



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENEDORES

PROYECTO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE
EFECTUADO:

Desde Octubre de 2014 hasta Marzo de 2015

REALIZADO POR:

Nadia Carolina Solis Araujo

Tutor:

Mgs. Beatriz Annabell Loor Ávila

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Bálsamos 726 y Guayacanes

Teléfono: 2-5035415

Celulares: 0992277255

Correo: nadiasolis_15@hotmail.com

Guayaquil - Ecuador

La información contenida en este documento es extremadamente confidencial. Nada de este material podrá ser reproducido, copiado, distribuido, re publicado o transmitido de ninguna forma sin la previa autorización de las autoras.

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A
LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Srta. Nadia Carolina Solis Araujo como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERA EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Marzo de 2015

Lic. Beatriz Annabell Loor Ávila Mgs.

Tutor

Ing. Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda Mgs.

Lector



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA EN EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

SOLIS ARAUJO NADIA CAROLINA

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado **“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, Marzo de 2015.

LA AUTORA

SOLIS ARAUJO NADIA CAROLINA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA EN EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: **“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Marzo de 2015

LA AUTORA

SOLIS ARAUJO NADIA CAROLINA

AGRADECIMIENTO

A **DIOS**, por permitirme lograr mis objetivos.

A mi madre, **NANCY ARAUJO**, porque su amor y apoyo incondicional nunca me falta.

A mi padre **KLEBER SOLIS**, por tener fe en mí, por ser mi protector, mi motivación y mi orgullo.

A mi hermana **CONCHY QUIROLA**, por ser mi ángel terrenal y mi inspiración para ser una mejor persona.

A mi tía **SUSANA ARAUJO**, por su cariño y cuidado.

A mi mejor amiga, **LADY CARTUCHE**, por sus consejos y su conocimiento.

A mi novio, **ARTURO SICOURET**, por su apoyo, motivación, paciencia y comprensión en todo momento.

A mi mascota, **MUÑECA** por ser mi compañera y llenarme de alegría.

DEDICATORIA

A DIOS, porque solo a Él sea la gloria.

A mi madre, **NANCY MARIA ARAUJO LOJA**, porque es la mejor persona que conozco, mi ejemplo a seguir y mi mayor orgullo.

A toda mi familia y a mi novio que es el pilar fundamental de donde consigo fortaleza.

RESUMEN

Esta idea de negocio nace luego de identificar la necesidad de cierto sector del mercado que busca nuevas alternativas alimenticias de alto contenido nutricional, e identificar también la oportunidad de crear productos elaborados a base de los popularmente conocidos hoy en día como “Súper Alimentos”. Ante estas premisas surge la idea de crear una Harina a base de las semillas de Chía como sustituto o complemento de la harina de trigo convencional, para comprobar la factibilidad y rentabilidad de este negocio se realizó una investigación profunda acerca de diferentes aspectos como situación del mercado, base legal, análisis financiero, entre otros, llegando a la conclusión de que la creación de una empresa dedicada a producir y comercializar “Harina de Chía” no solo es rentable sino que es una actividad que genera un sinnúmero de beneficios para el desarrollo de la sociedad.

ABSTRAC

The business idea was born after identifying the needs of certain market sectors that were looking for new alternatives of high nutritional value food, and the opportunity to create processed products made of "Super Foods" as they are known nowadays. Given these premises, comes the idea of a flour based in Chía seeds as a substitute or complement of the conventional wheat flour. A deep research was made to analyze the feasibility and profitability of this business, in different aspects as market situation, marketing strategies, legal basis, financial analysis, and others. The conclusions of those analysis shows us that the creation of a company dedicated to the production and distribution of Chia Flour is profitable, and also an activity that generates countless benefits for the development to the society.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto consiste en crear una planta productora de haría de chíá que ofrezca un producto de calidad y con un alto contenido nutricional al mercado alimenticio de la ciudad de Guayaquil.

La propuesta es crear una empresa que se dedique a convertir la semilla de chíá desde su estado natural en polvo o haría de chíá por medio del proceso de trituración y prensado de la semilla sin adicionar ningún tipo de sustancia química que pueda alterar los beneficios nutricionales de la misma.

La planta productora de harina estará situada en las afueras de la ciudad desde donde será distribuida a los consumidores y súper mercados de la ciudad.

El mercado de nuestro producto son todas las personas de la ciudad de Guayaquil que buscan opciones de alimentación saludable y están dispuestas a sustituir parte de su consumo de haría convencional por esta harina de chíá y todos los beneficios nutricionales que su ingesta proporciona al ser humano.

Aunque las bondades de esta semilla para la salud son científicamente comprobadas este proyecto incurre en una investigación exhaustiva acerca de las probabilidades de aceptación de este producto en el mercado, formas y métodos de introducir el producto al mercado local, canales de distribución y sobre todo la rentabilidad de esta actividad en la ciudad de Guayaquil.

INDICE

PORTADA.....	i
TEMA.....	ii
CERTIFICACIÓN.....	iii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	iv
AUTORIZACIÓN	v
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRAC.....	vi
INTRODUCCIÓN.....	vii
INDICE	viii
INDICE DE TABLAS.....	xix
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	xxii
INDICE DE GRÁFICOS.....	xxiv
ABREVIATURAS	xxv
RESUMEN EJECUTIVO	xxvi
CAPÍTULO 1	28
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	28
1.1. Tema – Título	28
1.2. Justificación.....	28
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio	29
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio	29
1.5. Objetivos de la Investigación	30
1.5.1. Objetivo General	30
1.5.2. Objetivos Específicos.....	30

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	30
1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático	32
1.7.1. Planteamiento del Problema	32
1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto	33
1.8.1. Marco Referencial.....	33
1.8.2. Marco Teórico	34
1.8.3. Marco Conceptual.....	36
1.8.4. Marco Legal.....	37
1.8.5. Marco Lógico.....	38
1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.	41
1.10. Cronograma	41
CAPÍTULO 2	43
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	43
2.1. Análisis de la Oportunidad	43
2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio	43
2.1.2. Descripción de la Idea de Producto o Servicio.....	44
2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa	45
2.3. Objetivos de la Empresa	46
2.3.1. Objetivo General	46
2.3.2. Objetivos Específicos.....	46
2.4. Estructura Organizacional	47
2.4.1. Organigrama	47
2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.	48
2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos.	52
CAPÍTULO 3	60
3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	60
3.1. Aspecto Societario de la Empresa.....	60

3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa).....	60
3.1.2. Fundación de la Empresa	60
3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones.....	60
3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios	61
3.2. Aspecto Laboral de la Empresa.....	61
3.2.1. Generalidades	61
3.2.2. Mandato Constituyente #8	62
3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo	62
3.2.4. Obligaciones del empleador	63
3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración	63
3.2.6. Fondo de Reserva y Vacaciones	64
3.2.7. Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo	64
3.3. Contratación Civil.....	64
3.3.1. Principios Básicos de la Contratación	64
3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios.....	65
3.3.3. Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios.....	65
3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación ..	66
3.3.5. Generalidades de la Contratación Pública	66
3.3.6. Contrato de Confidencialidad	66
3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo.....	66
3.4.1. Código de Ética.....	66
3.5. Propiedad Intelectual.....	67
3.5.1. Registro de Marca	67
3.5.2. Derecho de Autor del Proyecto	68
3.5.3. Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional).....	68
3.6. Seguros.....	68
3.6.1. Incendio.....	69
3.6.2. Robo	69
3.6.3. Fidelidad.....	69
3.6.4. Maquinarias y Equipos	69
3.6.7. Materia Prima y Mercadería	69

3.7. Presupuesto Constitución de la empresa	69
CAPÍTULO 4	72
4. AUDITORÍA DE MERCADO	72
4.1. PEST	72
4.2. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria	74
4.3. Análisis del Ciclo de Vida de la Industria.....	76
4.4. Matriz BCG	77
4.5. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado	78
4.6. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones	78
4.7. Análisis de la Oferta	80
4.7.1. Tipo de Competencia	80
4.7.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial	81
4.7.3. Segmentación de Mercado	81
4.7.4. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.	81
4.7.5. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contraestrategia de la Empresa.	82
4.8. Análisis de la Demanda	83
4.8.1. Criterio de Segmentación	83
4.8.2. Selección de Segmentos	84
4.8.3. Perfiles de los Segmentos	84
4.9. Matriz FODA.....	84
4.10. Investigación de Mercado.....	86
4.10.1. Método	86
Método de Investigación Cuantitativo y Método de Investigación Cualitativo.	86
4.10.2. Diseño de la Investigación.....	86
4.10.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)	86
4.10.2.2. Tamaño de la Muestra	87

4.10.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos	88
4.10.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)	88
4.10.2.3.2. Concluyente (Encuesta)	89
4.10.2.4. Análisis de Datos	89
4.10.2.5. Resumen e interpretación de resultados.....	109
4.10.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado	110
4.10.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado.....	110
CAPÍTULO 5	112
5. PLAN DE MARKETING	112
5.1. Objetivos: General y Específicos	112
5.1.1. Mercado Meta	112
5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración.....	112
5.1.1.2. Cobertura	113
5.2. Posicionamiento.....	113
5.2.1. Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.	113
5.3. Marketing Mix.....	118
5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios.....	118
5.3.1.1. Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.....	118
Producto Real:.....	119
5.3.1.2 Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.	120
5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado	121
5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea	122
5.3.1.5. Marcas y Submarcas	122
5.3.2. Estrategia de Precios.....	122
5.3.2.1. Precios de la Competencia.....	122
5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta	122

5.3.2.3. Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.....	123
5.3.3. Estrategia de Plaza: Punto de Ventas	124
5.3.3.1. Localización Macro y Micro.....	124
5.3.3.1.1. Distribución del Espacio	125
5.3.3.1.2. Merchandising	125
5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial	126
5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.....	126
5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.	126
5.3.3.2.3. Logística.....	126
5.3.3.2.4. Red de Ventas	127
5.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones.....	127
5.3.4. Estrategias de Promoción	128
5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL.....	128
5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje	129
5.3.4.3. Promoción de Ventas.....	129
5.3.4.3.1. Venta Personal	129
5.3.4.3.2. Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.	130
5.3.4.3.3. Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.	130
5.3.4.4. Publicidad.....	131
5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento.....	131
5.3.4.4.2. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.	132
5.3.4.4.3. Mindshare	132
5.3.4.4.4. Relaciones Públicas	133
5.3.4.4.5. Marketing Relacional	133

5.3.4.4.6. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto	134
5.3.4.4.6.1. Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing	134
E-Marketing.....	135
5.3.4.4.6.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores	136
5.3.4.4.6.3. Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español- Idioma del Mercado Meta)	136
5.3.4.4.7. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales	139
5.3.4.4.7.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores	139
5.3.4.4.7.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta).....	140
5.3.4.4.7.3. Marketing Social (en función de la Gestión de Responsabilidad Social Capítulo 4).....	141
5.3.4.5. Ámbito Internacional	142
5.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional (solo aplica en caso de exportación)	142
5.3.4.5.2. Estrategias de Precio Internacional	142
5.3.5. Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña utilizar Proje)	142
5.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.	143
CAPÍTULO 6	145
6. PLAN OPERATIVO	145
6.1. Producción	145
6.1.1. Proceso Productivo	145
6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos	147
6.1.3. Mano de Obra	149
6.1.4. Capacidad Instalada	149
6.1.5. Flujograma de Procesos	150
6.2. Gestión de Calidad	153
6.2.1. Procesos de planeación de calidad	153
6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas	153
6.2.3. Políticas de Calidad	154
6.2.4. Procesos de control de calidad	154

6.2.5. Certificaciones y Licencias.....	155
6.2.6. Presupuesto	155
6.3. Gestión Ambiental	156
6.3.1. Procesos de planeación ambiental	156
6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas	156
6.3.3. Políticas de protección ambiental.....	156
6.3.4. Procesos de control de calidad	157
6.3.5. Logística Verde	157
6.3.6. Certificaciones y Licencias.....	158
6.3.7. Presupuesto	158
6.4. Gestión de Responsabilidad Social	158
6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social	158
6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas	159
6.4.3. Políticas de protección social.....	160
6.4.4. Certificaciones y Licencias.....	160
6.4.5. Presupuesto	160
6.6. Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.).....	162
CAPÍTULO 7	164
7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO.....	164
7.1. Inversión Inicial	164
7.1.1. Tipo de Inversión.....	164
7.1.1.1. Fija.....	164
7.1.1.2. Diferida.....	166
7.1.1.3. Corriente	167
7.1.2. Financiamiento de la Inversión	167
7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento.....	167
7.1.3. Cronograma de Inversiones	171
7.2. Análisis de Costos.....	171
7.2.1. Costos Fijos	171
7.2.2. Costos Variables.....	172

7.2.2.1. Costos de Producción.....	172
7.3. Capital de Trabajo	173
7.3.1. Costos de Operación	173
7.3.2. Costos Administrativos	174
7.3.3. Costos de Ventas.....	175
7.4. Análisis de Variables Críticas.....	176
7.4.1. Determinación del Precio: Mark up y Márgenes	176
7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de ventas.....	177
7.4.3. Determinación del punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.....	178
7.4.4. Análisis de Punto de Equilibrio	179
7.5. Entorno Fiscal de la Empresa	179
7.5.1. Planificación Tributaria	179
7.5.1.1. Generalidades (Disposiciones normativas).....	179
7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal	179
7.5.1.3. Impuesto a la Renta	180
7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado	180
7.5.1.5. Impuesto a los Consumos Especiales.....	180
7.5.1.6. Impuesto, Tasas y Contribuciones Municipales.....	180
7.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior.....	180
7.5.1.8. Impuesto a la Salida de Divisas	181
7.5.1.9. Impuestos a los Vehículos Motorizados	181
7.5.1.10 Impuestos a las tierras Rurales (Aplica solo proyectos rurales).	181
7.6. Estados Financieros proyectados.....	181
7.6.1. Balance General Inicial.....	181
7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias	182
7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado	185
7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital.....	186
7.6.2.1.1.1. TMAR.....	186
7.6.2.1.1.2. VAN	186
7.6.2.1.1.3. TIR	186

7.6.2.1.1.4. PAYBACK	187
7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples.....	187
7.7.2. Precio Mercado Local.....	188
7.7.3. Precio Mercado Externo	189
7.7.4. Costo de Materia Prima	189
7.7.5. Costo de Materiales Indirectos	189
7.7.6. Costo de Suministros y Servicios.....	189
7.7.7. Costos de Mano de Obra Directa	190
7.7.8. Costos de Mano de Obra Indirecta	190
7.7.9. Gastos Administrativos	191
7.7.10. Gastos de Ventas	191
7.7.11. Inversión en Activos Fijos.....	191
7.7.12. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales).....	192
7.8. Balance General	192
7.8.1. Razones Financieras	195
7.8.1.1. Liquidez	195
7.8.1.2. Gestión	195
7.8.1.3. Endeudamiento.....	196
7.8.1.4. Rentabilidad	196
7.9. Conclusión Financiera	197
CAPÍTULO 8	199
8. PLAN DE CONTINGENCIA	199
8.1. Plan de Administración del riesgo.....	199
8.1.1. Principales riesgos.....	199
8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos	201
8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificaciones (check lists)	201
8.2. Planeación de la respuesta de riesgo.....	202
8.2.1. Monitoreo y control del riesgo	203
8.3. Plan de Contingencia y Acción Correctivas	204
CAPÍTULO 9	207

9. CONCLUSIONES	207
CAPÍTULO 10	209
10. RECOMENDACIONES.....	209
CAPÍTULO 11	211
11. FUENTES.....	211
Bibliografía	211
CAPITULO 12	215
12. ANEXOS	215
12.1. FORMATO DE LA ENCUESTA	215
12.2. GUIA DEL MODERADOR – GRUPO FOCAL.....	216
12.3. Modelo de Contrato de Trabajo.....	218
CAPÍTULO 13	222
13. MATERIAL COMPLEMENTARIO	222

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Marco Lógico	39
Tabla 2: Cargos y Perfiles	48
Tabla 3: Manual de funciones	53
Tabla 4: Presupuesto Constitución de la empresa	69
Tabla 5: Tipo de Competencia	80
Tabla 6: Características de los competidores.....	82
Tabla 7: Selección de Segmentos	83
Tabla 8: FODA.....	85
Tabla 9: Información Nutricional.....	118
Tabla 10: Presupuesto de Marketing.....	143
Tabla 11: Maquinaria de “SORET Cía. Ltda.”	147
Tabla 12: Muebles y Equipos de “SORET Cía. Ltda”	148
Tabla 13: Mano de Obra de “SORET Cía. Ltda”	149
Tabla 14: Presupuesto de muebles, equipos y maquinarias.....	151
Tabla 15: Cuadro de Políticas de Calidad	154
Tabla 16: Gasto de Gestión de calidad.....	155
Tabla 17: Gasto de Gestión Ambiental	158
Tabla 18: Balanced Scorecard	161
Tabla 19: Tipo de Inversión: Fija.....	164
Tabla 20: Tipo de Inversión: Diferida.....	166
Tabla 21: Tipo de Inversión: Corriente.....	167
Tabla 22: Fuentes de Financiamiento.....	167
Tabla 23: Tabla de Amortización	168
Tabla 24: Cronograma de Inversiones.....	171

Tabla 25: Costos Fijos-Año 1	171
Tabla 26: Costos de Producción-Una funda de Harina de Chía.....	172
Tabla 27: Costos de Producción-Mensual.....	172
Tabla 28: Costos de Operación.....	173
Tabla 29: Costos Administrativos.....	174
Tabla 30: Costos de Ventas o Marketing y Publicidad	175
Tabla 31: Costos Financieros	176
Tabla 32: Determinación del Precio.....	176
Tabla 33: Proyección Costos.....	177
Tabla 34: Proyección Ingresos.....	177
Tabla 35: Punto óptimo de producción	178
Tabla 36: Punto de Equilibrio.....	179
Tabla 37: Impuesto a la Renta	180
Tabla 38: Balance General Inicial	181
Tabla 39: Estado de Pérdidas y Ganancias	182
Tabla 40: Flujo	185
Tabla 41: TMAR.....	186
Tabla 42: PAYBACK	187
Tabla 43: Productividad.....	188
Tabla 44: Precio Mercado Local	188
Tabla 45: Mano de obra directa	190
Tabla 46: Gasto Administrativo	191
Tabla 47: Tasa de interés promedio.....	192
Tabla 48: Balance General	192
Tabla 49: Razón de Liquidez	195
Tabla 50: Razón Gestión.....	195

Tabla 51: Razón Endeudamiento.....	196
Tabla 52: Razón Rentabilidad	197
Tabla 53: Principales riesgos.....	200
Tabla 54: Plan y Acción.....	204

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Cronograma de la Investigación	41
Ilustración 2: Cuadro de Valores	46
Ilustración 3: Organigrama Organizacional.....	47
Ilustración 4: Código de Ética	67
Ilustración 5: Logo de Compañía de seguros.....	68
Ilustración 6: Porcentaje de personas que usan el internet	74
Ilustración 7: Países Exportadores.....	76
Ilustración 8: Ciclo de vida de la industria.....	77
Ilustración 9: Matriz BCG	77
Ilustración 10: Ciclo de vida del producto	78
Ilustración 11: Cinco Fuerzas Competitivas de Porter	80
Ilustración 12: Marketshare	81
Ilustración 13: Competidores.....	83
Ilustración 14: Logotipo	115
Ilustración 15: Modelo de Empaque – Parte Frontal	116
Ilustración 16: Modelo de Empaque – Parte Trasera.....	117
Ilustración 17: Imagen y Slogan	119
Ilustración 18: ubicación de la Empresa - Mapa	124
Ilustración 19: Distribución de Espacio.....	125
Ilustración 20: Sitio Web	134
Ilustración 21: E-Marketing.....	135
Ilustración 22: Página Web “Harina Santa Lucía” – Competidores Sustitutos.....	136
Ilustración 23: Página Web “Foodiet – Harina de Chía”	138
Ilustración 24: Fan Page en Facebook – Competidores Sustitutos	139

Ilustración 25: Cuenta Twitter - Competidores Sustitutos	140
Ilustración 26: Prototipo de Fan Page “Foodiet – Harina de Chía”	141
Ilustración 27: Presencia en Redes Sociales	141
Ilustración 28: Cronograma	142
Ilustración 29: Flujograma de “Foodiet – Harina de Chía”	150
Ilustración 30: Planeación de Calidad	153
Ilustración 31: Proceso de control de calidad.....	157
Ilustración 32: Procesos del modelo empresarial	159
Ilustración 33: Gasto de Responsabilidad Social.....	160
Ilustración 34: Mapa Estratégico	162
Ilustración 35: Plan de administración de riesgos	199
Ilustración 36: Ejemplo de “Check lists”	202
Ilustración 37: Monitoreo y Control.....	203

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Tamaño de la Muestra.....	88
Gráfico 2: Pregunta N°1 - Encuesta.....	94
Gráfico 3: Pregunta N°2 - Encuesta.....	95
Gráfico 4: Pregunta N°3 - Encuesta.....	96
Gráfico 5: Pregunta N°4 - Encuesta.....	97
Gráfico 6: Pregunta N°5 - Encuesta.....	98
Gráfico 7: Pregunta N°6 - Encuesta.....	99
Gráfico 8: Pregunta N°7 - Encuesta.....	100
Gráfico 9: Pregunta N°8 - Encuesta.....	101
Gráfico 10: Pregunta N°9 –Encuesta.....	102
Gráfico 11: Pregunta N°9 –Encuesta.....	103
Gráfico 12: Pregunta N°9 –Encuesta.....	103
Gráfico 13: Pregunta N°9 –Encuesta.....	104
Gráfico 14: Pregunta N°9 –Encuesta.....	104
Gráfico 15: Pregunta N°10 –Encuesta.....	106
Gráfico 16: Pregunta N°11 –Encuesta.....	107
Gráfico 17: Pregunta N°12 –Encuesta.....	108
Gráfico 18: Pregunta N°13 –Encuesta.....	109

ABREVIATURAS

TIR: Tasa interna de retorno.

RESUMEN EJECUTIVO

Enfocado principalmente en el tercer objetivo del Plan Nacional para el Buen Vivir que es: “Mejorar la calidad de vida de la población” (Senplades, 2009-2013), nace esta idea de negocio y consecuentemente se desarrolla el siguiente trabajo de investigación que finalmente determino la factibilidad y rentabilidad de incorporar al mercado una harina a base de Chía que sea libre de gluten y de alta calidad nutricional.

Esta propuesta además de tener un impacto positivo en la salud de las personas también fomenta el cultivo de la semilla de Chía en Ecuador ya que “son cultivos de menor tiempo, tolerantes a la sequía, resistentes al ataque de plagas y enfermedades” (Universidad Estatal del Bolívar, 2011), generando un impacto positivo en la economía de agricultores y generando empleo.

Se ha diseñado un plan de marketing cuyo objetivo principal es el posicionamiento de la marca y la fidelización de los consumidores, mediante de una campaña en redes sociales donde se comparta contenido de interés y se mantenga interacción con los consumidores.

Se determinó una inversión \$120.000 para el inicio de las actividades de la empresa, este monto corresponde a adecuación de la planta, compra de maquinaria, equipos y muebles de oficina y otros gastos pre-operativos y de actividades de mercadeo. Este capital se obtendrá mediante un préstamo bancario ya que el análisis financiero del proyecto muestra índices de rentabilidad y retorno de la inversión muy atractivos.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 1

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema – Título

El tema de Trabajo de Titulación es: “Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y distribución de harina de chía en la ciudad de Guayaquil”.

1.2. Justificación

Este trabajo de titulación nace con la finalidad de crear una empresa que fomente la productividad, competitividad y sustentabilidad del sector agrícola ecuatoriano, mediante la elaboración, comercialización y distribución de harina de chía.

La idea del producto es diversificar el consumo local, reducir el consumo de harinas importadas como: P.A.N, Mintian Flour, Duncan Hines, Betty Crocker, Tres estrellas, entre otras (Trade, 2014); y promover una cultura alimenticia saludable como es el consumo de alimentos orgánicos, ya que este producto se diferencia de la harina convencional por su alto contenido nutricional porque es alto en fibra y omega, siendo un potencial sustituto de la misma.

Además de “Mejorar la calidad de vida de la población” (SENPLADES, 2014), se busca generar un impacto positivo en la economía de los agricultores al ser una fuente generadora de empleo, creando nuevas plazas de trabajo y promoviendo la inclusión económica, porque se fomenta el cultivo de la chía ya que *“son cultivos de menor tiempo, tolerantes a la sequía, resistentes al ataque de plagas y enfermedades.”* (Universidad Estatal de Bolívar, 2014)

Finalmente, con esta investigación se busca dejar un precedente, para futuras investigaciones de alimentos hechos a base de Salvia hispánica (semilla de Chía), ya que en la actualidad ya existen suplementos, colágenos, vitaminas, cremas, etcétera (Gauer Do Brasil, 2014). Además de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

modelos de negocio que quieran diversificar la producción de esta semilla, fomentando un estilo de alimentación más saludable.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

En el presente trabajo de titulación se plantea llevar a cabo una investigación que compruebe cuan viable es crear una empresa que se dedique a la producción y distribución de harina de chía, dicha investigación se delimitará dentro de los parámetros que el país persigue como eje principal que son: La transformación de la matriz productiva y mejorar la calidad de vida de la población; objetivos primordiales del Plan Nacional para el Buen Vivir. (SENPLADES, 2014)

Para el desarrollo de este trabajo se ha delimitado a la ciudad de Guayaquil, en el tiempo de elaboración de cuatro meses que comprende desde finales de Octubre de 2014 a inicios de Febrero 2015.

1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

“La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente (...)”, artículo 281 de la Constitución de la República del Ecuador; por lo cual no solo se quiere impulsar la producción de la semilla de la chía, sino buscar nuevas formas de elaboración saludable y consumo de este producto (harina de chía).

Por lo mencionado en el párrafo anterior, el presente trabajo de titulación se enmarca con el objetivo del Buen Vivir número 10 el cual *“Impulsa la transformación de la matriz productiva”* (SENPLADES, 2014), al perseguir la soberanía alimentaria e incorporar valor agregado a un producto.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Definir los beneficios económicos que conlleva el crear una empresa dedicada a la producción y distribución de harina de chía en la ciudad de Guayaquil.

1.5.2. Objetivos Específicos

*Analizar el material bibliográfico recopilado para el desarrollo de la presente investigación.

*Elaborar un cronograma donde se especifique la duración de tiempo que involucra el desarrollo de cada capítulo del trabajo de titulación.

*Explicar de forma detallada y explícita todo el proceso operativo que involucra la elaboración de la harina de chía.

*Contrastar los porcentajes costo-beneficio que se obtendría por la elaboración de la harina de chía, durante el desarrollo del presupuesto y elaborar un informe inicial.

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información

Esta investigación inicia con un enfoque exploratorio, al no poseer ninguna información relevante acerca de una empresa que se dedique a producir y distribuir harina de chía en la ciudad de Guayaquil. Para ello, pues se planteó el principal problema y una hipótesis de carácter positivo.

Métodos de Investigación

Dentro de este trabajo, se utilizará los métodos de investigación:

Método Descriptivo, tiene como característica la descripción o evaluación de las situaciones particulares que envuelven al objeto de estudio. Su utilización es transcendental en toda la investigación porque que coloca al objeto en varios escenarios. (Soriano, 2004)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Método Analítico, es esencial porque ya definido el objeto de estudio, se procede mediante este método a su análisis exhaustivo, descomponiendo en partes toda la información que envuelve al objeto, de esta manera se puede realizar un estudio más amplio y profundo, comprendiendo su comportamiento. (Ortiz & García, 2005)

Método Inductivo, toma un hecho muy particular y lo generaliza; mediante este método se podrá emitir un juicios más amplios sobre los resultados de la investigación de campo que realizará, además se podrá relacionar el objeto de estudio con hecho generales. (Soriano, 2004)

Método Deductivo, toma información general hasta llegar a información particular, toda esta información envuelve al objeto de estudio. Con este método se elaborará la hipótesis y se derivaran las conclusiones. (Soriano, 2004)

Técnica de recogida

Encuesta: Se elaborara un cuestionario de preguntas lo suficientemente claras y precisas como para permitir que las personas a ser encuestadas puedan proporcionar la información exacta que se requiere. Esta encuesta se realizará dentro de la ciudad de Guayaquil a un número determinado de personas en base a la fórmula de proporciones.

Grupo focal: También se lo conoce como focus group y se trata de reunir a un grupo determinado de personas para conocer su nivel de comportamiento y aceptación al producto que se quiere introducir, esto estará orientado a potenciales clientes.

Análisis de la información

Para analizar la información recolectada se procederá a:

- 1 Digitalizar y graficar la información obtenida en las encuestas.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2 Documentar en audio o video el desarrollo del grupo focal.

3 Interpretar de forma objetiva los datos de las encuesta.

1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

Es un paradigma Cualitativo-Cuantitativo, porque dentro de este trabajo se quiere conocer si la harina de chía es el paradigma de un súper alimento, es decir, si reúne todas las condiciones que se imaginan un alimento completo debe tener, para ello se debe realizar una investigación que arroje información relevante, y esto se dará mediante la implementación métodos y técnicas de investigación. (Fundación Universitaria Luis Amigó, 2004)

El paradigma Cualitativo-Cuantitativo, comprende la utilización de varios métodos de investigación. El paradigma cualitativo es por su parte un paradigma que intenta “(...) *comprender, interpretar o conocer la calidad y el carácter o las diferentes particularidades de un fenómeno*” (Fundación Universitaria Luis Amigó, 2004). Por otro lado, el paradigma cuantitativo intenta establecer o medir la cantidad, estableciendo estadísticas de cierto fenómeno. (Fundación Universitaria Luis Amigó, 2004)

1.7.1. Planteamiento del Problema

El Ecuador presenta en la población escolar un retardo del 15% en talla y una prevalencia de sobrepeso y obesidad del 29.9%, mientras que en la población adulta existe “(...) *sobrepeso y obesidad de 62. 8%, siendo mayor en las mujeres (65.5%) que en los hombres (60%). La prevalencia de sobrepeso y obesidad aumenta con el nivel económico; así los adultos del quintil más rico tienen la mayor prevalencia de sobrepeso y obesidad frente a los adultos del quintil más pobre (66.4% vs. 54.1)*” (ENSANUT-ECU, 2013). Siendo este un grave problema de salud pública, así lo determinó la encuesta denominada “Encuesta Nacional de Salud y Nutrición ENSANUT-ECU”, la cual conlleva los datos de la situación nutricional de la población ecuatoriana e investiga los factores de riesgos de las enfermedades crónicas más prevalentes.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Un factor determinante para el sobrepeso y obesidad de los ecuatorianos es la malnutrición que se tiene al tener una ingesta excesiva de alimentos refinados y procesados, estos alimentos a más de no poseer vitaminas, fibra o algún mineral, son de rápida absorción, lo que causa el aumento de peso, pues dichos alimentos suministran altos porcentajes calóricos, entre ellos están: harina blanca, azúcar, golosinas, gaseosas, bebidas azucaradas, etcétera.

En conclusión, se observa claramente en base a la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición que en el país que existen altos índices de sobrepeso y obesidad, acarreados por el consumo de comida chatarra y la escasa oferta de productos de calidad que generen un estilo de vida sano, supliendo las necesidades fisiológicas de forma correcta y sin generar azúcares y grasas innecesarios.

1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1. Marco Referencial

La chía es sin duda uno de los alimentos más beneficioso que se puede encontrar en la actualidad, además de ser una fuente rica en omega-3, *“contiene más proteínas, lípidos, energía y fibra (pero menos carbohidratos) que el arroz, la cebada, la avena, el trigo o el maíz”* (Ayerza & Coates, 2006); y no es de extrañarse que varias empresas la hayan tomado como su producto estrella, y es que para muchos la chía es un súper alimento.

En el Ecuador, se tiene una producción significativa de semillas de chía, aunque no ha sido explotada en todos los campos, varias empresas ofertan las semillas de chía en diferentes presentaciones y variedad de precios, no obstante, la demanda aumenta debido a que la población ecuatoriana busca mejor su alimentación (ENSANUT-ECU, 2013), presentándose la oportunidad para ampliar la oferta de productos, tal es el caso, que se plantea la elaboración de una harina de chía, como una opción

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

innovadora y útil, pues su se la pueda incorporar en la preparación de varios alimentos.

En la ciudad de Guayaquil, no existen registro de empresas que produzcan y distribuyan harina de chía, basta con buscar posibles competidores en la red o en los registros de la superintendencia de compañía, no obstante en país como por ejemplo: España y Brasil, se cuenta con empresas muy sólidos que se dedican a elaborarla.

En España, existe la empresa “DAYELET”, una empresa familiar dedica a la producción de harinas sin gluten, sin azúcar; helados y natas; complementos de repostería; etc., siendo la harina de chía uno de sus principales pedidos, por los altos beneficios que esta presenta. Dicha empresa ofrece sus distintos productos en la web y se caracterizan por la presentación “(...) en envases adaptados a las aplicaciones y a los consumos de clientes particulares (...)”. (Dayelet, 2014)

Y finalmente en Brasil, está el “Gauer do Brasil Nutrition Center”, es una *“empresa que promueve el bienestar y la calidad de vida a partir de la investigación y desarrollo de suplementos nutricionales innovadores”* (Gauer Do Brasil, 2014), de igual manera cuenta con la “Farinha de chía” o como en español se diría harina de chía, resaltando las bondades que otorga como la fuerza y resistencia física demás de la fibra y sus proteínas. Esta empresa comenzó distribuyendo en la ciudad de Sao Paulo y actualmente comercializa sus productos a todo Brasil.

1.8.2. Marco Teórico

A lo largo de la historia de la humanidad, una de las principales preocupaciones ha sido la alimentación, uno de los exponentes de la medicina, la biología y especialidad en alimentación fue el Dr. Jean Seignalet, el mismo que expuso ampliamente la relación que tiene el origen de determinadas enfermedades con la alimentación. Seignalet a lo largo de su carrera documentó como la ingesta de leche y todos sus derivados, cereales azucarados, alimentos refinados, aceites procesados, etc., hace

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

que el organismo humano tenga una serie de deficiencias de vitaminas y minerales. (Seignalet, 2012)

La investigación toma a la teoría Marxista, principalmente a Karl Marx y su idea que tenía de enfatizar:

“(...) la distinción entre los procesos y relaciones esenciales en la sociedad humana y el ámbito de las apariencias (...)” (Dobb, 2004), en este mismo sentido Marx “identificó al cambio, o sea, la circulación del dinero-mercancía, con el último y las relaciones sociales de producción, con los primeros.” (Dobb, 2004)

Tomando como referencia el punto anterior, se plantea un modelo de negocio en donde su incremento de producción vaya en base a las necesidades de la sociedad humana, haciendo hincapié en el valor agregado y los canales de distribución.

La teoría del valor trabajo de Adam Smith, el mismo que es considerado por muchos como el padre de la economía, fue uno de los mayores exponentes de la economía y filosofía; tuvo varias teorías que fueron revolucionarias en su época. La teoría del valor trabajo hace referencia a que el trabajo viene a ser clave para cuantificar el valor, explicando que este valor puede variar, por lo cual se tiene que dar un constante aporte al trabajo. Para Smith, el valor que tuviere un servicio o un bien pues dependería de la cantidad de trabajo que se implementó para terminar ese servicio o bien. (Dobb, 2004)

La teoría mencionada, es de aporte acertado, puesto que el producto a elaborar será un producto con alto valor, no solo por los beneficios de la chía sino porque se cuidarán todos los aspectos desde su producción hasta cuando el producto llegue a las perchas de los supermercados y posterior a su venta, la finalidad no es solamente vender un producto es darle ese valor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

diferenciador que lo pueda hacer único, sustituyendo a marcas reconocidas en el mercado.

Finalmente, la teoría Keynesiana, la cual tuvo como su máximo representante a John Keynes y posterior a él muchos otros exponentes como Roy F. Harrod y Joseph A. S, entre otros, compara el pensamiento de Keynes el mismo que consideraba las fuentes de inversión para el nivel de empleo, así como que el crecimiento económico está vinculado a la población, producto o ingreso por habitante de Harrod; y que *“la innovación es lo que hace que aumente la producción y da origen a la expansión de la producción, empleo y el ingreso en la economía”*, según Joseph A.S. (Atlantic International University, 2014)

1.8.3. Marco Conceptual

Chía: De la especie de salvia es una semilla. (Diccionario de la lengua española, 2014)

Gluten: Según la Real Academia Española (RAE), es una “sustancia pegajosa que puede servir para unir una cosa a otra”. (Diccionario de la lengua española, 2014)

Para la terapeuta holística Mónica Gómez cuando el gluten (sustancia pegajosa) *“(...) entra en contacto con los intestinos interfiere con el metabolismo y absorción de nutrientes de los alimentos que componen esa comida.”* (Gómez Santos, 2014)

Sobrepeso: *“Excesiva acumulación de grasa en el cuerpo.”* (Diccionario de la lengua española, 2014)

Obesidad: *“Cualidad de Obeso.”* (Diccionario de la lengua española, 2014)

Obeso: Es una persona excesivamente gordo. (Diccionario de la lengua española, 2014)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Carbohidrato: Hidrato de Carbono. (Diccionario de la lengua española, 2014)

Hidrato de Carbono: *“Cada una de las sustancias orgánicas formadas por carbono, hidrógeno y oxígeno, que contiene los dos últimos elementos en la misma proporción que la existente en el agua”* como son la glucosa, almidón y la celulosa. (Diccionario de la lengua española, 2014)

Fibra: *“Cada uno de los filamentos que entran en la composición de los tejidos orgánicos vegetales o animales”.* (Diccionario de la lengua española, 2014)

1.8.4. Marco Legal

Dentro del marco legal, con la creación de esta empresa se cumple con lo que manda la Constitución de la República del Ecuador, en el título VI del régimen de desarrollo, el mismo que tiene entre sus objetivos en el artículo 276, numeral 2:

“(…) Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.”
(Constitución, 2008)

Además, de orientarse bajo la Ley de Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria (LORSA), el cual estipula de manera tácita:

“Art. 27. Incentivo al consumo de alimentos nutritivos.- Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y malnutrición, el Estado incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

los alimentos, y la coordinación de las políticas públicas.”

(LORSA, 2011)

Por lo tanto, la empresa en todo momento ofrecerá un producto de alto valor nutricional, adaptado a las necesidades nutricionales de cierto grupo de personas que persiguen el consumo equilibrado de alimentos sanos.

Finalmente, la empresa se registrará al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) y a la Ley de Compañías, procediendo a registrarse en la Superintendencia de Compañías, definiéndose como tipo de compañía familiar. Por lo tanto, será una compañía limitada; y tendrá como nombre “SORET Cía. Ltda.”; realizando todos los trámites correspondientes hasta la obtención del Registro Único de Contribuyentes.

1.8.5. Marco Lógico

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 1: Marco Lógico

	LÓGICA DE INTERVENCIÓN	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
OBJETIVO GENERAL	Definir los beneficios económicos que conlleva el crear una empresa dedicada a la producción y distribución de harina de chía en la ciudad de Guayaquil.	Payback, VAN, TIR, Ratios	Cuadro de proyección de los costos, precio y utilidad.	Mejor designación en el precio del producto.
OBJETIVO ESPECÍFICOS	*Analizar el material bibliográfico recopilado para el desarrollo de la presente investigación. *Elaborar un cronograma donde se especifique la duración de tiempo que involucra el desarrollo de cada capítulo del trabajo de titulación. *Explicar de forma detallada y	Manuel de procesos detallado Presupuesto	Análisis y descripción de los resultados (investigación de campo)	Eficiencia y eficacia en los procesos y costos de elaboración de la harina de chía.

Fuente: La Investigación

Elaborado por: Nadia Solis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

explicita todo el proceso operativo que involucra la elaboración de la harina de chía.

*Contrastar los porcentajes costo-beneficio que se obtendría por la elaboración de la harina de chía, durante el desarrollo del presupuesto y elaborar un informe inicial.

RESULTADOS ESPERADOS

*Ingreso del producto a cadenas de supermercados grandes.

*Mayor participación de mercado.

Participación del mercado del 15% en el primer año operativo.

Incremento de las cantidades de producción.

Sustitución de la harina de trigo convencional.

ACTIVIDADES A DESARROLLAR

*Resaltar en el producto los beneficios de la chía.

*Fuerte campaña de marketing antes, durante y después del lanzamiento del producto.

Incremento en ventas

Demanda del producto por parte de cadenas de supermercados.

Apertura de ingreso en otros mercados a nivel nacional.

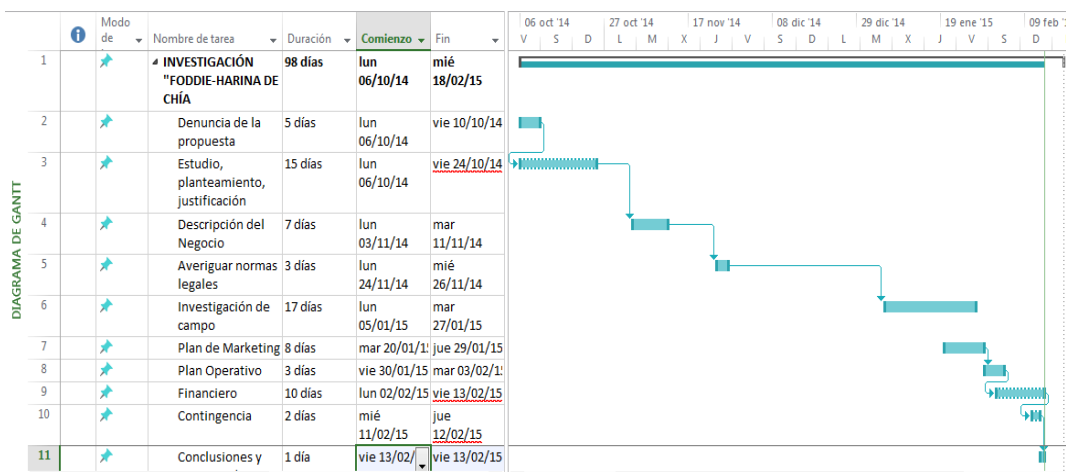
“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

La creación de una empresa que se dedique a la producción y distribución de harina de chía en la ciudad de Guayaquil, contribuirá a que muchas personas lleven una dieta saludable y equilibrada, porque se sustituirá a la harina de trigo en la preparación de los alimentos.

1.10. Cronograma

Ilustración 1: Cronograma de la Investigación



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 2

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

El gobierno ecuatoriano y ciertas empresas privadas en su afán por mitigar los altos índices de sobrepeso y obesidad que padece la población (ENSANUT-ECU, 2013), han emprendido constantes campañas para evitar el consumo de alimentos altos en grasa, azúcar y sal; y promover la actividad física y los buenos hábitos alimenticios. Siguiendo esta dirección los ecuatorianos se encuentran en una etapa de transición nutricional (ENSANUT-ECU, 2013), lo genera o abre un espacio para un “gap” o una brecha o espacio no cubierto, pues las personas se lanzan en la preocupación y cuidado de su salud física y empiezan a buscar nuevos productos que proporcionen los nutrientes adecuados para llevar una dieta sana y equilibrada.

No obstante aunque son innumerables los productos naturales que se ofertan en el mercado ecuatoriano, son muy pocas las empresas que tienen un crecimiento significativo o la capacidad operativa para cubrir la demanda existe, ya sea porque no cuentan con el capital suficiente, escasos conocimientos sobre planes de negocios o por no poseer buenas estrategias de cobertura.

Finalmente, se ha visto la oportunidad para crear una empresa que elabore un producto, en caminado a satisfacer a ese grupo de personas que por razones diversas buscan productos cien por ciento naturales, que ayuden a llevar una correcta alimentación, sustituyendo alimentos procesados que solo generan calorías y no aportan nutrientes, siendo la primera opción una “Harina de Chía”, por sus usos múltiples dentro de la preparación de las comidas, y su fácil producción a nivel local.

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio

La presente idea de negocio es una respuesta a la necesidad que tienen muchos ecuatorianos que buscan productos que sean cien por ciento

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

natural y que aporten nutrientes que ayuden a llevar una dieta sana. Se plantea crear una empresa en donde su principal función operativa sea la de producir y distribuir una harina a base de Salvia hispánica o mejor conocida como semilla de Chía.

Se escogió la semilla de chía porque no se necesita de inversiones exorbitantes para su producción y pequeños productores pueden fácilmente manejar y almacenar su cultivo.

Una vez que sea producida la semilla de chía, se continúa con su proceso de transformación hasta obtener la harina, para obtener el producto que se quiere, la semilla de la chía tendrá que ser triturada hasta convertirse en polvo, quedando con la apariencia de una harina. Está harina a diferencia de la harina convencional, es un alimento funcional natural, el cual ayuda al sistema digestivo mediante el aporte de antioxidantes, además cumple las mismas funciones de una harina tradicional, pero sin con la diferencia de que esta harina aporta vitaminas, fibra y minerales.

Finalmente, la empresa empaquetará la harina de chía y procederá a su distribución respectiva dentro de la ciudad de Guayaquil, la idea principal es llegar con el producto a las cadenas de supermercados reconocidas en la ciudad.

2.1.2. Descripción de la Idea de Producto o Servicio

El producto será harina de chía, el cual se obtiene de la trituración de las semillas de chía, una vez que se realiza este proceso de triturado, se obtiene una harina, la misma que será empaquetada en fundas para 500 gramos peso neto, elaboradas en un material biodegradable llamado Oxo.

La idea es que la harina de chía sustituya a la harina blanca refinada de trigo convencional, porque es mucho más saludable ya que no contiene gluten, es alta en fibra y omega, es ideal para personas celiacas, diabéticos o personas con trastornos alimenticios o alérgicas; no tiene alto contenido de carbohidratos como otras harinas, y no se procesa con químicos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Por ultimo en la funda del producto se colocaran los siguientes aspectos: Nombre de la empresa, nombre comercial, imagen comercial, slogan, beneficios de la chía, formas de preparación, fecha de elaboración y de vencimiento, información nutricional, código de barras, registro sanitario; y contacto.

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión

Ofrecer una harina de chía adaptada a las necesidades de consumo de clientes particulares que buscan una alimentación sana y equilibrada.

Visión

Ser una empresa reconocida por su calidad y sus productos sin gluten a mediano plazo, satisfaciendo las exigencias alimentarias más altas en lo que a buena alimentación se refiere.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Valores

Ilustración 2: Cuadro de Valores



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: (Frances, 2006)

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

Analizar la rentabilidad de crear una empresa que se dedique a la producción y distribución de harina de chía en la ciudad de Guayaquil.

2.3.2. Objetivos Específicos

*Segmentar en un 15% el mercado guayaquileño dentro del primer año de funcionamiento operativo de la empresa.

*Capacitar cada seis meses al personal del departamento de producción en temas de mejora de los controles de calidad, producción e

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

inventarios, además de implementación de nuevas técnicas de seguridad industrial.

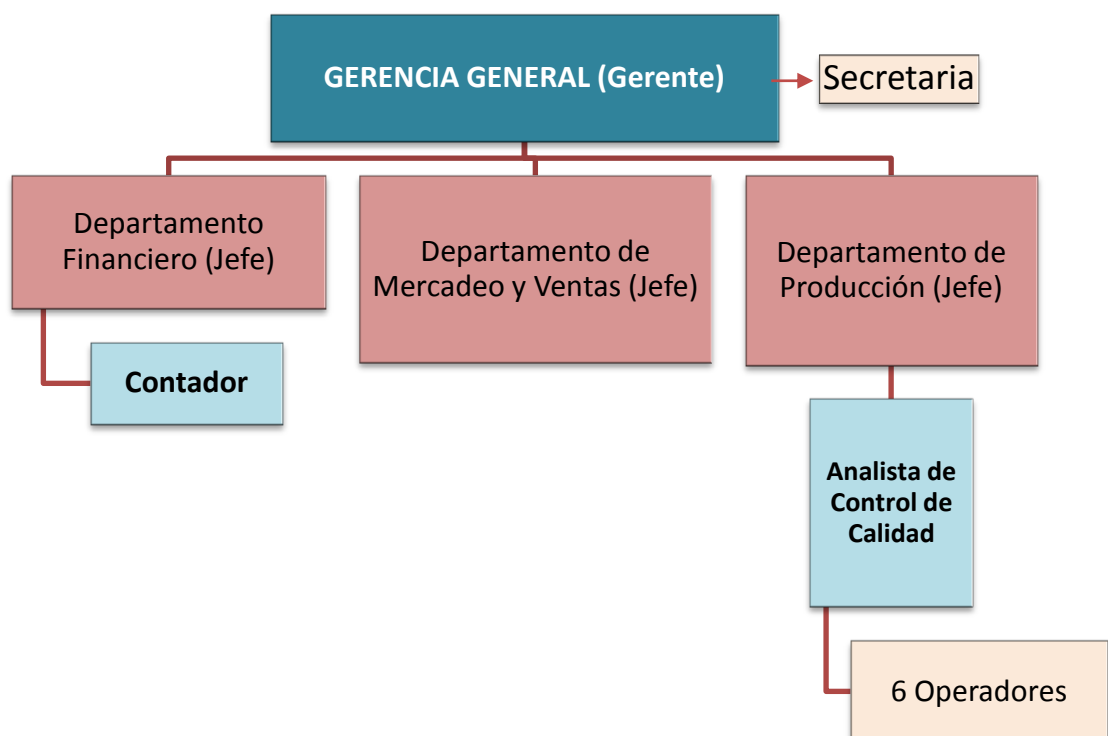
*Realizar un incremento del 5% en la base de datos de proveedores y productores cada trimestre.

*Incrementar la potencial cartera de clientes en un 2% cada mes durante el primer año de operaciones.

2.4. Estructura Organizacional

2.4.1. Organigrama

Ilustración 3: Organigrama Organizacional



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.

Tabla 2: Cargos y Perfiles

	CARGOS	PERFILES
GERENCIA GENERAL	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> -Título de tercer nivel en carreras administrativas. -Experiencia en el manejo de una empresa. -Conocimientos de: Planes de Negocios, estrategias, marketing y publicidad, y contabilidad. -Características: Tener liderazgo, proactividad, buena comunicación, responsable. -Conocimiento en la investigación de mercado, para lograr identificar nuevos puntos para insertar el producto. -Buena Presencia -Edad: de 24 en adelante.
	Jefe Financiero	<ul style="list-style-type: none"> -Título en carreras administrativas. -Experiencia mínima 5

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

<p>DEPARAMENTO FINANCIERO</p>	<p>Contador</p>	<p>años.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Conocimientos altos en tributación, análisis financiero, contabilidad gerencial y compras públicas. -Características: Trabajo en equipo, responsabilidad, lealtad, puntualidad y proactividad. -Contador Pública Autorizado. -Experiencia mínima 3 años. -Conocimientos altos en Excel, Project, tributación, análisis financiero, contabilidad gerencial y compras públicas. -Características: lealtad y responsabilidad.
<p>GERENCIA</p>	<p>Secretaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Estudiante de los últimos semestres o graduada de CPA o carreras afines. -Experiencia no requiere. -Conocimientos altos

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

<p>DEPARTAMENTO DE MERCADERO Y VENTAS</p>	<p>Jefe de Mercadeo y Ventas</p>	<p>de informática, análisis financiero y contabilidad gerencial.</p> <p>-Características: Responsable y puntual.</p> <p>-Título de tercer nivel preferible en marketing, ventas o carreras afines.</p> <p>-Experiencia en ventas o en publicidad mínimo cuatro años.</p> <p>-Conocimiento alto de: Excel, Project y Access.</p> <p>-Conocimiento medio en publicidad (materiales BTL y ATL)</p> <p>-Buena Presencia</p> <p>-Características: Proactivo, don de mando y extrovertido</p> <p>-Edad: 25 en adelante.</p>
<p>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</p>	<p>Jefe de Producción</p>	<p>-Título de tercer nivel en ingeniera de alimentos.</p> <p>-Experiencia mínima cinco años en producción de alimentos.</p>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

	Analista de Control de Calidad	<ul style="list-style-type: none">-Conocimiento alto en: higiene y seguridad industrial; procesos de calidad.-Características: Proactivo y liderazgo.-Título de tercer nivel en ingeniera de alimentos o carreras afines.-Experiencia mínimo tres años en empresas de alimentación.-Conocimiento alto en: Control de calidad y control de la producción e inventarios.Características: Proactivo y Responsable.
	Operadores	<ul style="list-style-type: none">-Título de Bachiller-Características: Responsable, trabajo en equipo.-Experiencia en empresas de alimentos no menor a 6 meses.

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

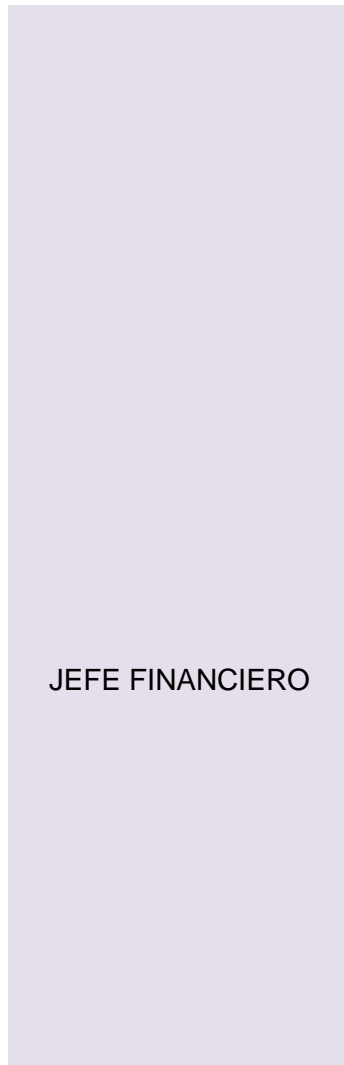
2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 3: Manual de funciones

CARGO	NIVELES	INTERACCIONES	RESPONSABILIDADES	DERECHOS
GERENTE GENERAL	Primer Nivel	Jefe Financiero. Jefe de Mercadeo y Ventas. Jefe de Producción. Y todos los miembros de cada departamento.	El Gerente General será el encargo de direccionar la empresa entre sus principales responsabilidades está el de coordinar, evaluar y dar seguimiento a la producción y distribución de la harina de chía. También será el responsable de buscar nuevos nichos de entrada, visitar junto al equipo de ventas potenciales clientes, evaluar las cifras de crecimiento tanto en ventas como en mercado. Tendrá que diseñar	Todos los derechos que el Código de Trabajo dispone para los trabajadores.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



JEFE FINANCIERO

Segundo Nivel

Contador
Secretaria
Gerente General
Jefe de Mercadeo y Ventas.
Jefe de Producción

constantemente estrategias de publicidad, organizar eventos y participación en ferias para dar a conocer el producto.

El jefe financiero debe velar por nuevas formas de financiamiento, será el responsable junto a su equipo de encargarse de los roles de pago, además de la tributación de la empresa (SRI) y seguro social (MRL), estará a cargo del pago además de los proveedores y productores. Tendrá en su responsabilidad asignar el presupuesto al departamento de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

JEFE DE MERCADEO
Y VENTAS

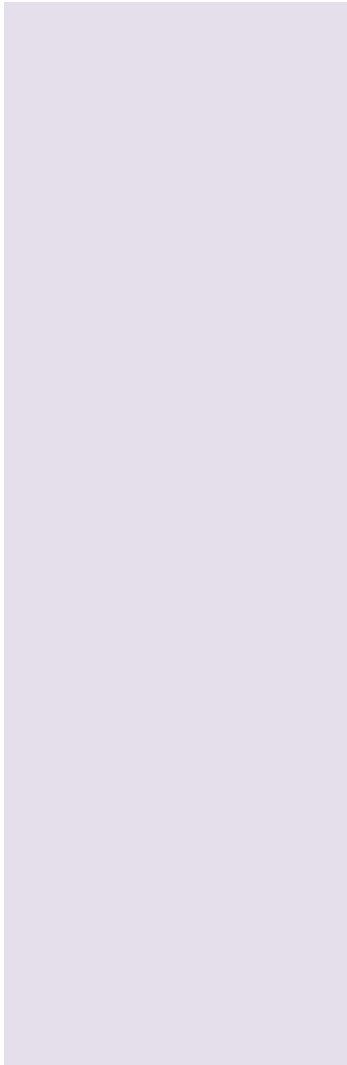
Segundo Nivel

Gerente General
Jefe de Producción
Jefe Financiero

mercadeo, encargarse de pagar viáticos, servicios básicos, caja chica; y de la realización de proyección de ventas y costos. Finalmente tiene que rendir cuentas trimestrales al Gerente General y los demás jefes.

El jefe de mercadeo junto a su equipo tiene que estar constantemente identificando unos “gaps” de mercado, nuevos canales de distribución, nuevas oportunidades de mercadotecnia y nuevos proveedores en la parte de publicidad. Este departamento tiene la dura misión de lograr que la

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



empresa crezca en participación de mercado y que la ventas crezca. En el caso de las ventas se cuenta con el supervisor el mismo que deberá llevar controles respectivos sobre la cantidad de producto que se entrega además de buscar las mejores rutas hacia los puntos de descargue del producto.

En este departamento la relacionista pública deber de promocionar por redes sociales el producto y junto al jefe del departamento contratar promotoras, pautar en medios y toda clase de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

JEFE DE PRODUCCIÓN

Segundo Nivel

Analista de control y calidad.

Operadores

Gerente General

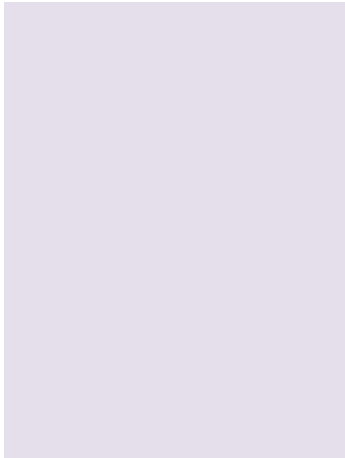
Jefe de Mercadeo y ventas

Jefe Financiero

comunicación para dar a conocer al producto.

El jefe de producción tendrá que supervisar todo el proceso desde la siembra de la chía, su cosecha, su traslado a las instalaciones hasta convertirla en harina y distribuirla, junto al técnico, tiene lograr el análisis de calidad respectiva del producto, además de verificar las medidas de higiene y seguridad del personal que labora en ese departamento. Controlar las normas de etiquetado y que todos los productos estén en perfecto estado.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: Nadia Solis

Se contara con una persona de servicio al cliente para receptor cualquier duda o inconveniente del producto, eso se debe notificar inmediatamente al jefe de departamento y al gerente general.

Fuente: La Investigación

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 3

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa)

Entre los tipos de compañías que existen según la Ley de Compañías, se escogió una compañía de responsabilidad limitada. La compañía tendrá como razón social “SORET Cía. Ltda.”, estará conformada según lo dispone el art. 92 de la Ley de Compañías como mínimo por dos y como máximo por quince personas. Su actividad principal será la producción y distribución de harina de chía en la ciudad de Guayaquil, lugar en el cual estará ubicada la empresa. Y finalmente la empresa maneja su producto bajo el nombre comercial de “Foodiet-Harina de Chía”.

3.1.2. Fundación de la Empresa

La compañía se fundará con “(...) *la fecha de inscripción del contrato social en el registro mercantil (...)*” (Ley de Compañías, 2008). Este tipo de compañías, requiere de personas que estén en capacidad civil para contratar, y de disponer de un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América.

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El capital estará conformado por las aportaciones de los socios en el mismo que no puede ser menor al monto fijado por el Superintendente de compañías (\$400,00). Según La Ley de Compañías, se deberá entregar a cada socio un certificado, donde constara su aportación, la presente empresa iniciará sus actividades con la aportación de capital de dos socios, ellos tendrán su porcentaje de participación según su nivel de aportación; y esas aportaciones según el art. 103 de esta ley deberán ser depositadas en una cuenta especial denominada “Integración de Capital”.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

La Ley de Compañías dispone que la junta general es el órgano supremo de la compañía, entre sus atribuciones según esta ley en su art. 118 esta:

“a) Designar y remover administradores y gerentes;

(...)

c) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes;

d) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades;

(...)

g) Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;

(...)” (Ley de Compañías, 2008)

Lo citado en el párrafo anterior son entre las principales atribuciones de la junta general. Por último, se hace referencia a que la junta de esta empresa será de tipo extraordinaria, que según el art. 119 dice que las juntas de este tipo se podrán reunir *“(...) en cualquier época en que fueran convocadas.”* (Ley de Compañías, 2008)

3.2. Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1. Generalidades

La actividad operacional de la empresa será la producción y distribución de harina de chía por lo tanto, requerirá de la creación de cuatro departamentos, los cuales se encargaran de la elaboración del producto, diseño, venta, distribución y control de calidad del mismo, respectivamente. Los cuatros departamentos serán: financiero, mercadeo y ventas, producción y recursos humanos. Cada departamento contara con el personal correspondiente, los cuales tendrán el nombre de trabajadores y

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

según lo dispone el Código de Trabajo contarán con obligaciones y derechos, que la empresa respetara a cabalidad.

Para el efecto, se contraerá un contrato laboral de forma personalidad, es decir, en base a las responsabilidades asignadas tendrán las cláusulas correspondientes.

Finalmente la empresa estará ubicada en la ciudad de Guayaquil, específicamente en el Km 14 vía a Daule.

3.2.2. Mandato Constituyente #8

Este mandato número 8 fue expedido por la Asamblea Constituyente y elimina “(...) *la tercerización de servicios complementarios, la intermediación laboral generalizada y la contratación por horas (...).*” (Constitución, 2008)

Para su aplicación el presidente de la República expidió un reglamento, con esto se busca terminar las relaciones laborales precarias.

3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo

Existen siete tipos de contrato según lo dispuesto por el Código de Trabajo en su artículo 11. La empresa para efectos de celebrar la relación laboral con sus trabajadores, utilizar tres tipos de contratos. El primer tipo de contrato que la empresa utilizara, será el contrato a prueba con el cual se verifica si el trabajador contratado cumple con el perfil requerido o por lo contrario, si el puesto es lo que el trabajador está buscando, este tipo de contrato tiene una duración de 90 días máximo, en este tiempo cualquiera de las partes (empleador- trabajador), pueden dar por terminada la relación laboral, de manera libre y voluntaria, cabe mencionar que este contrato solo se celebra al inicio de la relación laboral y una sola vez. (Código de Trabajo, 2005)

El segundo tipo de contrato será el contrato indefinido, este se utilizará si una vez terminado el contrato aprueba ambas partes (empleador- trabajador) están conforme con su relación laboral, el contrato pasará a ser

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

indefinido, el cual tiene como duración mínimo un año. (Código de Trabajo, 2005)

Finalmente, el tercer tipo de contrato, será el contrato de tipo ocasional, este contrato se utilizara cuando la empresa tenga una necesidad emergente o extraordinaria, por ejemplo: cuando se requiera de un electricista, plomero, etc., cuyo trabajo no supere los 30 días máximos. (Código de Trabajo, 2005)

3.2.4. Obligaciones del empleador

El empleador desde el momento que contrae una relación laboral con el trabajador está obligado al cumplimiento de todo lo que dispone el Código de Trabajo, en el artículo 42 del mismo se describen treinta cuatro numerales con las respectivas obligaciones. Entre las cuales entramos:

“1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;

2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las disposiciones legales y a las órdenes de las autoridades sanitarias; (...) (Código de Trabajo, 2005)

Estas son solamente dos de las treinta cuatro obligaciones que tiene el empleador, otra obligación muy importante esta la concesión de permisos, el asegurar a los trabajadores y el respeto de manera integral a los mismos.

3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

Estas remuneraciones constan en el Código de Trabajo artículos 112 y 113 respectivamente. La primera es el décimo tercero o bono navideño, se otorga según este código en el mes de diciembre y equivale a la doceava parte de las remuneraciones que un trabajador tiene durante el año. La segunda remuneración, es la décima tercera se da en la región costa e

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

insular en el mes de abril, equivaliendo a un salario básico. (Código de Trabajo, 2005)

3.2.6. Fondo de Reserva y Vacaciones

Fondo de Reserva y Vacaciones son derechos que la ley le otorga a todo trabajador en relación de dependencia, en el art. 196 y 269 respectivamente, se habla de ellos de manera minuciosa. El fondo de reserva se da cuando un trabajador a prestado su servicios más de un año (trece meses) en la misma empresa, a partir de estos trece meses este trabajador tiene derecho a recibir un mes de salario o sueldo por cada año que siga laborando en esa empresa. (Código de Trabajo, 2005)

El segundo, que son las vacaciones, se da a todo trabajador a partir del año de laborales. La empresa se obliga a otorgar quince días con remuneración a sus trabajadores. (Código de Trabajo, 2005)

3.2.7. Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo

Entre las principales obligaciones del empleador esta:

“(...) 33. Contratar personas discapacitadas según sus aptitudes y de acuerdo a las posibilidades y necesidades de la empresa; (...)”

No obstante, este numeral no aplicaría a la presente investigación, porque el Código de trabajo indica que a partir de veinticinco trabajadores la empresa está obligada a contratar personas discapacitadas.

3.3. Contratación Civil

3.3.1. Principios Básicos de la Contratación

Entre los principales principios que conlleva la contratación constan según el Código de Trabajo, que debe haber un acuerdo libre y voluntario de ambas partes (Empleador-Trabajador), se debe definir el tipo de contrato que llevaran a cabo, verificar que estén de acuerdo las partes implicadas con las cláusulas del contrato, y si lo estuvieran se procede a firmar y el trabajador se obliga con el empleador a la ejecución de una obra o prestación de servicio. (Código de Trabajo, 2005)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios

Cuando el personal contratado no fuera de forma permanente sino que solo se requiera la prestación de servicios personales, el empleador tendrá que celebrar un contrato de trabajo bajo la estipulación de “Prestación de Servicios”, el mismo que puede ser pagado en jornadas parciales, para lo cual, tomará en consideración una remuneración de una jornada completa, para estimar una proporcionalidad. (Código de Trabajo, 2005)

3.3.3. Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios

Los contratos pueden tener más o menos cláusulas dependiendo de las exigencias del cargo o disposiciones del empleador, por lo general consta:

- Información general de las partes a celebrar el contrato (Empleador-Trabajador).
- Lugar y fecha donde se lleva a cabo el contrato.
- Objeto o actividad a la cual se obliga al trabajador a realizar.
- Descripción de responsabilidades y obligaciones del trabajador.
- Salario fijo o sueldo, que se compromete el empleador a pagar al trabajador.
- Formas de pago
- Causales para dar por terminado el contrato.
- Fecha de finalización del contrato.
- Firmas de las partes a celebrar el contrato.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

El código de trabajo, señala que cualquier problema que se produjera entre el empleador-trabajador, el Tribunal de Conciliación tendrá que resolver el conflicto, este tribunal según el art. 474 de este código estará conformado por:

“El Tribunal de Conciliación y Arbitraje estará compuesto por cinco vocales: el inspector del trabajo, quien lo presidirá, dos vocales designados por el empleador y dos por los trabajadores. Los suplentes serán dos por cada parte.” (Código de Trabajo, 2005)

El Tribunal podrá asistir a las salas de mediación de la Función Judicial o la Cámara de Comercio de Guayaquil.

3.3.5. Generalidades de la Contratación Pública

Para determinar las generalidades de la contratación pública, se debe revisar la ley que establece el Sistema Nacional de Contratación Pública, en la cual se especifica entre sus generalidades el procedimiento de contratación para la adquisición o arrendamiento de bienes, que normas se deben aplicar, quienes pueden participar, como se ejecuta este procedimiento, etc. (Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, LOSNCP, 2014)

3.3.6. Contrato de Confidencialidad

La empresa no utilizará este tipo de contrato, porque la actividad de la empresa es de conocimiento público y no requiere este tipo de contratos.

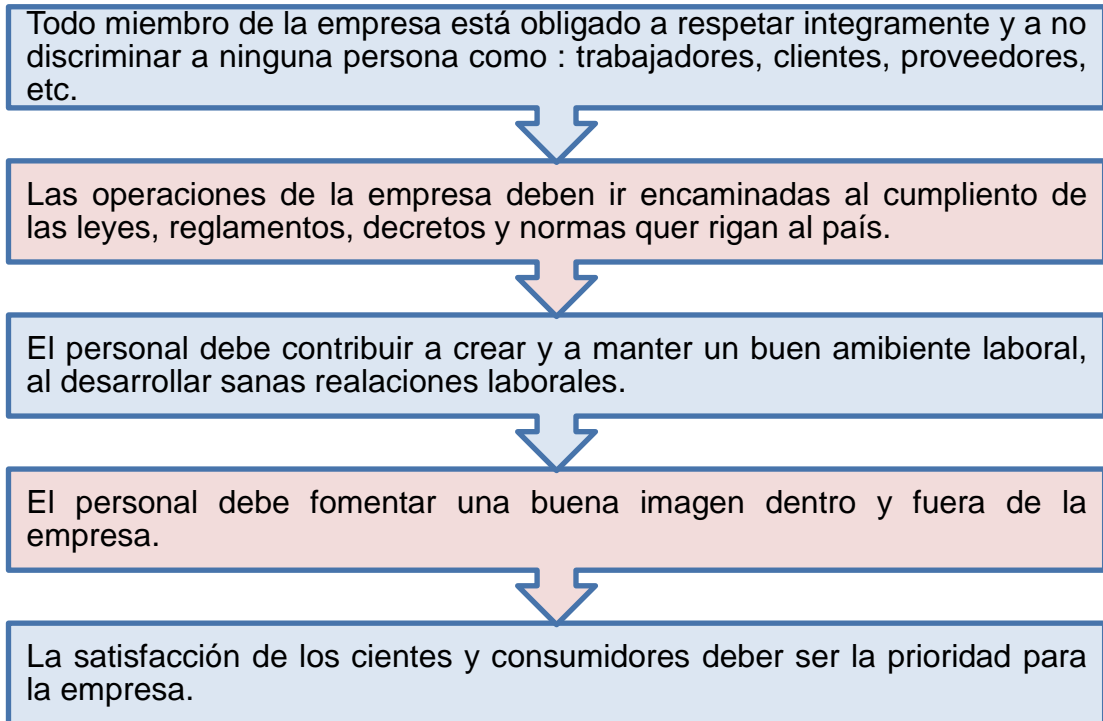
3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1. Código de Ética

El código de ética que la empresa utilizara será:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 4: Código de Ética



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

3.5. Propiedad Intelectual

3.5.1. Registro de Marca

En la Ley de Propiedad Intelectual dice en su artículo primero que: “*El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual (...)*” (Ley de Propiedad Intelectual, 2014). Por tal motivo, se cuenta con el apoyo del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual o también conocido como su abreviatura IEPI, para registrar la marca. Primero se debe realizar una búsqueda fonética para comprobar que no exista un registro de marca similar, y posterior a ello se procede a registrar la marca. En este caso, la empresa registrara la marca “Foodiet-Harina de Chía”. (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, 2014)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.5.2. Derecho de Autor del Proyecto

Este trabajo de titulación cuenta con los derechos de autor porque según el artículo cinco de la Ley de Propiedad Intelectual:

“El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión”. (Ley de Propiedad Intelectual, 2014)

Entonces, al desarrollar este trabajo se reconocerá y garantiza estos derechos.

3.5.3. Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional)

El presente numeral no aplica al desarrollo del presente trabajo porque según la Ley de Propiedad Intelectual en su art. 121 solo se otorgará una patente a un producto o procedimiento *“(...) siempre que sea nueva, tenga nivel inventivo y sea de aplicación industrial.”* (Ley de Propiedad Intelectual, 2014)

3.6. Seguros

SORET Cía. Ltda., manejará sus seguros con la compañía de seguros Equinoccial, entre los cuales constara seguros contra incendios, robo, maquinaria y equipos.

Ilustración 5: Logo de Compañía de seguros



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: (Seguros Equinoccial, 2014)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.6.1. Incendio

Este seguro se ha contemplado desde conatos de incendios hasta incendios de gran magnitud.

3.6.2. Robo

El seguro de robo se contempla tanto para robo de mercadería, maquinaria o bienes inmuebles.

3.6.3. Fidelidad

La empresa no contemplará este tipo de seguro.

3.6.4. Maquinarias y Equipos

El seguro de maquinaria y equipos ampara cualquier daño que estos pudieran tener, ya sea por accidentes, daños imprevistos o por reposiciones.

3.6.7. Materia Prima y Mercadería

El seguro de materia prima y mercadería va muy ligado al seguro de incendios y robos, porque contempla la pérdida de la misma por este delito, daño o por siniestro accidental.

3.7. Presupuesto Constitución de la empresa

Tabla 4: Presupuesto Constitución de la empresa

INVERSIÓN/GASTO DIFERIDO			
#	Descripción	Precio Unidad	Precio total
1	Alquiler del local	\$800,00	\$800,00
1	Constitución de "SORET" Cía. Ltda.	\$400,00	\$400,00
1	Registro de la marca+ búsqueda fonética	\$196,00	\$196,00

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1	Instalaciones del local	\$380,00	\$ 380,00
1	Permiso Municipales	\$300,00	\$300,00
1	Paquete de Seguros Equinoccial	\$862,00	\$862,00
TOTAL			\$2.938,00

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 4

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. PEST

En el ámbito político, se podría definir que el Ecuador a traviesa lo que hoy se conoce como “Revolución Ciudadana”, esta revolución comenzó en el 2007 y continua hasta la actualidad, entre sus principales objetivos políticos se puede decir que el Ecuador persigue el desarrollo del talento humano y el cambio de la matriz productiva (Secretaria Nacional de Gestión de la Política, 2014). El Estado en su afán de generar un cambio se ha vinculado de manera más cercana con:

“(...) los actores sociales, adolescentes, jóvenes, profesionales, comerciantes, minoristas, grupos religiosos, estudiantes, trabajadores autónomos, emprendedores, en fin todos los componentes de una sociedad organizada (...)”
(Secretaria Nacional de Gestión de la Política, 2014)

Aunque, el país hoy en día tiene una estabilidad política por el proyecto político de la “Revolución Ciudadana”, las empresas han tenido una mayor imposición de leyes para la producción o comercialización de bienes y servicios. En los últimos años, los emprendedores han tenido que adaptarse a leyes como: “Ley de Regulación y Control de Poder de Mercado”, “Ley de Productividad y Competitividad laboral”; o a reglamentos como el “Reglamento Sanitario de etiquetado de alimentos”, etcétera. Las leyes o reglamentos mencionados son un ejemplo de lo que las empresas tienen que adaptar a sus normas internas, además de enmarcarse en los objetivos del Buen Vivir y dentro de lo que persigue el cambio de la matriz productiva. (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014)

En el ámbito Económico, el país tiene una inflación de 4,19% hasta el mes de Septiembre de 2014; y una variación del Producto Interno Bruto (PIB) de 3,98%, así lo indicó el Banco Central. (Banco Central del Ecuador, 2014)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Se puede decir, que el riesgo económico que el país puede tener “(...) *tiene que ver con temas políticos, operacionales, relativos a la cadena de suministro o al cumplimiento normativo*” (Díaz Tagle, Gallego Checa, & Pallicera Sala, 2008). Puesto que el Ecuador es un país en desarrollo. Otro factor económico relevante es la tributación rigurosa que se tiene en el país, las empresas tienen que basarse en la “Ley de Régimen Tributario Interno”, la cual corrige las evasiones, determina utilidades, el impuesto a la renta, entre otras.

En el ámbito social, si se toma como referencia el factor alimentación en los ecuatorianos, para relacionarlo con el objeto de estudio. El Ecuador afronta consumos inadecuados de nutrientes estos “(...) *se determinaron en función de recomendaciones de ingesta dietética (DRI’s por sus siglas en inglés) del Instituto de Medicina (Institute of Medicine, 2000)*” (ENSANUT-ECU, 2013). Comprobando efectivamente que en el país los ciudadanos cuentan con una pésima alimentación, lo que ha desencadenado múltiples enfermedades, no obstante, para muchas empresas ha sido una puerta de oportunidades al ofertar alimentos, medicina, máquinas de ejercicio, etcétera, para combatir este problema social.

“En Ecuador, según estimaciones realizadas en el 2011, la diabetes mellitus tipo 2, la enfermedad hipertensiva y la enfermedad cerebrovascular fueron las principales causas de Muerte (INEC, 2011)” (ENSANUT-ECU, 2013). Estas son unas de las enfermedades más comunes que se tiene en el país actualmente, es por eso el Estado invierte en campañas que vayan en beneficio de mejorar el estilo de vida de los ecuatorianos, esto comprende alimentación y ejercicio, además de incentivar la producción de alimentos de calidad nutricional.

Finalmente, el ámbito tecnológico, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos emitió en el año 2011 un reporte de estadísticas sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones, conocidas también como TIC’S. La encuesta dio como resultados:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

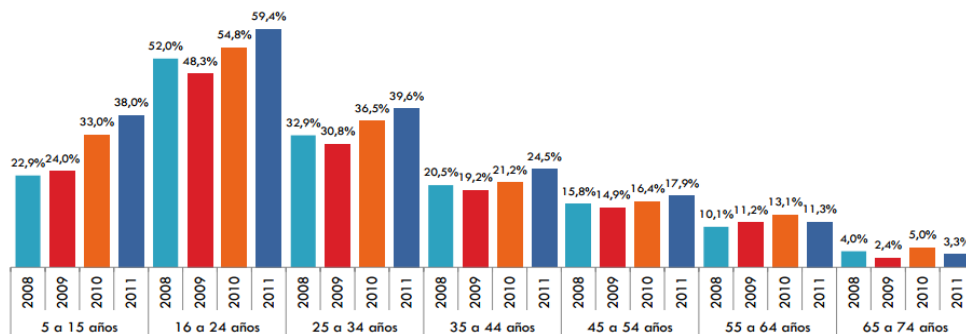
“-El 24,7 % de los hogares tiene computadoras de escritorio y el 9,8% de los hogares tiene computador portátil.

-El 78,8% de los hogares posee telefonía celular (...).

-El grupo etario con mayor uso de internet es la población que se encuentra entre 16 y 24 años con el 59,4%, seguido de las personas de 25 a 34 años con el 39,6%. Los que menos utilizan son las personas de 65 a 74 años con el 3,3%.” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011)

Los datos mencionados, aportan a la investigación porque se conoce que un medio efectivo para llegar a los futuros clientes sería el internet, pues actualmente en el Ecuador se fomenta el uso y desarrollo de manera apropiada de las TIC`S. (Ministerio de Telecomunicaciones, 2014)

Ilustración 6: Porcentaje de personas que usan el internet



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDUR – Nacional Total

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo y Subempleo-ENEMBUR-
Nacional total

4.2. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria

“La chía tiene más ácidos grasos Omega 3 que el salmón, una cantidad de antioxidantes y minerales, una fuente completa

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

de proteína y más fibra que las semillas de lino. No en vano, las semillas de chía han sido calificadas por sus defensores como “un sueño para quienes hacen dieta”, “un milagro” y “la supercomida máxima.” (El Universo, 2012)

Las características mencionadas en el párrafo anterior son unas pocas, de todas las que la producción de chía puede tener, no es de extrañarse que el mercado cada vez más se ve un incremento acelerado por su producción. Este alimento se da principalmente en México y en Sudamérica, uno de los principales compradores de productos elaborados a base de chía es Estados Unidos, entre los países que más han exportado a este país son:

“Paraguay, Canadá, Bolivia, Etiopía, Argentina, India, México, China, Perú, Ecuador, Australia y Nicaragua, entre los 12 primeros. Así el año anterior, Estados Unidos importó unas 55,921 toneladas, de las cuales 398 toneladas fueron de Ecuador según las estadísticas registradas (...).” (Ministerio de Comercio Exterior-PRO ECUADOR, 2014)

Entonces no es de extrañarse que más productores de chía se sumen a la comercialización internacional de este producto porque de acuerdo al Centro de Comercio Internacional, Trade Map, CCI, Ecuador es el décimo país que más exporta para Estados Unidos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 7: Países Exportadores

Tabla Nro.1				
LISTA DE MERCADOS PROVEEDORES PARA UN PRODUCTO IMPORTADO POR ESTADOS UNIDOS DE AMERICA				
Producto: 120799 las demas semillas incluso quebrantados.				
Nro.	Exportadores	2013		
		Valor unitario, Dólar EJA/Toneladas	Valor importada en 2013, miles de Dólar EJA	Cantidad importada en 2013, Toneladas
	Mundo	3.144	175.793	55.921
1	Paraguay	7.328	28.697	3.916
2	Canadá	7.689	28.017	3.644
3	Bolivia	5.331	24.399	4.577
4	Etiopía	965	22.038	22.834
5	Argentina	7.261	15.988	2.202
6	India	1.256	14.038	11.177
7	México	6.506	12.673	1.948
8	China	4.078	12.005	2.944
9	Perú	10.164	7.694	757
10	Ecuador	8.746	3.481	398
11	Australia	8.547	1.624	190
12	Nicaragua	7.689	1.384	180

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trade Map, CCI.
Elaborado por: OCE Los Angeles

Elaborado por: OCE Los Ángeles

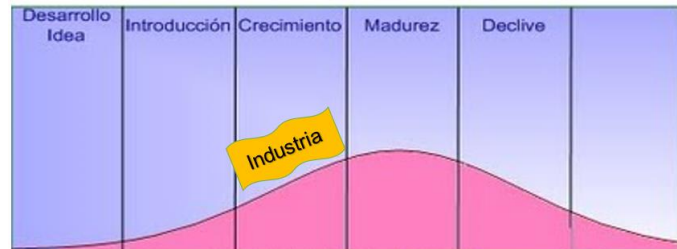
Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trade Map, CCI.

4.3. Análisis del Ciclo de Vida de la Industria

Actualmente la producción de la chía se ha incrementado notablemente, existen más productores dedicados a este “superalimento”, principalmente por el afán del gobierno de incentivar la producción nacional y evitar el consumo excesivo de importaciones; y porque *“el alimento de moda es la chía (...).”* (El Universo, 2012)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 8: Ciclo de vida de la industria



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

4.4. Matriz BCG

Ilustración 9: Matriz BCG



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

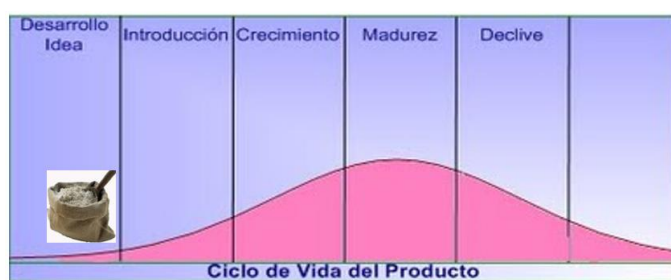
La idea de producir y comercializar harina de chía se encuentra en el cuadrante de interrogación, debido a que es una idea nueva, que aún no entra a funcionar en el mercado guayaquileño. La empresa buscará que este producto se logre ubicar en el cuadrante estrella, una vez que alcance un crecimiento y participación de mercado alto.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.5. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

La harina hecha a base de chía se encuentra en la etapa de introducción al mercado Guayaquileño. Si se habla del producto como una harina de trigo tradicional, este producto se encuentra en su madurez, sin embargo, la harina de chía es una idea innovadora y no existe una saturación en el mercado con este tipo de producto.

Ilustración 10: Ciclo de vida del producto



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

4.6. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones

Amenaza de nuevos competidores: Es bastante alta, el apoyo a los nuevos productores y empresarios que se da en el país hoy en día se bastante amplio, una empresa puede ser formada vía online y se puede iniciar la producción un cultivo en específico con un pequeño aporte de capital, por lo que en cualquier momento nuevos emprendedores con este tipo de productos puede entrar en el mercado.

Poder de negociación de los clientes: Los cliente tienen un poder de negociación bajo, porque en la actualidad no existe un competidor directo con el mismo producto.

Amenaza de productos sustitutos: En el Ecuador se produce una gran variedad de frutas, semillas, verduras, etc., y cada vez son más las tendencias por llevar una vida saludable, que las personas diseñan nuevos

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

modelos de negocio basándose en esto. Y muchos alimentos como las bayas de goji, la pitajaña, el palmito, etc., han tenido su boom, así que es muy fácil que a un mediano se desarrolle harinas más saludables que las actualmente ya están en el mercado, por lo que la amenaza es alta.

Poder de negociación de los proveedores: Aunque en Ecuador se cultiva la chía como un producto para exportaciones desde el 2005, según un boletín de análisis de mercado, emitido por PRO ECUADOR, y aunque en los últimos años se ha incrementado el número de proveedores, aún no existe una oferta de este cultivo excesivo, pero tampoco es escaso, por lo tanto es medio el poder de negociación de los proveedores.

Rivalidad entre competidores existentes: Es bajo, pues no existe un competidor directo, sin embargo, si existen competidores indirectos con gran participación en el mercado.

Conclusiones

-La producción y distribución de chía está ubicada en un mercado atractivo.

-El mercado no se encuentra saturada con competidores directos.

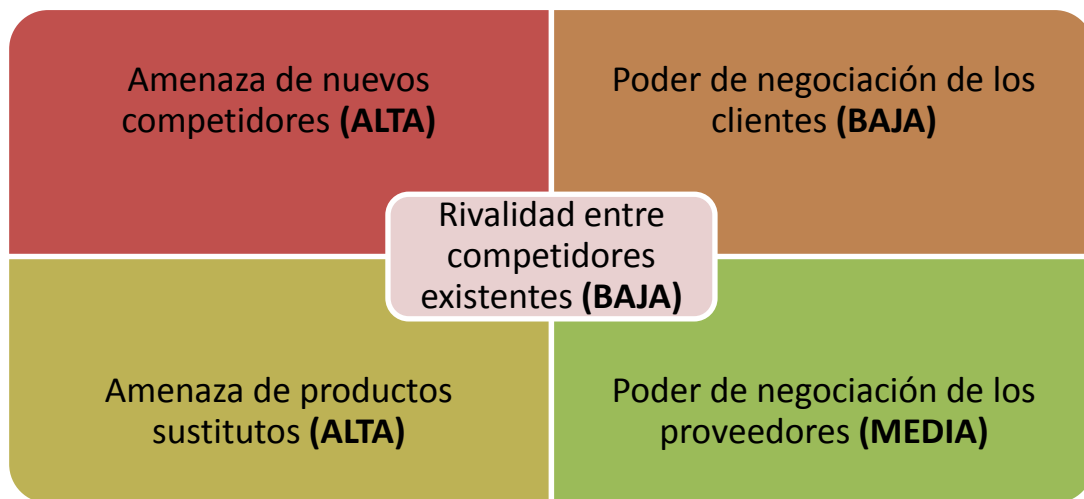
-La producción de la chía no requiere una fuerte inversión por lo que es fácil el ingreso de nuevos competidores.

-El producto es innovador, y además se enmarca dentro de la tendencia que se vive en el país hoy en día, que es llevar una alimentación saludable.

-La chía a diferencia de otros productos cuenta con mayores beneficios y no ha sido explotada.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 11: Cinco Fuerzas Competitivas de Porter



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

4.7. Análisis de la Oferta

4.7.1. Tipo de Competencia

Tabla 5: Tipo de Competencia

DIRECTA	INDIRECTA	POTENCIAL
Empresas que elaboren harina con productos sustitutos (coco, maíz, quinua, machica, etc.) de la harina convencional, que tenga altos beneficios nutricionales y sea sin gluten.	Empresas que se dedican a la elaboración de harina convencional.	Empresas que actualmente se dedican a la elaboración de la harina, no obstante pueden diversificar sus productos incluyendo una harina libre de gluten.

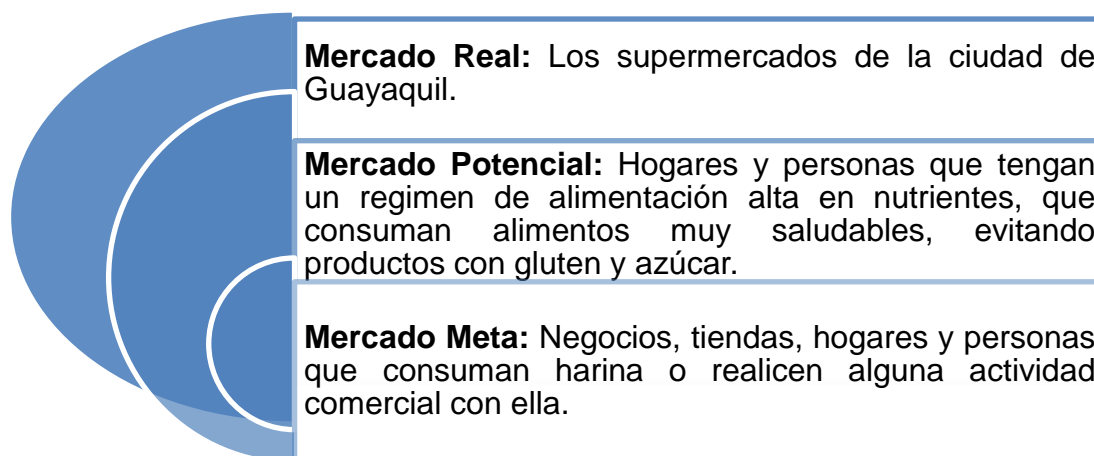
Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.7.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

Ilustración 12: Marketshare



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

4.7.3. Segmentación de Mercado

La empresa segmentará su mercado al direccionar su producción y distribución a la entrega puerta a puerta bajo pedido y en los supermercados de la ciudad de Guayaquil, para que sean adquiridos y consumidos por cierto grupo de personas que tengan aspectos geográficos, demográficos, socioeconómicos y psicogáficicos parecidos.

4.7.4. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Dentro de la presente investigación no se encontró competidores directos, que ofrezca el mismo producto dentro de la ciudad de Guayaquil, no obstante, se encontró un competido internacional, el cual si ofrece el mismo producto, además existen dos competidores indirectos que tienen un alto posicionamiento a nivel nacional y local.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 6: Características de los competidores

Competidores	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Productos Principales
DAYELET (Internacional)	Alto	1990	Barcelona	Productos de repostería sin gluten.
Harina de Trigo Santa Lucía (Indirecto)	Alto	1938	Quito	Harinas, premezclas, y gérmenes de trigo.
Harina de Trigo Súper 4 (Indirecto)	Alto	1961	Guayaquil	Harinas industriales y productos quaker.

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

4.7.5. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contraestrategia de la Empresa.

El principal competidor directo es Dayelet, el mismo que elabora una harina de chía, sin embargo, su estrategia de esta empresa es vender vía online. Los dos otros competidores indirectos locales son productores de harina de trigo, estos son: Santa Lucía y Super 4. Dichos competidores producen harinas de trigo industriales.

La contraestrategia de la empresa será ofrecer una harina de chía que pueda sustituir la harina convencional, resaltando los beneficios de este súper alimento, entre ellos: su alto nivel de omega, su aporte a mejorar la digestión, y finalmente que es apta para personas celiacas y con trastornos alimenticios.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 13: Competidores



4.8. Análisis de la Demanda

4.8.1. Criterio de Segmentación

Para la selección de segmento se han considerado ciertos parámetros entre ellos:

Tabla 7: Selección de Segmentos

<u>Geográfico</u>	<u>Demográfico</u>	<u>Socioeconómico</u>	<u>Psicográfico</u>
Habitantes de la ciudad de Guayaquil.	Hogares y Supermercados de Guayaquil.	El producto está dirigido a especial persona que pertenezcan al estrato socioeconómico tipo: B, C+ y C-, según la nueva estratificación del INEC.	Hogares que elaboren y consuman productos con harina.

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En el 2011, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) presentó la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico, en la cual se:

“(...) reflejó que los hogares de Ecuador se dividen en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D.” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011)

4.8.2. Selección de Segmentos

Considerando el inciso anterior SORET Cía. Ltda., direccionará su producto a los supermercados de la ciudad de Guayaquil, para que tenga como consumidor final los hogares y personas de nivel socioeconómico B,C+ y C-, que elaboren y consuman alimentos con harina convencional; y que busquen sustituirla por una harina de chía mucho más saludables libre de gluten.

4.8.3. Perfiles de los Segmentos

La empresa busca clientes con el siguiente perfil:

- Hogares o personas que vivan en la ciudad de Guayaquil.
- Hogares o personas que elaboren productos con harina.
- Hogares o personas que lleven una dieta saludable.
- Personas con trastornos alimenticios.
- Supermercados locales.
- Supermercados que inicien sus actividades operacionales.

4.9. Matriz FODA

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 8: FODA

MATRIZ FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	-Producto innovador y atractivo para el mercado guayaquileño. -Producto con altos beneficios nutricionales.	-Empresa pequeña sin experiencia. -Poco financiamiento para aumentar la producción de la harina de chía.
OPORTUNIDADES	Estrategia F+O	Estrategia D+O
-El mercado no se encuentra saturado con productos elaborados a base de chía. -Existe una tendencia en la demanda de productos bajos en gluten y azúcar.	-Ingresar al mercado guayaquileño a través de una fuerte campaña publicitaria dirigida principalmente para las amas de casa, quienes elaboran más platos con harina. -Resaltar los beneficios de la harina de chía en el empaque.	-Estudiar los modelos de producción de otras empresas productoras de harina, adicionando los beneficios de la chía. -Tener dos fuentes de financiamiento, puede ser por los recursos propios, inversionistas o bancos.
AMENAZAS	Estrategia F+A	Estrategia D+A
-Fácil entrada de nuevos competidores. -Con la producción de otro tipo de alimentos también podrían elaborar harina gluten free.	-Constante promoción del producto para familiarizar al cliente. -Se puede colocar recetas con la elaboración de harina de chía.	-Capacitación al personal para impulsar sus habilidades en la producción y distribución del producto.

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.10. Investigación de Mercado

4.10.1. Método

Método de Investigación Cuantitativo y Método de Investigación Cualitativo.

4.10.2. Diseño de la Investigación

Los datos y la información necesaria con respecto al mercado objetivo se obtendrán principalmente de la aplicación del método de investigación Cuantitativa mediante el cual se buscará cuantificar y obtener datos estadísticos para el posterior análisis de los mismos. Dado que “Foodiet - Harina de Chía” es un producto nuevo se ha considerado obtener información que permita explicar de los resultados cuantitativos, esta información complementaria se obtendrá mediante la aplicación del método de investigación Cualitativo.

Primeramente se aplicará una encuesta a un número determinado de personas y de esta forma obtener datos estadísticos, para posteriormente realizar un grupo focal y obtener información más detallada acerca de los gustos y preferencias de clientes potenciales.

4.10.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)

Objetivo general

Mediante el análisis de los datos e información, determinar el impacto, el nivel de agrado y aceptación del nuevo producto “Foodiet - Harina de Chía” en la población de nivel socioeconómico C+, B y A de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos Cuantitativos

- Determinar la disposición del mercado objetivo frente al lanzamiento al mercado de un nuevo producto sustituto de la harina de trigo convencional.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Determinar el margen de ganancia con respecto al precio que el mercado está dispuesto a tolerar para un producto como la Harina de Chía.
- Identificar la posible rotación del producto durante el primer periodo.
- Identificar el grupo objetivo y medios de comunicación ideales para dirigir una estrategia de mercadeo.
- Determinar la predisposición del mercado para adquirir el producto “Foodiet - Harina de Chía”

Objetivos Específicos Cualitativos

- Investigar acerca de la cultura alimenticia del grupo objetivo en la ciudad de Guayaquil
- Conocer la preferencia de los consumidores potenciales de “Foodiet - Harina de Chía” respecto a la imagen y presentaciones del producto.
- Identificar las principales características que valoran los consumidores potenciales acerca de productos específicos como Harina de Chía.
- Identificar cuáles podrían ser los usos más frecuentes del nuevo producto “Foodiet - Harina de Chía”.

4.10.2.2. Tamaño de la Muestra

Para determinar el número de encuestas a realizar o tamaño de muestra, inicialmente se realizó una investigación para cuantificar el mercado meta; esto fue posible mediante la sumatoria de la población de la ciudad de Guayaquil que se encuentra entre 23 a 50 años de edad, siendo el resultado 522.877 personas, a este valor se le aplicó el porcentaje 35,9% que corresponde a la sumatoria de los Niveles A, B, y C+ de Estratificación Socioeconómica establecidos según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el valor resultante fue 187.713 personas, dicho valor fue considerado como el Population Size o tamaño de la población aplicado a la tabla “Sample Size Table” para obtener el tamaño óptimo de la muestra. Dado el tamaño de la población específica, con un margen de error de 5% y nivel de confianza de 95% se determinó que el número de la muestra ideal es 384 personas para este proyecto.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En el siguiente gráfico se observa el cálculo de la muestra que determino el número de encuestas a realizar.

Gráfico 1: Tamaño de la Muestra

De 20 a 24 años	104,688
De 25 a 29 años	100,81
De 30 a 34 años	95,21
De 35 a 39 años	80,869
De 40 a 44 años	72,564
De 45 a 49 años	68,736
TOTAL	522,877
MEDIA ALTA	35,90%
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	187,712843
95% CONF 5% ERROR	384

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

4.10.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

4.10.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)

Se realizara un grupo focal que contará con la participación de 8 personas que deberán cumplir con el perfil del consumidor antes establecido. Dicha actividad se llevara a cabo en la ciudad de Guayaquil, en un salón que cuenta con las adecuaciones necesarias para este tipo de técnicas de investigación, dentro de las instalaciones de una agencia publicitaria ubicada en el Centro Empresarial Colón, Edif. Empresarial 3, oficina 107. Esta práctica permitirá conocer la opinión de los posibles

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

consumidores acerca de aspectos específicos del producto, además proporcionara información importante que servirá como input para perfeccionar el producto previo al lanzamiento al mercado. En el anexo 1 se podrá encontrar la Guía del Moderador y evidencia de esta actividad.

4.10.2.3.2. Concluyente (Encuesta)

Con el fin de obtener información cuantificable se aplicaran un formato de 14 preguntas de selección múltiple a 384 personas en la ciudad de Guayaquil que cumplan con las características del perfil del consumidor expuestas anteriormente. En el Anexo 2 se adjunta el Formulario de la Encuesta y la evidencia de esta práctica.

4.10.2.4. Análisis de Datos

Primeramente se realizara el análisis Cualitativo de la información obtenida mediante la técnica de grupo focal, luego se realizara la cuantificación de los datos obtenidos mediante las encuestas.

GRUPO FOCAL

El análisis corresponde a los comentarios vertidos por los participantes durante el desarrollo de esta actividad.

1. Preguntas Generales o de Apertura

- a. Con cuanta frecuencia compran harina en los supermercados de la localidad?

Análisis: La mayoría de los participantes comprar harina una vez al mes en el supermercado, otra parte de los participantes solo compra harina en ocasiones específicas y una minoría no tienen harina dentro de su lista de compras en supermercados. Esta situación indica que aunque la harina de trigo esta considera un producto de primera necesidad en la canasta básica familiar, el grupo objetivo de esta investigación no considera prioritaria la ingesta de dicho producto porque no le proporciona beneficios en cuanto a apariencia y bienestar.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

b. Qué marcas de harina conocen?

Análisis: El total de los participantes mencionaron “Harina Ya” lo que significa que esta marca y producto se encuentra en el top of mind de nuestro grupo objetivo. También fueron mencionadas harina especial para repostería y otro tipo de harinas como la de quinua y plátano, lo que denota que dentro de los participantes existe interés por otras opciones más saludables de alimentación.

c. Qué marca de harina consumen?

Análisis: De los participantes presentes, todos aquellos que consumen harina coincidieron en “Harina Ya” y otro tipo de Harina específica para repostería Fleischmann. Este escenario demuestra que en la mente de los posibles consumidores se encuentra posicionada la marca “Harina Ya” e influye directamente en la decisión de compra de los consumidores, pero sin embargo en situaciones específicas los consumidores son conscientes que existen otras opciones que pueden aportar mayores beneficios como la harina pre mezcla de la marca Fleischmann.

d. Han escuchado acerca de la Chía y sus múltiples beneficios para la salud y el bienestar de las personas?

Análisis: El total de los participantes coincidieron en conocer acerca de la Chía y sus beneficios, la mayor parte de ellos han probado en alguna ocasión dichas semillas y algunos de ellos consumen actualmente la semilla en su presentación original.

2. Preguntas de Transición

a. Con qué frecuencia preparan o consumen alimentos a base de harina?

Análisis: la mayoría de los participantes manifestaron que si consumen a diario alimentos a base de harina, como pan, galletas, pastas, empañadas, postres; sin embargo dos de los participantes expresaron que evitan el consumo de estos alimentos a base de harina porque no contribuyen con su dieta y los remplazan frecuentemente por otro tipo de alimentos de origen orgánico o

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

integral. Esta reacción evidencia que hoy en día la mayoría de personas del segmento de estudio si están dispuestas a probar nuevos productos de origen natural que ofrezcan más beneficios para fortalecer su salud y cuidar su apariencia física.

- b. Qué piensan ustedes sobre la harina de trigo convencional?

Análisis: Los participantes manifestaron que la harina es un producto indispensable en la cocina de las familias ecuatorianas pero que su consumo excesivo acarrea problemas de salud y sobrepeso. Se interpreta que actualmente las personas del grupo objetivo son conscientes de que la ingesta de ciertos alimentos sin un aporte nutricional significativo puede ocasionar problemas en su salud y estilo de vida.

- c. Han escuchado acerca de otro tipo de harinas que pueden sustituir a la harina de trigo?Cuál es su opinión al respecto?

Análisis: Los participantes respondieron que si han escuchado acerca de otro tipo de harinas existentes en el mercado pero no han tenido la oportunidad de probarlas y que no tienen mayor información acerca de su funcionamiento, preparación y versatilidad al momento de utilizarla. Esto indica que aunque las personas tienen conocimiento de la existencia de otro tipo de harina que puede tener mayores beneficios que la harina convencional no han recibido mayor información acerca del producto y esto no genera confianza en el momento de la decisión de compra.

3. Preguntas Específicas

- a. Qué opinan ustedes sobre una nueva harina a base de chía que guarde los mismos beneficios de la semilla en su estado natural?

Análisis: a la mayoría de los participantes les pareció interesante la idea de este nuevo producto y resaltaron la importancia de que conserve los mismos beneficios de que semilla en su estado natural. Una parte de los participantes mostró preocupación acerca del sabor y apariencia de este producto y cómo afectaría en la preparación de las recetas que originalmente son con harina de trigo. La personas

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

muestran disposición a conocer y probar un nuevo producto que ofrezca mayores beneficios pero también les interesa que el producto satisfaga necesidades en cuanto a sabor, consistencia y apariencia al momento de sustituir la harina convencional por la harina de Chía en la preparación de sus recetas.

- b. Entrega física del producto. Qué opinan acerca de este producto?

Análisis: La mayoría de los participantes resaltaron el color oscuro de la Harina de Chía en comparación con la harina de trigo que es de color claro y de apariencia más fina, además se hicieron ciertos comentarios acerca del empaque que debería ser más resistente y con facilidades para abrir y cerrar continuamente evitando derrame de producto. La imagen y presentación del producto responden a una producción piloto de la Harina de Chía, actualmente no se cuenta con la maquinaria y equipos idóneos para esta producción pero sin embargo este experimento muestra que los posibles consumidores si están interesados en un empaque e imagen que los haga sentir cómodos y seguros al momento de usar el producto.

- c. Exposición de platillos preparados a base de este producto. Observación de las reacciones y expresiones de los participantes.

Análisis: La reacción de los participantes ante los diferentes productos que se pueden preparar a partir de la Harina de Chía fue positiva y esta evidencia desplazo en parte la incredulidad de los posible consumidores con respecto al buen funcionamiento de la haría de chíá en la cocción de ciertas recetas. Esta situación indica que para este tipo de producto es muy necesario comprobar y mostrar evidencia para crear confianza en el producto para concretar la decisión de compra.

- d. Estarían dispuestos a sustituir la harina convencional por la harina de chíá? Parcialmente? Completamente?

Análisis: Los participantes si muestran disposición para adquirir y probar un nuevo tipo de harina con los beneficios de la Chía, pero la mayoría coinciden en que lo ideal sería sustituir parcialmente o

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

complementar con harina de Chía la preparación de recetas que originalmente son con harina de trigo convencional; hubo una pequeña parte que expreso disposición de sustituir completamente la harina de trigo por la harina convencional en el caso de que el nuevo producto Harina de Chía satisfaga sus necesidades nutricionales.

- e. Cuánto dinero estarían dispuestos a pagar por este producto que posee muchos beneficios para mantenerse saludable?

Análisis: Los participantes no tenían mayor conocimiento acerca de los precios de la harina convencional en el mercado, luego de proporcionar esta información la mayoría expresaron valores entre \$3.50 y \$4.50.

4. Preguntas de Cierre

- a. Qué le recomendarían a los creadores de este producto?

Análisis: Las recomendaciones fueron principalmente enfocadas en la presentación y empaque del producto, y refinamiento de la partícula de harina, lo que exige revisar con atención la presentación del producto, material y diseño del empaque, mejorar la apariencia y calidad de la Harina antes del lanzamiento del producto al mercado.

- b. Recomendarían a sus familiares y amigos este producto?

Análisis: Los participantes manifestaron que si recomendarían este producto a familiares y amigos que tengan similares hábitos alimenticios siempre y cuando la apariencia y sobre todo calidad del producto cumpla con la propuesta ofrecida.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

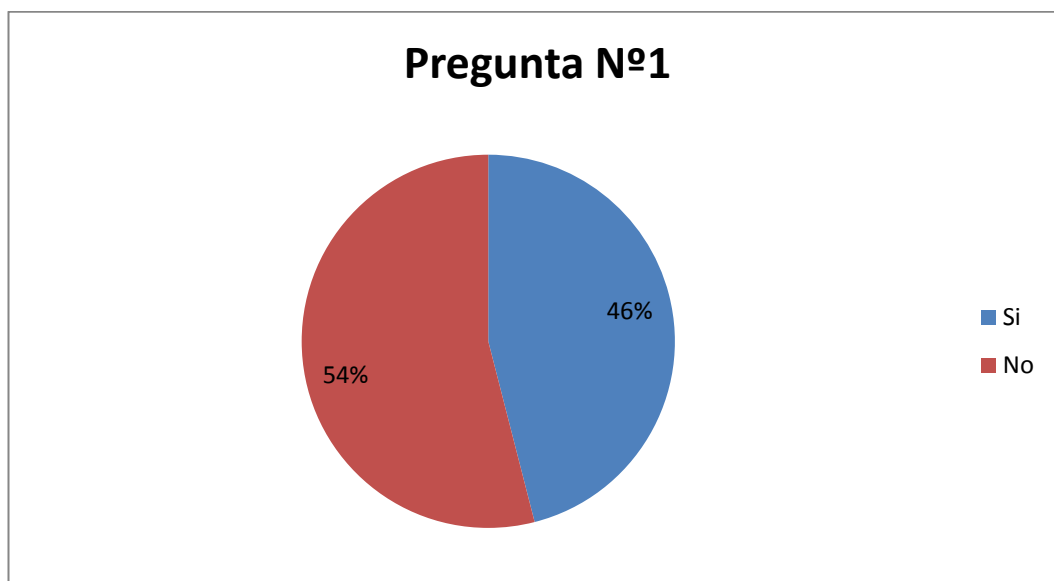
ENCUESTA

1. ¿Prepara o ingiere sus alimentos a diario en casa?

Si?(__)

No?(__) (Gracias, fin de la encuesta)

Gráfico 2: Pregunta N°1 - Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

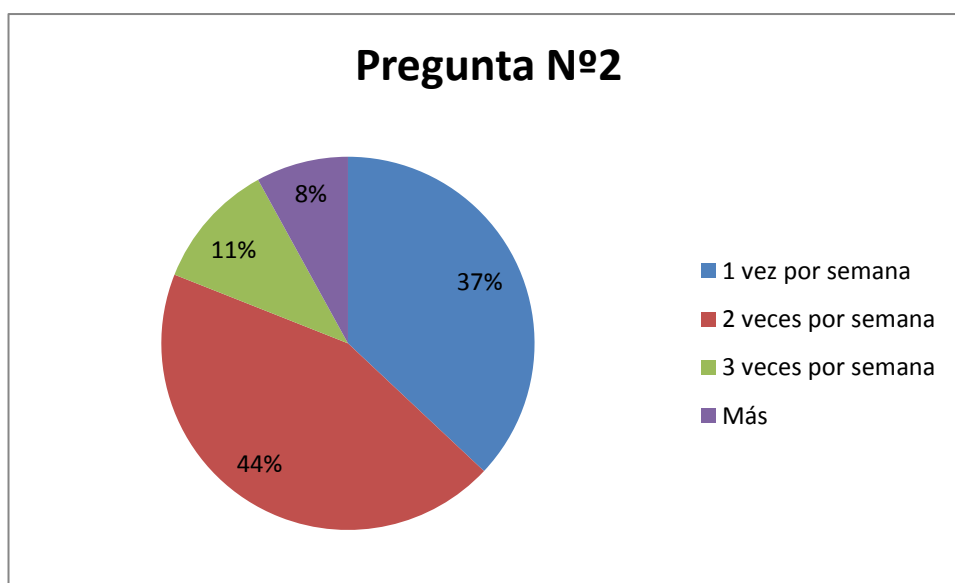
Con esta pregunta se busca conocer el tamaño aproximado del mercado meta, la gráfica nos indica que del total de las personas encuestadas el 46% si preparan o consumen sus comidas en casa, mientras que el 54% no prepara o ingiere sus alimentos en casa; esta situación se debe principalmente a que por la naturaleza de las actividades que realizan a diario estas personas no poseen disponibilidad de tiempo para dedicarle a estos labores y por ende deciden buscar otras opciones alimenticias en restaurantes o empresas dedicadas a esta actividad.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2. ¿Con qué frecuencia prepara o ingiere alimentos que contengan harina?

1. Una vez por semana (___)
2. Dos veces por semana (___)
3. Tres veces por semana (___)
4. O más (___)

Gráfico 3: Pregunta N°2 - Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

Esta pregunta nos permite conocer la influencia e importancia de los alimentos a base de harina en la dieta diaria de las personas que pertenecen al mercado meta. El 44% de los encuestados manifiesta que ingieren dos veces por semana productos que contengan harina, seguido de 37% que indican que consumen una vez por semana productos a base de harina, el 11% que consumen este tipo de productos 3 veces por semana y finalmente las personas que consumen más de tres veces por semana productos a base de harina son minoría con el 8% del total, cabe recalcar que muchas veces no somos conscientes de que algunos platillos que ingerimos con frecuencia contienen entre sus ingredientes harina.

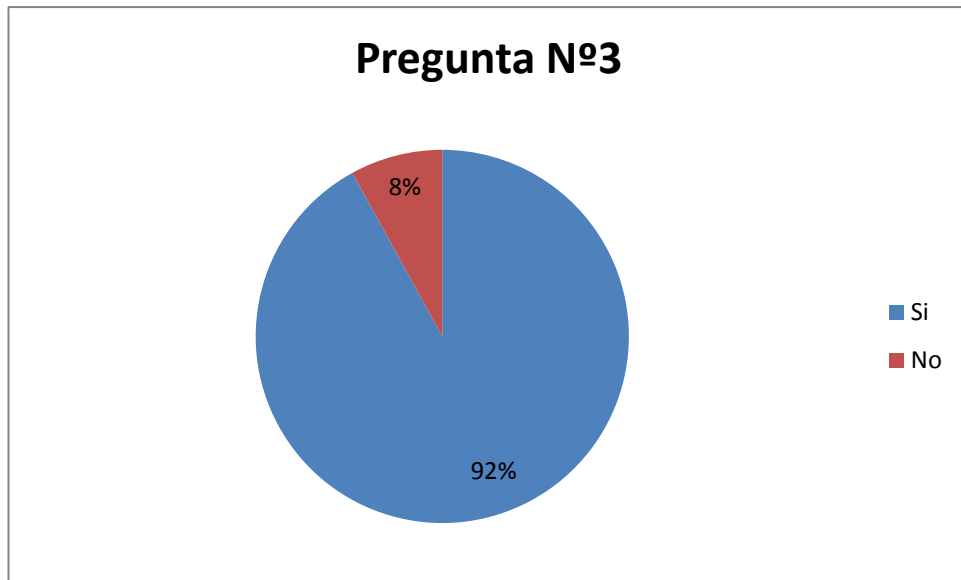
“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3. ¿Conoce o ha escuchado acerca de la Chía y sus beneficios?

Si?()

No?()

Gráfico 4: Pregunta N°3 - Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

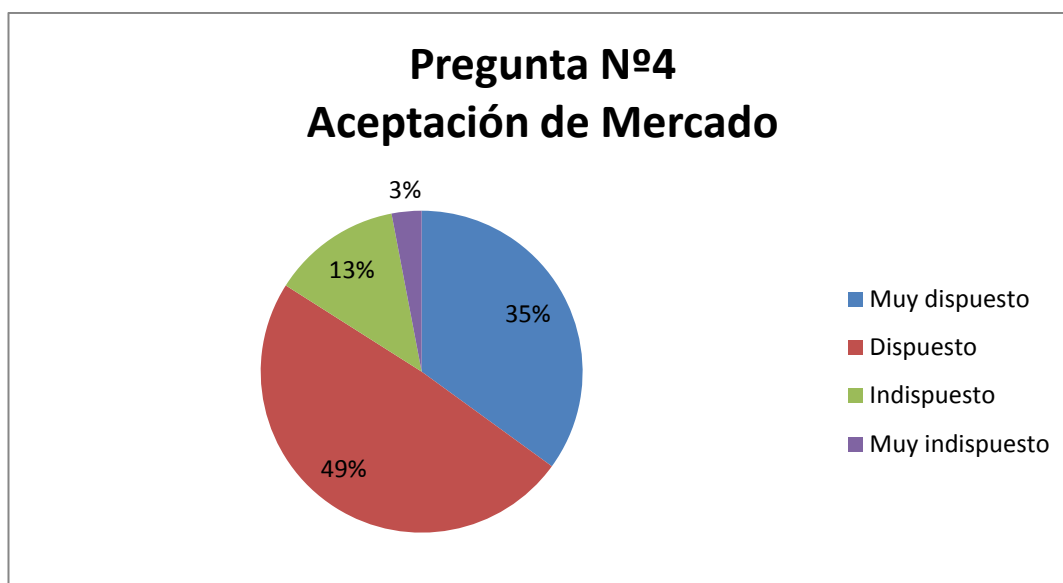
Debido a la popularidad de que hoy en día tienen los “super alimentos” El 92% de los encuestados coinciden en tener conocimiento sobre la Salvia Hispánica que comúnmente se conoce como semillas de chía y los beneficios que la ingesta de esta semilla produce en la salud y bienestar de las personas, mientras que una minoría con el 8% no poseen información acerca de este producto ni sus propiedades.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4. ¿Si lanzaran al mercado un nuevo tipo de harina a base de Chía estaría dispuesto a probarla?

Muy Dispuesto() Dispuesto() Indispuesto() Muy Indispuesto()

Gráfico 5: Pregunta N°4 - Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

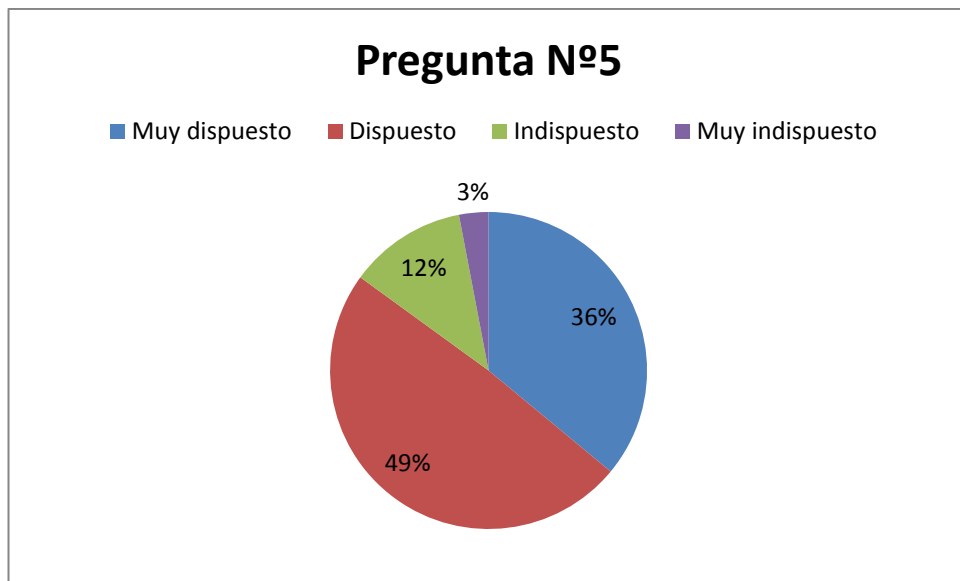
Esta pregunta es de vital importancia porque permite conocer si el mercado meta está dispuesto a adquirir un producto nuevo como la Harina de Chía. Un 35% de los encuestados afirmaron estar muy dispuestos a probar este nuevo producto, la mayoría de los encuestados con 49% manifiestan estar dispuestos a probar un producto con estas características, seguidos de lejos por el 13% que no estaría dispuesto y el 3% que definitivamente no probaría este producto.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5. ¿Estaría dispuesto a sustituir la harina de trigo convencional por una harina de mayor valor nutricional pero de diferente apariencia?

Muy Dispuesto() Dispuesto() Indispuesto() Muy Indispuesto()

Gráfico 6: Pregunta N°5 - Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

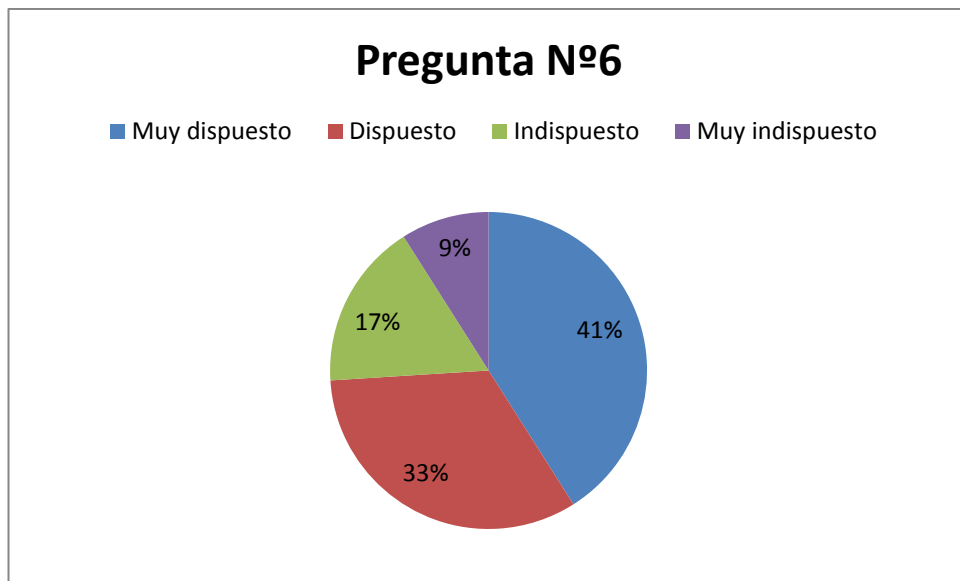
El planteamiento de esta interrogante permitirá determinar el comportamiento de nuestro mercado meta frente al producto sustituto, es decir si los consumidores de harina convencional estarían dispuestos a consumir chía en lugar de la harina tradicional. El 36% afirmó estar muy dispuesto, el 49% que sería la mayoría de los encuestados dice estar dispuesto a sustituir la harina de trigo por Harina de Chía, seguido de lejos por el 12% que no está dispuesto y el 3% que manifiestan estar muy indispuestos ante la posibilidad de cambiar de sustituir tu harina tradicional por el nuevo producto a base de Chía.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6. ¿Estaría dispuesto a pagar \$0.99 más que la harina convencional por un kilo de Harina de Chía?

Muy Dispuesto() Dispuesto() Indispuesto() Muy Indispuesto()

Gráfico 7: Pregunta N°6 - Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

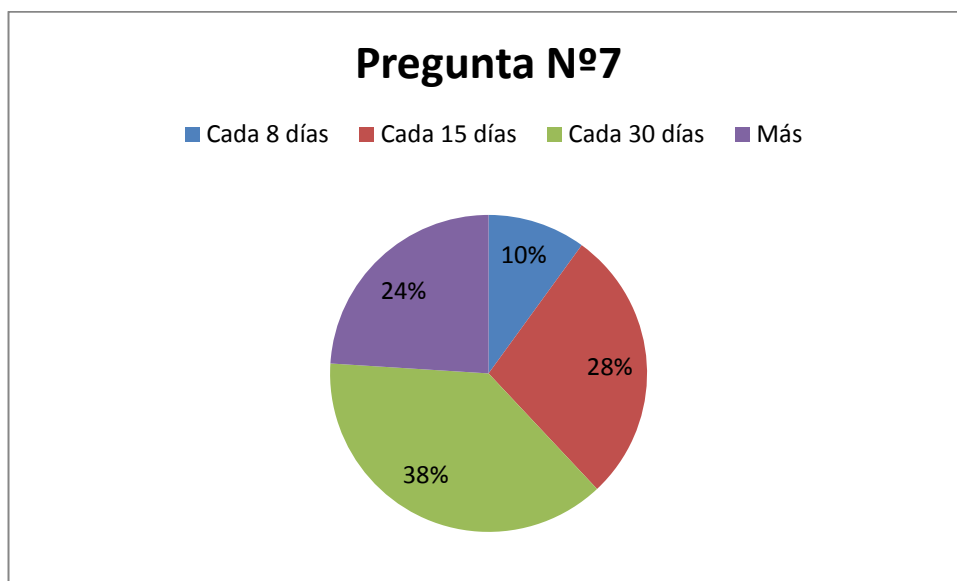
Esta pregunta permite conocer cuán sensible es el mercado en cuanto a la relación precio – beneficios que ofrece el producto Harina de Chía. La mayoría de los encuestados con el 41% manifiestan estar muy de acuerdo con pagar un dólar las por un producto de mayores beneficios para su salud, el 33% indica estar dispuestos a pagar este valor adicional, mientras que el 17% no está dispuesto a incurrir con este valor y el 9% está muy en desacuerdo con pagar más.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7. ¿Con qué frecuencia compra Harina?

Cada: 8 días(____) 15 días(____) 30 días(____) Más(____)

Gráfico 8: Pregunta N°7 - Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

Para conocer acerca de la frecuencia de compra de los consumidores de harina tradicional se formuló esta pregunta. El 10% de los encuestados adquiere harina semanalmente, el 28% cada 15 días, la mayoría con el 38% compra harina una vez al mes y el 24% que compra harina muy esporádicamente.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

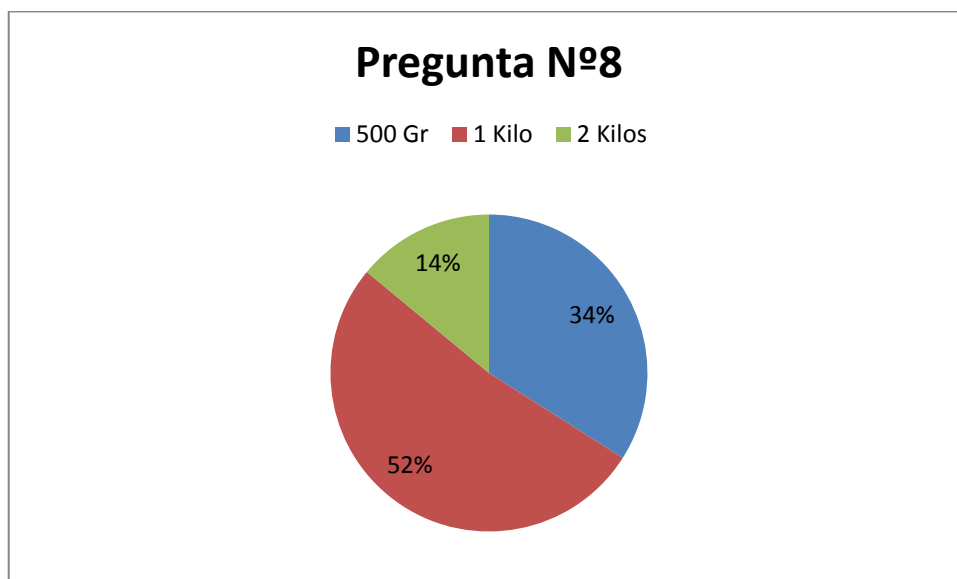
8. ¿Qué presentación de harina adquiere usualmente?

500 gr ____

1kilo ____

2kilos ____

Gráfico 9: Pregunta N°8 - Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

La mayoría de los encuestados con el 52% prefieren adquirir la presentación de 1 Kilo, seguido del 34% que prefiere la presentación de 500 Gr y finalmente el 14% que prefiere abastecerse con la presentación de 2 Kilos.

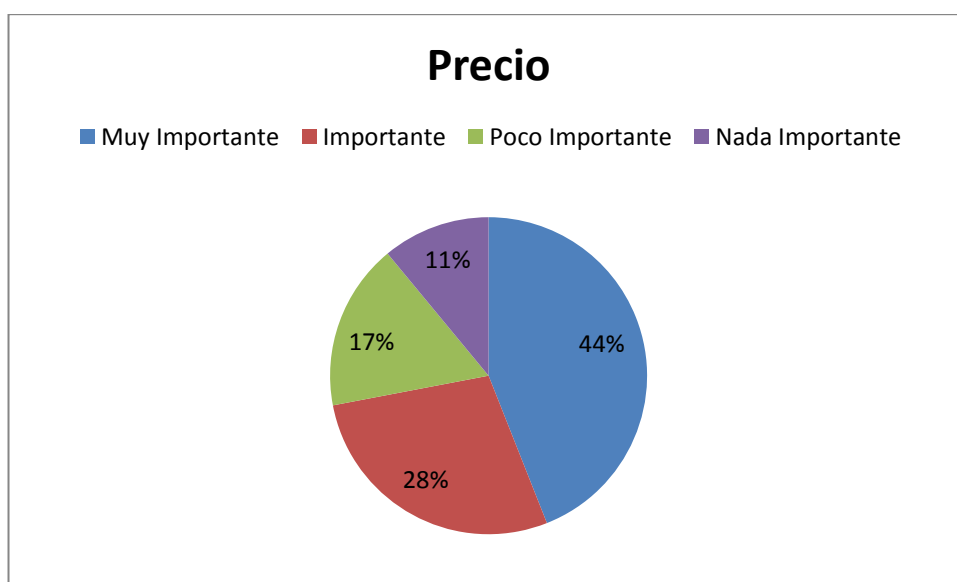
“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

9. ¿Cómo valora las características a la hora de comprar harina?

Siendo: Muy Importante (1), Importante (2), Poco Importante (3), Nada Importante (4)

*	1	2	3	4
Precio				
Tamaño				
Calidad				
Benef. Nutricionales				
Diseño				
Otros				

Gráfico 10: Pregunta N°9 –Encuesta

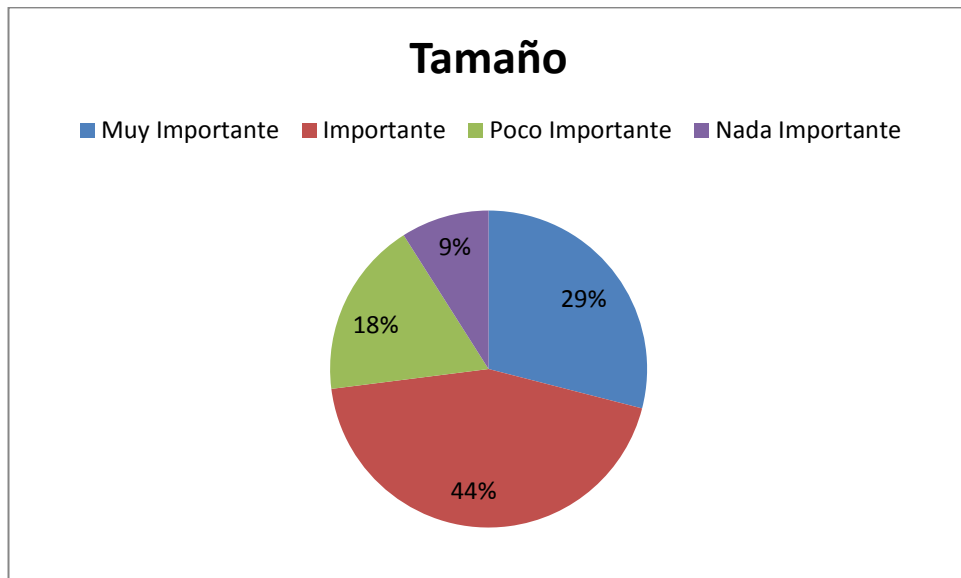


Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

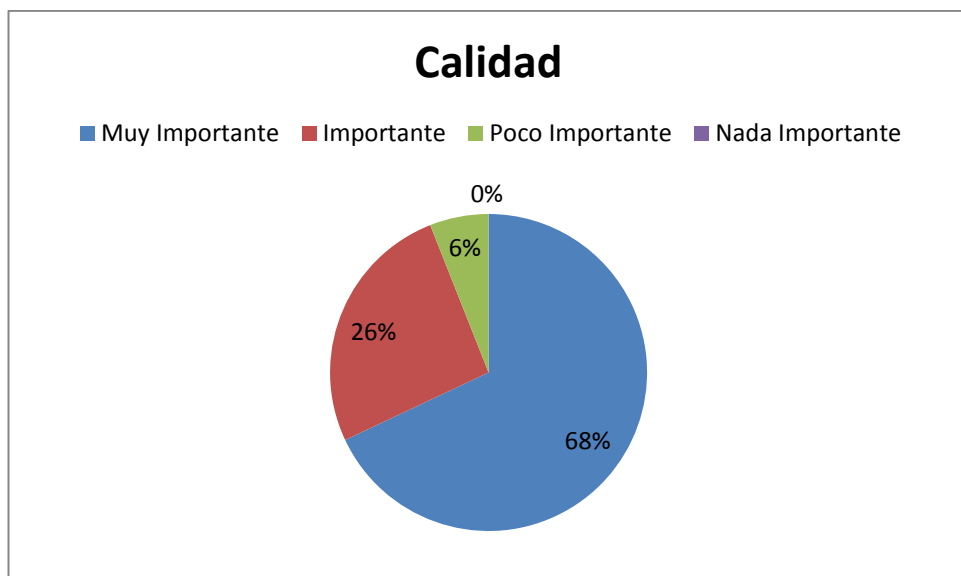
Gráfico 11: Pregunta N°9 –Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

Gráfico 12: Pregunta N°9 –Encuesta

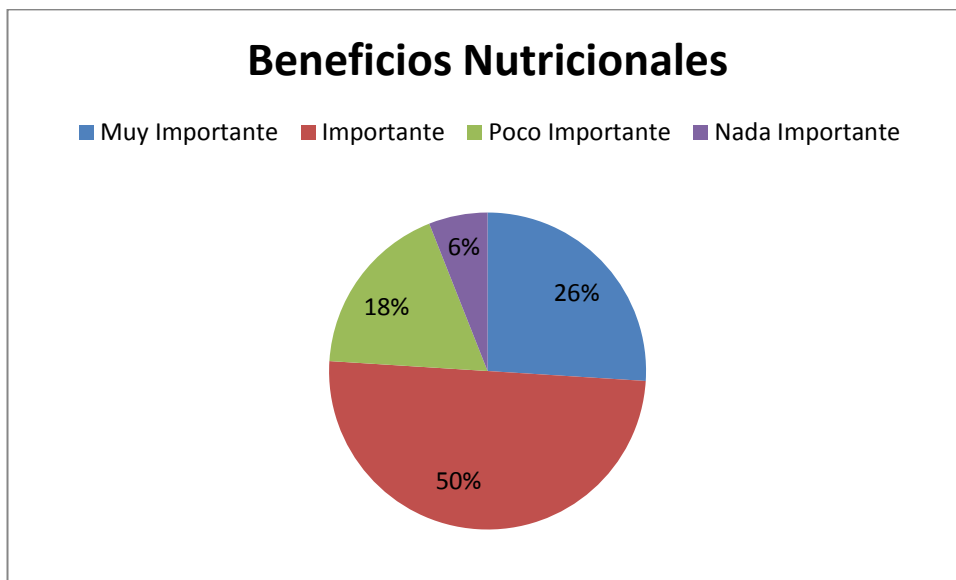


Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

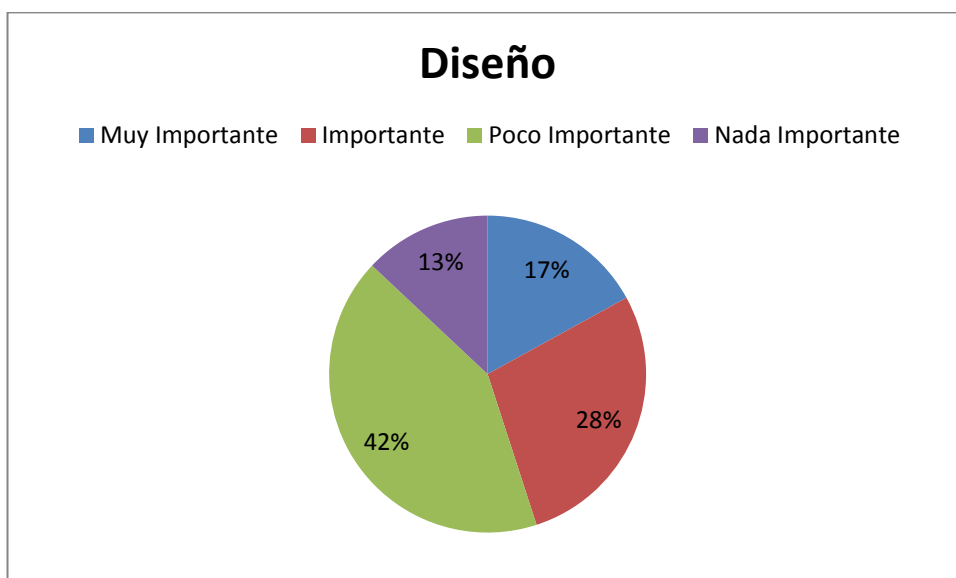
Gráfico 13: Pregunta N°9 –Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

Gráfico 14: Pregunta N°9 –Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

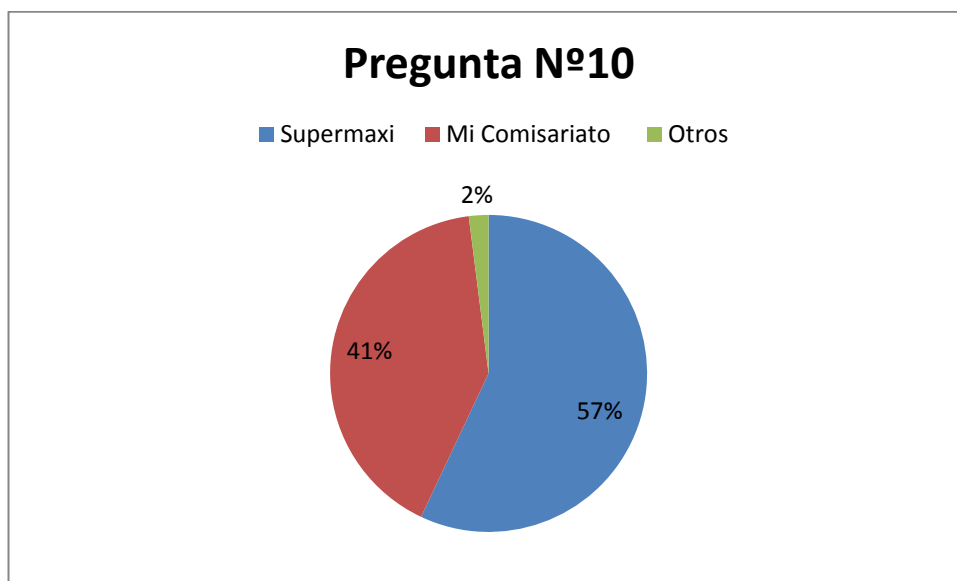
Esta pregunta nos permite obtener información acerca de las variables que más valoran los posibles consumidores del producto Harina de Chía al momento de la decisión de compra. El precio es uno de los aspectos más importantes, donde la mayoría de los encuestados con el 44% respondieron que consideran muy importante analizar el precio antes de decidir comprar un producto como la harina. En cuanto al tamaño el 29% de la población se enfoca principalmente en el tamaño o cantidad del producto pero el 44% también consideran como parte importante este aspecto ante la decisión de compra. Por otro lado la gran mayoría con el 68% coinciden en que uno de los factores principales para adquirir un producto como la harina sería que la calidad que ofrezca el producto satisfaga sus necesidades. El 26% de los encuestados consideran que los beneficios nutricionales son de mucha importancia al momento de comprar harina, mientras que la mayoría con el 50% considera importante este aspecto antes de adquirir harina. El diseño aunque sea una característica externa y complementaria del producto según los datos que arrojan las encuestas el 17% considera muy importante el diseño del empaque, sin embargo la mayoría con el 42% considera poco importante el empaque al momento de comprar un producto como la harina.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

10. Que supermercado visita con más frecuencia?

Supermaxi(____) Mi Comisariato(____) Otro(_____)

Gráfico 15: Pregunta N°10 –Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

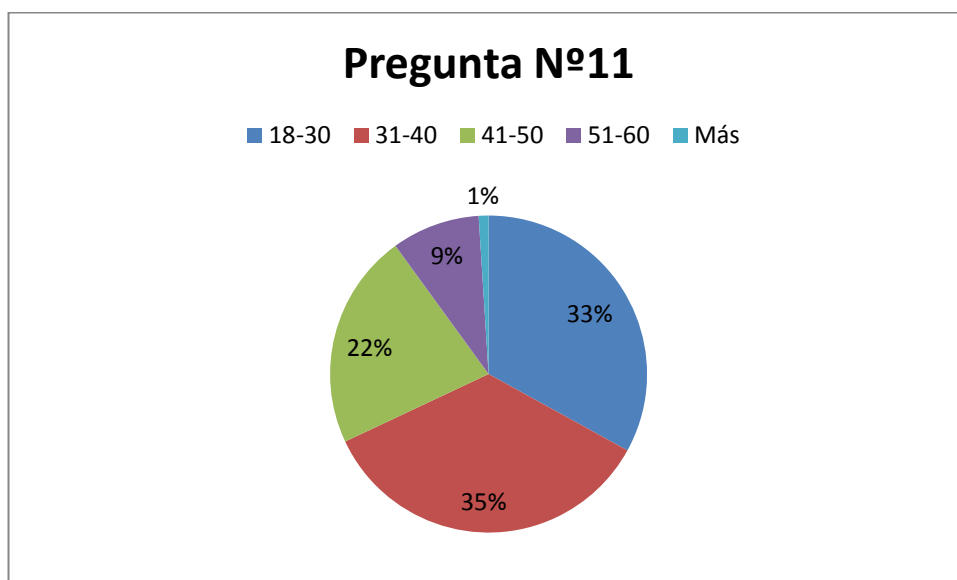
Fuente: La Investigación

La finalidad del planteamiento de esta pregunta es obtener información acerca de los canales de distribución preferidos por nuestro mercado meta. La gran mayoría con el 57% a la hora de realizar sus compras visitan la cadena de supermercados Supermaxi, mientras que el 42% de los encuestados prefieren acudir a Mi Comisariato al momento de hacer sus compras.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

11. Edad: 18 a 30() 31 a 40() 41 a 50() 51 a 60() Mas()

Gráfico 16: Pregunta N°11 –Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

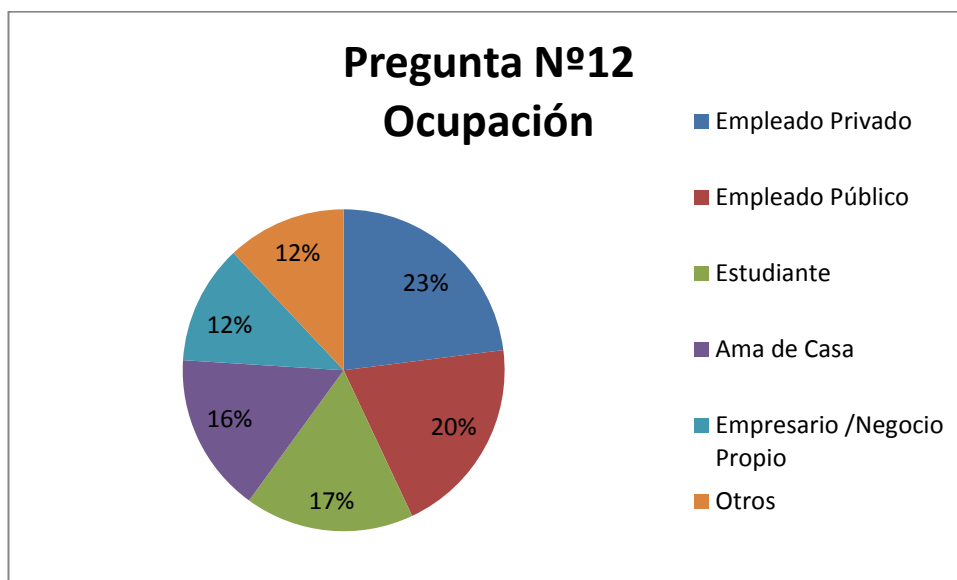
Fuente: La Investigación

En el desarrollo de la encuesta se trató en lo posible que los participantes cumplan con algunas de las características del perfil del consumidor planteadas anteriormente, la información receptada en las tres últimas preguntas del formulario proporcionaran información importante para el desarrollo de las estrategias de marketing. Aspectos como conocer la edad aproximada de los consumidores, sexo y ocupación ayudara al planteamiento eficiente de dichas estrategias. Los resultados de esta pregunta indican que el 90% de los encuestados tienen entre 18 y 50 años de edad.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

12. Ocupación

Gráfico 17: Pregunta N°12 –Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

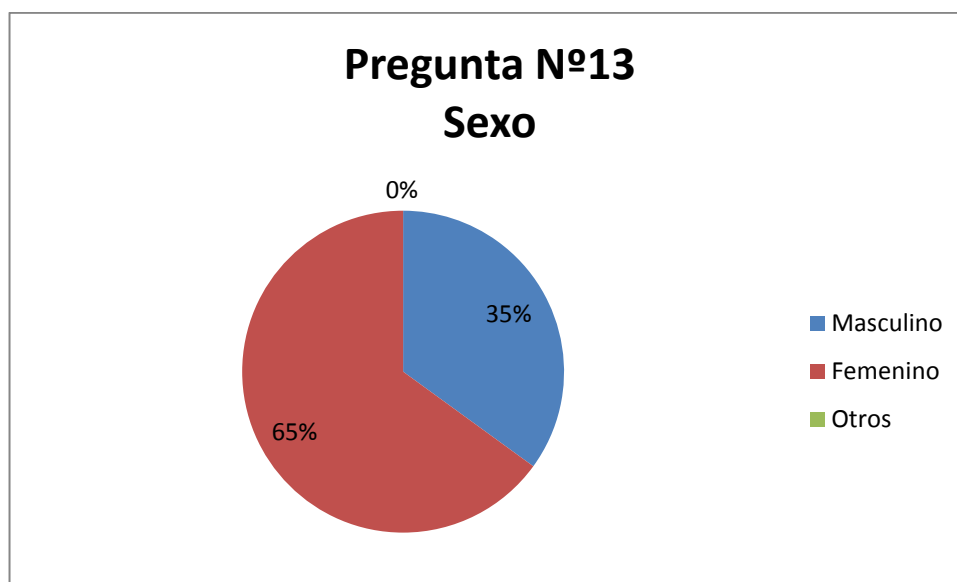
Fuente: La Investigación

Las ocupaciones de las personas que formarían parte del mercado meta son muy variables, destacándose los empleados de empresas públicas o privadas con 43%, seguido de los estudiantes con un 17%, luego las amas de casa con 16%, y personas que poseen su propio negocio y otras ocupaciones con 12% cada uno.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

13. Sexo: M (___) F (___) Otros (___)

Gráfico 18: Pregunta N°13 –Encuesta



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

Este cuadro expresa que del total de los encuestados la gran mayoría con el 65% con mujeres mientras que el 35% varones.

4.10.2.5. Resumen e interpretación de resultados

El resultado del grupo focal arrojó información cualitativa de aspectos fundamentales del producto como diseño y manejabilidad del empaque, textura de la harina, preferencias de consumo, frecuencia de consumo, opiniones específicas acerca de los beneficios y de la apariencia del producto.

Los datos cuantificados obtenidos de las encuestas proporcionaron información importante sobre el comportamiento del mercado meta como: frecuencia de consumo, porcentaje de aceptación del producto en el mercado, disponibilidad de los consumidores ante la sustitución de un producto tradicional frente un nuevo producto como Harina de Chía; además

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

arrojo datos acerca de la tolerancia de los consumidores ante el incremento de precio para este producto sustituto, medir el nivel de importancia de ciertas características y preferencias en cuanto a la presentación y cantidades del producto.

4.10.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

La información obtenida de la parte experimental de la investigación proporcionó información importante para establecer mejoras en cuanto al aspecto, presentación y trazabilidad del producto como definir el material y forma del empaque, mejorar el aspecto de las partículas de la harina, entre otros. Además permitió definir índice de aceptación del mercado que fue de 35%, determinar la cadena de distribución idónea para empezar la actividades comercialización además de que el análisis general de los datos sirvió para determinar las estrategias de mercadeo y posicionamiento de la marca en la mente de los consumidores.

4.10.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

Después del análisis de los resultados de esta investigación se recomienda:

- Mejorar el empaque del producto tomando en cuenta aspecto como la ergonomía con el fin de que facilite la maniobrabilidad del mismo.
- Mejorar la apariencia de la haría, es recomendable que tenga una apariencia para ligera.
- Diseñar una estrategia de mercadeo que cree expectativa antes del lanzamiento del producto para ir posicionando la marca en la mente de los posibles consumidores.
- Compartir información acerca de los beneficios del producto de forma masiva mediante una campaña de redes sociales para que el mercado objetivo conozca acerca de las propiedades y pueda valorar el producto al momento de la decisión de compra.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

Posicionar el producto “Foodiet – Harina de Chía” en el mercado de alimentos de la ciudad de Guayaquil para luego del tercer año con una marca reconocida en la industria lanzar el producto a nivel nacional.

Objetivos Específicos

- Posicionar en la mente del consumidor el producto “Foodiet – Harina de Chía” mediante una campaña publicitaria en medios digitales.
- Fidelizar a nuestros consumidores mediante la creación de una aplicación móvil para establecer mayor interacción y presencia de la marca.
- Fomentar una mejor cultura alimentaria mediante diferentes eventos informativos de capacitación y activación del producto.

5.1.1. Mercado Meta

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

Para lograr aumentar la cuota de mercado o el número de consumidores del producto, en vista de que “Foodiet – Harina de Chía” es un producto nuevo y no tiene competidores directos, la empresa utilizará estrategias que generen mayor conciencia de marca como:

- Mayor promoción mediante una campaña publicitaria en redes sociales que ofrezca un precio de venta especial por un periodo de tiempo limitado, ya que las promociones vinculadas con el precio pueden persuadir a los consumidores en su decisión de compra e incrementar el volumen de ventas.
- Aumento de los canales de distribución para lograr que el producto llegue con mayor facilidad a las manos de los consumidores mediante la presencia del producto en otros supermercados de la localidad y la

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

facilidad de enviar a domicilio las ofertas y promociones anunciadas en redes sociales. Y posteriormente después del tercer periodo utilizar técnicas más agresivas de penetración como la internacionalización del producto y del mercado.

- Anunciar las mejoras del producto ya sea en calidad de contenido o en empaque y presentación, para de esta forma crear interés y atraer a los consumidores a adquirir un producto mejorado y con mayores beneficios en contenido como en empaque y presentación.

5.1.1.2. Cobertura

Inicialmente el 100% de la producción será repartida entre dos canales de distribución indirecto y directo, que será principalmente Supermaxi que es uno de los supermercados con mayor presencia en la ciudad de Guayaquil donde se destinará el 80% de la producción mensual, y el segundo canal de distribución inicial se desarrollará mediante la entrega del producto a domicilio cuyo pedido será receptado mediante redes sociales respectivamente. Después del primer periodo de operación una vez que la marca esté posicionada en el mercado está proyectado ampliar los canales de distribución ofertando el producto “Foodiet – Harina de Chía” en Mi Comisariato que es otra cadena importante supermercados en Guayaquil.

Mientras que la cobertura inicial del plan de marketing será direccionada de forma estratégica a todas personas hombres y mujeres de condición socioeconómica C+, B, y A que tengan entre 23 a 50 años de edad según indica el perfil del cliente mencionado anteriormente.

5.2. Posicionamiento

5.2.1. Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Posición:

“SORET Cía. Ltda.” es una empresa productora y comercializadora de productos de origen natural dentro de la industria alimenticia de la ciudad de Guayaquil que busca satisfacer una de las necesidades apremiantes del mercado en la actualidad que es promover y fomentar salud, bienestar y mejorar el estilo de vida de los consumidores ofreciendo una alternativa saludable al momento de preparar o ingerir alimentos que utilizan Harina en su preparación.

Objetivo:

La empresa “SORET Cía. Ltda.” no solo busca posicionar su marca en la mente de los consumidores sino que también busca crear fidelidad en sus consumidores para generar confianza y rentabilidad en los clientes ofreciendo productos de la más alta calidad, comprometidos siempre con el progreso de la sociedad, de la industria y de todos los actores de esta actividad ofreciendo siempre una relación ganar – ganar.

Segmento:

Todas las personas hombres y mujeres entre 23 y 50 años de la ciudad de Guayaquil que busquen mejorar su alimentación, mantenerse saludables y mejorar su apariencia.

Atributos:

La empresa ofrece un producto de origen cien por ciento natural cuya ingesta proporciona muchos beneficios en la salud y el bienestar de los seres humanos; este producto además de conservar las propiedades originales de la Salvia Hispánica más conocida como Chía que es considerada un “súper alimento” su presentación de harina ofrece versatilidad y múltiples usos para enriquecer cualquier tipo de preparación.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Calidad Percibida:

Se espera que los consumidores no solo puedan percibir la calidad del producto mediante la experiencia y satisfacción de las expectativas generadas sobre un producto que ha sido producido con los más altos estándares de calidad, sino también mediante la socialización continua de las mejoras del producto en todos las etapas de trazabilidad.

Ventaja Competitiva:

“SORET Cía. Ltda.” ofrece un producto único en el mercado que además tiene un alto potencial para ser sustituto de la harina de trigo convencional y que puede sustituir parcialmente o completamente a la harina según las necesidades de los consumidores.

Símbolos Identitarios:

Ilustración 14: Logotipo



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 15: Modelo de Empaque – Parte Frontal

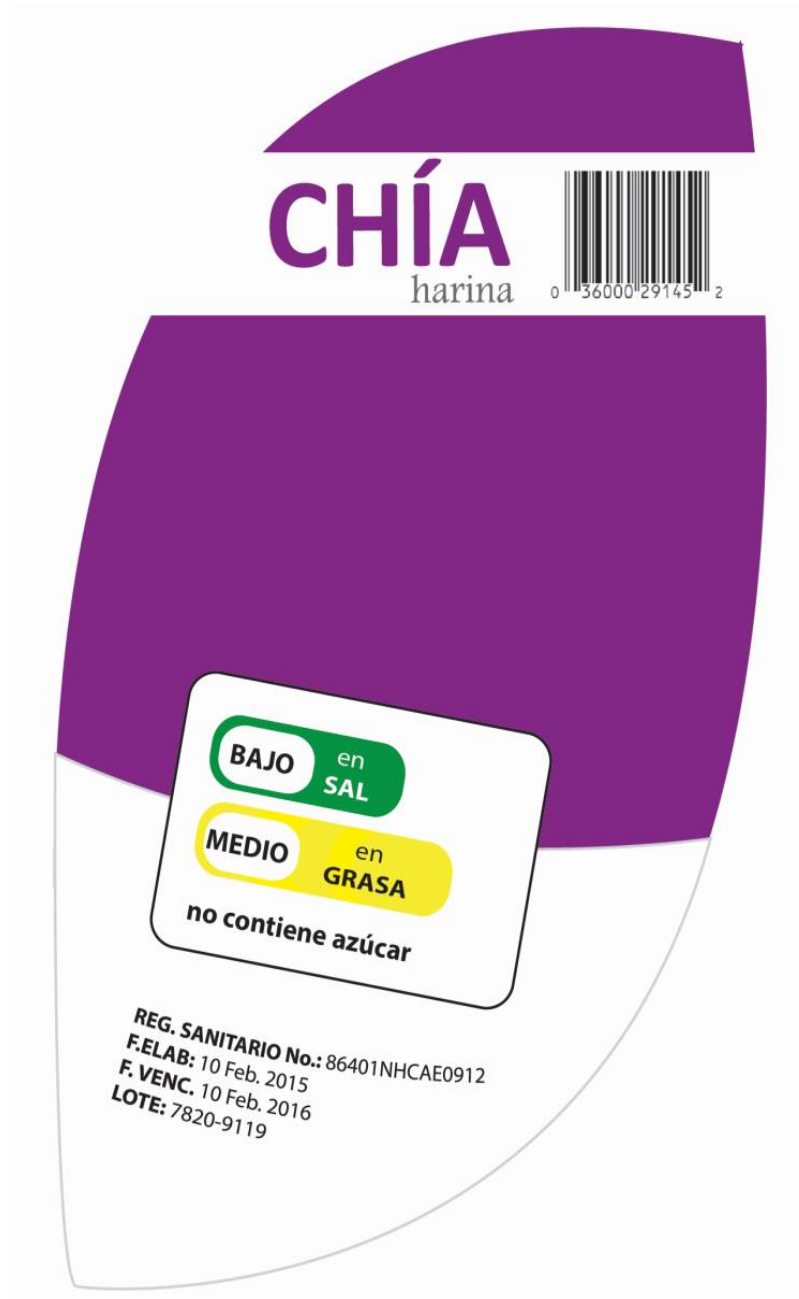


Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 16: Modelo de Empaque – Parte Trasera



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3. Marketing Mix

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

5.3.1.1. Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.

Definición:

El producto “Foodiet” Harina de Chía es la semilla de Chía o Salvia Hispánica que después de someterse a una serie de procesos conocida como cadena de producción se convierte en un polvo que conserva las mismas propiedades y beneficios de la semilla en su estado natural pero tiene mayor versatilidad y posibilidades de uso.

Composición:

Este producto está compuesto en su totalidad por la semilla Chía o como científicamente se conoce Salvia Hispánica y comparte los mismos valores nutricionales como se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla 9: Información Nutricional

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	por 100 g
Energía	2050 kj
	490 kcal
Proteína	15,62 g
Carbohidrato	43,85 g
Fibra	37,7 g
Grasa	30,75 g
Grasa Saturada	3,176 g
Grasa Poliinsaturada	23,335 g
Grasa Monoinsaturada	2,115 g
Colesterol	0 mg
Sodio	19 mg
Potasio	160 mg

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Color y Tamaño:

El empaque del producto “Foodiet – Harina de Chía” ha sido diseñado con las siguientes características:

- En una variedad del plástico color transparente y biodegradable llamado Oxo que cuenta con un mecanismo abre fácil.
- El tamaño del empaque es de 20cm de largo por 15cm de ancho.
- La capacidad de contenido es de 500Gr de Harina de Chía.
- El arte y figuras en colores vivos como el morado y el verde limón que visualmente contrarresta el tono oscuro de la harina.

Ilustración 17: Imagen y Slogan



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

El slogan del producto es: “Come saludable, vive más”

Producto Esencial:

El beneficio básico que ofrece este producto es alimentar de forma saludable a los consumidores.

Producto Real:

Además de ser un producto saludable que no contiene conservantes, “Foodiet” Harina de Chía es muy versátil en su aplicación y preparación ya que puede sustituir parcial o totalmente a la harina de trigo tradicional en cualquier preparación o simplemente puede utilizarse como aditivo para

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

enriquecer la calidad nutricional de cualquier plato ya sea de sal o de dulce según las necesidades y preferencias del consumidor.

Producto Aumentado:

Foodiet tendrá algunas herramientas digitales para mantener interacción con los consumidores del producto y compartir contenido importante de forma gratuita en su sitio web, en redes sociales y aplicaciones móviles mediante las cuales se podrá hacer pedidos que serán entregados a domicilio y también será posible dejar tus comentarios y sugerencias que serán revisados en tiempo real.

5.3.1.2 Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.

Empaque:

El empaque del producto principalmente está constituido por una funda cuyo diseño ergonómico permite estar en posición vertical, elaborada con un material biodegradable similar al plástico llamado Oxo, que cuenta con un mecanismo abre fácil que permitirá abrir y cerrar el empaque cuantas veces sean necesarias asegurando que el contenido se mantenga en buen estado en el interior y libre de humedad y otros aspectos externos que pudieran afectarlo.

Requerimientos del Cliente:

Los requerimientos de los clientes serán receptados por medio de las herramientas digitales antes mencionadas y periódicamente se crearan estrategias para la mejora continua el producto.

Condiciones de Entrega:

Inicialmente se entregará el producto puerta a puerta en el transcurso de 24 horas después de la recepción del pedido en redes sociales. Una vez que se logren los objetivos de posicionamiento de la marca mediante medios

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

digitales, se distribuirá el producto en la cadena de supermercados Supermaxi en la ciudad de Guayaquil. A largo plazo se considera diversificar la cadena de distribución en otra cadena de supermercado de la ciudad como Mi Comisariato.

Transporte:

Inicialmente la entrega del producto será posible gracias a la contratación de servicio de motorizados o vehículo en el caso de ser necesario. Aunque la empresa no cuenta con vehículo al inicio de sus actividades, está presupuestado un rubro de reinversión después del tercer año para la adquisición de vehículo y otras mejoras.

Embalaje

Según la cantidad de producto se embalaran los pedidos en cartones o en fundas simples debido a que el material del empaque es resistente.

5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

El empaque del producto será en un materia biodegradable parecido al plástico llamado Oxo, el diseño de esta funda transparente permitirá mantener el producto en percha de forma vertical, además de que cuenta con un mecanismo abre fácil que permitirá abrir y cerrar el empaque las veces que sean necesarias asegurando que el contenido dentro se mantenga en buen estado, sin ser afectado por factores externos como la humedad, entre otros. El diseño del arte impreso en el empaque es muy estilizado en dos colores: morado y verde limón que visualmente contrarrestan el color oscuro del producto en el interior. Adicional se encontrarán impresos en el empaque artículos reglamentarios como semáforo nutricional, registro sanitario fecha de elaboración y vencimiento, contenido nutricional, código de barras, entre otros.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea

Amplitud:

Inicialmente de la empresa solo desarrollara una línea de producto que es la Harina de Chía, sin embargo a largo plazo se invertirá en Investigación y Desarrollo para crear otras líneas de producto como Snacks o Mezclas instantáneas.

Profundidad:

La única presentación del producto “Foodiet – Harina de Chía” inicialmente será fundas de 500 Gr, pero a corto plazo se planea introducir una presentación de 1 Kilo, según los requerimientos del mercado y de esta forma será dos la profundidad de la línea de producto.

5.3.1.5. Marcas y Submarcas

Dado que la empresa es nueva iniciará sus actividades con una única marca que es “Foodiet – Harina de Chía”, que intentará posicionar en la mente de los consumidores para, según la reacción del mercado en un largo plazo contemplar la posibilidad de crear submarcas u otras marcas.

5.3.2. Estrategia de Precios

5.3.2.1. Precios de la Competencia

El producto “Foodiet – Harina de Chía” no tiene competencia directa en el mercado, sin embargo cabe mencionar que el precio de la harina de trigo de las marcas “Harina Ya” y “Harina Santa Lucía” que es el producto sustituto, en su presentación de 500 Gr oscila entre 2,25 a 3 dólares.

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

La situación socioeconómica del mercado meta al que está dirigido este estudio de mercado corresponde a los estratos A, B, y C+ según la estratificación del nivel Socioeconómico del INEC, lo que significa que las personas del sector si cuentan con el poder adquisitivo para comprar un producto de precio promedio 4.50 dólares.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.2.3. Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.

- El precio unitario de producto es 4.50 dólares, la forma de pago debe ser inmediata al momento del intercambio del producto en la venta directa al consumidor final.
- Se ofrecerán descuentos en pago en efectivo a partir de 12 unidades.
- También existirán descuentos especiales por un tiempo limitado, con el fin de concretar la decisión de compra e incrementar las ventas.
- En el caso de clientes, como la cadena de supermercados Supermaxi, como proveedor SORET Cía. Ltda. tendría que acogerse a las políticas de pago a proveedores que ellos mantengan siempre y cuando no afecte a las operaciones diarias de la empresa.
- Se aceptara pago a crédito máximo hasta 30 días a clientes a partir de 100 unidades para tratar de incrementar las ventas.
- Clientes podrán pagar con tarjeta de crédito y diferir hasta 3 meses sin intereses para mediante esta facilidad tratar incrementar las ventas.
- El margen de utilidad sobre el precio unitario es de 54%, por ser un producto muy específico de rotación no tan significativa, lo que permitirá negociar con los clientes en una relación ganar-ganar.
- Se trabajara con una capacidad de fábrica del 80%, en caso de que la demanda aumente se trabajará al 100% y se reducirán los costos de producción.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

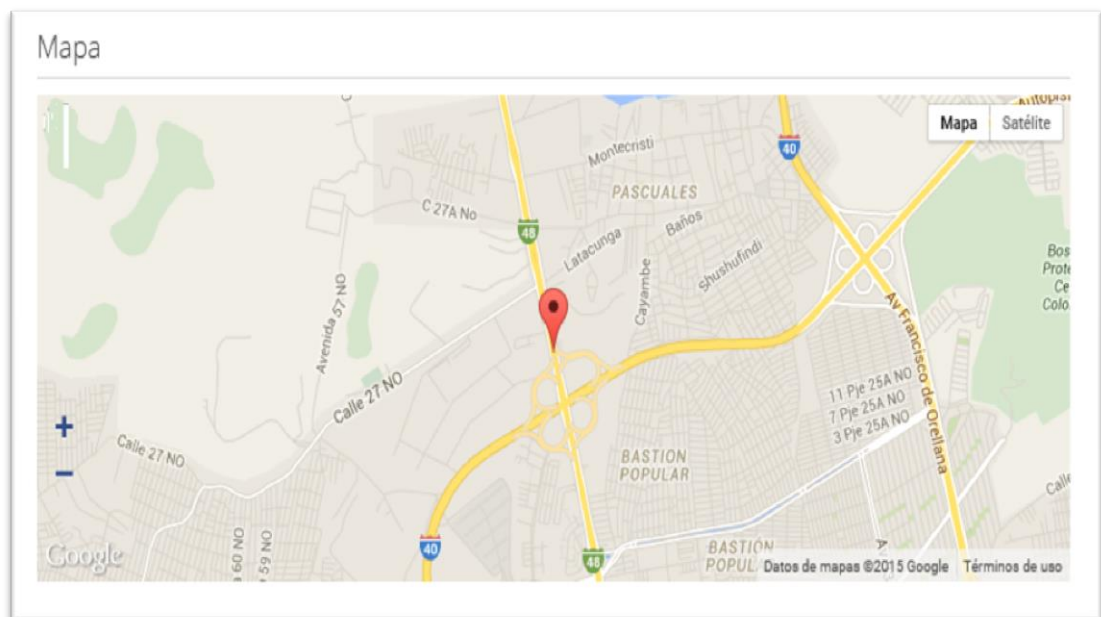
5.3.3. Estrategia de Plaza: Punto de Ventas

5.3.3.1. Localización Macro y Micro

Localización Macro:

La planta productora y las oficinas de la empresa SORET Cía. Ltda estarán ubicadas en la vía Daule, al norte de Guayaquil.

Ilustración 18: ubicación de la Empresa - Mapa



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

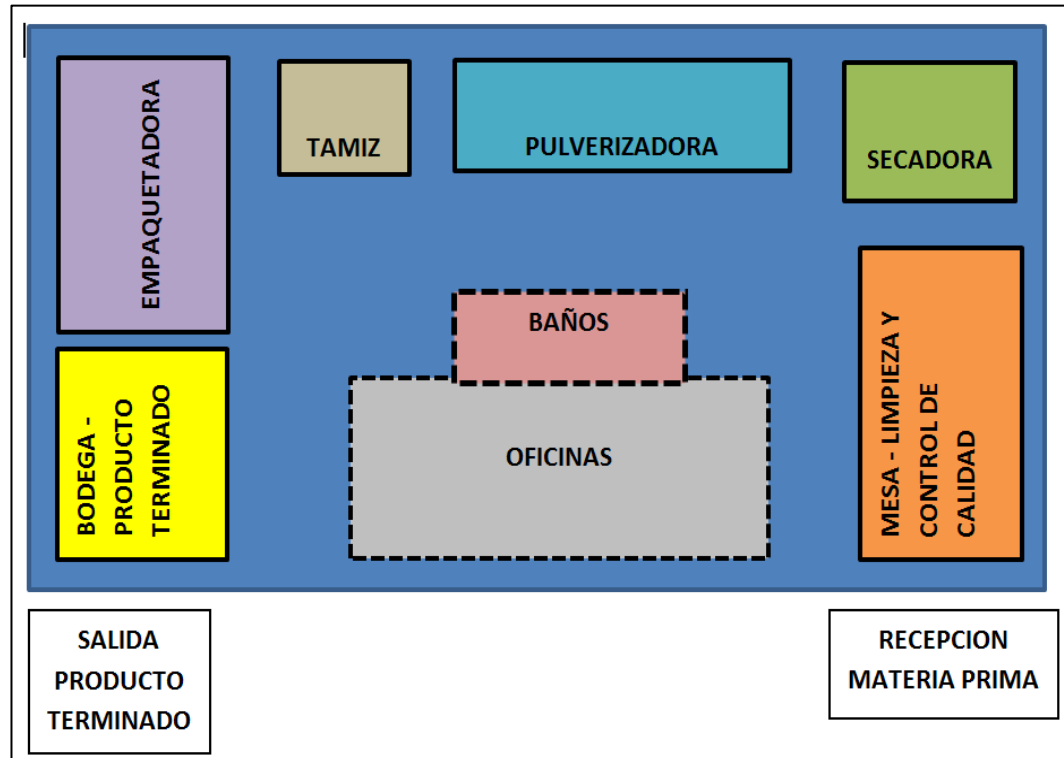
Localización Micro:

Exactamente en un espacio ideal de 200 metros cuadrados a la altura del Km 14 vía Daule, esta ubicación es la ideal para la naturaleza de las actividades que ahí se realizarán y cumple con los requisitos indispensables para la obtención de permiso de funcionamiento por parte del Benemérito Cuerpo de Bomberos y otros permisos municipales que contemplan que una fábrica productora esté alejada de las zonas residenciales.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.3.1.1. Distribución del Espacio

Ilustración 19: Distribución de Espacio



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

5.3.3.1.2. Merchandising

Con el objetivo de llamar la atención de los consumidores y estimular las ventas se en el supermercado se van a realizar las siguientes actividades:

- Exhibir el producto en los estantes de forma llamativa a la altura de los ojos de los consumidores, ya que es un producto nuevo y su estrategia no es de precios bajos.
- Verificar que en la percha se encuentra exhibida la cantidad exacta del producto para que los consumidores puedan percibir una buena rotación del producto y presencia del mismo.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Cerca de la percha donde se exhibe el producto colocar impulsadoras que ofrezcan degustaciones de recetas hechas a base de Harina de Chía.
- Decorar de forma llamativa la sección del estante donde se exhibe el producto, utilizando colores que se identifiquen con la marca y logo para capturar la atención de los consumidores.

5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

El producto “Foodiet – Harina e Chía se distribuirá de forma directa a los consumidores mediante la entrega a domicilio, pero también será distribuido en los almacenes de la cadena de supermercados Supermaxi en la ciudad de Guayaquil. No descarta la posibilidad de venta al por mayor del producto si se presenta la oportunidad.

5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

El producto busca penetrar únicamente el sector urbano de la ciudad de Guayaquil que es donde se encuentra su mercado meta y las personas con el perfil del consumidor adecuado para este tipo de producto que por ser nuevo en el mercado se diferenciará de los productos sustitutos por sus propiedades y beneficios exclusivos.

5.3.3.2.3. Logística

La entrega de los pedidos receptados mediante redes sociales se hará en un periodo de 24 horas después de haber confirmado la orden, el departamento de mercadeo y ventas elaborará una hoja de ruta que será entregada al motorizado que prestará su servicio a la empresa, quien se encargará de la entrega puerta a puerta del producto en el tiempo establecido.

La orden de pedido que será distribuida en la cadena de supermercados Supermaxi será transportada desde la bodega de la planta de la empresa en un vehículo alquilado en las fechas previamente

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

establecidas según la rotación del producto y las políticas de abastecimiento de la cadena de supermercados.

5.3.3.2.4. Red de Ventas

El departamento de mercadeo y ventas se encargara de receptor los pedidos de producto generados en la página web y redes sociales, para luego contactar a los consumidores y de forma eficiente y amable confirmar el pedido para despachar la orden.

El gerente general se encargara de visitar a clientes como Supermaxi para concretar el pedido y negociar forma de pago y tiempo de crédito.

5.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

Todas estas actividades se realizaran de forma personalizada mediante la interacción en el sitio web y redes sociales donde proporcionaremos la información necesaria de contacto en caso de pedidos, además que se compartirá información importante acerca del producto, sus beneficios, sus aplicaciones, recetas y otros datos que generen interés para motivar la decisión de compra. Contactaremos con los usuarios que muestran interés en el producto solicitando información importante como número telefónico y correo electrónico y en el caso de estar interesados en probar el producto concretar el pedido.

De la misma forma mediante medios digitales como página web y redes sociales se dará seguimiento a los clientes, compartiendo recetas y beneficios especiales como descuentos, promociones, aplicaciones gratuitas, club nutricional, invitaciones a eventos, entre otros aspectos que hagan sentir al cliente parte importante de una sociedad que comparta similares intereses en cuando a salud y bienestar.

Para quejas y reclamos también habrá un espacio en el sitio web y redes sociales, en el caso de presentarse alguna de estas situaciones el departamento de mercadeo y ventas contactara con el cliente y buscara la

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

forma de solucionar el problema con responsabilidad y eficiencia, reponiendo el producto de ser necesario.

5.3.4. Estrategias de Promoción

5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL

ATL:

Pautar en medios masivos como televisión, radio, prensa escrita o banners publicitarios, es de mucha efectividad y alto alcance en el posicionamiento de las marcas en la mente de los consumidores, pero tiene un costo muy elevado para este tipo de proyectos de emprendimiento, Sin embargo no se descarta la posibilidad de a largo plazo después de haber cumplido los objetivos planteados en el tercer periodo se pueda invertir en este tipo de promoción.

BTL:

Se considera que para este tipo de producto, nuevo en el mercado y de emprendimiento local, con características muy específicas que busca tener presencia en un nicho o pequeño segmento de mercado bien identificado, lo más eficiente es la utilización de estrategias BTL que permitirá obtener un feedback en menor tiempo y sin generar excesivos costos para la empresa.

- Envío de correos de forma masiva
- Activaciones de marca en súper mercados.
- Degustaciones
- Muestras gratis
- Eventos de socialización
- Entrega de material promocional como bolsas de compra reusables con logotipo y colores de la marca.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje

Concepto:

El concepto que la empresa busca socializar de “Foodiet – Harina de Chía”, es el de un producto innovador cuya versatilidad satisface la necesidad de las personas que buscan alternativas prácticas de alimentación saludable y que se preocupan por mantener su salud y apariencia física en buen estado.

Mensaje:

Crear conciencia de la existencia de opciones alimenticias saludables cuya ingesta puede resultar en una experiencia muy agradable y generar bienestar mejorando el estilo y calidad de vida de los consumidores.

5.3.4.3. Promoción de Ventas

5.3.4.3.1. Venta Personal

La intención de compra del producto será generada mediante sitio web y redes sociales para luego ser concretada de forma personalizada por el equipo de mercadeo y ventas quienes mediante la colaboración de motorizados se encargaran de hacer llegar de forma eficiente el producto a las manos del consumidor.

Otra forma de venta será la que el gerente de la empresa concretará personalmente en reuniones o visitas a clientes como supermercados y otras empresas que precisan concretar ciertos aspectos de la relación comercial como formas de pago y tiempo de crédito.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.3.2. Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.

La empresa participará activamente en eventos que actualmente son muy populares en la ciudad de Guayaquil, como las ferias y mercaditos donde una serie de pequeños productores y artesanos locales exponen sus productos. Esta actividad permite a los fabricantes establecer una estrecha relación con los consumidores y es la oportunidad perfecta para dar a conocer la marca y el producto “Foodiet – Harina de Chía” mediante la entrega de muestras gratis del producto, degustaciones, premios, entrega de diferentes artículos como plumas o llaveros con el logo impreso que ayuden a la recordación de la marca, ofrecer descuentos y promociones para incrementar el volumen de ventas, además compartir información de contacto en redes sociales para futuras ventas.

5.3.4.3.3. Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.

Con la finalidad de conservar a los clientes para de esta forma tratar de asegurar el crecimiento continuo de la empresa se ha diseñado una serie de estrategias que buscan generar satisfacción y fidelidad en el cliente, para que este tenga la sensación de que al adquirir el producto “Foodiet – Harina de Chía” la empresa le está entregando más beneficios por el mismo valor, e inclusive que el cliente esté dispuesto a recomendar el producto a otras personas de su entorno.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Esta estrategia está compuesta por pequeñas tácticas que básicamente consisten en tener una base de datos de los clientes organizada y tener interacción en medios digitales.

Algunas de las actividades más importantes son:

- Ofrecer a los clientes paquetes con descuentos exclusivos.
- Sortear asesoramiento nutricional con nutricionistas reconocidos de la ciudad.
- Sortear entre los clientes membresías en gimnasios reconocidos de la ciudad.
- Enviar correos electrónicos de felicitación por cumpleaños ofreciendo descuentos especiales en el producto.
- Desarrollar una aplicación móvil donde el usuario podrá llevar el conteo de las calorías ingeridas en el día, también se compartirán recetas, videos, tips e información importante acerca del producto con la intención de que el cliente se sienta parte de una comunidad exclusiva.

5.3.4.4. Publicidad

5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento

Previo al lanzamiento del producto la empresa se enfocará en crear expectativa de forma masiva en redes sociales utilizando el slogan “come saludable, vive bien”, por este mismo medio se socializará la invitación al evento de lanzamiento del producto “Foodiet – Harina de Chía” que se llevará a cabo en un lugar adecuado en el momento indicado según las recomendaciones de la agencia de publicidad a cargo del plan de marketing digital.

Una vez que el producto cumpla con las exigencias del mercado según la retroalimentación resultante de este trabajo de investigación, será el momento ideal para empezar a comercializar el producto.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Este evento de lanzamiento tendrá presencia de los diferentes medios de comunicación, prensa escrita y demás invitados especiales. En el evento se ofrecerán degustaciones, muestras gratis del producto, sorteo de premios, entre otros.

5.3.4.4.2. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

Para lograr llegar a un nicho de mercado específico no se pautará en medios de publicidad tradicionales como la televisión, radio, prensa escrita o banners, por ser esta una herramienta de alcance masivo y alto costo que no generaría respuesta en el nicho de mercado objetivo, por este motivo se contratará a la Agencia Digital Webbers que se recargará de construir la identidad de “Foodiet – Harina de Chía” en internet mediante la creación de un website que ofrezca contenido que genere valor al grupo objetivo, y en Facebook y otras redes sociales mediante un conjunto de acciones digitales que permitan llegar al target con información relevante que promueva la interacción y genere valor. Esta estrategia se aplicará antes del lanzamiento del producto con la finalidad de generar ruido y crear expectativa y continuará un mes después del lanzamiento para lograr los objetivos de posicionamiento de la marca.

El plan de pauta se encuentra adjunto a este documento.

5.3.4.4.3. Mindshare

Al inicio de las actividades de comercialización del producto la presencia de la marca en la mente de los consumidores no será cero, gracias a las estrategias de posicionamiento y expectativa previas al lanzamiento utilizadas por la agencia de marketing digital que promete:

- Generar engagement del 0.30% que es el promedio mínimo de engagement de las 20 páginas ecuatorianas con mayor índice de interacción.
- Generar altos índices de interacción en Facebook.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Impactar al 100% de nuestro grupo objetivo durante los 30 días posteriores al lanzamiento.
- Mostrar contenido a 666.000 personas durante un mes y dirigir las a la página web y Fan Pages.

5.3.4.4.4. Relaciones Públicas

En junta directiva se analizará qué empresas, personas o conocidos pudieran ser clientes potenciales, luego los gerentes diseñarán una breve presentación y propuesta de la empresa, la secretaria se encargará de programar citas con estas empresas y personas para que el gerente general presente la marca y el producto personalmente y pueda concretar ventas importantes, además de ampliar las posibilidades de futuras relaciones comerciales.

5.3.4.4.5. Marketing Relacional

Con la finalidad de crear lealtad y fidelización en los clientes utilizarán las siguientes tácticas:

- Creación de un club nutricional.
- Enviar mensajes de felicitación en fechas especiales como cumpleaños, navidad, día del amor y la amistad, entre otros.
- Ofrecer descuentos exclusivos a miembros del club.
- Miembros del club pueden descargar una aplicación móvil donde tendrán servicios como conteo ingesta de calorías diarias, recetas, tips, videos e información importante acerca del producto y eventos.
- Seguimiento post venta personalizado.
- Atención cálida.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

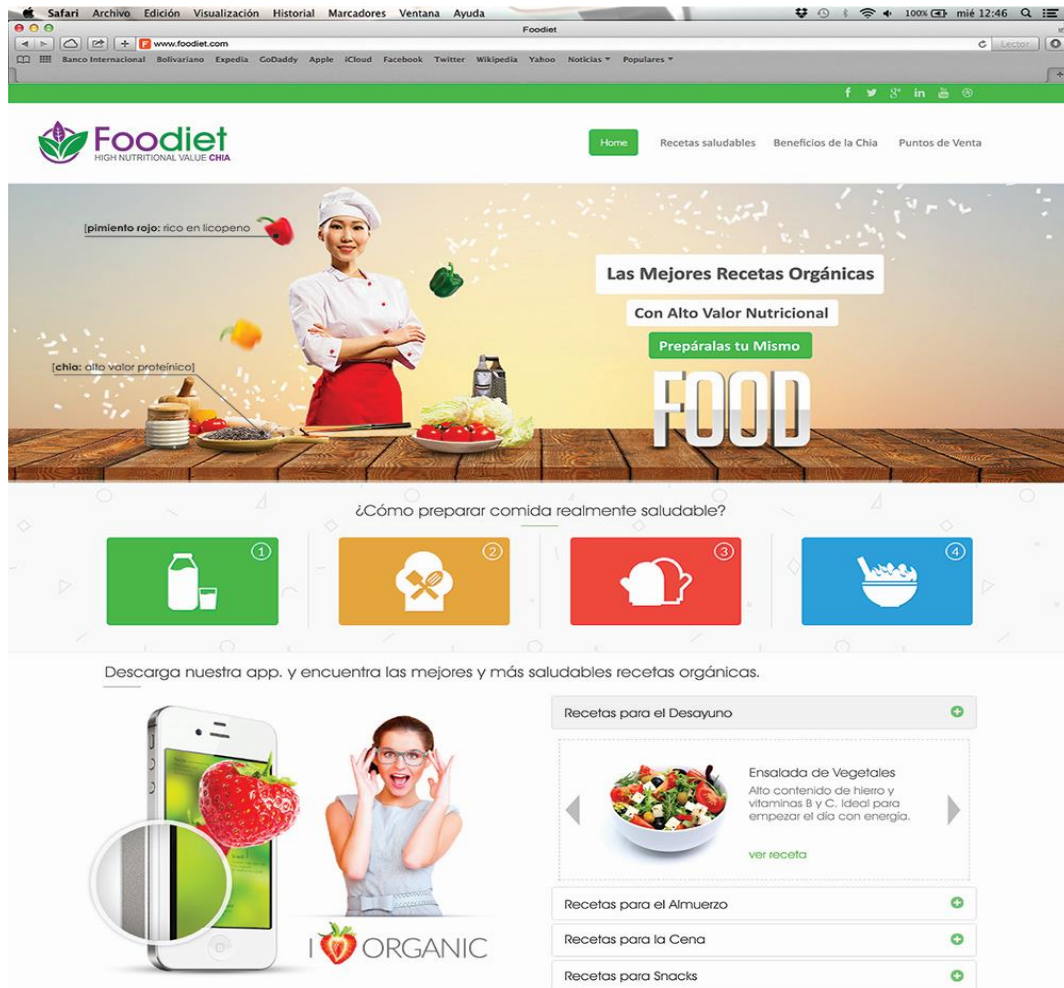
5.3.4.4.6. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

5.3.4.4.6.1. Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing

E- Commerce:

Ofrecer un sitio web que genere tráfico mediante contenido interactivo como videos de preparación de recetas, concursos, recepción de comentarios y sugerencias y sobre todo y la posibilidad de contactar fácilmente con la empresa para concretar la compra del producto.

Ilustración 20: Sitio Web



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

E-Marketing

Se enviarán correos electrónicos personalizados a contactos de una base de datos con información de personas que en los diferentes eventos de lanzamiento y promoción, en redes sociales o en el sitio web, voluntariamente proporcionaron sus datos para recibir información del producto. La finalidad del envío de este tipo de correos es compartir información acerca del producto y de la marca, hacer ofertas especiales y generar una relación amigable con el cliente o con futuros clientes. En el mail también se incluye el link de la página web donde encontraran más información y facilidades para adquirir el producto de la formas más cómoda.

Ilustración 21: E-Marketing



Elaborado por: Nadia Solis

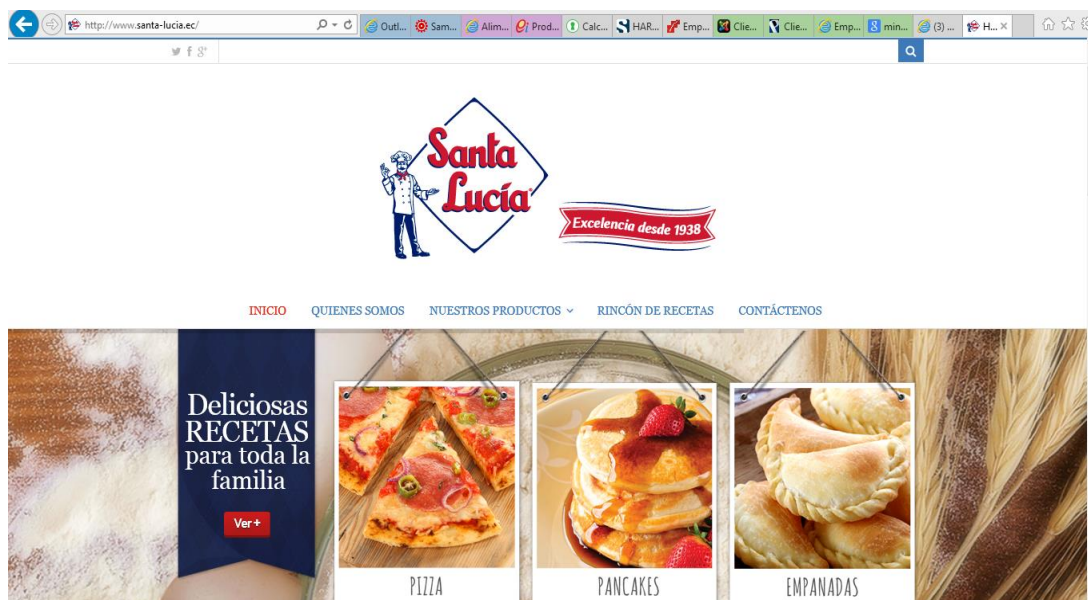
Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.4.6.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

El producto “Foodiet – Harina de Chía” no tiene competidores, sin embargo los productos sustitutos como la marca de harina de trigo más popular “Harina Ya” no realiza promoción electrónica y no cuenta con sitio web, mientras que “Harina Santa Lucía” si tiene sitio web donde comparte información de interés para sus consumidores como se muestra a continuación:

Ilustración 22: Página Web “Harina Santa Lucía” – Competidores Sustitutos



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

5.3.4.4.6.3. Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

El sitio web de “Foodiet – Harina de Chía” fue creado originalmente en idioma español pero tiene opción de cambiar a idioma inglés, responde al dominio www.foodiet.com, es una página diseñada de la forma más interactiva, no solo contiene información acerca de Chía y el producto sino comparte información de interés común de los visitantes.

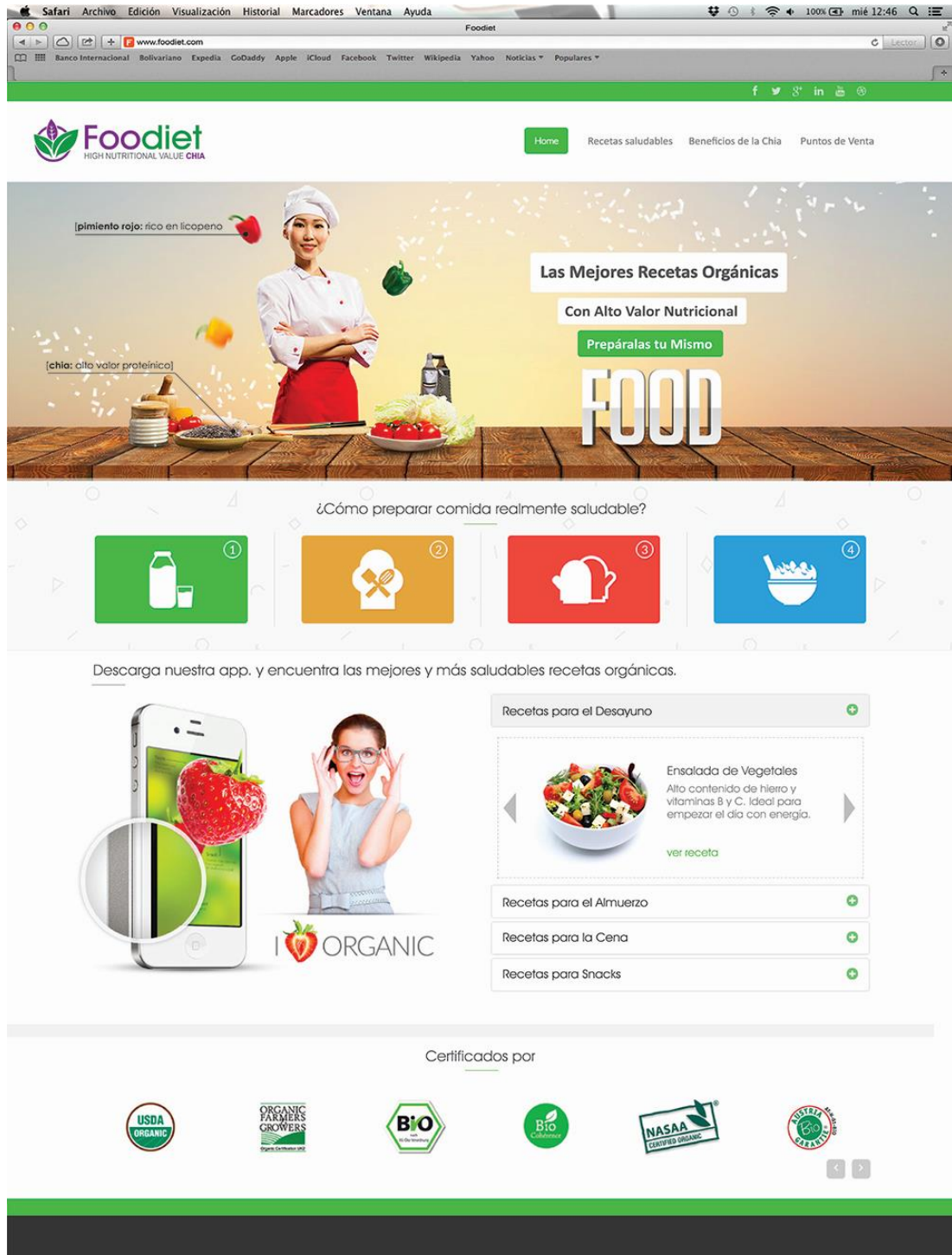
“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Se divide en las siguientes secciones:

- Home: donde se encontrará información acerca de la empresa.
- Recetas Saludables: donde se encontraran recetas para desayunos, recetas para almuerzos, recetas para cenas y recetas para snacks.
- Recetas más populares
- Acerca del producto
- Beneficios de la Chía: aquí se exponen gráficamente resultados y testimonios referentes al producto.
- Acceso directo a redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter y Google+.
- Descargar la aplicación de forma segura.
- Espacio para sugerencias y comentarios.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 23: Página Web “Foodiet – Harina de Chía”



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.4.7. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

La presencia de la marca en Redes Sociales busca generar ruido acerca del producto y sus beneficios mediante publicaciones de interés para el segmento de mercado, en las redes sociales más populares como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y Google+; con el fin de posicionar la marca y crear interacción con los clientes.

5.3.4.4.7.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Con respecto a los productos sustitutos “Harina Ya” no tiene presencia en redes sociales pero “Harina Santa Isabel” si tiene presencia importante en Facebook y Twitter manteniendo interacción con los usuarios, generando imágenes y contenido de calidad como se muestra a continuación:

Ilustración 24: Fan Page en Facebook – Competidores Sustitutos



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 25: Cuenta Twitter - Competidores Sustitutos



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

5.3.4.4.7.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

Se crearan perfiles en idioma español en las principales redes Sociales como: Twitter, Instagram, Google+ y una Fan Page en Facebook, para por medio de estas llegar a los clientes y prospectos en un entorno amigable dónde sientan libertad de poder intercambiar información sobre gustos, preferencias y comentarios y de esta forma obtener información valiosa acerca de la opinión que tiene el mercado del producto para retroalimentación y mejoras del producto y servicio. Además de que por medio de estas redes se socializará contenido de interés sobre la empresa, la marca y el producto, también se desarrollarán la mayoría de las estrategias de posicionamiento, se receptaran pedidos y se contactará a clientes.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 26: Prototipo de Fan Page “Foodiet – Harina de Chía”



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

Ilustración 27: Presencia en Redes Sociales



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

5.3.4.4.7.3. Marketing Social (en función de la Gestión de Responsabilidad Social Capítulo 4)

Con la única intención de ser una empresa socialmente responsable y sin desvincularse del objetivo del producto que es fomentar una alimentación saludable se ha diseñado una serie de actividades que beneficiarán a sectores vulnerables de la localidad.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Socializar en redes sociales información que fomente buenos hábitos alimenticios.
- Compartir en redes sociales información para crear conciencia sobre desordenes alimenticio como la bulimia, anorexia y obesidad.
- Organizar charlas para abordar temas nutricionales.
- Campañas de medición de índice glucémico.

5.3.4.5. **Ámbito Internacional**

5.3.4.5.1. **Estrategia de Distribución Internacional (solo aplica en caso de exportación)**











El producto “Foodiet – Harina de Chía” no se distribuirá fuera del país.

5.3.4.5.2. **Estrategias de Precio Internacional**

El producto “Foodiet – Harina de Chía” no se distribuirá fuera del país.

5.3.5. **Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña utilizar Projet)**

Ilustración 28: Cronograma

	Modo de	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin
					
		Diseño y elaboración de pagina web	18 dias	01/08/2015	18/08/2015
		Diseño de página de Fan Page	3 dias	04/08/2015	07/08/2015
		Elaboración de cuenta de twitter	1 dia	08/07/2015	09/08/2015
		Elaboración de cuenta de Instagram	2 dias	10/08/2015	12/08/2015
		Hojas volantes	5 días	12/08/2015	17/08/2015
		Plotters Adhesivos	6 días	15/08/2015	21/08/2015
		Prensa Escrita	10 dias	21/08/2015	31/08/2015
		Dominio y Hosting	10 días	25/08/2015	04/09/2015

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.

Tabla 10: Presupuesto de Marketing

MARKETING Y PUBLICIDAD		
Descripción	Gasto Mensual	Gasto Anual
Agencia Digital	\$ 6.500,00	\$ 12.900,00
Afiches y Roll up	\$ 333,00	\$ 3.996,00
Muestras gratis	\$ 1.832,00	\$ 21.984,00
Plumas, llaveros, gorras, bolsas	\$ 308,33	\$ 3.700,00
TOTAL	\$ 8.973,33	\$ 42.580,00

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 6

6. PLAN OPERATIVO

6.1. Producción

SORET Cía. Ltda., tendrá los siguientes procesos para la producción de la harina de chía, cuyo nombre comercial es “Foodiet - Harina de Chía”.

6.1.1. Proceso Productivo

Dentro del proceso productivo la empresa ha planificado la compra de la salvia hispánica o conocida popularmente como semillas de chía a agrupaciones de agricultores que se dedican a sembrarla entre ellos Kunachía o Montelia.

El proceso comenzará con:

RECEPCIÓN DE LA COSECHA DE SEMILLAS DE CHÍA

Se recibirá en las instalaciones de “SORET Cía. Ltda.”, y se realizará una verificación de la materia prima recibida, esta comprenderá de escoger al menudeo puñados de chía, luego separarlas y observar que no estén dañadas, deterioradas o infectada con plagas.

Si la chía presente una buena calidad, se le separa en recipientes, si por lo contrario esta no tuviera una buena calidad, la cosecha se devuelve.

PESAJE Y LIMPIEZA

La chía que logró pasar el primer filtro de calidad, pasa a ser pesada en la balanza industrial e inmediatamente a ser cernida para retirar las impurezas.

SECADO

Dentro de este procesos, la empresa tiene que realizar un trabajo minucioso, aunque el secado aparentemente es uno de los procesos más fáciles sino se realizada adecuadamente se puede perder gran cantidad de semillas de chía. Esto se debe a que muchas veces la semilla no se seca

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

correctamente y queda humedad, lo que hace que se deteriore en corto tiempo pues la semilla de chía de por sí ya tiene contiene una humedad natural sin necesidad de ser lavada.

Este proceso se realizará por medio de un secador eléctrico, el mismo que tiene para programar el tiempo, la velocidad y la temperatura del secado.

PULVERIZADO

Cuando las semillas de chía se encuentren totalmente seca y se haya hecho la gestión de calidad correspondiente, se traslada todo al molino pulverizador, esta máquina triturará toda la semilla de chía hasta que quede polvo, este polvo será la harina de chía.

TAMIZADO

Como antepenúltimo paso, se pasará la harina por un tamiz o también conocido como cedazo, este paso se realiza para eliminar cualquier partícula gruesa que haya quedado cuando se trituro las semillas.

EMPAQUETADO Y SELLADO

Como penúltimo paso está el empaquetado, aquí se colocara la harina y con la maquina envasadora manual se distribuirá la harina a las fundas biodegradables Oxo y se sellarán. Estas fundas tendrán impreso el nombre comercial “Foodiet – Harina de Chía”, semáforo nutricional, registro sanitario, fecha de elaboración y expiración, código de barras e información nutricional del producto.

DISTRIBUCIÓN

Finalmente, se colocarán las fundas harina en gavetas y se subirán al vehículo para realizar la distribución del producto a los distintos puntos de la ciudad de Guayaquil. Las fundas que no sean distribuidas serán almacenadas.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

La empresa no contará con obra civil, porque procederá al alquiler de instalaciones. Sin embargo, a continuación se describe su maquinaria y equipos.

Tabla 11: Maquinaria de “SORET Cía. Ltda.”

MAQUINARIA	
1	Mesa de aluminio de 3 m de largo por 1 de ancho
1	Molino pulverizador marca Jacobson motor hp 3650 rpm, capacidad 7 toneladas por hora
1	Envasadora modelo TA1 Auger marca GusTech (620 sobres de 500 gr 1 hora promedio)
1	Balanza industrial electronica (Capacidad 1 tonelada)
1	Secador Electrico

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 12: Muebles y Equipos de “SORET Cía. Ltda”

MUEBLES Y EQUIPOS	
4	Escritorios modernos con vidrio y madera modelo b2126 (Jefes)
10	Escritorios de oficina
4	Sillas Confort
10	Sillas de oficina
4	Anaqueles de oficina
1	Juego de mesa con su sillas para reuniones
1	Sofa
1	Mesa porta revistas
1	Pizarra
6	Teléfonos
4	laptops marca Dell modelo 2015
6	Computadoras de escritorio Dell Inspiron 20
6	Impresoras canon modelo 4800
3	Aire acondicionado

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.1.3. Mano de Obra

Para actividades operativas de la empresa “SORET Cía. Ltda.”, contará con el siguiente personal:

Tabla 13: Mano de Obra de “SORET Cía. Ltda”

MANO DE OBRA
Gerente General
Jefe Financiero
Jefe de Mercadeo y Ventas
Jefe de Producción
Contador
Analista de control de calidad
Secretaria
Operador 1
Operador 2
Operador 2
Operador 4
Operador 5
Operador 6

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

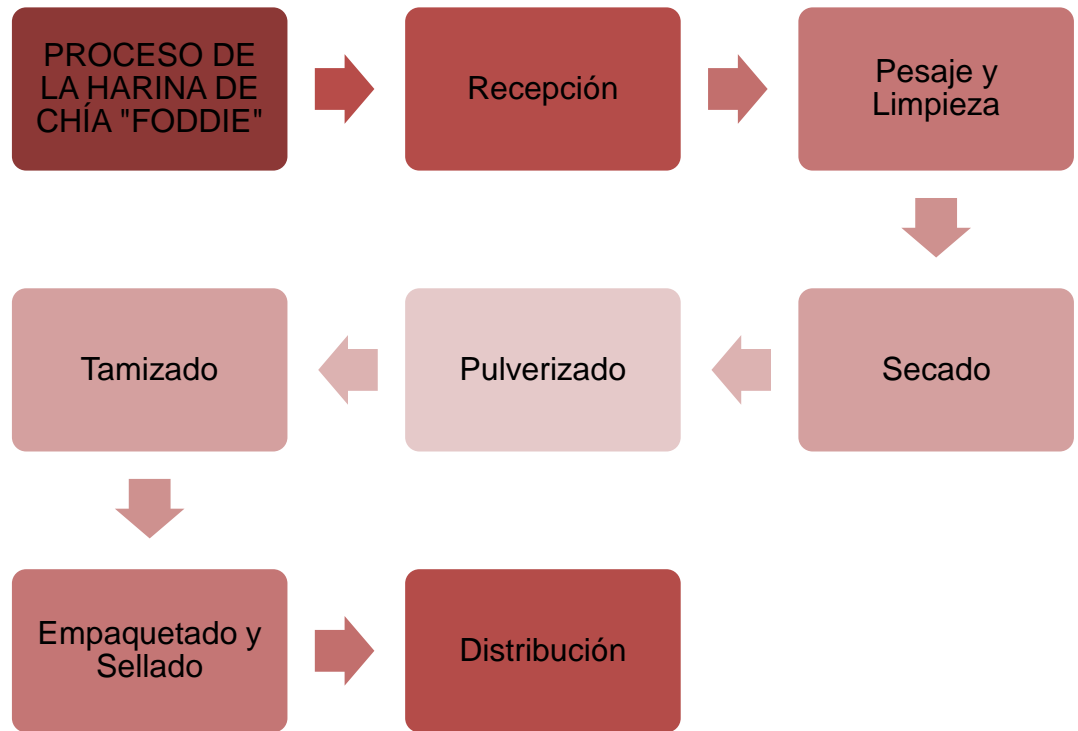
6.1.4. Capacidad Instalada

“SORET Cía. Ltda” está en la capacidad de producir 1500 unidades de harina de chía diarias. La empresa trabajará 288 días en total al año, sacando los fines de semana y feriados. Por lo que su capacidad anual dentro del primer año operativo será de 432.000 unidades.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.1.5. Flujograma de Procesos

Ilustración 29: Flujograma de “Foodiet – Harina de Chía”



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.1.6. Presupuesto

Tabla 14: Presupuesto de muebles, equipos y maquinarias

INVERSIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS			
#	Descripción	Precio Unidad	Precio total
Muebles y Equipos			
6	Escritorios de oficina	\$162,00	\$972,00
6	Sillas de oficina	\$33,00	\$198,00
4	Anaqueles de oficina	\$94,00	\$376,00
1	Juego de mesa con su sillas para reuniones sencillo	\$220,00	\$220,00
1	Pizarra	\$ 27,00	\$27,00
2	Teléfonos	\$25,00	\$50,00
6	Computadoras de escritorio Dell Inspiron 20	\$ 418,00	\$2.508,00
2	Impresoras canon modelo 4800	\$358,00	\$716,00
2	Aire acondicionado	\$637,00	\$1.274,00
Total muebles y equipos			

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

			\$6.341,00
Maquinaria para la producción de Harina de Chía			
1	Mesa de aluminio de 3 m de largo por 1 de ancho	\$865,00	\$865,00
1	Molino pulverizador marca Jacobson motor hp 3650 rpm, capacidad 7 toneladas por hora	\$1.495,00	\$1.495,00
1	Envasadora modelo TA1 Auger marca GusTech (620 sobres de 500 gr 1 hora promedio)	\$ 1.597,00	\$1.597,00
1	Balanza industrial electrónica (Capacidad 1 tonelada)	\$224,00	\$224,00
1	Secador Eléctrico	\$387,00	\$387,00
total maquinaria para la producción de Harina de Chía			\$4.568,00
TOTAL			\$10.909,00

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

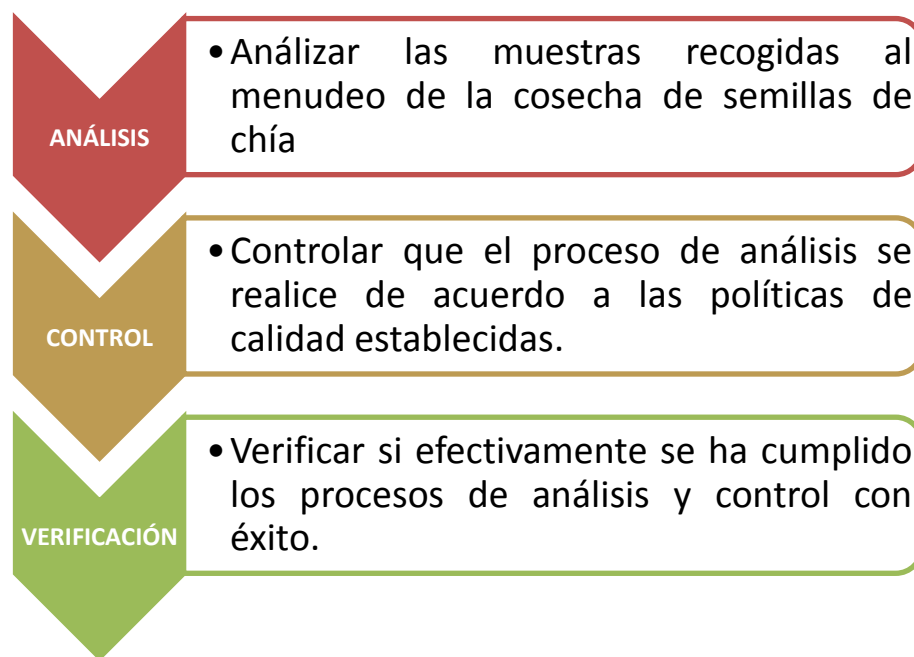
“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.2. Gestión de Calidad

6.2.1. Procesos de planeación de calidad

La compañía tiene cinco procesos que requieren de una planeación minuciosa para anticiparse a posibles pérdidas o generar un producto deficiente.

Ilustración 30: Planeación de Calidad



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas

Al planificar el proceso de elaboración de la harina de chía, se está promoviendo un producto con alta calidad. Adicionalmente, se está cuidando la materia prima, puesto que se evita incurrir en una pérdida del material, ya que implicaría costos adicionales y menos ingresos. Otro beneficio, es que se está previniendo posibles intoxicaciones con el producto, cuando este llegue a manos del consumidor.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La empresa al ser nueva el mercado tiene que enfocarse en fortalecer una ventaja, para “SORET Cía. Ltda”, será la calidad, aunque este implique adherir procesos que en un principio retardarán la elaboración de la harina, pero que a la larga producirá menos pérdidas en material y una mayor satisfacción del producto.

6.2.3. Políticas de Calidad

La empresa tendrá una política de calidad, dirigida a la producción de la harina de chía; y al mantenimiento del área de trabajo.

Tabla 15: Cuadro de Políticas de Calidad

Políticas de Calidad

- Examinar las cosechas recibidas, por toma de muestras al menudeo.
- Controlar el tiempo del proceso de secado.
- Inspeccionar que el proceso de secado se haya hecho correctamente.
- Manipular el quipo de producción, de acuerdo a sus manuales.
- Manter limpia el área de producción, después de recepción de cosechas de semilla.
- La vestimenta para el personal de producción será obligatoria.
- Se rechazará la cosecha que presente semillas en mal estado.

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

6.2.4. Procesos de control de calidad

Para controlar el cumplimiento de los procesos de calidad, la empresa contará con un analista de control de calidad, esta persona tendrá que evaluar que los pasos para elaborar la harina de chía, se estén llevando acorde con las políticas mencionadas en el punto 6.2.3., además será la persona que analice las muestras recolectadas de cada cosecha que la empresa reciba.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Finalizada su inspección, el analista deberá redactar un informe, con las observaciones que se presente. Estos informes servirán para desarrollar nuevos procesos y analizar las fortalezas y debilidades del proceso de producción.

6.2.5. Certificaciones y Licencias

Para la presente propuesta, la empresa “Soret Cía. Ltda.”, no incurrirá en gastos de certificaciones y licencias internacionales.

6.2.6. Presupuesto

“Soret Cía. Ltda.”, designará anualmente un presupuesto para capacitación del personal de producción, estas capacitaciones serán dirigidas en manera simultánea a los miembros de la mencionada área trimestralmente.

Tabla 16: Gasto de Gestión de calidad

COSTOS FIJOS	
GASTOS DE GESTIÓN DE CALIDAD	
Descripción	Gasto Anual
Capacitación trimestral al personal de producción	\$ 925,00
TOTAL	\$ 925,00

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Procesos de planeación ambiental

Se debe crear estrategias que conduzcan a desarrollar un sistema ambiental que perdurará dentro del proceso de producción. La compañía, debe tener un equilibrio entre la elaboración de la harina de chía y el uso de los recursos ambientales. Para lograr un sistema ambiental, se debe implementar políticas, controles y designar presupuesto.

6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas

Las acciones ambientales generan importantes beneficios como son.

-Prevención de accidentes ambientales por uso indebido de los recursos de la empresa.

-Se puede llegar a más segmentos de mercado, puesto que en la actualidad los consumidores no solo buscan un producto de calidad sino que buscan productos que no contaminen el medio ambiente.

-No se tiene inconvenientes con las normas de la Ley de Gestión Ambiental del Ecuador.

-Optimización de la materia prima.

6.3.3. Políticas de protección ambiental

Las políticas son las siguientes:

-No arrojar sobrantes de la producción de harina por los lavaderos o alcantarillas.

-Utilizar hojas de reciclaje.

-Apagar la luz al salir de cada área.

-Mantenimiento a las instalaciones eléctricas.

-Colocar la basura en los tachos de reciclaje.

-Ahorrar agua, luz y papel.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.3.4. Procesos de control de calidad

El jefe de todos los departamentos deberá divulgar y controlar las políticas de calidad a sus colaboradores de departamentos. A su vez, si el trabajador no cumpliera con lo designado se tendrá que reportar y sancionar.

Ilustración 31: Proceso de control de calidad



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

6.3.5. Logística Verde

La logística verde de la empresa será:

-Capacitación a todo el personal de la empresa dos veces al año sobre gestión ambiental (normas, estrategias, etc.).

-Implementación de focos ahorrados dentro de las instalaciones.

-Colocación de tachos de reciclaje en las diferentes áreas de la empresa.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.3.6. Certificaciones y Licencias

Para la presente propuesta, la empresa “Soret Cía. Ltda.”, no incurrirá en gastos de certificaciones y licencias ambientales.

6.3.7. Presupuesto

Tabla 17: Gasto de Gestión Ambiental

COSTOS FIJOS	
GASTO DE GESTIÓN AMBIENTAL	
Descripción	Gasto Anual
Capacitación todo el personal de la empresa dos veces al año	\$ 750,00
Compras del focos ahorradores (anual)	\$ 254,00
Tachos de reciclaje (anual)	\$ 130,00
TOTAL	\$ 1.134,00

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

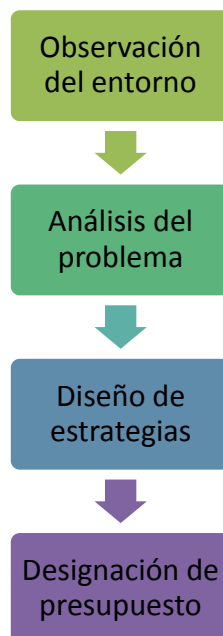
La planeación de un modelo de responsabilidad social nace con el plan de marketing social, con el objetivo de generar aspectos de valor agregado para el consumidor. La idea es clara, no solamente se busca

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

vender harina de chía, sino se quiere aportar al desarrollo del mercado donde la harina se está distribuyendo.

Por consiguiente primero, se tiene que observar que problemas presenta el entorno; segundo, se debe analizar qué problema requiere una mayor atención; tercero, se diseñan estrategias para conseguir la solución a esa problema; y cuarto se designa el presupuesto y la persona que controle los procesos.

Ilustración 32: Procesos del modelo empresarial



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas

La compañía considera que el principal beneficio es el incremento de valor que se daría a la marca.

Cuando una empresa ayuda socialmente al entorno en donde se desenvuelve, tiene mayores oportunidades de generar una buena reputación y relación con los clientes o consumidores, puesto que ellos se sienten más

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

identificados y vinculados con productos que no solamente buscan un beneficio económico sino que también promueven el bienestar social.

6.4.3. Políticas de protección social

La empresa tendrá tres políticas de protección social por año:

-Donar Harina de Chía a albergues, orfanatos o geriátricos.

-Escoger 1 caso de desnutrición crónica en niños del Hospital de niños Dr. Roberto Gilbert, hacer donaciones de harina de chía, capacitar a familiares y dar seguimiento al caso

-Brindar capacitaciones sobre nutrición a centros de alimentación que sean de bajos recursos.

6.4.4. Certificaciones y Licencias

Para la presente propuesta, la empresa “Soret Cía. Ltda.”, no incurrirá es gastos de certificaciones y licencias de responsabilidad social.

6.4.5. Presupuesto

Ilustración 33: Gasto de Responsabilidad Social

COSTOS FIJOS		
GASTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL		
Descripción	Gasto Mensual	Gasto Anual
Donativos de producto	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Capacitación sobre nutrición (Jefe de Producción/Anual)		\$ 800,00
TOTAL	\$ 180,00	\$ 2.960,00

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.5. Balanced Scorecard & Mapa Estratégico

Tabla 18: Balanced Scorecard

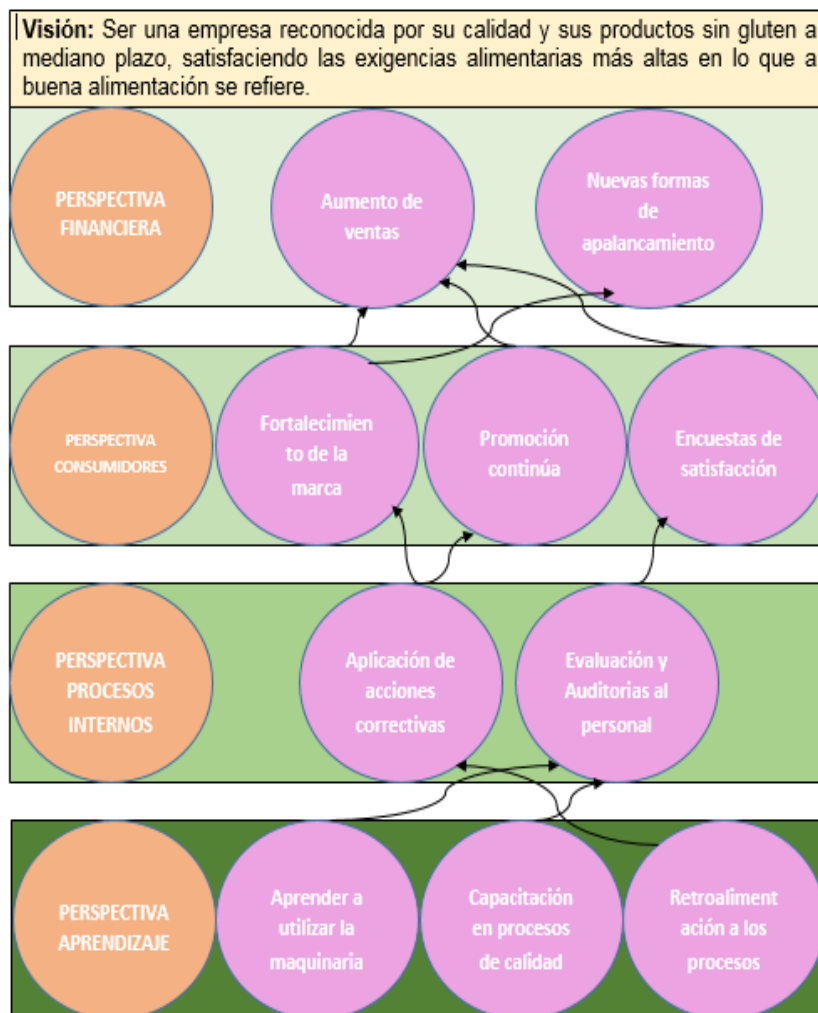
	OBJETIVOS	INDICADORES	META	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	RESPONSABLE
<i>Financiera</i>	Evitar el aumento en costos de producción.	No incrementa la demanda de materiales de producción a proveedores.	30%	Mensual	Jefe Financiero
<i>Clientes y consumidores</i>	Posicionar la marca Foodiet-Harina de chía.	Encuestas de satisfacción	30%	Trimestral	Jefe de Mercadeo y Ventas
<i>Procesos Internos</i>	Aumentar las unidades de producción	Mayor número de unidades a distribuir.	25%	Mensual	Jefe de Producción
<i>Aprendizaje</i>	Incentivar la capacitación del personal	Designación de presupuesto para capacitación	15%	Semestral	Gerente General

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 34: Mapa Estratégico



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

6.6. Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)

Los temas del plan operativo que la empresa “SORET Cía. Ltda” tendrá, ya fueron realizados en los puntos anteriores. No se desarrollará estudio de exportación, ni construcción, etc.

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO- TRIBUTARIO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

En el siguiente capítulo, se realizará la exposición del presupuesto de manera detallada.

7.1. Inversión Inicial

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1. Fija

Tabla 19: Tipo de Inversión: Fija

INVERSIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS			
#	Descripción	Precio Unidad	Precio total
Muebles y Equipos			
6	Escritorios de oficina	\$162,00	\$972,00
6	Sillas de oficina	\$33,00	\$198,00
4	Anaqueles de oficina	\$94,00	\$376,00
1	Juego de mesa con su sillas para reuniones sencillo	\$220,00	\$220,00
1	Pizarra	\$ 27,00	\$27,00
2	Teléfonos	\$25,00	\$50,00
6	Computadoras de escritorio Dell Inspiron 20	\$ 418,00	\$2.508,00

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2	Impresoras canon modelo 4800	\$358,00	\$716,00
2	Aire acondicionado	\$637,00	\$1.274,00
Total muebles y equipos			\$6.341,00
Maquinaria para la producción de Harina de Chía			
1	Mesa de aluminio de 3 m de largo por 1 de ancho	\$865,00	\$865,00
1	Molino pulverizador marca Jacobson motor hp 3650 rpm, capacidad 7 toneladas por hora	\$1.495,00	\$1.495,00
1	Envasadora modelo TA1 Auger marca GusTech (620 sobres de 500 gr 1 hora promedio)	\$ 1.597,00	\$1.597,00
1	Balanza industrial electrónica (Capacidad 1 tonelada)	\$224,00	\$224,00
1	Secador Eléctrico	\$387,00	\$387,00
total maquinaria para la producción de Harina de Chía			\$4.568,00
TOTAL			\$10.909,00

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.1.1.2. Diferida

Tabla 20: Tipo de Inversión: Diferida

INVERSIÓN/GASTO DIFERIDO			
#	Descripción	Precio Unidad	Precio total
1	Alquiler del local	\$ 800,00	\$800,00
1	Constitución de "SORET" Cía. Ltda.	\$ 400,00	\$400,00
1	Registro de la marca+ búsqueda fonética	\$ 196,00	\$196,00
1	Instalaciones del local	\$ 380,00	\$380,00
1	Permiso Municipales	\$ 300,00	\$300,00
1	Paquete de Seguros Equinoccial	\$ 862,00	\$862,00
TOTAL			\$2.938,00

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.1.1.3. Corriente

Tabla 21: Tipo de Inversión: Corriente

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO (Antes de vender)		
Meses	Descripción	Costo total
3	Costos fijos	\$14.723,67
3	Costos variables	\$26.334,00
TOTAL		\$41.057,67

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

Tabla 22: Fuentes de Financiamiento

Financiamiento de la inversión inicial		\$ 177.754,67
Financiamiento propio	\$ 17.775,47	10%
Financiamiento con Banco Machala	\$ 159.979,20	90%

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.1.2.2. Tabla de Amortización

Tabla 23: Tabla de Amortización

Periodos	Capital	Pago	Interés	Amortización
0	\$ 159.979,20			
1	\$ 157.979,63	\$ 3.496,71	\$ 1.497,14	\$ 1.999,57
2	\$ 155.961,34	\$ 3.496,71	\$ 1.478,43	\$ 2.018,29
3	\$ 153.924,16	\$ 3.496,71	\$ 1.459,54	\$ 2.037,18
4	\$ 151.867,92	\$ 3.496,71	\$ 1.440,47	\$ 2.056,24
5	\$ 149.792,44	\$ 3.496,71	\$ 1.421,23	\$ 2.075,48
6	\$ 147.697,53	\$ 3.496,71	\$ 1.401,81	\$ 2.094,91
7	\$ 145.583,02	\$ 3.496,71	\$ 1.382,20	\$ 2.114,51
8	\$ 143.448,72	\$ 3.496,71	\$ 1.362,41	\$ 2.134,30
9	\$ 141.294,45	\$ 3.496,71	\$ 1.342,44	\$ 2.154,27
10	\$ 139.120,02	\$ 3.496,71	\$ 1.322,28	\$ 2.174,43
11	\$ 136.925,23	\$ 3.496,71	\$ 1.301,93	\$ 2.194,78
12	\$ 134.709,91	\$ 3.496,71	\$ 1.281,39	\$ 2.215,32
13	\$ 132.473,86	\$ 3.496,71	\$ 1.260,66	\$ 2.236,05
14	\$ 130.216,88	\$ 3.496,71	\$ 1.239,73	\$ 2.256,98
15	\$ 127.938,78	\$ 3.496,71	\$ 1.218,61	\$ 2.278,10
16	\$ 125.639,36	\$ 3.496,71	\$ 1.197,29	\$ 2.299,42
17	\$ 123.318,42	\$ 3.496,71	\$ 1.175,78	\$ 2.320,94

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

18	\$ 120.975,76	\$ 3.496,71	\$ 1.154,05	\$ 2.342,66
19	\$ 118.611,18	\$ 3.496,71	\$ 1.132,13	\$ 2.364,58
20	\$ 116.224,47	\$ 3.496,71	\$ 1.110,00	\$ 2.386,71
21	\$ 113.815,42	\$ 3.496,71	\$ 1.087,67	\$ 2.409,05
22	\$ 111.383,83	\$ 3.496,71	\$ 1.065,12	\$ 2.431,59
23	\$ 108.929,49	\$ 3.496,71	\$ 1.042,37	\$ 2.454,35
24	\$ 106.452,17	\$ 3.496,71	\$ 1.019,40	\$ 2.477,32
25	\$ 103.951,67	\$ 3.496,71	\$ 996,21	\$ 2.500,50
26	\$ 101.427,77	\$ 3.496,71	\$ 972,81	\$ 2.523,90
27	\$ 98.880,25	\$ 3.496,71	\$ 949,19	\$ 2.547,52
28	\$ 96.308,89	\$ 3.496,71	\$ 925,35	\$ 2.571,36
29	\$ 93.713,47	\$ 3.496,71	\$ 901,29	\$ 2.595,42
30	\$ 91.093,76	\$ 3.496,71	\$ 877,00	\$ 2.619,71
31	\$ 88.449,53	\$ 3.496,71	\$ 852,49	\$ 2.644,23
32	\$ 85.780,56	\$ 3.496,71	\$ 827,74	\$ 2.668,97
33	\$ 83.086,61	\$ 3.496,71	\$ 802,76	\$ 2.693,95
34	\$ 80.367,45	\$ 3.496,71	\$ 777,55	\$ 2.719,16
35	\$ 77.622,84	\$ 3.496,71	\$ 752,11	\$ 2.744,61
36	\$ 74.852,54	\$ 3.496,71	\$ 726,42	\$ 2.770,29
37	\$ 72.056,33	\$ 3.496,71	\$ 700,50	\$ 2.796,22
38	\$ 69.233,94	\$ 3.496,71	\$ 674,33	\$ 2.822,39

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

39	\$ 66.385,14	\$ 3.496,71	\$ 647,91	\$ 2.848,80
40	\$ 63.509,68	\$ 3.496,71	\$ 621,25	\$ 2.875,46
41	\$ 60.607,31	\$ 3.496,71	\$ 594,34	\$ 2.902,37
42	\$ 57.677,78	\$ 3.496,71	\$ 567,18	\$ 2.929,53
43	\$ 54.720,84	\$ 3.496,71	\$ 539,77	\$ 2.956,95
44	\$ 51.736,22	\$ 3.496,71	\$ 512,10	\$ 2.984,62
45	\$ 48.723,67	\$ 3.496,71	\$ 484,16	\$ 3.012,55
46	\$ 45.682,93	\$ 3.496,71	\$ 455,97	\$ 3.040,74
47	\$ 42.613,73	\$ 3.496,71	\$ 427,52	\$ 3.069,20
48	\$ 39.515,81	\$ 3.496,71	\$ 398,79	\$ 3.097,92
49	\$ 36.388,90	\$ 3.496,71	\$ 369,80	\$ 3.126,91
50	\$ 33.232,72	\$ 3.496,71	\$ 340,54	\$ 3.156,17
51	\$ 30.047,01	\$ 3.496,71	\$ 311,00	\$ 3.185,71
52	\$ 26.831,49	\$ 3.496,71	\$ 281,19	\$ 3.215,52
53	\$ 23.585,87	\$ 3.496,71	\$ 251,10	\$ 3.245,62
54	\$ 20.309,89	\$ 3.496,71	\$ 220,72	\$ 3.275,99
55	\$ 17.003,24	\$ 3.496,71	\$ 190,07	\$ 3.306,65
56	\$ 13.665,65	\$ 3.496,71	\$ 159,12	\$ 3.337,59
57	\$ 10.296,82	\$ 3.496,71	\$ 127,89	\$ 3.368,83
58	\$ 6.896,47	\$ 3.496,71	\$ 96,36	\$ 3.400,35
59	\$ 3.464,29	\$ 3.496,71	\$ 64,54	\$ 3.432,17

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

60	\$ 0,00	\$ 3.496,71	\$ 32,42	\$ 3.464,29
----	---------	-------------	----------	-------------

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.1.3. Cronograma de Inversiones

Tabla 24: Cronograma de Inversiones

AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
PAGO DE INTERESES	\$16.691,28	\$13.702,82	\$10.360,94	\$6.623,83	\$2.444,75
PAGO POR AMORTIZACIÓN	\$25.269,29	\$28.257,74	\$31.599,63	\$35.336,73	\$39.515,81

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.2. Análisis de Costos

7.2.1. Costos Fijos

Tabla 25: Costos Fijos-Año 1

COSTOS FIJOS	AÑO 1
TOTAL	\$ 156.369,21

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.2.2. Costos Variables

7.2.2.1. Costos de Producción

Tabla 26: Costos de Producción-Una funda de Harina de Chía

MATERIALES A UTILIZAR EN UNA FUNDA DE HARINA DE CHÍA		
Descripción de materiales	Presentación	Costo Unitario
Granos de Chía	500 gr	\$ 2,00
Funda Oxo Biodegradable	1	\$ 0,09
TOTAL COSTOS UNITARIO DE LA HARINA DE CHÍA		\$ 2,09

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

Tabla 27: Costos de Producción-Mensual

PRODUCTO	Promedio Mensual-Año 1
Harina de Chía	\$ 26.334,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.3. Capital de Trabajo

7.3.1. Costos de Operación

Tabla 28: Costos de Operación

COSTOS FIJOS PROYECTADOS	COSTOS MENSUALES (PRIMER AÑO OPERATIVO)
DESCRIPCIÓN DE COSTO	
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS DETALLADOS	\$ 9.588,02
GASTOS EN SERVICIOS BÁSICOS DE LA EMPRESA	\$ 265,00
GASTOS VARIOS	\$ 839,00
GASTOS DE MARKETING Y PUBLICIDAD	\$ 1.752,58
GASTOS DE GESTIÓN DE CALIDAD	\$ 77,08
GASTO DE GESTIÓN AMBIENTAL	\$ 94,50
GASTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	\$ 246,67
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 12.862,85

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.3.2. Costos Administrativos

Tabla 29: Costos Administrativos

SUELDOS Y SALARIOS	
Descripción de cargo	Sueldo mensual
Gerente General	\$ 975,00
Jefe Financiero	\$ 725,00
Jefe de Mercadeo y Ventas	\$ 725,00
Jefe de Producción	\$ 725,00
Contador	\$ 640,00
Analista de control de calidad	\$ 640,00
Secretaria	\$ 420,00
Operador 1	\$ 354,00
Operador 2	\$ 354,00
Operador 2	\$ 354,00
Operador 4	\$ 354,00
Operador 5	\$ 354,00
Operador 6	\$ 354,00
	\$ 6.974,00

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.3.3. Costos de Ventas

Tabla 30: Costos de Ventas o Marketing y Publicidad

COSTOS FIJOS		
GASTOS DE MARKETING Y PUBLICIDAD		
Descripción	Gasto Mensual	Gasto Anual
Activaciones de marca	\$ 580,00	\$ 2.320,00
Afiches (800 unidades por mes)	\$ 133,00	\$ 1.596,00
Roll up (25 unidades para el año)	\$ 91,25	\$ 1.095,00
Muestras gratis (1000 unidades por mes)	\$ 932,00	\$ 11.184,00
Plumas, llaveros, gorras (1000 de cada uno para el año)	\$ 63,00	\$ 756,00
Contratación de empresa de material btl (2 veces por mes)	\$ 340,00	\$ 4.080,00
Contratación de una empresa de marketing digital	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL	\$ 2.239,25	\$ 21.031,00

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.3.4. Costos Financieros

Tabla 31: Costos Financieros

PAGO DE INTERES CON EL BANCO	
DEUDA	AÑO 1
INTERESES POR PRESTAMOS	\$ 16.691,28

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark up y Márgenes

Tabla 32: Determinación del Precio

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
MARKE UP	\$ 2,41	\$ 2,56	\$ 2,95	\$ 3,65	\$ 4,76
Precio	\$ 4,50	\$ 4,73	\$ 5,20	\$ 5,98	\$ 7,17
MARGEN	54%	54%	57%	61%	66%

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de ventas.

Tabla 33: Proyección Costos

PRODUCTO	2015	2016	2017	2018	2019
Harina de Chía	\$ 316.008,00	\$ 334.157,60	\$ 363.742,25	\$ 403.488,00	\$ 455.942,65
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 316.008,00	\$ 334.157,60	\$ 363.742,25	\$ 403.488,00	\$ 455.942,65

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

Tabla 34: Proyección Ingresos

VENTAS PROYECTADAS-INGRESO MONETARIO					
Producto x Precio	2015	2016	2017	2018	2019
Harina de Chía	\$ 680.400,00	\$ 728.708,40	\$ 841.658,20	\$ 1.035.660,42	\$ 1.354.643,83
VENTAS TOTALES	\$ 680.400,00	\$ 728.708,40	\$ 841.658,20	\$ 1.035.660,42	\$ 1.354.643,83

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.4.3. Determinación del punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.

De acuerdo a la investigación de mercado, la empresa para lograr satisfacer la demanda de mercado actual, debe tener una cobertura 35% como mínimo sobre su capacidad instalada.

Tabla 35: Punto óptimo de producción

PRODUCCIÓN DE LA HARINA DE CHÍA PROYECTADA						
Harina de Chía	Aceptación del Mercado en el primer año	2015	2016	2017	2018	2019
MONTOS PROYECTADOS	35%	151.200,00	158.760,00	174.636,00	200.831,40	240.997,68

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.4.4. Análisis de Punto de Equilibrio

Se deben vender 64.883 unidades de harina de chía para alcanzar poder cubrir los costos fijos y variables anuales.

Tabla 36: Punto de Equilibrio

Precio de Venta	\$ 4,50
Costo Unitario	\$ 2,09
Gastos Fijos Anuales	\$ 156.369,21
Punto de Equilibrio Unidades	64.883
Punto de Equilibrio Ventas \$	\$ 291.975,71

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

7.5.1. Planificación Tributaria

7.5.1.1. Generalidades (Disposiciones normativas)

La empresa desde su inicio se basará en lo que la Constitución, dispone, por lo dentro del marco tributario tomará a la Ley de Régimen Tributario Interno que tiene estipulaciones sobre impuestos, ingresos, declaraciones, etc.

La empresa cumplirá de manera organizada con sus obligaciones tributarias evitando perjuicio alguno.

7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal

La Ley de Régimen Tributario Interno es clara y específica que las amortizaciones y depreciaciones aportan para minimizar la carga fiscal, por lo que se incluirán los balances.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.5.1.3. Impuesto a la Renta

El Servicio de Rentas Internas dispuso que el impuesto a la renta sea el 22%.

Tabla 37: Impuesto a la Renta

Impuesto a la renta	2015	2016	2017	2018	2019
22%	\$ 26.004,88	\$26.869,35	\$ 41.597,63	\$70.302,71	\$119.328,07

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado

“Foodiet - Harina de Chía” tendrá un impuesto al valor agregado (IVA) del 12%, según el Servicios de Rentas Internas.

7.5.1.5. Impuesto a los Consumos Especiales

“SORET Cía. Ltda”, no tiene impuestos a los consumos especiales, por lo que el punto no aplica para su desarrollo.

7.5.1.6. Impuesto, Tasas y Contribuciones Municipales

La empresa incurrirá en gastos para permisos municipales y del cuerpo de bomberos. Estos gastos son adicionales a los gastos que se generarán para la constitución de la empresa (legales), los cuales fueron descritos en el capítulo 3.

7.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior

“SORET Cía. Ltda”, no tiene impuestos al comercio exterior, por ser un producto solo local, por lo que el punto no aplica para su desarrollo.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.5.1.8. Impuesto a la Salida de Divisas

Será un producto local, por lo que no se tendrán cuentas en bancos internacionales, por lo tanto el punto no aplica para su desarrollo.

7.5.1.9. Impuestos a los Vehículos Motorizados

“SORET Cía. Ltda”, contratará una empresa que realice la distribución del producto, por lo que el punto no aplica para su desarrollo, debido que no se contará con vehículos motorizados.

7.5.1.10 Impuestos a las tierras Rurales (Aplica solo proyectos rurales).

“SORET Cía. Ltda”, no es un proyecto rural, por lo tanto el punto no aplica para su desarrollo.

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General Inicial

Tabla 38: Balance General Inicial

INVERSIÓN INICIAL		
Descripción	Valor	Porcentaje
INVERSIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS	\$ 10.909,00	75%
INVERSIÓN/GASTO DIFERIDO	\$ 2.938,00	2%
INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO (Antes de vender)	\$ 41.057,67	23%
TOTAL DE LA INVERSIÓN INICIAL	\$ 177.754,67	100%

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 39: Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIA					
% Utilidades de los trabajadores	0%	15%	15%	15%	15%
% Impuesto Renta	22%	22%	22%	22%	22%
	2015	2016	2017	2018	2019
		\$		\$	\$
	\$	728.708,4	\$	1.035.660,4	1.354.643,8
Ventas	680.400,00	0	841.658,20	2	3
		\$			
	\$	334.157,6	\$	\$	\$
Costo de venta	316.008,00	0	363.742,25	403.488,00	455.942,65
		\$			
	\$	394.550,8	\$	\$	\$
Utilidad Bruta	364.392,00	0	477.915,96	632.172,42	898.701,18
GASTOS					
SUELDOS Y SALARIOS DETALLADOS		\$			
	\$	119.278,7	\$	\$	\$
	115.056,21	7	123.656,31	128.194,49	132.899,23
GASTOS EN SERVICIOS BÁSICOS DE LA EMPRESA					
	\$	\$	\$	\$	\$
	3.180,00	3.296,71	3.417,70	3.543,12	3.673,16

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

	\$	\$	\$	\$	\$
GASTOS VARIOS	10.068,00	10.437,50	10.820,55	11.217,67	11.629,35
GASTOS DE					
MARKETING Y	\$	\$	\$	\$	\$
PUBLICIDAD	21.031,00	21.802,84	22.603,00	23.432,53	24.292,51
GASTOS DE					
GESTIÓN DE	\$	\$	\$	\$	\$
CALIDAD	925,00	958,95	994,14	1.030,63	1.068,45
GASTO DE					
GESTIÓN	\$	\$	\$	\$	\$
AMBIENTAL	1.134,00	1.175,62	1.218,76	1.263,49	1.309,86
GASTOS DE					
RESPONSABILIDA	\$	\$	\$	\$	\$
D SOCIAL	2.960,00	3.068,63	3.181,25	3.298,00	3.419,04
DEPRECIACIÓN	\$	\$	\$	\$	\$
ANUAL	2.294,67	2.294,67	2.294,67	575,00	575,00
		\$			
	\$	232.237,1	\$	\$	\$
Utilidad Operativa	207.743,12	2	309.729,58	459.617,48	719.834,58
Gastos	\$	\$	\$	\$	\$
Financieros	16.691,28	13.702,82	10.360,94	6.623,83	2.444,75
Utilidad antes de	\$	\$	\$	\$	\$
impuestos	118.203,98	143.686,3	222.447,22	375.950,32	638.118,03

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5					
Repartición	\$	\$	\$	\$	\$
Trabajadores	-	21.552,95	33.367,08	56.392,55	95.717,70
Utilidad antes de impuesto a la renta	\$	\$	\$	\$	\$
	118.203,98	122.133,40	189.080,14	319.557,77	542.400,32
Impuesto a la renta	\$	\$	\$	\$	\$
	26.004,88	26.869,35	41.597,63	70.302,71	119.328,07
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$	\$	\$	\$	\$
	92.199,10	95.264,05	147.482,51	249.255,06	423.072,25

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 40: Flujo

FLUJO DE EFECTIVO					
	2015	2016	2017	2018	2019
Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 118.203,98	\$ 122.133,40	\$ 189.080,14	\$ 319.557,77	\$ 542.400,32
Gastos	\$	\$	\$	\$	\$
Depreciación (+)	2.294,67	2.294,67	2.294,67	575,00	575,00
Inversiones en Activos (-)	-	-	42.000,00	-	-
Amortizaciones de Deuda (-)	25.269,29	28.257,74	31.599,63	35.336,73	39.515,81
Pago por impuestos (-)	-	26.004,88	26.869,35	41.597,63	70.302,71
FLUJO ANUAL	\$ 113.579,22	\$ 88.515,32	\$ -	\$ -	\$ 449.479,00
FLUJO ACUMULADO	\$ 113.579,22	\$ 202.094,54	\$ 353.350,24	\$ 612.870,85	\$ 1.062.349,85
PAY BACK DEL FLUJO	\$ -64.175,44	\$ 24.339,87	\$ 175.595,57	\$ 435.116,18	\$ 884.595,18

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1. TMAR

La TMAR es la tasa mínima requerida por los inversionistas es 11,14%.

Tabla 41: TMAR

TMAR INVERSIONISTA	10,33%	10%	1,03%
TMAR BANCO	11,23%	90%	10,11%
TMAR TOTAL			11,14%

Elaborada por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.6.2.1.1.2. VAN

El valor actual neto (VAN), trae los flujos (punto 7.6.2.1.) a valor actual, descontando la inversión inicial. El VAN del proyecto es \$ 541.452,42.

7.6.2.1.1.3. TIR

La tasa interna de retorno (TIR) es 75%, lo que significa que es aceptada, debido a que es mayor que la TMAR (7.2.1.1.1.).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6.2.1.1.4. PAYBACK

Tabla 42: PAYBACK

TIEMPO DE RECUPERACIÓN			
Periodo	Flujo	Valor Actual	Acumulado
0	\$ -177.754,67		0
1	\$ 168.077,22	\$ 159.938,25	\$ 159.938,25
2	\$ 117.759,67	\$ 287.303,64	\$ 354.085,46
3	\$ 142.292,47	\$ 287.073,97	\$ 569.867,68
4	\$ 294.300,94	\$ 440.142,45	\$ 1.037.735,38
5	\$ 486.130,73	\$ 1.083.898,08	\$ 1.993.538,97

Elaborada por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

El periodo de recuperación de la inversión inicial se da dentro del tercer año.

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.1. Productividad

El siguiente cuadro se observa el resultado de cómo varía las unidades de producción en los tres escenarios, puesto que los porcentajes para el incremento de la misma son diferentes.

Tabla 43: Productividad

Resumen del escenario		Valores actuales:	ORIGINAL	POSITIVO	NEGATIVO
Celdas cambiantes:					
Incremento de producción		5%	5%	12%	2%
Unidades actuales		158760	158760	158760	158760
Celdas de resultado:					
Unidades		158.760,00	158.760,00	169.344,00	154.224,00

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.7.2. Precio Mercado Local

Se presentan los tres escenarios el original que tiene un incremento en precio del 5%, el negativo que solo se tiene un incremento del 2% nada más; y el positivo que se estima que el incremento sea de un 10%

Tabla 44: Precio Mercado Local

Resumen del escenario		Valores actuales:	ORIGINAL	NEGATIVO	POSITIVO
Celdas cambiantes:					
	% de Incremento en precio	5%	5%	2%	10%
Celdas de	PRECIO				

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.3. Precio Mercado Externo

“SORET Cía. Ltda”, no tiene costos de materiales indirectos, por lo que el punto no aplica para su desarrollo.

7.7.4. Costo de Materia Prima

La materia prima que el producto requiere fue detallada en el punto 7.2.2.1.

7.7.5. Costo de Materiales Indirectos

“SORET Cía. Ltda”, no tiene costos de materiales indirectos, por lo que el punto no aplica para su desarrollo.

7.7.6. Costo de Suministros y Servicios

El costo de suministro se colocó dentro de los costos operación en el punto 7.3.1.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.7. Costos de Mano de Obra Directa

Tabla 45: Mano de obra directa

Mano de Obra Directa		
Cargo	Mensual	Anual
Jefe de Producción	\$ 725,00	\$ 8.700,00
Analista de control de calidad	\$ 640,00	\$ 7.680,00
Operador 1	\$ 354,00	\$ 4.248,00
Operador 2	\$ 354,00	\$ 4.248,00
Operador 3	\$ 354,00	\$ 4.248,00
Operador 4	\$ 354,00	\$ 4.248,00
Operador 5	\$ 354,00	\$ 4.248,00
Operador 6	\$ 354,00	\$ 4.248,00
TOTAL	\$ 3.489,00	\$ 41.868,00

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.7.8. Costos de Mano de Obra Indirecta

“SORET Cía. Ltda”, no tiene costos de mano de obra indirecta, por lo que el punto no aplica para su desarrollo.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.9. Gastos Administrativos

En el siguiente cuadro se muestra tres escenarios sobre el gasto administrativo, para calcular el incremento de este gasto en los años siguientes se utilizó un promedio de la inflación de los últimos tres años en el Ecuador. La inflación actual es de 3,67%, si esta inflación disminuyera en el año siguiente (2016) a un 2% (positivo) el valor del gasto administrativo para ese año sería de \$ 159.457,30; si por el contrario la inflación aumentara a un 5%, el gasto sería \$164.087,92.

Tabla 46: Gasto Administrativo

Resumen del escenario	Valores actuales:	Original	POSITIVO	NEGATIVO
Celdas cambiantes:				
Interés	3,67%	3,67%	2,00%	5,00%
Gasto Administrativo	\$ 162.035,01	\$ 162.035,01	\$ 162.035,01	\$ 162.035,01
Celdas de resultado:				
Gasto Administrativo	\$ 162.035,01	\$ 162.035,01	\$ 159.457,30	\$ 164.087,92

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.7.10. Gastos de Ventas

La empresa no tiene gastos de ventas, pues no cuenta con personal de ventas ni rubros designados, por lo que el siguiente punto no aplicaría, para la presente propuesta.

7.7.11. Inversión en Activos Fijos

“SORET Cía. Ltda”, en su tercer año operativo realizará una inversión aproximada de \$ 42.000,00; para la compra de un camión (activo) el cual servirá para transportación del producto.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.12. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

En el siguiente cuadro se muestra tres escenarios: el original 11, 23%, positivo a un interés de 6,23%; y el negativo a un 20%.

Tabla 47: Tasa de interés promedio

Resumen del escenario				
	Valores actuales:	ORIGINAL	NEGATIVO	POSITIVO
Celdas cambiantes:				
Capital	159979,2	159979,2	159979,2	159979,2
Tasa	11,23%	11,23%	20,00%	6,23%
Número de pago	60	60	60	60
Celdas de resultado:				
\$C\$22	\$ 145.583,02	\$ 145.583,02	\$ 148.408,35	\$ 143.772,54
Interés	\$ 1.382,20	\$ 1.382,20	\$ 2.502,41	\$ 758,63

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.8. Balance General

Tabla 48: Balance General

BALANCE GENERAL						
	2015	2016	2017	2018	2019	
<i>ACTIVOS</i>						
	\$	\$	\$	\$	\$	
Disponibles	\$ 41.057,67	154.636,8	243.152,2	394.407,9	653.928,51	\$ 1.103.407,5
Cuentas por cobrar	-	-	-	-	-	-
Inventarios	-	-	-	-	-	-
Activos corrientes	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	\$	154.636,8	243.152,2	394.407,9	653.928,51	\$ 1.103.407,5

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

	41.057,67	9	1	0	653.928,51	1
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Activos fijos	10.909,00	10.909,00	10.909,00	10.909,00	10.909,00	10.909,00
Depreciación acumulada	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	-	2.294,67	4.589,33	6.884,00	7.459,00	8.034,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Activos fijos netos	10.909,00	8.614,33	6.319,67	4.025,00	3.450,00	2.875,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Activo diferido	2.938,00	2.938,00	2.938,00	2.938,00	2.938,00	2.938,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	177.754,6	270.689,3	338.560,1	469.171,3	\$	1.144.376,5
TOTAL ACTIVOS	7	6	4	0	711.794,71	1
PASIVOS						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Pasivo Corriente	-	26.004,88	26.869,35	41.597,63	70.302,71	119.328,07
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Deuda a largo plazo	159.979,2	134.709,9	106.452,1	\$	\$	\$
	0	1	7	74.852,54	39.515,81	0,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	159.979,2	160.714,7	133.321,5	116.450,1	\$	\$
TOTAL PASIVOS	0	9	2	7	109.818,52	119.328,07

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

<i>PATRIMONIO</i>						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Capital Social	17.775,47	17.775,47	17.775,47	17.775,47	17.775,47	17.775,47
				\$		
Utilidades del Ejercicio	\$ -	\$ 92.199,10	\$ 95.264,05	147.482,5	\$ 249.255,06	\$ 423.072,25
				\$		
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 92.199,10	187.463,1	\$ 334.945,66	\$ 584.200,72
		\$	\$	\$		\$
	\$	109.974,5	205.238,6	352.721,1	\$	1.025.048,4
TOTAL PATRIMONIO	17.775,47	7	2	3	601.976,19	4
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
PASIVO+PATRIMONIO	177.754,6	270.689,3	338.560,1	469.171,3	\$ 711.794,71	\$ 1.144.376,5
O	7	6	4	0	711.794,71	1
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
COMPROBACIÓN	-	-	-	-	-	-

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.8.1. Razones Financieras

7.8.1.1. Liquidez

Evalúa el efectivo (dinero) con el que cuenta la empresa “SORET Cía. Ltda”.

Tabla 49: Razón de Liquidez

RAZONES FINANCIERAS					
	2015	2016	2017	2018	2019
RATIO LIQUIDEZ					
Capital de trabajo	\$ 128.632,02	\$ 216.282,86	\$ 352.810,27	\$ 583.625,80	\$ 984.079,44

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.8.1.2. Gestión

Muestra el número de veces que rotan los activos de la empresa “SORET Cía. Ltda”, para la obtención de ingresos.

Tabla 50: Razón Gestión

RAZONES FINANCIERAS					
	2015	2016	2017	2018	2019
RATIO DE GESTION					
Rotación de activos	2,51	2,15	1,79	1,45	1,18

Elaborado por: Nadia Solis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.8.1.3. Endeudamiento

Muestra el porcentaje de endeudamiento que tiene “SORET Cía. Ltda” con terceros.

Tabla 51: Razón Endeudamiento

RAZONES FINANCIERAS					
	2015	2016	2017	2018	2019
RATIO DE ENDEUDAMIENTO					
% de Apalancamiento	59%	39%	25%	15%	10%

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.8.1.4. Rentabilidad

Muestra que tan rentable es la empresa, para ello se consideración las inversiones que está ha hecho. Con estos ratios se sabe cómo los activos, deudas e inversiones de socios están generan ingresos, se expresa en porcentajes. El ROA mide la rentabilidad de los activos, el ROE toma el capital de los socios con que se cuenta y se mide las utilidades que se han generado. Y el margen operación es el porcentaje de ganancia que se tuvo después de restarle a los productos vendidos el costo.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 52: Razón Rentabilidad

RAZONES FINANCIERAS					
	2015	2016	2017	2018	2019
RATIO DE RENTABILIDAD					
Margen					
operacional	31%	32%	37%	44%	53%
Margen neto	17%	20%	26%	36%	47%
ROA	44%	42%	47%	53%	56%
ROE	107%	70%	63%	62%	62%

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

7.9. Conclusión Financiera

Como conclusión financiera, la propuesta si es viable porque presenta una TIR del 75%, superando a la TMAR requerida por los inversionistas (10,33%). Además, la inversión inicial se recupera en el tercer año de actividad operacional y el valor actual neto del proyecto es de \$ 541.452,42.

Finalmente, tomando como base una aceptación de mercado del 35% se puede llegar a producir 151.200,00 unidades de harina de chía anuales, superando así a las unidades requeridas como mínimo (64.883,00) para cubrir sus costos; y se puede obtener utilidades netas de 149.020,44. Esto se debe a que sus bajos costos variables y poca inversión en maquinaria y mano de obra, hacen que se genere mayores ingresos.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

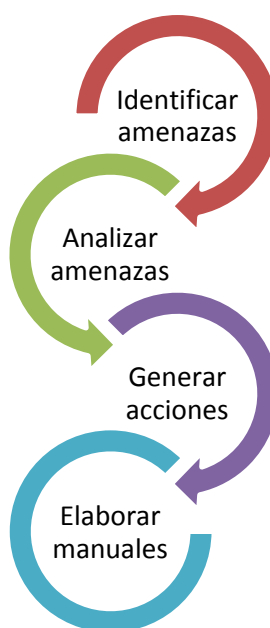
CAPÍTULO 8

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Plan de Administración del riesgo

Para el plan de contingencia de SORET Cía. Ltda., primero la empresa tendrá que identificar los presuntos riesgos (amenazas) que el negocio pueda llegar a presentar, una vez identificados como segundo paso se los debe analizar. Tercero, se debe generar acciones que minimicen dichos riesgos y finalmente como cuarto paso este plan debe estar reflejado en manuales de seguridad y debe ser revisado constantemente.

Ilustración 35: Plan de administración de riesgos



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación













8.1.1. Principales riesgos

Como es una empresa productora de harina chía el principal riesgo laboral lo tiene el área o departamento de producción. No obstante, los demás departamentos no están libres de sufrir percances. A continuación se presenta una tabla con posibles riesgos por áreas:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 53: Principales riesgos

PRINCIPALES RIESGOS

<p><i>Departamento Financiero</i></p> <p><i>Departamento de Mercadeo y Ventas</i></p> <p><i>Departamento de Producción</i></p> <p><i>Departamento de Recursos Humanos</i></p>	<ul style="list-style-type: none">  Fallos eléctricos.  Medidores o cableado viejo o en mal estado.  No señalización para las salidas de emergencia.  No contar con extintores de emergencia.  No tener áreas ventiladas.  Defectos en la función de la maquinaria de producción.  Maquinaria con fallos de diseño que tenga elementos cortantes y punzantes.  Deficiencia en el manejo de la maquinaria.  No capacitación.  Infraestructura en mal estado.  Manejo de material inflamable o explosivo.  No poseer una ergonomía adecuada.
---	--

Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos

SORET Cía. Ltda., con la finalidad de mitigar los riesgos mencionados en el punto 8.1.1., se implementará dos reuniones mensuales con todos los trabajadores de la empresa. Estas reuniones se realizarán el primero y último lunes de cada mes, en esta reunión se podrá participar abiertamente con opiniones, propuestas, correctivos y sanciones que tengan que ver con la seguridad laboral.

8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificaciones (check lists)

La empresa utilizará las listas de verificaciones o también conocidas como “check lists” dentro de las reuniones, ya que son mucho más organizadas. Estas check lists se elaborarán con la finalidad de monitorear los riesgos y de verificar el cumplimiento de las acciones correctivas. En base a las check lists se podrán elaborar posteriormente informes periódicos sobre la seguridad laboral de la empresa. A continuación un ejemplo de un check lists a utilizar en las reuniones:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 36: Ejemplo de “Check lists”

LUNES, 8 DE JUNIO DE 2015

“SEGURIDAD LABORAL”

TEMA: *CABLEADO DE LA INFRAESTRUCTURA*

- TOMAR LISTAS A LOS TRABAJADORES
- INTRODUCCIÓN DEL TEMA
- PROBLEMAS ACTUALES
- BENEFICIOS DE CAMBIO DE CABLEADO
- ACCIÓN CORRECTIVA
- RESPONSABLE
- COMUNICAR CAMBIOS EN LAS NORMAS
- COMENTARIOS
- AGRADECIMIENTOS
- DESPEDIDA

Elaborado por: Nadia Soliis

Fuente: La Investigación

8.2. Planeación de la respuesta de riesgo

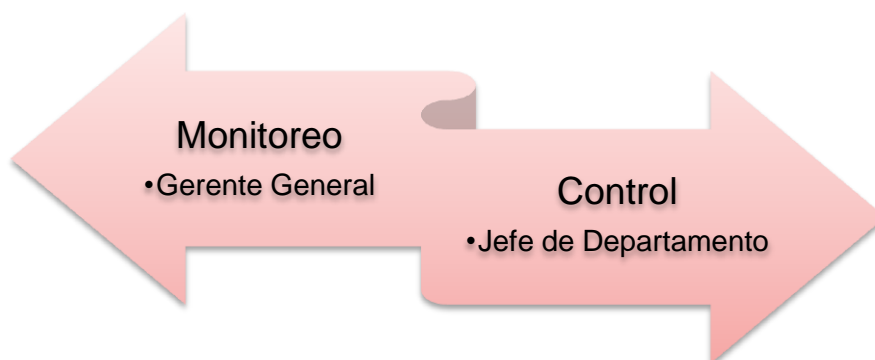
Una vez identificado los posibles riesgos del punto 8.1.1., SORET Cía. Ltda., debe actuar de manera eficaz con la finalidad de prevenir desgracias laborales. Dentro del proceso de planeación de la respuesta al riesgo el gerente general debe designar una persona de cada departamento para que elabore un informe en el cual indique la causa que generaría un riesgo, a su vez se debe describir como está afectando o cómo afectaría al departamento o empresa esta posible causa de riesgo. Posteriormente esta persona designada, deberá presentar su informe y exponerlo en una de las reuniones para mitigar riesgos que la empresa efectuará dos veces por mes. Allí el gerente general y todo su personal escucharán los problemas y aportarán medidas correctivas. Finalmente, se designar un presupuesto, un responsable y un supervisor, para atender esa posible causa de riesgo.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

8.2.1. Monitoreo y control del riesgo

El Gerente General será la persona responsable de monitorear que los posibles riesgos se encuentren reducidos. Por otra parte, él solo monitoreará una vez por semana o tres veces en el mes, dependiendo del número de riesgos que se identifiquen dentro de la empresa, por lo que también se designará una persona por cada departamento para que controle constantemente las amenazas y sea el responsable de comunicar cualquier anomalía que identifique.

Ilustración 37: Monitoreo y Control



Elaborado por: Nadia Solis

Fuente: La Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

8.3. Plan de Contingencia y Acción Correctivas

Tabla 54: Plan y Acción

RIESGO	PLAN DE CONTINGENCIA	ACCIÓN CORRECTIVA
Fallos eléctricos	Analizar qué riesgo ocasiono el daño. Identificar las perdidas (activos humanos y físicos) Inspeccionar e deducir porcentajes de gravedad del daño. Revisar con que se mitigo el daño. Identificar responsables Restauración de daños. Informe de daño (monetario).	Antes de que ocurra el riesgo:
Medidores o cableado viejo o en mal estado.		Inspección constante. Verificación del informe del responsable de controlar los riesgos por departamento.
No señalización para las salidas de emergencia.		Dar seguimiento a que se designe presupuesto para reparación.
No contar con extintores de emergencia.		Verificar que se cumpla con las políticas de calidad.
No tener áreas ventiladas.		Revisar salidas de emergencia, extintores, puntos de cableado.
Defectos en la función de la maquinaria de producción.		Mientras ocurre el accidente:
Maquinaria con fallos en el diseño, pueden tener elementos cortantes y punzantes.	Salir de las instalaciones por las vías de evacuación. Dar aviso a las unidades de emergencia Llamar al seguro	

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Deficiencia en el manejo de la maquinaria.		Después del accidente:
No capacitación.		Verificar que el personal este en perfecto estado.
Infraestructura en mal estado.		Adquirir nuevamente los elementos de seguridad para las instalaciones, en caso de pérdida.
Manejo de material inflamable o explosivo.		Capacitar más al personal en cuestiones de seguridad laboral.
No poseer una ergonomía adecuada.		Realizar simulacros.

Elaborado por: Nadia Solis

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 9

9. CONCLUSIONES

Finalizado este trabajo de investigación se ha comprobado la factibilidad y rentabilidad de constituir una empresa llamada SORET Cía. Ltda. Que se dedique a la producción y comercialización de un nuevo producto llamado “Foodiet – Harina de Chía” en la ciudad de Guayaquil.

Después de analizar el material bibliográfico, de investigar sobre los procesos operativos que incurre esta actividad, de realizar un estudio de mercado, de diseñar un presupuesto y analizar estados financieros, entre otros aspectos que involucran la producción y comercialización de un producto alimenticio; se ha corroborado que aún en diferentes escenarios el producto en mención satisface y soluciona la necesidad de un grupo objetivo de personas que buscan mejorar su estilo de vida y calidad alimenticia, situación que no solo genera una excelente relación costo – beneficio para clientes sino que también resulta en un negocio muy rentable para los emprendedores que buscan fomentar al crecimiento de la industria, ofrecer oportunidades de trabajo digno y que se preocupan por su entorno.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 10

10. RECOMENDACIONES

- Mejora continua del producto.
- Mantener presencia en sitios web y redes sociales.
- Diversificar los canales de distribución.
- Según el crecimiento de la empresa debe ser el crecimiento de los compromisos sociales y ambientales.
- Aplicar herramientas de trazabilidad en el proceso de producción.
- Elaborar un manual de procesos para reducir desperdicios.
- Capacitar a colaboradores.
- Crear alianzas estratégicas con nutricionistas, gimnasios y restaurantes.

CAPÍTULO 11

FUENTES

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 11

11. FUENTES

BIBLIOGRAFÍA

- Código de Trabajo. (16 de Diciembre de 2005). *Código de Trabajo, Codificación* . Quito, Pichincha, Ecuador.
- Ley de Compañías. (2008). *Ley de Compañías, Codificación* . Quito, Pichincha, Ecuador.
- (21 de Diciembre de 2014). *Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, LOSNCP*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Dayelet*. (21 de Noviembre de 2014). Obtenido de Dayelet:
<https://www.dayelet.com/es/acerca-dayelet>
- Gauer Do Brasil*. (21 de Noviembre de 2014). Obtenido de Gauer Do Brasil:
<http://www.gauerdobrasil.com.br/es/gauer-do-brasil/>
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual*. (21 de Diciembre de 2014). Obtenido de
<http://www.propiedadintelectual.gob.ec/>
- Ley de Propiedad Intelectual. (21 de Diciembre de 2014). *Ley de Propiedad Intelectual*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Atlantic International University. (24 de Noviembre de 2014). *Atlantic International University*. Obtenido de
<https://cursos.aiu.edu/Pensamiento%20Economico/PDF/Tema%205.pdf>
- Ayerza, R., & Coates, W. (2006). *Chía, redescubriendo un olvidado alimento de los aztecas*. Buenos Aires: Editorial Del Nuevo Extremo, S.A.
- Banco Central del Ecuador. (2 de Diciembre de 2014). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Constitución. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi.
- Díaz Tagle, S., Gallego Checa, A., & Pallicera Sala, N. (2008). *Universitat Pompeu Fabra*. Obtenido de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

http://www.idec.upf.edu/documents/mmf/07_01_riesgo_pais_en_mercados_emergentes.pdf

Diccionario de la lengua española. (21 de Noviembre de 2014). *Real Academia Española* .

Obtenido de Real Academia Española :

<http://lema.rae.es/drae/?val=Ch%C3%ADa%3A>

Dobb, M. (2004). *Teorías del valor y de la distribución desde Adam Smith: Ideología y teoría económica*. México, D.F.: Siglo veintiuno.

El Universo. (9 de Abril de 2012). Chía, la "supercomida" que proviene de América Latina. *El Universo*, pág. 1.

ENSANUT-ECU. (2013). *INEC*. Obtenido de

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Publicacion%20ENSANUT%202011-2013%20tomo%201.pdf)

[inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Publicacion%20ENSANUT%202011-2013%20tomo%201.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Publicacion%20ENSANUT%202011-2013%20tomo%201.pdf)

Fránces, A. (2006). *Estrategias y Planes para la Empresa con el Cuadro de Mando Integral*.

Naulcapan de Juárez: Pearson Educación de México S.A. de C.V.

Fundación Universitaria Luis Amigó. (2004). *Paradigmas y Modelos de Investigación*.

Medillen, Colombia.

Gómez Santos, M. (23 de Noviembre de 2014). *Dieta Metabólica*. Obtenido de

<http://www.dietametabolica.es/trigo.htm>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011*. Quito.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). *INEC*. Obtenido de

http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/presentacion.pdf

LORSA. (2011). *Ley de Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria* . Quito.

Ministerio de Comercio Exterior-PRO ECUADOR. (2014). *Boletín de Análisis de Mercados Internacionales*. Guayaquil.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ministerio de Telecomunicaciones. (12 de Diciembre de 2014). *Mintel*. Obtenido de

<http://www.industrias.ec/archivos/CIG/file/CARTELERA/MINTEL-TIC%20para%20el%20Desarrollo.pdf>

Ortiz, F., & García, M. d. (2005). *Metodología de la Investigación*. México, D.F.: Limusa.

Secretaria Nacional de Gestión de la Política. (2 de Diciembre de 2014). *Secretaria Nacional de Gestión de la Política*. Obtenido de

http://issuu.com/politicaecuador/docs/nueva_pol__tica_n__9

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2 de Diciembre de 2014). *Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de

<http://www.planificacion.gob.ec/tag/matriz-productiva/>

Seguros Equinoccial. (2014 de Diciembre de 2014). *Seguros Equinoccial*. Obtenido de

<http://www.segurosequinoccial.com/>

Signalet, J. (2012). *La alimentación, la tercera medicina 10 Edición*. Barcelona: RBA.

SENPLADES. (23 de Noviembre de 2014). *SECRETARIA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO*. Recuperado el 19 de Agosto de 2013, de

<http://plan.senplades.gob.ec/objetivo-10>

Soriano, R. (2004). *El Proceso de la Investigación Científica*. México, D.F.: Trillas.

Trade. (2 de Diciembre de 2014). *Trade*. Obtenido de

<http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Ecuador/Preparaciones-a-base-de-cereales-harina-almidon-fecula-o-leche-productos-de-pasteleria/EC/19>

Universidad Estatal de Bolívar. (24 de Noviembre de 2014). *UEB*. Obtenido de

<http://www.ueb.edu.ec/web1/>

CAPÍTULO 12

ANEXOS

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A
LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

CAPITULO 12

12. ANEXOS

12.1. FORMATO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA N° _____

Como estudiantes de la carrera Ingeniería en Desarrollo de Negocios Bilingüe de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil agradecemos que nos brinde unos minutos de su tiempo para responder algunas preguntas que nos permitirán obtener información importante para el desarrollo de nuestro proyecto de graduación.

1. ¿Prepara o ingiere sus alimentos a diario en casa?
Sí?() No?() (Gracias, fin de la encuesta)
2. ¿Con qué frecuencia prepara o ingiere alimentos que contengan harina?
 1. Una vez por semana ()
 2. Dos veces por semana ()
 3. Tres veces por semana ()
 4. O más ()
3. ¿Conoce o ha escuchado acerca de la Chía y sus beneficios?
Sí?() No?()
4. ¿Si lanzaran al mercado un nuevo tipo de harina a base de Chía estaría dispuesto a probarla?
Muy Dispuesto() Dispuesto() Indispuesto() Muy Indispuesto()
5. ¿Estaría dispuesto a sustituir la harina de trigo convencional por una harina de mayor valor nutricional pero de diferente apariencia?
Muy Dispuesto() Dispuesto() Indispuesto() Muy Indispuesto()
6. ¿Estaría dispuesto a pagar \$0.99 más que la harina convencional por un kilo de Harina de Chía?
Muy Dispuesto() Dispuesto() Indispuesto() Muy Indispuesto()
7. ¿Con qué frecuencia compra Harina?
Cada: 8 días() 15 días() 30 días() Más()
8. ¿Qué presentación de harina adquiere usualmente?
500 gr 1kilo 2kilos
9. ¿Cómo valora las características a la hora de comprar harina?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Siendo: Muy Importante (1), Importante (2), Poco Importante (3), Nada Importante (4)

*	1	2	3	4
Precio				
Tamaño				
Calidad				
Benef. Nutricionales				
Diseño				
Otros				

10. Que supermercado visita con más frecuencia?

Supermaxi() Mi Comisariato() Otro(_____)

11. Edad: 18 a 30() 31 a 40() 41 a 50() 51 a 60() Mas()

12. Ocupación: _____

13. Sexo: M () F () Otros ()

Nombre: _____ Número de Teléfono:

12.2. GUIA DEL MODERADOR – GRUPO FOCAL

GRUPO FOCAL

GUÍA DEL MODERADOR

6. Presentación

- a. Presentación de la Moderadora
- b. Exposición del Motivo de la reunión
- c. Presentación de los Integrantes, para que puedan entrar en un ambiente agradable y cómodo
- d. Duración del grupo foco de 1 con 15 minutos

7. Explicación Introdutoria para la Sesión de Grupo

- a. Explicar que no hay respuestas correcta, sólo opiniones que pueden ser muy diferentes.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- b. Explicar que se grabará la entrevista para el posterior análisis de los resultados. Por favor que solo hable una persona a la vez. Y si desea dar una opinión puede levantar la mano.
- c. Explicar que solo puede hablar una persona a la vez y se levanta la mano para tomar la palabra.
- d. Si se tiene una opinión diferente a las demás personas del grupo, es importante que lo haga saber.

8. Rompimiento del Hielo

- a. Preguntas básicas como: profesión, edad, estado civil, ocupación.

9. Preguntas Generales o de Apertura

- a. Con cuanta frecuencia compran harina en los supermercados de la localidad?
- b. Qué marcas de harina conocen?
- c. Qué marca de harina consumen?
- d. Han escuchado acerca de la Chía y sus múltiples beneficios para la salud y el bienestar de las personas?

10. Preguntas de Transición

- d. Con qué frecuencia preparan o consumen alimentos a base de harina?
- e. Qué piensan ustedes de la harina de trigo convencional?
- f. Han escuchado acerca de otro tipo de harinas que pueden sustituir a la harina de trigo?Cuál es su opinión al respecto?

11. Preguntas Específicas (breve introducción de la chía y sus propiedades)

- f. Qué opinan ustedes sobre una nueva harina a base de chía que guarde los mismos beneficios de la semilla en su estado natural?
- g. Entrega física del producto. Qué opinan acerca de este producto?
- h. Exposición de platillos preparados a base de este producto. Observación de las reacciones y expresiones de los participantes.
- i. Estarían dispuestos a sustituir la harina convencional por la harina de chía? Parcialmente? Completamente?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- j. Cuánto dinero estarían dispuestos a pagar por este producto que posee muchos beneficios para mantenerse saludable?

12. Preguntas de Cierre

- c. Qué le recomendarían a los creadores de este producto?
d. Recomendarían a sus familiares y amigos este producto?

13. Agradecimiento

- a. Entrega de muestras gratuitas del producto
b. Degustación del productos a base de harina de chía
c. Despedida.

12.3. Modelo de Contrato de Trabajo

CONTRATO DE TRABAJO

Comparecen a la suscripción del presente contrato, en calidad de EMPLEADORA la Srta. Nadia Carolina Solis Araujo, por sus propios y personales derechos; y, en calidad de TRABAJADOR el señor Arturo Miguel Sicouret Delgado con cédula de ciudadanía número 1815831378, por sus propios derechos, legalmente capaz para contratar, quienes convienen en celebrar el presente contrato de trabajo por UN AÑO como OPERADOR, sujeto a las siguientes cláusulas:

PRIMERA. ANTECEDENTES:

El EMPLEADOR tiene su domicilio ubicado en el Km 14 vía Samborondon, de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, requiriendo de la contratación de una persona para las labores de operador en la planta productora de la empresa.

SEGUNDA. OBJETO DEL CONTRATO:

Con los antecedentes expuestos, la EMPLEADORA contrata los servicios personales del TRABAJADOR, para que realice las labores OPERATIVAS en las instalaciones de la empresa “SORET Cía. Ltda”, en jornada de 8 horas diarias.

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A
LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

TERCERA. OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR:

La EMPLEADORA se obliga para con el TRABAJADOR a cumplir todo lo estipulado en la ley.

CUARTA. RESPONSABILIDADES DEL TRABAJADOR:

El TRABAJADOR se obliga para con la EMPLEADORA a cumplir con las obligaciones y responsabilidades asignadas.

QUINTA. PLAZO - HORARIO:

El TRABAJADOR se obliga con la EMPLEADORA a prestar sus servicios lícitos y personales en calidad de trabajador Operador en cual laborara de lunes a viernes, desde las 08h00 horas a las 17h00 horas con una hora de descanso al medio día.

SEXTO. REMUNERACIÓN:

La EMPLEADORA se obliga para con el TRABAJADOR a pagarle como remuneración mensual la suma de TRESIENTOS CINCUENTA Y CUATRO DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA (USD 354,00), más los beneficios que le corresponden por ley y menos el descuento proporcional por el aporte a la seguridad social que corresponde al TRABAJADOR. (En este caso el sueldo debe ser proporcional a la jornada laboral tomando como base mínima el sueldo básico unificado), el sueldo será cancelado cada fin de mes.

SEPTIMO. DURACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato tendrá un plazo de duración de UN AÑO que comenzara desde el 1ro. De Enero del 2015 hasta el 1ro. De Enero del 2016, pasado este tiempo si no se notifica la terminación del contrato previo aviso, se da por entendido que se renueva el contrato.

OCTAVO. CONTROVERSIAS:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En caso de suscitarse controversias o discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato ambas partes asistirán a las salas de mediación de la Función Judicial o la Cámara de Comercio de Guayaquil.

NOVENO. SUSCRIPCIÓN:

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de Guayaquil el 1 del mes de Enero del año 2015.

Para constancia de lo actuado, las partes firman este contrato por triplicado de igual contenido y valor, en la ciudad de Machala, el 1 de Enero del 2014.

Nadia Carolina Solis Araujo

Arturo Miguel Sicouret Delgado

LA EMPLEADORA

EL TRABAJADOR

C.C. 0704720267

C.C. 1815831378

CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A
LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HARINA DE CHÍA EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

CAPÍTULO 13

13. MATERIAL COMPLEMENTARIO

instalaciones

