



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

**DISEÑO DEL PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE MAÍZ EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL**

Autora:

Bravo Alay Ingrid Maribel

Tutor:

Dr. Carlos Luis Rivera Fuentes

Guayaquil, Ecuador
2018

DEDICATORIA

Soy fiel creyente de que todo esfuerzo tiene su recompensa; pero, que sin las herramientas otorgadas por el creador y el apoyo de la familia no es posible, así que a ellos dedico este trabajo.

A mis padres, por ejemplo de perseverancia y educación recibida; a mis hermanos, quienes han sido un apoyo sustancial durante mi proyecto académico y profesional, a mi hija y sobrinos para delegar en ellos la responsabilidad que conlleva consigo mismo su formación profesional, porque sólo con una muestra fidedigna de lo aprendido, podemos exigir a los nuestros, a que continúen su propio camino, sin deserción y superando obstáculos, con compromiso y disciplina.

Bravo Alay Ingrid Maribel

AGRADECIMIENTO

En primera instancia a Dios, pues sin sus bendiciones y herramientas para la vida otorgadas, no hubiera sido posible cumplir este eslabón en mi camino profesional.

A mis padres Digna y Fernando, a mis hermanos: Edward, Fernando, Karem, Niepce, a mis sobrinos: Kadir, Amin y Paulita; por ser la base de mis principios como ser humano, por sostenernos en la idea de que la familia es el pilar fundamental, donde podemos solucionar cualquier vicisitud propia de la vida.

A mi hija, mi princesa Kelly, por ser mi fortaleza, mi eje de vida, aquella fuerza proveniente del amor puro, que sólo se experimenta al tener un hijo, por ser mi mayor orgullo y motivación.

A todo el equipo que conforma el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, pero en especial a sus docentes, quienes supieron transmitir sus conocimientos, con el propio cariño que nace de aquellos docentes por convicción, por amor a su profesión.

Bravo Alay Ingrid Maribel

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa comercializadora de productos de maíz en la ciudad de Guayaquil”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo diseñar un plan de negocio para la implementación de un negocio basado en producto el maíz, cuantificando la generación de empleo en la ciudad de Guayaquil?** El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada:

Bravo Alay Ingrid Maribel

Tutor:

Dr. Carlos Luis Rivera Fuentes

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Bravo Alay Ingrid Maribel** en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **“Estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa comercializadora de productos de maíz en la ciudad de Guayaquil”**, de la modalidad de presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Bravo Alay Ingrid Maribel

Firma

No. de cedula: 0916915952

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCIT

Firma

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

“Estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa comercializadora de productos de maíz en la ciudad de Guayaquil”

Autor: Bravo Alay Ingrid Maribel

Tutor: Dr. Carlos Luis Rivera Fuentes

Resumen

Es innegable que el crecimiento poblacional y las necesidades de subsistir van de la mano, lo que hace imperante la creación de oportunidades laborales, en un mercado profesional cada vez más exigente, sumado al constante movimiento humano migratorio existente dentro de los fenómenos sociales más evidenciados con el pasar del tiempo.

Este proyecto procura cuantificar los beneficios que resurgen de la implementación de un negocio, basado en el producto maíz ecuatoriano, promoviendo la materia prima del sector agrícola ecuatoriano, beneficiando indirectamente a este sector económico ecuatoriano, y la generación de plazas laborales que intervienen en la cadena subyacente del proceso productivo que conlleva la creación de este negocio.

Dejando matices que sirvan de guía para cualquier tipo de negocio independiente del producto materia prima a utilizar, pero siempre buscando la fomentación y ampliación de cooperatividad entre el sector agrícola y comercial.

Plan de
Negocios

Implementación

Generación de
empleo

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

“Estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa comercializadora de productos de maíz en la ciudad de Guayaquil”

Autor: Bravo Alay Ingrid Maribel

Tutor: Dr. Carlos Luis Rivera Fuentes

Abstract

It is undeniable that population growth and subsistence needs go hand in hand, which makes the creation of job opportunities imperative, in an increasingly demanding professional market, in addition to the constant migratory human movement that exists within the social phenomena most evident with the passing of time.

This project seeks to quantify the benefits that emerge from the implementation of a business, based on the Ecuadorian corn product, promoting the raw material of the Ecuadorian agricultural sector, indirectly benefiting this Ecuadorian economic sector, and the generation of job positions that intervene in the chain underlying the productive process that entails the creation of this business.

Leaving nuances that serve as a guide for any type of business independent of the raw material product to be used, but always seeking the promotion and expansion of cooperativity between the agricultural and commercial sector.

Business Plan

Implementation

Employment
generation

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Certificación de Aceptación del tutor	iv
Autorización para la publicación de trabajos de titulación	v
Certificación de Aceptación del CEGESCIT	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Índice general	ix
Índice de gráficos	xii
Índice de figuras	xiii
Índice de Cuadros	xiv

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

Planteamiento del problema	1
Ubicación del problema	1
Situación conflicto	3
Formulación del problema	4
Delimitación del problema	4
Variables de Investigación	4
Evaluación del Problema	4
Objetivos	5
Objetivo General	5
Objetivos específicos	6
Justificación	6

CAPÍTULO II MARCO TEÒRICO

Antecedentes históricos	9
-------------------------	---

Comida rápida “Fast Food” un estilo de alimentación	9
Franquicias en Ecuador	16
El Maíz Origen	18
Fundamentación Teórica	21
Antecedentes Referenciales	28
Fundamentación Legal	33
Variables de Investigación	35
Definiciones conceptuales	35

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

Organigrama potencial de la empresa	37
Diseño de la Investigación	38
Investigación Científica	39
Investigación Cuantitativa	40
Investigación Cualitativa	41
Investigación de Campo	43
Investigación Documental	43
Tipo de Investigación	44
Investigación Exploratoria	44
Investigación Descriptiva	44
Investigación Correlacional	45
Investigación Explicativa	46
Población y Muestra	47
Tipos de Muestra	48
Técnicas e instrumentos de la investigación	51
Observación Científica	51
Entrevista	53
Encuesta	56
Encuesta aplicada en el proyecto	59

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis Introductorio	62
Base de datos recolectada	63
Pregunta 1. Género. Tabla de frecuencias, Gráficos y Análisis	65
Pregunta 2. Edad. Tabla de frecuencias, Gráficos y Análisis	66
Pregunta 3. Qué tipo de comida Ud. Prefiere	67
Pregunta 4. Con qué frecuencia Ud. Visita lugares de comida rápida. Tabla de frecuencias, Gráficos y Análisis	68
Pregunta 5. De estos platos de comida rápida. ¿Cuál es su preferido? Tabla de frecuencias, Gráficos y Análisis	69
Pregunta 6. ¿Qué le parece la propuesta de una pizza a base de maíz? Tabla de frecuencias, Gráficos y Análisis	70
Pregunta 7. Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría? Tabla de frecuencias, Gráficos y Análisis	71
Pregunta 8. ¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de acuerdo al tamaño? Tabla de frecuencias, Gráficos y Análisis	72
Pregunta 9. ¿Qué tiempo Ud. Estima demora la preparación de su pizza de maíz? Tabla de frecuencias, Gráficos y Análisis	74
Pregunta 10. De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. Más utiliza. Tabla de frecuencias, Gráficos y Análisis	75
Plan de mejoras	76
Conclusión	87
Recomendaciones	89
Bibliografía	91
Anexos	
Anexo 1. Base Completa de Datos de la encuesta	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenidos:	Páginas:
Gráfico 1. Diagrama Ishikawa	2
Gráfico 2. Organigrama Principal de la Empresa	37
Gráfico 3. Organigrama en expansión de la empresa	38
Gráfico 4. Proceso Cuantitativo	41
Gráfico 5. Proceso Cualitativo	42
Gráfico 6. Pregunta 1. Género	65
Gráfico 7. Pregunta 2. Edad	66
Gráfico 8. Pregunta 3. Qué tipo de comida Ud. Prefiere	67
Gráfico 9. Pregunta 4. Con qué frecuencia Ud. Visita lugares de comida rápida	68
Gráfico 10. Pregunta 5. De estos platos de comida rápida. ¿Cuál es su preferido?	69
Gráfico 11. Pregunta 6. ¿Qué le parece la propuesta de una pizza a base de maíz?	70
Gráfico 12. Pregunta 7. Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?	71
Gráfico 13. Pregunta 8. ¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de acuerdo al tamaño?	72
Gráfico 14. Pregunta 9. ¿Qué tiempo Ud. Estima demora la preparación de su pizza de maíz?	74
Gráfico 15. Pregunta 10. De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. Más utiliza.	75

ÍNDICE FIGURAS

Contenidos:	Páginas:
Figura 1. Mostrador en forma de L en Pompeya, Antigua Roma	10
Figura 2. El Viridarium, un jardín cerrado para disfrutar de la comida	10
Figura 3. Automat. Clientes Seleccionando su comida 1930	11
Figura 4. Anuncio de Periódico Horn&Hardart Baking Co. Filadelfia	11
Figura 5. H&H Automat Monedas	12
Figura 6. Automático Horn & Hardart at Times Square 1939	12
Figura 7. Coche Drive In McDonald's	13
Figura 8. Producto estrella de McDonald's 1967	14
Figura 9. Estados participantes del sistema de Franquicia McDonald's, que comenzó en 1961	15
Figura 10. Espiga femenina de teocintle con "frutos" en arreglo dístico (A-B) (Zea mays subsp. mexicana raza Mesa Central) e híbridos de teocintle y maíz (C-F)(Material colectado por el Dr. Ariel Álvarez, en Erongarícuaro, Michoacán; Foto: J. M. Hernández).	18
Figura 11. Secuencia Morfológica de la posible evolución de la mazorca de teocintle y el Maíz	19
Figura 12. Ejemplo de solicitud para calificación (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia sanitaria, 2018)	80

ÍNDICE DE CUADROS

Contenidos:	Páginas:
Cuadro 1. Conflicto	3
Cuadro 2. Tipos de investigación aplicados al proyecto	46
Cuadro 3. Universo Población Ciudadela Sauces 4. Bloque 73 y 74	47
Cuadro 4. Muestra Habitantes de la Ciudadela Sauces 4 Bloque 73	48
Cuadro 5. Normas a considerar en la observación	52
Cuadro 6. Técnicas e instrumentos	58
Cuadro 7. Base de datos	63
Cuadro 8. Estimación de Costos por tamaño de Pizza	77
Cuadro 9. Costos Iniciales y Mensuales del Negocio ChocListo	82
Cuadro 10. Proyección de Plazas Laborales	84
Cuadro 11. Proyección de Aportes al IESS, considerando el 20.6% de aporte personal y aporte patronal	85
Cuadro 12. Proyección de Pago de Impuesto a la Renta, considerando Tabla del Impuesto a la Renta Aplicable al 2018 como referencia.	85

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

A través del tiempo el fenómeno de las migraciones ha ido expandiéndose convirtiéndose en una realidad constante social a nivel mundial, sobre todo en países en vías de desarrollo, plasmándose dentro de la historia política, social y económica de la humanidad, sumado a las normas disociadas entre gobiernos y derechos sociales-humanos, promoviendo el crecimiento de altos índices de pobreza, desigualdad y desempleo, impidiendo y obstaculizando la evolución de los países subdesarrollados.

Los salarios bajos que no sustentan la canasta familiar; las escasas oportunidades laborales; la ausencia de control natal; de sistemas de seguridad social y salubridad; se encuentran entre los causales que fomentan la migración del hombre; en busca de mejores opciones de vida propia y de sus familias.

Según encuesta realizada por Expat Insider Survey 2014, de la organización Internations Connecting Global Minds, Ecuador ocupó el puesto número uno, por ser considerado “un lugar para vivir para siempre”, sin duda ha dado resultados las campañas de turismo realizadas por los entes gubernamentales, un sistema de migración que facilita el ingreso de extranjeros y el sistema monetario del dólar que hemos adoptado, han motivado a turistas extranjeros, a seleccionar a Ecuador como un país para estadía permanente.

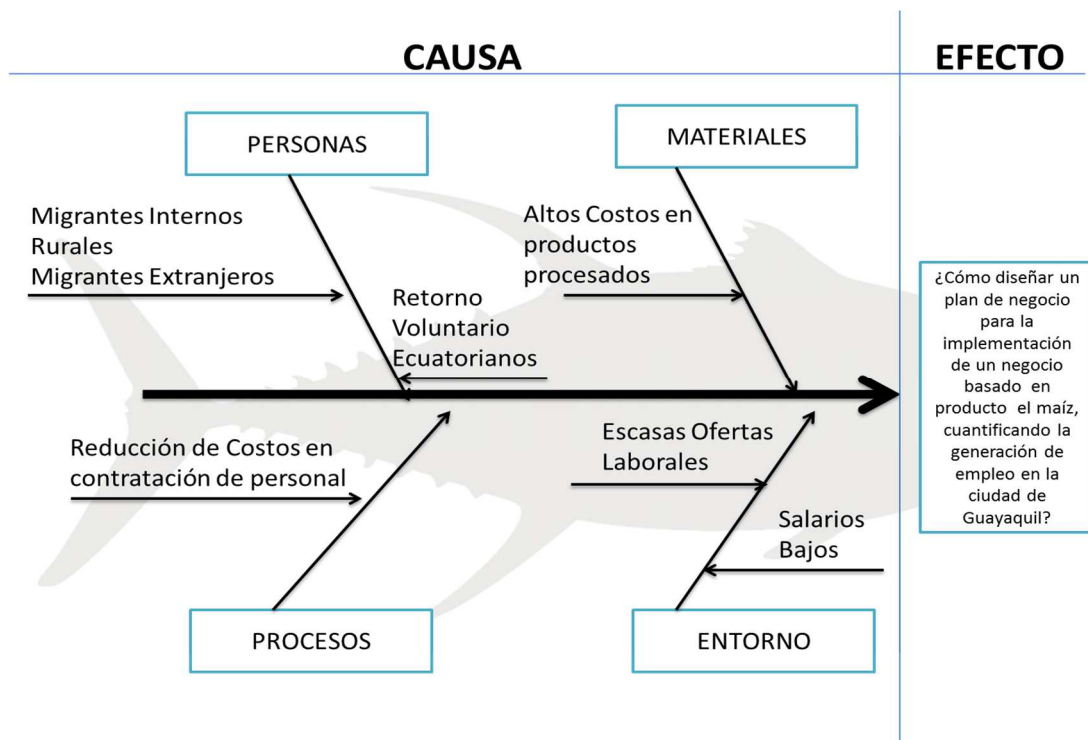
Ecuador, sin dudas es un país de migrantes, no a grandes escalas como otros países, tales como: Estados Unidos, Argentina, o países europeos y

a pesar de ser un país en vías de desarrollo, se ha convertido en un anfitrión de países vecinos tales como: Colombia, Venezuela, Perú, quienes avizoran una oportunidad de crecimiento, que ha sido negada en sus países de orígenes, llegando primero como turistas, practicantes de comercio informal, otros regulando legalmente su estadía permanente o como refugiados políticos.

La migración interna proveniente del campo a la ciudad, fenómeno social económico causado por la ausencia de proyectos que intensifiquen la proliferación del crecimiento económico integral y productivo del sector agrícola, han agregado su grano de arena a esta cadena de sucesos que afectan la economía ecuatoriana.

La economía ecuatoriana ha evidenciado una sucesiva recesión dado a la baja en los precios del petróleo, los eventos suscitados por desastres naturales como el terremoto del 16 de abril, la apreciación del dólar, y si a esto se le agrega el fenómeno social de la inmigración, Ecuador enfrenta un futuro económico incierto que decae continuamente.

Gráfico 1. Diagrama Ishikawa



Elaborado por Ingrid Bravo

Situación conflicto

El incremento de la inmigración en el país respecto al mercado laboral representa el 1,6% de la Población Económicamente Activa del país (PEA), es proclive al crecimiento de las economías sumergidas e informales.

Los empresarios para reducir sus costos han optado por contratar mano de obra extranjera, para pagar el Salario Básico Unificado (SBU) que para el año 2018 es de \$386,00 reduciendo las oportunidades laborales para los ecuatorianos, haciendo imperante la creación de proyectos integradores que fomenten la generación de empleo e ingresos económicos, frente a una canasta familiar que según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) a Diciembre del 2017 asciende a \$708,98

La ciudad de Guayaquil, por ser uno de los puertos importantes del Ecuador, se ha convertido en una de las principales afectadas por este fenómeno social económico, por lo que ha sido seleccionada para la ejecución del presente proyecto que a futuro busca la expansión e integración de sectores productivos agrícolas de otras provincias del Ecuador.

El plan de negocios presentado está fundamentado en la generación de empleo en la ciudad de Guayaquil, creando productos a base de maíz, contribuyendo con el PIB Nacional, donde se beneficiará a largo plazo a la agro-industrialización en provincias proveedoras de este producto.

Cuadro 1. Conflicto

Antecedentes	Consecuencias
Migrantes internos rurales Migrantes Extranjeros	Generan desempleo para los nativos de la ciudad de Guayaquil, por ser considerados mano de obra a bajo costo.
Reducción de costos empresariales	Seleccionan personal extranjero por representar mano de obra barata, antes que la nacional
Escasas ofertas laborales	Aumenta el crecimiento de la tasa de desempleo para el año 2018

Elaborado por Ingrid Bravo

Delimitación del problema

- **País:** Ecuador
- **Región:** Costa
- **Provincia:** Guayas
- **Cantón:** Guayaquil
- **Lugar:** Sauces 4
- **Campo:** Administración
- **Área:** Marketing
- **Aspecto:** Plan de negocios para generación de empleo
- **Tiempo:** 2017

Formulación del problema

¿Cómo diseñar un plan de negocio para la implementación de un negocio basado en producto el maíz, cuantificando la generación de empleo en la ciudad de Guayaquil?

Variables de investigación

Variable Independiente: Plan de Negocios

Variable Dependiente: Cuantificar la generación de empleo en la ciudad de Guayaquil

Evaluación del Problema

El presente estudio permite validar aspectos no analizados en la inmigración ecuatoriana, desde la perspectiva laboral y económica, que es una realidad actual que está en apogeo, siendo congruente con la recesión económica de los ecuatorianos, tomando en consideración las salidas de divisas que perjudican en PIB nacional, y siendo consecuente con la necesaria creación de planes de negocios que permitan resurgir la

economía individual y familiar, dando prioridad al uso de productos ecuatorianos como el maíz dentro de sus procesos productivos.

Original: A través del desarrollo de un nuevo producto, que se comercializará en la ciudad de Guayaquil, fomentará la diversificación gastronómica del producto maíz ampliando sus usos y por ende su producción agrícola.

Factible: Promueve la generación de empleo a través de creación de negocios individuales con inversión accesible a cualquier ciudadano ecuatoriano, además se cuenta con el apoyo de los sectores productivos y de los patrocinadores del estudio.

Relevante: Siendo un proyecto generador de empleo, aporta social y económicamente, pues busca entre sus procesos negociar la materia prima directamente con el productor agrícola, eliminando la intermediación, avivando la economía beneficiando a este sector, incentivando la disminución de la inmigración interna.

Concreto: Iniciará con la implementación de un negocio individual con inversión asequible y con miras de expansión a largo plazo en la ciudad de Guayaquil.

Coherencia con los planes de desarrollo: El proyecto está enmarcado dentro de los sectores prioritarios industriales del Plan Nacional del Buen Vivir: Alimentos frescos y turismo, congruente con los Objetivos del Desarrollo Sostenible, impulsando el cambio de matriz productiva a largo plazo.

Objetivos

Objetivo general

Definir los requisitos necesarios en la apertura del negocio con productos de maíz, para contribuir con la generación de empleo.

Objetivos específicos

- Estudiar los costos en los que una persona natural incurriría al aperturar un negocio en la ciudad de Guayaquil, estableciendo los márgenes de utilidad.
- Definir los aspectos legales necesarios para aperturar el negocio, estableciendo la conveniencia de hacerlo de manera individual o societaria.
- Establecer la factibilidad del negocio y cuantificar la generación de empleo a partir del mismo y sus proyecciones a futuro.

Justificación

Es importante desarrollar proyectos que inviten al crecimiento económico ecuatoriano, el proceso investigativo a realizar impulsará cambios en el enfoque desordenado con el que se ha desarrollado negocios informales siendo parte de las economías sumergidas, que en su mayoría quedan limitados a ingresos mínimos de subsistencia, y orientarlas hacia oportunidades otorgadas por el gobierno ecuatoriano, mejorando el aporte al PIB ecuatoriano para el año 2018.

El factor migratorio al que está expuesto Ecuador de manera progresiva ha dificultado aún más la adquisición de un empleo digno para propios y extraños, empujando a que acepten trabajos subvalorados.

Según datos públicos en página oficial del INEC indica que, a septiembre del 2017, ha reducido la tasa de desempleo a 4,1%, evidenciando que personas desempleadas, han encontrado algún tipo de trabajo, pero la tasa de subempleo se encuentra en 20,5%, lo que lleva a cuestionarse qué clase de trabajo han conseguido.

- El desarrollo de la presente investigación es conveniente, porque permitirá generar empleos y opciones de ingresos económicos a las familias ecuatorianas dentro del marco tributario y legal del país, aportando con la disminución de las economías sumergidas e informales.

- Este proyecto tiene gran relevancia social, porque presenta un proceso integrador a largo plazo, generando gran trascendencia social, pues la propuesta incluye negociación directa con los agricultores para obtener el producto maíz, que es la base de los productos a comercializar, de esta manera reducir costos en la creación del negocio, y generando ingresos al sector agrícola, y fomentando el decrecimiento de la migración interna del campo a la ciudad.
- Tiene implicaciones prácticas pues genera oportunidades laborales en cadena, Ecuador es un país agrícola, por consecuente se deben realizar proyectos que impulsen el crecimiento de este sector, la presente investigación dejará lineamientos pragmáticos dirigidos a las personas emprendedoras, considerando los beneficios directos e indirectos para la sociedad, fomentando ingresos para las familias ecuatorianas, pues al elegir un producto agrícola ecuatoriano, también priorizamos empleo para este sector, inspirando a otros ciudadanos a ver opciones en la diversidad de los productos ecuatorianos en el sector alimenticio, aportando con el cambio de matriz productiva en el que está encaminado Ecuador, por estar alineados con objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), su desarrollo puede ser atractivo para la obtención de financiamiento no reembolsable, una vez instaurado, haciendo factible su industrialización, expansión y crecimiento a largo plazo.
- Este estudio pragmático, tiene alto valor teórico, pues parte de principios generalizados de la creación de un negocio en territorio ecuatoriano, reunirá los documentos necesarios requeridos para la implementación de un negocio en época de recesión económica, por lo que priorizará que es posible realizar una idea innovadora con recursos mínimos posibles, analizando las oportunidades y bondades que brinda el sector agrícola, ofreciendo a futuros emprendedores una gama de opciones innovadoras para la comercialización de diversos productos alimenticios.

- Este proyecto proporcionará una guía para todo estudiante visionario, pues recolectará información pertinente de las opciones legales accesibles para la creación de un negocio en Ecuador, desde el aspecto cualitativo identificando las variables que deben considerarse dentro del mismo, y desde el enfoque cuantitativo, los costos que intervienen en su desarrollo, reconociendo las opciones y las limitaciones que nos permiten las leyes ecuatorianas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes históricos

Es importante reconocer, que el principio prioritario de la humanidad a través del tiempo, ha sido la subsistencia, por lo tanto la alimentación ha evolucionado de la mano del hombre, desde la época de caza, domesticación de animales para consumo propio y familiar, cultivo de tierras con plantas comestibles, hasta llegar a alimentos procesados artesanalmente y posteriormente a través de la industrialización, donde se procede a transformar productos matrices en diversos alimentos, como el trigo en pan, la leche en queso, se multiplica la variedad gastronómica, formando parte de la identidad cultural de la humanidad.

Comida rápida “Fast Food”. Un estilo de alimentación

Con este continuo intercambio intercultural, una vida más acelerada, en un mundo más globalizado, se genera un estilo de alimentación denominado comida rápida, donde su principal característica consiste en ser un menú establecido, se prepara y se sirve para consumir ágilmente.

Según un artículo de la revista online Quhist, titulado: “Thermopolium, comida rápida en la Antigua Roma”, publicado en marzo de 2010, indica que este estilo de alimentación tiene sus inicios en la antigua Roma, una prueba de ello fue descubierto tras excavaciones arqueológicas el Thermopolium ubicado en Pompeya, un local de comida rápida muy famoso en el Siglo I, cuyo propietario era Vetutius Plácido, contaba con un mostrador en forma de L, donde se podía disfrutar con amigos o para

comer fuera del establecimiento, haciendo hincapié que la comida rápida es un modo habitual de comida que florece en medio del comercio del pueblo romano.

Figura 1. Mostrador en forma de L en Pompeya, Antigua Roma



Fuente: Fuente: (QUHIST, 2010) recuperado de: <http://quhist.com/thermopolium-comida-rapida-en-la-antigua-roma/>

Figura 2. El viridarium, un jardín cerrado para disfrutar de la comida



Fuente: (QUHIST, 2010) recuperado de: <http://quhist.com/thermopolium-comida-rapida-en-la-antigua-roma/>

El (Diario de Gastronomía), por su parte en una publicación de marzo de 2013 denominada “Automat, la primera cadena de comida rápida”, hace referencia de este inicio de estilo de comida alrededor del año 1902 en Estados Unidos, Filadelfia, los visionarios Joseph Horn y Frank Hardart, abren el “Automat”, considerada la primera cadena de comida rápida, no disponía de camareros, simplemente una barra con 15 taburetes, introducían unas monedas en una ranura girando un pomo que abría una

pequeña ventana de cristal y retirando un plato de comida, a su temperatura adecuada y generalmente envuelto en un papel encerado, que posteriormente consumían en la barra.

Detrás de las vitrinas se hallaba una cocina tradicional, donde varios empleados preparaban el menú seleccionado, casi al momento de acuerdo a lo solicitado por los clientes. Horn y Hardart importaron un ensamblaje sueco denominado “restaurante sin esperas”, lo que permitió dar vida a este tipo de servicio.

Figura 3. Automat. Clientes Seleccionando su comida 1930



Fuente: (Horn & Hardat Cofee, 2018) Lumitone Photography, New York

Figura 4. Anuncio de Periódico Horn&Hardart Baking Co. Filadelfia



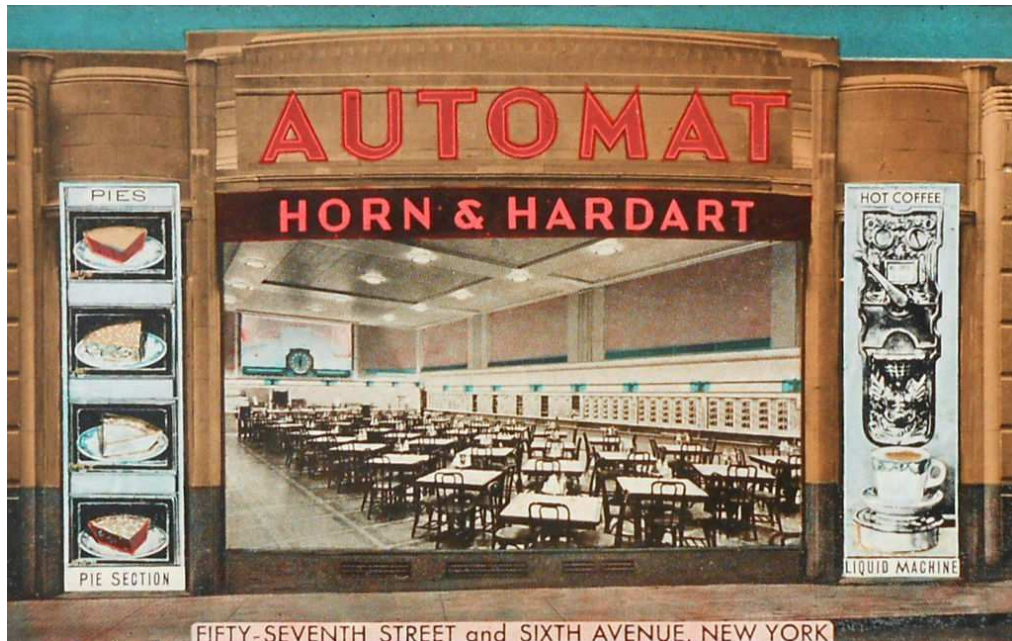
Fuente: (Horn & Hardardt - Evening public ledger, 1922)

Figura 5. H&H Automat Monedas



Fuente: (Horn & Hardart Automat brass, s.f.)

Figura 6. Automático Horn & Hardart at Times Square 1939



Fuente: Fuente: (Horn & Hardat Cofee, 2018) Lunitone Photography, New York

Una idea innovadora para la época principalmente por tener platos económicos y brindar un servicio rápido, expandiéndose hasta poseer 85 locales en New York, con sede principal en Filadelfia.

Posteriormente la cadena sufrió una crisis cerrando para el año 2005, debido al incremento en el precio de sus ingredientes primarios y la popularidad que habían obtenido nuevas cadenas de comida rápida como

McDonald's, Burger King, Pizzas o establecimientos con comidas orientales ofreciendo servicio a domicilio.

McDonald's España, en su publicación mensual de febrero de 2015, reconocida como "McDonald's, cinco décadas de historia, narra la evolución de la empresa a lo largo de la historia, destacando lo siguiente:

En 1948, Richard y Maurice McDonald abrieron en San Bernardino - California su primer restaurante McDonald's, que ya contaba con servicio de pedido desde el coche "drive-in". Tenía forma octogonal, los clientes podían observar la calidad en la preparación de sus pedidos, un menú conformado por hamburguesas, papas fritas, batidos, refrescos y postre, a un precio asequible de 15 centavos, que era la mitad de lo que cobraban sus competidores.

Figura 7. Coche Drive In McDonald's



Fuente: Dossier de prensa (McDonald's, 2015). España

En 1954 McDonald's hace un pedido grande de batidoras "Prince Castle Multimixer" a Ray A. Kroc y conoce el restaurante que ya tenía gran afluencia de clientes de diversas edades, Kroc observó la oportunidad de expansión y crecimiento, consiguió que los hermanos McDonald le cedieran el derecho de comercializar la marca "McDonald's".

En 1955, abre en Illinois su primer restaurante McDonald's con éxito desde su primer día, obteniendo ventas por \$366.

En 1959, ya contaba con 100 restaurantes, alcanzando ventas anuales de 50 millones de dólares.

En 1961 Kroc se independiza, compra totalmente el negocio a los hermanos McDonald's, y crea el sistema de franquicias, expandiéndose por todo Estados Unidos, fundamentados en los valores de la marca: Calidad, Servicio, Limpieza y Valor, Su filosofía se basaba en el simple principio del banco fuerte de 3 elementos que lo sostienen: franquiciados, proveedores y empleados, siendo capacitados todos bajo estos preceptos.

En 1967, Jim Delligatti, un franquiciado de Pittsburg, crea el Big Mac, convirtiéndose en el producto estrella de los restaurantes.

Figura 8. Producto estrella de McDonald's 1967



Fuente: Dossier de prensa (McDonald's, 2015). España

En 1971 comienza la expansión internacional de McDonald's en Canadá, extendiéndose en otros países como: Japón, Países Bajos, Alemania Federal, Panamá. Guam y Australia.

Figura 9. Estados participantes del sistema de Franquicia McDonald's, que comenzó en 1961



Fuente: Dossier de prensa (McDonald's, 2015). España

En la actualidad, posee más de 36.000 restaurantes, siendo líder en servicios Fast Food, con más de 69 millones de clientes y en más de 100 países. (McDonald's, 2015)

Otro producto que se puede rescatar de este estilo de alimentación, que incluye innovación es la pizza, según compilado realizado por Educa Barrié (2013), basado en la conferencia del 9 de junio del 2010 del profesor Xavier Sala i Martín, titulada 'Tres soluciones a la crisis: competitividad, competitividad y competitividad' celebrada en la Sede de la Fundación Barrié, señala que desde el tiempo de los fenicios era conocido como el pan pizza, con el descubrimiento de América se le agrega el segundo ingrediente básico: el tomate, aunque como forma de la pizza conocida en la actualidad fue en 1830 en Nápoles, Italia, conocida como la "Pizza Marinara", porque los marineros la degustaban cuando desembarcaban.

La pizza se traslada al nuevo continente a través de un italiano llamado Tonono en New York, hornada en leña y fue conocida como "La pizza de New York". Posteriormente dos tejanos Rick Ricardo y Ike Sewell inventaron "La pizza de Chicago", que llevaba bistecs, pollos y otros sabores, pero era con una masa más gruesa para sostener todos los ingredientes.

Luego de la segunda guerra mundial la pizza se generaliza, y llega a las universidades, donde un empresario visualizó una oportunidad, pues querían servicio a domicilio y con su Volkswagen ofreció este servicio despachándolas en cajas de cartón, pero ésta se enfriaba, así que solicito a la universidad, que le diseñaran una caja de pizza que fuera eléctrica y que la mantenga caliente por media hora.

Después llega la “McDonalización” de la pizza, hacer la misma pizza, manteniendo su calidad a todas parte del mundo, acogido por la empresa Pizza Hut. (Educa Barrie, 2013)

En 1958, los hermanos Dan y Frank Carney, inician su pizzería en Wichita, Kansas con un préstamo inicial de \$600, invirtieron en una agresiva campaña publicitaria, teniendo gran acogida.

El arquitecto Richard D. Burke contratado por los hermanos Carney, diseñó nuevos locales con techado rojo y en forma de gorro, para distinguirse entre la competencia y expandirse a través del esquema de franquicias, para 1969 ya contaba con 310 locales, internacionalizando la marca en 1972.

En 1977, la compañía PepsiCo, compra la ya multinacional Pizza Hut, para 1997 PepsiCo, crea la subsidiaria Tricon Restaurants, más tarde conocida como Yum! Brands, que contaba con los restaurantes Pizza Hut, KFC, Taco Bell y A&W.

Pizza Hut inaugura operaciones en Sudamérica y Ecuador con la razón social Sodetur en 1982 en Quito, actualmente se cuenta con 36 locales en el país. (Pizza Hut, s.f.).

Franquicias en Ecuador

Existen dos etapas en la historia de la franquicia en el Ecuador. La primera empezó con la llegada de franquicias extranjeras. Martinizing fue la compañía que llegó por primera vez en 1967. Posteriormente llegaron

otras franquicias extranjeras como KFC en 1975, Pizza Hut en 1982, Burger King en 1986 y McDonald's en 1997. La segunda etapa fue en 1997. En este año empieza el proceso de creación de franquicias ecuatorianas. El proceso arrancó cuando algunos empresarios ecuatorianos decidieron convertir sus negocios en franquicias.

Según el Observatorio del Cambio Rural (OCARU) existen alrededor de 200 franquicias en Ecuador, mayoritariamente ubicadas en las ciudades principales de Guayaquil y Quito, encabezando la lista las farmacéuticas y empresas de servicios alimenticios, de las cuales 35 son nacionales y la diferencia son extranjeras. (OCARU, 2017)

En términos sencillos, “La franquicia es la duplicación de un negocio exitoso” (Santillán, 2017), es un sistema de expansión empresarial, que ha ido extendiéndose de manera globalizada, aunque en Ecuador aún se desconocen las ventajas que podrían aportar a microempresas o negocios familiares que gozan de una numerosa clientela local, negándose su crecimiento a nivel nacional e inclusive internacional.

Esta es una opción ganar – ganar, tanto el franquiciante (dueño de la franquicia) como el franquiciado (quien adquiere la franquicia), es generador de empleos y contribuye con el crecimiento económico del país.

Debido a los altos impuestos por productos importados, que son la base de las recetas de muchas franquicias internacionales, se crea una brecha de oportunidades para realizar un plus a la comida tradicional ecuatoriana, desarrollando platos que sean de fácil preparación y consumo, con productos nacionales.

Es innegable que en la actualidad, la innovación es un elemento en los negocios, pero no basta con que se susciten las ideas, es necesario plasmarlas y hacerlas realidad, y si éstos involucran consumo de materia prima agrícola se estará impulsando crecimiento económico hacia dos

ejes principales de la economía ecuatoriana: la microempresa y el sector agrícola.

EL Maíz. Origen

“El maíz es el cereal de los pueblos y culturas del continente americano. Las más antiguas civilizaciones de América – desde los olmecas y teotihuacanos en Mesoamérica, hasta los incas y quechuas en la región andina de Sudamérica– estuvieron acompañadas en su desarrollo por esta planta”. (Serratos Hernández, 2012)

Después de debates que duraron aproximadamente, según los científicos, indican que el ancestro directo del maíz es el teocintle. Los teocintles son los parientes silvestres del maíz. Son los antecesores directos de los cuales se domesticó el maíz como cultivo por lo antiguos habitantes de Mesoamérica.

Figura 10. Espiga femenina de teocintle con “frutos” en arreglo dístico (A-B) (*Zea mays* subsp. mexicana raza Mesa Central) e híbridos de teocintle y maíz (C-F)(Material colectado por el Dr. Ariel Álvarez, en Erongarícuaro, Michoacán; Foto: J. M. Hernández).



Fuente: (BIODIVERSIDAD MEXICANA, 2012)

Figura 11. Secuencia Morfológica de la posible evolución de la mazorca de teocintle y el Maíz



Fuente: (Serratos Hernández J. , 2012, pág. 7)

El maíz no solo ha sido de gran aporte en estudios científicos, por su diversificación y estudios genéticos, sino que contribuye en varios aspectos de la economía mundial, durante el siglo XX e inicios del siglo XXI.

En el Sector industrial, ha sido de múltiples usos como forraje, materia prima de alimentos procesados, inclusive en producción de etanol.

En América Latina y en varios países africanos, el maíz es destinado para el consumo humano, por su gran aporte energético es utilizado en reemplazo de otros alimentos en las dietas sobre todo de comunidades campesinas, o de menores recursos, pues es fácil de cultivar, su alimento tierno o maduro es aprovechado, y ofrece variadas opciones de preparación.

Sin embargo el sector agrícola, es uno de los más olvidados, y son quienes participan directamente con la siembra, proveeduría y diversificación de este cereal.

El 40% de la producción mundial de granos (trigo, arroz, cebada,..etc.) corresponde al maíz duro seco. En el último período, la superficie cultivada mundial aumentó en un 25%, mientras que la producción y el consumo mundial alcanzó un incremento de 54% y 45%, respectivamente. Para el 2013, según el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), de cada tres toneladas de gramíneas exportadas en el mundo, una pertenece al maíz duro seco.

Los mayores productores y exportadores en escala de mayor a menor de este grano figuran: Estados Unidos (37%); China (23%), Brasil (17%), y el mayor importador Japón, representando el 14% del maíz comercializado. Ecuador se encuentra dentro de los 50 mayores productores mundiales del maíz, gracias a su factor climático, es cultivado en la mayoría de sus provincias, centralizándose mayoritariamente en las provincias de Los Ríos, Guayas, Manabí y Loja, según censo agropecuario al año 2000 existían alrededor de 82 mil productores de maíz.

Según Cuadro de compilación de las razas de maíz catalogadas por país. Elaborado por Antonio Serratos con base en varias fuentes, Ecuador posee las siguientes dentro de su producción agrícola:

“Canguil, Sabanero Ecuatoriano, Cuzco Ecuatoriano, Mishca, Patillo Ecuatoriano, Racimo de Uva, Kcello Ecuatoriano, Chillo, Chulpi Ecuatoriano, Morochón, Huandango, Montaña Ecuatoriano, Blanco Harinoso Dentado, Cónico Dentado, Uchima, Clavito, Pojoso Chico Ecuatoriano, Tusilla, Gallina, Candela, Maíz Cubano, Tuxpeño, Chococeño, Blanco Blandito, Cholito Ecuatoriano, Yunga, Enano Gigante, Yunquillano, Yungueño Ecuatoriano.” (Serratos Hernández D. , 2009, pág. 16)

Un informe presentado por el Sistema de Información del Agro, información estadísticas del agro ecuatoriano, boletines temáticos nacionales y por zona, mercados mayoristas (SINAGAP), elaborado por

Lucero Sumba, para el año 2013, Ecuador ha reducido en las importaciones para cubrir sus requerimientos en la industria del balanceado, estimando que este deceso siga ampliándose, optimizando costos para este sector agroindustrial.

Las exportaciones de esta gramínea contribuye altamente con el PIB agrícola, alcanzando comparativamente al banano, dentro de los productos de exportación no petroleros. (pág. 1)

Fundamentación Teórica.

Mercé Raventós en su libro *Industria alimentaria: Tecnologías emergentes* (2005) indica que: “La industria alimentaria engloba a todas las empresas que desarrollan actividades relacionadas con la transformación, la conservación o manipulación de productos agrarios, principalmente destinados a la alimentación”. (pág. 18).

El presente proyecto plantea el diseño de un plan de negocios que incluye la transformación de productos agrarios, en este caso el maíz, debido a la factibilidad de su obtención, aplicando ideas innovadoras en la línea de comida rápida, utilizando los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación de Tecnología en Administración de Empresas, que englobará la administración, el marketing requerido para la generación de empleo a corto y mediano plazo.

Administración

Investigando el significado de la palabra “Administración” se estructura etimológicamente con el prefijo “ad” hacia, dirección, tendencia y de “ministratio”, que a su vez viene de “minister”, que es comparativo de inferioridad, subordinación, de acuerdo a estos términos se podría inferir que significa “desempeño de una función bajo el direccionamiento de otro”

Hernández & Pulido (2011) en su obra *Fundamentos de Gestión Empresarial*, cita a los siguientes autores para definir la administración:

Según Wilburg Jiménez Castro, define la administración, como “la ciencia compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, mediante los cuales se alcanzan propósitos comunes que no se logran de manera individual en los organismos sociales”.

Fremont E. Kast, de acuerdo a su definición expone que “Administración es la coordinación de individuos y recursos materiales para el logro de objetivos organizacionales, lo que se logra por medio de 4 elementos: dirección hacia objetivos, participación de las personas, empleo de técnicas y compromiso con la organización”.

Henry Fayol, considerado por muchos el verdadero padre de la moderna administración, lo define de una manera más simple “Administrar, es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar”.

Varios autores coinciden de manera general, que intervienen diversos procesos para que pueda ser descrita la funcionalidad completa de la palabra “administración”, que incluyen la planeación, la organización, la dirección y el control, que sólo aplicándolos se puede conseguir los objetivos de cualquier tipo de organización social.

Sin embargo este proyecto se fundamenta en el siguiente:

“La administración es la disciplina que estudia la eficacia, eficiencia y efectividad de los organismos sociales productivos, por medio de la aplicación del proceso administrativo para planear, organizar, integrar, dirigir y controlar. Así mismo evalúa los resultados y el desempeño de la organización, distribución y finanzas, así como el aprovechamiento de las capacidades humanas, para generar sus productos y servicios. También evalúa la rentabilidad necesaria para que crezca la organización y la retribución justa a sus inversionistas y miembros, de modo que propicie su mejora continua”. (Hernandez & Pulido , 2011, pág. 3)

Para proceder a interpretar de manera correcta este concepto es necesario identificar los elementos que la conforman para poder facilitar su discernimiento.

“La administración es la disciplina que estudia la eficacia, eficiencia y efectividad de los organismos sociales productivos...” implica el cumplimiento de procedimientos establecidos por la organización, previamente evaluados para la optimización de todos sus recursos: financieros, tácticos, temporales, humanos, físicos, que concluya con la satisfacción del producto o servicio ofrecido.

“...Por medio de la aplicación del proceso administrativo para planear, organizar, integrar, dirigir y controlar. Así mismo evalúa los resultados y el desempeño de la organización, distribución y finanzas, así como el aprovechamiento de las capacidades humanas, para generar sus productos y servicios...”, para que exista administración debe haber procesos claves que su definición especifica claramente: planear, organizar, integrar, dirigir y controlar, sin estos elementos, no es posible que una organización sin importar su tamaño, pueda utilizar adecuadamente sus recursos, para poder producir el producto, bien o servicio, que satisficiera la necesidad del mercado.

“...También evalúa la rentabilidad necesaria para que crezca la organización y la retribución justa a sus inversionistas y miembros, de modo que propicie su mejora continua.” Toda inversión que realiza el hombre, espera una retribución óptima, que permita que la organización continúe con su objetivo trazado, y solo es posible si junto a todos sus procesos, se realiza una evaluación constante de los procedimientos establecidos para dar apertura a una retroalimentación, es decir a la mejora continua, sobre todo en un mercado más exigente, más individualista, con una tasa de desempleo creciente que hace proclive la creación de nuevos negocios, el resurgimiento de microempresarios con ideas innovadoras”.

Marketing

Con el estallido de la revolución industrial, crecen las fábricas, las proliferación de diversos productos, que se creaban o iniciaban en base de las necesidades básicas de la humanidad de ese siglo, pero en estas producciones sin control, no era considerado muchas veces las preferencias del consumidor, sino que éste tenía que adecuarse al producto o servicio ofrecido, lo cual recaía en la problemática de estancamiento de productos en las perchas, generando grandes pérdidas para las empresas.

El marketing nace de la necesidad de colocar en el mercado estos excedentes de productos o servicios, que fueron elaborados en base a una producción previamente no planificada, para estructurar y fabricar lo que el mercado requiere y solicita, evitando pérdidas innecesarias para las empresas.

Alejandro Schnarch (2016), cita el concepto de marketing según la American Marketing Association (AMA), “El marketing es el proceso de planear y ejecutar la concepción, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales”. (pág. 2)

De acuerdo a este precepto, se puede reconocer términos de planeación y ejecución, actividades que se fundamentaran en la demanda existente en el mercado, sean estas individuales o de un grupo en específico debidamente identificados, que estratégicamente orientarán al consumidor a realizar una elección de compra consciente o inconsciente, de acuerdo a estándares previamente analizados para hacer realidad la negociación, que es el objetivo final de toda comercialización, donde oferente y demandante lleguen a un acuerdo monetario que satisfaga por un lado la necesidad del consumidor y por otro lado el beneficio económico para la organización o empresario, en donde intervienen variables como: calidad, precio, necesario, que sea atractivo,

preferencias, en fin un sinnúmero de cualidades que inducirá al cierre del negociación.

El marketing en la práctica inicia con una formulación de lineamientos y objetivos que incluya que es lo que se desea de manera clara, si lo que se anhela es posicionar una marca, un producto, quienes participaran, establecer las responsabilidades, que mercado es el que se va a atender, que necesidades se van a satisfacer, si el producto tendrá los requerimientos y características requeridas por la demanda, el presupuesto que la ejecución del estudio conllevará, cual es la rentabilidad que se aspira conseguir, para de esta manera, determinar las actividades necesarias que se deben desarrollar, enlistar los recursos necesarios, determinando plazos, indicadores que permitan evaluar el avance y si se están cumpliendo con las metas planteadas, del modo que se eviten desviaciones del objetivo central y que a su vez permitan no perder el enfoque inicial y aplicar los ajustes pertinentes que aseguren el éxito del planteamiento estratégico realizado.

“El marketing investiga la realidad actual y futura de la empresa, del entorno y del mercado” (Iniasta, 2005), es necesario e imperante estudiar estos tres direccionamientos, de la empresa, cuál es su situación actual, como se encuentra financieramente, cuenta con recursos financieros, humanos, que productos o servicios ofrece, si posee un sistema integral de sus áreas, y cuál es la visión, hacia donde se proyecta como empresa, si está preparada con planes contingentes, y también el comportamiento del mercado, con quienes se compite, las ventajas y desventajas de la competencia, que cada vez es más desafiante, por lo que demanda mayores costos, es donde se evidencian y surgen las actividades estratégicas de los directivos, realizar una evaluación metodológica de los factores delimitando el entorno en que desarrolla sus actividades comerciales, estos tres enfoques es importante analizarlos, antes de definir qué acciones debe realizar para llevar un correcto plan de marketing.

Plan de negocios

Antes de definir qué es un plan de negocios, es importante indicar en que consiste un “negocio”.

“Un negocio consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer bienes o servicios a otras personas” (Moyano Castillejo, 2015, pág. 1)

Es decir, descrito de manera simple son actividades que se realizan coordinadamente en función de una inversión, donde se comercializa bienes o servicios, esperando obtener rentabilidad.

También es importante conocer el significado de “Plan”

Según Real Academia de la Lengua Española. (Octubre, 2014. Pág.1) el término “Plan” significa: “Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla [...] Escrito en que sumariamente se precisan los detalles para realizar una obra”; es decir, es un documento esquemático preparado con anticipación para el logro de un objetivo en específico.

Entonces “Un plan de negocios, es un documento que especifica un número determinado de actividades que se deben realizar de manera organizada para generar beneficios económicos”.

La creación de negocios innovadores es lo que se está desarrollando en la actualidad. Peter Drucker manifestó: “La innovación es el proceso que traduce el conocimiento en crecimiento y bienestar social”. (Cubeiro Villar & Castillo Clavero, 2015). Estas ideas deben estar soportadas en procesos administrativos integrados de manera eficiente y eficaz, para anticiparte a un mercado tan cambiante y en constante evolución.

Por lo que es necesario el diseño de un plan de negocio, antes de emprender alguno, determinando previamente que es lo que se desea lograr del proyecto, el grado de rentabilidad que se aspira, frente al real de acuerdo a la demanda del mercado, como se espera lograr, que actividades son necesarias y cuáles no tanto, para no desperdiciar recursos, en otras palabras detallar las actividades operativas, logísticas, estudio de mercado, los recursos humanos, organizativos y financieros

con los cuáles se cumplirán las metas planteadas, recordando que dependiendo de un buen diseño, se pueden encontrar inversionistas públicos o privadas, que pueden facilitar la expansión del proyecto a mediano y largo plazo.

Generación de empleo

Dra. Alice Abreu, Directora de la Oficina de Educación, Ciencia y Tecnología de la Secretaria Ejecutiva para el Desarrollo Integral (SEDI) de la OEA, durante la IV cumbre de las Américas, celebrada en Noviembre de 2005 en Argentina cuyo lema principal fue “la creación de empleo para enfrentar la pobreza y fortalecer la gobernabilidad democrática”, manifestó lo siguiente: “La generación de empleo es hoy el desafío más apremiante de la región; no solo porque el empleo representa la base de una vida digna y la fuente principal de ingresos para nuestra población. También porque el desempleo y la pobreza son amenazas latentes para nuestras democracias”. (OEA ORGANIZACION DE LOS ESTADOS AMERICANOS, 2005, pág. 1)

Otra definición de generación de empleo es: “El conjunto de actividades actuales y potenciales, caracterizadas por el empleo intensivo de fuerza de trabajo y centradas en la obtención de una mejor calidad de vida para los trabajadores que la componen”. (Coraggio, 2001, pág. 149). Sin duda es la definición más acertada, donde enmarca todo ente económico individual o por grupo social, indistinto de su tamaño o el sector donde desarrolla estas actividades, donde se combina esfuerzo e inversión, que permitan afrontar las obligaciones contraídas y genere rentabilidad.

En Septiembre de 2015, los Estados Miembros de las Naciones Unidas definieron los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el objetivo 8 se indica lo siguiente: “Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”, en el que también está comprometido Ecuador.

Esto señala la importancia de la generación de empleo dentro de la economía nacional, que han sido consideradas dentro de las políticas económicas ecuatorianas, sin embargo existe un mercado laboral insuficiente frente a la realidad poblacional, sobre todo para aspirantes universitarios que aspiran una inserción laboral inmediatamente culminado sus estudios, provocando la desilusión y desconfianza en los sistemas económicos actuales. Esta situación impulsa a la creación de negocios que contribuyan con la generación de empleo, frente a la demanda laboral existente.

Sin embargo cabe resaltar, que el 70% del empleo en el país se debe gracias a las micro y pequeñas empresas, impulsando la reactivación económica del Ecuador, según lo manifestado por Carlos de la Torre, Ministro de Economía y Finanzas en noviembre de 2017, ratificando que la creación de proyectos que incluyan desarrollo de negocios, contribuye con el crecimiento económico ecuatoriano.

Antecedentes referenciales

(Macías Serrano, 2016) “Estudio de la creación de una microempresa, en el proceso de producción y comercialización de embutidos en la ciudad de Guayaquil”. Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología. Guayaquil.

La tesis referenciada hace mención, sobre la competitividad existente en la actualidad con un mercado globalizado, enfocándose como idea alternativa la creación de una microempresa donde el producto ofertado es embutidos, donde incluye estudio de mercado y las técnicas de investigación aplicadas, identificando las decisiones más acertadas para su ejecución.

Dirige su investigación hacia el siguiente problema ¿Qué influencia tiene la creación de una microempresa en el proceso de producción y comercialización de embutidos en la ciudad de Guayaquil?, donde especifica claramente el objetivo, que es efectuar un estudio de mercado

para la creación de una microempresa en el proceso de producción y comercialización de embutidos en la ciudad de Guayaquil, determinando como propuesta el siguiente plan de acción:

1. Ofrecimiento de un producto con excelente calidad a los consumidores, dándole el valor agregado de acuerdo a preferencia de los consumidores.
2. Contar con infraestructura física y tecnológica que nos ayude en la máxima producción posible, mediante la utilización de maquinaria con tecnología de punta para la fabricación de los embutidos.
3. Realizar un plan de Marketing eficiente para cumplir con los objetivos comerciales y posicionamiento de la marca.
4. Facilitar la adquisición del producto a los consumidores en los diferentes puntos de ventas, que estén ubicados accesiblemente para su elección.

Como conclusión, realiza referencias de incluir variedad en la producción de embutidos, que sea de aceptación del consumidor avalado por un estudio de mercado adecuado.

El proyecto mencionado, ha servido de orientación sobre el esquema a seguir para la realización de mi proyecto, aunque difiere del producto base, pues son materias primas diferentes, ya que se encamina en un producto cárnico, y el presente trabajo está sustentado en el maíz que es un producto agrícola.

(Ortiz Ponce, 2017) “Plan de Negocio para la creación de un restaurante de comida rápida especializado en sandwiches y wraps con ingredientes propios de nuestro país, que rescaten la comida y sabores ecuatorianos en la ciudad de Quito”. Universidad de las Américas. Quito

Esta propuesta plantea la creación de una propuesta gastronómica innovadora en la ciudad de Quito, donde mezcla sabores nacionales en presentaciones simples de sandwiches y wraps, ofreciendo otra alternativa

a degustar para los consumidores de la localidad, estudiando la factibilidad y acogida del producto, determinando el análisis financiero, de riesgos y propuestas de solución, acorde a lo investigado, al comportamiento del mercado demandante.

La investigación de mercado es el objetivo general del proyecto de manera cualitativa y cuantitativamente, realizada en el lapso de 30 días, eligiendo a Quito, como su población a estudiar, esclareciendo si es rentable la creación del negocio, con la competencia ya existente en la línea de comida rápida con influencia internacional, que ya está altamente posicionada.

Dentro de los riesgos identificados del estudio realizado hacen referencia la probabilidad de plagio de ideas, por lo proponen el posicionamiento de la marca de inmediato, mediante planes de marketing publicitarios masivos, dentro de sus competidores han identificado a Subway y el Español, por lo que proponen analizar precio de la competencia y el modo de reducir costos para poder utilizarlo como diferenciación, utilizar redes sociales para su propagación y difundir a nivel local, proponen servicio de catering y compensaciones por entrega tardía en servicio a domicilio como valor agregado, monitoreando la efectividad de las decisiones tomadas.

Culmina exponiendo el crecimiento económico de la industria de comida rápida, ubicandolo entre el 16% al 45% anual, es factible en el mercado versátil de Quito aplicar la propuesta del negocio, reflejando un indicador económico TIR y VAN altos, aplicando diferenciación e innovación.

La propuesta planteada da aportes en la evaluación de los posibles riesgos que se debe considerar para la ejecución del presente trabajo de investigación, identificando alternativas diferenciales que se pueden aplicar en la elaboración de los productos a base de maíz, de esta manera acrecentar la oportunidad de inversionistas al momento de la presentación.

(Vargas Vistín, 2010)“Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración, venta y distribución de snacks, manzanas acarameladas, palomitas de maíz y algodón de azúcar ubicado al sur de Quito”. Universidad Politécnica Salesiana. Quito

El planteamiento que realiza este trabajo es el de analizar la factibilidad para la creación de una empresa que oferta productos de snacks dulces, que incluye: manzana, maíz y azúcar, impulsando el trabajo como aporte económico para el país, ubicado en un centro comercial en la localidad de Quitumbe, determinando si existe la demanda que justifique su instauración, utilizan como dato estadístico la canasta familiar básica de Quito, para reconocer cual es el porcentaje de los ingresos económicos de la población seleccionada destinados en recreación.

El problema que expone relata como cuestionamiento ¿Cuál es el mecanismo que se debe implementar para la creación de una microempresa de snacks?, estableciendo como objetivo general el desarrollo del proyecto de factibilidad incluyendo factores, legales, técnicos productivos, marketing, promociones comerciales y financiero, determinando proyecciones de ingresos y egresos, estableciendo el punto de equilibrio requerido para superarlo y así obtener la rentabilidad esperada.

Identifica que la población femenina representa un 46.7% de los directivos o propietarios de microempresas, constituyendo una red social económica y amplia fomentando la igualdad de género en las negociaciones hoy en día, sobre todo en el ámbito de servicio.

Proponen aplicar diferenciación del producto, basados en estándares de calidad, de imagen, utilización de maquinaria, publicidad mediante hojas volantes y un óptimo servicio al cliente, formaran parte de su carta de presentación.

Exponen como aspectos concluyentes, que la colocación de un negocio de esta naturaleza será de gran afluencia en Quitumbe, por ser un sector en vías de crecimiento, y carecen de un establecimiento donde puedan degustar estos aperitivos, lo cual incrementa su aceptación en el mercado.

Rescato de esta tesis el empoderamiento de la mujer, que podría aplicarlo en el desarrollo de mi trabajo investigativo, examinando que oportunidades pueden observarse dentro del aspecto legal o tributario por estar dirigido por una mujer.

(Zurita Chinchay, 2015) “Mejora de los servicios que brinda el negocio de comidas rápidas Yogurt Yaye en el período 2014”. Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología. Guayaquil.

Este trabajo señala el diagnóstico realizado en el factor de servicio al cliente ofrecido en el negocio Yogurt Yaye, ubicado en la ciudad de Guayaquil, realizando estudios de satisfacción del cliente, y proponiendo un plan de mejoras continuas, donde se consideró como datos referenciales las críticas y sugerencias del público asiduo del local.

Como planteamiento de la problemática establece el siguiente: ¿Cómo incide el servicio actual que brinda el negocio de comidas rápidas YOGURT YAYE en la satisfacción del cliente en el periodo 2014?, determinando las causas de la insatisfacción de los clientes del negocio Yogurt Yaye en el periodo agosto a diciembre 2014, para dejar documentado de los aspectos que debe corregir dentro de la atención ofrecida, aplicando las opiniones de expertos en el verdadero servicio al cliente, destacando los beneficios económicos que traería para el negocio.

Se pudo identificar entre los aspectos negativos de la atención que la empresa no promociona su producto, no cuenta con personal capacitado en atención del cliente, provocando que clientes escojan otras opciones dentro de competidores del sector, evidenciado en los resultados de las

encuestas donde refleja que solo un 33% lo valida como un buen servicio, propone realizar capacitaciones al personal, en cuánto a comunicación, establecer mecanismos promocionales, que realcen el servicio, considerando las opiniones de todo el personal que conforma Yogurt Yaye, con la dirección administrativa respectiva.

El aporte sustancial que se obtuvo de esta investigación, es la manera que estructuró el justificativo del proyecto, esclareciendo la conveniencia de la realización del mismo, además considerar el valor agregado que brinda la satisfacción de un cliente, pues impulsa a que el negocio tenga mayor afluencia y por ende mayores ganancias.

Fundamentación Legal

La Constitución de la República del Ecuador garantiza el derecho al trabajo tal como especifica:

El (Art. 325 Constitución del Ecuador, 2008) “El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores”. (Pág.152)

El Presidente Lenin Moreno, envió reforma a la Ley Orgánica para impulsar la Reactivación económica del Ecuador, publicada el viernes 29 de diciembre de 2017, entrando en vigencia en el Registro oficial a partir del 01 de enero del 2018, como un esfuerzo para incentivar la economía del país, priorizando tres ejes: reactivar la economía, fortalecer la dolarización y modernizar el sistema financiero, donde destaca como beneficio para las microempresas lo siguiente:

“ (Ley Orgánica para la reactivación de la economíam fortalecimiento de la dolarización y modernización de la gestión financiera Art 9.6 Exoneración del pago del impuesto para nuevas microempresas.-, 2017) Las nuevas microempresas que inicien su actividad económica a partir de

la vigencia de la Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera, gozarán de la exoneración del impuesto a la renta durante tres (3) años contados a partir del primer ejercicio fiscal en el que se generen ingresos operacionales.

En aquellos casos en los que un mismo sujeto pasivo pueda acceder a más de una exención, por su condición de microempresa y de organización de la economía popular y solidaria, se podrá acoger a aquella que le resulte más favorable”. (pág. 2)

Todo negocio debe conocer las obligaciones que tiene como proveedor de un bien o servicio, tal como lo describe la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en el Capítulo V, donde describe las responsabilidades y obligaciones del consumidor:

(Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2015) “Art. 17.- Obligaciones del Proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

Art. 19.- Indicación del Precio.- Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan, con excepción

de los que por sus características deban regularse convencionalmente.

El valor final deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al consumidor, de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo.

El valor final se establecerá y su monto se difundirá en moneda de curso legal". (págs. 6-7)

Variables de la investigación

Variable Independiente: Plan de Negocios

Variable Dependiente: Generación de empleo en la ciudad de Guayaquil

Definiciones conceptuales

Plan de Negocio: El plan de negocio es uno de los diferentes planes estratégicos, se hace cuando se está planteando desarrollar una nueva actividad o negocio. (Sainz de Vicuña Ancín, 2015)

Generación de empleo: Es el desarrollo de un sistema de economía basada en el trabajo, capaz de interactuar dinámicamente con la economía empresarial capitalista y con la economía pública, para permitir de esta manera el fortalecimiento de las capacidades de respuesta autónoma de los sectores populares frente a la crisis, sobre una base productiva social y económicamente sostenible y ecológicamente sustentable. (Coraggio, 2001)

Maíz: Según la (RAE Real Academia de Lengua Española, 2014), es una planta de la familia de las gramíneas, con el tallo grueso, de uno a tres metros de altura, según las especies, hojas largas, planas y puntiagudas, flores masculinas en racimos terminales y las femeninas en espigas axilares resguardadas por una vaina. Es indígena

de la América tropical, se cultiva en Europa y produce mazorcas con granos gruesos y amarillos muy nutritivos.

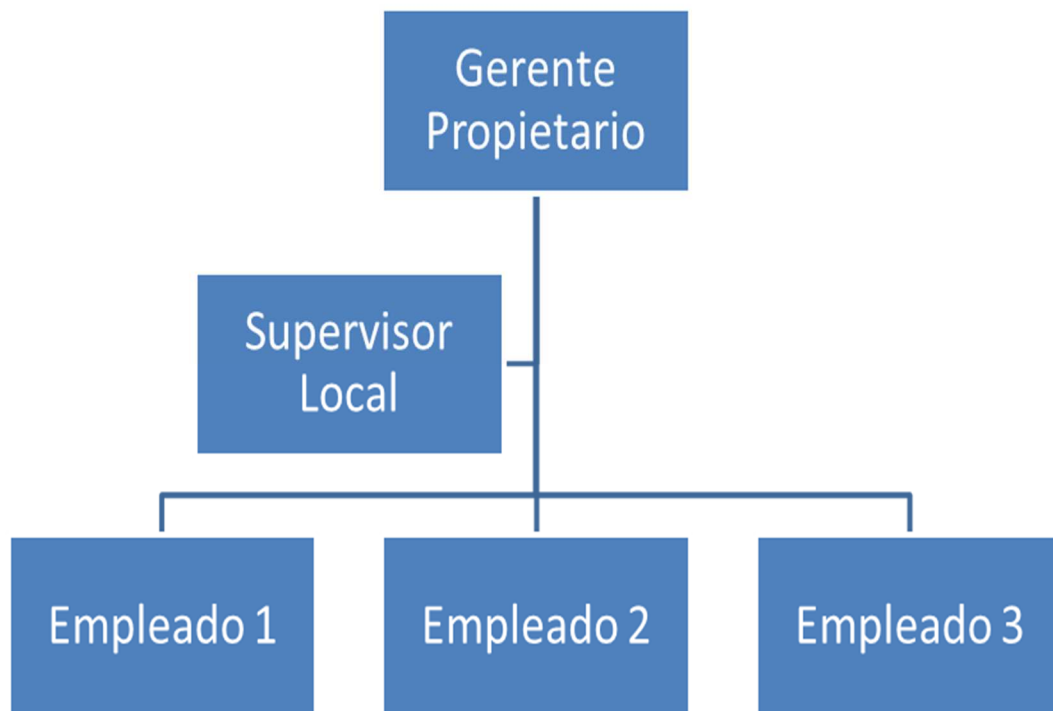
Estudio de Mercado: Según (Kotler, Bloom, & Hayes, 2004), el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización" (pág. 98),

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

Organigrama potencial de la empresa

El proyecto sugiere un organigrama estructurado inicial que se ampliará de acuerdo a su expansión:

Gráfico 2. Organigrama principal de la empresa



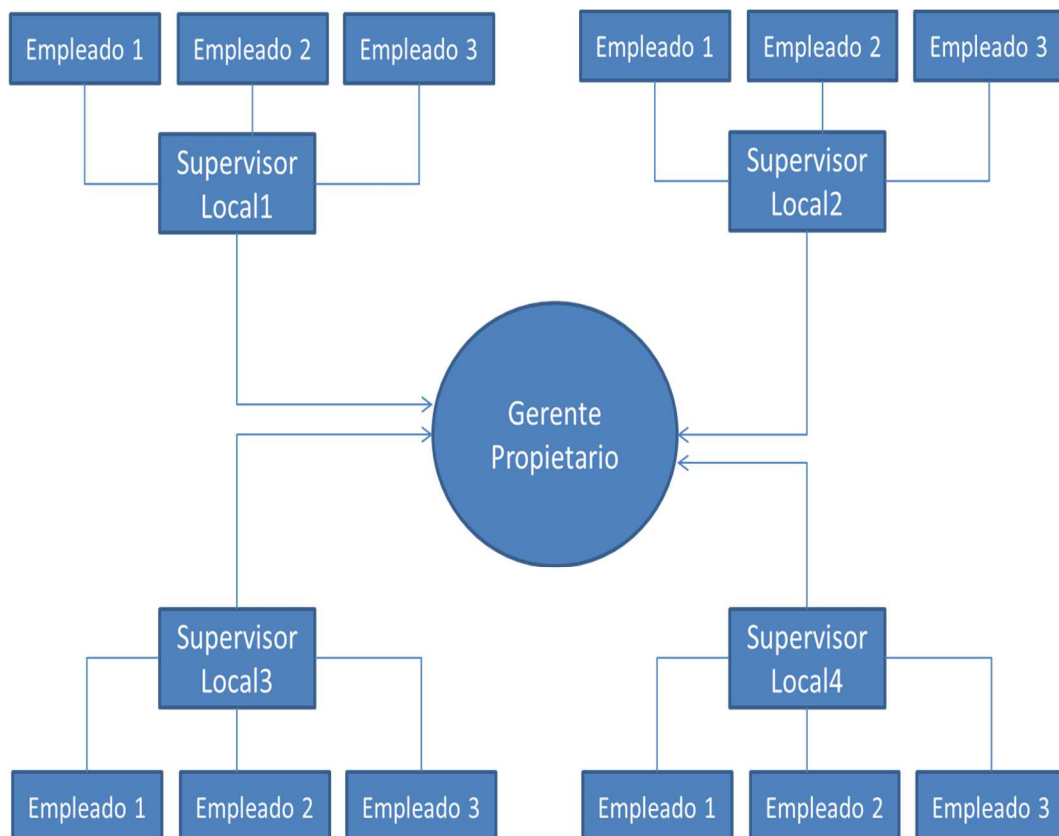
Elaborado por: Ingrid Bravo

Este sistema, centra la autoridad principal, independiente del crecimiento al que se vea expuesto, en la gerencia propietaria, creando 3 niveles jerárquicos, esto permite mejor control, impide fuga de información en cuanto a la facturación y entrega de insumos, validando diariamente los

flujos de efectivos de los locales que operan dentro de la ciudad de Guayaquil.

Adicional permite evaluar la calidad del servicio, estandarizarlo para realizar el sistema de cadena de comida rápida basado en productos de maíz.

Gráfico 3. Organigrama en expansión de la empresa



Elaborador por: Ingrid Bravo

Diseño de Investigación

El diseño del estudio consiste en “La descripción de los diversos esquemas y procedimientos para efectuar las observaciones y/o experimentos que permitirán obtener la información que demanda el estudio”. (Muñoz Campos, 2008, pág. 94)

Explicado en otros términos, corresponde a la realización de un bosquejo de los pasos que se realizarán durante la investigación a realizar,

plasmando las observaciones y variables que se van obteniendo durante la ejecución del proyecto, esta debe ser acorde al tipo de información que se desea recolectar, al tipo de investigación que se realizará, misma que será posteriormente analizada, resumida, clasificándola permitiendo de esta manera la optimización de recursos, claridad en sus resultados y conclusiones veraces para la aplicación del estudio.

En el Manual de Metodología de la investigación científica de los autores Martínez & Rodríguez (s.f.) señalan que es importante plasmar de manera clara las hipótesis formuladas y los objetivos de la investigación para poder seleccionar el tipo de estudio adecuado, que responda la interrogante que ocasiona el estudio, por lo que es significativo especificar qué criterios se necesitan estudiar, las variables que intervienen en la investigación, también conlleva una selección de instrumentos que soporten adecuadamente la recolección de datos, para no hacer un diseño de investigación errado, que influya en pérdida de tiempo y esfuerzos, que solo desviarán el objetivo central del estudio.

Investigación Científica

De acuerdo a cita empleada por (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1991), definen a la investigación científica, como una investigación más rigurosa en su proceso y elaboración, es una investigación “sistemática, controlada, empírica, y crítica, de proposiciones hipotéticas sobre las presumidas relaciones entre fenómenos naturales” (Kerling, 1975, pág. 11).

Al indicar que es sistemático, implica que es ordenado, cuyas observaciones deben ser registradas cronológicamente, de acuerdo a la práctica y el proceso inflexible y estructurado previamente seleccionado, para posteriormente emitir criterios que validen los datos recolectados del fenómeno estudiado, es decir de manera cuidadosa, detallada y estructurada, bajo lineamientos previamente seleccionados.

En el año 2010, el Msc. Pedro José Salinas, manifiesta: “En general, se entiende por investigación científica la búsqueda de respuestas o

soluciones a preguntas o problemas tanto abstractos como reales, mediante el raciocinio, razonamiento o ejercicio intelectual del ser humano”. (pág. 8), expresado en otros términos la investigación científica es orientada a la búsqueda de conocimientos, donde el investigador utiliza sus habilidades intelectuales de manera metódica, para verificar sus hipótesis planteadas, evaluar la veracidad de los planteamientos y eventos, empleando su razonamiento lógico, para concluir con información que sirvan de manera definitiva, o apertura a nuevas interrogantes, que fortalezcan el conocimiento inicial.

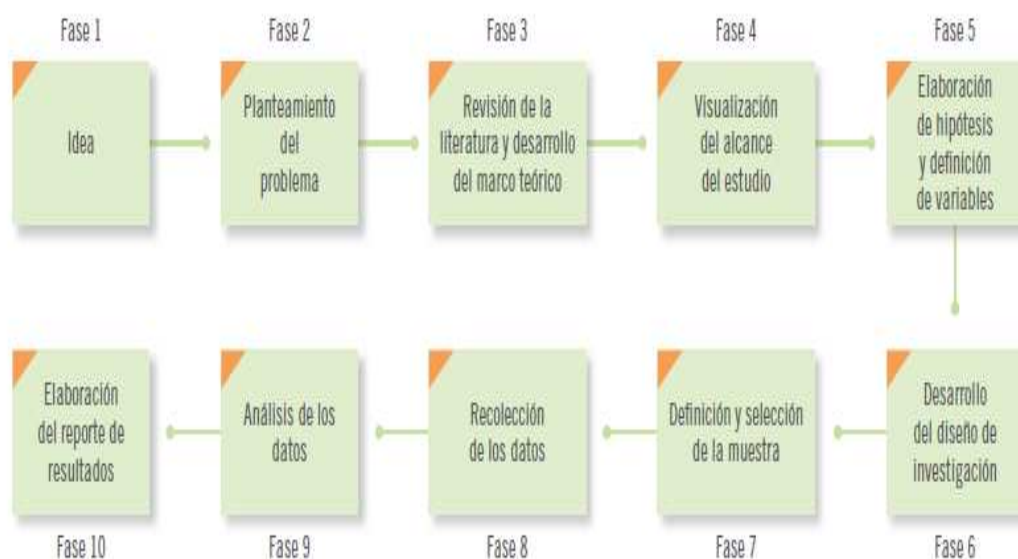
La investigación científica a pesar de conllevar metodología sistemática y empírica, también posee características de dinamismo, voluble y progresiva, se puede desarrollar de manera cualitativa, cuantitativa o mezclando ambas.

Investigación cuantitativa

(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2010) Indica que “la investigación cuantitativa usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (pág. 4)

Establece que esta investigación involucra una serie de pasos, para ser considerada investigación cuantitativa, que involucra un planteamiento de un problema, el cuál debe estar delimitado de manera clara y precisa, y sus premisas deben estar fundamentas en antecesores científicos que apoyen como guía de estudio, o como aporte de teorías que puedan debatirse o afirmarse, de acuerdo a las teorías planteadas, y descartando las más improbables conforme al estudio que se realiza, se emplea instrumentos como encuestas para la recolección de datos, que permitan medir a una población seleccionada, aplicando métodos estadísticos se elaborará reportes que permitan el análisis de los datos recolectados para posteriormente ser presentados en un informe escrito.

Gráfico 4. Proceso Cuantitativo



Fuente: (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2010, pág. 5)

Investigación cualitativa

(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2010) Indica que “la investigación cualitativa utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”. (pág. 7)

En esta investigación se requiere ir evaluando etapa a etapa los procesos realizados identificando si se encuentra en etapa inicial, la práctica o en el informe final, se determina las variables a estudiar, gracias a un estudio previo basado en la observación de diversas características que permitan identificar claramente el fenómeno a estudiar, es decir conviene analizar el entorno para verificar la factibilidad de la investigación, quienes serán los participantes objetos de estudios e investigadores.

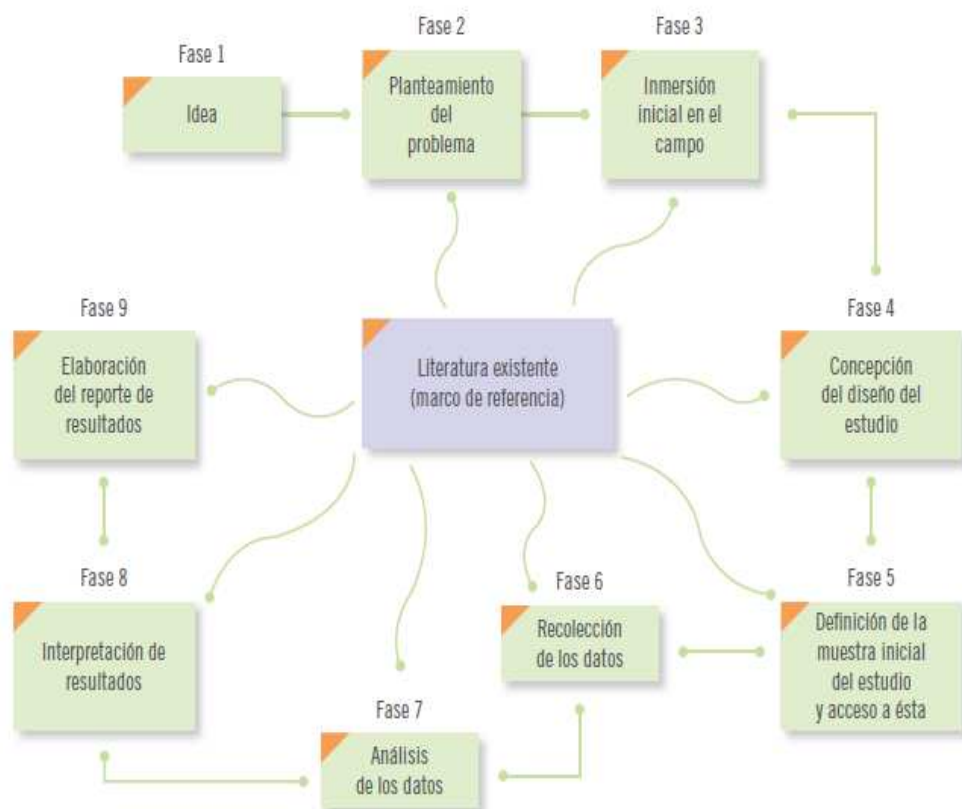
“En la investigación cualitativa la muestra, la recolección y el análisis son fases que se realizan en la práctica de manera simultánea” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2010, pág. 8.)

La investigación cualitativa, permite descripciones detalladas del estudio, tales como: escenarios, sucesos, individuos, variaciones, y todos los comportamientos y atenuantes observables, durante la investigación,

donde se apoya en la perspectiva e interpretación que el investigador, bajo su consideración que le permita la comprensión de lo que está investigando, mismas conclusiones que serán explicadas en el reporte escrito final, dando referencia del porqué de la selección de características que fundamentan el estudio realizado, las interacciones si hubieren con el universo estudiado y aseveraciones que pueden dar aporte sustancioso a la investigación.

Este tipo de investigación permite identificar si existen características no consideradas en la etapa inicial, fundamentadas en el entorno cultural y social en el que se desarrolla, la interacción entre investigador y población son quienes van puliendo la estructura de las variables finales razonadas para la emisión del informe, análisis y posterior conclusión.

Gráfico 5 . Proceso Cualitativo



Fuente: (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2010, pág. 8)

Investigación de campo

“La Investigación de campo o investigación directa, es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio”. (Lara Muñoz, 2013).

Transcribiendo a términos más simples, es aquella que se realiza directamente tomando muestras, o recolectando datos directamente del universo estudiado, obteniendo datos primarios, sin una previa existencia de datos que le antecedan, el investigador plasma la información obtenida directamente sin influir en los resultados, sin embargo también trabaja con datos secundarios al trabajar con formatos metodológicos, pero son los datos obtenidos la información primordial, para dar solución al problema planteado o el fenómeno estudiado en cuestión.

El tamaño de la población a estudiar es la que define qué tan amplia es la investigación de campo, y de acuerdo a ésta, puede utilizar instrumentos, tales como: encuesta, paneles, focus group, censo, segmentación.

Investigación Documental

“La Investigación documental, consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio”. (Lara Muñoz, 2013)

Es decir, la investigación es fundamentada en la información que fue obtenida de diversos medios escritos, como libros, artículos de revistas, periódicos, artículos científicos, registros oficiales, entre otros.

Al elegir este tipo de investigación tiene la ventaja de presentar lineamientos, una amplia variedad de estudios previos similares y diferentes, pueden convertirse en una guía para el estudio en curso, siempre y cuando las fuentes bibliográficas no hayan sido superfluas, y solo con una amplia investigación de diversos autores, podría discernirse la importancia de las opiniones seleccionadas, no obstante hay hechos que necesitan obtenerse de manera primaria es decir, realizado a través de investigación de campo, por lo que es recomendable para que sea una

investigación a cabalidad que la investigación documental y la investigación de campo se refuercen entre sí, de este modo se reducen las porcentualidades de discordancias con la realidad poblacional estudiada.

Tipo de investigación

Dentro de la tipología de investigaciones que puede tener la investigación científica: exploratoria, descriptiva, correlacionales y explicativa.

Investigación Exploratoria

La definición proporcionada por (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 1991, pág. 70) indica que “los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes”, de acuerdo a lo expuesto por el autor, estos estudios se desarrollan, cuando la documentación existente en los diferentes medios literarios, no proporcionan la suficiente información que se requiere para la investigación que se está llevando, y es necesario explorar el entorno, los diferentes participantes, formulando hipótesis que necesitan ser corroboradas o descartadas, pudiendo determinar cuáles son las más aplicables, de acuerdo a la investigación que se está realizando, y puede ofrecer grandes aportes a futuros proyectos.

Investigación Descriptiva

(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 1991, pág. 71) cita a (Dankhe, 1986) en la siguiente enunciación: “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”.

Esta clase de estudio se realiza para caracterizar de manera determinada el fenómeno a estudiar, trabaja de la mano con los diversos tipos de estudio: exploratorio, explicativo y correlacional, proporcionando

etiquetados más definidos para el esclarecimiento del estudio que se está efectuando.

Gracias a la investigación descriptiva, se puede identificar claramente las diversas variables, proporcionando recursos invaluable para futuros trabajos, facilitando la categorización más apropiada aplicable de acuerdo al objeto de estudio.

Para realizar este tipo de estudio es importante realizar un correcto reconocimiento de todas las particularidades y cualidades que posee cada fenómeno estudiado, para que proporcione información debidamente rotulada que favorezca la comparación con estudios futuros, para evidenciar más asertivamente las posibles alternativas de solución a planteamientos de hipótesis futuras.

Investigación Correlacional

Una clara definición de la investigación correlacional es la proporcionada de por (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 1991, pág. 72) , “este tipo de estudios tienen como propósito medir el grado de relación que exista entre dos o más conceptos o variables”, es decir, permite evaluar como un estudio previo influye en el resultado de otro, es más bien un enfoque causa-efecto, un ejemplo claro, aplicado al presente proyecto sería identificar si la creación de un negocio generará una plaza de empleo y si el desarrollo de este proyecto aportará a la sociedad de manera positiva en su economía local.

Para que sea aplicable, es necesario previamente identificar cuál es el grado de influencia, para poder establecer categorizaciones comparativas, y cuál será la inclinación positiva o negativa que éste podría ocasionar en el nuevo proyecto investigativo, se deben realizar una correcta recolección de datos, de manera sistemática para evitar desviaciones que no permitan obtener información pertinente para el cumplimiento de objetivos de la investigación.

Investigación Explicativa

(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 1991, pág. 74) “Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales”. A raíz de esta definición se puede esclarecer, que sin la previa investigación descriptiva, sea obtenida de fuentes primarias o secundarias, no podría existir la explicativa, pues es la que define el porqué de los fenómenos identificados, y cómo interactúa o concluye en un resultado determinado.

Su aportación al proyecto de investigación es invaluable, pues ofrece no solo características o cualidades proporcionadas por un estudio descriptivo, sino que enfatiza en el proceso de los eventos dados, y el curso al que se está dirigiendo de acuerdo al objeto estudiado.

Permite una guía sobre sintomatologías similares de estudios venideros dando una orientación de los pasos o fases que deben cumplirse ante un determinado desenlace, brinda grandes aportes sobre todo en estudios que son referentes a la salud, policíacos, educativos, administrativos, entre otros.

De acuerdo a lo previamente expuesto, se ha seleccionado los siguientes tipos de investigación a aplicar en el presente estudio: descriptiva y correlacional

Cuadro 2. Tipos de investigación aplicados al proyecto

Tipos	Definición	Aplicada al Proyecto
Descriptiva	Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Dankhe, 1986)	La investigación determinará ¿Con qué frecuencia han consumido productos de maíz los guayaquileños? Para analizar su factibilidad.
Correlacional	Este tipo de estudios tienen como propósito medir el grado de relación que exista entre dos o más conceptos o variables (en un contexto en particular). (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1991)	Se realizará un estudio correlacional al investigar cómo está relacionada la creación de un nuevo negocio en la tasa de desempleo existente en Guayaquil.

Elaborado por: Ingrid Bravo

Población y muestra

Población:

De acuerdo a cita realizada por (Arias, 1999, pág. 22) de (Morles, 1994, pág. 17) “Una población o universo se refiere al conjunto para el cuál serán válidas las conclusiones que se obtengan: a los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) involucradas en la investigación.

Esclareciendo el enunciado, se refiere a quienes serán encuestados o investigados para la recolección de información en una investigación, al referirse a este número de sujetos de estudios, es importante determinar de acuerdo al entorno y naturaleza de la investigación, que cumplan cierta homogeneidad y cuyas especificaciones aporten al fenómeno a estudiar. De acuerdo al número de observaciones que hay en la población, ésta puede ser finita o infinita.

Para la realización de este proyecto se ha seleccionado los habitantes de la ciudadela Sauces 4, los bloques multifamiliares No. 73 y 74 por encontrarse en la vía principal alterna hacia la Avenida Narcisca de Jesús, cada edificio consta de 15 departamentos, con un promedio de habitantes de 3 personas por departamento, dando un total de 90 personas, estableciendo un porcentaje de 49,3% para hombres y 50,7% para mujeres acorde al equivalente proporcionado por el INEC Instituto Ecuatoriano de Censo y Población.

Cuadro 3. Universo Población Ciudadela Sauces 4. Bloque 73 y 74

Población	Cantidad
Hombres	44
Mujeres	46
Total	90

Elaborado por: Ingrid Bravo

Muestra:

Utilizando la cita realizada por (Arias, 1999, pág. 22) de (Morles, 1994, pág. 54) indica que “La muestra es un subconjunto representativo de un

universo o población”. Es decir, para poder realizar una investigación, se puede escoger una sección o parte del universo total a investigar, eso dependerá del tipo de muestreo seleccionado, éste puede ser aleatorio o intencional de acuerdo a reflexión del examinador u observador.

Tipo de Muestra

Muestra aleatoria simple: “Se caracteriza porque la selección se realiza de un listado de la población asignándole igual probabilidad a cada elemento de ser seleccionada”. (Vivanco, 2005, pág. 27)

De acuerdo a estas definiciones, el presente proyecto establecerá para su investigación un muestreo probabilístico aleatorio.

Muestra intencional u opinática:

Según (Arias, 1999, pág. 24) “El muestreo intencional u opinático, selecciona los elementos con base al criterio y juicio del investigador”.

Identificada la población, se determina para el presente proyecto como muestra a los habitantes del bloque 73 de la ciudadela Sauces 4, siendo esta muestra no probabilística intencional por así convenir a los intereses de la investigación.

Por corresponder a un universo finito es aplicable de acuerdo a fórmulas estadísticas aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Universo Finito (Menor a 100.000 habitantes)} \rightarrow n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 (N-1) + z^2 * p * q}$$

Donde:

p = % Probabilidad: 50% (0,50)

q = % Fracaso: 50% (0,50)

e = % Error muestral (e^2) = 5% (0,05)

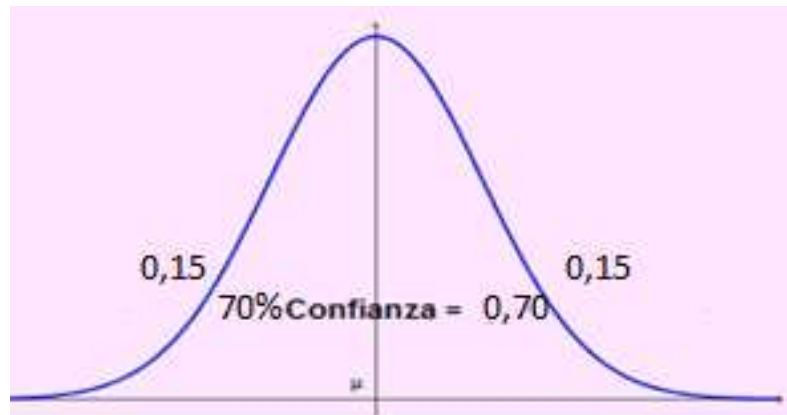
n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población: 90 Habitantes

z² = Nivel de confianza: 70% (0,70)

DESARROLLO

Calcular el valor de Z^2



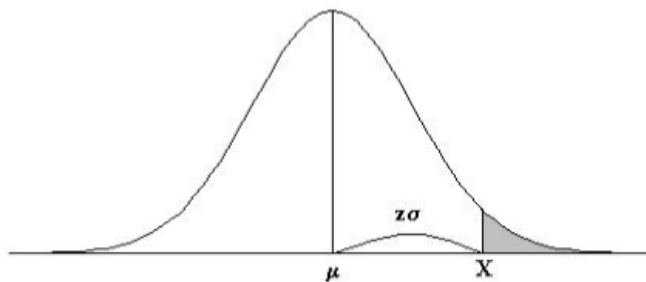
100% Población = 1 (Unidad)

$$1 - 0,70 = 0,30 \div 2 = 0,15$$

Buscamos este número o el número más próximo en la tabla de distribución normal. Observamos que el que más se acerca es 0,1492

TABLA 1: DISTRIBUCIÓN NORMAL

Áreas bajo la curva normal



Ejemplo:

$$Z = \frac{X - \mu}{\sigma}$$

$$P [Z > 1] = 0.1587$$

$$P [Z > 1.96] = 0.0250$$

Desv. normal x	0.00	0.01	0.02	0.03	0.04	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09
0.0	0.5000	0.4960	0.4920	0.4880	0.4840	0.4801	0.4761	0.4721	0.4681	0.4641
0.1	0.4602	0.4562	0.4522	0.4483	0.4443	0.4404	0.4364	0.4325	0.4286	0.4247
0.2	0.4207	0.4168	0.4129	0.4090	0.4052	0.4013	0.3974	0.3936	0.3897	0.3859
0.3	0.3821	0.3783	0.3745	0.3707	0.3669	0.3632	0.3594	0.3557	0.3520	0.3483
0.4	0.3446	0.3409	0.3372	0.3336	0.3300	0.3264	0.3228	0.3192	0.3156	0.3121
0.5	0.3085	0.3050	0.3015	0.2981	0.2946	0.2912	0.2877	0.2843	0.2810	0.2776
0.6	0.2743	0.2709	0.2676	0.2643	0.2611	0.2578	0.2546	0.2514	0.2483	0.2451
0.7	0.2420	0.2389	0.2358	0.2327	0.2296	0.2266	0.2236	0.2206	0.2177	0.2148
0.8	0.2119	0.2090	0.2061	0.2033	0.2005	0.1977	0.1949	0.1922	0.1894	0.1867
0.9	0.1841	0.1814	0.1788	0.1762	0.1736	0.1711	0.1685	0.1660	0.1635	0.1611
1.0	0.1587	0.1562	0.1539	0.1515	0.1492	0.1469	0.1446	0.1423	0.1401	0.1379
1.1	0.1357	0.1335	0.1314	0.1292	0.1271	0.1251	0.1230	0.1210	0.1190	0.1170
1.2	0.1151	0.1131	0.1112	0.1093	0.1075	0.1056	0.1038	0.1020	0.1003	0.0985
1.3	0.0968	0.0951	0.0934	0.0918	0.0901	0.0885	0.0869	0.0853	0.0838	0.0823
1.4	0.0808	0.0793	0.0778	0.0764	0.0749	0.0735	0.0721	0.0708	0.0694	0.0681

Luego vemos su eje vertical, nos indica una desviación normal de 1,00 Y en su eje horizontal, nos indica una desviación normal de 0,04. Para determinar Z^2 , sumamos ambas desviaciones

$$Z^2 = 1,00 + 0,04 = 1,04$$

Identificar la fórmula (Finito) y reemplazamos valores

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

$$n = \frac{(1,04^2) * (0,50) * (0,50) * 90}{(0,05^2)(90-1) + (1,04^2) * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = 49,37$$

R: De acuerdo a este cálculo se deben debemos realizar 50 encuestas para tener un 70% de nivel de confianza en una población de 90 habitantes, considerando un 50% de ocurrencia y un 50% de no ocurrencia, con un margen del 5% de error.

Cuadro 4. Muestra Habitantes de la Ciudadela Sauces 4 Bloque 73

Población	Cantidad
Hombres	22
Mujeres	28
Total	50

Elaborado por: Ingrid Bravo

Se ha realizado la investigación del proyecto con las siguientes características:

- Es una investigación interna con recursos propios humanos, financieros y logísticos.
- De enfoque cuantitativo para medir y predecir de acuerdo a la percepción del consumidor las acciones estratégicas comerciales para la introducción del producto.
- Utilizó Fuentes secundarias como las proporcionadas en la página oficial del INEC, y fuentes primarias al realizar trabajo de campo con los consumidores.
- Seleccionó fórmula de cálculo de muestreo finito, por poseer un

universo inferior a 100.000 habitantes.

Técnicas e instrumentos

Una vez determinadas el diseño de investigación a realizar, descriptiva-correlacional, y establecer un muestreo intencional, es necesario identificar el instrumento de recolección de datos a utilizar para el presente proyecto, y de esta manera analizar la aceptación del producto elaborado en base al producto maíz, se considera la encuesta como una herramienta de fácil aplicación y tabulación para recoger opiniones y sugerencias de los clientes potenciales en el sector de Sauces 4.

Observación Científica

Según enunciado de (Heinemann, 2003, pág. 135) se refiere a la observación científica como “La captación previamente planeada y el registro controlado de datos con una determinada finalidad para la investigación, mediante la percepción visual o acústica de un acontecimiento”. Esto explica que influye mucho el criterio que posea el investigador en relación a un tema de estudio, pues es quién llevará registro de datos de acuerdo a la percepción e interacción que éste tenga con el fenómeno a estudiar, pero no por ello debe indicar desorganización, debe existir una previa planificación y control de registros debidamente etiquetados, para poder realizar un correcto fichaje y documentación, y este material pueda ser utilizado en posteriores proyectos investigativos.

Guía de observación

La guía de observación es un bosquejo o esquema previo de trabajo de investigación, que permitirá capturar de manera documentada los datos más relevantes o significativos del fenómeno a estudiar, este tipo de registro es necesario llevarlo a cabo, para que sea considerado una investigación científica.

Esta herramienta ayuda a delimitar y estructurar adecuadamente el reconocimiento del entorno en el que se desarrollará la investigación, aportando con identificar cuáles son los instrumentos mejor aplicables al tipo de investigación que se está realizando, si estos instrumentos seleccionados construye favorablemente el cumplimiento de los objetivos trazados en el proyecto.

Cuadro 5. Normas a considerar en la observación

Fases	Actividades
Condiciones Previas	<ol style="list-style-type: none"> 1. El investigador debe tener claros los objetivos de la investigación. 2. Es preferible ensayar las técnicas de observación y registro, para tener datos de calidad. 3. Enlistar los elementos y aspectos principales a analizar, estableciendo indicadores de medición.
Procedimientos	<ol style="list-style-type: none"> 4. Es preferible, registrar los acontecimientos sobre el terreno o a la brevedad posible, para evitar pérdida de información. 5. Deben registrarse tiempo exacto en el que suscitaron los hechos. 6. El investigador es parte de la investigación, por lo que su percepción es la que determinará el tiempo y hecho a registrar de acuerdo a la investigación.
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 7. Las notas deben contener: fecha, hora, tiempo de observación, croquis, personas participantes, funciones, logística empleada, entorno, modificaciones y cambios de haberse dado. 8. Debe contener opiniones e hipótesis verificadas y validadas, de no poseer esta característica debe ser eliminada. 9. La conversaciones o diálogos resurgentes durante la investigación deben ser completas, las opiniones del investigador deben ser registradas en primera persona. 10. Otras opiniones o deducciones provenientes de la notas del observador, deben ser separadas y registradas para revisión posterior.
Observación	<ol style="list-style-type: none"> 11. Revisión de notas para efectivizar las correcciones necesarias. 12. Las notas deben estar categorizadas de acuerdo a influencia e importancia sobre la investigación.

Elaborado por Ingrid Bravo, basado en información secundaria Fuente: (Rojas Soriano, 1991, págs. 211-213)

Guía de observación del proyecto

1. Ubicación Geográfica:

País: Ecuador
Ciudad: Guayaquil
Sector: Norte
Dirección: Sauces IV Bloques 73-74

2. Comunicaciones

2.1 Tipo de Transporte: Movilización Propia

2.2 Medios de Comunicación: Encuestas

3. Logística

3.1 Materiales: Encuestas impresas, bolígrafo

3.2 Recursos: Propios del investigador

Entrevista

De acuerdo a (Acevedo, Florencia, & López, 1986) “La entrevista es una forma oral de comunicación interpersonal, que tiene como finalidad obtener información en relación a un objetivo”, este tipo de instrumento es muy factible cuando se recolecta información de un tema amplio, que tiene diversas bifurcaciones de interés, por lo general se utiliza para recolectar la opinión de expertos y profesionales en determinado tema, aunque provee de mucha información de gran relevancia, creando inclusive nuevas aristas para un mayor proceso investigativo, también varias veces presenta dificultad en la tabulación, por lo que es preferible analizar si esta es la mejor opción de acuerdo al proyecto investigativo que se está realizando.

Tipos de entrevista

La entrevista tiene diversidad de acuerdo al objetivo de la investigación a realizar, puede utilizarse para una simple recolección de datos, para informar, para motivar o generar influencia de algún modo la percepción del investigador en el entrevistado, por lo general la trayectoria del diálogo la va dirigiendo el entrevistador, con el fin de obtener la información requerida o retenida por en el entrevistado en cuestión.

Citando a (Acevedo, Florencia, & López, 1986), clasifican las entrevistas

en dos grupos:

1. Según su propósito, es decir acorde al objetivo, si se desea obtener un juicio sobre el entrevistado, evaluar un historial previo, para solucionar conflictos, ampliar información específica.
2. Según su conducción: puede subdividirse en dos grupos:
 - a) De acuerdo a la estructura propuesta por el entrevistador: Planificada, Semilibre, libre y de tensión.
 - b) De acuerdo a las personas que intervienen: Individual, grupal o panel.

Definiendo más claramente los tipos de entrevista, se opta por los tipos de entrevista de acuerdo a su estructura:

Entrevista Planificada: dentro de la investigación científica es la más efectiva, por su característica sistemática y concreta, siendo rígidamente ligada a los objetivos de la investigación.

Entrevista Semilibre: Aunque existe un previo desarrollo de preguntas estructuradas, va de la mano de la habilidad del interlocutor para obtener información, dando un grado de confianza para que el entrevistado facilite la información deseada.

Entrevista Libre: existe fluidez y confianza entre entrevistador y entrevistado, se obtiene gran información, pero debe estar direccionada con lineamientos o bosquejos para no perder el objetivo principal de la entrevista.

Entrevista de tensión: esta direccionada a identificar el aspecto conductual del entrevistado, frente a ciertas situaciones planteadas por el entrevistador.

Guía de entrevista

Según la guía proporcionada por (Barragán, y otros, 2003) Existen condiciones que se deben tomar en cuenta al momento de realizar una entrevista, tales como:

- Definir claramente el objeto de estudio
- Considerar el marco teórico sobre el cual está fundamentada la investigación, identificando las variables correctas a analizar,

formuladas en preguntas.

- Seleccionar detenidamente quienes serán los entrevistados más propicios, de acuerdo al fenómeno estudiado.
- Si se cuenta con relaciones o redes que faciliten información relevante para la investigación.
- Se debe explicar brevemente el objetivo de la investigación y por qué fue seleccionado el entrevistado, esclareciendo previamente la naturaleza de la entrevista.
- Es importante tener conocimiento previo, de acuerdo al tema de la entrevista y el entrevistado, es importante la terminología aplicada, y no caer en preguntas obvias o sin trascendencia para la investigación.

Los autores (Barragán, y otros, 2003) han hincapié que es necesario que la guía de entrevista sea desarrollada en función del proyecto investigativo, los temas derivados de éste, los objetivos, y tener claro si lo que se buscan son hechos o percepciones del entrevistado.

Las preguntas deben abarcar ampliamente el tema a investigar, y solo es posible estructurarlas con una investigación previa razonada del fundamento de la investigación y considerando las características, confianza y disponibilidades del entrevistador y entrevistado.

Se identifican la siguiente clasificación de preguntas:

- Directas: van directo al punto, concretas, poco opcionales para una conversación fluida.
- Guiadas: su principal objetivo es conseguir opiniones sobre determinados temas.
- Preguntas de elección obligatoria, donde solo existen por lo general dos opciones, de características dicotómicas.
- Abiertas: También son consideradas de opinión libre, pues el entrevistado, puede diversificar su respuesta.

No obstante, la efectividad y eficacia de la entrevista dependerá de la habilidad del entrevistador, la interacción y cooperación de los participantes, donde se aplique escucha activa, ser neutral y saber

realizar la pregunta, manejando tonos de voz e inteligencia emocional.

Guía de entrevista del proyecto

1. Lugar y Fecha de Entrevista

Ubicación: Sauces 4 Bloque 73-74

Fecha: Días 26-27-28 de Febrero de 2018

2. Participantes

Entrevistador: Ingrid Bravo Alay

Estudiante ITB Tecnológico Bolivariano

Entrevistados: Habitantes de Bloques 73-74 de Sauces 4

3. Tipo de entrevista

Individual

4. Tipos de preguntas

Preguntas directas y de elección obligatoria, para conocer percepción de los habitantes sobre la creación de un negocio basado en productos de maíz.

5. Recursos

Autofinanciamiento

Encuesta

(Alvira Martín, 2011) se refiere a la encuesta “como la metodología de investigación más utilizada en ciencias sociales a través de un cuestionario estandarizado”, mismo que ha ido variando a través del tiempo, iniciando en proyectos gubernamentales, sociales y económicos, y hoy en día utilizados en diferentes aspectos y entornos en los que se desarrolla la humanidad, ofrece un proceso estandarizado de acuerdo al requerimiento del proceso investigativo, es práctico, permite establecer estadísticas de un fenómeno social.

Se decide proceder con este instrumento de recolección de datos por poseer dos características principales: se puede realizar de manera directa entrevistador-entrevistado, vía telefónica o mediante redes sociales, permite una medición estructurada, se puede trabajar con muestras de la población de objeto de estudio.

Los Autores (Merino Sanz, Pintado Blanco, Sánchez Herrera, & Grande Esteban, 2015, pág. 82) mencionan que para aplicar correctamente la técnica de encuesta, debe poseer las siguientes características:

- Técnica de comunicación: los participantes conocen que participan de un estudio realizado mediante diversos medios de comunicación.
- Técnica cuantitativa: el objetivo principal es identificar y etiquetar numéricamente y estadísticamente, de manera parcial o total el universo estudiado.
- Técnica estática: se realiza en tiempo determinada, y solo para obtención de información específica.
- Técnica estructurada, se realiza mediante un formulario, con alternativas limitadas de respuestas.

Tipos de encuesta

Existen tres modalidades de encuesta, la personal, la telefónica y la online, de acuerdo al medio de comunicación empleado para recolectar información:

- La **encuesta personal**, se caracteriza por ser presencial e individual sin inferencia de terceros, permite también otras observaciones del comportamiento del entrevistado, y fluidez de comunicación entre entrevistador y entrevistado.
- La **encuesta telefónica**, tal como se indica es mediante el uso del teléfono, es más bien sugerida como complemento de una entrevista previa personal, se valida más la percepción auditiva del entrevistador, tiene limitaciones de tiempo, no prolongarse más de 10 minutos, lo que no permite una recolección de datos adecuada.
- La **encuesta online**, quizá la más actualizada en cuanto a medios tecnológicos, pues se utiliza el internet y redes sociales, muy útil si la información que se desea obtener es de carácter masivo, el perfil del entrevistador prácticamente no se percibe.

Cuadro 6. Técnicas e instrumentos

Técnicas	Instrumentos
Encuestas	Cuestionario de 10 preguntas cerradas con opciones limitadas que faciliten su tabulación, para identificar la aceptación del producto.

Elaborado por: Ingrid Bravo

Cuestionario o modelo de encuesta.

Del Diseño del Cuestionario:

Este proyecto investigativo utilizó como técnica de recolección de datos “La Encuesta”, utilizando preguntas dicotómicas, de clasificación, de respuesta múltiple, porque permiten una tabulación más práctica y rápida.

El cuestionario está diseñado de la siguiente manera:

1. Preguntas de identificación: Nombre, Edad, Género, Correo electrónico, su utilidad es para segmentación de mercado y alimentación de basen de datos.
2. Preguntas de hecho: haciendo hincapié a hechos concretos acerca de la frecuencia de compra de los consumidores en relación a productos de comida rápida.
3. Preguntas de opinión: para conocer sugerencias y estimaciones de precios de parte de los consumidores, y que otros productos prefieren a bases de maíz
4. Preguntas de Intención: para conocer los medios de comunicación que utiliza, para su aplicación en las estrategias publicitarias.

El proceso llevado a cabo para la recolección de datos fue directamente realizando un trabajo de campo en la zona norte de la ciudad de Guayaquil, seleccionando la ciudadela Sauces 4, específicamente los bloques multifamiliares por juicio implícito del investigador. Se realizó un diagrama de Gantt para programar las actividades a realizar.

Encuesta a aplicar en el proyecto



ENCUESTA



Estimados, mi nombre es Ingrid Bravo, soy estudiante del Instituto Tecnológico Bolivariano de tecnología, y estamos realizando una encuesta que estudia la factibilidad de la creación de un negocio basado en el producto: maíz ecuatoriano

(Informativo) Nombres: _____

(Informativo) Correo electrónico – Número de contactos: _____

1. Género

- Femenino
- Masculino

2. Edad (Seleccione en que rango de edad se encuentra)

- Menor de 18 años
- De 18 años a 25 años de edad
- De 26 años a 33 años de edad
- De 34 años en adelante

3. Qué tipo de comida Ud. Prefiere

- Comida tradicional
- Comida Rápida
- Comida Vegetariana
- Comida Novedosa

4. Con qué frecuencia Ud. Visita lugares de comida rápida

- Diario
- Una vez a la semana

- Una vez cada 15 días
- Una vez al mes
- Fechas festivas
- No, prefiero comer en casa

5. De estos platos de comida rápida. ¿Cuál es su preferido?

- Hamburguesa
- Pizza
- Pollo frito

6. ¿Qué le parece la propuesta de una pizza a base de maíz?

- Novedoso, si la probaría
- No la probaría, prefiero los productos ya conocidos
- No me gusta el maíz

7. Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?

- Pizza de maíz
- Tortilla de maíz
- Humitas
- Otros

8. ¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de acuerdo al tamaño?

Personal	\$1,50	\$1,75	\$2,00
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mediana	\$8	\$10	\$12
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Familiar	\$18	\$20	\$22
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. ¿Qué tiempo Ud. Estima demora la preparación de su pizza de maíz?

- 5 minutos máximos
- 10 minutos máximos
- 15 minutos máximos
- Otros

10. De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. Más utiliza

- TV
- Radio
- Redes sociales
- Otros

Agradecemos su valioso tiempo, es de gran ayuda para nosotros

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Una vez determinadas las preguntas y realizadas las encuestas, para la tabulación se utilizó la herramienta que proporciona Google, en la elaboración de formularios, pues permite el ingreso de preguntas con diversas opciones, para la aplicación de este proyecto, se eligió de características cerrada de selección de una opción entre varias, respuestas cortas y cuadrícula de varias opciones, facilitando una actualización inmediata una vez que el encuestado llena sus respuestas, lo cual facilitó y optimizó el tiempo en cuanto a la recolección de datos y la respectiva graficación, también se elaboró tablas dinámicas aplicando como instrumento las herramientas que ofrecen los programas utilitarios como Microsoft Excel, que permite una corroboración entre gráficos y frecuencias, arrojando los siguientes resultados con los gráficos y porcentajes correspondientes:

Las preguntas de identificación permitieron una recolección de información para alimentar la base de datos inicial de clientes potenciales del negocio planteado.

Cuadro 7. Base de datos recolectada de Encuesta

No.	Fecha de encuesta	Nombre y Apellidos	Correo Electrónico	Número Telefónico
1	2018/02/26 1:28:51 p. m.	Blanca Fiallos	blancafiallos70@gmail.com	984430771
2	2018/02/26 1:36:58 p. m.	Juan Pablo Frugone	juanfrugone@gmail.com	
3	2018/02/26 1:38:54 p. m.	Kelly Bravo	kellycaroline@hotmail.es	980152360
4	2018/02/26 1:39:19 p. m.	María Rosa Bustamante	meryros2000@hotmail.com	995974065
5	2018/02/26 1:39:24 p. m.	Ana Cabrera	anaceciliacabrera@hotmail.com	999580923
6	2018/02/26 1:39:38 p. m.	Elvis Arribas Plata Gómez	elvis-arribasplata1@hotmail.com	
7	2018/02/26 1:46:50 p. m.	Nicole Aguilar	nik-le@hotmail.com	991528722
8	2018/02/26 1:53:40 p. m.	Lorena Delgado Romero	loreniu30@hotmail.com	992404120
9	2018/02/26 2:21:39 p. m.	Mirella Hernández Cabrera	mirellahc2012@gmail.com	969186636
10	2018/02/26 2:25:55 p. m.	Claudia Campos Díaz	clami_camposd94@hotmail.com	959649481
11	2018/02/26 2:36:49 p. m.	Robert Eduardo Smith Carrillo	tete_treo@hotmail.com	
12	2018/02/26 2:44:04 p. m.	Martha Herrera Ulloa	tita_herrera@hotmail.com	908953037
13	2018/02/26 3:29:52 p. m.	Carlos Velásquez	carlosemanuel1991@gmail.com	
14	2018/02/26 4:32:15 p. m.	Karol Valeria Sánchez Chévez	vakarolj@hotmail.com	
15	2018/02/26 4:39:43 p. m.	Candy Rodríguez	dulcecaramelo1118@gmail.com	
16	2018/02/26 4:53:30 p. m.	Azucena Campos Morales	marizu.spa@hotmail.com	993292311
17	2018/02/26 4:58:26 p. m.	Yadira Bravo Chancay	ybravo0977@gmail.com	
18	2018/02/26 5:04:54 p. m.	Esther Segura Romero	esthercitasegura@hotmail.com	997893127
19	2018/02/26 7:20:37 p. m.	Víctor Vásquez Cassan	che_vasco84@hotmail.com	
20	2018/02/26 7:46:04 p. m.	Shirley Aguilera Barragán	darksidecontigo@gmail.com	990930948
21	2018/02/26 8:28:50 p. m.	Rocío Pizarro	zarumenapm@gmail.com	987618299
22	2018/02/26 8:31:51 p. m.	Juan Carlos Cedeño Gutiérrez	jcceño@yahoo.com	985021562

23	2018/02/27 11:50:56 a. m.	Jessica Díaz	jekadiazg@gmail.com	2326700
24	2018/02/27 7:34:47 p. m.	Joselyn Galarza Cedeño	joselynmeylingc@outlook.com	988961784
25	2018/02/27 7:35:15 p. m.	Jeremías Yuquilema Piza	jrr_15@hotmail.es	
26	2018/02/27 7:41:42 p. m.	Michael Pinargote Galarza	michael10mpg@hotmail.es	979956256
27	2018/02/27 7:55:17 p. m.	John Carvajal	Johnycarva416@outlook.com	
28	2018/02/27 8:08:12 p. m.	Andrea Montesdeoca	alelu1909@hotmail.com	
29	2018/02/27 8:54:17 p. m.	María Frías	mariaf26@hotmail.com	
30	2018/02/27 9:35:06 p. m.	Indacochea Angie	a_ik1999@hotmail.com	989940156
31	2018/02/27 9:40:21 p. m.	María Cristina Intriago Rodríguez	ma.cris_15@hotmail.com	982061283
32	2018/02/27 9:43:37 p. m.	Dennis Morán Mosquera	dr.dennismoran@gmail.com	
33	2018/02/27 9:44:58 p. m.	Génesis Leonor Rivera Coronel	gene-jen@hotmail.com	
34	2018/02/27 9:45:12 p. m.	Kenny Cervantes	kcm_1998@hotmail.com	
35	2018/02/27 9:57:46 p. m.	Mauricio Jiménez	mauriciojimenez1102@gmail.com	
36	2018/02/27 10:03:05 p. m.	Oscar Villegas	oscar.villegasug@hotmail.com	989293826
37	2018/02/27 10:07:01 p. m.	José Manuel Macías Jiménez	josemaciasj@outlook.com	
38	2018/02/27 10:32:48 p. m.	Frank Orellana	x-raydog@hotmail.es	
39	2018/02/27 10:56:19 p. m.	María José Jiménez Rovira	majojimenezrovira1998@hotmail.com	982247593
40	2018/02/28 1:08:55 p. m.	Israel molina mera	isra_87mm@hotmail.com	
41	2018/02/28 1:12:32 p. m.	Johnn Cevallos	johnncevallos75@hotmail.com	994597325
42	2018/02/28 1:17:00 p. m.	Johnny Lavayen Segura	jvicent_21@hotmail.com	
43	2018/02/28 1:36:09 p. m.	Mariela Cino Ruiz	marycino@hotmail.com	
44	2018/02/28 2:01:00 p. m.	Katherine Martillo Fernández	kathyelizabeth93@hotmail.com	466415
45	2018/02/28 3:13:43 p. m.	Kadir Barquet Bravo	kbarquetbravo@gmail.com	986369604
46	2018/02/28 3:14:27 p. m.	Robert vite	robertvite420@gmail.com	958929864

47	2018/02/28 3:19:11 p. m.	Fernando Simba	fernandosimba.123456@gmail.com	
48	2018/02/28 3:21:04 p. m.	Emily Calero	emilylcalero@outlook.com	
49	2018/02/28 3:22:02 p. m.	Didier Guillén Andrade	dguillenandrade@hotmail.com	
50	2018/02/28 4:43:29 p. m.	Katherine Ortiz	katherineortizg98@gmail.com	

Elaborado por: Ingrid Bravo

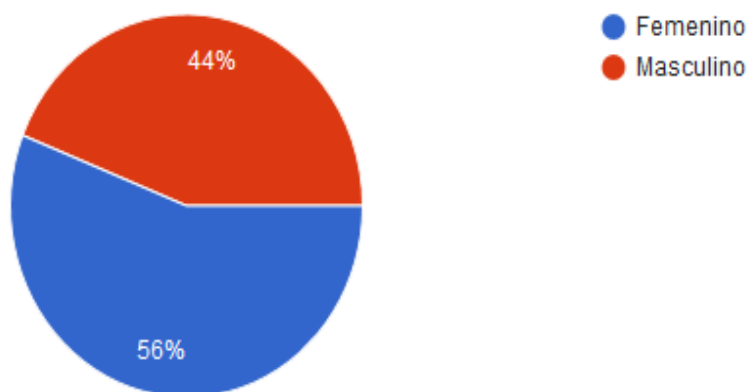
1. Género

Tabla de frecuencia

Etiquetas de fila	Cuenta de Género	Porcentaje
Femenino	28	56 %
Masculino	22	44 %
Total general	50	100 %

Gráfico 6. Pregunta 1. Género

50 respuestas



Elaborado por: Ingrid Bravo

Los encuestados en un 56% fueron de género femenino y un 44% masculino, representando 28 mujeres y 22 hombres respectivamente de acuerdo a los resultados, permitirá conocer como está segmentado el mercado de acuerdo al género.

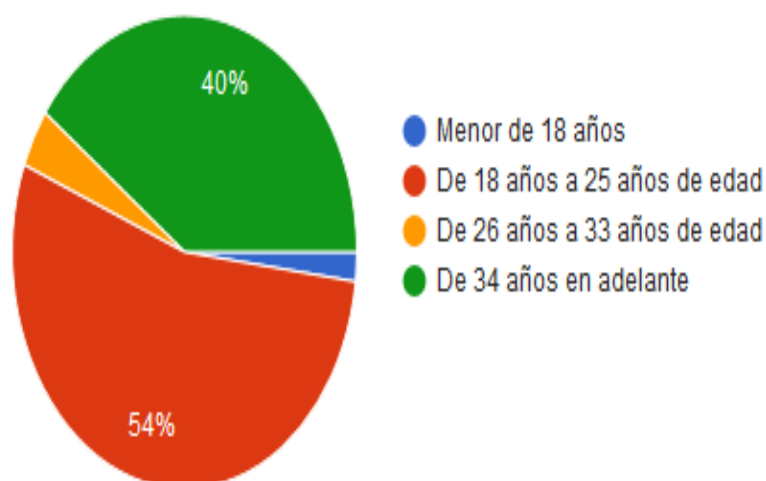
2. Edad (Seleccione en que rango de edad se encuentra)

Tabla de frecuencia

Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	Total General	Porcentaje
De 18 Años a 25 Años de edad	14	13	27	54 %
De 26 Años a 33 Años de edad		2	2	4 %
De 34 Años en adelante	14	6	20	40 %
Menor de 18 Años		1	1	2 %
Total general	28	22	50	100 %

Gráfico 7. Pregunta 2. Edad

50 respuestas



Elaborado por: Ingrid Bravo

De los 50 encuestas realizadas el 54% de los encuestados corresponde desde 18 años a 25 años de edad, indicándome que son de las personas que mayoritariamente poseen poder adquisitivo, siendo un alto porcentaje de potenciales clientes, seguidos de un 40% de personas entre 34 años en adelante, quienes ya tienen decisión de compra, aunque sus ingresos económicos, muchas veces son provenientes de los recursos paternos, figurando un alto porcentaje de capacidad de consumo para la aplicación del proyecto.

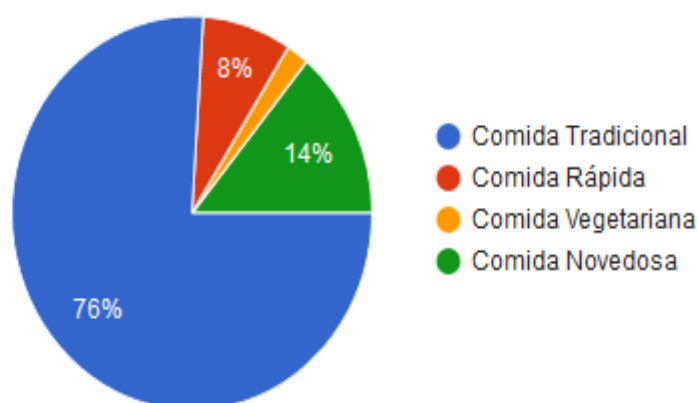
3. Qué tipo de comida Ud. Prefiere

Tabla de frecuencia

Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	Total general	Porcentaje
Comida Novedosa	4	3	7	14 %
Comida Rápida	4		4	8 %
Comida Tradicional	19	19	38	76 %
Comida Vegetariana	1		1	2 %
Total general	28	22	50	100 %

Gráfico 8. Pregunta 3. ¿Qué tipo de comida Ud. Prefiere?

50 respuestas



Elaborado por: Ingrid Bravo

En la Tercera pregunta, el objetivo era determinar cuáles son los tipos de comida preferenciales en el sector, que como consecuencia arrojó como resultado que el 76% de los habitantes encuestados prefieren comida tradicional, seguido de un 14% solo se muestra interesada por comida novedosa, pero por este segundo lugar, se detecta que el público igual le gusta salir de la monotonía, haciendo que la propuesta de la pizza de maíz estime un porcentaje del 14% de aceptación de manera inicial.

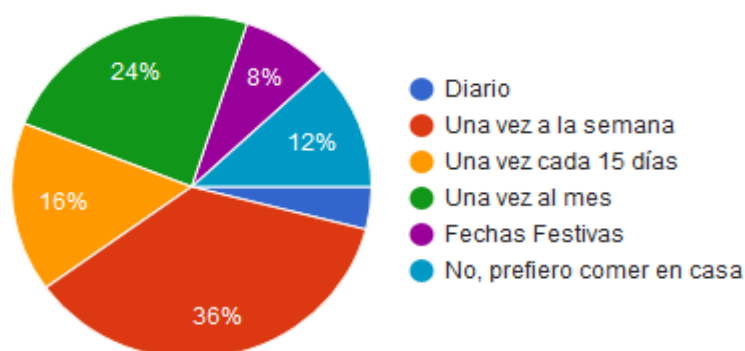
4. Con qué frecuencia Ud. Visita lugares de comida rápida

Tabla de frecuencia

Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	Total general	Porcentaje
Diario		2	2	4 %
Fechas Festivas	2	2	4	8 %
No, prefiero comer en casa	4	2	6	12 %
Una vez a la semana	8	10	18	36 %
Una vez al mes	9	3	12	24 %
Una vez cada 15 días	5	3	8	16 %
Total general	28	22	50	100 %

Gráfico 9. Pregunta 4. ¿Con qué frecuencia Ud. Visita lugares de comida rápida?

50 respuestas



Elaborado por: Ingrid Bravo

Esta pregunta de hecho, desea conocer la frecuencia con la que la población estudiada visita lugares de comida rápida, y de acuerdo a la recolección de datos muestra que el 36% visita una vez a la semana estos sitios que ofrecen este estilo de comida, seguidos de un 24% de las personas que visitan una vez al mes, y un 16% corresponde a las personas que visiten una vez a la semana, lo que corresponde a las veces que reciben sus remuneraciones en Ecuador, semanal, quincenal y mensual, esto nos permitirá determinar cuándo se requiere mayor cantidad de materia prima, de acuerdo a la demanda del mercado.

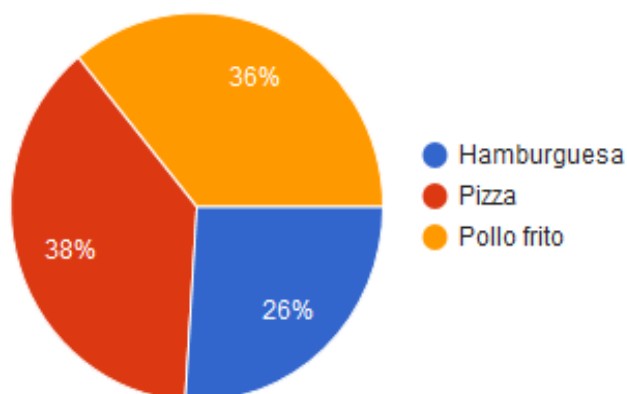
5. De estos platos de comida rápida. ¿Cuál es su preferido?

Tabla de frecuencia

Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	Total general	Porcentaje
Hamburguesa	5	8	13	26 %
Pizza	12	7	19	38 %
Pollo frito	11	7	18	36 %
Total general	28	22	50	100 %

Gráfico 10. Pregunta 5. De estos platos de comida rápida ¿Cuál es su preferido?

50 respuestas



Elaborado por: Ingrid Bravo

Se requirió conocer los platos en estilo de comida rápida, que prefieren los encuestados, determinando porcentaje un 38% para Pizza, lo cual reafirma lo asertivo de elaborar pizza a base de maíz, como un producto que no pasaría desapercibido, obteniendo altas posibilidades de rentabilidad, dentro de las comidas de estilo rápido que mayoritariamente figuran por el sector de Sauces 4, seguido de un 36% de hamburguesas, lo que me demuestra la preferencia por la carne, lo que me permitiría incluir dentro de los adicionales sabor a carne en la pizza, para captar a esos clientes.

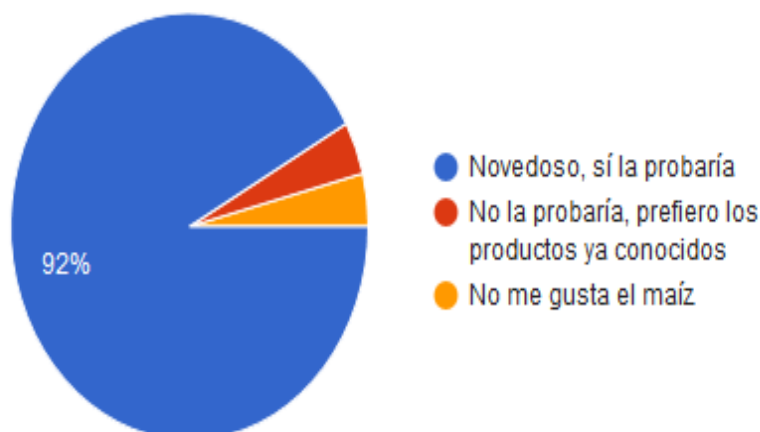
6. ¿Qué le parece la propuesta de una pizza a base de maíz?

Tabla de frecuencia

Etiquetas de fila	Femeni no	Masculi no	Total general	Porcentaje
No la probaría, prefiero los productos ya conocidos	1	1	2	4 %
No me gusta el maíz	1	1	2	4 %
Novedoso, Sí la probaría	26	20	46	92 %
Total general	28	22	50	100 %

Gráfico 11. Pregunta 6. ¿Qué le parece la propuesta de una pizza a base de maíz?

50 respuestas



Elaborado por: Ingrid Bravo

A pesar de las respuestas obtenidas es los tipos de comida preferida, donde solo un 14% si disfruta de comida novedosa, un 92% de los encuestados ante la idea de una pizza basada en maíz, si estaría dispuesta a degustarla solo un 4% no la probaría por preferir productos ya conocidos y un 4% definitivamente no le gusta el maíz, esta estimación abre una gran brecha de oportunidades de aceptación del producto propuesto.

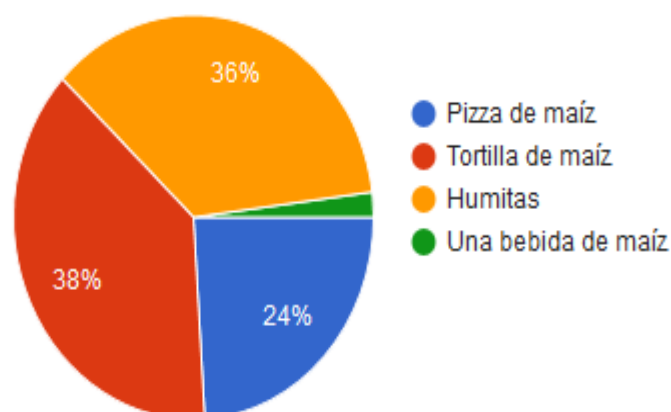
**7. Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz
¿Qué opción seleccionaría?**

Tabla de frecuencia

Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	Total general	Porcentaje
Humitas	12	7	19	38 %
Pizza de maíz	4	8	12	24 %
Tortilla de maíz	12	6	18	36 %
Una bebida de maíz		1	1	2 %
Total general	28	22	50	100 %

Gráfico 12. Pregunta 7. Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?

50 respuestas



Elaborado por: Ingrid Bravo

La pregunta propuesta formulada, fue con el hecho de verificar que opciones se tiene de otros productos elaborados a base de maíz preferirían los encuestados, permitiendo conocer la amplia gama que podría ofrecerse en el negocio, reflejando en la encuesta un 38% prefiere tortilla de maíz y un 36% las humitas, lo que ratifica la preferencia por la comida tradicional, siendo una de las opciones alternativas que se pueden

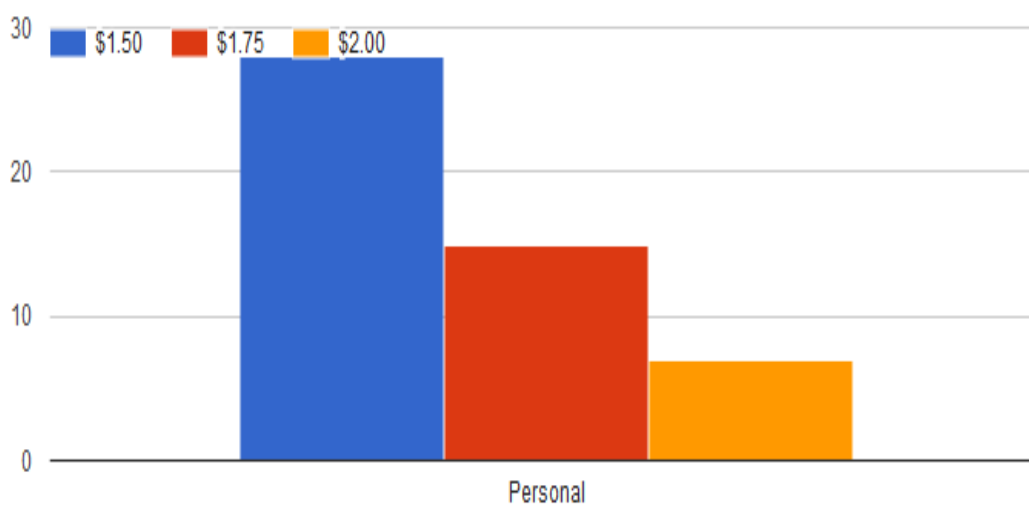
añadir en el menú del negocio, poniéndolo entre las opciones factibles en el desayuno, es también reflejante un 24% la pizza de maíz, lo que acentúa la alta probabilidad de aceptación del producto.

8. ¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de acuerdo al tamaño?

Tabla de frecuencia

	\$1.50	\$1.75	\$2.00	Total general
Cuenta de ¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño? Personal	27	15	8	50
Porcentajes	54 %	30 %	16 %	100 %

Gráfico 13.1. Pregunta 8. ¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de acuerdo al tamaño? (Personal)

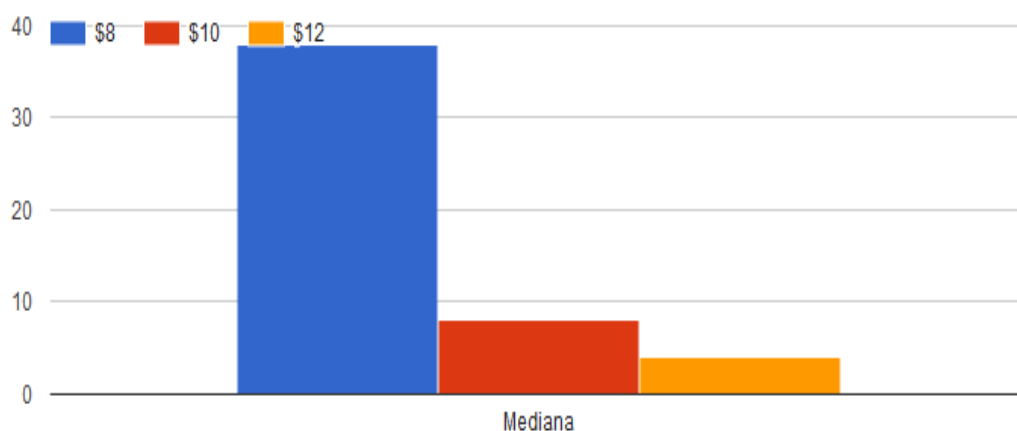


Elaborado por: Ingrid Bravo

Tabla de frecuencia

	\$ 8	\$ 10	\$ 12	Total general
Cuenta de ¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño? Mediana	39	7	4	50
Porcentajes	78 %	14 %	8 %	100 %

Gráfico 13.2. Pregunta 8. ¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de acuerdo al tamaño? (Mediana)

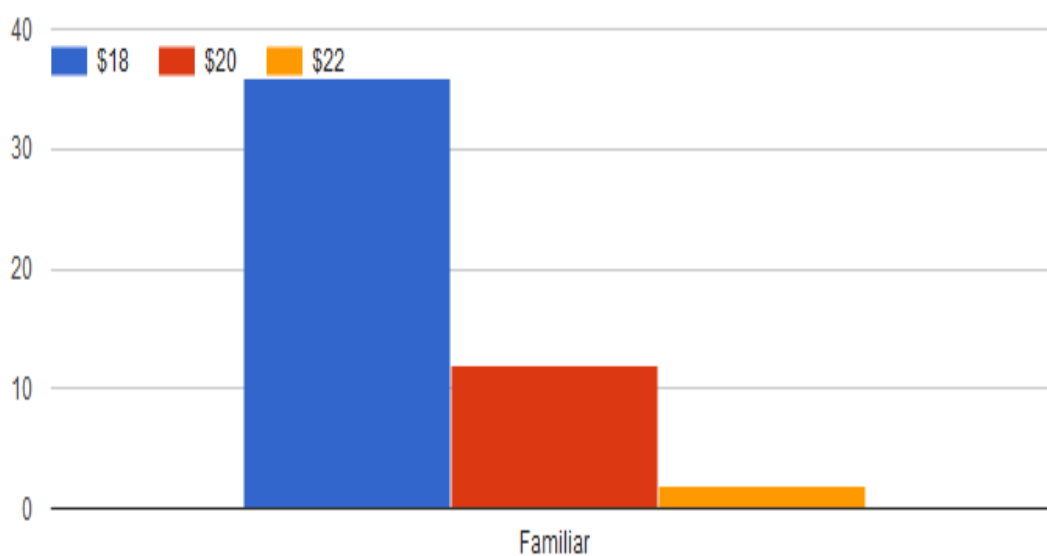


Elaborado por: Ingrid Bravo

Tabla de frecuencia

	\$ 18	\$ 20	\$ 22	Total general
Cuenta de ¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño? Familiar	37	11	2	50
Porcentajes	74 %	22 %	4 %	100 %

Gráfico 13.3. Pregunta 8. ¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de acuerdo al tamaño? (Familiar)



Elaborado por: Ingrid Bravo

El interés en la realización de esta pregunta, fue conocer el precio que estarían dispuestos a pagar por la pizza de maíz de acuerdo al tamaño, se puso de referencia, los precios existentes en el mercado, dando como resultado en las encuestas que un 54% de los encuestados, pagaría \$1,50 por la pizza de maíz de tamaño personal, un 78% de las 50 personas encuestadas pagaría \$8, y un 74% pagaría \$18 por la pizza familiar, que analizados según los costos de elaboración, se cumple el margen de utilidad esperado que es del 70%.

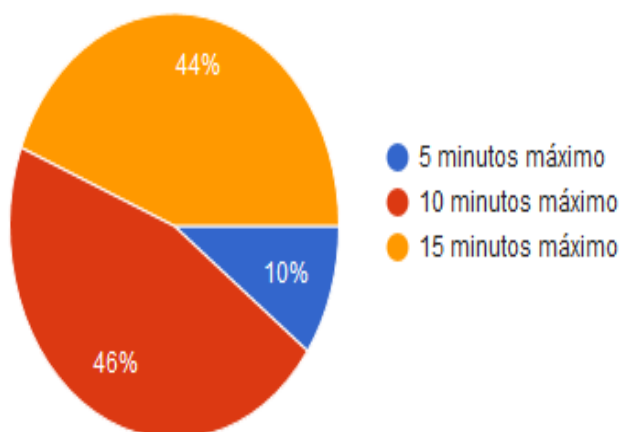
9. ¿Qué tiempo Ud. Estima demora la preparación de su pizza de maíz?

Tabla de frecuencia

Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	Total general	Porcentaje
10 minutos máximo	12	11	23	46 %
15 minutos máximo	13	9	22	44 %
5 minutos máximo	3	2	5	10 %
Total general	28	22	50	100 %

Gráfico 14. Pregunta ¿Qué tiempo Ud. Estima demora la preparación de su pizza de maíz?

50 respuestas



Elaborado por: Ingrid Bravo

El objetivo buscado con esta pregunta de intención era conocer el tiempo máximo de espera que los clientes esperarían por la preparación de su pizza de maíz, arrojando como resultados que el 46% esperaría 10 minutos máximo por su pizza, seguido de un 44% que esperaría 15 minutos por su pizza de maíz, lo que da un promedio de 12 minutos, esto me indica que no se puede demorar más de esta estimación periodal, en tener el cliente su pizza en la mesa para poder degustarla.

10. De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud.

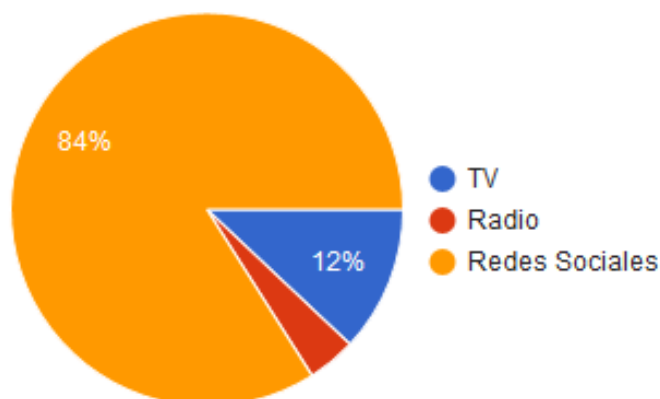
Más utiliza

Tabla de frecuencia

Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	Total general	Porcentaje
Radio	1	1	2	4 %
Redes Sociales	23	19	42	84 %
TV	4	2	6	12 %
Total general	28	22	50	100 %

Gráfico 15. Pregunta 10. De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. Más utiliza

50 respuestas



Elaborado por: Ingrid Bravo

De acuerdo a las tendencias actuales, la encuesta arrojó que el 84% de los encuestados utiliza las redes sociales para comunicarse, por lo que facilita la publicidad a bajo costo del negocio, seguido de un 12% en Televisión, siendo un 4% de preferencia radioescucha. La publicidad a través de redes sociales, es bajo costo, permite creatividad gracias a los recursos online gratuitos previamente existentes, y una difusión masiva, de esta manera se garantiza la inserción del producto con fuerza.

Plan de Mejoras

De acuerdo a los resultados obtenidos la creación del negocio ChocListo basada en productos de base de maíz es altamente factible, lo que determina en gran magnitud el aporte positivo en la creación y generación de empleos. Se hará énfasis la realidad actual fundamenta en datos estadísticos proporcionados por el INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

Se esclarecerá de manera individual los objetivos planteados el proyecto, procurando ser lo más explícito para el lector y sea aplicable de manera pragmática, en cualquier tipo de propuesta futura.

Es importante determinar los costos iniciales en los que una persona natural incurriría al aperturar un negocio en la ciudad de Guayaquil, estableciendo los márgenes de utilidad.

La propuesta presentada es la elaboración de pizza a base de maíz producto ecuatoriano, por lo que se determinará el costo de alquiler de local, maquinarias, mano de obra requerida, costos de trámites y permisos, costos de logística y costos publicitarios, debe iniciarse con fondos propios, y posteriormente se aplicará financiamiento como proyecto innovador al Ministerio de Industrias y productividad, para ampliación y crecimiento del mismo.

Desarrollo del prototipo

El desarrollo del prototipo, por ser un producto innovador correrá por cuenta del emprendedor, el objetivo es que esta elaboración se realice a

gran escala, es decir a mayor volumen de ventas, se podrá mantener el costo sugerido por los encuestados y potenciales clientes, se enlistan los siguientes materiales como primarios para la elaboración:

1. Harina de maíz, que inicialmente será considerada como obtención de materia prima, pues la industrialización del maíz es una fase que se desea obtener a futuro, con la ampliación del negocio.
2. Queso mozzarella, que es agregado en la masa previamente pre cocinada, para no demorar su cocción
3. Adicionales a elegir: Pepperoni, salchicha italiana, salami, jamón

Determinando los siguientes costos iniciales por tamaño de pizza:

Cuadro 8. Estimación de Costos por tamaño de Pizza

Ingredientes	Personal	Mediana	Familiar	Observación
Harina	\$ 0,15	\$ 0,38	\$ 1,50	Los precios sugeridos por los encuestados están dentro de los estimados de costos, se observa un mayor porcentaje de utilidad en la Pizza mediana
Queso	\$ 0,55	\$ 1,38	\$ 5,50	
Aderezos	\$ 0,30	\$ 0,75	\$ 3,00	
COSTOS ESTIMADOS POR UNIDAD	\$ 1,00	\$ 2,50	\$ 10,00	
PRECIOS SUGERIDOS ENCUESTA	\$ 1,50	\$ 8,00	\$ 18,00	
GANANCIA ESTIMADA USD\$ x UNIDAD	\$ 0,50	\$ 5,50	\$ 8,00	
GANANCIA ESTIMADA UTILIDAD %	50,00 %	220,00 %	80,00 %	
PROMEDIO PORCENTUAL UTILIDAD	116,67 %			

* Costos estimados en precios de mercado 2018, sujeto a cambios al mercado vigente durante ejecución del proyecto.

Elaborado por: Ingrid Bravo

Estos costos son valorados estimados de acuerdo a costos estimados del mercado actual, sujetos a cambio de acuerdo a precios vigentes con la efectivización de la creación del negocio.

Se ha determinado como referencia que una Libra de Harina de maíz proporciona hasta 5 porciones de pizza personal, partiendo de ahí, se ha considerado 2,5 veces de ingredientes como multiplicador para la pizza

mediana y 4 veces de ingredientes de la mediana como multiplicador de la pizza familiar, para establecer los costos unitarios.

Es evidenciable de acuerdo a este cálculo que la rentabilidad más potencial recae sobre la pizza mediana, estimando un promedio de porcentualidad de utilidad de un 116%, lo que sugiere elaborar promociones con este tamaño de pizza, procurando la generación de valores que permitan la obtención de los costos fijos para asegurar el sostenimiento y crecimiento empresarial.

Definir los aspectos legales necesarios para aperturar el negocio, estableciendo la conveniencia de hacerlo de manera individual o societaria.

Permisos de funcionamiento:

Para poder sacar permisos de funcionamientos, como negocio ChocListo, ingresa dentro de la categoría “Establecimientos destinados a la elaboración de comidas listas y empacadas”, según la (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia sanitaria, 2018), determina la siguiente descripción: “Son establecimientos destinados a la manufactura de comidas listas y empacadas (ejemplo: hamburguesas, pizza, burritos, humitas, tostados etc.)”

Los requisitos para obtención del permiso de funcionamiento son:

1. Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
2. Categorización otorgada por el Ministerio de productividad (MIPRO) o por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS)

Categoría:28.13 Establecimientos Destinados a la Elaboración de Comidas Listas y Empacadas Costo: \$0.00

Para realizar la inscripción del RUC como persona natural, el (Servicio de Rentas Internas, 2018) , costo \$0.00, y se requiere:

- Documento de identificación:
 - Cédula o Pasaporte ecuatoriano (Ecuatoriano / Extranjero Residente)
 - Pasaporte + Visa o credencial refugiado (Extranjero No residente)
- Algún Documento que identifique el establecimiento, de los mencionados:
 - Factura o planilla: Servicios básicos u otros servicios
 - Pago predios urbano o rural
 - Cualquier documento emitido en una entidad pública
 - Contrato de concesión comercial
 - Certificaciones de uso de locales por Centros comerciales, Municipios u asociaciones.
 - Estado bancario
 - Patente municipal
- Si posee algún tipo de certificación artesanal emitida por el Ministerio de Producción es necesario adjuntarlo, para ser merecedor de las tarifas tributarias especiales por calificación artesanal.
- Si se desea que aparezca como profesional en alguna especialización específica, debe presentarse el título que lo avale autorizado debidamente por el Senescyt Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.

Para obtener el certificado por manipulación de alimentos, va desde la recepción, almacenamiento, proceso de asepsia eficaz para evitar contaminación por gérmenes ya sea de los utensilios, del lugar de preparación de alimentos, como de quien los prepara, la (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia sanitaria, 2018) evalúa si cumple con los requerimientos para otorgar la respectiva certificación.

Para poder solicitar esta certificación previamente debió asistir a un curso de manipulación de alimentos, que se otorga de manera gratuita de

acuerdo a cronograma previamente proporcionado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria para la zona 8 (Guayaquil) en la ciudadela Samanes. Av. Francisco de Orellana y Av. Paseo del parque Bloque 6, telefonos 042599220 - 042599222 o comunicandose con atencionciudadana.cz8@controlsanitario.gob.ec, una vez aprobado este curso, se envía la siguiente solicitud:

Figura 12. Ejemplo de solicitud para calificación (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia sanitaria, 2018)

Quito, DM dd/mm/aa

DIRECTOR/A EJECUTIVO/A
Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA
Presente.-

De mi consideración:

Mediante el presente me dirijo a usted, para solicitarle se realice la evaluación de mi establecimiento (Nombre del establecimiento), ubicado en..... (Provincia, Cantón, Parroquia, Calle, Número, Calle Secundaria) referencia para obtener la calificación respectiva.

Con sentimientos de distinguida consideración

Atentamente,

.....
NOMBRE
CÉDULA DE IDENTIDAD/PASAPORTE

Fuente: (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2018)

Se envía una solicitud y la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria evalúa los siguientes aspectos:

1. Recepción, Almacenamiento y Manipulación de alimentos
2. Higiene del personal
3. Instalación y equipos
4. Control de plagas

Pudiendo obtener las siguientes calificaciones:

A: Rango de cumplimiento entre 90-100 puntos

B: Rango de cumplimiento entre 80 – 89.9 puntos

C: Rango de cumplimiento entre 60 – 79.9 puntos

Calificación en Proceso

El comerciante, puede aplicar recalificación aplicando el mismo procedimiento, sin limitación de veces.

Estudio de Mercado

La encuesta realizada permitió la evaluación de la potencialidad del negocio como producto novedoso, tendría gran aceptación, más dependerá de la versatilidad de platos para fomentar ventas diarias, pues la afluencia de estos lugares de comida rápida tiene una brecha temporal algo amplia entre consumos por parte de los encuestados, y los márgenes de utilidad proyectados son amplios, permitiendo un sostenimiento durante el proceso de arranque inicial del negocio.

Costos de Constitución del negocio

- Trámites y permisos: \$50 en movilización pues se ha verificado que los costos para aperturar tienen costo cero (\$0), en relación a este tema.
- Alquiler de Local: \$200 mensuales, más dos meses de depósito total \$600
- Horno Para Pizza Eléctrico 220v 2 Bandejas \$943
- Materia Prima Inicial Mes: Harina de maíz , Queso, Adicionales \$500
- Servicios Básicos: \$120 mensuales
- Gastos publicitarios estimados en redes sociales mayoritariamente \$200

- Sueldos:
 - Jefe /Supervisor \$500 más beneficios de ley
 - 2 Empleados \$386 más beneficios de ley
 - Con las respectivas provisiones de beneficios sociales

TOTAL ESTIMADO INICIAL: USD\$5.195,33 dólares

Cuadro 9. Costos Iniciales y Mensuales del Negocio ChocListo

DESCRIPCION	INICIAL	MENSUAL
Trámites y permisos: \$50 en movilización pues se ha verificado que los costos para aperturar tienen costo cero (\$0), en relación a este tema.	\$ 50,00	
Alquiler mensual + 2 meses depósito	\$ 600,00	\$ 200,00
Horno para Pizza Eléctrico 220v 2 Bandejas	\$ 943,00	\$ 188,60
Materia Prima	\$ 500,00	\$ 500,00
Servicios Básicos	\$ 120,00	\$ 120,00
Sueldos	\$ 1.272,00	\$ 1.272,00
Provisiones Décimo Cuarto	\$ 96,50	\$ 96,50
Provisiones Décimo Tercero	\$ 1.272,00	\$ 1.272,00
Provisión de Obligaciones Sociales	\$ 141,83	\$ 141,83
Gastos Publicitarios	\$ 200,00	\$ 100,00
TOTAL	\$ 5.195,33	\$ 3.890,93

* Costos estimados en precios de mercado 2018, sujeto a cambios al mercado vigente durante ejecución del proyecto.

* Sueldos y provisiones de Beneficios sociales, fueron calculados en base al SBU Salario Básico Unificado vigente en 2018, sujeto a cambios de acuerdo a cada período legal.

Elaborado por: Ingrid Bravo

Para llegar a esta estimación inicial, se agregaron provisiones de obligaciones sociales, y beneficios sociales que recibe el empleador y se estableció gastos por devalúo de maquinaria proyectada a 5 años, de acuerdo a vida útil del horno que se adquiriría de manera inicial.

Campaña de lanzamiento

Se determina un costo Inicial de \$200, por creación de Página Web, y publicidad en las redes sociales más conocidas hoy en día, son un medio determinante por el alto índice de acercamiento de manera masiva para presentación del producto, adicional es el medio más recurrente hoy en día y de bajo costo.

Establecer la factibilidad del negocio y cuantificar la generación de empleo a partir del mismo y sus proyecciones a futuro.

Dentro de la propuesta se analizan los índices de pobreza Según (Diario Expreso, 2017) en una publicación del 18 de Julio de 2017 sustentados en información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en la ciudad de Guayaquil, a junio del 2017 creció de 1,5% a 1,9%, lo cual es altamente preocupante, porque manteniendo, la diferencia creciente es de 0,4%, si se considera este mismo ritmo, para el año 2019, podría llegar al 2,3%, por lo que es importante diseñar planes de negocios que encausen la generación de empleos en crecimiento y así menguar este preocupante índice de pobreza.

Según datos del INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos para Junio del 2017, se categorizó a una persona pobre por percibir ingresos familiares per cápita menor a USD\$85,58 mensuales, y dentro de la categoría de pobreza extrema, si por este mismo concepto percibe un valor inferior a USD\$48,23

Enfocándonos en la propuesta de generación de empleos, con la creación de un solo local, estaríamos creando 3 plazas de trabajos, por lo que aportaría en el mercado laboral sustanciosamente, donde los empleados contratados en el cargo de Jefe-Supervisor percibiría un ingreso aproximado inicial de USD\$500, y los empleados polifuncionales percibirían un SBU Salario Básico Unificado Vigente para este 2018 de \$386, en base a estas referencias, se ha procedido a realizar las proyecciones laborales, encasillándolos a los empleados mencionados, dentro de la categoría de empleo digno reglamentario en Ecuador.

Como la propuesta incluye expansión y crecimiento bajo la misma modalidad de estructura orgánica, implicaría el siguiente crecimiento de plazas de trabajo.

Cuadro 10. Proyección de Plazas Laborales

Cargos	Plazas laborales proyectadas				
	1er año	2 año	3er Año	4to año	5to año
JEFE/ Supervisor	1	2	3	4	5
Empleados	2	6	9	12	15

Cargos	Plazas laborales proyectadas en USD\$				
	1er año	2 año	3er Año	4to año	5to año
JEFE/ Supervisor	500,00	1.000,00	1.500,00	2.000,00	2.500,00
Empleados	772,00	2.316,00	3.474,00	4.632,00	5.790,00
Aporte IESS Personal	120,20	313,36	470,04	626,72	783,41
Sueldos y Salarios Percibidos Total Mensual	1.151,80	3.002,64	4.503,96	6.005,28	7.506,60

* Sueldos y Aporte personal 9,45%, fueron calculados en base al SBU Salario Básico Unificado vigente en 2018, sujeto a cambios de acuerdo a cada período legal.

Elaborado por Ingrid Bravo

De esta manera se recupera el poder adquisitivo, que es el motor del consumismo y consecuentemente la cadena de comercialización de negocios actuales, y el resurgimiento de nuevas opciones día con día, pues sin circulante difícilmente se puede levantar una economía.

Lo que indica un ingreso económico en escala ascendente para diferentes entes del mercado laboral: los empleados, el propietario del negocio, el IESS Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, con los aportes recibidos, el SRI servicio de rentas internas por la tributación anual recolectada, evitando de este modo los subempleos o economías sumergidas evidenciadas en el entorno de países como Ecuador, en vías de desarrollo.

Cuadro 11. Proyección de Aportes al IESS, considerando el 20.6% de aporte personal y aporte patronal

Cargos	Aportes al IESS 20,60%				
	1er año	2 año	3er Año	4to año	5to año
JEFE/ Supervisor	103,00	206,00	309,00	412,00	515,00
Empleados	159,03	477,10	715,64	954,19	1.192,74

* Cálculos fueron realizados de acuerdo a porcentajes de aporte personal de 9,45% y 11,15% de aporte patronal vigente en 2018, sujeto a cambios de acuerdo a cada período legal.

Elaborado por Ingrid Bravo

De acuerdo a estas proyecciones, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, cumpliendo la apertura de 5 locales de ChocListo, recibiría un aproximado de \$3.498,70 por concepto de Aportes personales y patronales.

Cuadro 12. Proyección de Pago de Impuesto a la Renta, considerando Tabla del Impuesto a la Renta Aplicable al 2018 como referencia.

Cargos	Renta SRI				
	1er año	2 año	3er Año	4to año	5to año
Ingresos	86.392,91	95.032,20	104.535,42	114.988,96	126.487,86
(-) Egresos	47.996,06	51.360,28	56.496,30	62.145,93	68.360,53
(=)Utilidad	38.396,85	43.671,92	48.039,12	52.843,03	58.127,33
(-) Proyecciones Decimos Cuartos	1.158,00	3.088,00	4.632,00	6.176,00	7.720,00
(-) Proyecciones Decimos Terceros	1.272,00	3.316,00	4.974,00	6.632,00	8.290,00
Utilidad antes de Participación de trabajadores	35.966,85	37.267,92	38.433,12	40.035,03	42.117,33
15% Trabajadores	5.395,03	5.590,19	5.764,97	6.005,25	6.317,60
Utilidad antes del Impuesto a la renta	30.571,82	31.677,73	32.668,15	34.029,77	35.799,73
Aplicando TABLA IR 2018	14.390,00	17.990,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00
Saldo diferencial	16.181,82	13.687,73	11.068,15	12.429,77	14.199,73

% de acuerdo a TABLA IR 2018	1.618,18	1.642,53	1.328,18	1.491,57	2.129,96
(+) Fracción TABLA IR 2018	155,00	515,00	515,00	515,00	948,00
IMPUESTO A PAGAR AL SRI PROYECTADO	1.773,18	2.157,53	1.843,18	2.006,57	3.077,96

* Cálculos fueron realizados de acuerdo a Tabla de Impuesto a la Renta vigente en 2018, sujeta a cambios, de acuerdo al período fiscal correspondiente a futuro.

Elaborado por: Ingrid Bravo

Y que el Servicio de Rentas Internas, manteniendo un margen de egresos estable y un margen de ingreso creciendo de un 10% por año, al cabo de 5 años, después de proyecciones de beneficios sociales y participación de trabajadores, recibiría por impuesto a la renta un valor aproximada de \$10.858,42

La creación de un negocio independiente del producto ofrecido, siempre abre oportunidades laborales, claro que es importante considerar aspectos, como qué necesidades se está cubriendo y que sea congruente con la demanda del mercado, que incluya innovación en un mercado tan versátil, un estudio de mercado que permita evaluar su aceptación en el mercado, y cuáles son los productos sustitutos y productos directamente competitivos con el que se ofrece o se desea ofertar, pero ante todo este proyecto desea enmarcar los beneficios directos e indirectos en la economía ecuatoriana.

El desarrollo de proyectos integradores ofrecen oportunidades de crecimiento económico, laboral e inserción social y económica, un mercado activo es transformador productivo, y sólo así podemos construir un país mejor que el día de ayer.

Conclusiones

- Referente al estudio realizado es necesario recalcar que de acuerdo a antecedentes históricos de la humanidad, los establecimientos que ofrecen este estilo de alimentación “Fast Food” de comida rápida, han permanecido en crecimiento constante a través del tiempo, gracias a la adaptación del mercado demandante dentro de sus estrategias comerciales.
- El maíz por ser un producto nacional ecuatoriano, y seleccionar su fruto como base del presente proyecto, establece beneficios arancelarios, de exportarse el producto propuesto ChocListo, este producto ofrece diversidad de platos opcionales, sumado a que se cultiva en la mayoría de sus provincias, y se puede disfrutar en cualquier estación del año, de manera tierna o madura, amplificando sus sabores.
- Se promueve la generación de empleos como un valor agregado positivo en la economía, siendo uno de los principales motores de la fluidez comercial independiente del producto comercializado y los aspectos geográficos y demográficos propios considerados dentro de la elaboración de todo proyecto.
- Las leyes ecuatorianas, ofrecen grandes oportunidades, en cuanto a la garantía de trabajo digno, respetando las obligaciones y derechos que se deben tener como proveedores de un producto ante un consumidor, sumado a los beneficios tributarios y arancelarios por ser un proyecto integral que incluye sectores como el agrícola de manera directa, para la obtención de materia prima.
- La investigación realizada selecciono diseños de investigación descriptiva, identificando conceptos y definiciones aplicables al proyecto de estudio de prefactibilidad del negocio, correlacional revisando el aspecto positivo que conlleva la creación de un negocio con un mercado laboral cada vez más escaso de oportunidades, se aplicó como instrumento de recolección de datos la encuesta, seleccionando como universo de estudio a pobladores

de Sauces 4, sectorizando los bloques 73-74-75, estableciendo una muestra aplicando fórmula para población finita, lo cual determinó la cantidad de encuestados.

- Finalizando la encuesta realizada, se pudo discernir diversas inquietudes que conlleva toda propuesta comercial, entre ellas, se pudo cumplir el objetivo de iniciar con una base de datos, que permita el envío publicitario cuando se apertura el negocio, pero se sugiere ir alimentando esta base de datos con buzones de sugerencias ubicadas en el local una vez aperturado, permitirá captar adicionalmente las opiniones de otro grupo de personas no encuestadas que ayuden con la aplicación de mejora continua del proyecto.
- Se corroboró que la demanda, cual característica de los Guayaquileños, gusta de degustar cosas novedosas, por lo que es altamente la estimación de aceptación del producto basado en maíz, también nos facilitó opciones de menús alternativos para quienes prefieran platos tradicionales basados en el mismo producto.
- Este estudio permitió conocer el tiempo de espera que el cliente está dispuesto a brindar por la elaboración de la pizza de maíz, lo que permite estructurar los tiempos de cocción para poder determinar un producto de alta calidad y que sea delicioso, sin que quede crudo para evitar insatisfacción por parte de la clientela, por lo que se debe cronometrar el tiempo de entrega a la mesa.
- Posteriormente, se realizó la tabulación y análisis de resultados que sugiere la alta aceptación del producto ChocListo, pizza a base de maíz, en el mercado de comidas rápidas, se pudo obtener base de datos de clientes potenciales para envíos promocionales, se pudo determinar que éstas deben recaer sobre el producto en tamaño mediano, pues es el que ofrece mejor rentabilidad, se enlistó los requisitos mínimos como persona natural, para ejecutar

este proyecto de manera legal en el entorno ecuatoriano de acuerdo a su categorización.

Recomendaciones

- La propuesta Choclisto está detallada de manera que pueda ser aplicada con autofinanciamiento de manera inicial, dentro de lo factible para el emprendedor, ha recolectado apreciaciones directamente de los consumidores, lo que hace verificable su aceptación en el mercado, no requiere amplios requisitos legales a considerar por tratarse de un proyecto individual y como persona natural, lo cual facilita su realización en poco tiempo contando con los recursos preliminares necesarios, mismo que se ha establecido en USD\$5.195,33, prorrateando gastos mensuales de USD\$3.890,93, que resultarían de las mismas ventas del local, al manejar el organigrama proyectado de 1 supervisor, y 2 empleados polifuncionales, delimita los requisitos necesarios del personal contratado, manteniendo el costo del Salario Básico Unificado estandarizado y siendo accesible para la inserción de personal joven y emprendedor, por todas estas características, este proyecto debe ser considerado dentro de las oportunidades financieras que ofrecen los diferentes entes públicos y privados del país.
- Es importante llevar un control y registro contable desde el inicio de los costos que se van generando, para que, de darse el crecimiento acelerado, que por lo general se dan en este tipo de establecimientos, no recaiga en recursos no controlados y desperdicios innecesarios.
- Aunque se estableció provisiones de costos fijos como degradación de maquinaria, provisión de beneficios y obligaciones sociales, es necesario elaborar un fondo de contingencia para cualquier eventualidad, disminuyendo que los riesgos que se susciten hagan tambalear el posicionamiento del establecimiento.

- Es preferible, en cuanto a lo laboral durante su etapa inicial se prefiera mano de obra ecuatoriana, para así, aminorar el creciente desempleo ya existente por factores provocados por fenómenos sociales, como la migración, sumado a que por ser ecuatorianos, no se retrasaría la contratación inmediata, que a veces es demorada por el aspecto legal que tienen algunos extranjeros, para posteriormente con la expansión no solo ofrecer trabajo digno, no solo a propios, sino también a la población venidera de otros estados.
- Es recomendable la inserción de manera real y efectiva el apoyo de entes de educación superior a este tipo de proyectos integradores, como los eventos que realiza el Instituto Tecnológico Bolivariano, que ayudan a dar a conocer los diversos productos innovadores, para con ello brindar la oportunidad de financiamientos de recursos no reembolsables de entidades públicas y privadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Acevedo, A., Florencia, A., & López, M. (1986). El proceso de la entrevista: Conceptos y Modelos. Limusa.
2. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia sanitaria. (2018). Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia sanitaria. Recuperado el 24 de Febrero de 2018, de Permisos funcionamiento control sanitario: <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
3. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2018). Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. Recuperado el 2018, de Evaluación de Restaurantes-Cafeterías: <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/12/IE-E.2.2-EST-42-Evaluacio%CC%81n-Restaurantes-Cafeterias-v1.0.pdf>
4. Alvira Martín, F. (2011). La encuesta: una perspectiva general metodológica. Madrid: CIS.
5. Arias, F. G. (1999). El proyecto de Investigación. Guía para su elaboración. Venezuela.
6. Art. 325 Constitución del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Registro Oficial.
7. Barragán, R., Salman, T., Ayllón, V., Córdova, J., Langer, E., Sanjinés, J., & Rojas, R. (2003). Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación. La Paz, Bolivia: Fundacion PIEB.
8. BIODIVERSIDAD MEXICANA. (2012). Biodiversidad Mexicana. Recuperado el 16 de Enero de 2018, de Teocintle: <http://www.biodiversidad.gob.mx/usos/maices/teocintle2012.html>
9. Coraggio, J. (2001). Empleo y economía del trabajo en el Ecuador, algunas propuestas para superar la crisis. (E. A. Yala, Ed.) Quito: Ecuador.
10. Cubeiro Villar, J., & Castillo Clavero, A. (2015). Nuevo Management para Dummies. España: Grupo Planeta Spain.

11. Diario de Gastronomía. (31 de Marzo de 2013). Diario de Gastronomía. Recuperado el 15 de Enero de 2018, de 'AUTOMAT', LA PRIMERA CADENA DE COMIDA RÁPIDA: <http://diariodegastronomia.com/automat-la-primera-cadena-de-comida-rapida/>
12. Diario Expreso. (18 de Julio de 2017). Expreso. Recuperado el 26 de Febrero de 2018, de Sección: Economía. La pobreza extrema crece más en Guayaquil, Cuenca y Machala: <http://www.expreso.ec/economia/la-pobreza-extrema-crece-mas-en-guayaquil-cuenca-y-machala-BF1557650>
13. Educa Barrie. (01 de Noviembre de 2013). Educa Barrié. Recuperado el 16 de Enero de 2018, de Conferencia de Xavier Sala i Martin "Tres soluciones a la crisis: competitividad, competitividad, competitividad": <http://www.pizzavia.net/wp-content/uploads/2013/11/la-pizza-una-historia-de-la-innovacion.pdf>.
14. Heinemann, K. (2003). Introducción a la metodología de la investigación empírica en las ciencias del deporte. Editorial Paidotribo.
15. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1991). Metodología de la Investigación. México: MCGRAW-HILL.
16. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la Investigación (Vol. Quinta Edición). México D: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
17. Hernandez, S., & Pulido , A. (2011). Fundamentos de Gestión Empresarial. México: McGraw-Hill Interamericana de España.
18. Horn & Hardardt - Evening public ledger. (17 de Noviembre de 1922). Horn & Hardardt - Evening public ledger. (Philadelphia [Pa.]. (C. A. Lib.o, Editor) Recuperado el 1 de Febrero de 2018, de <https://chroniclingamerica.loc.gov/lccn/sn83045211/1922-11-17/ed-1/seq-26/>

19. Horn & Hardart Automat brass. (s.f.). Horn & Hardart Automat brass "F" token. Source: "The Cooper Collections". Recuperado el 1 de Febrero de 2018, de https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Horn_%26_Hardart_Automat_Brass_%22F%22_Token.jpg
20. Horn & Hardat Cofee. (2018). Horn & Hardat Cofee. Recuperado el 1 de Febrero de 2018, de Lunitone Photography, New York: <https://hornandhardartcoffee.com>
21. Iniesta, L. (2005). Marketing y Ventas. Máster en Marketing: Todo cuánto hay que saber sobre el marketing estratégico, táctico y operativo. Grupo Planeta (GBS).
22. Kerling, F. (1975). Investigación del comportamiento: técnicas y metodología. México D.F.: Nueva Editorial Interamericana, actualmente se publica por McGraw Hill Interamericana.
23. Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2004). El Marketing de Servicios Profesionales. Ediciones Paidós Ibérica S.A.
24. Lara Muñoz, E. (2013). Fundamentos de Investigación. Un enfoque por competencias. México: Alfaomega Grupo Editor.
25. Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2015). Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Quito: Registro Oficial.
26. Ley Orgánica para la reactivación de la economía y fortalecimiento de la dolarización y modernización de la gestión financiera Art 9.6 Exoneración del pago del impuesto para nuevas microempresas.-. (2017). Ley Orgánica para la reactivación de la economía y fortalecimiento de la dolarización y modernización de la gestión financiera. Quito: Registro Oficial.
27. Lucero Sumba, E. (2013). PRODUCCIÓN HISTÓRICA DE MAÍZ DURO SECO. SINAGAP.
28. Luna González, A. (2015). Proceso Administrativo. México: Grupo Editorial Patria.
29. Macías Serrano, J. (2016). Estudio de la creación de una microempresa, en el proceso de producción y comercialización de

embutidos en la ciudad de Guayaquil. Guayaquil: ITB Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

30. Martínez Pérez, D., & Rodríguez Esponda, L. (s.f.). Manual de Metodología de la Investigación Científica. Manual de Metodología de la Investigación Científica. Dr. Raúl Martínez Pérez - Lic. Eddy Rodríguez Esponda.
31. McDonald's. (01 de Febrero de 2015). Mc Donald España. Recuperado el 16 de Enero de 2018, de HISTORIA de McDonald's Corporation: <https://www.mcdonalds.es/sites/default/files/dossier-prensa-mcdonalds-febrero-2015.pdf>
32. Merino Sanz, M., Pintado Blanco, T., Sánchez Herrera, J., & Grande Esteban, I. (2015). Introducción a la investigación de mercados. Madrid: ESIC EDITORIAL.
33. Moyano Castillejo, L. (2015). PLAN DE NEGOCIOS Business Management. Lima, Perú: Editorial Macro.
34. Muñoz Campos, R. (2008). La investigación científica paso a paso. Guayaquil, Ecuador: Gráficas Interprint & Intergraph.
35. Muñoz Razo, C. (1998). Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis. México: Pearson Educación.
36. OCARU. (07 de Febrero de 2017). OCARU. En Ecuador podemos encontrar franquicias que tienen una inversión de \$12 mil hasta más de \$1 millón. Recuperado el 16 de Enero de 2018, de [http://ocaru.org.ec/index.php/comunicamos/noticias/item/808-en-ecuador-podemos-encontrar-franquicias-que-tienen-una-inversi%C3%B3n-de-\\$12-mil-hasta-m%C3%A1s-de-\\$1-mill%C3%B3n](http://ocaru.org.ec/index.php/comunicamos/noticias/item/808-en-ecuador-podemos-encontrar-franquicias-que-tienen-una-inversi%C3%B3n-de-$12-mil-hasta-m%C3%A1s-de-$1-mill%C3%B3n)
37. OEA ORGANIZACION DE LOS ESTADOS AMERICANOS. (2005). Segunda Reunión De Los Grupos De Trabajo de La XIII Conferencia Interamericana de Ministros de Trabajo (CIMT). Argentina: OEA.
38. Ortiz Ponce, F. (2017). Quito: Universidad de las Américas. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

39. Pizza Hut. (s.f.). Pizza Hut. Recuperado el 16 de Enero de 2018, de Historia: <https://www.pizzahut.com.ec/historia/>
40. QUHIST. (26 de Marzo de 2010). QUHIST. Recuperado el Enero 15 de 2018, de : <http://quhist.com/thermopolium-comida-rapida-en-la-antigua-roma/>
41. RAE Real Academia de Lengua Española. (2014). RAE Real Academia de Lengua Española. Recuperado el 1 de Enero de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=Nwf5gAG>
42. Raventós Santamaría, M. (2005). Industria Alimentaria. Tecnologías emergentes (Vol. Volumen 164 Politext Agroalimentaria). Catalunya: Univ. Politècnica de Catalunya.
43. Rojas Soriano, R. (1991). Guía para realizar investigaciones sociales. México: Plaza y Valdés.
44. Sainz de Vicuña Ancín, J. (2015). El plan estratégico en la práctica. ESIC Editorial.
45. Salinas, P. (2010). Metodología de la Investigación Científica. Venezuela: Universidad de los Andes.
46. Santillán, I. (2017). ECUAFRANQUICIAS. Recuperado el 16 de Enero de 2018, de Franquicia, una estrategia de expansión: http://www.ecuafranquicias.com/franquicia_una_estrategia_de_expansion.htm
47. Schnarch Kirberg, A. (2016). Marketing de fidelización. ¿Cómo obtener clientes satisfechos y leales, bajo una perspectiva latinoamericana". Bogotá: Ecoe Ediciones.
48. Serratos Hernández, D. (2009). El origen y la diversidad del maíz en el continente americano. México: Greenpeace México.
49. Serratos Hernández, J. (2012). El origen y la diversidad del maíz en el continente americano. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
50. Servicio de Rentas Internas. (2018). SRI. Recuperado el 24 de Febrero de 2018, de

file:///C:/Users/ibravo/Downloads/IDENTIFICACI%C3%93N%20Y%
20UBICACI%C3%93N.pdf

51. Vargas Vistín, P. (2010). Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración, venta y distribución de snacks, manzanas acarameladas, palomitas de maíz y algodón de azúcar ubicado al sur de Quito. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
52. Vivanco, M. (2005). Muestreo Estadístico. Diseño y aplicaciones. Universitaria.
53. Zurita Chinchay, N. (2015). Mejora de los servicios que brinda el negocio de comidas rápidas Yogurt Yaye en el período 2014. ITB Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

ANEXO1
BASE DE DATOS DE ENCUESTA REALIZADA

No.	Nombre y Apellidos	Género	Edad (Seleccione en que rango de edad se encuentra)	¿Qué tipo de comida Ud. Prefiere?	¿Con qué frecuencia Ud. visita lugares de Rápida?	De estos platos de Rápida, ¿Cuál es su preferido?	¿Qué le parece la propuesta de una Pizza a base de maíz?	Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?	¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño?			¿Qué tiempo Ud. estima demora a la preparación de su pizza de maíz?	De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. más utiliza
									Personal	Mediana	Familiar		
1	Blanca Fiallos	F	De 34 Años en adelante	Vegetariana	Una vez a la semana	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 18	5 min. máx.	Redes Sociales
2	Juan Pablo Frugone	M	De 26 Años a 33 Años de edad	Tradicional	Una vez a la semana	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Pizza de maíz	\$2.00	\$ 12	\$ 18	10 min. máx.	Redes Sociales
3	Kelly Bravo	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Rápida	Una vez al mes	Hamburguesa	Novedoso, Sí la probaría	Pizza de maíz	\$2.00	\$ 12	\$ 22	15 min. máx.	Redes Sociales
4	Bustamante María Rosa	F	De 34 Años en adelante	Tradicional	Una vez al mes	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 18	15 min. máx.	TV
5	Ana Cabrera	F	De 34 Años en adelante	Tradicional	Una vez cada 15 días	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.75	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	Redes Sociales

No.	Nombre y Apellidos	Género	Edad (Seleccione en que rango de edad se encuentra)	¿Qué tipo de comida Ud. Prefiere?	¿Con qué frecuencia Ud. visita lugares de Rápida?	De estos platos de Rápida, ¿Cuál es su preferido?	¿Qué le parece la propuesta de una Pizza a base de maíz?	Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?	¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño?			¿Qué tiempo Ud. estima demora a la preparación de su pizza de maíz?	De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. más utiliza
									Personal	Mediana	Familiar		
6	Elvis Arribasplata Gómez	M	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez a la semana	Hamburguesa	Novedoso, Sí la probaría	Pizza de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	Redes Sociales
7	Nicole Aguilar	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Rápida	Una vez a la semana	Hamburguesa	Novedoso, Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$1.75	\$ 10	\$ 20	15 min. máx.	Redes Sociales
8	Lorena Delgado Romero	F	De 34 Años en adelante	Tradicional	Una vez al mes	Pizza	No me gusta el maíz	Humitas	\$1.50	\$ 8	\$ 18	5 min. máx.	Redes Sociales
9	Mirella Hernández Cabrera	F	De 34 Años en adelante	Tradicional	No, prefiero comer en casa	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$2.00	\$ 8	\$ 20	10 min. máx.	TV
10	Claudia Campos Díaz	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez a la semana	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Pizza de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	Radio

No.	Nombre y Apellidos	Género	Edad (Seleccione en que rango de edad se encuentra)	¿Qué tipo de comida Ud. Prefiere?	¿Con qué frecuencia Ud. visita lugares de Rápida?	De estos platos de Rápida, ¿Cuál es su preferido?	¿Qué le parece la propuesta de una Pizza a base de maíz?	Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?	¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño?			¿Qué tiempo Ud. estima demora a la preparación de su pizza de maíz?	De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. más utiliza
									Personal	Mediana	Familiar		
11	Robert Eduardo Smith carrillo	M	De 34 Años en adelante	Tradicional	Una vez a la semana	Pollo frito	Novedoso , Sí la probaría	Pizza de maíz	\$2.00	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	Radio
12	Martha Herrera Ulloa	F	De 34 Años en adelante	Tradicional	Una vez al mes	Pizza	Novedoso , Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 18	5 min. máx.	Redes Sociales
13	Carlos Velásquez	M	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez a la semana	Hamburguesa	No me gusta el maíz	Tortilla de maíz	\$1.75	\$ 10	\$ 20	15 min. máx.	Redes Sociales
14	Karol Valeria Sánchez Chévez	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez a la semana	Pizza	Novedoso , Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$1.75	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	Redes Sociales

No.	Nombre y Apellidos	Género	Edad (Seleccione en que rango de edad se encuentra)	¿Qué tipo de comida Ud. Prefiere?	¿Con qué frecuencia Ud. visita lugares de Rápida?	De estos platos de Rápida, ¿Cuál es su preferido?	¿Qué le parece la propuesta de una Pizza a base de maíz?	Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?	¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño?			¿Qué tiempo Ud. estima demora a la preparación de su pizza de maíz?	De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. más utiliza
									Personal	Mediana	Familiar		
15	Candy Rodríguez	F	De 34 Años en adelante	Tradicional	Fechas Festivas	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 20	15 min. máx.	Redes Sociales
16	Azucena Campos Morales	F	De 34 Años en adelante	Tradicional	Una vez al mes	Hamburguesa	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.50	\$ 8	\$ 20	15 min. máx.	Redes Sociales
17	Yadira Bravo Chancay	F	De 34 Años en adelante	Tradicional	Una vez al mes	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$1.75	\$ 8	\$ 18	15 min. máx.	TV
18	Esther Segura Romero	F	De 34 Años en adelante	Novedosa	No, prefiero comer en casa	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.50	\$ 8	\$ 18	15 min. máx.	Redes Sociales
19	Víctor Vásquez	M	De 34 Años en adelante	Tradicional	Fechas Festivas	Pizza	Novedoso, Sí probaría	Tortilla de maíz	\$1.50	\$ 10	\$ 20	15 min.	TV

No.	Nombre y Apellidos	Género	Edad (Seleccione en que rango de edad se encuentra)	¿Qué tipo de comida Ud. Prefiere?	¿Con qué frecuencia Ud. visita lugares de Rápida?	De estos platos de Rápida, ¿Cuál es su preferido?	¿Qué le parece la propuesta de una Pizza a base de maíz?	Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?	¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño?			¿Qué tiempo Ud. estima demora a la preparación de su pizza de maíz?	De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. más utiliza
									Personal	Mediana	Familiar		
20	Shirley Aguilera Barragán	F	De 34 Años en adelante	Tradicional	Una vez al mes	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$2.00	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	TV
21	Rocío Pizarro	F	De 34 Años en adelante	Novedosa	No, prefiero comer en casa	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$2.00	\$ 8	\$ 18	15 min. máx.	Redes Sociales
22	Juan Carlos Cedeño Gutiérrez	M	De 34 Años en adelante	Tradicional	Una vez a la semana	Hamburguesa	Novedoso, Sí la probaría	Pizza de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	Redes Sociales
23	Jessica Díaz	F	De 34 Años en adelante	Tradicional	Fechas Festivas	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.75	\$ 10	\$ 18	15 min. máx.	Redes Sociales
24	Joselyn Galarza	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez cada 15 días	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.50	\$ 8	\$ 18	15 min.	Redes Sociales

No.	Nombre y Apellidos	Género	Edad (Seleccione en que rango de edad se encuentra)	¿Qué tipo de comida Ud. Prefiere?	¿Con qué frecuencia Ud. visita lugares de Rápida?	De estos platos de Rápida, ¿Cuál es su preferido?	¿Qué le parece la propuesta de una Pizza a base de maíz?	Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?	¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño?			¿Qué tiempo Ud. estima demora a la preparación de su pizza de maíz?	De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. más utiliza
									Personal	Mediana	Familiar		
25	Jeremías Yuquilema Piza	M	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	No, prefiero comer en casa	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.75	\$ 8	\$ 20	10 min. máx.	Redes Sociales
26	Michael Pinargote Galarza	M	De 18 Años a 25 Años de edad	Novedosa	Una vez a la semana	Hamburguesa	Novedoso, Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$1.75	\$ 8	\$ 20	15 min. máx.	Redes Sociales
27	John Carvajal	M	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez al mes	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.75	\$ 8	\$ 18	5 min. máx.	Redes Sociales
28	Andrea Montesdeoca	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Rápida	Una vez a la semana	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.50	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	Redes Sociales
29	María Frías	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Novedosa	Una vez cada 15 días	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	Redes Sociales

No.	Nombre y Apellidos	Género	Edad (Seleccione en que rango de edad se encuentra)	¿Qué tipo de comida Ud. Prefiere?	¿Con qué frecuencia Ud. visita lugares de Rápida?	De estos platos de Rápida, ¿Cuál es su preferido?	¿Qué le parece la propuesta de una Pizza a base de maíz?	Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?	¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño?			¿Qué tiempo Ud. estima demora a la preparación de su pizza de maíz?	De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. más utiliza
									Personal	Mediana	Familiar		
30	Indacochea Angie	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez al mes	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$2.00	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	Redes Sociales
31	María Cristina Intriago Rodríguez	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez a la semana	Hamburguesa	Novedoso, Sí la probaría	Pizza de maíz	\$1.75	\$ 12	\$ 20	10 min. máx.	Redes Sociales
32	Dennis Morán Mosquera	M	De 34 Años en adelante	Tradicional	No, prefiero comer en casa	Hamburguesa	No la probaría, prefiero los productos ya conocidos	Humitas	\$1.75	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	Redes Sociales
33	Génesis Rivera	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Novedosa	Una vez cada 15 días	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.50	\$ 8	\$ 18	15 min.	Redes Sociales

No.	Nombre y Apellidos	Género	Edad (Seleccione en que rango de edad se encuentra)	¿Qué tipo de comida Ud. Prefiere?	¿Con qué frecuencia Ud. visita lugares de Rápida?	De estos platos de Rápida, ¿Cuál es su preferido?	¿Qué le parece la propuesta de una Pizza a base de maíz?	Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?	¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño?			¿Qué tiempo Ud. estima demora a la preparación de su pizza de maíz?	De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. más utiliza
									Personal	Mediana	Familiar		
34	Kenny Cervantes	M	De 18 Años a 25 Años de edad	Novedosa	Una vez a la semana	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Pizza de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	Redes Sociales
35	Mauricio Jiménez	M	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez a la semana	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.50	\$ 10	\$ 20	15 min. máx.	Redes Sociales
36	Oscar Villegas	M	De 18 Años a 25 Años de edad	Novedosa	Diario	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Pizza de maíz	\$1.75	\$ 12	\$ 22	10 min. máx.	Redes Sociales
37	José Manuel Macías Jiménez	M	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Fechas Festivas	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 18	15 min. máx.	Redes Sociales
38	Frank Orellana	M	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez cada 15 días	Hamburguesa	Novedoso, Sí la probaría	Pizza de maíz	\$1.75	\$ 10	\$ 20	5 min. máx.	Redes Sociales

No.	Nombre y Apellidos	Género	Edad (Seleccione en que rango de edad se encuentra)	¿Qué tipo de comida Ud. Prefiere?	¿Con qué frecuencia Ud. visita lugares de Rápida?	De estos platos de Rápida, ¿Cuál es su preferido?	¿Qué le parece la propuesta de una Pizza a base de maíz?	Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?	¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño?			¿Qué tiempo Ud. estima demora a la preparación de su pizza de maíz?	De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. más utiliza
									Personal	Mediana	Familiar		
39	Jiménez Rovira María José	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Rápida	Una vez a la semana	Hamburguesa	Novedoso, Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$1.75	\$ 8	\$ 18	15 min. máx.	Redes Sociales
40	Israel molinera	M	De 26 Años a 33 Años de edad	Tradicional	Una vez al mes	Hamburguesa	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.50	\$ 8	\$ 18	15 min. máx.	Redes Sociales
41	Johnn Cevallos	M	De 34 Años en adelante	Tradicional	Una vez cada 15 días	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	TV
42	Johnny Lavayen Segura	M	De 34 Años en adelante	Tradicional	Una vez cada 15 días	Hamburguesa	Novedoso, Sí la probaría	Tortilla de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 18	15 min. máx.	Redes Sociales
43	Mariela Cino Ruiz	F	De 34 Años en adelante	Tradicional	Una vez a la semana	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.50	\$ 8	\$ 18	10 min.	Redes Sociales

No.	Nombre y Apellidos	Género	Edad (Seleccione en que rango de edad se encuentra)	¿Qué tipo de comida Ud. Prefiere?	¿Con qué frecuencia Ud. visita lugares de Rápida?	De estos platos de Rápida, ¿Cuál es su preferido?	¿Qué le parece la propuesta de una Pizza a base de maíz?	Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?	¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño?			¿Qué tiempo Ud. estima demora a la preparación de su pizza de maíz?	De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. más utiliza
									Personal	Mediana	Familiar		
44	Katherine Martillo Fernández	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez cada 15 días	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Pizza de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	Redes Sociales
45	Kadir Barquet Bravo	M	Menor de 18 Años	Tradicional	Una vez al mes	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.50	\$ 8	\$ 18	15 min. máx.	Redes Sociales
46	Robert vite	M	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez a la semana	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Pizza de maíz	\$1.50	\$ 8	\$ 18	15 min. máx.	Redes Sociales
47	Fernando Simba	M	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez a la semana	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	bebida de maíz	\$1.75	\$ 8	\$ 18	10 min.	Redes Sociales

No.	Nombre y Apellidos	Género	Edad (Seleccione en que rango de edad se encuentra)	¿Qué tipo de comida Ud. Prefiere?	¿Con qué frecuencia Ud. visita lugares de Rápida?	De estos platos de Rápida, ¿Cuál es su preferido?	¿Qué le parece la propuesta de una Pizza a base de maíz?	Si le toca escoger entre productos elaborados a base de maíz ¿Qué opción seleccionaría?	¿Cuánto Ud. Pagaría por una pizza de maíz de acuerdo al tamaño?			¿Qué tiempo Ud. estima demora a la preparación de su pizza de maíz?	De la siguiente lista, señale los medios de comunicación que Ud. más utiliza
									Personal	Mediana	Familiar		
48	Emily Calero	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	No, prefiero comer en casa	Pollo frito	No la probaría, prefiero los productos ya conocidos	Tortilla de maíz	\$1.50	\$ 10	\$ 18	10 min. máx.	Redes Sociales
49	Didier Guillén Andrade	M	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Diario	Pollo frito	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$1.50	\$ 8	\$ 18	10 min. máx.	Redes Sociales
50	Katherine Ortiz	F	De 18 Años a 25 Años de edad	Tradicional	Una vez al mes	Pizza	Novedoso, Sí la probaría	Humitas	\$2.00	\$ 8	\$ 18	15 min. máx.	Redes Sociales

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS 1 BRAVO ALAY INGRID.docx (D36070877)
Submitted: 3/2/2018 5:46:00 PM
Submitted By: carluisrivera@hotmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

TESIS Melissa Rosado.docx (D32486128)
Victor Arana Proyecto.docx (D32483896)
MEMORIAS III CONGRESO FCA-UG 958-1005.pdf (D32267035)
<https://prezi.com/sclmzgh5jogd/peter-drucker/>
<http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002485/248526S.pdf>
<http://www.biodiversidad.gob.mx/usos/maices/teocintle2012.html>
<http://diariodegastronomia.com/automat-la-primera-cadena-de-comida-rapida/>
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Horn_%2526_Hardart_Automat_Brass_%22F%22_Token.jpg
<https://www.mcdonalds.es/sites/default/files/dossier-prensa-mcdonalds-febrero-2015.pdf>
[http://ocaru.org.ec/index.php/comunicamos/noticias/item/808-en-ecuador-podemos-encontrar-franquicias-que-tienen-una-inversi%C3%B3n-de-\\$12-mil-hasta-m%C3%A1s-de-\\$1-mill%C3%B3n](http://ocaru.org.ec/index.php/comunicamos/noticias/item/808-en-ecuador-podemos-encontrar-franquicias-que-tienen-una-inversi%C3%B3n-de-$12-mil-hasta-m%C3%A1s-de-$1-mill%C3%B3n)
<https://www.pizzahut.com.ec/historia/>

Instances where selected sources appear:

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa comercializadora de productos de maíz en la ciudad de Guayaquil”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo diseñar un plan de negocio para la implementación de un negocio basado en producto el maíz, cuantificando la generación de empleo en la ciudad de Guayaquil?** El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada:


Bravo Alay Ingrid Maribel

Tutor:


Dr. Carlos Luis Rivera Fuentes



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Bravo Alay Ingrid Maribel** en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **“Estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa comercializadora de productos de maíz en la ciudad de Guayaquil”**, de la modalidad de presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Bravo Alay Ingrid Maribel

No. de cedula: 0916915952

Firma

CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA N. 091891695-2



APELLIDOS Y NOMBRES
BRAVO ALAY
INGRID MARIBEL

LUGAR DE NACIMIENTO
GUAYAS
GUAYAQUIL

PEDRO CARBO CONCEPCION

FECHA DE NACIMIENTO 1978-01-05

NACIONALIDAD ECUATORIANA

SEXO F

ESTADO CIVIL Soltera



INSTRUCCIÓN BACHILLERATO

PROFESIÓN ESTUDIANTE

E133312222

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
BRAVO PITA FERNANDO

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
ALAY GALARZA DIGNA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
GUAYAQUIL
2009-07-17

FECHA DE EXPIRACIÓN
2019-07-17




00000015

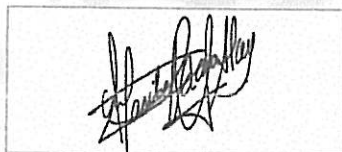
[Signature]
DIRECTOR GENERAL

[Signature]
FIRMA DEL CEDULADO






CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0916915952

Nombres del ciudadano: BRAVO ALAY INGRID MARIBEL

Condición del cedulao: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/CAR
/CONCEPCION/

Fecha de nacimiento: 5 DE ENERO DE 1978

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: BRAVO PITA FERNANDO

Nombres de la madre: ALAY GALARZA DIGNA

Fecha de expedición: 17 DE JULIO DE 2009

Información certificada a la fecha: 14 DE MARZO DE 2018

Emisor: IRANIA ALLYSON MORALÉS CEPEDA - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 8 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 182-103-48264



182-103-48264

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



AD

UIL/CAR

GUAYAQU





CERTIFICADO DE VOTACION
4 DE FEBRERO 2018





REFERÉNDUM
Y CONSULTA
POPULAR 2018

007
JUNTA No.

007 - 161
NÚMERO

0916915952
CÉDULA

BRAVO ALAY INGRID MARIBEL
APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS
PROVINCIA

GUAYAQUIL
CANTÓN

TARQUI
PARROQUIA



0916915952
CÉDULA

CIRCUNSCRIPCIÓN

ZONA: 2



CIUDADANA (O):

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED
SUFRAGÓ EN EL REFERÉNDUM Y
CONSULTA POPULAR 2018

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS
LOS TRÁMITES PÚBLICOS Y PRIVADOS


F. PRESIDENTA/E DE LA JRV

IMP 15M MJ



Factura: 001-004-000058423



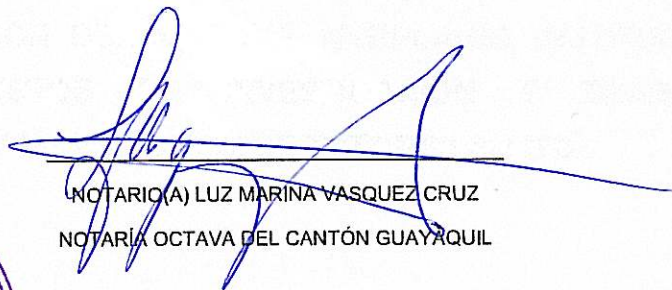
20180901008D01799



DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901008D01799

Yo, NOTARIO(A) LUZ MARINA VASQUEZ CRUZ de la NOTARÍA OCTAVA , comparece(n) INGRID MARIBEL BRAVO ALAY portador(a) de CÉDULA 0916915952 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de PETICIONARIO(A); quien(es) declara(n) que su(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 14 DE MARZO DEL 2018, (9:44).


INGRID MARIBEL BRAVO ALAY
CÉDULA: 0916915952


NOTARIO(A) LUZ MARINA VASQUEZ CRUZ
NOTARÍA OCTAVA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESICTT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

Luis Alberto Akater

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESICTT



Luis Alberto Akater

Firma