



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA INGENIERÍA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLANTA
PROCESADORA DE CHOCLO ENLATADO PARA EL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR EN EL CANTÓN
GUARANDA EN EL PERÍODO 2015.**

Autor:

Carrasco Ruiz Raymond Patricio

RIOBAMBA – ECUADOR

2016

PORTADA

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por la Sr. RAYMOND PATRICIO CARRASCO RUIZ ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Gino Geovanny Merino Naranjo

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo, RAYMOND PATRICIO CARRASCO RUIZ, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 28 de Febrero del 2016

Raymond Patricio Carrasco Ruiz

Cédula de Identidad 020176994-0

DEDICATORIA

“A mis padres con su incondicional apoyo y confianza que me supieron brindar a lo largo de mi carrera, logrando cumplir con sacrificio la culminación de la misma, y hoy les entrego a ellos este logro, gracias a ese esfuerzo esto se ha hecho posible”.

RAYMOND PATRICIO CARRASCO RUIZ

AGRADECIMIENTO

“Agradezco de forma general a todos y cada uno de los docentes que durante nuestra vida como estudiante politécnico, me han impartido sus conocimientos, de tal forma que me permiten desarrollarme en la vida profesional aplicando todo el conocimiento recibido por los docentes”.

Y hago extenso mi gratitud a mis padres y a mis hermanos ya que gracias a su confianza me permitieron llegar a conseguir un objetivo más en mi vida.

RAYMOND PATRICIO CARRASCO RUIZ

INDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL.....	ii
DECLARACION DE AUTENTICIDAD	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
INDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
INDICE DE ANEXOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiv
SUMMARY.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del Problema.....	2
1.1.2 Delimitación del Problema	3
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.3 OBJETIVOS	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos	4
1.4 HIPÓTESIS	4
1.4.1 Hipótesis General.....	4
1.4.2 Hipótesis Específicas	4
1.5 MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL.....	5
1.5.1 Fundamentación Teórica.....	5
1.5.2 Marco Conceptual.....	7
1.6 MARCO LEGAL.....	11
1.6.1 Requerimientos Legales para el Funcionamiento.....	11

1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.7.1 Modalidad	12
1.7.2 Tipos de Investigación	12
1.7.3 Métodos, Técnicas e Instrumentos.....	13
1.7.3.1 Métodos	13
1.7.3.2 Técnicas	13
1.8 MISIÓN	13
1.9 VISIÓN	14
1.10 PRODUCTO	14
1.11 PRODUCCIÓN NACIONAL Y PROVINCIAL	16
CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO	22
2. 1 ESTUDIO DE MERCADO	22
2.2 ANÁLISIS DE MERCADO	22
2.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	22
2.4 PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	22
2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN O INFORMACIÓN	23
2.6 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	23
2.7 OBTENCIÓN DE LA MUESTRA.....	23
2.8 RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN	25
2.9 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	35
2.10 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	36
2.11 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	36
2.12 ANÁLISIS ENTRE DEMANDA Y OFERTA	37
2.13 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS	37
2.14 PRECIO DEL PRODUCTO	38
2.15 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN.....	39
2.15.1 Estrategias de Comercialización.....	39
2.16 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	42
CAPITULO III: PROPUESTA DEL PROYECTO.....	43
3.1 ESTUDIO TÉCNICO	43
3.1.2 Determinación del tamaño del Proyecto	43

3.1.3 Factores de Viabilidad	44
3.1.4 Determinación del tamaño Óptimo.....	45
3.1.5 Localización del Proyecto.....	45
3.1.5.1 Macro localización.....	45
3.1.5.2 Micro localización	46
3.1.6 Ubicación de la Empresa	46
3.1.7 Ingeniería del Proyecto	47
3.1.7.1 Infraestructura física de la Empresa.....	47
3.1.7.2 Disposición General de la Empresa.....	47
3.1.7.3 Disposición detallada de las áreas de la Empresa.....	47
3.1.7.3.1 Bodegas.....	47
3.1.7.3.2 Inspección de envases.....	48
3.1.7.3.3 Lavado	48
3.1.7.3.4 Enjuagado	48
3.1.7.3.5 Enlatado	48
3.1.7.3.6 Etiquetado	49
3.1.8 Proceso de Producción.....	49
3.1.8.1 Significado del diagrama de flujo.....	50
3.1.8.2 Flujo grama	51
3.1.8.3 Desarrollo del flujo grama	52
3.1.9 Requerimiento Equipo y Maquinaria.....	53
3.1.9.1 Requerimiento de materia prima.....	53
3.1.9.2 Requerimiento de Insumos	53
3.1.9.3 Requerimiento de muebles y enseres.....	54
3.1.9.4 Requerimiento de herramientas	55
3.1.9.5 Requerimiento de equipos	56
3.1.9.6 Requerimiento de maquinaria.....	56
3.1.10 Requerimiento de Recurso Humano.....	57
3.2 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	58
3.2.1 Higiene, Seguridad y Sanidad.....	58
3.2.2 Problemas.....	59

3.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	62
3.3.1 Aspectos Administrativos	62
3.3.2 La Organización.....	62
3.3.3 Organigrama Estructural de la Empresa	63
3.3.5 Descripción de Puestos y Responsabilidades	65
3.3.5.1 Administración.....	65
3.3.5.2 Funciones	65
3.3.5.3 Secretaría Administrativa y Financiera.....	66
3.3.5.4 Funciones	66
3.3.5.5 Servicios Generales.....	66
3.3.5.6 Funciones	66
3.3.5.7 Producción	67
3.3.5.8 Funciones del jefe de Producción	67
3.3.5.9 Funciones de los Operarios.....	68
3.3 Estudio Financiero	69
3.3.1 Plan de Inversión	69
3.3.2 Ingresos.....	74
3.3.3 Egresos.....	74
3.3.4 Calculo de Depreciación.....	77
3.3.5 Estructura del Financiamiento	77
CAPÍTULO IV: ANALISIS FINANCIERO.....	78
4.1 BALANCE GENERAL.....	78
4.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	81
4.5 EVALUACIÓN DEL PROYECTO	82
4.5.1 Valor Actual Neto.....	82
4.5.2 Tasa Interna de Retorno	83
4.5.3 Relación Beneficio Costo	83
4.6 INDICADORES FINANCIEROS.....	84
4.6.1 Periodo de Recuperación del Capital.....	84
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES.....	86

BIBLIOGRAFÍA	87
WEBGRAFIA.....	87
ANEXOS	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Valor Nutricional del maíz.	14
Tabla 2: Valor nutritivo del choclo.....	15
Tabla 3: Produccion Nacional y Provincial	16
Tabla 4: Rendimiento.....	17
Tabla 5: Superficie, Producción y Rendimiento Provincial.	18
Tabla 6: Precio a Productor y Mayorista.	20
Tabla 7: FODA	21
Tabla 8: Género	25
Tabla 9: Edades.....	26
Tabla 10: Consumo.....	27
Tabla 11: Gusto.....	28
Tabla 12: Frecuencia.....	29
Tabla 13: Marca.....	30
Tabla 14: Lugar.....	31
Tabla 15: Disposición	32
Tabla 16: Rango.....	33
Tabla 17: Características.....	34
Tabla 18: Valor Nutritivo de los 820 gr.....	35
Tabla 19: Demanda.....	36
Tabla 20: Proyección de la Oferta	36
Tabla 21: Oferta.....	37

Tabla 22: Demanda Insatisfecha.....	37
Tabla 23: Precio	38
Tabla 24: Desarrollo del flujo grama.....	52
Tabla 25: Materia Prima	53
Tabla 26: Insumos.....	53
Tabla 27: Muebles y Enseres	54
Tabla 28: Herramientas.....	55
Tabla 29: Equipos	56
Tabla 30: Maquinaria.....	56
Tabla 31: Mano de obra requerida en el proyecto	57
Tabla 32: Operadores.....	57
Tabla 33: Representante de ventas.....	57
Tabla 34: Plan Manejo Ambiental Aire.....	60
Tabla 35: Plan Manejo Ambiental Suelo.....	61
Tabla 36: Plan Manejo Ambiental Agua	61
Tabla 37: Plan Manejo Ambiental Socio Economico.....	62
Tabla 38: Maquinaria y Equipo	69
Tabla 39: Muebles y Enseres.....	70
Tabla 40: Herramientas.....	71
Tabla 41: Materia Prima.....	71
Tabla 42: Insumos.....	71
Tabla 43: Mano de Obra.....	72
Tabla 44: Mano de Obra Indirecta.....	72
Tabla 45: Gastos Indirectos de Fabricación.....	73
Tabla 46: Costos Operativos.....	73
Tabla 47: Ventas Anuales.....	74
Tabla 48: Materia Prima	74
Tabla 49: Insumos.....	75
Tabla 50: Mano de Obra Directa.....	75
Tabla 51: Mano de Obra Indirecta.....	76
Tabla 52: Gastos indirectos de Fabricación.....	76

Tabla 53: Depreciación.....	77
Tabla 54: Financiamiento.....	77
Tabla 55: Balance General.....	78
Tabla 56: Estados de Resultados	79
Tabla 57: Estado de Resultados.....	80
Tabla 58: Punto de Equilibrio.....	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1: Choclo.....	15
Ilustración 2: Producción Nacional.....	16
Ilustración 3: Rendimiento.....	18
Ilustración 4: Precios 2014	19
Ilustración 5: Precio	20
Ilustración 6: Género	25
Ilustración 7: Edades.....	26
Ilustración 8: Consumo.....	27
Ilustración 9: Gusto.....	28
Ilustración 10: Frecuencia.....	29
Ilustración 11: Marca.....	30
Ilustración 12: Lugar.....	31
Ilustración 13: Disposición	32
Ilustración 14: Rango.....	33
Ilustración 15: Características.....	34
Ilustración 16: Planta de Producción	44
Ilustración 17: Mapa de Bolívar	45
Ilustración 18: Mapa de Guaranda.....	46
Ilustración 19: Flujograma.....	51

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Foto con el Prefecto	88
Anexo 2: Foto con el Director de Proyectos	88
Anexo 3: foto panorámica del GADPB	89
Anexo 4: GADPB	89
Anexo 5: Sembríos de Maíz.....	90
Anexo 6: Sembríos en Guaranda	90
Anexo 7: Planta de Maíz.....	91
Anexo 8: Siembra	91
Anexo 9: Encuesta	92

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de la presente investigación es saber si es viable el Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una planta procesadora de choclo enlatado para el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Bolívar en el Cantón Guaranda en el periodo 2015. El proyecto se planteó de acuerdo a las condiciones técnicas y necesidades del producto a ofertar. El proyecto se desarrolló a partir de observación directa, encuesta y entrevista. El análisis financiero con los Estados Financieros, Estado de Resultados, Balance General, Punto de Equilibrio, sirvieron de base para la evaluación financiera ayudándonos a determinar la Relación costo beneficio con un valor de 68, la Tasa Interna de Recuperación dio un resultado del 95% y el Valor Actual Neto nos da un valor de 86963.19 lo cual demuestra la rentabilidad que genera el proyecto y la viabilidad financiera. En el estudio de mercado se determinó que existe demanda insatisfecha con relación a la oferta. Además se analizó la competencia y se plantean estrategias de comercialización que deben realizarse para introducir el producto y la empresa al mercado. La ingeniería del proyecto está compuesta por: estudio técnico, ambiental, administrativo y financiero, además, el tamaño, ubicación, infraestructura, distribución de las áreas y espacios que se requieran para la realización de actividades que emprenda el proyecto, como también procesos de generación del producto, servicios, costos y requerimiento de personal, como conclusión se determinó la factibilidad y sustentabilidad de la investigación a través del tiempo o vida útil establecida para el proyecto planteado.

Palabras Claves: PROYECTO DE FACTIBILIDAD, PLANTA PROCESADORA, CHOCLO.

Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

SUMMARY

The objective of this research is to know the feasibility of the Project for the implementation of a processing plant of canned corn for the Decentralized Independent Government of Bolívar province, in Guaranda Canton in 2015. The project was setting according to the technical conditions and needs of the offered product. The project was developed from direct observation, survey and interview. The financial analysis with financial statements, income statement, general balance, balance point were the base for financial evaluation helping to determine the relation benefit- cost with a value of 68, the cost recovery fee gave a result of 95% and the net current value with 86363.19 which shows the financial viability. In the marketing study was determined the existence of unsatisfied demand with relation to the offer. Besides the competence was analysed and the trading strategies were settled that should be effective in order to introduce the company and product to the market.

The engineering of project has a technical study, environmental, administrative and financial, besides the weight, location and infrastructure, distribution of areas and spaces required for the different activities related with the project, like processes of product generation, services, costs and staff requirement, like conclusion the feasibility and sustainability of research through time or useful life established for the proposed project.

Key words: FEASIBILITY PROJECT, PROCESSING PLANT, CORN.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de choclo en Guaranda, se desarrolla cumpliendo las medidas que implanta la ESPOCH, así como también investigaciones obtenidas en datos históricos, estadísticas y análisis desarrollado por el autor para obtener una buena investigación.

Me complace profundamente contribuir con esta investigación al desarrollo empresarial de la provincia de Bolívar, y todas las personas que deseen realizar algún tipo de inversión, así como todos los procedimientos legales para la ejecución del proyecto.

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cultivo del maíz ocupa un lugar destacado en varias provincias de la costa y sierra del Ecuador. En la provincia de Bolívar, es considerado como el de mayor importancia para el sector agrícola, sin embargo presenta picos altos de producción mensual, lo que genera mayor oferta del producto y como consecuencia una disminución en los precios de venta del saco de maíz (choclo). Todo esto produce una pérdida de los ingresos económicos de los productores y comercializadores de toda la provincia.

El maíz presenta una alta tasa de respiración y es considerado como un producto altamente perecible. Después de la cosecha se produce la pérdida de peso y de la turgencia de los granos en la mazorca. Los azúcares se transforman rápidamente en almidón, produciéndose una reducción del dulzor y un incremento en la firmeza de los granos.

La vida útil de este producto a temperatura ambiente es muy corta y se estima entre 3 y 5 días. Además de la alta perecibilidad del producto, el inadecuado manejo post cosecha produce pérdidas de su calidad, lo que genera una disminución de los precios de venta. Por tal motivo requiere de la tecnología apropiada para mantener las características de frescura para almacenamiento y comercialización por varios días o para el procesamiento de productos con un valor agregado.

1.1.1 Formulación del Problema

¿Es factible la implementación de una planta procesadora de choclo enlatado para el Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Bolívar en el cantón Guaranda en el período 2015?

1.1.2 Delimitación del Problema

La presente investigación se realizará en la provincia de Bolívar, cantón Guaranda en el período 2015.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El proyecto se justifica como una alternativa de solución para los problemas presentados en la producción del cultivo de maíz, al poder contar con una planta de procesamiento de materia prima, un plan de formación y capacitación de mano de obra; y alternativas de manejo post cosecha con la tecnificación de los procesos productivos en la cadena de producción, podrán incrementar la productividad y calidad de los productos orientados a la utilización del maíz como materia prima para la obtención de un derivado con alto valor agregado a precio razonable.

Con la implementación de la planta procesadora se mejorará la calidad de vida de las personas que trabajen, tanto económico, social y tecnológicamente, además de brindar alternativas a los agricultores para mejorar la comercialización, con un precio sustentable del producto y otorgar un valor agregado a la producción de maíz, generando una cadena de comercialización más amplia y completa.

Entregando a la población productos nutritivos, cumpliendo los objetivos de la seguridad alimentaria y del Buen Vivir mencionada en la Constitución Política de la República del Ecuador.

En este contexto el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia Bolívar dentro de sus competencias ha buscado apoyar a los productores en la generación de alternativas de emprendimiento dirigidas a mejorar la productividad y calidad de los productos.

Sin embargo se evidencia la falta de mano de obra calificada un inadecuado manejo de post cosecha y la no tecnificación de los cultivos que es aprovechada por los grandes intermediarios que acaparan la compra de la producción local, situación que limita el desarrollo económico de la población.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Implementar una planta de procesamiento de maíz para mejorar el ingreso económico de los agricultores con el apoyo de la empresa pública.

1.3.2 Objetivos Específicos

Efectuar el estudio de mercado analizando la demanda y oferta existente de la localidad.

Desarrollar el estudio de ingeniería del proyecto para el funcionamiento de la planta procesadora de choclo enlatado.

Evaluar los estados financieros del plan empresarial de la planta procesadora de choclo enlatado.

1.4 HIPÓTESIS

1.4.1 Hipótesis General

La implementación de una planta procesadora de choclo enlatado por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Bolívar será beneficiosa económicamente para los habitantes de la ciudad, dadas las condiciones favorables presentes, una producción elevada de choclo y espacio físico propio adecuado, permitiendo mejorar el nivel de vida de sus asociados.

1.4.2 Hipótesis Específicas

Mediante el estudio de mercado se determinará la demanda real del producto en la localidad.

Con la ayuda de un proyecto de creación de la planta procesadora se dará mayor incentivo al productor.

El proyecto será factible de acuerdo a los indicadores financieros obtenidos en la evaluación.

1.5 MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

1.5.1 Fundamentación Teórica

En la provincia Bolívar no se genera valor agregado a la producción de Maíz tierno a escala Industrial, por tal motivo la cadena de comercialización se ve afectada por picos de producción, disminución en los precios de venta, pérdida económica de los productores.

En este contexto, la provincia ocupa un lugar destacado en la producción de maíz en el Ecuador y es considerado como el de mayor importancia para el sector agrícola, adicionalmente el dar valor agregado a los productores representa una buena alternativa para mejorar la producción y productividad y dentro de este contexto es importante desarrollar productos enmarcados en las tradiciones del país de producción y consumo. (GADPB-2014)

Beneficios

Rui Hai Lu, profesor asistente de Cornell de ciencia de los alimentos, informa que el maíz es rico en antioxidantes y fitonutrientes beneficiosos, y afirma que el maíz en lata puede ofrecer más beneficios que la variedad dulce. Cuando está cocido, el maíz libera un compuesto llamado ácido ferúlico, que podría ayudar a prevenir el cáncer. Además del ácido ferúlico, el maíz enlatado contiene cantidades saludables de minerales y vitaminas. Una taza contiene 420 mg de potasio, significativamente más que la cantidad encontrada en un plátano pequeño. Este mineral esencial es necesario para mantener la presión arterial estable. El maíz dulce en conserva también proporciona 2.404 mg de niacina (o vitamina B-3) por taza. La vitamina B3 ayuda a liberar la energía de los alimentos, reducir la presión

arterial y mantener un sistema digestivo saludable. Por último, la luteína y la zeaxantina (un par de carotenoides antioxidantes que pueden ayudar a prevenir la degeneración macular, la enfermedad ocular relacionada con la edad) están presentes, con 82 mg por taza.

Cadena de Suministro

La cadena de suministro engloba los procesos de negocio, las personas, la organización, la tecnología y la infraestructura física que permite la transformación de materias primas en productos y servicios intermedios y terminados que son ofrecidos y distribuidos al consumidor para satisfacer su demanda.(PILOT,2006)

Canales de Distribución

Son cada uno de los diferentes caminos, circuitos o escalones que de forma independiente intervienen en el proceso de hacer llegar los bienes y servicios desde el productor hasta el usuario o consumidor final. (Diccionario de Marketing de Cultural S.A, 2007)

Choclo Enlatado

Una taza de maíz blanco dulce enlatado sin sal agregada contiene 1,28 g de grasas totales, 4,99 g de proteínas, 39,45 g de hidratos de carbono y no contiene colesterol. La pequeña cantidad de grasa en el maíz dulce en conserva (1,28 g) es sobre todo grasa mono insaturadas y poli insaturadas saludables para el corazón. Una taza de maíz dulce enlatado contiene 1,8 g de fibra dietética, que ayuda a proporcionar una sensación de saciedad (o plenitud) y podría ayudarte a evitar comer en exceso. Además, la fibra dietética puede ayudar a protegerte contra el cáncer de colon. Con casi 5 g de proteína (más que la cantidad encontrada en una cucharada de mantequilla de maní) y unas razonables 164 calorías por taza, el maíz dulce en conserva puede ser un componente importante de una comida bien equilibrada. (Carol Sarao, 1990)

Consideraciones

Prácticamente no hay efectos secundarios relacionados con el maíz dulce en conserva, a menos que seas alérgico al maíz. En ese caso, se debe evitar no sólo el maíz dulce en conserva, sino también la fécula, el jarabe, el aceite, los edulcorantes y las palomitas de maíz. Los médicos solían asesorar a las personas con diverticulitis (una inflamación de las pequeñas bolsas en el intestino delgado) para que eviten los frutos secos, las semillas y el maíz, esta advertencia es menos común hoy en día. De acuerdo con MedPage Today, la investigación ha demostrado que el maíz es inofensivo en aquellos con diverticulitis. Sin embargo, si tienes diverticulitis y tuviste una experiencia de empeoramiento de los síntomas después de comer maíz, lo debes evitar.

1.5.2 Marco Conceptual

Competencia

Es el resultado de la concurrencia al mercado de muchos o pocos actores y de la variedad o no de las cualidades de un producto. (BACA, 2008)

Demanda

Son las cantidades de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir a los diferentes precios. Constituye una relación funcional inversa entre la cantidad demandada de un bien y su precio; pues, cuando el precio aumenta, la cantidad demandada disminuye; y, cuando el precio disminuye la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores aumenta.

La demanda depende de los siguientes determinantes:

- a) El precio del bien.
- b) El ingreso de los consumidores.
- c) El gusto y preferencias de los consumidores.

- d) El precio de otros bienes relacionados.
- e) La población consumidora.
- f) Otros determinantes. (ZAMBRANO PONTÓN, 2008)

Evaluación

Es un proceso sistemático que permite identificar, medir y valorar los costos y beneficios relevantes asociados a una decisión de inversión. El objetivo fundamental de la evaluación es juzgar, en forma concreta, el grado de conveniencia de una acción de invertir. (SAPAG, 2008)

Factibilidad de un proyecto

El estudio de factibilidad se constituye en un plan de producción, proyecto o presupuesto que contiene todos los detalles relacionados con las variables que afectan a la decisión de invertir, a tal punto que sirve de guía para la implementación de la inversión. Es, por lo tanto, un conjunto de informaciones ordenadas dentro de un marco metodológico que nos permite determinar las ventajas y desventajas de asignar recursos (inversión) a una determinada actividad que se desarrollará en un futuro inmediato. El estudio de factibilidad se lo aborda desde dos componentes principales: el diseño de implementación del proyecto y su evaluación. (MUÑOZ GUERRERO, 2008)

La elaboración o diseño

Consiste en obtener y ordenar la información necesaria para conseguir una combinación eficiente de recursos y maximizar la producción. Considera componentes como el mercado, para determinar la demanda futura; la localización, definiendo la mejor alternativa de ubicación; el tamaño, escogiendo la escala apropiada conciliando criterios técnicos y económicos; la ingeniería, en la que se combina de una manera óptima los factores; las inversiones, con la creación de infraestructura productiva; costos e ingresos, para saber cuánto nos costará la producción y el volumen monetario de las ventas; el financiamiento,

en el que se define las fuentes de los recursos para realizar la inversión; y el estudio administrativo y legal para establecer el esquema de organización de la empresa y el marco legal respectivo. (MENESES ALVAREZ, 2007)

Mercado

Es el área donde se interrelacionan tanto oferentes como demandante de bienes y servicios. Los dos con objetivos diferentes, los primeros buscan vender sus productos a los mejores precios; mientras los segundos buscan adquirir la mayor cantidad de bienes a precios bajos. La mayor o menor cantidad de los unos frente a los otros determinará el grado de competencia y poder de los productores o compradores para imponer condiciones. (BACA, 2008)

Oferta

Es la cantidad de bienes y servicios que un productor está dispuesto a ofrecer a los consumidores a diferentes precios. Entre los precios y las cantidades existe una relación directa, a mayores precios, mayor es la cantidad de bienes y servicios que el productor está dispuesto a ofrecer, y a menores precios, menor es la cantidad que el productor está dispuesto a ofrecer a los consumidores.

Los determinantes de la oferta son:

- a) El precio del bien
- b) El cambio en los objetivos de los productores
- c) Variaciones en los costos de producción
- d) Cambios en la tecnología
- e) Variaciones en los precios de otros bienes. (ZAMBRANO PONTÓN, 2008)

Precio

Es una variable controlable que se diferencia de los otros tres elementos de la mezcla o mix de mercadotecnia (producto, plaza y promoción) en que produce ingresos; los otros elementos generan costos. (THOMPSON I. 2006)

Producción

Es el proceso mediante el cual se transforman y sufren modificaciones físicas o conceptuales un grupo de factores productivos, bienes y servicios, obteniéndose como resultado otros productos distintos con un valor agregado. (SAPAG, 2008)

Proyecto

Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo. (THOMPSON BALDIVIEZO, 2006)

Publicidad

Es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros. (THOMPSON I. 2006)

1.6 MARCO LEGAL

1.6.1 Requerimientos Legales para el Funcionamiento

Permisos de funcionamiento.

Convenio entre instituciones que participan en el proyecto.

Permiso del uso de la marca.

Registro Sanitario del producto.

Permiso de Salud Pública.

Permiso del cuerpo de Bomberos.

Permisos Municipales.

Certificado de la Secretaria Nacional de Riesgo.

Registro Único de Contribuyentes. (RUC, RUP)

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social: obtención de la cedula patronal para realizar los pagos de los derechos laborales, seguro medico y pensión.

Ministerio del Trabajo: inscripción de trabajadores en la inspectora de trabajo.

Ministerio del Medio Ambiente: Estudio de Impacto Ambiental.

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) Registro de marca.

Certificaciones de BMP y HACCP.

Instituto Nacional de Compras Públicas (INCOP) obtención del RUP.

Normativa técnica para la elaboración de derivados de maíz:

NTE INEN 1736:89

NTE INEN 2051:95

NTE INEN 0187:95

NTE INEN 1513:87

NTE INEN 2141:98

NTE INEN 2142:98

Requerimientos necesarios para la constitución de la compañía mixta:

Aprobar el nombre en la Superintendencia de compañías.

Escritura de la constitución de la compañía.

Certificado de aportes de capital.

Apertura de una cuenta bancaria a nombre jurídico de la compañía.

Inscripción de la compañía en el registro mercantil.

Afiliación a la Cámara de Industrias según corresponda.

Inscripción y nombramiento de un representante legal.

1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Modalidad

El estudio será de carácter exploratorio y descriptivo. El uso de la exploración es el investigar problemas y alternativas, que nos ayuden a precisarlas del mejor modo posible. El estudio exploratorio se lo realiza al inicio de la investigación, como primer recurso para establecer el diagnóstico de la situación que se va a estudiar. Mediante la investigación descriptiva se cuantifica la información cualitativa recogida en la fase exploratoria, cuantificando las actitudes, intereses y opiniones del mercado. Además, se definirá y cuantificará a los consumidores, segmentos y nichos de mercado, sus percepciones acerca del producto, etc. La investigación se basará en el Diseño y Evaluación de Proyectos, ya que lo que se pretende es analizar la factibilidad de la implementación de una planta procesadora de choclo enlatado para el GADPB.

1.7.2 Tipos de Investigación

Investigación Bibliográfica – Documental

Para la realización del anteproyecto, se utilizara la Investigación Bibliográfica – Documental ya que se requiere de analizar varios módulos, libros, revistas, internet, etc. Para poder indagar el tema objeto de estudio.

1.7.3 Métodos, Técnicas e Instrumentos

1.7.3.1 Métodos

Métodos Empíricos

Medición: Se obtendrá información estadística del mercado objetivo.

Métodos Teóricos

Síntesis: Se realizará el estudio desde lo más simple a lo complejo.

Histórico: Es muy importante analizar los datos históricos para conocer las tendencias de mercado, de precios, de producción, etc.

1.7.3.2 Técnicas

Se utilizarán las siguientes fórmulas estadísticas:

Observación.

Encuesta.

Entrevista

1.8 MISIÓN

Producir y comercializar productos derivados del choclo para satisfacer la demanda del mercado local contando con productores capacitados y calificados con tecnología e infraestructura adecuada cubriendo las expectativas de los clientes de manera eficiente y sustentable en beneficio del desarrollo económico social.

1.9 VISIÓN

Llegar a ser líderes en el mercado de una manera eficiente y eficaz con responsabilidad social en la provincia de Bolívar.

1.10 PRODUCTO

Actualmente el maíz es uno de los productos agrícolas mas importantes, donde las alternativas de su uso están relacionadas con: alimento para ganado, papel, refrescos, caramelos, tintas, pegamentos, plástico biodegradable, productos de panificación, productos lácteos, salsas, sopas, pinturas, helados, alcohol, aceite comestible, cosméticos, sabores, y una lista interminable de productos.

Valor Nutricional del maíz

El principal valor nutricional del maíz es su magnífico contenido de energía, además contiene proteínas 8 a 9% del peso seco, aceite 3 a 4%, fibra 2 % y ceniza 1%.

Tabla 1: Valor Nutricional del maíz

Componente Químico	Pericarpio	Endospermo	Germen
Proteínas	3,7	8,0	18,4
Extracto etéreo	1,0	0,8	33,2
Fibra cruda	86,7	2,7	8,8
Cenizas	0,8	0,3	10,5
Almidón	7,3	87,6	8,3
Azúcar	0,34	0,62	10,8

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 1: Choclo



Fuente: MAGAP
Elaborado por: Patricio Carrasco

Valor nutritivo del choclo

Tabla 2: Valor nutritivo del choclo

Energía	103Kcal
Proteína	2.6gr
Hidratos de carbono	24.5gr
Lípidos	0.9gr
Fibra	0.7gr

Fuente: MAGAP
Elaborado por: Patricio Carrasco

1.11 PRODUCCIÓN NACIONAL Y PROVINCIAL

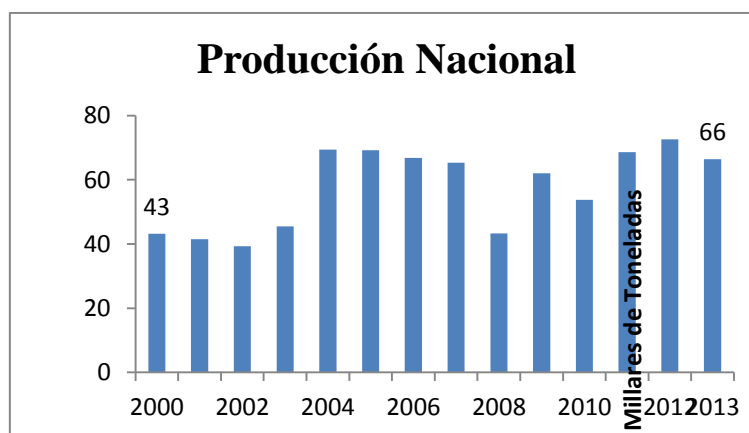
Tabla 3: Producción Nacional y Provincial

Año	Producción	Rendimiento
2000	43,168	1.65
2001	41,496	1.66
2002	39,317	1.66
2003	45,491	1.19
2004	69,444	1.38
2005	69,193	1.62
2006	66,778	2.00
2007	65,339	1.35
2008	43,272	1.17
2009	62,084	1.04
2010	53,725	1.00
2011	68,589	0.96
2012	72,624	1.05
2013	66,469	1,21

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 2: Producción Nacional



Fuente: MAGAP

Elaborado por: Patricio Carrasco

Desde el año 2000 al 2013, la producción nacional de maíz suave choclo aumentó en 64,1%. Esto se debe principalmente a la creciente demanda de este producto y por ser considerado como un alimento básico en la dieta de la población. Durante el censo del año

2000 se reportó una producción de 43 mil toneladas, mientras que en la encuesta del 2013 (ESPAC-INEC) se incrementó a 66 mil toneladas, aunque se redujo en comparación a la año 2013 que fue 73 mil toneladas esto en respuesta a la superficie destinada a la producción y registrando así una tasa de decrecimiento del 8.5% entre estos dos años. (MAGAP, 2015)

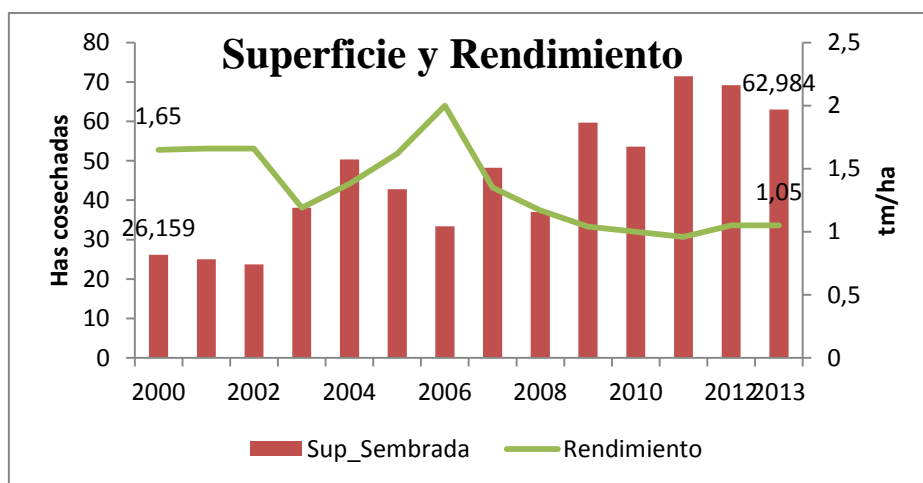
Tabla 4: Rendimiento

Año	Sup. Sembrada	Rendimiento
2000	26,159	1,65
	25,016	1,66
2002	23,699	1,66
	38,089	1,19
2004	50,325	1,38
	42,819	1,62
2006	33,41	2
	48,236	1,35
2008	37,026	1,17
	59,711	1,04
2010	53,6	1
	71,454	0,96
2012	69,161	1,05
2013	62,984	1,05

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 3: Rendimiento



Fuente: MAGAP

Elaborado por: Patricio Carrasco

La superficie de cosechada en el 2000 que fue de 26 mil ha, comparadas con 62 mil ha en el 2013 se observa un incremento del 142%, y en el mismo periodo la productividad disminuyo de en un 36% es decir 1,65 a 1,05 Tm/ha, como resultado de baja calidad de semillas, pocos controles fitosanitarios, ausencia de sistemas de riego, monocultivo, fenómenos climáticos, entre otros. (MAGAP, 2015)

Tabla 5: Superficie, Producción y Rendimiento Provincial

PROVINCIA	SEMBRADA	COSECHADA	PRODUCCIÓN	Rendimiento Tm/ha	% SUPERFICIE
AZUAY	22126	16624	3394	0,204	30
BOLÍVAR	14999	14724	23856	1,62	27
COTOPAXI	8252	7805	9134	1,17	14
CHIMBORAZO	5851	5720	9615	1,681	10
TUNGURAHUA	4730	4437	12656	2,852	8
PICHINCHA	3119	2583	4625	1,791	5
OTRAS	3907	3264	3189	0,977	6
TOTAL	62984	55157	66469		

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Patricio Carrasco

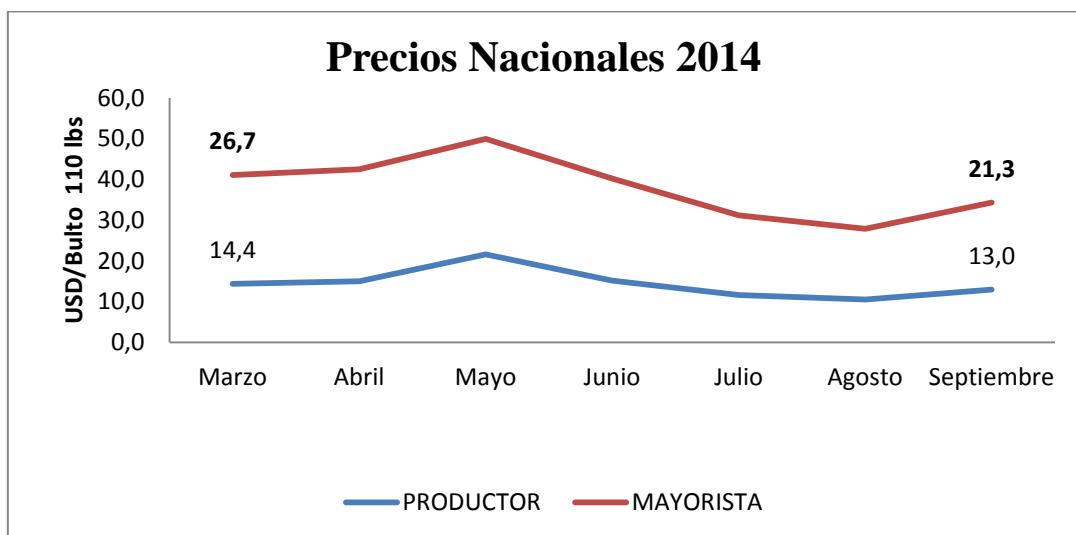
Precios promedio al productor y mayoristas.

En el 2014, el precio recibido por el productor de maíz suave choclo osciló entre USD 10,5 (agosto) y USD 21.6 (mayo). El precio promedio anual del bulto de 110 libras fue de USD 13.6, un 17.5% menor al precio promedio del 2013 (16.5 USD/bulto de 110 libras).

Las altas fluctuaciones de precios al productor se explican por una concentrada estacionalidad de la producción en los meses de mayo a septiembre, época de la salida de cosecha en las provincias de Tungurahua y Bolívar (57% de la producción nacional).

A nivel de mercado mayorista, el precio promedio registrado en los mercados monitoreados fue de USD 23,00 (bulto de 110 lbs.), lo cual revela un margen de comercialización mayorista-productor del 40,8% en el 2014. El precio más alto pagado a nivel mayorista fue de USD 28.4 por bulto de 110 libras, registrado en el mes de mayo. (MAGAP, 2015)

Ilustración 4: Precios 2014



Fuente: MAGAP

Elaborado por: Patricio Carrasco

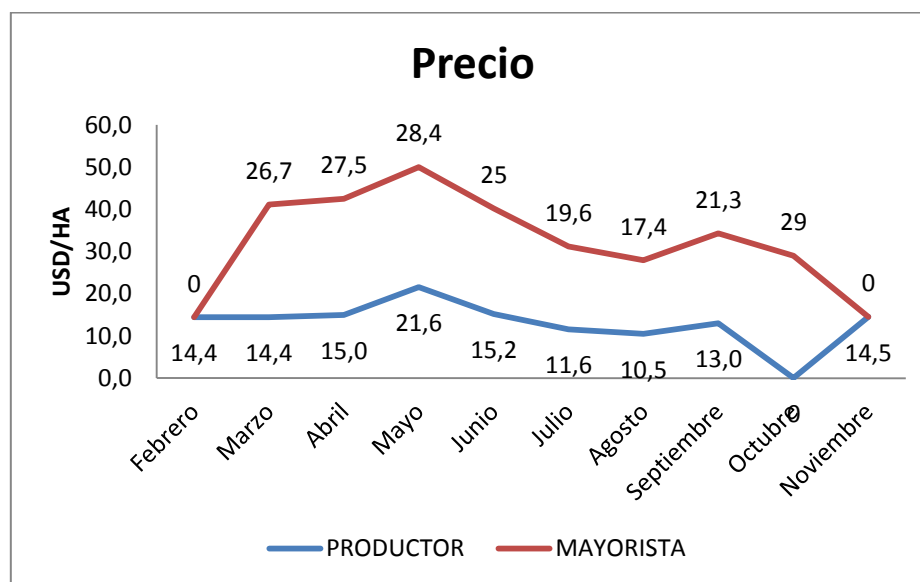
Tabla 6: Precio a Productor y Mayorista

Precios por mes 2014		
MES	PRODUCTOR	MAYORISTA
Febrero	14,4	
Marzo	14,4	26,7
Abril	15,0	27,5
Mayo	21,6	28,4
Junio	15,2	25
Julio	11,6	19,6
Agosto	10,5	17,4
Septiembre	13,0	21,3
Octubre	13,5	29
Noviembre	14,5	28

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 5: Precio



Fuente: MAGAP

Elaborado por: Patricio Carrasco

COSTO DE PRODUCCION

El costo total para producir una hectárea de maíz suave choclo en el año 2014 fue de USD 1258,05. Este valor está relacionado con un sistema semi tecnificado de siembra, con variedades mejoradas INIAP-102 e INIAP-111, cuya densidad es 46,000 plantas/hectárea.

En la estructura de costos, el 31,1% se lo destina a la mano de obra (33 jornales, precio promedios 13,13), el 7,3% a semilla (\$2,25 Kg 33 Kg); el 24% en fertilizantes (18-18-46-0, urea, muriato, abono orgánico); el 5,4% el control de plagas y enfermedades, el 6% a maquinaria y equipo, cosecha y pos cosecha el 8,3% y el arriendo de terreno 15,9%. (MAGAP, 2015)

1.12 ANÁLISIS FODA

Tabla 7: FODA

ANALISIS FODA	
Fortalezas	Materia prima de calidad. Disponibilidad de infraestructura, maquinaria básica. Producto novedoso, innovador y nutritivo. Obtención de subproductos (balanceados y forrajes).
Debilidades	Plan de marketing inexistentes. Instalaciones compartidas con otros productos en proceso. Mano de obra no calificada. No poseer instalaciones propias.
Oportunidades	Punto estratégico para la comercialización. Posicionamiento de la marca en el mercado local. El choclo es un producto tradicional. Salvaguardias.
Amenazas	Escasa mano de obra en el manejo del cultivo. Variación en los precios de la materia prima. Intermediarios. Eventualidades por factores climáticos, plagas, etc. Competencia con otros productos alternos. El cultivo es estacionario y la materia prima muy perecible. Cambio de autoridades provinciales.

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Patricio Carrasco

CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ESTUDIO DE MERCADO

El concepto de estudio de mercado se identifica con la definición del precio a que los consumidores están dispuestos a comprar y la demanda. Aquí se aplica el concepto a las variables que condiciona el comportamiento de los distintos agentes económicos, cuya actuación afectará al desempeño financiero de la empresa que podría generarse con el proyecto.

2.2 ANÁLISIS DE MERCADO

En vista de una cantidad de empresas muy importantes y grandes posicionadas en el mercado ecuatoriano y bolivarenses, determinando nuestras capacidades hemos tomado la decisión de participar con un 10% del sector urbano en el mercado Guarandeño.

2.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Identificar al producto en mercado.

Determinar la magnitud de la demanda que podría esperarse y conocer la composición, características y ubicación de los potenciales consumidores.

Conocer el estudio de mercado para llegar al consumidor y así poder saber si es aceptado o no el mismo en el medio.

2.4 PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para dicho estudio, realizaremos la investigación de tipo descriptivo exploratorio, ya que el diseño de investigación está cuidadosamente planeado y estructurado, a través de una encuesta y una muestra poblacional diseñada para tal fin.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN O INFORMACIÓN

Cualitativas: En las cualitativas vamos a utilizar entrevistas sobre el tema y observaciones de las mismas.

Cuantitativas: En cuanto a las cuantitativas se refiere a las encuestas así como también a las observaciones directas en el campo para la investigación.

2.6 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Producto: Choclo Enlatado.

Tipo: Consumo.

Dirigido a: Personas mayores de 18 años que viven en la parte Urbana de Guaranda.

Población de la ciudad de Guaranda según datos del INEC, datos del último censo, son 81643 personas.

Zona Urbana 21227 personas

Hemos tomado la decisión de participar con un 10% del sector urbano en el mercado Guarandeño 2122 personas.

2.7 OBTENCIÓN DE LA MUESTRA

La muestra es una porción o parte representativa del Universo que nos ayuda a analizar a este y sus preferencias de acuerdo a lo que en relación a información sea necesaria a nosotros.

n. =TAMAÑO DE LA MUESTRA

N = UNIVERSO DE ESTUDIO

e.2 = MARGEN DE ERROR

FORMULA

$$n = \frac{N}{e^2(N-1) + 1}$$

$$n = \frac{2122}{(0.05)^2(4245-1) + 1}$$

$$n = \frac{2122}{10.61 + 1}$$

$$n = \frac{2122}{11.61}$$

n= 183 (Encuestas a realizar)

2.8 RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

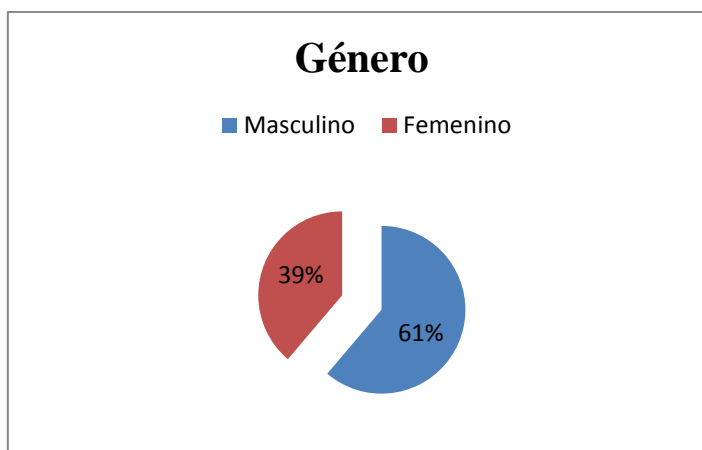
Tabla 8: Género

Genero	Frecuencia
Masculino	112
Femenino	71
TOTAL	183

Fuente: Encuesta a la población de Guaranda

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 6: Género



Fuente: Tabla #8

Elaborado por: Patricio Carrasco

Análisis.- Según los datos del gráfico 1, el género que más se encuestó, fue el grupo masculino con un 61%, que corresponde a 112 personas y el 39% de los encuestados, que equivale a 71 personas son de género femenino.

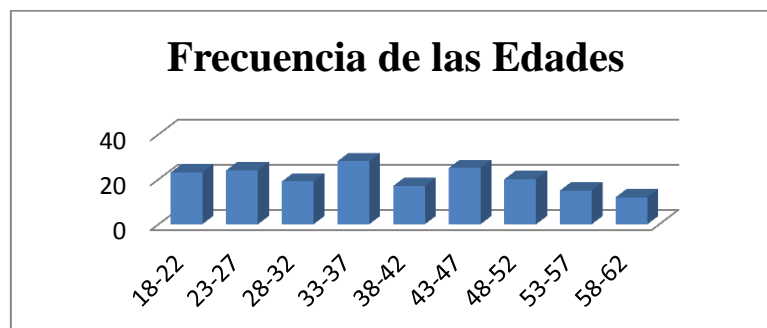
Tabla 9: Edades

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-22	23	12.57
23-27	24	13.11
28-32	19	10.38
33-37	28	15.30
38-42	17	9.29
43-47	25	13.66
48-52	20	10.93
53-57	15	8.20
58-62	12	6.56
TOTAL	183	100.00

Fuente: Encuesta a la población de Guaranda

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 7: Edades



Fuente: Tabla #9

Elaborado por: Patricio Carrasco

Análisis.- Según los datos del gráfico 2, el rango que más se encuestó, fue el de 33-37 que corresponde al 15.30% con un total de 28 personas encuestadas, seguidos por el rango de 43-47 que corresponde al 13.66% con un total de 25 personas encuestadas, de inmediato tenemos al rango de 23-27 que corresponde al 13.11% con un total de 24 personas encuestadas, luego tenemos al rango 18-22 con un 12.57% con 23 personas encuestadas, después viene el rango 48-52 con un 10.93% con 20 personas encuestadas, a más de eso, viene el rango 28-32 con un 10.38% con 19 personas encuestadas, luego tenemos el rango 38-42 con un 9.29% con 17 personas encuestadas, seguimos con el rango 53-57 que representa el 8.20% con un total de 15 personas encuestadas y por último el rango 58-62 que representa el 6.56% con un total de 12 personas encuestada.

1.- ¿Consume choclo?

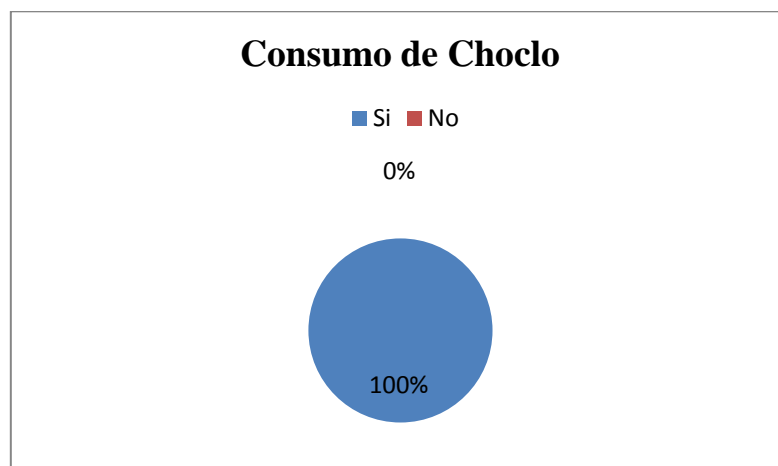
Tabla 10: Consumo

Respuesta	Frecuencia
Si	183
No	0
TOTAL	183

Fuente: Encuesta a la población de Guaranda

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 8: Consumo



Fuente: Tabla #10

Elaborado por: Patricio Carrasco

Análisis.- Según los datos del gráfico 3, el 100% de los encuestados, eso quiere decir, 183 personas consumen choclo.

2.- ¿Le gustaría consumir choclo enlatado?

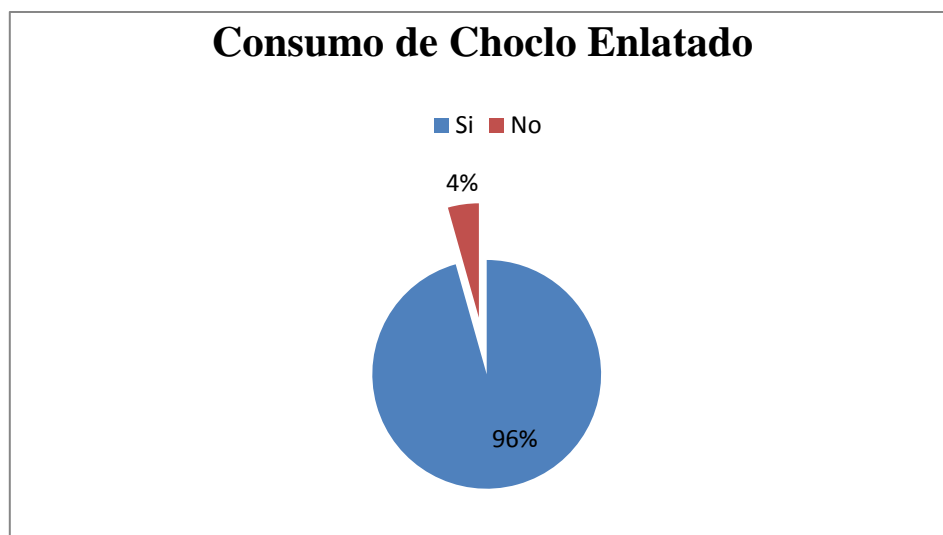
Tabla 11: Gusto

Respuesta	Frecuencia
Si	175
No	8
TOTAL	183

Fuente: Encuesta a la población de Guaranda

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 9: Gusto



Fuente: Tabla #11

Elaborado por: Patricio Carrasco

Análisis.- Según la tabla 4, acerca del consumo de choclo enlatado, entre las personas encuestadas, el 96% que corresponde a 175 personas que si consumiría choclo enlatado y el 4% que corresponde a 8 personas, no consumiría este producto.

3.- ¿Con que frecuencia consume choclo enlatado?

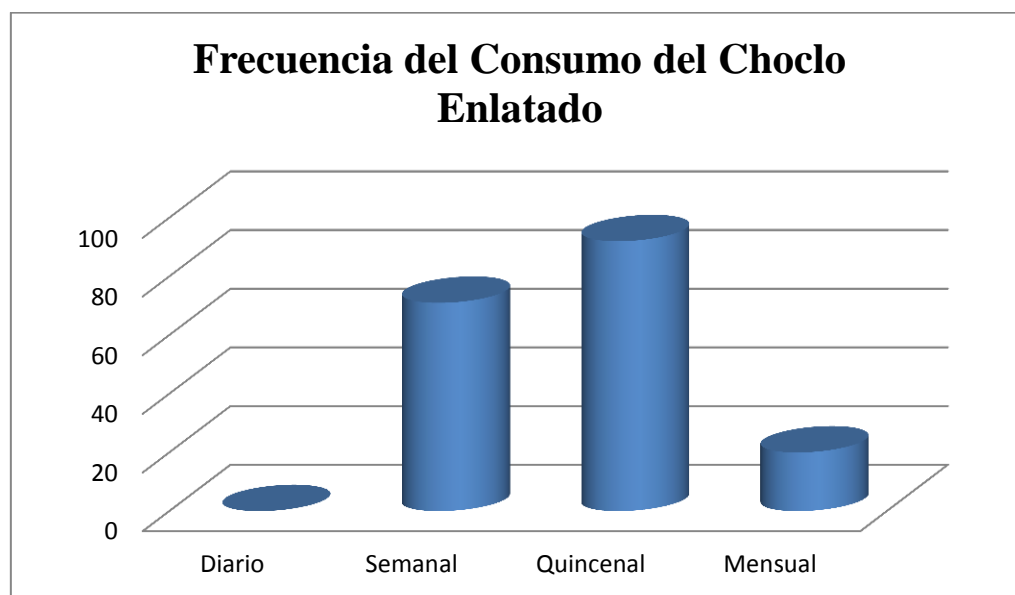
Tabla 12: Frecuencia

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Diario	0	0
Semanal	71	38.80
Quincenal	92	50.27
Mensual	20	10.93
TOTAL	183	100.00

Fuente: Encuesta a la población de Guaranda

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 10: Frecuencia



Fuente: Tabla #12

Elaborado por: Patricio Carrasco

Análisis.- Según la tabla 5, acerca de la frecuencia de consumo de choclo enlatado, entre las personas encuestadas, el 50.27% que corresponde a 92 personas que consumiría choclo enlatado quincenalmente, el 38.80% que corresponde a 71 personas que consumiría este producto semanalmente y el 10.93% que corresponde a 20 personas que consumiría este producto mensualmente.

4.- ¿Cuáles de estas marcas conoce usted?

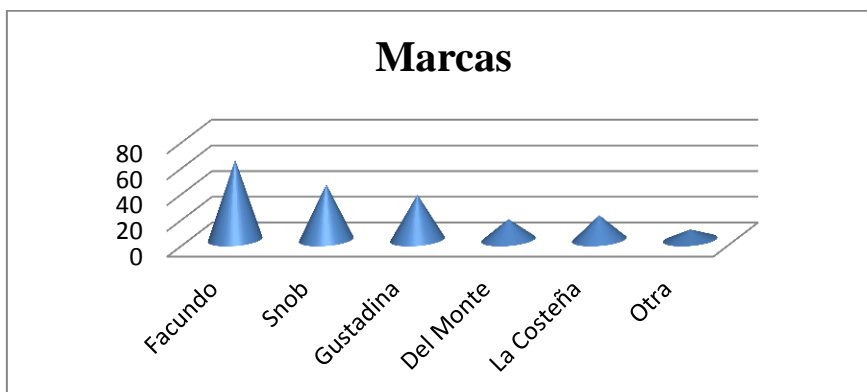
Tabla 13: Marcas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Facundo	62	33.88
Snob	43	23.50
Gustadina	35	19.13
Del Monte	16	8.74
La Costeña	19	10.38
Otra	8	4.37
TOTAL	183	100.00

Fuente: Encuesta a la población de Guaranda

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 11: Marcas



Fuente: Tabla #13

Elaborado por: Patricio Carrasco

Análisis.- Según la tabla 6, acerca de las marcas de choclo enlatado, entre las personas encuestadas, el 33.88% que corresponde a 62 personas que conocen la marca Facundo, el 23.50% que corresponde a 43 personas que conocen la marca Snob, el 19.13% que corresponde a 35 personas que conocen la marca Gustadina, el 8.74% que corresponde a 16 personas que conocen la marca Del Monte, el 10,38% que corresponde a 19 personas que

conocen la marca La Costeña y el 4.37% que corresponde a 8 personas, conocen otras marcas.

5.- ¿En qué lugar preferentemente adquiere el choclo enlatado?

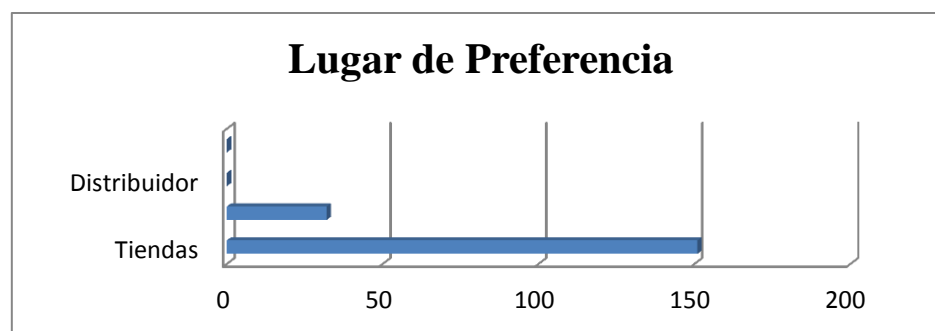
Tabla 14: Lugar

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	151	82.51
Comisariatos	32	17.49
Distribuidor	0	0
Otra	0	0
TOTAL	183	100.00

Fuente: Encuesta a la población de Guaranda

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 12: Lugar



Fuente: Tabla#14

Elaborado por: Patricio Carrasco

Análisis.- Según la tabla 7, acerca del lugar de preferencia para adquirir choclo enlatado, entre las personas encuestadas, el 82.51% que corresponde a 151 personas que prefieren comprar en tiendas y el 17.49% que corresponde a 32 personas que prefieren comprar en comisariatos.

6.- ¿De existir un nuevo tipo de choclo enlatado en la ciudad de Guaranda estaría dispuesto a comprarlo?

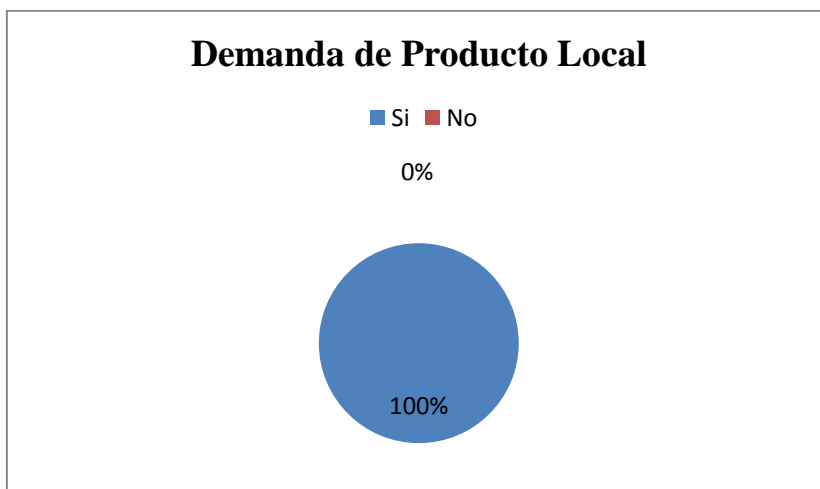
Tabla 15: Disposición

Respuesta	Frecuencia
Si	183
No	0
TOTAL	183

Fuente: Encuesta a la población de Guaranda

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 13: Disposición



Fuente: Tabla #15

Elaborado por: Patricio Carrasco

Análisis.- Según los datos del gráfico 8, el 100% de los encuestados, eso quiere decir, 183 personas consumirían choclo enlatado de la localidad.

7.- ¿De los siguientes rangos, cuanto pagaría por una lata de choclo?

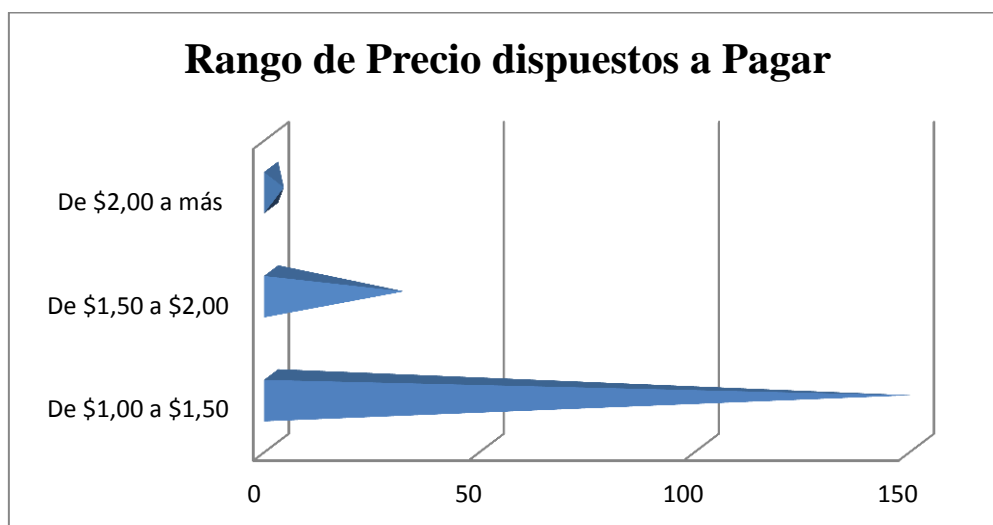
Tabla 16: Rango

Rango	Frecuencia	Porcentaje
De \$1,00 a \$1,50	149	81.42
De \$1,50 a \$2,00	31	16.94
De \$2,00 a más	3	1.64
TOTAL	183	100.00

Fuente: Encuesta a la población de Guaranda

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 14: Rango



Fuente: Tabla #16

Elaborado por: Patricio Carrasco

Análisis.- Según la tabla 9, acerca del rango de precios para adquirir choclo enlatado, entre las personas encuestadas, el 81.42% que corresponde a 149 personas que prefieren comprar en el rango entre \$1,00 a \$1,50, el 16.94% que corresponde a 31 personas que prefieren comprar en el rango entre \$1,50 a \$2,00 y el 1.64% que corresponde a 3 personas que prefieren comprar en el rango entre \$2,00 a más.

8.- ¿Qué características debería tener el producto?

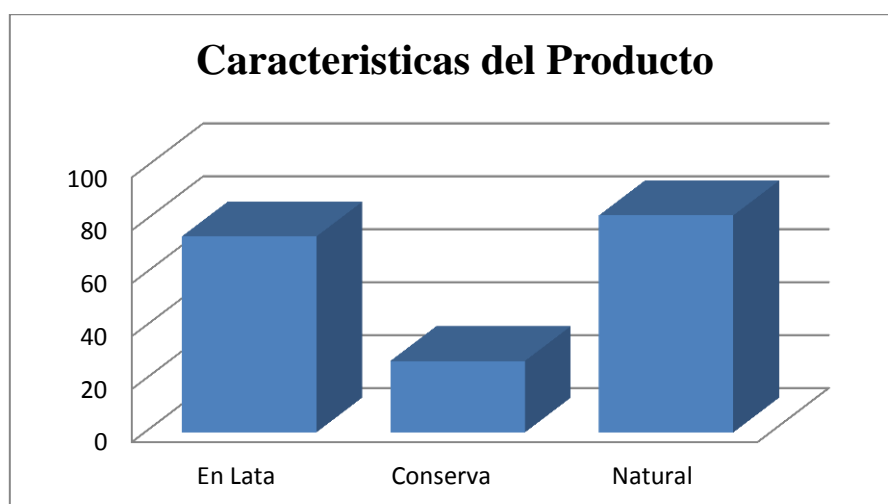
Tabla 17: Características

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
En Lata	74	40.44
Conserva	27	14.75
Natural	82	44.81
TOTAL	183	100.00

Fuente: Encuesta a la población de Guaranda

Elaborado por: Patricio Carrasco

Ilustración 15: Características



Fuente: Tabla #17

Elaborado por: Patricio Carrasco

Análisis.- Según la tabla 10, acerca de las características del producto, entre las personas encuestadas, el 40.44% que corresponde a 74 personas que prefieren comprar el producto en lata, el 14.75% que corresponde a 27 personas que prefieren comprar el producto en conserva y el 44.81% que corresponde a 82 personas que prefieren comprar el producto en estado natural.

2.9 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

La presentación del producto será de 820 gr como peso neto, con una solución de sal y azúcar se utilizará envases metálicos tall 300 y sellados herméticamente. El tiempo de vida útil del producto es de 110 días aproximadamente.



Tabla 18: Valor Nutritivo de los 820 gr.

Energía	103 Kcal
Proteína	2.6 gr
Hidratos de carbono	24.5 gr
Lípidos	0.9 gr
fibra	0.7 gr

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Patricio Carrasco.

2.10 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Tabla 19: Demanda

Año	Demanda
2015	679264
2016	706774
2017	735398
2018	765182

Fuente: INEC, MAGAP, Encuestas.

Elaborado por: Patricio Carrasco.

2.11 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Tabla 20: Proyección de la Oferta

Capacidad Instalada	Quintales	Libras	Gramos	Cajas Producidas	Unidades Producidas
diario	15	1500	680389.06	69	830
semanal	75	7500	3401945.28	346	4149
mensual	300	30000	13607781.11	1383	16595
Anual	3600	360000	163293373.3	16595	199138

Fuente: INEC, MAGAP, Encuestas.

Elaborado por: Patricio Carrasco.

Tabla 21: Oferta

Año	Oferta
2015	199138
2016	207203
2017	215595
2018	224326

Fuente: INEC, MAGAP, Encuestas.

Elaborado por: Patricio Carrasco.

2.12 ANÁLISIS ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Tabla 22: Demanda Insatisfecha

Año	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2015	199138	679264	480126
2016	207203	706774	499571
2017	215595	735398	519803
2018	224326	765182	540856

Fuente: INEC, MAGAP, Encuestas.

Elaborado por: Patricio Carrasco.

2.13 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

De acuerdo a lo investigado la variación en precios es considerable, una lata de choclo de 820gr tiene como precio de venta al público:

Tabla 23: Precio

DETALLE	VALOR MENSUAL	UNIDADES PRODUCIDAS	VALOR UNITARIO
Gastos indirectos de fabricación	2000	16595	0.12
Insumos	Latas 2100	16595	0.25
	Etiquetas 900		
	Cartones 1200		
Materia prima	4500	16595	0.27
Mano de obra	4 Trabajadores 600	16595	0.15
Total			0.79
Utilidad del 75%			0.59
Precio			1.38

Fuente: INEC, MAGAP, Encuestas.

Elaborado por: Patricio Carrasco.

2.14 PRECIO DEL PRODUCTO

El mercado de choclo enlatado existente es amplio, ofertando el producto en marcas conocidas y no muy conocidas, por lo que el precio de nuestro producto debe estar ubicado en el rango de los precios de la competencia, a fin de tener aceptación por el mercado y ser competitivos. El precio que se establecerá es de \$1,38.

2.15 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

La comercialización del choclo enlatado, se realizará a través del ciclo corto, desde planta procesadora, luego lo venderemos en las diferentes tiendas, y comisariatos, estos que serán llamados intermediarios ya que actuaron directamente con los compradores y consumidores de nuestro producto.

2.15.1 Estrategias de Comercialización

Para posicionar en el mercado se va a utilizar 5 estrategias: producto, precio, plaza, promoción, publicidad.

a.) Producto

Finalidad

Mejorar la presentación e imagen del choclo enlatado en el mercado.

Estrategias del Producto

Diseñar una nueva presentación del choclo enlatado, fortaleciendo el posicionamiento de la marca para que el consumidor identifique nuestro producto con un valor agregado sustentado en sabor, frescura y altos niveles nutritivos.

b.) Precio

El precio se fijará de acuerdo a los valores ya establecidos en el mercado local y al costo de producción.

Finalidad del Precio

La estrategia de precios de penetración tiene como objetivo principal, penetrar de inmediato en el mercado masivo, generando un volumen sustancial de ventas.

Estrategia de Penetración

Se debe fijar un precio inicial competitivo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. El elevado volumen de ventas reduce los costes de producción, lo que permite a la empresa mantener precios competitivos.

Estrategia de Mantenimiento

Cuando los productos ya introducidos, han alcanzado una adecuada participación de mercado, el precio debe cumplir un papel estabilizador capaz de consolidar la imagen pretendida, donde el mayor esfuerzo radica en vender a precios de mercado, no por encima, ni por debajo.

Para el mantenimiento de los precios debe existir un mercado potencial lo suficientemente representativo y una competencia normal. De lo contrario, los intentos de las empresas que hacen por mantener sus productos se centrarán en todas las variables de marketing incluida la de precio.

c.) Plaza

Finalidad de la Plaza

Facilitar al cliente la compra del producto y la fidelidad del mismo.

Proponer convenios con tiendas y supermercados de la Localidad.

Se realizará la presentación del producto, con una o varias muestras, mediante un dialogo con los propietarios de cada uno de las tiendas y supermercados, con la finalidad de dar a conocer los mutuos beneficios que recibirá al trabajar con nuestros producto logrando el objetivo propuesto.

d.) Promoción

Finalidad

Influenciar al cliente en el proceso de compra de nuestro producto.

Estrategia promocional

Incentivar al cliente para la compra

Este incentivo promocional se aplicará en el punto de venta con la finalidad de ganar clientes y posicionar nuestro producto en la mente del cliente.

Participar en exhibiciones con nuestro producto en ferias y lugares estratégicos

Con esta estrategia nos enfocamos a exhibir nuestro producto en lugares estratégicos dando a conocer, las características, beneficio y bondades que ofrece, tomando en cuenta las preferencias de los consumidores y las potencialidades del uso de los mismos en su dieta diaria, como ingrediente de productos elaborados para deleitar los gustos y predilecciones gastronómicas del mercado.

Realizar una base de datos con información relevante de los clientes.

En esta estrategia nos referimos a recolectar datos personales de los clientes durante el proceso de compra, dando a conocer las promociones, descuentos y oferta de nuestros

productos. Información que servirá para dinamizar las estrategias de fidelización en el mercado, consolidando una relación mas directa y estrecha con nuestros clientes, monitoreando continuamente los gustos y preferencias del consumidor así como el nivel de satisfacción.

e.) Publicidad

Finalidad

Posicionar nuestro producto con el apoyo del GADPB, en la mente de los clientes actuales y potenciales, a través de medios publicitarios.

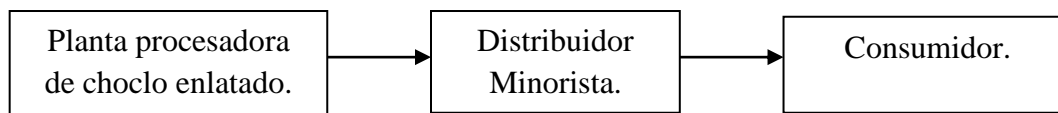
Estrategias de la Publicidad

Realizar una campaña publicitaria para medios impresos y medios auditivos.

Medios Impresos: Dentro de este medio se va a utilizar, hojas volantes, afiches, rótulos y vallas; cuyos medios informativos contará con los elementos básicos que lo conforman como: la empresa, marca, slogan, logotipo, promesa básica, dirección, teléfono. los mismos que serán ubicados y distribuidos en lugares estratégicos.

2.16 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal Corto



CAPITULO III: PROPUESTA DEL PROYECTO

Realizar el estudio de factibilidad para la implementación de la planta procesadora de choclo enlatado para el Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Bolívar en el periodo 2015, con sus respectivos estudios.

3.1 ESTUDIO TÉCNICO

La finalidad del estudio técnico es:

Determinar las variables que inciden en los costos de inventario, en la producción y en la calidad del choclo enlatado.

Crear un sistema de planeación y control de la producción con base en la demanda calculada que permita realizar una programación efectiva y que esté orientado a garantizar la calidad del choclo enlatado y el cumplimiento de entregas.

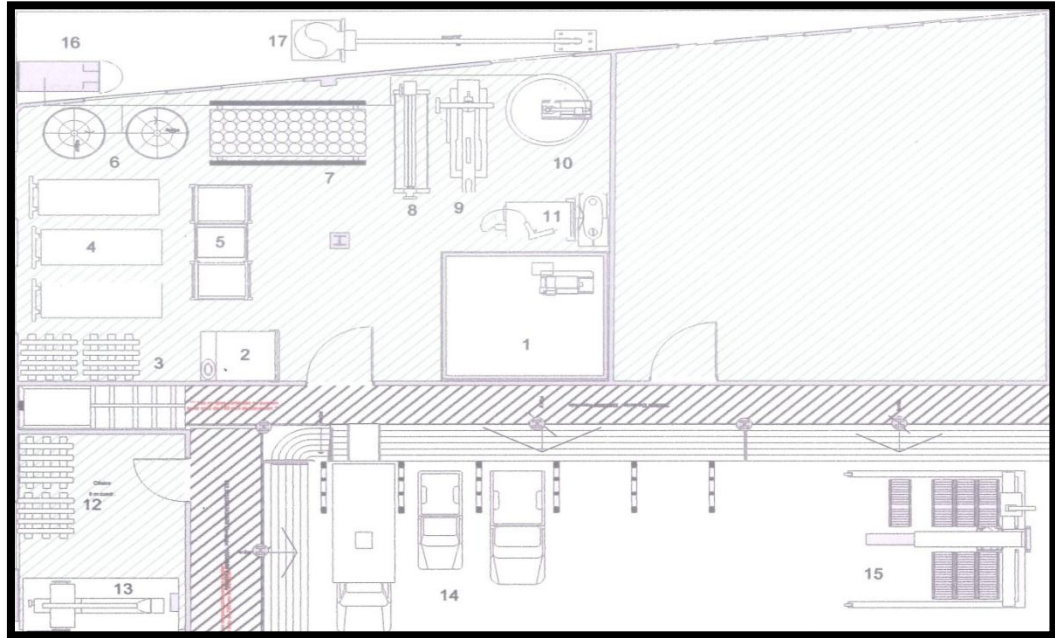
3.1.2 Determinación del tamaño del Proyecto

El proyecto propuesto surge de la necesidad de proveer de un producto local a la población, ya que la proyección de la demanda garantiza que el producto se comercializará, más cuando la provincia cuenta con la suficiente materia prima.

La microempresa para su producción cuenta con la siguiente maquinaria y equipamiento:

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Cuarto frio. | 10. Esterilizador. |
| 2. Balanza. | 11. Selladora de envases y empaques. |
| 3. Zona de pre-procesamiento. | 12. Zona de pre-procesamiento. |
| 4. Mesas de acero inoxidable. | 13. Deshidratador de bandejas. |
| 5. Tanques de lavado. | 14. Zona de descarga. |
| 6. Marmitas. | 15. Silos de ensilaje. |
| 7. Envasadora. | 16. Caldero. |
| 8. Túnel de evacuación. | 17. Canalización. |
| 9. Selladoras de latas. | |

Ilustración 16: Planta de Producción



Fuente: GADPB
Elaborado por: Patricio Carrasco

De acuerdo a la capacidad de la maquinaria se puede obtener la cantidad de producción mensual suficiente para satisfacer la demanda existente del mercado.

3.1.3 Factores de Viabilidad

De acuerdo al análisis realizado en la ciudad de Guaranda, hemos determinado que existe una demanda insatisfecha, la cual representa una oportunidad de crear un nuevo negocio dentro de esta ciudad. Para poder cubrir con esta demanda se ha tomado la decisión de ubicar nuestra microempresa en un punto estratégico de la ciudad que nos permita tener un fácil acceso para la obtención de materias primas así como también para su comercialización.

3.1.4 Determinación del tamaño Óptimo

El espacio que necesitamos para la distribución de las áreas de la microempresa son:

Espacio para recibo de las mercaderías.

Espacio para la producción.

Área de almacenaje.

Oficinas.

Área para servicios higiénicos.

3.1.5 Localización del Proyecto

3.1.5.1 Macro localización

La microempresa de producción y comercialización de choclo enlatado se ubicará en la Provincia de Bolívar. Cerca de los de la fuente de materia prima.

Ilustración 17: Mapa de Bolívar



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.1.5.2 Micro localización

La empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar, debido a que ese lugar constituye un punto estratégico para la comercialización.

Ilustración 18: Mapa de Guaranda



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Patricio Carrasco

3.1.6 Ubicación de la Empresa

PROVINCIA: Bolívar

CANTÓN: Guaranda

DIRECCIÓN: Sector Cuatro Esquinas

TELÉFONO: 032985443 0987479994

3.1.7 Ingeniería del Proyecto

3.1.7.1 Infraestructura física de la Empresa

La microempresa contará con:

Terreno

Construcciones

Dispondrá para la siguiente infraestructura:

Área administrativa

Área de producción

Área de almacenamiento

Área Servicios

3.1.7.2 Disposición General de la Empresa

Como podemos apreciar en el croquis presentado anteriormente, podemos observar que la empresa cuenta con el espacio necesario para realizar los procesos de producción y distribución de nuestro producto.

3.1.7.3 Disposición detallada de las áreas de la Empresa

3.1.7.3.1 Bodegas

En una bodega se almacenaran los materiales para, etiquetas y sellos de seguridad, posteriormente los productos serán cargados en el transporte, para la entrega en los lugares de compra.

3.1.7.3.2 Inspección de envases

Antes de ingresar los envases al proceso de lavado, estos son inspeccionados manualmente uno por uno con la finalidad de detectar aquellos que tengan presencia de malos olores o partículas extrañas. Los envases que tengan olor o estén en malas condiciones serán descartados.

3.1.7.3.3 Lavado

Se realizara un intenso lavado interno y externo de los envases mediante chorros de alta presión utilizando cepillos o escobillas y con agua caliente aproximadamente a 30°C, (según el grado de resistencia a la temperatura), que puede contener bactericidas y limpiantes (productos cáusticos o detergente alcalino clorado en concentraciones adecuadas), que no dañen el envase y no afecten a las propiedades físico-químicas del producto; y así garantizar la desinfección total.

El flujo se tomara del apartado que va a riego del terreno adjunto a la planta, con la finalidad de dar uso y obtener beneficios del mismo.

3.1.7.3.4 Enjuagado

Enjuagado interno y externo agitando fuertemente, con la finalidad de eliminar cualquier tipo de bacterias y parásitos. Finalmente se deja escurrir para luego llevarlos al proceso de llenado.

3.1.7.3.5 Enlatado

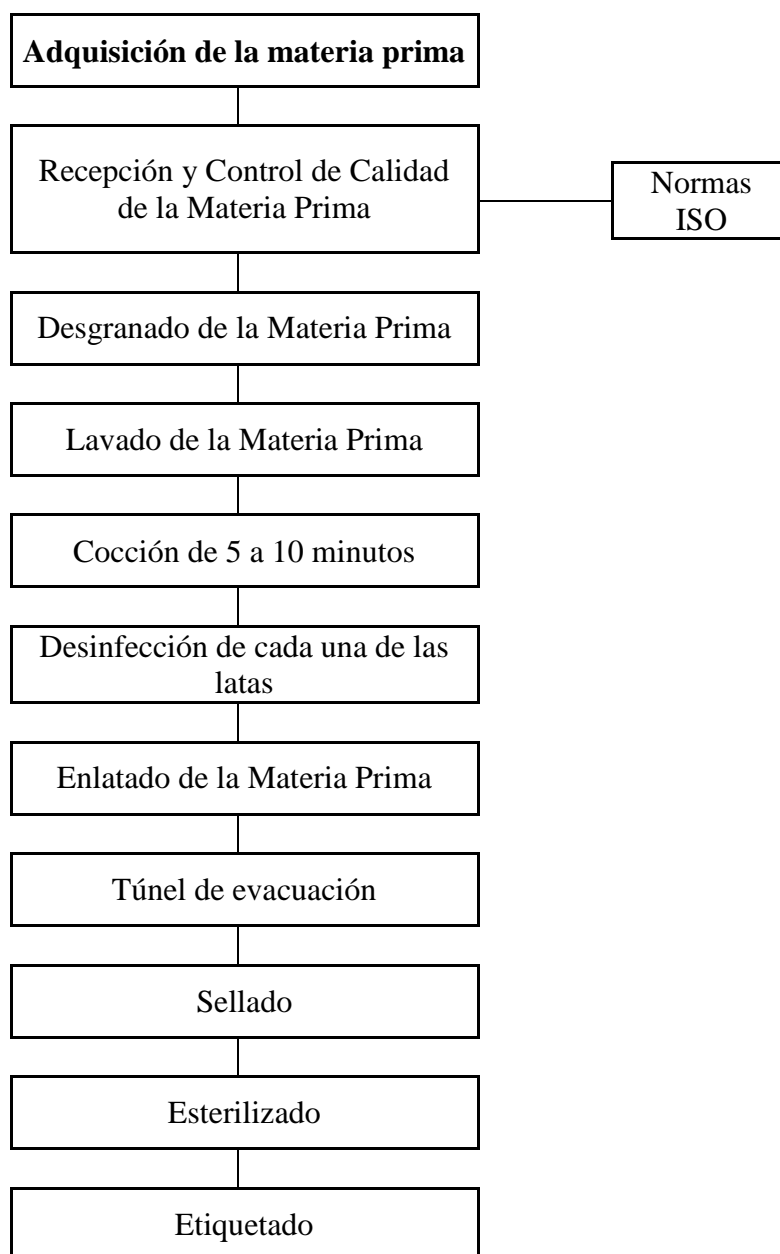
Posteriormente los envases son llenados con rayos ultravioleta uv. Permitiendo la salida del aire y en la cual irá el producto terminado, que es el choclo, garantizando así el consumo de buena forma del producto.

3.1.7.3.6 Etiquetado

Se procede a secar y etiquetar en un área específica del envase. Normalmente se utilizan rótulos adhesivos de material plástico, con la respectiva especificación del producto.

Finalmente el producto terminado es almacenado en un lugar fresco y seco.

3.1.8 Proceso de Producción



El flujo de producción lo realizamos en base al tiempo y a los días laborables.

Lo que nos da como resultado.

240 días = producción diaria.

48 semanas = producción semanal.

24 quincenas = producción quincenal.

12 meses = producción mensual.

2 semestres = producción semestral.

3.1.8.1 Significado del diagrama de flujo

Operación



Inspección



Actividad combinada



Espera



Almacenamiento

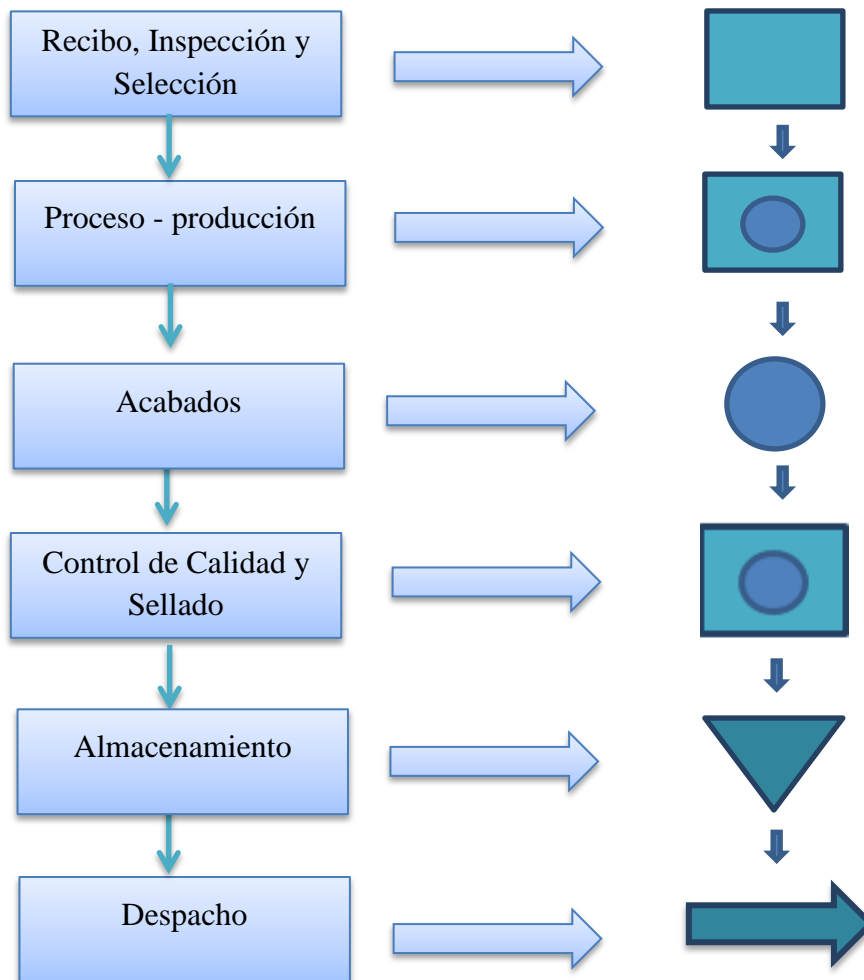


Transporte



3.1.8.2 Flujo grama

Ilustración 19: Flujograma



3.1.8.3 Desarrollo del flujo grama

Tabla 24: Desarrollo del flujo grama

FASES	ACTIVIDAD
Recepción	En una bodega se almacenaran los materiales para el enlatado, tales como latas, etiquetas, tapas y sellos de seguridad.
Inspección de envases	Antes de ingresar los envases al proceso de lavado, estos son inspeccionados manualmente uno por uno con la finalidad de detectar aquellos que tengan presencia de malos olores o partículas extrañas. Los envases que tengan olor o estén en malas condiciones serán descartados.
Enjuagado	Enjuagar envases
Enlatado	Los envases son llenados, permitiendo la salida del aire.
Etiquetado	Colocación de etiquetas.

Fuente: GADPB

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.1.9 Requerimiento Equipo y Maquinaria

3.1.9.1 Requerimiento de materia prima

Tabla 25: Materia Prima

CANTIDAD	DETALLE	CARACTERISTICA
3600 Quintales	Maíz Tierno	De la producción local.

Fuente: GADPB

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.1.9.2 Requerimiento de Insumos

Tabla 26: Insumos

CANTIDAD	RUBRO	CARACTERISTICAS
199138	Latas	Estanco para asegurar no solo la integridad del contenido.
199138	Etiquetas	De papel adhesivo con la presentación de la marca.
16595	Cajas	Para guardar las docenas.

Fuente: GADPB

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.1.9.3 Requerimiento de muebles y enseres

Tabla 27: Muebles y Enseres

CANTIDAD	RUBRO	CARACTERÍSTICAS
4	Escritorios	De madera con cajones de metal. Medias: largo 120cm, ancho 50cm, alto 75cm.
20	Sillas	Tipo secretaria
2	Escobas	De madera y plástico
2	Basureros	De plástico para oficina y metal para el área de producción.
3	Archivador	De madera de color café con 3 divisiones.

Fuente: GADPB

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.1.9.4 Requerimiento de herramientas

Tabla 28: Herramientas

CANTIDAD	RUBRO	CARACTERÍSTICAS
1	Set de cuchillos	Cuchillas grandes y pequeñas para cortes de limpieza, de cabezal móvil y manual.
5	Bandejas	De plástico blancas de borda alta, borda baja
5	Recipientes	Esterilizado, para cáscaras sanitadas y para almacenar residuos.
3	Uniformes	Delantales, botas, etc.

Fuente: GADPB

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.1.9.5 Requerimiento de equipos

Tabla 29: Equipos

CANTIDAD	RUBRO	CARACTERÍSTICAS
5	Radiograbadora	Marca SONY
5	Ventiladores	De 3 hélices
4	Computadoras (Laptop)	Marca Toshiba
4	Teléfonos	Marca PANASONIC

Fuente: GADPB

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.1.9.6 Requerimiento de maquinaria

Tabla 30: Maquinaria

CANTIDAD	TIPO	CARACTERÍSTICAS
1	KIT de limpieza	Elimina las bacterias y parásitos.
1	Equipo de cocción	Cocina el producto.
1	Etiquetadora	Etiqueta las latas.

Fuente: GADPB

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.1.10 Requerimiento de Recurso Humano

Tabla 31: Mano de obra requerida en el proyecto

ADMINISTRATIVO	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL
Gerente	1	900	10800
Contador	1	600	7200
Bodeguero	1	400	4800
TOTAL	2	1900	22800

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 32: Operadores

PRODUCCIÓN	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL
Operadores	4	600	28800
TOTAL	4	2400	28800

Elaborado por: Patricio Carrasco.

Tabla 33: Representante de ventas

VENTAS	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL
Representante de ventas	1	500	6000
TOTAL	1	500	6000

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.2 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

3.2.1 Higiene, Seguridad y Sanidad

En los últimos años el riesgo ambiental ha sido importante ya que en la actualidad la contaminación en el planeta ha aumentado de manera acelerada. Debido a un fugaz desarrollo de la industria en el planeta. El hombre ha consumido grandes cantidades de agua y aire, arrojando, desperdicios y desechos a las riberas de los ríos y estos a su vez a los mares y contaminando el aire con los diferentes tipos de gases.

Para este caso, en primer lugar debemos analizar la localización de la planta realizando la revisión general de las condiciones ambientales de la zona, al igual que la fauna y flora existente, para evitar posibles daños contra ella.

Por otro lado, la planta al no utilizar sustancias nocivas, ni generar gases tóxicos no presenta problemas de contaminación ambiental. Sin embargo nos vemos en la necesidad de aclarar que la eliminación de desechos líquidos, especialmente el agua que utilizaremos para el lavado de las latas, serán evacuados hacia la red de desagüe de la zona, ya que esta agua utilizada en este proceso y la limpieza de los equipos, el mantenimiento local e higiene personal, contiene detergentes aprobados para el uso industrial.

Los residuos orgánicos producidos por los trabajadores, el polvo acumulado en la planta, los restos de los envases plásticos de las oficinas, papeles, etc. Serán evacuados del local diariamente en bolsas plásticas totalmente cerradas para ser llevadas por los camiones recolectores de basura o a los contenedores dispuestos para tales fines.

El nivel de ruido, es otro factor importante que debemos tener en consideración, si bien es cierto que la producción de choclo enlatado es bajo en ruido, debemos analizar y controlar el nivel de decibeles que genera la planta a fin de que no afecten el normal desenvolvimiento de las actividades en la zona, dada su ubicación y garantizar la salud de nuestro personal evitando de esta manera perjudicar la salud, ya que de no controlarse podríamos ocasionar daños crónicos y permanentes.

Por otro lado, solo durante la etapa de ejecución de las obras civiles que ocasionan la remoción de tierras y por ende propagación de polvo así como los ruidos por efectos de construcción de la planta ocasionarán molestias al entorno. Sin embargo, al final de esta etapa proporcionaremos al perímetro circundante de la planta un mejoramiento de las veredas, así como el sembrado de jardines en el frente del local con el fin de mantener la limpieza.

Finalmente los camiones proveedores y de distribuidores que lleguen a la planta tendrán asignados estacionamientos con la finalidad de evitar el congestionamiento del tránsito en la zona. Se debe señalar que éste es uno de los problemas que más puede perjudicar el medio ambiente debido al deterioro de vías y veredas debido al paso frecuente de los camiones; pero estimamos que un movimiento total de insumos, envases y productos no es dañino a la tranquilidad de la zona.

3.2.2 Problemas

Deterioro del suelo.- el deterioro del suelo será puntual solamente en el área de construcción de la planta. El sector está destinado para la construcción de infraestructuras ya que se prevé que esta zona en el mediano plazo sea destinada para la industria y agricultura.

Deterioro de la vegetación.- la destrucción de la vegetación será pequeña ya que solo se construirá el área de la planta. Las especies nativas son pajonales y arbustos.

Contaminación del aire.- la contaminación de aire estará dada por los vehículos que circularán desde y hacia la planta que será en un tiempo limitado y el número de vehículos será mínimo.

Ruido.- la contaminación por ruido en menor medida será por el proceso productivo ya que los equipos funcionan a energía eléctrica, por tanto la mayor contaminación acústica será por el tránsito de vehículos.

Tabla 34: Plan Manejo Ambiental Aire

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL						
COMPONENTE IMPACTO		MEDIDA PROPUESTA	EFEECTO ESPERADO	MOMENTO	FRECUENCIA	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
Aire	Polvo	Riego periódico de agua	Mantener la calidad de la atmósfera dentro de los valores permisibles respecto a las normas de material en partículas, ruido y gases	Inmediato	Inicial	Mangueras y aspersores
		Cubrir la carga de los vehículos			Permanente	Volqueta cubierta
		Uso de gafas y mascarillas				Entrega de equipo
	Ruido	Mantenimiento de equipo y maquinaria			Semestral	Registro de mantenimiento
		Monitoreo periódico			Permanente	Registro de sensores
		Limitar el trabajo a horarios diurnos				Control de asistencia
		Uso de orejeras				Entrega de equipo
	Remoción de cobertura vegetal	Siembra de especies ornamentales			Inicial	Informe de actividades
		Planes de reforestación				Informe de actividades

Fuente: Ministerio del Ambiente

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 35: Plan Manejo Ambiental Suelo

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL						
COMPENENTE IMPACTO		MEDIDA PROPUESTA	EFEECTO ESPERADO	MOMENTO	FRECUENCIA	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
Suelo	Ocupación del suelo	Destinar un sitio apropiado cubriendo y manteniendo el orden de cada material	Aprovechamiento adecuado de espacio y recuperación del suelo	Inmediato	Inicial	Matrices de seguimiento y control
	Cambio en el uso	Siembra de especies ornamentales				
	Contaminación por desechos	Manejo de un plan de reciclaje			Permanente	

Fuente: Ministerio del Ambiente

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 36: Plan Manejo Ambiental Agua

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL						
COMPENENTE IMPACTO		MEDIDA PROPUESTA	EFEECTO ESPERADO	MOMENTO	FRECUENCIA	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
Agua	Contaminación de desechos líquidos	Manejar un plan de bio remediación	Reducir el impacto de contaminación de agua de afluentes cercanos	Inmediato	Permanente	Análisis de agua e informe de seguimiento
	Contaminación de drenajes naturales de agua	Tratamiento de aguas residuales				

Fuente: Ministerio del Ambiente

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 37: Plan Manejo Ambiental Socio Económico

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL						
COMPONENTE IMPACTO		MEDIDA PROPUESTA	EFEECTO ESPERADO	MOMENTO	FRECUENCIA	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
Socio Económico	Salud pública y desarrollo comunitario	Implementación de seguro médico	Asegurar el bienestar de los trabajadores	Inmediato	Permanente	Convenio con aseguradoras
		Implementación de guarderías infantiles	Facilitar el desempeño de los trabajadores			Registro de asistencia
	Generación de empleo y mano de obra local	Capacitación a la mano de obra local	Obtener mano de obra calificada			Plan de capacitación

Fuente: Ministerio del Ambiente

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

3.3.1 Aspectos Administrativos

Planeación

Organización

Dirección

Control

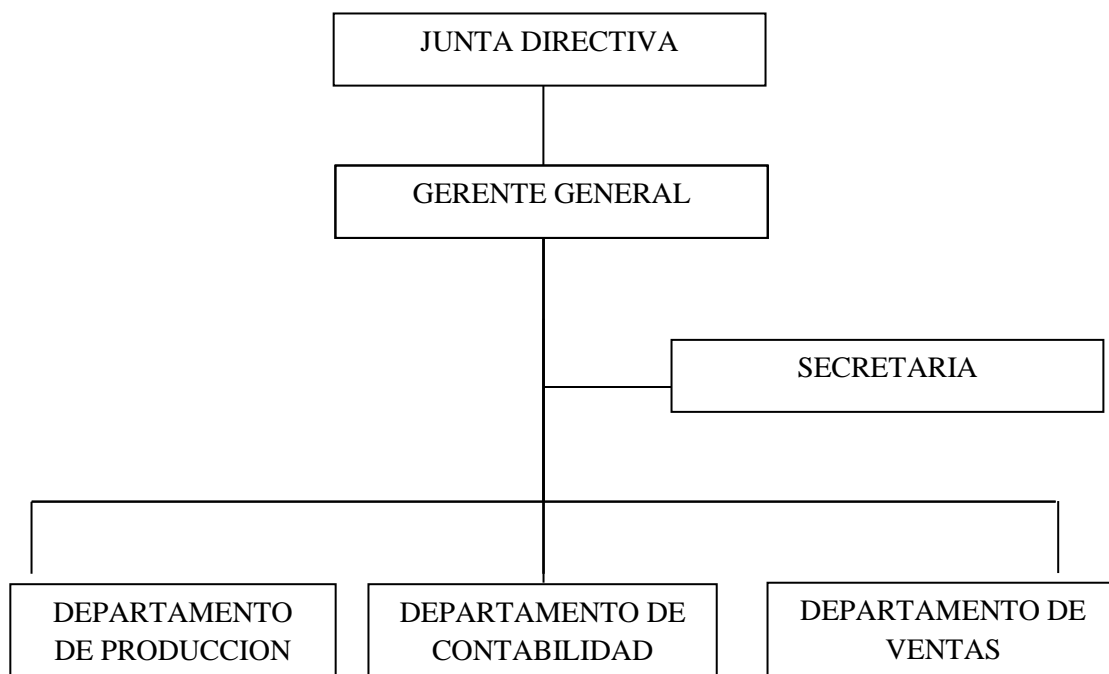
Evaluación

3.3.2 La Organización

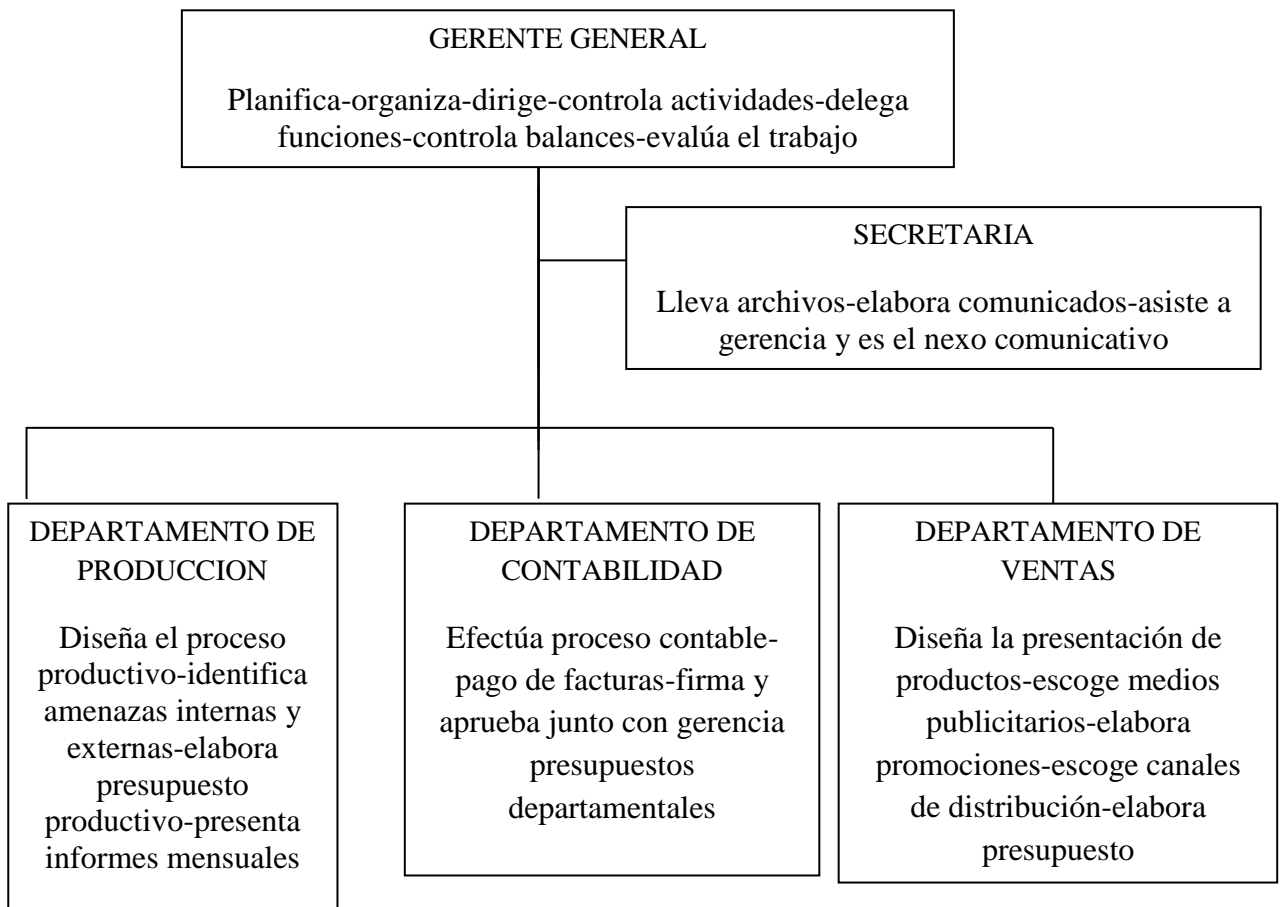
La empresa debe contar con una adecuada estructura administrativa, lo que le permitirá obtener un funcionamiento exitoso y alcanzar en forma efectiva sus objetivos.

Contar con una adecuada planificación en el proceso administrativo, permite cumplir correctamente cada una de las funciones y acciones en el proceso del enlatado de choclo. Todas las áreas deben mantener una interrelación funcional desde la parte administrativa hasta la operativa, lo que permitirá que la empresa alcance el óptimo desempeño del recurso humano en el mejor ambiente laboral y optimice cada uno de los recursos existentes en la misma.

3.3.3 Organigrama Estructural de la Empresa



3.3.4 Organización Funcional de la Empresa



3.3.5 Descripción de Puestos y Responsabilidades

3.3.5.1 Administración

Está compuesta por el administrador, quien es el responsable de la definición de objetivos, políticas, planificación, su normativa y toma de decisiones para el buen funcionamiento de la empresa.

3.3.5.2 Funciones

Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.

Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.

A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.

Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.

Mantiene contacto continuo con proveedores, en busca de nuevas tecnologías o materias primas, insumos y productos más adecuados.

Decide cuando un nuevo producto ha de ingresar al mercado.

Se encarga de la contratación y despido de personal.

Está autorizado a firmar los cheques de la compañía, sin límite de monto.

Cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc. deben contar con su aprobación.

3.3.5.3 Secretaría Administrativa y Financiera

Está conformada por la Secretaria contadora, quien será la encargada de receptor los pedidos de los clientes y realizar las notas de pedido, colaborando con el cumplimiento de las obligaciones de la empresa.

3.3.5.4 Funciones

Realizar las actividades de orden laboral encomendadas por la administración.

Llevar un registro y control de clientes fijos.

Llevar un registro y control de los insumos.

Digitación de facturas de insumos adquiridos por la empresa.

Digitación de facturas de productos adquiridos por clientes.

Entrega de Nota/Venta a clientes.

Cuadre diario de Caja.

Registro diario de liquidación de Caja.

Cobro de facturas a concedidas a crédito.

Atención esmerada y cordial.

3.3.5.5 Servicios Generales

Está conformado por el vendedor, quien será el encargado de receptor los pedidos de los clientes y realizar las ventas, colaborando con el cumplimiento de las obligaciones de la empresa.

3.3.5.6 Funciones

Realizar la venta de los productos.

Mantenimiento y buen uso del vehículo.

Constatación de mercadería despachada de bodega al vehículo.

Traslado de mercadería de bodega a clientes.

Control de mercadería entregada a clientes.

Llevar un adecuado control de ventas al contado y crédito.

Cobro de facturas entregadas con pago de contado.

Cobro de facturas vencidas.

Registro de cobros realizados.

Notificación de novedades presentadas en despachos de mercadería.

Realizar depósitos diarios de ventas y remitir informes de documentación de soporte a la administración.

Atención esmerada y cordial.

3.3.5.7 Producción

Constituye todo el personal encargado en forma directa de la parte técnica responsable de la subsistencia de la empresa.

3.3.5.8 Funciones del jefe de Producción

Es el responsable de elaborar la lista de materiales que se va a utilizar en un determinado proyecto así como también el presupuesto del mismo.

Es el responsable de elaborar la lista de materiales que se va a utilizar en un determinado proyecto así como también el presupuesto del mismo.

Se encarga de la planificación, organización y ejecución del proceso productivo, para lo cual debe contar con los obreros necesarios para el cumplimiento de sus operaciones.

Supervisar, dirigir y controlar que las actividades productivas se cumplan en forma eficiente.

Reportar diariamente informes de producción.

Coordinar el trabajo del personal de planta en cuanto a turnos, horarios, reemplazos, rotación, vacaciones.

Supervisar que exista el total cumplimiento a las medidas de seguridad e higiene industrial. Proponer o poner en consideración de la administración, alternativas para el mejoramiento de la eficiencia de los procesos o calidad del producto.

Coordinar la provisión oportuna de materia prima

Coordinar el adecuado almacenamiento del producto terminado.

Mantener un estricto control de calidad en las diversas fases de producción como en el producto terminado.

Velar por los estándares de calidad.

Proponer mejoras para el proceso de producción.

Confirmar con su visto bueno en los distintos procesos de producción.

Supervisar y hacer cumplir el proceso productivo.

Solicitar la adquisición de implementos y ropa adecuada de trabajo para los obreros. Conservar en condiciones óptimas la maquinaria y equipos de la planta.

Mantener un estricto control y revisión diaria del perfecto estado de la maquinaria y equipos.

Realizar el mantenimiento del equipo y maquinaria de acuerdo a las especificaciones técnicas de la planta.

Informar oportunamente del estado de los equipos y maquinaria.

Solicitar la adquisición de repuestos, materiales y lubricantes.

3.3.5.9 Funciones de los Operarios

Cumplir con las disposiciones del jefe de producción.

Realizar la limpieza de las instalaciones para evitar su contaminación.

Mantener en condiciones de asepsia la maquinaria y equipos de la planta.

Realizar el aseo personal y utilizar la indumentaria adecuada evitando la contaminación.

Receptar la materia prima para su verificación y almacenamiento según normas establecidas.

Demostrar y valorar la integración y cooperación para el trabajo en equipo.

Demostrar dinamismo, ética, paciencia y respeto hacia los demás.

Respetar normas de seguridad, higiene, orden, disciplina y puntualidad.

Demostrar autonomía, iniciativa y creatividad.

Participar de las distintas capacitaciones a fin de mejorar sus competencias.

3.3 Estudio Financiero

La finalidad del estudio financiero es:

Determinar las fuentes de financiamiento necesario para ejecutar el proyecto de implementación de una planta procesadora de choclo enlatado.

3.3.1 Plan de Inversión

a.) Inversión en Activos Fijos

Tabla 38: Maquinaria y Equipo

Maquinaria y Equipos				
Detalle		Cantidad	Precio Unitario	Valor USD
Olla de cocción	Unidad	1	1200	1200
Molino de disco	Unidad	1	3000	3000
Caldero	Unidad	1	6500	6500
Bombas automáticas de agua	Unidad	1	2500	2500
Generador eléctrico	Unidad	1	12500	12500
Calibrador de humedad	Unidad	1	1000	1000
PH metro	Unidad	1	200	200
Balanza electrónica	Unidad	1	350	350
Carro transportador	Unidad	1	100	100
Cuarto frio	Unidad	1	10000	10000
Mesas de acero inoxidable	Unidad	3	400	1200

Tanques de lavado	Unidad	2	200	400
Túnel de evacuación	Unidad	1	5000	5000
Selladora de latas	Unidad	1	2500	2500
Autoclave	Unidad	1	7000	7000
Radiograbadoras	Unidad	5	25	125
Ventiladores	Unidad	5	20	100
Laptops	Unidad	4	500	2000
Deshidratador de bandejas	Unidad	1	11000	11000
Teléfonos	Unidad	4	50	200
			TOTAL	66875

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 39: Muebles y Enseres

Muebles y Enseres				
Detalle		Cantidad	Precio Unitario	Valor USD
Escritorios	Unidad	4	150	600
sillas	Unidad	20	20	400
escobas	Unidad	2	5	10
basureros	Unidad	2	2	4
archivador	Unidad	3	120	360
Estanterías	Unidad	1	150	150
Pizarras	Unidad	1	50	50
Muebles sala de recepción	Unidad	1	200	200
Vitrinas	Unidad	4	100	400
Vestidores	Unidad	1	200	200
			TOTAL	2374

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 40: Herramientas

Herramientas				
Detalle		Cantidad	Precio Unitario	Valor USD
Set de cuchillos	Unidad	1	150	150
Bandejas	Unidad	5	20	100
Cilindros de gas	Unidad	3	50	150
Recipientes	Unidad	5	5	25
Uniformes	Unidad	3	100	300
TOTAL				725

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 41: Materia Prima

Materia Prima			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor USD Anual
Quintal de choclo tierno	3600	15	54000
TOTAL			54000

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 42: Insumos

Insumos			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor USD Anual
Latas	199138	0.13	25887.94
Etiquetas	199138	0.05	9956.9
Cartón	199138	0.07	13939.66
TOTAL			49784.50

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 43: Mano de Obra

Mano de Obra Directa			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor USD Anual
Operarios	4	600	2400
TOTAL			28800

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 44: Mano de Obra Indirecta

Mano de Obra Indirecta			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor USD Anual
Gerente	1	900	10800
Contador	1	600	7200
Bodeguero	1	400	4800
Representante de ventas	1	500	6000
TOTAL			28800

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 45: Gastos Indirectos de Fabricación

Gastos Indirectos de Fabricación		
Detalle	Precio Unitario	Valor USD
Servicio básicos	600	7200
Mantenimiento del local	500	6000
Mantenimiento de la maquinaria	300	3600
Gastos varios	600	7200
	TOTAL	24000

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 46: Costos Operativos

Concepto	Valor
Patente	500
Plan de manejo Ambiental	4700
Registro Sanitario	5600
Gastos Legales	1000
TOTAL	11800

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.3.2 Ingresos

Flujo De Ventas

Tabla 47: Ventas Anuales

Año	Precio	Producción anual	Valor total
2015	1.38	199138	274810.44
2016	1.44	207203	298372.32
2017	1.49	215595	321236.55
2018	1.55	224326	347705.30

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.3.3 Egresos

Tabla 48: Materia Prima

Año	Precio	Producción anual	Valor total
2015	15	3600	54000
2016	15.61	3745.8	58471.94
2017	16.24	3897.5	63295.4
2018	16.9	4055.35	68535.42

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 49: Insumos

Año	Precio	Producción anual	Valor total
2015	0.25	199138	49784.5
2016	0.26	207203.09	53872.80
2017	0.27	215594.82	58210.60
2018	0.28	224326.41	62811.39

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 50: Mano de Obra Directa

Año	Costos Unitario	Valor Anual
2015	2400	28800
2016	2497.2	29966.4
2017	2598.34	31180.08
2018	2703.23	32438.76

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 51: Mano de Obra Indirecta

Año	Costos Unitario	Valor Anual
2015	2400	28800
2016	2497.2	29966.4
2017	2598.34	31180.08
2018	2703.23	32438.76

Elaborado por: Patricio Carrasco

Tabla 52: Gastos indirectos de Fabricación

Año	Costos Unitario	Valor Anual
2015	2000	24000
2016	2081	24972
2017	2165.28	25983.36
2018	2252.97	27035.64

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.3.4 Calculo de Depreciación

Tabla 53: Depreciación

Detalle	Valor del bien	Años	Depreciación Anual
Maquinaria	66875	10	6687.5
Muebles y enseres	2374	10	237.4

Elaborado por: Patricio Carrasco

TOTAL EGRESOS	
2015	192309.4
2016	204174.44
2017	216774.42
2018	230184.87

Elaborado por: Patricio Carrasco

3.3.5 Estructura del Financiamiento

Tabla 54: Financiamiento

PLAN DE FINANCIAMIENTO		
Préstamo	27500.00	20%
Socio	247500.00	80%
Total Financiamiento	275000.00	100%

Elaborado por: Patricio Carrasco

CAPÍTULO IV: ANALISIS FINANCIERO

4.1 BALANCE GENERAL

Tabla 55: Balance General

EMPRESA CHOCLO ENLATADO

BALANCE GENERAL

PERIODO 2015

ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		Pasivo No Corriente L/P	
Caja	916,10	Préstamo Bancario	27500,00
Total Activo Corriente			
Tangible		TOTAL PASIVOS	
Producto Terminado	185384,50		27500,00
Muebles y Enseres	2374,50	PATRIMONIO	
(-) Depreciación Muebles y Enseres	(237,40)	Capital Social	240850.20
Maquinaria y Equipos	66875,00	TOTAL PATRIMONIO	
(-) Depreciación Maquinaria y Equipos	(6687,50)		240850.20
Herramientas	725,00		
Intangibles			
Gasto Servicios Básicos	7200,00		
Gastos Legales	11800,00		
TOTAL ACTIVOS		TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	268350.20
	268350.20		

GERENTE

CONTADOR

Elaborado por: Patricio Carrasco

4.2 ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 56: Estados de Resultados

EMPRESA CHOCLO ENLATADO

ESTADO DE RESULTADOS

PERIODO 2015

Ventas Netas	274810,44
(-) Costo de Ventas	<u>156584,50</u>
(=) Utilidad Bruta en Ventas	118225,94
(-) Gastos Administrativos	22800,00
(-) Gastos de ventas	6000,00
(=) Utilidad Operacional	89425,94
(-) Gastos Financieros	<u>13799,90</u>
(=) Utilidad Imponible	75626,04
(-) 15% de trabajadores	11343,91
(-) 23% Impuesto a la renta	<u>17393,99</u>
(=) Utilidad Neta	46888,14

GERENTE

CONTADOR

Elaborado por: Patricio Carrasco

4.3 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla 57: Estado de Resultados

Inversión Inicial 275000	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Ventas	274810.44	298372.32	321236.55	347705.3
(-) Costos de ventas	156584.5	162926.17	169524.68	176390.43
VENTAS BRUTAS (=)	118225.94	135446.15	151711.87	171314.87
(-) Gastos Administrativos	22800	23723.4	24684.2	25683.91
(-) Gastos de ventas	6000	6243	6495.84	6758.92
(-) Gastos Financieros	13799.9	14358.8	14940.33	15545.41
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	75626.04	91120.95	105591.5	123326.63
(-)15% Trabajadores	11343.91	11803.34	12281.38	12778.78
(-)22% Impuesto a la renta	17393.99	18098.45	18831.44	19594.11
UTILIDAD NETA	46888.14	61219.16	74478.68	90953.74

Elaborado por: Patricio Carrasco

4.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{69974.50}{1.38 - 0.79}$$

$$PE = 118600.85$$

Tabla 58: Punto de Equilibrio

Costos Fijos	Total	Precio de venta unitario	Total	Costo de venta unitario	Total
Maquinaria y Equipo	66875	Total costo de producción	0.79	Gastos Indirectos de fabricación	0.12
Muebles y Enseres	2374.5			Insumos	0.25
				Materia Prima	0.27
Herramientas	725	Utilidad 75%	0.59	Mano de obra	0.15
Total	69974.5		1.38		0.79

Fuente: GADPB

Elaborado por: Patricio Carrasco

4.5 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para evaluar nuestro proyecto de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de choclo enlatado se aplicaran los siguientes indicadores:

Valor Actual Neto (VAN)

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Factor Beneficio/Costo (B/C)

4.5.1 Valor Actual Neto

$$VAN1 = \Sigma \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right] - I_0$$

$$VAN1 = \Sigma \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right] - 275000$$

$$VAN1 = \left[\frac{46888.14}{(1.12)^1} \right] + \left[\frac{61219.16}{(1.12)^2} \right] + \left[\frac{74478.68}{(1.12)^3} \right] + \left[\frac{90953.74}{(1.12)^4} \right] - 275000$$

$$VAN1 = 201483.15 - 275000$$

$$VAN1 = -73516.85$$

$$VAN2 = \left[\frac{46888.14}{(1.15)^1} \right] + \left[\frac{61219.16}{(1.15)^2} \right] + \left[\frac{74478.68}{(1.15)^3} \right] + \left[\frac{90953.74}{(1.15)^4} \right] - 275000$$

$$VAN2 = 188036.81 - 275000$$

$$VAN2 = -86963.19$$

4.5.2 Tasa Interna de Retorno

$$\begin{aligned}TIR &= i2 - \left[VAN2 \left\{ \frac{(i2 - i1)}{VAN2 - VAN1} \right\} \right] \\TIR &= 1.15 - \left[-86963.19 \frac{1.15 - 1.12}{-86963.19 - (-73516.85)} \right] \\TIR &= 1.15 - \left[-35651.69 \frac{0.03}{-83174.85} \right] \\TIR &= 1.15 - [0.19] \\TIR &= 0.95 \\TIR &= 0.95 * 100 \\TIR &= 95\%\end{aligned}$$

4.5.3 Relación Beneficio Costo

$$\begin{aligned}RB/C1 &= \left[\frac{VN + VAN}{C} \right] \\RB/C1 &= \left[\frac{274810.44 + -73516.85}{275000} \right] \\ \frac{RB}{C1} &= 0.73 \\RB/C2 &= \left[\frac{VN + VAN}{C} \right] \\RB/C2 &= \left[\frac{274810.44 + -86963.19}{275000} \right] \\ \frac{RB}{C2} &= 0.68\end{aligned}$$

4.6 INDICADORES FINANCIEROS

VAN1= -73516.85(Tasa Porcentual del 12%)

VAN2= - 86963.19 (Tasa Porcentual del 15%)

TIR = 95%

RB/C1= 73

RB/C2= 68

Periodo de recuperación en años= 4 años y 2 meses

4.6.1 Periodo de Recuperación del Capital

Sumatoria de las utilidades de fondo de los 4 años

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Total flujo
46888.14	61219.16	74478.68	90953.74	273539.72

De la inversión resto el total de flujo

$$275000 - (273539.72) = 1460.28$$

Para conocer en cuantos meses recupero la inversión realizo una regla de 3

$$90953.74 \quad 12$$

$$1460.28 \quad x$$

$$X = 1460.28 * 12 / 90953.74$$

$$X = 4 \text{ años } 2 \text{ meses}$$

El periodo de recuperación de la inversión es de 4 años 2 meses.

CONCLUSIONES

Las organizaciones de los productores de maíz, requieren de un fortalecimiento y apoyo institucional basado en un programa de capacitación y tecnificación, además la necesidad generar valor agregado.

El nivel socioeconómico de los productores, requiere del diseño de un proceso de comercialización de maíz, que permita ofertar precios de sustentación a nivel local y posteriormente regional que permita mejorar el nivel de vida de este sector agrícola.

El presente proyecto es una alternativa a los distintos problemas que se presenta en la producción de maíz, enfoca e involucra a los distintos actores de producción y exalta al producto representativo de la provincia.

El proyecto genera el desarrollo de la competitividad productiva, incentivando a mejorar la calidad del producto y el mejoramiento de una cadena de comercialización.

RECOMENDACIONES

Desarrollar un plan de capacitación y asistencia técnica continua en función de las prioridades que se adapten a la implementación de la planta procesadora de choclo y de las necesidades y requerimientos del proceso de producción y comercialización del mismo.

Establecer líneas estratégicas de comercialización, para posicionar nuestro producto en el mercado local, como una alternativa accesible al consumidor.

Buscar convenios con otras instituciones gubernamentales para ingresar en los programas del buen vivir, aliméntate Ecuador, desayunos escolares, etc. Además la posibilidad de introducir nuestro producto en la canasta básica de los ecuatorianos.

BIBLIOGRAFÍA

- Thompson, B. (2006). Fundamentos de Administración. Madrid; Ecoe Ediciones.
- Guerrero, M. (2008). Perfil de la Factibilidad. Bogotá; Colombo Ediciones.
- Zambrano, P. (2008). Teoría Micro y Macro económica. Quito; Economía Ediciones.
- Meneses, A. (2007). Preparación y Evaluación de Proyectos. Quito; Edilberto Quality.
- Sapag, R. (2008). Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos. México; Mc Graw Hill.
- Baca, G. (2008). Evaluación de Proyectos. México; Mc Graw Hill.

WEBGRAFIA

Gadpb.(2015) Misión. Recuperado de:

<http://www.bolivar.gob.ec/index.php/layout/mision>

Gadpb.(2015) Visión. Recuperado de:

<http://www.bolivar.gob.ec/index.php/layout/vision>

Ministerio del Ambiente.(2014) Estudio Ambiental. Recuperado de:

<http://www.ambiente.gob.ec/programas-y-servicios/>

Banco Central del Ecuador. (2015) Información Estadística. Recuperado de:

<https://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica-1>

Magap. (2015) Situacionales de Cultivo. Recuperado de:

<http://www.agricultura.gob.ec/sinagap/>

ANEXOS

Anexo 1: Foto con el Prefecto



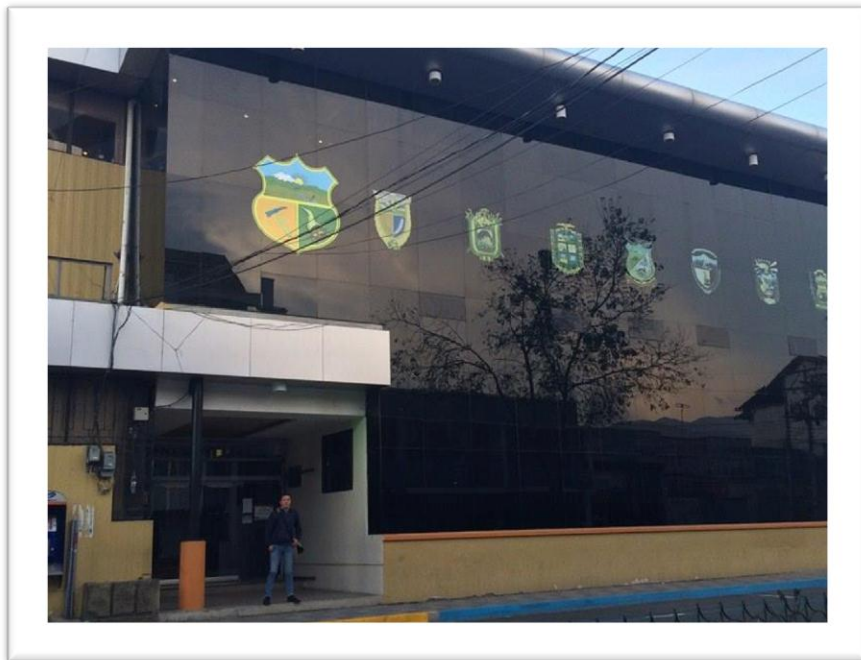
Anexo 2: Foto con el Director de Proyectos



Anexo 3: foto panorámica del GADPB



Anexo 4: GADPB



Anexo 5: Sembríos de Maíz



Anexo 6: Sembríos en Guaranda



Anexo 7: Planta de Maíz



Anexo 8: Siembra



Anexo 9: Encuesta



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR



Objetivo

Determinar el consumo de choclo enlatado en el mercado local de Guaranda.

Género: M () F ()

Edad: _____

1.- ¿Consume choclo?

Si: ()

No: ()

2.- ¿Le gustaría consumir choclo enlatado?

Si: ()

No: ()

3.- ¿Con que frecuencia consume choclo enlatado?

Diariamente: ()

Semanalmente: ()

Quincenalmente: ()

Mensualmente: ()

4.- ¿Cuáles marcas de agua conoce usted?

Facundo	
Snob	
Gustadina	
Del Monte	
La Costeña	
OTRA (Especificar)	

5.- ¿En qué lugar preferentemente adquiere el choclo enlatado?

TIENDAS	
COMISARIATO	
DISTRIBUIDOR MAYORISTA	
OTRA (Especificar)	

6.- ¿De existir un nuevo tipo de choclo enlatado en la ciudad de Guaranda estaría usted dispuesto a comprarla?

Si	
No	

7.- ¿De los siguientes rangos, cuanto pagaría por una lata de choclo enlatado?

De \$1,00 a \$1,50 ()

De \$1,50 a \$2,00 ()

De \$2,00 a mas ()

8.- ¿Qué características debería tener el producto?

En lata ()

Conserva ()

Natural ()

Observaciones:
