9.400
Servicios Básicos	9.000,00	9.300	9.609	9.929	10.260	10.602	10.955	11.320	11.696	12.086
Publicidad	18.000,00	18.599	19.219	19.859	20.520	21.203	21.909	22.639	23.393	24.172
Arriendo	4.200,00	4.340	4.484	4.634	4.788	4.947	5.112	5.282	5.458	5.640
Publicidad y Promoción	5.400,00	5.580	5.766	5.958	6.156	6.361	6.573	6.792	7.018	7.252
Suministros	850,00	878	908	938	969	1.001	1.035	1.069	1.105	1.141
Depreciación	6.411,08	6.411,08	6.411,08	5.036,84	5.036,84	5.036,84	5.036,84	5.036,84	5.036,84	5.036,84
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>96.454,44</b>	<b>99.879,86</b>	<b>103.419,35</b>	<b>108.450,94</b>	<b>112.230,09</b>	<b>116.135,08</b>	<b>120.170,10</b>	<b>124.339,49</b>	<b>128.647,72</b>	<b>133.099,42</b>
<b>Gastos Financieros</b>	<b>36.603,18</b>	<b>36.603,18</b>	<b>36.603,18</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Utilidad antes de Impuesto</b>	<b>59.851,26</b>	<b>63.276,68</b>	<b>66.816,17</b>	<b>108.450,94</b>	<b>112.230,09</b>	<b>116.135,08</b>	<b>120.170,10</b>	<b>124.339,49</b>	<b>128.647,72</b>	<b>133.099,42</b>
<b>Participación Trabajadores 15%</b>	<b>8.977,69</b>	<b>9.491,50</b>	<b>10.022,43</b>	<b>16.267,64</b>	<b>16.834,51</b>	<b>17.420,26</b>	<b>18.025,52</b>	<b>18.650,92</b>	<b>19.297,16</b>	<b>19.964,91</b>
<b>Total</b>	<b>50.873,57</b>	<b>53.785,18</b>	<b>56.793,74</b>	<b>92.183,30</b>	<b>95.395,57</b>	<b>98.714,81</b>	<b>102.144,59</b>	<b>105.688,57</b>	<b>109.350,56</b>	<b>113.134,51</b>
<b>Impuesto a la Renta (24%)</b>	<b>12.209,66</b>	<b>12.908,44</b>	<b>13.630,50</b>	<b>22.123,99</b>	<b>22.894,94</b>	<b>23.691,56</b>	<b>24.514,70</b>	<b>25.365,26</b>	<b>26.244,14</b>	<b>27.152,28</b>
<b>Utilidad Neta</b>	<b>38.663,91</b>	<b>40.876,74</b>	<b>43.163,25</b>	<b>70.059,31</b>	<b>72.500,64</b>	<b>75.023,26</b>	<b>77.629,88</b>	<b>80.323,31</b>	<b>83.106,43</b>	<b>85.982,22</b>



## 6.5 FLUJO DE CAJA ANUAL

INNOVATIVE PRODUCTS SA											
FLUJO DE CAJA PROYECTADO ANUAL											
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		661.033,97	683.046,40	705.791,84	729.294,71	753.580,22	778.674,45	804.604,30	831.397,63	859.083,17	887.690,64
Ventas											
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		564.579,53	583.166,53	602.372,49	620.843,77	641.350,14	662.539,37	684.434,20	707.058,14	730.435,45	754.591,22
Costo de Ventas		323.228,45	333.991,96	345.113,89	356.606,18	368.481,17	380.751,59	393.430,62	406.531,86	420.069,37	434.057,68
Gastos Administrativos		241.351,08	249.174,58	257.258,60	264.237,59	272.868,97	281.787,78	291.003,59	300.526,28	310.366,08	320.533,54
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL</b>		96.454,44	99.879,86	103.419,35	108.450,94	112.230,09	116.135,08	120.170,10	124.339,49	128.647,72	133.099,42
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamo Bancario	-93.169,96	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aportaciones de los socios	-15.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otras Aportaciones	-17.020,00										
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	0,00	64.351,85	65.414,20	66.667,18	43.428,47	44.766,29	46.148,65	47.577,05	49.053,02	50.578,13	52.154,03
Capital		27.724,64	30.932,90	34.512,42	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Interés		9.028,78	5.670,28	2.090,76	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación		6.411,08	6.411,08	6.411,08	5.036,84	5.036,84	5.036,84	5.036,84	5.036,84	5.036,84	5.036,84
Participación de los Trabajadores (15%)		8.977,69	9.491,50	10.022,43	16.267,64	16.834,51	17.420,26	18.025,52	18.650,92	19.297,16	19.964,91
Impuesto a la Renta (24%)		12.209,66	12.908,44	13.630,50	22.123,99	22.894,94	23.691,56	24.514,70	25.365,26	26.244,14	27.152,28
<b>FLUJO DE CAJA NO OPERACIONAL</b>	<b>-125.189,96</b>	<b>-64.351,85</b>	<b>-65.414,20</b>	<b>-66.667,18</b>	<b>-43.428,47</b>	<b>-44.766,29</b>	<b>-46.148,65</b>	<b>-47.577,05</b>	<b>-49.053,02</b>	<b>-50.578,13</b>	<b>-52.154,03</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>		32.102,59	34.465,66	36.752,17	65.022,47	67.463,80	69.986,42	72.593,05	75.286,47	78.069,59	80.945,39
(+) Depreciaciones		6.411,08	6.411,08	6.411,08	5.036,84	5.036,84	5.036,84	5.036,84	5.036,84	5.036,84	5.036,84
<b>FLUJO DE CAJA FINAL</b>	<b>-125.189,96</b>	<b>38.513,67</b>	<b>40.876,74</b>	<b>43.163,25</b>	<b>70.059,31</b>	<b>72.500,64</b>	<b>75.023,26</b>	<b>77.629,88</b>	<b>80.323,31</b>	<b>83.106,43</b>	<b>85.982,22</b>
<b>FLUJO DE CAJA ACUMULADO</b>		38.513,67	79.390,41	84.039,98	113.222,56	142.559,95	147.523,90	152.653,14	157.953,20	163.429,74	169.088,65

TIR	40,11%
VAN	\$195.842,08

## 6.6 TMAR

TASA DE DESCUENTO	
Beta	1.806
Riesgo de Mercado (Rm)	11%
Tasa Libre de Riesgo (Risk Free)	3.48
Riesgo País	7.43
Rentabilidad del Inversionista (TMAR)	13.63%

## 6.7 ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Como podemos observar en el plan de financiamiento, la inversión necesaria para realizar el producto Nutriquinua es de \$ 125189.96. En activos fijos se requiere invertir \$ 62440.15; en Activos Diferidos se necesita \$ 26446.88 y en Capital de Trabajo se requiere una inversión de \$ 35837.98; de éstos rubros las dos accionistas autoras del proyecto, aportarán con la cantidad de \$15000.00 en efectivo y \$ 17020.00 en especies.

En cuanto al Estado de Resultado anual y el Flujo de Caja anual podemos observar que durante los 10 primeros años se prevén resultados positivos y favorables, obteniendo así un TIR de 40,11%, lo que significa que el rendimiento que conseguiría el inversionista es mayor que el que lograría en la mejor alternativa de inversión, ya que el TIR es mayor que la tasa de interés. De la misma manera podemos notar que el TIR (40,11%), es mayor que la TMAR (13,63%) por lo tanto esto nos indica que se puede aceptar el proyecto para una inversión.

Por los resultados favorables que obtuvo el proyecto según el estudio económico y financiero se concluye que éste generará la suficiente utilidad o beneficio para recuperar lo invertido en un plazo aproximado de 3 años, lo que nos indica que se podrá responder a los pagos por el préstamo realizado sin mayores inconvenientes.

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- Con este proyecto se quiere ayudar a las personas a mejorar su estilo de vida gracias a las múltiples vitaminas que contiene la quinua.
- De acuerdo al análisis de los estados financieros del proyecto, se ha demostrado que Nutriquinua es un proyecto rentable y viable, debido a los bajos costos de los ingredientes y por esto su bajo precio en comparación de los otros productos del mercado.
- El proyecto tiene una gran ventaja competitiva en cuanto a que puede presentarse como el único productor de suplementos vitamínicos que usa la quinua como ingrediente principal.
- En el mediano o largo plazo se pretende diversificar la cartera de productos para captar una mayor participación en el mercado local. Algunas de las opciones serían: Nutriquinua sabor a vainilla, fresa, entre otros.
- El crecimiento de las ventas permitirá la ampliación del proyecto actual, expandiendo la oferta en otros mercados, por ejemplo Quito y Cuenca.

### RECOMENDACIONES

- Crear productos innovadores y con valor agregado.
- Implementar con mucha más fuerza la publicidad de Nutriquinua en el país para así fortalecer la industria nacional de suplementos alimenticios, y con esto fomentar la cultura del consumo de Nutriquinua como producto nutritivo.
- Estar capacitando permanentemente a los empleados para mejorar la producción de Nutriquinua y con ello siempre mantener un estándar de calidad en la producción y comercialización, para no tener deficiencias en el producto.

- Intentar establecer alianzas estables con los principales supermercados de cadena para asegurar la venta total de la producción de Nutriquinua, esta propuesta se considera de gran importancia para el desarrollo del proyecto y una futura expansión de este en el mercado.

## **8. BIBLIOGRAFÍA**

1. ECUADOR NUTRINET. [En línea]2009. [Citado el: 12 de 02de 2011].  
<http://www.ecuador.nutrinet.org>
2. —.Miranda, R. *TODO SOBRE LA QUINUA*. [En línea] 2005. [Citado el: 12 de 07 de 2010.] <http://laquinua.blogspot.com>.
3. **DIRECTORIO MEDICO**. [En línea] 2009. [Citado el: 7 de 01 de 2010.]  
<http://www.directoriomedico.com>
4. **F. Javier Nieto, et, al.** *American Journal of Epidemiology*. Oxford : University Press, 1992.
5. **SABOR ETICO**. "Grano sagrado" [En línea] 2007. [Citado el: 12 de 07 de 2010.]  
<http://www.saboretico.com>.
6. **El alimento más completo de la naturaleza"**. [En línea] 2008. [Citado el: 19 de 08 de 2010. <http://www.genysalud.com>
7. **Programa Panamericano de Defensa y Desarrollo de la Diversidad biológica, cultural y social, asociación civil** . Prodiversitas. s. [En línea] 11 de 06 de 2005. [Citado el: 12 de 07 de 2010.] <http://www.prodiversitas.bioetica.org>.
8. **Todo sobre la Quinua**. Todo sobre la Quinua. [En línea] 2006. [Citado el: 17 de 07 de 2010.] [http://www.visionchamanica.com/alimentacion\\_sana/quinua.htm](http://www.visionchamanica.com/alimentacion_sana/quinua.htm)
9. **Informacion de Mercado**. Sectores de Utilización del cacao. En línea] 9 de 09 de 2010 <http://www.unctad.org/infocomm/espagnol/cacao/utilizacion.htm> [
10. **Zona Diet**. Vitaminas [En línea] 18 de 02 de 2009. [Citado el: 12 de 07 de 2010.].  
<http://www.zonadiet.com/nutricion/vitaminas.htm>
11. **Editorial QuimiNet** . Goma Xanthan [Citado el: 22 de 08 de 2010.].  
[http://www.quiminet.com/ar3/ar\\_vcdRsDF-goma-xanthan.htm](http://www.quiminet.com/ar3/ar_vcdRsDF-goma-xanthan.htm)
12. **Explored archivo digital de noticias** "la desnutrición en el Ecuador"  
<http://www.explored.com.ec> [Citado el: 12 de 07 de 2010.].  
<http://www.zonadiet.com/nutricion/vitaminas.htm>

13. **Enciclopedia Básica de Administración MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA** : Autor (Círculo de lectores). "Organización Funcional"
14. **Superintendencia de Compañías**. Proceso para constituir una compañía. [Citado el: 2 de 02 de 2011.] [www.ecuador.nutrinet.org](http://www.ecuador.nutrinet.org).
15. **Superintendencia de Compañías**. Denominación de la compañía [Citado el: 2 de 02 de 2011.] [www.ecuador.nutrinet.org](http://www.ecuador.nutrinet.org).
16. **Cámara de la pequeña industria del Guayas**, "Afiliación a una cámara de producción" <http://www.capig.org.ec/>
17. **Registro mercantil**, <http://www.rmg.wsgye.com/tramites.php>. [En línea] 2010. [Citado el: 5 de 10 de 2010.]
18. <http://www.sri.gov.ec/web/10138/92>
19. <http://www.guayaquil.gov.ec/solicitud-para-registro-de-patente>
20. **Ministerio de Salud Pública**, Tramite para la obtención del registro sanitario <http://www.msp.gov.ec/> [Citado el: 26 de 09 de 2010.]
21. **Corporación Financiera Nacional**. [En línea] 2009. [Citado el: 25 de 07 de 2010.] <http://www.cfn.fin.ec>.
22. **Instituto Nacional de Estadística y Censo** <http://www.inec.gob.ec>
23. <http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>
24. **Diario Hoy**. "Crisis Financiera" <http://www.hoy.com.ec/tag/437/crisis-financiera>
25. **Innatia**. "La desnutrición infantil" <http://www.innatia.com/s/c-alimentacion->[En línea] 2011. [Citado el: 13 de 02 de 2011.]
26. **Intertecnica**. Maquinarias [Citado el: 12 de 09 de 2010]. [http://207.5.43.60/intertecnica/pantallas/cuerpo\\_productos.asp](http://207.5.43.60/intertecnica/pantallas/cuerpo_productos.asp)

# ANEXOS



## ANEXOS

### ANEXO N° 1

#### Glosario

#### A

**Azufre:** Es parte de la estructura de piel, uñas, cabello y cartilago; se encarga de neutralizar sustancias tóxicas y ayuda al hígado en la secreción de bilis.

**Albumina.-** Es una proteína que se encuentra en gran proporción en el plasma sanguíneo, siendo la principal proteína de la sangre y a su vez la más abundante en el ser humano. Es sintetizada en el hígado

#### C

**Calcio:** Es componente esencial de huesos y dientes, 99% se encuentra en ellos y el 1% restante se almacena en los músculos, por lo que es vital para el desarrollo y buena salud de estas estructuras. Además, participa en la coagulación de la sangre y transmisión de impulsos nerviosos.

**Cloruro:** Favorece el equilibrio de líquidos en el organismo, ayuda al hígado a eliminar toxinas y es vital para la formación de ácidos en el estómago

**Cobalto:** Interviene en la producción de glóbulos rojos.

**Cobre:** Convierte en hemoglobina al hierro almacenado en el organismo y permite aprovechar el que está contenido en los alimentos.

**Colina:** A nivel cerebral produce una sustancia que fortalece la memoria y participa en la transmisión de impulsos nerviosos.

**Cromo:** Colabora en la asimilación normal del azúcar al permitir que la insulina - hormona producida por el páncreas- trabaje de manera correcta, al mismo tiempo que regula los niveles de colesterol y participa en el transporte de proteínas.

## F

**Fenilalanina.**- Dentro del organismo esta sustancia se convierte en otro aminoácido llamado tirosina, y juntas dan como resultado la formación de tiroxina (principal hormona tiroidea) y adrenalina. La fenilalanina es necesaria para el adecuado funcionamiento, crecimiento y desarrollo del cuerpo.

**Fitoestrógenos.**- Son compuestos químicos no esteroideos, que se encuentran en los vegetales pero son similares a los estrógenos humanos, y con acción similar (efecto estrogénico) u opuesta (efecto antiestrogénico) a éstos.

**Fósforo:** Es un elemento que junto con el calcio participa en la formación de huesos y dientes; además, resulta esencial para transformar en energía los alimentos que se consumen.

**Flúor:** Previene la caries dental y fortifica los huesos.

## G

**Gramíneas.**- Son una familia de plantas herbáceas, o muy raramente leñosas, perteneciente al orden Poales de las monocotiledónea (Liliopsida).

## H

**Hierro:** Necesario para la producción de hemoglobina (sustancia contenida en el interior de glóbulos rojos encargada de transportar oxígeno a la sangre) y mioglobina (oxigena músculos). Es imprescindible para la correcta utilización de las vitaminas del complejo B.

## I

**Isoleucina.**- La incluyen casi todos los alimentos que contienen proteína, tanto de origen animal como vegetal. Trabaja conjuntamente con la leucina

## L

**Leucina.-** Se encuentra en las proteínas vegetales y animales. Provee ingredientes para la formación de otros compuestos esenciales en la producción de energía y estimulación cerebral.

**Lisina.-** Se encuentra en las proteínas vegetales y animales. Provee ingredientes para la formación de otros compuestos esenciales en la producción de energía y estimulación cerebral.

**Litio:** Es fundamental para la regulación del sistema nervioso.

## M

**Magnesio:** Permite la correcta asimilación de calcio y vitamina C, el buen funcionamiento del sistema nervioso y aumenta la secreción de bilis (favoreciendo con ello la digestión de grasas y eliminación de residuos tóxicos); asimismo, ayuda a que disminuyan problemas cardiacos e interviene en el proceso de contracción y relajación muscular.

**Manganeso:** Se encarga de activar las enzimas que participan en la formación de las grasas y contribuye en el aprovechamiento de las vitaminas C, B1, y B8.

**Metionina.-** Pertenece al grupo de los aminoácidos que contienen azufre. Se encuentra en cantidad suficiente en muchas proteínas de origen animal, mientras que las leguminosas la contienen en pequeñas proporciones. Por esa razón, los vegetarianos deben ser cuidadosos y elegir alimentos que les aporten metionina (el maíz es una fuente abundante). Este aminoácido se requiere más para el mantenimiento del cuerpo que para el crecimiento. Es de suma importancia para metabolizar las proteínas y las grasas, y ayuda a prevenir la formación de grasa alrededor del hígado. Es la principal fuente de azufre, que previene desórdenes en la piel, estimula el crecimiento de las uñas, y ayuda a disminuir los niveles de colesterol al aumentar la producción de lecitina en el hígado.

**Molibdeno:** Ayuda a prevenir anemia y caries dental.

## N

**Níquel:** Permite el buen funcionamiento del páncreas.

## P

**Paba (ácido paraaminobenzoico):** Contribuye en la formación del ácido fólico y de proteínas, y se ha descubierto que ayuda a mantener la piel en buen estado y a disminuir el dolor ocasionado por quemaduras.

**Potasio:** Se encarga de fortalecer la actividad de los riñones al estimular la eliminación de toxinas a través de la orina, y del almacenamiento de carbohidratos y su posterior transformación en energía. También ayuda a mantener ritmo cardíaco adecuado y presión arterial en niveles normales, y es esencial para la transmisión de todos los impulsos nerviosos.

## S

**Saponina.-** Sustancia que se encuentra en la soja y en muchas otras plantas. Las saponinas podrían ayudar a bajar el colesterol y podrían tener efectos contra el cáncer.

**Selenio:** Tiene propiedades antioxidantes, lo cual le da la capacidad de prevenir el envejecimiento prematuro y cáncer. Es útil en el tratamiento contra la caspa y mantiene en buen estado al hígado, corazón y órganos reproductores.

**Silicio:** Ayuda a asimilar el calcio, formar nuevas células y nutrir tejidos.

**Sodio:** Se encarga de regular el reparto de agua en el organismo, interviene en la transmisión de impulsos nerviosos a músculos y participa en el proceso digestivo.

## T

**Treonina.-** Participa en muchas de las funciones que involucran a la glicina. Es un importante constituyente de la colágena (proteína de los huesos, tendones y piel), la elastina (proteína de los ligamentos y de las paredes arteriales) y las proteínas del

esmalte de los dientes; favorece la digestión. Se encuentra en alimentos de origen animal como vegetal.

**Triptófano.-** Es un aminoácido esencial en la nutrición humana. Es un aminoácido esencial o sea que sólo se obtiene a través de la alimentación. Abunda en los huevos, la leche y los cereales integrales.

## V

**Valina.-** Esencial para el crecimiento y mantenimiento de los tejidos. Promueve el vigor mental y la coordinación muscular. Los pescados son una fuente abundante de valina.

**Vitamina A:** Se encarga de proteger la piel, interviene en el proceso de visión y participa en la elaboración de enzimas (sustancias que aportan cambios químicos) en hígado y hormonas sexuales.

**Vitamina B1 (Tiamina):** Es importante para el buen funcionamiento del sistema nervioso y cerebro, así como para disminuir los efectos de la resaca o cruda.

**Vitamina B2 (Riboflavina):** Indispensable para la obtención de energía, crecimiento y regeneración de tejidos; alivia calambres musculares y disminuye fatiga física e intelectual.

**Vitamina B3 (Niacina):** Protege de trastornos en la circulación sanguínea y permite desempeñar correctamente las funciones intelectuales.

**Vitamina B4 (Adenina):** Estimula la formación de glóbulos blancos.

**Vitamina B5 (Ácido pantoténico):** Interviene en el metabolismo de una sustancia encargada de la memoria y concentración (acetilcolina), reduce el estrés y ayuda en la relajación.

**Vitamina B6 (Piridoxina):** Esencial para el buen funcionamiento del cerebro, regularizar el sistema nervioso y favorecer el metabolismo de proteínas.

**Vitamina B7 (Colina):** Evita que las grasas se acumulen en los órganos.

**Vitamina B8 (biotina):** Necesaria para la formación de células nerviosas y aliviar el estrés y dolencias hepáticas (en hígado).

**Vitamina B9 (ácido fólico):** Indispensable en la producción de glóbulos rojos, previene malformaciones congénitas, regenera células y permite que genitales y sistema nervioso se mantengan en buen estado.

**Vitamina B12 (Cobalamina):** Tiene como principal función la regeneración de la médula ósea y glóbulos rojos; es imprescindible en la formación del ADN (ácido desoxirribonucleico), favorece la memoria y controla la irritabilidad.

**Vitamina B13 (ácido orótico):** Se sabe que participa en el metabolismo (proceso químico que permite el aprovechamiento de nutrientes) del ácido fólico y vitamina B12, además de prevenir problemas en hígado y envejecimiento prematuro.

**Vitamina B15 (ácido pangámico):** Tiene efecto antioxidante (reduce ciertas reacciones químicas destructivas, conocidas como oxidaciones), facilita la absorción del oxígeno en todos los tejidos, estimula las respuestas del sistema inmunológico (aquel que nos previene del ataque de virus y bacterias), protege al organismo de cirrosis, baja los niveles de colesterol en sangre, controla el deseo de beber alcohol y prolonga el promedio de vida de las células.

**Vitamina B17 (aetrile):** Se cree que su deficiencia ocasiona poca resistencia al cáncer, además, se recomienda tomarla en muy pequeñas cantidades porque una parte de su molécula es el conocido cianuro (veneno altamente tóxico para el organismo).

**Vitamina C (ácido ascórbico):** Permite adecuada cicatrización de heridas, favorece la absorción del hierro y protege a las células de las agresiones externas.

**Vitamina D (calciferol):** Se forma en la piel mediante exposición al Sol, fija el calcio en huesos y previene caries dentales.

**Vitamina E (tocoferol):** Impide la destrucción de células y permite la regeneración de tejidos.

**Vitamina K:** También se le llama antihemorrágica porque es fundamental en el proceso de coagulación de la sangre.

**Vitamina P:** Refuerza la acción de la vitamina C, tiene propiedades antihemorrágicas y permite el buen funcionamiento de hígado y riñones.

**Vitamina T:** Se tiene poco conocimiento sobre todas las funciones de esta vitamina, pero se sabe que interviene en la coagulación de la sangre, característica que la hace útil para tratar anemia.

**Vitamina U (ácido menínico):** Se ha descubierto que es importante en el tratamiento de úlceras, pues se encarga de proteger y mejorar el estado de las membranas mucosas de estómago e intestino.

## Y

**Yodo:** Es indispensable para el buen funcionamiento de la glándula tiroides, ayuda al crecimiento, mejora la agilidad mental, quema exceso de grasa y permite el desarrollo de uñas, cabello, piel y dientes.

## Z

**Zinc:** Resulta vital para el crecimiento, regula el desarrollo sexual, epidérmico y capilar, y es necesario para la producción de insulina (hormona que se encarga de mantener los niveles de azúcar en sangre en rangos normales).

## ANEXO N°2

### INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Es una forma organizada de recopilar y analizar datos e información relacionada con la comercialización de productos, brinda la posibilidad de conocer al futuro segmento de mercado personalmente. Lo que interesa conocer acerca del segmento de Mercado es, si consumen Suplementos Alimenticios, con qué frecuencia lo consumen, de que marca los prefieren, entre otros.

**Universo:** 2'090.593 personas

**Muestra:** 400

**Lugar de encuesta:** Centros comerciales

#### Encuesta:

**Objetivo:** Medir el grado de aceptación y la demanda de suplementos alimenticios en la ciudad de Guayaquil.

1.- ¿Consume usted quinua?

Si  No

2.- ¿Conoce usted los beneficios de la quinua?

Si  No

\* Si la respuesta fue no, continúe con la pregunta 4

3.¿Con qué frecuencia consume quinua?

Semanal  Quincenal  Mensual

Otros \_\_\_\_\_

4.- ¿Compra usted productos multivitamínicos?

Si  No

Si la respuesta es No, continúe con la pregunta

5. ¿Por qué ha consumido productos multivitamínicos? (escoja una opción)

Porque realiza deporte /actividad física \_\_\_\_



Porque tiene una vida activa \_\_\_

Por su salud, para sentirse mejor \_\_\_

Porque ha estado enfermo \_\_\_

**6.- ¿Qué tipo de producto multivitamínicos ha consumido? (escoja una opción)**

Pastillas \_\_\_

Polvos \_\_\_

Bebidas \_\_\_

**7.- Si saldría al mercado un suplemento vitamínico en polvo a base de quinua.**

**¿Lo compraría?**

Si

No

¿Por qué?

---

**8.- ¿En qué presentación preferiría el producto? (escoja una opción)**

\_\_\_ Fundas de aluminio

\_\_\_ Cartón

\_\_\_ Fundas de plástico

**9.- ¿En qué lugar usted compraría este nuevo producto?**

Tienda

Supermarkets

Farmacias

Otros \_\_\_\_\_

**10.- ¿Al comprar el producto que factor considera más relevante?**

Precio

Presentación

Beneficios

**ANEXO N° 3**

**ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>62.440,15</b>
<b>Maquinaria</b>	<b>\$ 60.321,44</b>	
2 Bandas Planas Móvil	\$ 4.400,00	
3 Elevador de Cangilones	\$ 6.900,00	
1 Secadora de galpón	\$ 3.300,00	
3 Balanzas electrónicas	\$ 6.200,00	
1 Mezclador	\$ 3.150,00	
2 Molinos	\$ 2.800,00	
3 tamiz	\$ 5.300,00	
1 tolva de almacenamiento	\$ 4.000,00	
9 computadoras	\$ 4.122,72	
4 Impresoras Multifunción	\$ 398,72	
Fotocopiadora	\$ 450,00	
Vehículo	\$ 15.000,00	
4 splits	\$ 4.300,00	
<b>Muebles y Enseres</b>	<b>\$ 739,30</b>	
6 escritorios	\$ 480,00	
6 sillas	\$ 180,00	
6 teléfonos	\$ 79,30	
<b>Otros Activos Fijos</b>	<b>\$ 1.379,41</b>	
4 extintores	\$ 480,00	
Insumos Complementarios	\$ 400,00	
1 UPS de 2KVA	\$ 435,68	
1 Switch	\$ 63,73	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>\$ 26.446,88</b>
Gasto de Constitución	\$ 1.500,00	
Gasto de Instalación e Infraestructura	\$ 24.000,00	
Gasto Pre-operativos	\$ 500,00	
Central Telefónica	\$ 446,88	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$ 88.887,03</b>

## ANEXO N° 4

## CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	
<b>REALIZABLE</b>	<b>25.802,93</b>
<b>Materia Prima</b>	<b>\$ 21.585,70</b>
Quinoa	\$ 6.495,12
Leche en polvo	\$ 4.636,09
Azúcar impalpable	\$ 544,91
Goma Xanthal	\$ 65,96
Cacao en polvo	\$ 9.454,69
Vitaminas	\$ 152,10
Sorbato de Potasio	\$ 236,83
<b>Envase</b>	<b>\$ 4.217,23</b>
Fundas de aluminio	\$ 2.482,98
Etiquetas	\$ 1.734,25
<b>Suministro de Oficina</b>	<b>\$ 560,00</b>
<b>EXIGIBLE</b>	<b>10.500,00</b>
Arriendo Prepagado	\$ 1.500,00
Publicidad y Promoción Prepagada	\$ 9.000,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>36.302,93</b>

## ANEXO N° 5

### DEPRECIACIÓN DE LAS MAQUINARIAS

Detalle	Precio	Vida útil	Depreciación	
			Mensual	Anual
2 Bandas Planas Móvil	\$ 4.400,00	10	36,67	440
3 Elevador de Cangilones	\$ 6.900,00	10	57,50	690
1 Secadora de galpón	\$ 3.300,00	10	27,50	330
3 Balanzas electrónicas	\$ 6.200,00	10	51,67	620
1 Mezclador	\$ 3.150,00	10	26,25	315
2 Molino	\$ 2.800,00	10	23,33	280
3 Tamiz	\$ 5.300,00	10	44,17	530
1 tolva de almacenamiento	\$ 4.000,00	10	33,33	400
9 computadoras	\$ 4.122,72	3	114,52	1374,24
4 Impresoras Multifunción	\$ 398,72	3	11,08	132,91
Fotocopiadora	\$ 450,00	10	3,75	45
Vehículo	\$ 15.000,00	20	62,50	750
4 splits	\$ 4.300,00	10	35,83	430
6 escritorios	\$ 480,00	10	4,00	48
6 sillas	\$ 180,00	10	1,50	18
6 teléfonos	\$ 79,30	10	0,66	7,93
<b>Total</b>	<b>\$ 61.060,74</b>		<b>534,26</b>	<b>6411,07667</b>

## ANEXO N°6

### AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

<b>Préstamo</b>	93.169,96
<b>Interés</b>	11% anual
<b>Tiempo</b>	3 años
<b>pagos mensuales</b>	

Periodo	Amortización del Capital	Interés	Pago	Saldo
0				93169,96
1	2196,21	854,06	3050,27	90973,76
2	2216,34	833,93	3050,27	88757,42
3	2236,66	813,61	3050,27	86520,76
4	2257,16	793,11	3050,27	84263,60
5	2277,85	772,42	3050,27	81985,75
6	2298,73	751,54	3050,27	79687,03
7	2319,80	730,46	3050,27	77367,23
8	2341,07	709,20	3050,27	75026,16
9	2362,53	687,74	3050,27	72663,63
10	2384,18	666,08	3050,27	70279,45
11	2406,04	644,23	3050,27	67873,42
12	2428,09	622,17	3050,27	65445,32
13	2450,35	599,92	3050,27	62994,97
14	2472,81	577,45	3050,27	60522,16
15	2495,48	554,79	3050,27	58026,68
16	2518,35	531,91	3050,27	55508,33
17	2541,44	508,83	3050,27	52966,89
18	2564,74	485,53	3050,27	50402,16
19	2588,25	462,02	3050,27	47813,91
20	2611,97	438,29	3050,27	45201,94
21	2635,91	414,35	3050,27	42566,03
22	2660,08	390,19	3050,27	39905,95
23	2684,46	365,80	3050,27	37221,49
24	2709,07	341,20	3050,27	34512,42
25	2733,90	316,36	3050,27	31778,52
26	2758,96	291,30	3050,27	29019,56
27	2784,25	266,01	3050,27	26235,31
28	2809,77	240,49	3050,27	23425,53
29	2835,53	214,73	3050,27	20590,00
30	2861,52	188,74	3050,27	17728,48
31	2887,75	162,51	3050,27	14840,72
32	2914,23	136,04	3050,27	11926,50
33	2940,94	109,33	3050,27	8985,56
34	2967,90	82,37	3050,27	6017,66
35	2995,10	55,16	3050,27	3022,56
36	3022,56	27,71	3050,27	0,00



## ANEXO N° 8

## FLUJO DE CAJA MENSUAL

INNOVATIVE PRODUCTS SA														
FLUJO DE CAJA MENSUAL														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>55.102,74</b>	<b>55.102,74</b>	<b>55.102,74</b>	<b>55.102,74</b>	<b>55.102,74</b>	<b>55.102,74</b>	<b>55.102,74</b>	<b>55.102,74</b>	<b>55.102,74</b>	<b>55.102,74</b>	<b>55.102,74</b>	<b>55.102,74</b>	<b>55.102,74</b>	
Ventas	55.102,74	55.102,74	55.102,74	55.102,74	55.102,74	55.102,74	55.102,74	55.102,74	55.102,74	55.102,74	55.102,74	55.102,74	55.102,74	
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>53.735,70</b>	<b>43.485,70</b>	<b>43.485,70</b>	<b>47.125,70</b>	<b>44.485,70</b>	<b>44.485,70</b>	<b>44.485,70</b>	<b>44.485,70</b>	<b>44.485,70</b>	<b>44.485,70</b>	<b>44.485,70</b>	<b>44.485,70</b>	<b>58.935,70</b>	
Costo de Ventas	26.935,70	26.935,70	26.935,70	26.935,70	26.935,70	26.935,70	26.935,70	26.935,70	26.935,70	26.935,70	26.935,70	26.935,70	26.935,70	
Gastos Administrativos	26.800,00	16.550,00	16.550,00	20.190,00	17.550,00	17.550,00	17.550,00	17.550,00	17.550,00	17.550,00	17.550,00	17.550,00	32.000,00	
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL</b>	<b>1.367,04</b>	<b>11.617,04</b>	<b>11.617,04</b>	<b>7.977,04</b>	<b>10.617,04</b>	<b>10.617,04</b>	<b>10.617,04</b>	<b>10.617,04</b>	<b>10.617,04</b>	<b>10.617,04</b>	<b>10.617,04</b>	<b>10.617,04</b>	<b>-3.832,96</b>	
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>-125.189,96</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
Préstamo Bancario	-93.169,96	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Aportaciones de los socios	-15.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Otras aportaciones	-17020,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>3.584,52</b>	<b>3.584,52</b>	<b>3.584,52</b>	<b>3.584,52</b>	<b>3.584,52</b>	<b>3.605,40</b>	<b>3.605,59</b>	<b>3.605,79</b>	<b>3.605,98</b>	<b>3.606,18</b>	<b>3.606,38</b>	<b>3.606,58</b>		
Capital	2.196,21	2.216,34	2.236,66	2.257,16	2.277,85	2.298,73	2.319,80	2.341,07	2.362,53	2.384,18	2.406,04	2.428,09		
Interés	854,06	833,93	813,61	793,11	772,42	772,42	751,54	730,46	709,20	687,74	666,08	644,23		
Depreciación	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26		
Participación de los Trabajadores (15%)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
Impuesto a la Renta (24%)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
<b>FLUJO DE CAJA NO OPERACIONAL</b>	<b>-125.189,96</b>	<b>-3.584,52</b>	<b>-3.584,52</b>	<b>-3.584,52</b>	<b>-3.584,52</b>	<b>-3.605,40</b>	<b>-3.605,59</b>	<b>-3.605,79</b>	<b>-3.605,98</b>	<b>-3.606,18</b>	<b>-3.606,38</b>	<b>-3.606,58</b>		
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-2.217,49</b>	<b>8.032,51</b>	<b>8.032,51</b>	<b>4.392,51</b>	<b>7.032,51</b>	<b>7.011,63</b>	<b>7.011,44</b>	<b>7.011,25</b>	<b>7.011,05</b>	<b>7.010,86</b>	<b>7.010,66</b>	<b>-7.439,54</b>		
(+) Depreciaciones	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26	534,26		
<b>FLUJO DE CAJA FINAL</b>	<b>-1.683,23</b>	<b>8.566,77</b>	<b>8.566,77</b>	<b>4.926,77</b>	<b>7.566,77</b>	<b>7.545,89</b>	<b>7.545,70</b>	<b>7.545,51</b>	<b>7.545,31</b>	<b>7.545,11</b>	<b>7.544,92</b>	<b>-6.905,29</b>		
<b>FLUJO DE CAJA ACUMULADO</b>	<b>-1.683,23</b>	<b>6.883,54</b>	<b>17.133,54</b>	<b>13.493,54</b>	<b>12.493,54</b>	<b>15.112,66</b>	<b>15.091,59</b>	<b>15.091,20</b>	<b>15.090,82</b>	<b>15.090,42</b>	<b>15.090,03</b>	<b>639,63</b>		

**ANEXO N° 9**

**COSTOS**

<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>	
Servicios Básicos	\$750,00
Envases	\$4.217,23
<b>Total</b>	<b>\$4.967,23</b>

<b>COSTOS DE FABRICACIÓN TOTAL</b>	
Materia Prima	\$21.585,70
Mano de Obra Directa	\$3.800,00
Mano de Obra Indirecta	\$800,00
CIF	\$750,00
<b>Total Costo de Fabricación</b>	<b>\$26.935,70</b>

<b>SALARIOS OBREROS</b>			
<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Salario</b>	
		<b>Unitario</b>	<b>Total</b>
Supervisor de Producción	1	\$650,00	\$650,00
Operarios y demás supervisores	7	\$450,00	\$3.150,00
Guardias	2	\$400,00	\$800,00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>\$1.500,00</b>	<b>\$4.600,00</b>

<b>COSTOS FIJOS</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>1er mes</b>	<b>Constante</b>
Sueldo Administrativo	\$ 9.850,00	\$ 9.850,00
Salario Obreros	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00
Arriendo	\$ 1.500,00	\$ 500,00
Publicidad y Promoción	\$ 9.000,00	\$ 1.000,00
Internet	\$ 350,00	\$ 350,00
Movilización	\$ 450,00	\$ 450,00
Suministros	\$ 300,00	\$ 50,00
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 25.750,00</b>	<b>\$ 16.800,00</b>

<b>Costos Variables</b>			
<b>Costo Variable Unitario =</b>	<b>Materia Prima +</b>	<b>Mano de Obra Directa+</b>	<b>Envase</b>
<b>CVU =</b>	21585,70+	3800+	4217,23
<b>Costo Variable Mensual =</b>	\$ 29.602,93		
<b>CVU =</b>	\$ 1,6605		





## ANEXO N° 12

## GASTOS GENERALES ANUALES

INNOVATIVE PRODUCTS SA										
GASTOS GENERALES ANUALES										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sueldos Administrativos	128.050,00	143.416,00	160.625,92	179.901,03	201.489,15	225.667,85	252.747,99	283.077,75	317.047,08	355.092,73
Salario Obreros	62.440,00	69.932,80	78.324,74	87.723,70	98.250,55	110.040,61	123.245,49	138.034,95	154.599,14	173.151,04
Arriendo	7.000,00	6.600,00	7.260,00	7.986,00	8.784,60	9.663,06	10.629,37	11.692,30	12.861,53	14.147,69
Servicios Básicos	9.000,00	9.450,00	9.922,50	10.418,63	10.939,56	11.486,53	12.060,86	12.663,90	13.297,10	13.961,95
Publicidad	18.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00
Internet	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Movilización	5.400,00	5.940,00	6.534,00	7.187,40	7.906,14	8.696,75	9.566,43	10.523,07	11.575,38	12.732,92
Suministros	850,00	600,00	690,00	793,50	912,53	1.049,40	1.206,81	1.387,84	1.596,01	1.835,41
<b>Total</b>	<b>234.940,00</b>	<b>264.138,80</b>	<b>291.557,16</b>	<b>322.210,26</b>	<b>356.482,52</b>	<b>394.804,22</b>	<b>437.656,95</b>	<b>485.579,82</b>	<b>539.176,25</b>	<b>599.121,74</b>

**ANEXO N° 13**

**SUELDOS Y SALARIOS**

<b>Sueldos, Beneficios y Prestaciones Sociales</b>					
<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>XIII Sueldo</b>	<b>XIV Sueldo</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Total</b>
Gerente General	\$2.800,00	\$2.800,00	\$264,00	\$309,40	\$6.173,40
Gerente Financiero (Contador)	\$1.900,00	\$1.900,00	\$264,00	\$209,95	\$4.273,95
Auxiliar Contable	\$850,00	\$850,00	\$264,00	\$93,93	\$2.057,93
Relacionistas Públicos 1	\$750,00	\$750,00	\$264,00	\$82,88	\$1.846,88
Relacionistas Públicos 2	\$750,00	\$750,00	\$264,00	\$82,88	\$1.846,88
Asesores Comerciales 1	\$700,00	\$700,00	\$264,00	\$77,35	\$1.741,35
Asesores Comerciales 2	\$700,00	\$700,00	\$264,00	\$77,35	\$1.741,35
Asesores Comerciales 3	\$700,00	\$700,00	\$264,00	\$77,35	\$1.741,35
Asesores Comerciales 4	\$700,00	\$700,00	\$264,00	\$77,35	\$1.741,35
Supervisor de Producción	\$650,00	\$650,00	\$264,00	\$71,83	\$1.635,83
Supervisor de Control de Calidad	\$450,00	\$450,00	\$264,00	\$49,73	\$1.213,73
Jefe de Mantenimiento	\$450,00	\$450,00	\$264,00	\$49,73	\$1.213,73
Asistente Control de Calidad	\$450,00	\$450,00	\$264,00	\$49,73	\$1.213,73
Asistente 1( Recepción)	\$450,00	\$450,00	\$264,00	\$49,73	\$1.213,73
Asistente 2 (Pesado)	\$450,00	\$450,00	\$264,00	\$49,73	\$1.213,73
Asistente 3 (Almacenamiento)	\$450,00	\$450,00	\$264,00	\$49,73	\$1.213,73
Asistente de Mantenimiento	\$450,00	\$450,00	\$264,00	\$49,73	\$1.213,73
Guardia 1	\$400,00	\$400,00	\$264,00	\$44,20	\$1.108,20
Guardia 2	\$400,00	\$400,00	\$264,00	\$44,20	\$1.108,20
<b>Totales Mensuales</b>	<b>\$14.450,00</b>			<b>\$1.596,73</b>	<b>\$16.046,73</b>
<b>Totales Anuales</b>	<b>\$173.400,00</b>	<b>\$14.450,00</b>	<b>\$5.016,00</b>	<b>\$19.160,70</b>	<b>\$212.026,70</b>