UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,

GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADAS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE HARINA DE QUINUA CON MÁCHICA EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2024

AUTORAS:

JENNY MARITZA TOALOMBO GUAMBUGUETE

MISHEL ELIZABETH VILLA CUJI

DIRECTOR

Ing. RAMIRO JARAMILLO

PARES ACADÉMICOS

Fis. SALOMÓN CARGUA

Econ. CARMITA BORJA

GUARANDA –ECUADOR

2024

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"Plan de negocios para la elaboración de harina de quinua con máchica en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2024"

AGRADECIMIENTO

Mi sincero agradecimiento a mi director del proyecto de investigación el Ing. Ramiro Jaramillo por la guía recibida durante el desarrollo del trabajo de investigación y también a los pares académicos por la asistencia brindada.

Y a todas aquellas personas que de alguna manera colaboraron en la realización del proyecto de investigación millón gracias.

Jenny Maritza Toalombo Guambuguete

A la Universidad Estatal de Bolívar Facultad de Ciencias Administrativas y Gestión Empresarial e Informática por abrirme las puertas para ser parte de esta prestigiosa institución, a los docentes que de una u otra forma me encaminaron por el camino del éxito en el ámbito profesional y personal.

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a mi director del proyecto de investigación, Ing. Ramiro Jaramillo, por su invaluable guía, su conocimiento y su tiempo dedicado a este proyecto, a los pares académicos, por sus críticas constructivas, sus aportes y su apoyo en el desarrollo de esta investigación.

Finalmente agradezco a todas las personas que me han brindado el apoyo tanto dentro y fuera de la Institución con el conocimiento correspondiente para hacer bien las actividades encomendadas en el tiempo adecuado.

Mishel Elizabeth Villa Cuji

DEDICATORIA

A Dios por concederme el privilegio de vivir y dejar rastros mientras perdure mi existencia.

A mi hermana porque con ella conocí el verdadero significado de apoyo en toda la extensión de la palabra.

A mis padres y demás hermanos por todo el amor incondicional quiénes han sido mi soporte en el trayecto de este proceso.

Jenny Maritza Toalombo Guambuguete

Este presente proyecto de investigación dedico a Dios por darme la vida y permitir cumplir con mis metas y objetivos propuestos, por convertirme en una persona perseverante y dedicada al no desmayar en las adversidades.

A mi madre que han sido un pilar fundamental en la realización de este proyecto de investigación, por su apoyo moral y económico sabiéndome guiar por el camino de la vida, por ser mi inspiración para obtener un futuro mejor.

A mi pareja, por su apoyo constante, su paciencia y su fe en mí, incluso en los momentos más difíciles.

A mi familia por el apoyo y la confianza que me han brindado, por apoyarme en mi proceso académico, a mis amigos que me han apoyado de alguna manera, siendo una influencia positiva en el ámbito académico y personal, aquellos que me brindaron su apoyo de manera incondicional y compartieron conmigo durante este proceso

Mishel Elizabeth Villa Cuji

CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Ing. Ramiro Jaramillo, Fis. Salomón Cargua y Econ. Carmita Borja, en su orden director y Pares Académico del Trabajo de Titulación "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE HARINA DE QUINUA CON MÁCHICA EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2024" desarrollado por las señoritas: Jenny Maritza Toalombo Guambuguete y Mishel Elizabeth Villa Cuji

CERTIFICAN

Que, luego de haber revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Administración de Empresa.**

Guaranda, enero 2025

Ing. Ramiro Jaramillo
Director

Fis. Salomón Cargua
Par Académico

Econ. Carmita Borja
Par Académico

DERECHOS DE AUTORIA

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DEBOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Nosotras TOALOMBO GUAMBUGUETE JENNY MARITZA y VILLA CUJI MISHEL ELIZABETH portadoras de la Cédula de Identidad No. 0202466439 y 0250065042 en calidad de autoras y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE HARINA DE QUINUA CON MÁCHICA EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2024, modalidad proyecto de investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Las autoras declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Toalombo Guambuguete Jenny Maritza

Villa Cuji Mishel Elizabeth

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN II
AGRADECIMIENTO III
DEDICATORIA IV
CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN V
DERECHOS DE AUTORIA VI
INTRODUCCIÓN 1
RESUMEN 2
ABSTRACT 4
CAPÍTULO I. 6
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 6
1.1. Descripción del Problema 6
1.2. Formulación del Problema 7
1.3. Preguntas de Investigación 7
1.4. Justificación 7
1.5. Objetivos 9
1.5.1. Objetivo General: 9
1.5.2. Objetivos Específicos: 9
1.6. Idea a Defender 9
1.7. Variables 9
CAPÍTULO II. 12
MARCO TEÓRICO 12
2.1 Antecedentes 12
2.2 Marco Científico 19
2.3 Marco Conceptual 25
2.4 Legal 28
2.5 Georreferencial 34
CAPÍTULO III. 35
METODOLOGÍA 35
3.1. Tipo de Investigación 35
3.1.1. Investigación descriptiva 35
3.1.2. Investigación exploratoria 35

3.1.3. Investigación bibliográfica 35
3.2 Enfoque de la investigación..... 36
3.2.1. Cualitativo..... 36
3.2.2. Cuantitativo..... 36
3.3. Métodos de Investigación..... 36
3.3.1. Método Deductivo 36
3.3.2. Método Inductivo..... 36
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos 37
3.4.1. Encuesta..... 37
3.5. Universo, Población y Muestra 37
3.5.1. Universo..... 37
3.5.2. Población 37
3.5.3. Muestra 37
3.6. Procesamiento de la Información 38
CAPÍTULO IV. 39
RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... 39
4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados 39
Gráfico N° 1. Tabla 10: Mejoras en las harinas para colada de dulce..... 52
CAPÍTULO V. 73
PROPUESTA..... 73
5.1 TEMA:..... 73
5.2 OBJETIVO DE LA PROPUESTA: 73
5. 3 ESTUDIO DE MERCADO..... 74
5.3.1 Definición del producto 74
5.3.2 Características del producto..... 74
5.3.3 Tipo de envase 75
5.3.4 Tipo de tamaño 76
5.3.5 Segmentación del mercado 76
5.3.6 Análisis de la demanda 77
5.3.7 Análisis de la oferta 79
5.3.8 Demanda Insatisfecha 80
5.3.9 Análisis de precios..... 82
5.3.10 Análisis de canales de distribución..... 83
5.3.11 Análisis de Marketing..... 84

5.4 ESTUDIO TÉCNICO 86
5.4.1 Capacidad de Producción 86
5.4.2 Localización 87
5.4.3 Ingeniería del proyecto 90
5.5 ESTUDIO ORGANIZACIONAL 98
5.5.1 Empresa 98
5.5.2 Base Filosófica de la empresa 98
5.5.3 Organización Administrativa 99
5.6 ESTUDIO ECONÓMICO 104
5.6.1 Costos 104
5.6.2 Inversión 105
5.6.3 Estructura de costos 106
5.6.4 Financiamiento 107
5.6.5 Determinación de ingresos 107
5.6.6 Punto de equilibrio 108
5.6.7 Estado de Resultados 112
5.6.8 Estado de situación financiera 113
5.6.9 Flujo de efectivo 114
5.7 EVALUACIÓN FINANCIERA 115
5.7.1 Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable 115
5.7.2 Valor Actual Neto 1 116
5.7.3 Valor Actual Neto 2 116
5.7.4 Tasa Interna de Retorno 117
5.7.5 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) 118
5.7.6 Ingresos Actualizados 119
5.7.7 Costos Actualizados 119
5.7.8 Relación beneficio-costo (RBC) 120
CONCLUSIONES 121
RECOMENDACIONES 123
REFERENCIAS BILIOGRÁFICA / WEBGRAFÍCA 124
ANEXOS 131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de Variables 10
Tabla 2: Estructura de Evaluación de proyecto 22
Tabla 3: Compra de harina 39
Tabla 4: Tipo de harina para colada de dulce 41
Tabla 5: Tamaño del envase 43
Tabla 6: Precio por tamaño 44
Tabla 7: Factor de compra 46
Tabla 8: Lugar que compran las harinas para colada de dulce 48
Tabla 9: Calificación de las harinas para colada de dulce 50
Gráfico N° 1. Tabla 10: Mejoras en las harinas para colada de dulce 52
Tabla 11: Considera si la quinua con máchica es nutricional 54
Tabla 12: Consumiría la harina de quinua con máchica 55
Tabla 13: Precio para una funda mediana de harina de quinua con máchica 56
Tabla 14: Tipo de envase 58
Tabla 15: Medios de comunicación 59
Tabla 16: Nombre del Negocio 60
Tabla 17: Vende harinas para colada de dulce 61
Tabla 18: Marcas de harinas 62
Tabla 19: Marca más vendida 64
Tabla 20: Presentación en gramos más vendidas 66
Tabla 21: Proveedor de harinas para colada de dulce 67
Tabla 22: Frecuencia compra las harinas para colada de dulce 68
Tabla 23: Promedio del pedido 69
Tabla 24: Período del año más vendido 71
Tabla 25: Negocios que están dispuesto a comercializar la harina de quinua con máchica 72
Tabla 26: Tabla nutricional 75
Tabla 27: Segmentación del mercado 76
Tabla 28: Demanda en libras 77
Tabla 29: Proyección de la demanda en libras 78
Tabla 30: Oferta actual en libras 79
Tabla 31: Proyección de la oferta en libras 80
Tabla 32: Demanda Insatisfecha actual en libras 81
Tabla 33: Proyección de la demanda insatisfecha en libras 81
Tabla 34: Análisis de precios 82
Tabla 35: Precio de venta para dos presentaciones 82
Tabla 36: Programa de producción anual en lb 86
Tabla 37: Matriz de localización 88
Tabla 38: Símbolos del diagrama de flujo 92
Tabla 39: Diagrama de flujo de la Harina de quinua con máchica 93
Tabla 40: Requerimiento de maquinaria 95

Tabla 41: Equipos de cómputo..... 95
Tabla 42: Equipos de oficina 95
Tabla 43: Muebles y enseres..... 95
Tabla 44: Sueldo y salario..... 96
Tabla 45: Mano de obra 96
Tabla 46: Materia Prima 97
Tabla 47: Insumos..... 97
Tabla 48: Descripción del puesto y las funciones del Administrador - Vendedor 101
Tabla 49: Descripción del puesto y las funciones del operario..... 102
Tabla 50: Descripción del puesto y las funciones del ayudante de operario 103
Tabla 51: Cotos anuales..... 104
Tabla 52: Inversión total 105
Tabla 53: Estructura de costos 106
Tabla 54: Socios y sus aportes 107
Tabla 55: Ingreso anual..... 107
Tabla 56: Ventas proyectadas 108
Tabla 57: Datos para la gráfica del punto de equilibrio..... 109
Tabla 58: Estados de resultados proyectado 112
Tabla 59: Estado de situación financiera 113
Tabla 60: Flujo de efectivo 114
Tabla 61: Periodo de Recuperación de la Inversión 118
Tabla 62: Detalle del PRI..... 118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación de la microempresa 34
Figura 2: Compra de harina 39
Figura 3: Tipo de harina para colada de dulce 41
Figura 4: Tamaño del envase 43
Figura 5: Precio por tamaño 44
Figura 6: Factor de compra 46
Figura 7: Lugar que compran las harinas para colada de dulce 48
Figura 8: Calificación de las harinas para colada de dulce 50
Figura 9: Mejoras en las harinas para colada de dulce 52
Figura 10: Considera si la quinua con máchica es nutricional 54
Figura 11: Consumiría la harina de quinua con máchica 55
Figura 12: Precio para una funda mediana de harina de quinua con máchica 56
Figura 13: Tipo de envase 58
Figura 14: Medios de comunicación 59
Figura 15: Vende harinas para colada de dulce 61
Figura 16: Marcas de harinas 62
Figura 17: Marca más vendida 64
Figura 18: Presentación en gramos más vendidas 66
Figura 19: Proveedor de harinas para colada de dulce 67
Figura 20: Frecuencia compra las harinas para colada de dulce 68
Figura 21: Promedio del pedido 69
Figura 22: Período del año más vendido 71
Figura 23: Negocios que están dispuesto a comercializar la harina de quinua con máchica 72
Figura 24: Canal de distribución 84
Figura 25: Ubicación de la microempresa 89
Figura 26: Diagrama de bloque 91
Figura 27: Distribución del local 94
Figura 28: Organigrama Estructural 100
Figura 29: Organigrama Funcional 100
Figura 30: Punto de equilibrio 109

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Cronograma (Gantt) 131
Anexo 2: Presupuesto Ejecutado 133
Anexo 3: Formato de la encuesta a la población Guarandeña 134
Anexo 4: Formato de la encuesta a los dueños o administradores de los negocios de la ciudad de Guaranda 136
Anexo 5: Muestra proyectada a la población en relación al consumo de harinas para colada de dulce 138
Anexo 6: Producción diaria en libras 138
Anexo 7: Producción hora, día, semana, mes en libras 138
Anexo 8: Producción hora, día, semana, mes en unidades de 250 gr 139
Anexo 9: Programa de producción anual en unidades de 250 gr 139
Anexo 10: Publicidad en Facebook y Tik tok 140
Anexo 11: Materia prima directa 141
Anexo 12: Materiales e insumos 141
Anexo 13: Mano de obra directa anual 141
Anexo 14: Mano de obra indirecta anual 141
Anexo 15: Activos fijos 142
Anexo 16: Mantenimiento 142
Anexo 17: Amortización 143
Anexo 18: Transporte en compras 143
Anexo 19: Sueldos y salarios 144
Anexo 20: Útiles de aseo 144
Anexo 21: Materiales de oficina 145
Anexo 22: Servicios básicos 145
Anexo 23: Arriendo 146
Anexo 24: Promoción y publicidad 146
Anexo 25: Adecuaciones 147
Anexo 26: Cuadro resumen de inversiones fijas tangibles 147
Anexo 27: Inversión intangible 148
Anexo 28: Materia prima 149
Anexo 29: Mano de obra 149
Anexo 30: Gastos de fabricación 149
Anexo 31: Evidencias de la encuesta al personal del supermercado Dianita 150
Anexo 32: Evidencias de la encuesta a la población Guarandeña 151
Anexo 33: Certificado Turnitin 152
Anexo 34: Captura del Tirnitin 153

INTRODUCCIÓN

El consumo de alimentos saludables ha ganado importancia en Guaranda, sin embargo, a pesar del potencial de la quinua y la cebada su comercialización enfrenta desafíos como la falta de empresas dedicadas a su procesamiento y el desconocimiento de sus beneficios nutricionales, lo que limita su aceptación en el mercado, por lo tanto el siguiente trabajo investigativo propone un plan de negocios para la elaboración de harina de quinua con máchica en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, la cual consta de cinco capítulos.

En el Capítulo I: Se presenta la formulación general del proyecto que abarca el problema de la investigación, la justificación, el objetivo general y los objetivos específicos que permitan direccionar el desarrollo del proyecto.

En el Capítulo II: Marco Teórico, se aborda los antecedentes, así como los fundamentos científicos, conceptuales y legales que respaldan el estudio; también incluye la estructura de evaluación de proyectos e información geo referencial.

En el Capítulo III: Se describe la metodología, la cual integra enfoques cualitativo y cuantitativo. Asimismo, se detallan los tipos de investigación, los métodos empleados y las técnicas e instrumentos de recopilación de datos. Además, se determina el universo, la población y la muestra de las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda, a quienes está dirigido la encuesta.

En el Capítulo IV: Resultados y discusión, se presenta el análisis e interpretación de resultados de las encuestas aplicadas a los consumidores y oferentes de la harina para colada de dulce en la ciudad de Guaranda.

En el Capítulo V: Se plantea la propuesta que incluye tema, objetivo de la propuesta, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio organizacional, el estudio económico y la evaluación financiera.

Al final la descripción de las respectivas conclusiones y recomendaciones del proyecto.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo desarrollar un plan de negocios para la elaboración de harina de quinua con máchica en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, para el año 2024. El estudio analiza el potencial del mercado y la viabilidad financiera del proyecto, considerando la creciente demanda de productos saludables y nutritivos en la región.

En el Estudio de Mercado realizado, se ha identificado una demanda insatisfecha de 65.479 libras (lb) de harina para colada de dulce, la cual tendrá una participación del 15,413 % dado que la demanda supera significativamente la oferta; esto representa una oportunidad real para establecer una microempresa dedicada a la producción de harina de quinua con máchica, especialmente debido a la preferencia de la población guarandeña por consumir este tipo de productos, por lo tanto, tendrá dos presentaciones: una bolsa de plástico con cierre de 250 g y una bolsa de plástico simple.

De acuerdo al Estudio Técnico propuesto, se determinó que, la capacidad productiva anual es de 10.092 libras, cubriendo el 15,413% de la demanda insatisfecha; además la microempresa se ubicará estratégicamente cerca del Terminal Terrestre de Guaranda para facilitar la distribución del producto. Por un lado, se detalló el proceso productivo mediante los diagramas de bloque y flujo; por otro lado, se han identificado las necesidades de maquinaria, equipo de cómputo, equipo de oficina, muebles y enseres disponibles en el mercado y se prevé la contratación de 3 personas, pero no se descarta la posibilidad de incrementará a medida que crezca el tamaño de la empresa.

Con base al Estudio Organizacional efectuado, se planteó el nombre “Molienda Celeste Cía. Ltda.”, en la cual cada socio contribuye con un aporte del 50%; también se desarrolló la base filosófica, compuesta por la misión, visión, estrategia empresarial, objetivos estratégicos, principios y valores que proporcionan dirección estratégica y un marco ético en la toma de decisiones. Asimismo, se diseñó la organización administrativa mediante un organigrama estructural y funcional, que sirve de guía para el correcto funcionamiento del negocio.

Desde el punto de vista del Estudio Económico, el proyecto es viable pues se estimó una inversión inicial de 8.845,78$, con una financiación total propia por parte de los socios; igualmente el ingreso al primer año es de 29.523$ mientras que el análisis del punto de equilibrio indica que la empresa debe producir 12.518 unidades al año generando un ingreso de 19.403,12$ para cubrir sus costos totales. En suma, la rentabilidad del proyecto es favorable con una utilidad operacional positiva del 20% conforme al estado de resultados en el primer año.

En lo que respecta a la Evaluación Económica se determinó que la Tasa Interna de Retorno (TIR) de 76% supera la Tasa de Rentabilidad Mínima Aceptable (TREMA) del 27%; además el Valor Actual Neto (VAN) es positivo con un monto de 10.056,95$ y el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 1 año, 3 meses y 10 días lo que refuerza la viabilidad del proyecto. Asimismo, la Relación Beneficio-Costo (RBC) de 1.26$ demuestra que cada dólar invertido genera un beneficio adicional de 0.26 centavos, confirmando que el proyecto es financieramente atractivo y viable.

En resumen, tras finalizar el estudio respectivo se puede afirmar que el proyecto para el establecimiento de la microempresa dedicada a la elaboración de harina de quinua con máchica en la ciudad de Guaranda es una inversión prometedora desde el punto de vista de los estudios de Mercado, Técnico, Organizacional, Económico y Evaluación económica, con perspectivas de crecimiento y rentabilidad a mediano y largo plazo, por lo que requiere su ejecución beneficiando tanto a los inversionistas como a la ciudadanía guarandeña al ofrecer un producto auténtico.

Palabras claves: Harina, Quinua, Máchica, Rentabilidad, Producto, Demanda, Oferta.

ABSTRACT

The objective of this research is to develop a business plan for the production of quinoa flour with máchica in the city of Guaranda, Bolivar Province, for the year 2024. The study analyzes the market potential and the financial viability of the project, considering the growing demand for healthy and nutritious products in the region.

In the Market Study carried out, an unsatisfied demand of 65,479 pounds (lb) of flour for sweet straining has been identified, which will have a 15.413% share given that demand significantly exceeds supply; this represents a real opportunity to establish a microenterprise intended to the production of quinoa flour with máchica, especially due to the preference of the Guarandeño population for consuming this type of product, therefore, it will have two presentations: a 250 g resealable plastic bag and a simple plastic bag.

According to the technical study that was proposed, it was determined that the annual production capacity is 10,092 pounds, covering 15.413% of the unsatisfied demand; in addition, the microenterprise will be strategically located near the Guaranda's Terminal to facilitate product's distribution. On the one hand, the production process was detailed using block and flow diagrams; on the other hand, the needs for machinery, computer equipment, office equipment, furniture and fixtures available on the market have been identified, and 3 people are expected to be hired, although the possibility of increasing as the size of the company grows is not ruled out.

Based on the Organizational Study carried out, the name "Molienda Celeste Cía. Ltda." was proposed, in which each partner contributes 50%; the philosophical basis was also developed, consisting of the mission, vision, business strategy, strategic objectives, principles and values that provide strategic direction and an ethical framework for decision making. Likewise, the administrative organization was designed by means of a structural and functional organization chart, which serves as a guide for the correct operation of the business.

From the point of view of the Economic Study, the project is viable with an initial investment of $8,845.78 was estimated, with total own financing by the partners; likewise, the income in the first year is $29,523, while the break-even analysis indicates that the company must produce 12,518 units per year, generating an income of $19,403.12 to cover its total costs. In sum, the profitability of the project is favorable with a positive operating profit of 20% according to the income statement in the first year.

Regarding the Economic Evaluation, it was determined that the Internal Rate of Return (IRR) of 77% exceeds the Minimum Acceptable Rate of Return (MATR) of 27%; also the Net Present Value (NPV) is positive with an amount of $10,056.95 and the Investment Recovery Period (IRP) is 1 year, 3 months and 10 days, which reinforces the viability of the project. Likewise, the Benefit-Cost Ratio (BCR) of $1.26 shows that each dollar invested generates an additional benefit of 0.26 cents, confirming that the project is financially attractive and viable.

In summary, after completing the respective study it can be affirmed that the project for the establishment of the microenterprise intended to the production of quinoa flour with máchica in the city of Guaranda is a promising investment from the point of view of the Market, Technical, Organizational, Economic and Economic Evaluation studies, with prospects for growth and profitability in the medium and long term, so it requires its implementation benefiting both investors and the citizens of Guaranda by offering an authentic product.

Key words: Flour, Quinoa, Máchica, Profitability, Product, Demand, Supply.

CAPÍTULO I.

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del Problema

Con un análisis previo a la investigación podemos encontrar varios factores negativos que pueden afectar en el crecimiento económico en la comercialización de la quinua, uno de los principales problemas es la falta de empresas dedicadas a la elaboración de productos a base de quinua en la ciudad de Guaranda, debido a la escasez de agricultores que cultiven esta materia prima pero a pesar de las peculiaridades de la tierra y el clima, los precios del producto bajan en ciertas épocas del año, por lo que en las ventas son incapaces de cubrir los costos de producción, como la preparación de la tierra, la adquisición de semillas, el manejo de cultivos, la mano de obra, etc.

El desconocimiento de las propiedades nutritivas de la quinua y la máchica ha sido una barrera importante para su aceptación y consumo generalizado, teniendo en cuenta que la quinua contribuye a prevenir enfermedades como el colesterol alto, la diabetes y problemas cardíacos, la falta de información sobre sus beneficios ha limitado su reconocimiento en el mercado y su incorporación en las dietas diarias, asimismo la máchica a pesar de ser un alimento ancestral andino con notables ventajas para la salud, su difusión y consumo son escasos principalmente debido al desconocimiento generalizado de sus propiedades.

En ciertas ciudades de la provincia Bolívar existe un bajo nivel de consumo de la harina de quinua por el desconocimiento de este producto, debido a que no es un producto muy ofertado por los productores y comercializadores, además la población bolivarense opta por consumir productos sustitutos como las harinas de plátano, tapioka, maicena, avena, entre otros, estos productos sustitutos se consumen debido a la facilidad de adquisición en los diversos mercados.

También la falta de promoción adecuada juega un papel importante dado que la quinua no ha sido promocionada de manera efectiva en comparación con otros alimentos, lo que ha limitado su visibilidad y reconocimiento en el mercado; asimismo los prejuicios o desconocimiento cultural en ciertas regiones sobre la quinua puede ser percibida como un alimento exótico o poco accesible, lo que disminuye su aceptación y demanda.

1.2. Formulación del Problema

¿Cómo influye el Plan de Negocios para la elaboración de harina de quinua con máchica en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2024?

1.3. Preguntas de Investigación

- ¿En la elaboración de harina de quinua con máchica existe demanda insatisfecha?
- ¿Qué preferencias tiene el mercado objetivo?
- ¿Cómo se organizará el programa de producción?
- ¿Cuál es el proceso productivo para la elaboración de harina de quinua con máchica?
- ¿El Plan de Negocios para la elaboración de harina de quinua con máchica es rentable?

1.4. Justificación

El establecimiento de una microempresa especializada en la elaboración de harina de quinua con máchica en la ciudad de Guaranda representa una gran oportunidad de negocio al no ser un mercado explotado con el fin de ofertar productos únicos y de calidad a precios asequibles que cubran la demanda de los clientes, permite reactivar la economía local y provincial al generar empleos y brindar mejores oportunidades a los productores de quinua y cebada.

Se pretende distribuir al por mayor y menor la harina de quinua con máchica en la ciudad de Guaranda comprando la materia prima a proveedores locales y de provincias cercanas como por ejemplo la provincia de Chimborazo pues un estudio realizado por (Alvarado Romero & Martínez Rodríguez, 2015) sobre el "Estudio de factibilidad para la producción de Quinua en las comunidades del cantón Colta, provincia de Chimborazo y propuesta de plan de exportación al mercado francés" ha demostrado que una gestión efectiva en la elaboración de productos a base de quinua influye de manera positiva y directa en su visibilidad y reconocimiento en el mercado, además, beneficiará a los agricultores de la zona rural y la población urbana de la ciudad de Guaranda, con el objetivo de ayudar a los habitantes y educarlos sobre alimentación sana y nutritiva.

La quinua reconocida por su alto valor nutricional, es rico en proteínas, lípidos, fibra, vitaminas y minerales, lo que lo convierte en un alimento completo y beneficioso para la salud, la quinua no solo destaca por sus propiedades nutricionales, sino también por su capacidad de adaptarse a condiciones climáticas adversas y terrenos marginales, lo que la convierte en una esperanza para mejorar la seguridad alimentaria en zonas vulnerables, asimismo, la máchica aporta valores calóricos y nutricionales para el organismo, además es muy conocida por su alto contenido de enzimas, vitaminas y minerales (Rosales Vera, 2022).

En el contexto de Guaranda, la finalidad de la microempresa es ofertar un producto de calidad como es la combinación de harina de quinua con máchica, esto permitirá que la ciudadanía reemplace los productos sustitutos y prefiera consumir un nuevo producto nutritivo de manera que integre a su dieta cotidiana para obtener beneficios significativos para la salud.

Esta investigación tributará al desarrollo económico de Guaranda y sus alrededores mediante la creación de emprendimientos, generando empleo directo e indirecto, beneficiando a los agricultores que cultivan quinua y fomentando la reactivación de la economía local.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General:

- Proponer un plan de negocios para la elaboración de harina de quinua con máchica en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2024.

1.5.2. Objetivos Específicos:

- Identificar la demanda y la oferta, para la elaboración de harina de quinua con máchica mediante el estudio de mercado, en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2024.
- Conocer los recursos tecnológicos, económicos, materiales, humanos y proceso de elaboración de harina de quinua con máchica a través del estudio técnico.
- Proponer la filosofía organizacional de la microempresa mediante el estudio administrativo.
- Determinar los costos, inversiones, financiamiento, ingresos y egresos en la microempresa mediante el estudio económico.
- Calcular la rentabilidad del plan de negocio a través de la evaluación económica que incluya distintas herramientas financieras.

1.6. Idea a Defender

El Plan de Negocios para la elaboración de harina de quinua con máchica en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2024, es viable y rentable, dado el creciente interés en alimentos saludables y nutritivos.

1.7. Variables

Variable independiente: Plan de Negocios

Variable dependiente: Elaboración de harina de quinua con máchica.

Operacionalización de Variables

Tabla 1:
Operacionalización de Variables

Variables	Tipos de Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnicas /Instrumento
Plan de Negocios	Independiente	Un plan de negocios es un documento detallado sistemáticamente que sirve para guiar un negocio en donde se detalla el estudio organizacional, el estudio del mercado, estudio técnico de la producción, estudio económico y evaluación financiera.	Estudio de Mercado	Tamaño del mercado	Encuestas Cuestionario
			Estudio Organizacional	Filosofía organizacional	
			Planificación Financiera	Viabilidad	
Elaboración de harina de quinua con máchica	Dependiente	Elaborar un producto es un proceso integral que implica convertir materias primas en un artículo final destinado a la venta y consumo. Este proceso consta de varias etapas clave: la planificación y diseño del producto, la adquisición de insumos, la transformación física de los materiales a través de procesos de fabricación.	Análisis de adquisición de insumos	Costo por unidad	Encuestas Cuestionario
			Diseño del producto	Características del producto	
			Proceso productivo	Diagrama del proceso de producción	

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Para el desarrollo de este trabajo, se han considerado diversas investigaciones fundamentales para el "Plan de negocios para la elaboración de harina de quinua con máchica en Guaranda, año 2024" considerando que proporcionan un contexto histórico y un análisis previo del mercado. Estos antecedentes permiten comprender la evolución del consumo de estos productos, las condiciones económicas y sociales de la zona al igual que las tendencias de la demanda y la oferta. Tener un conocimiento profundo de estos aspectos asegura una planificación más precisa y la toma de decisiones informadas, maximizando las posibilidades de éxito del proyecto.

A continuación, se presentan los siguientes trabajos investigativos:

Según (Arotaype Macedo & Medina Pachas, 2019) en su trabajo investigativo "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN BASE A QUINUA: POP – QUINUA, EN LA CIUDAD DE AREQUIPA".

> Menciona que observa que los productos a base de Quinua que actualmente se ofertan en el mercado peruano son poco significativos, pero con gran potencial de crecimiento dado el interés por productos naturales y de alto valor nutritivo. Al revisar el portafolio de productos a base de cereales que ofertan las cadenas de supermercados más importantes del país se encontró que cereales como el maíz, trigo, avena, son las materias primas más utilizadas en la 2 elaboración de diversos productos, en tanto cereales como la Quinua solamente la encontramos en semilla o harina lista para cocinar y mezclar con otros productos. (pág. 1)

Las autoras mencionan los siguientes objetivos de estudio:

- Determinar el mercado al cual se puede acceder con cereales a base de Quinua.
- Determinar la demanda del producto.
- Realizar un análisis del sector.
- Evaluar la factibilidad del proyecto, a través del uso de herramientas financieras, que permitan garantizar el desarrollo del proyecto de inversión.
- Asegurar la sostenibilidad del proyecto. (pág. 4)

Las conclusiones del plan de negocios para producción y comercialización de productos en base a Quinua son:

- Este Plan de Negocios según los estudios realizados es viable, nos hemos basado en un estudio de mercado, por medio de encuesta, para poder lanzar un producto nuevo, en este caso Pop Quinua, que es la quinua insuflada o expandida saborizada, es un alimento 100% natural, nutritivo y rico en lisina.
- Hemos escogido este producto en especial, por el marcado propósito de la población en alimentarse de manera natural y sana, dada esta tendencia y el resultado de nuestra encuesta en la que el 91% estaría dispuesto a probar una nueva marca de cereal.
- Partiendo de los resultados de la encuesta, hemos analizado los costos y gastos para la puesta en marcha del proyecto, y también hemos proyectado a 5 años está inversión, dando por resultado un VAN positivo, con el uso de herramientas financieras, hemos podido concluir que el presente proyecto es viable y rentable a través del tiempo. (pág. 45)

La autora (Leiva Chamba, 2021) en su trabajo "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE HARINAS DE CEREALES EN LA COMUNIDAD ATAPO CULEBRILLAS, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO".

> Menciona que la comunidad Atapo Culebrillas produce de manera artesanal harina de cebada y la comercializa de manera empírica en los diferentes lugares de la provincia de Chimborazo, lo que refleja la deficiente gestión comercial y administrativa que actualmente posee la asociación de hecho al no contar con un plan de negocios para la comercialización de harinas de cereales que sirva como guía y fuente de información para facilitar la toma de decisiones. Es por ello que a continuación se recoge de manera sintetizada bibliografía necesaria y la metodología aplicada para llevar a cabo el presente trabajo colaborativo por la comunidad Atapo Culebrillas. (pág. 3)

El autor menciona los siguientes objetivos del plan de negocios:

> Los objetivos que justifican la elaboración de un plan de negocios se diferencian según el momento de vida de la empresa y el tipo de negocio de la misma, generalmente los objetivos están direccionados a contar con un documento de presentación a potenciales inversionistas, socios o compradores; tener la seguridad de que el negocio tenga sentido financiero y operativo; identificar y planificar un plan de acción para evitar potenciales problemas antes de que ocurran, el mismo que permitirá el ahorro de tiempo y recursos. Cuando un negocio ya está en marcha, el plan de negocios permite evaluar el desempeño, promover un plan de acción en áreas específicas para reducir costos y aumentar eficiencia y actualizar las proyecciones económicas. (pág. 4)

El plan de negocios para la producción de harinas de cereales en la comunidad atapo culebrillas establece las siguientes conclusiones:

- El proyecto es viable comercialmente debido a la existencia de una demanda insatisfecha para el primer año de 84465 y para el último año 89648 clientes, puede operarse técnicamente ya que se considera un 20% de la capacidad operativa con relación a la demanda insatisfecha, es decir existen las condiciones para comercializar harina de cebada**.**
- Para poder operar la producción de harina de cebada es necesario legalmente conformarse como una asociación, y estará regulada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.
- La inversión inicial del emprendimiento, es de 86.535,42 USD, calculado el VAN se obtiene un valor de 98718,62 USD, siendo este una cantidad positiva, una RBC de 2,11 USD, la TIR dio como resultado un 33,99%.; el periodo de recuperación de capital se encuentra entre el año 2 y 3 del proyecto; todo esto permite determinar que el proyecto es viable y rentable financieramente.
- Siendo el proyecto viable en términos comerciales, técnicos, ambientales, legales, administrativos y financieros, el Plan de negocios para la producción de harinas de cereales en la comunidad Atapo Culebrillas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo es factible. (pág. 74)

Conforme a (Muñoz, 2020) en el proyecto titulado "PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PANIFICADORA A PARTIR DE HARINA DE QUINUA EN SAN JUAN DE PASTO-NARIÑO".

> Informa que en el sector industrial en la ciudad de Pasto está constituido por un gran número de micro y pequeñas empresas y en menor medida de medianas empresas. El capital que disponen para su ampliación es limitado, no disponen de un nivel tecnológico importante, viven en la informalidad porque, es el medio por el cual les permite sobrevivir en el mercado. "La economía local se hace cada vez más dependientes y es abastecida por los productos que provienen del interior del país. El sector se debilita y por los tanto los trabajadores buscan otras opciones de empleo como el comercio informal, la delincuencia y las drogas." (pág. 19)
>
> Generalmente las panificadoras en la ciudad, direccionan su trabajo hacia la satisfacción de la demanda que existe en el mercado, pero no han dedicado su esfuerzo a innovar, involucrando dentro de sus procesos productivos nuevas materias primas que eleven la calidad de los productos, por esto es relevante desarrollar un plan de negocios que genere y aproveche la oportunidad de trabajar con nuevas alternativas saludables como la Harina de Quinua, que contribuyan a brindar beneficios alimenticios para los consumidores. (pág. 19)
>
> Sin embargo, a pesar de que las condiciones climáticas y agroecológicas de la ciudad y de algunas poblaciones del departamento de Nariño son óptimas para desarrollar cultivos de Quinua, en Pasto aún no se han desarrollado procesos de transformación a escala industrial para el grano de Quinua, limitando la posibilidad de generar valor agregado en este producto y reduciendo la oportunidad de ofrecer productos alternativos. (pág. 19)

La autora presenta el siguiente objetivo general:

- Proponer un plan de negocios para la creación de una empresa panificadora a partir de Quinua en San Juan de Pasto-Nariño.

De la misma manera expone los objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado para identificar la oferta, demanda competencia y demás aspectos de mercadeo del proyecto.
- Establecer el estudio técnico para determinar locaciones, ubicación, infraestructura adecuada, capacidad productiva y determinar que equipos y herramientas se necesitan para la producción de panificación.
- Realizar un estudio administrativo y financiero para determinar la inversión y buscar un medio de financiación.
- Evaluar económicamente el Plan de Negocios para determinar su rentabilidad.
- Determinar el impacto social que pueda generar el proyecto en San Juan de Pasto-Nariño. (pág. 23)

En base a lo establecido se presenta las siguientes conclusiones:

- Se logró determinar el comportamiento del mercado frente a la aceptabilidad del montaje de una Panadería en la ciudad de san Juan de pasto; el cual es factible por cuanto existe un mercado potencial importante y que requiere el producto a base de quinua.
- Se establecieron las características técnicas necesarias para el montaje y puesta en marcha de panadería en la ciudad de Pasto, con base en quinua demostrando que el proyecto es viable técnicamente.
- Se definió la estructura administrativa y legal necesaria para el montaje de una panadería en la ciudad de Pasto.
- Se determinó el monto de la inversión, el presupuesto de ingresos y gastos necesarios para el montaje de una panadería en la ciudad de Pasto.
- Finalmente se evalúo financiera y económicamente el montaje de una panadería en la ciudad de Pasto determinando su factibilidad tanto por el indicador del VPN como la TIR. (pág. 165)

De acuerdo a (Aquino Valdivia & Nina Zavaleta, 2020) en proyecto denominado "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANJAR DE QUINUA CON SABOR A FRUTAS."

> De acuerdo a (Aquino Valdivia & Nina Zavaleta, 2020) el principal problema es que se encontró una demanda insatisfecha en un grupo de consumidores que evitan el consumo de manjar tradicional, debido a problemas de salud y/o al alto índice de azúcar que presentan dichos manjares.

Los autores presentan el siguiente objetivo general:

- Formular un plan de negocios para elaboración y comercialización de manjar de quinua con sabor a frutas en Arequipa metropolitana, en el 2021 al 2025. (pág. 3)

Asimismo, exponen en su trabajo los siguientes objetivos específicos:

- Determinar los factores situacionales de carácter estratégico, que impactan en la comercialización del manjar de quinua con sabor a frutas, en Arequipa metropolitana, en el 2021 al 2025.
- Establecer estrategias mercadológicas adecuadas para la elaboración y comercialización del manjar de quinua con sabor a frutas, en Arequipa metropolitana, en el 2021 al 2025.
- Analizar las operaciones y procesos principales para la elaboración y comercialización de manjar de quinua, en Arequipa metropolitana, en el 2021 al 2025. (pág. 3)
- Establecer el requerimiento del talento humano necesario para la implementación del negocio de elaboración y comercialización de manjar de quinua con sabor a fruta, en Arequipa metropolitana, en el 2021 al 2025.

- Desarrollar el plan legal para la elaboración y comercialización del manjar de quinua con sabor a frutas, en Arequipa metropolitana, en el 2021 al 2025.
- Determinar la viabilidad del negocio, en la elaboración y comercialización de manjar de quinua, posterior del análisis del plan financiero, en Arequipa metropolitana, en el 2021 al 2025. (pág. 4)

A continuación, se presenta las conclusiones alcanzadas en este trabajo:

- Se formuló el plan de negocio con éxito, tomando en cuenta la integración del plan estratégico, plan de marketing, plan operativo, plan de recursos humanos, plan legal y finalmente el plan financiero, con ello se demuestra que la idea de negocio es factible al demostrar viabilidad en todos los planes realizados.
- Al realizar el plan estratégico, se concluye que "Manqui" al ser un producto único e innovador en el mercado, por sus atributos diferenciadores que generan un mayor valor frente a su competencia, competirá bajo la estrategia genérica de enfoque bajo diferenciación, debido a que se dirige a un grupo de clientes determinado, según la segmentación, que tienen necesidades específicas.
- Al realizar el plan de marketing, se concluye que "Manqui" ofrecerá tres presentaciones distintas; 250 gr, 500 gr y 1 kg, con cuatro distintos sabores, se estableció el precio para las diferentes presentaciones, según el costo y valor percibido al realizar la encuesta será de S/ 7.90, S/ 14.90 y S/27.90 respectivamente. Mediante el marketing relacional, a través de herramientas digitales, se llegará al segmento objetivo.
- Al desarrollar el plan de operaciones, en cuanto a la inversión de maquinaria se concluye que en los próximos cinco años el proyecto no necesitará ampliar su capacidad de planta, dado que cuenta con los recursos necesarios, maquinaria industrial y personal capacitado, para alcanzar y cubrir la demanda hasta el 2025.
- Se concluye que el talento humano es el principal activo de la organización, es por ello que, para iniciar las operaciones, Nutribelly S.A.C. contará con un equipo de trabajo de 7 personas, motivadas y que compartan los valores institucionales. Se cuenta con una estructura organizacional horizontal, facilitando la comunicación de la alta dirección con todos los miembros de la organización.
- Al realizar el plan legal, se constituirá la empresa Nutribelly S.A.C. bajo la denominación de sociedad anónima cerrada, adquiriendo personalidad jurídica privada y de responsabilidad limitada. (pág. 160)
- Finalmente, al realizar el plan económico y financiero mediante los principales indicadores se determina que el proyecto es rentable. Se optará por apalancar la inversión, debido a que muestra un resultado favorable e incrementa la rentabilidad del negocio. Adicionalmente, al realizar el análisis de sensibilidad bajo el escenario pesimista, dada la coyuntura actual, el negocio aún genera ganancias. Se proyecta un VANF de S/38,225, una tasa de rentabilidad TIRF= 18.96%, mayor al costo de oportunidad del capital Ke =12.21% y se estima un periodo de recuperación de 3 años, 9 meses y 14 días. Por lo que, aun bajo este escenario, el proyecto es viable para considerar su implementación en Arequipa Metropolitana. (pág. 161)

Según (Males Burbano & Riascos Diaz, 2017) en su trabajo "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE PANADERIA UTILIZANDO HARINA DE QUINUA (CHENOPODIUM QUINOA) COMO SUSTITUTO PARCIAL DE HARINA DE TRIGO (TRITICUM SPP) EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO."

> En la ciudad de San Juan de Pasto no se presenta desarrollo industrial debido a la falta de perseverancia, ya que la población del municipio inaugura las empresas pero al encontrar tantas dificultades no continua con ellas, por eso surge la necesidad de reforzar este espíritu dentro de la población, es así como los entes gubernamentales han buscado desarrollar estrategias para mejorar esta situación mediante ferias, convocatorias y ruedas de negocios, ya que al aumentar la industria también se generan empleos y mejora la calidad de vida de la población pues en este año la tasa de desempleo en el municipio de San Juan de Pasto es del 10% lo que equivale a 22 mil personas desempleadas de los cuales 10 mil son jóvenes entre los 18 y 28 años. (pág. 31)

Como objetivo general se presenta lo siguiente:

- Formular un plan de negocios para la creación de una empresa que se encargue de la producción y comercialización de productos de panadería utilizando harina de quinua (Ch. quínoa) como sustituto parcial de harina de trigo (Triticum spp) en la ciudad de San Juan de Pasto, departamento de Nariño. (pág. 44)

Los objetivos específicos son:

- Determinar la viabilidad comercial del proyecto mediante una investigación de mercados en la que se pueda identificar claramente la oferta y la demanda potencial.
- Elaborar un estudio técnico que permita identificar y evaluar la viabilidad técnica para la producción y comercialización del pan elaborado.
- Plantear la estructura organizacional y administrativa para la creación de la empresa
- Determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto
- Evaluar el impacto ambiental y social del proyecto, identificando impactos y efectos generados. (pág. 44)

En el plan de negocios las autoras redactan las siguientes conclusiones:

- El presente estudio logra demostrar el gran atractivo que posee el sector panadero debido a su alta rentabilidad y aceptación de los productos que se fabrican, como en el caso específico pan con harina de quinua, el cual posee características similares a las del pan elaborado con 100% harina de trigo y puede incluirse de manera satisfactoria en la dieta de la población del municipio de San Juan de Pasto.
- Se puede destacar el proyecto como uno innovador, puesto que no existen suficientes locales comerciales que ofrezcan productos de panadería con algún tipo de sustitución de harinas, en el caso específico de la quinua en el municipio de San Juan de Pasto, convirtiéndose en un precursor para el empleo correcto de la quinua en la región.
- Se logró determinar que la formulación de pan que tuvo mayor aceptación por parte de los panelistas, fue aquel que contenía 10% de harina de quinua.
- Con el uso del estudio económico y financiero, es posible afirmar que es favorable el financiamiento y ejecución del presente proyecto ya que se determinó una TIR de 36.05% valor que supera la tasa de oportunidad establecida para este caso del 18%. Paralelamente se obtiene una VAN de $185'784.543, es decir que se logra una riqueza adicional por este valor en relación a la que se obtendría con otra clase de inversión
- El beneficio socioeconómico que genera el proyecto es muy importante para la región, ya que se están generando 8 empleos directos y gran cantidad de empleos indirectos, como también se está asegurando compra de materia prima a los productores primarios a un precio justo.
- El proyecto presenta una viabilidad técnica y económica, lo que posibilita la industrialización de la harina dentro del departamento de Nariño. (pág. 203)

2.2 Marco Científico

Fundamentación de un Plan de Negocios

"El estudio de (Weinberger, 2009) sobre los planes de negocio ofrece una visión más precisa para llevar a cabo un emprendimiento."

> El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el contenido. (pág. 33)

Importancia del plan de negocios

> Según (Gordillo Cortéz, 2021) menciona que siendo el plan de negocios un documento, de manera clara y sencilla que se tiene antes de lanzar al mercado a la empresa teniendo desde los objetivos que se van a lograr hasta las actividades cotidianas para alcanzarlos y estrategias a seguir para no tener inconvenientes en el futuro y seguir un camino hacia lo que queremos crear. Para todas las empresas son muy importantes un plan de negocios, porque se evalúa de manera positiva o negativa la posibilidad de realizar tu emprendimiento y también los diversos factores que se dan antes de iniciarlo. Teniendo esta guía ayuda a operar lo mejor posible los gastos de la puesta en marcha, los gastos anuales y sobre todo tener un máximo de las ventas que se conseguirán en cada servicio de transporte que se dé. (pág. 11)

Tipos de planes de Negocio

Según (Weinberger, 2009) tenemos los siguientes tipos de planes de negocios:

1. **Plan de negocios para empresa en marcha:** "El plan de negocios para una empresa en marcha debe evaluar la nueva unidad de negocio de manera independiente y además deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva." (pág. 40)
2. **Plan de negocios para nuevas empresas:** El desarrollo del plan de negocios se convierte en una herramienta de diseño, y parte de una idea inicial a la cual se le va dando forma y estructura para su puesta en marcha. En ella se debe detallar tanto la descripción de la idea en sí misma, como los objetivos a ser alcanzados, las estrategias a ser aplicadas y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuestas. Este plan, en el futuro, se convertirá en insumo para retroalimentar el negocio, ayudando a estimar, corregir y/o instituir las posibles variaciones que se realizarán durante el desarrollo de la empresa. (pág. 40)
3. **Plan de negocios para inversionistas:** El plan de negocios debe estar redactado para atraer el interés de los inversionistas. Por ello, es importante que el documento incorpore toda la información necesaria sobre la idea o la empresa en marcha y sobre todo, datos relevantes que determinen la factibilidad financiera del negocio y el retorno de la inversión, que el inversionista puede obtener al apostar por la idea propuesta. Debe ser claro, sencillo y contener la información relevante para una evaluación financiera confiable. (pág. 41)

4. **Plan de negocios para administradores:** El plan de negocios para los administradores debe contener el nivel de detalle necesario para guiar las operaciones de la empresa. Este plan suele contener mayor nivel de detalle, pues muestra los objetivos, las estrategias, las políticas, los procesos, los programas y los presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa. (pág. 41)

Ventajas del plan de negocios

Según (Saltos Rueda, 2019) las ventajas de realizar un plan de negocios son:

- Mejora la comunicación interna de manera significativa.
- Facilita el autodesarrollo efectivo del empresario.
- Mejora la comunicación externa de manera eficiente.
- Fomenta una mentalidad interna centrada en la rentabilidad y sirve como herramienta de control efectiva.
- Identifica las oportunidades de negocio más prometedoras.
- Precisa los mercados de interés y sugiere una mayor participación en ellos.
- Evalúa estrategias alternativas.
- Analiza la posición competitiva de la empresa.
- Facilita la medición y el control de resultados.
- Proporciona una valiosa fuente de información actual y futura.
- Fomenta el uso eficiente de los recursos disponibles. (pág. 19)

Para desarrollar un Plan de Negocio eficaz se tomó como referencia el libro denominado "Evaluación de Proyectos" Séptima Edición de (Baca Urbina, 2013), el cual aborda el estudio de mercado, técnico, administrativo, económico y evaluación económica. Este recurso nos permitirá determinar cuándo se recuperará la inversión y qué métodos deberán implementarse para garantizar la efectividad del Plan de Negocio.

Tabla 2:
Estructura de Evaluación de proyecto

Estudio de Mercado	
Definición del producto	Se debe proporcionar una descripción precisa del producto o productos que se planean desarrollar.
Análisis de la demanda	El objetivo principal es identificar y evaluar las fuerzas que influyen en los requerimientos del mercado para un bien o servicio.
Análisis de la oferta	Tiene como finalidad determinar y medir las cantidades y condiciones en las que una economía está dispuesta y capacitada para ofrecer un bien o servicio al mercado.
Análisis de los precios	Es el proceso de determinar la estrategia de fijación de precios adecuada para un producto o servicio,
Canales de distribución	Es el camino que sigue un producto desde el productor hasta llegar a los consumidores finales, haciendo varias paradas a lo largo de esa ruta.
Estudio Técnico	
Localización óptima del proyecto	El propósito principal de esta sección es determinar la ubicación de la planta.
Proceso de producción	Se refiere al método técnico utilizado en el proyecto para transformar insumos en bienes y servicios.
Diagrama de bloques	Cada operación unitaria aplicada a la materia prima se representa dentro de un rectángulo; estos rectángulos se conectan entre sí mediante flechas que muestran tanto la secuencia de las operaciones como la dirección del flujo.
Diagrama de Flujo	Utiliza una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones realizadas.
Adquisición de equipo y maquinaria	Es la compra de equipo y maquinaria que debe considerar una serie de factores que influyen directamente en la elección.
Distribución de la planta	La distribución de la planta debe proporcionar condiciones de trabajo aceptables, permitir una operación económica, y mantener las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Estudio Organizacional	
Empresa	Establece una identidad clara de la empresa, especificando el nombre o razón social, la titularidad y el tipo de entidad.
Bases filosóficas	Son los principios y fundamentos que definen la identidad de una empresa, incluyen la misión, visión, estrategia empresarial, objetivos empresariales, principios y valores que guían su comportamiento y decisiones.
Organización Administrativa	Se encarga de determinar el organigrama estructural y funcional con el personal idóneo para la empresa.
Estudio Económico	
Determinación de los costos	El costo es un desembolso en efectivo o en especie realizado en el pasado, presente, futuro, o de manera virtual, cuenta con costos de producción, administrativos, ventas y financieros.
Inversión total inicial	La inversión inicial incluye la adquisición de todos los activos fijos y los activos diferidos necesarios para comenzar las operaciones de la empresa, excluyendo el capital de trabajo.
Depreciaciones y amortizaciones	Las depreciaciones se aplican a los activos fijos, es la pérdida de valor de un bien a medida que pasa el tiempo mientras que la amortización es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión y se aplica en activos diferidos.
Punto de equilibrio	Es el equilibrio entre los ingresos por ventas con la suma de los costos fijos y los costos variables.
Estado de resultados	El estado de resultados es un informe financiero que muestra los ingresos y gastos de una empresa, y permite determinar la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto en un determinado tiempo.
Flujo de fondo de efectivo	Es un informe financiero que muestra cómo cambia el efectivo de una empresa durante un período específico. Este informe detalla todas las entradas y salidas de efectivo.
Costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento	Es la inversión inicial, el capital para esta inversión puede provenir de diversas fuentes: personas físicas (inversionistas), personas morales (otras empresas), instituciones de crédito (bancos), o una combinación de estas fuentes.

Balance General	Es un informe financiero en donde se puede identificar la situación financiera de la empresa en un determinado tiempo, este informe presenta activos, pasivos y el patrimonio, en donde debe cuadrar la ecuación contable.
Evaluación económica	
Valor presente neto (VPN)	Es el valor monetario obtenido al restar la inversión inicial de la suma de los flujos de efectivo descontados.
Tasa interna de rendimiento (TIR)	Es la tasa de descuento que hace que el VPN sea cero, igualando la suma de los flujos de efectivo descontados a la inversión inicial.
Relación costo-beneficio	Implica dividir los costos totales del proyecto por los beneficios económicos esperados.
Periodo de recuperación	Calcula el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial mediante los flujos de efectivo futuros generados por el proyecto.

Nota: (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2013, págs. 23-216)
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Fundamentación de la elaboración de quinua con máchica

Harina de Quinua

Según (Luna Maldonado, 2021, pág. 11) "La harina de quinua es el producto que se obtiene de la molienda de la quinua perlada, la granulometría que presente depende del calibre del molino, de la abertura de la zaranda o del número de malla utilizada."

Harina de Cebada (Máchica)

Según (Rosales Vera, 2022) "La máchica es el resultado de un proceso de elaboración del grano de cebada comenzando desde el periodo de pos cosecha, luego el tostado del grano, molienda y clasificado".

2.3 Marco Conceptual

Amortización:

La amortización es la distribución del valor de la inversión realizada por la adquisición del inmovilizado entre los años que se supone que va a contribuir a la obtención de ingresos de la empresa, si el buen se consumiese en un solo ejercicio, no sería un activo fijo ya que en ese caso sería un gasto del período considerado (Calleja , 2005, pág. 4).

Análisis de precios:

El análisis de precios es el estudio de los precios de los productos y servicios en el mercado con el fin de mejorar la rentabilidad del propio e-commerce, permite conocer y comprender cómo los precios afectan al crecimiento del negocio y su influencia en el volumen de ventas (Guerrero , 2021).

Análisis Costo Beneficio:

Es un proceso que, de manera general, se refiere a la evaluación de un determinado proyecto, de un esquema para tomar decisiones de cualquier tipo. Ello involucra, de manera explícita o implícita, determinar el total de costos y beneficios de todas las alternativas para seleccionar la mejor o más rentable (Aguilera Díaz, 2017).

Balance general: Según (Zapata Sánchez, 2002) indica que "el balance general o estado de situación financiera es uno de los estados financieros básicos que muestra la situación financiera de una empresa en un momento determinado".

Costos:

Los costos en contabilidad hacen referencia al momento en el que una empresa invierte dinero en la producción de un bien o servicio. Para este fin se tienen en cuenta tres elementos: materia prima, mano de obra y costos generales de producción (Cortés Ruiz, 2018).

Demanda: "En economía se refiere a cuántos bienes y servicios desean comprar las personas a los precios que ofrece el mercado para satisfacer sus necesidades y deseos" (Peiro Ucha, 2024).

Demanda insatisfecha: "Es la demanda no atendida Es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta" (Andía Valencia, Sisbib, 2011).

Depreciación:

> Es un concepto de contabilidad que se refiere a la pérdida de valor que un bien experimenta a lo largo de su vida útil, este cálculo lo realizan todas las empresas con todos sus activos fijos, es decir, con los objetos y bienes que compra para aprovecharlos durante más de un año (Gasbarrino, 2023).

Emprendedor:

> McClelland (1971) —citado por Kuriloff y Hemphill (1983), así como por Desarrollo Empresarial de Monterrey, A.C. (DEMAC, 1991)— señala que el emprendedor es una persona que posee necesidades psicológicas básicas, las cuales, como en todo ser humano, son tres: necesidad de logro, necesidad de afiliación y necesidad de poder, pero en él la primera es la más importante, la que determina sus actitudes y actuaciones (Rodríguez, 2011, pág. 5).

Estado de resultados: Según la (Universidad Veracruzana, 2011) propone que "es un estado financiero básico en el cual se presenta información relativa a los logros alcanzados por la administración de una empresa durante un periodo determinado; asimismo, hace notar los esfuerzos que se realizaron para alcanzar dichos logros".

Estrategia de distribución: Según (Méndez & Gisel, 2020) sostiene que **"**es la acción o la forma en la que llegan los productos al consumidor final, dicha distribución se lleva a cabo por medio de los canales de distribución"

Estudio de mercado: Según (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 7) "Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización".

Estudio técnico: Según (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 7) "presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la de terminación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal".

Estudio económico: Según (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 8) "ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica".

Fuentes de financiamiento:

> Las fuentes de financiamiento representan todos los tipos de inversiones que recibe una empresa. A menudo, cuando alguien quiere fundar una compañía necesita financiación externa para poner en marcha sus operaciones comerciales y mantener el negocio en funcionamiento hasta que consiga un flujo de caja positivo (Indeed, 2023).

Indicadores Financieros: Según (Rivera Mena, 2019) sugiere que "los indicadores o ratios financieros son utilizados como una herramienta valiosa para el análisis financiero con fines descriptivos, ya desde finales del siglo se utilizan para predecir un posible éxito o fracaso".

Inversión: Según (Ketelhöhn, 2004, pág. 27) "significa formación de capital. Desde el punto de vista económico se entiende por capital al conjunto de bienes, tangibles e intangibles, que sirven para producir otros bienes".

Investigación de mercados: "La investigación de mercados es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general". (Benassini, 2009, pág. 26).

Mercado: Según (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 8) señala que "es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio".

Oferta: "En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento" (Mora, Vega, & Armenta, 2008, pág. 4).

Plan de negocios: "Es un documento escrito de manera sencilla y precisa, el cual es el resultado de una planificación. Este documento muestra los objetivos que se quieren obtener y las actividades que se desarrollarán para lograr dichos objetivos" (Andía Valencia & Paucara Pinto, 2013, pág. 2).

Proyección de la demanda:

> La proyección de la demanda es una parte fundamental en la gestión de la cadena de suministro. Nos permite predecir y anticipar la demanda futura de nuestros productos o servicios, lo cual es clave para poder planificar de manera eficiente la producción, el inventario y la distribución. (Slimstock, 2024).

Proyección de la oferta: "Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección. El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica". (Peniche Sánchez, 2013).

Punto de equilibrio: Según (Mazón, Villao, Núñez, & Serrano, 2017) sostiene que "el punto de equilibrio es donde el ingreso total de la empresa es igual a sus gastos totales".

TIR:

> Es la abreviatura utilizada habitualmente para denominar la tasa interna de rentabilidad o de retorno de un proyecto de inversión. Este concepto tiene una utilidad particular cuando queremos conocer la rentabilidad que nos genera un proyecto de inversión que requiere una serie de desembolsos a lo largo del tiempo y que, también en distintos momentos, permite obtener una serie de ingresos (Castillo & Martínez, 2011).

VAN: Según (Mete, 2014) comenta que "es el valor actual/presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos".

Viabilidad económica: Según (MBA Asturias, 2020) "Consiste en la evaluación de los factores económicos para determinar la viabilidad financiera del proyecto. Para ello se utiliza un análisis costo-beneficio para comparar los costos financieros con los beneficios previstos".

2.4 Legal

Según la (Constitución de la República del Ecuador, 2008):

En el Artículo 66 se reconoce y garantizará a las personas:

> 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental (pág. 32).

En cuanto al Artículo 283 se entiende que:

> El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios (pág. 137).

Acorde al Artículo 284 se alude:

"5.-. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural" (pág. 137).

Mediante el Artículo 319 se menciona que:

> Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 160).

La (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020), vigente y aprobada por la Asamblea Nacional de la República del Ecuador, está publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 151.

En el Artículo 2 se detalla los siguientes objetivos de la ley:

- Crear un marco interinstitucional que permita definir una política de Estado que fomente el desarrollo del emprendimiento y la innovación.
- Facilitar la creación, operación y liquidación de emprendimientos
- Fomentar la eficiencia y competitividad de emprendedores.
- Promover políticas públicas para el desarrollo de programas de soporte técnico, financiero y administrativo para emprendedores.
- Fortalecer la interacción y sinergia entre el sistema educativo y actores públicos, privados, de economía mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal del sistema productivo nacional.
- Impulsar la innovación en el desarrollo productivo.

Conforme al Artículo 6 se señala lo siguiente:

> Créase el Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación – CONEIN, como organismo permanente estratégico para promover y fomentar el emprendimiento, la innovación y la competitividad sistémica del país, mediante la coordinación interinstitucional, la alianza público – privada y academia, el mismo que estará conformado por las máximas autoridades o delegados de las siguientes instituciones:

- La Presidencia de la República o su delegado, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente.
- El Ministerio rector de la Producción.
- El Ministerio rector de Economía y Finanzas.
- La Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Un representante del Comité Interinstitucional de la Economía Popular y
- Solidaria.
- Un representante del Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales.
- Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador.
- Un representante del Consejo Consultivo del Emprendimiento e Innovación.
- Un representante de las Cámaras de la Producción.
- Un representante de las Universidades, Escuelas Politécnicas e Institutos de Educación Superior público.

Según la (Ley de Compañías, 2017, 29 de diciembre)

> Por medio de artículo 2 encontramos cinco especies de compañías de comercio en donde se detalla lo siguiente:
>
> La compañía en nombre colectivo; La compañía en comandita simple y dividida por acciones; La compañía de responsabilidad limitada; La compañía anónima; y, La compañía de economía mixta. Estas cinco especies de compañías

> constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación (pág. 2).

En cuanto al Artículo 92 se menciona lo siguiente:

> La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada. Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías y Valores notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente. En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. 113 (pág. 23).

Mediante el Artículo 136 se considera que:

> La compañía se constituirá mediante escritura pública que será inscrita en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes otorgado por parte del SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.
>
> El Registrador Mercantil del cantón donde tuviere su domicilio principal, remitirá los documentos correspondientes con la razón de la inscripción a la Superintendencia de Compañías y Valores a fin de que el Registro de Sociedades incorpore la información en sus archivos. La constitución también podrá realizarse mediante el proceso simplificado de constitución por vía electrónica de acuerdo a la regulación que para el efecto dictará la Superintendencia de Compañías y Valores (pág. 33).

De acuerdo al Artículo 147 se menciona lo siguiente:

> Ninguna compañía anónima podrá constituirse sin que se halle suscrito totalmente su capital, el cual deberá ser pagado en una cuarta parte, por lo menos, una vez inscrita la compañía en el Registro Mercantil. Para que pueda celebrarse la escritura pública de fundación o de constitución definitiva, según el caso, será requisito que los accionistas declaren bajo juramento que depositarán el capital pagado de la compañía en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en numerario. Una vez que la compañía tenga personalidad jurídica será objeto de verificación por parte de la Superintendencia de Compañías y Valores a través de la presentación del balance inicial u otros documentos, conforme disponga el reglamento que se dicte para el efecto.

Conforme al Artículo148 se detalla lo siguiente:

> La compañía puede constituirse en un solo acto, esto es, constitución simultánea, por convenio entre los que otorguen la escritura; en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones; o mediante el proceso simplificado de constitución por vía electrónica de acuerdo a la regulación que dictará para el efecto la Superintendencia de Compañías y Valores.

En base al Artículo 149 se menciona lo siguiente:

> Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución; serán promotores, en el caso de constitución sucesiva, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción (pág. 37).

De acuerdo a la (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011, 28 de abril), presentada por la Asamblea Nacional de la presentada por la Asamblea Nacional de la República del Ecuador a través del oficio No. PAN-FC-011-511 se presenta lo siguiente.

A través del Artículo 10 se menciona:

> El Capital de riesgo y organizaciones mixtas. - El Estado Central y los Gobiernos Autónomos Descentralizados participarán en la conformación de capitales de riesgo y de organizaciones mixtas de economía popular y solidaria a través de mecanismos legales y financieros idóneos. El carácter temporal de las inversiones efectuadas por el Estado deberá ser previamente acordado, tanto en tiempo cuanto en forma; privilegiando los procesos de desinversión del Estado en organizaciones donde es o será miembro, asociado o socio en forma parcial, a favor de la y las comunidades en cuyos territorios tales emprendimientos se desarrollen, dentro de las condiciones y plazos establecidas en cada proyecto.

Mediante el Artículo 18 se detalla la siguiente información:

> Sector Asociativo. - Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.
>
> Art. 24.- Cooperativas de producción. - Son aquellas en las que sus socios se dedican personalmente a actividades productivas lícitas, en una sociedad de propiedad colectiva y manejada en común, tales como: agropecuarias, huertos familiares, pesqueras, artesanales, industriales, textiles.

2.5 Georreferencial

El negocio se ubicará de acuerdo al siguiente detalle:

País: Ecuador

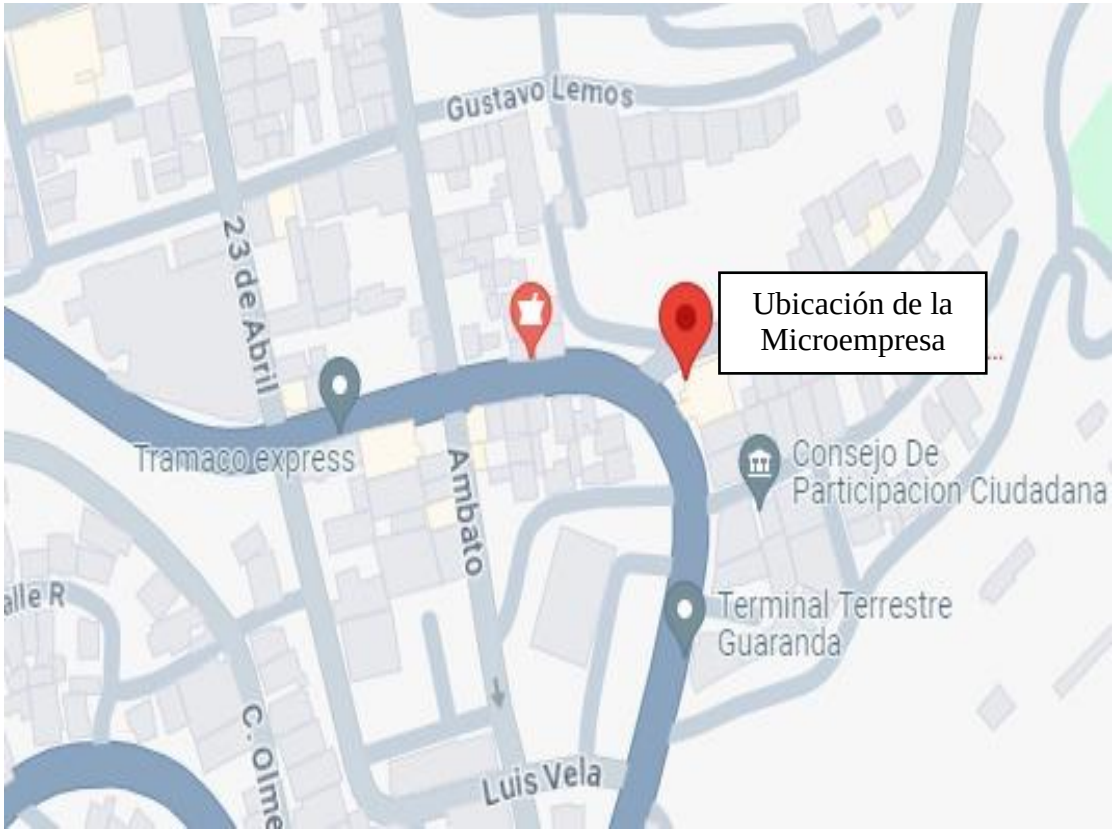
Provincia: Bolívar

Región: Sierra

Ciudad: Guaranda

Parroquia: Gabriel Ignacio Veintimilla

Figura 1:
Ubicación de la microempresa



Nota: (Google maps, 2024)

Link: https://n9.cl/5onjb7

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

3.1.1. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva permitirá identificar las diversas características del mercado, se empleará en la tabulación e interpretación de datos, el mismo que será proporcionado por las encuestas realizadas a la población guarandeña, además se detallará aspectos relevantes sobre el producto como su precio, slogan, presentación, contenido, entre otros.

3.1.2. Investigación exploratoria

La investigación exploratoria facilitará la identificación de las oportunidades de mercado, la segmentación de consumidores, el análisis de la competencia dedicadas a la producción y comercialización de harina de quinua con máchica o empresas que ofrezcan productos similares, también la comprensión del entorno social y económico, la evaluación de canales de distribución y estrategias de marketing efectivas.

3.1.3. Investigación bibliográfica

Esta investigación facilitará la recopilación de información existente, incluyendo el análisis de estudios realizados de otros trabajos investigativos, conceptos y teorías acorde al tema, una revisión documental sobre los beneficios nutricionales de la quinua y la máchica, información relevante sobre normativas, leyes y reglamentos que tengan relación con nuestro plan de negocios, estos datos se obtendrán de diversas fuentes tales como artículos científicos, tesis, libros, revistas y sitios web.

3.2 Enfoque de la investigación

3.2.1. Cualitativo

Este enfoque propiciará información basada en cualidades, características y particularidades, incluyendo el análisis de documentos, resultados de encuestas, información de la competencia y del producto.

3.2.2. Cuantitativo

Este enfoque proporcionará la obtención de información basadas en datos numéricos, los mismos que son extraídos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), resultados de encuestas, demanda y oferta de la harina de quinua con máchica con sus respectivas proyecciones.

3.3. Métodos de Investigación

3.3.1. Método Deductivo

Se utilizará para establecer bases teóricas y conceptuales partiendo de premisas generales sobre el mercado de productos saludables para llegar a conclusiones específicas aplicables al Plan de Negocios sobre la elaboración de harina de quinua con máchica, este enfoque nos permitirá realizar un análisis detallado de la información recopilada, identificando patrones y correlaciones.

3.3.2. Método Inductivo

El siguiente método permitirá obtener una visión amplia de la información recopilada, será útil para el análisis de datos y para establecer conclusiones y recomendaciones sobre el Plan de Negocios, basándonos en observaciones específicas que conduzcan a generalizaciones más amplias.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

3.4.1. Encuesta

La encuesta será la técnica principal que utilizará, aplicada a través de un cuestionario dirigido a una muestra representativa de personas, esta técnica nos permitirá obtener datos relevantes y cuantificables que serán esenciales para nuestra investigación.

3.5. Universo, Población y Muestra

3.5.1. Universo

De acuerdo a los datos encontrados en él (INEC, 2022), el cantón Guaranda cuenta con una población de 98.130 habitantes, la zona urbana cuenta con 30.755 habitantes a quienes está dirigido el producto.

3.5.2. Población

Para determinar el mercado objetivo se tendrá en cuenta el número de familias que tiene la zona urbana de Guaranda es decir 10.202 familias con un crecimiento poblacional del tamaño de hogar es 2.98%.

3.5.3. Muestra

Según (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2013) la fórmula es la siguiente:

Fórmula muestral

$$n = \frac{NZ^2 pq}{E^2(N-1) + Z^2 pq}$$

n = Tamaño de muestra

N = Población Total

Z = distribución normalizada. Si Z = 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%

p = proporción de aceptación deseada para el producto

q = proporción de rechazo

E = porcentaje deseado de error (pág. 41)

$$n = \frac{10.202 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (10.202 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{10.202 * 3,8416 * 0,25}{0,0025 * 10.201 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{9798,0008}{25,5025 + 0,9604}$$

$$n = \frac{9798,0008}{26,4629}$$

$$n = 370.25$$

$$n = 370$$

3.6. Procesamiento de la Información

Se hará uso del Software Excel y Word ya que permite organizar y presentar la información de manera eficiente, puesto que Excel facilita la creación y gestión de hojas de cálculo gracias a las fórmulas, gráficos y tablas dinámicas, por otro lado, Word es esencial para redactar y estructurar el plan de negocios, permitiendo integrar texto con gráficos, imágenes y tablas de Excel, lo que resulta en un documento cohesivo y visualmente atractivo.

CAPÍTULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

Análisis de la encuesta de los consumidores de la ciudad de Guaranda

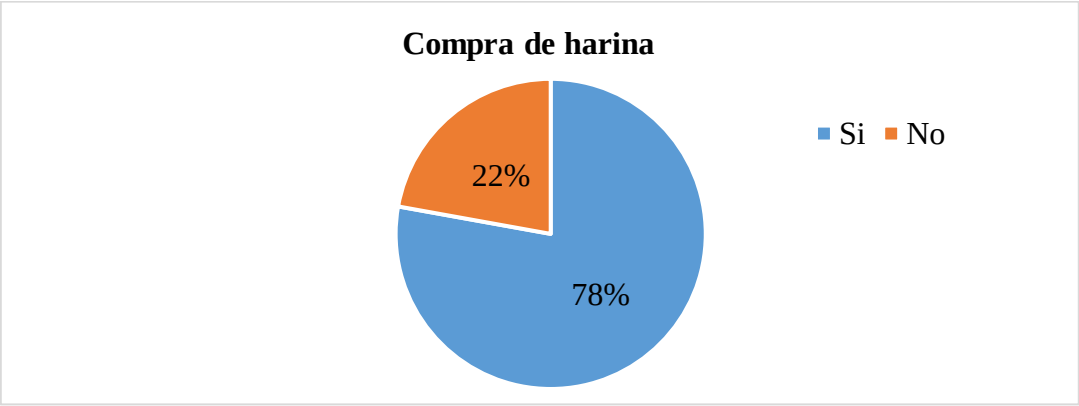
1. ¿Usted compra harinas para colada de dulce?

Tabla 3:
Compra de harina

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Si	288	78%
No	82	22%
Total	**370**	**100%**

Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 2:
Compra de harina



Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e Interpretación:

De acuerdo a los resultados la mayor parte de las familias consumen harinas para colada de dulce en la ciudad de Guaranda, principalmente debido a sus preferencias y hábitos de consumo; este producto también está asociado con la tradición cultural, precios asequibles y su fácil preparación. Esto evidencia que las harinas para colada de dulce son muy relevantes en la dieta local y son ampliamente aceptadas y valoradas por la población de guarandeña.

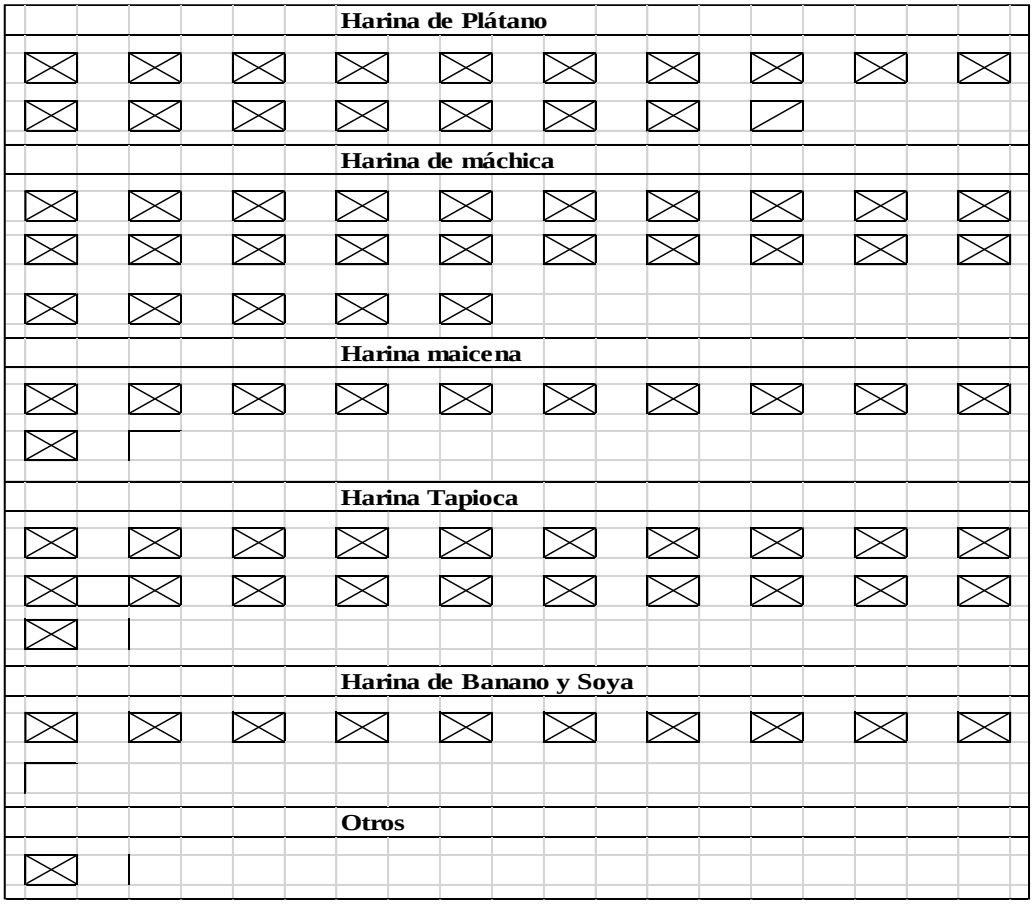
2. ¿Qué tipo de harina para colada de dulce usted consume?

Tabla 4:
Tipo de harina para colada de dulce

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Harina de Plátano	107	37.2%
Harina de máchica	210	72.9%
Harina maicena	68	23.6%
Harina Tapioca	127	44.1%
Harina de Banano y Soya	62	21.5%
Otros	7	2.4%
Total	**581**	**100%**

Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 3:
Tipo de harina para colada de dulce



Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e Interpretación:

Según los datos recolectados sobre el tipo de harina para colada de dulce que consumen, se puede distinguir que la harina de máchica es la más consumida por la población guarandeña, debido al sabor del producto, la calidad, el valor nutricional y precios cómodos; asimismo, la harina Tapioca tiene una acogida significativa por los consumidores. Estos datos representan una oportunidad de mercado al ofrecer nuestro producto que es la harina de quinua con máchica a precios competitivos tomando en cuenta las preferencias de los consumidores.

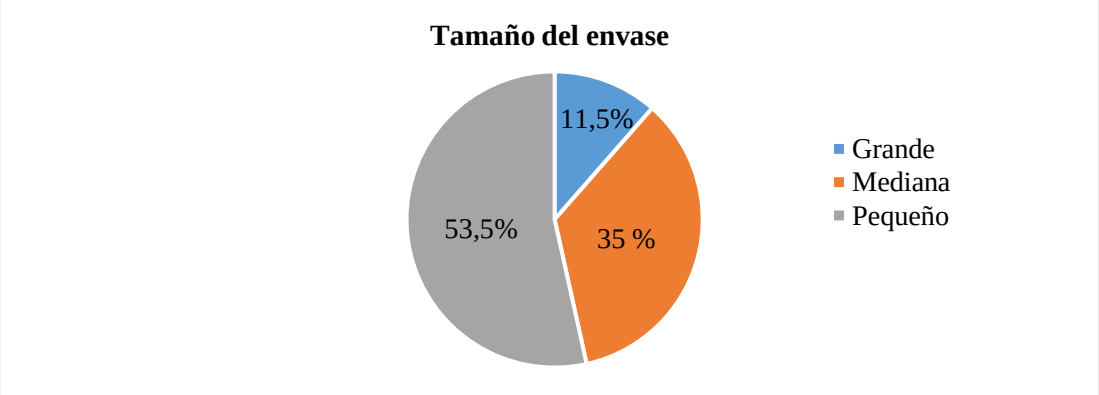
3. ¿Cuál es el tamaño del envase de harina para colada de dulce que compra regularmente?

Tabla 5:
Tamaño del envase

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Grande	33	11,5%
Mediana	101	35%
Pequeño	154	53,5%
Total	**288**	**100%**

Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 4:
Tamaño del envase



Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con los datos recopilados sobre el tamaño del envase de harina para colada de dulce que los consumidores compran regularmente, se observa una preferencia por los envases pequeños, esto podría estar relacionado con varios factores, como la frecuencia de uso del producto, el deseo de mantener su frescura o una menor capacidad de almacenamiento en los hogares; además se puede notar que un porcentaje considerable de consumidores prefiere envases medianos para evitar compras frecuentes, por lo que estos datos son valiosos para diseñar nuestro producto de manera que se adapte a las preferencias del mercado.

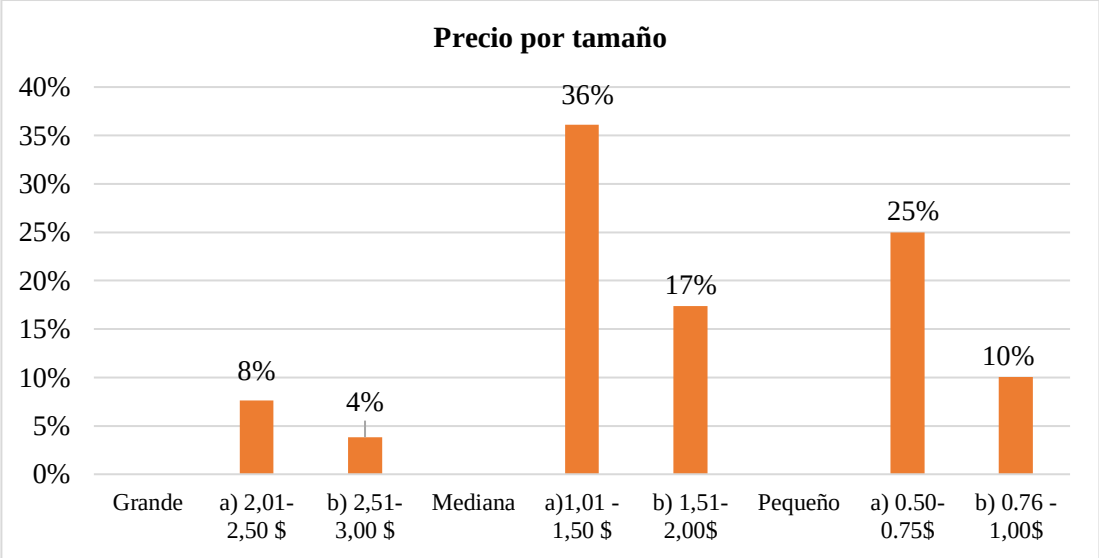
4. ¿Cuánto paga por la harina para colada de dulce que adquiere por unidad?

Tabla 6:
Precio por tamaño

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Grande		
a) 2,01- 2,50 $	22	8%
b) 2,51- 3,00 $	11	4%
Mediana		
a)1,01 -1,50 $	104	36%
b) 1,51-2,00$	50	17%
Pequeño		
a) 0.50-0.75$	72	25%
b) 0.76 -1,00$	29	10%
Total	**288**	**100%**

Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 5:
Precio por tamaño



Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e Interpretación:

Según los datos recolectados la mayoría de las familias consumidores de harinas para colada de dulce en Guaranda prefieren las presentaciones medianas y pequeñas; por una unidad de harina de tamaño mediano paga entre 1,01$ a 1,50$ dólares y por una unidad de harina de tamaño pequeño paga entre 0,50$ a 0,75$ dólares cabe mencionar que la mayoría compran productos sin marca (máchica). Esta preferencia puede estar relacionada principalmente con la mayor accesibilidad económica dado que optar por presentaciones medianas o pequeñas facilita el manejo del presupuesto diario de los hogares; al mismo tiempo, el almacenamiento por un tiempo prolongado ayuda a evitar el desperdicio del producto y otro factor importante es que los consumidores están acostumbrados a los precios y las cantidades de estos tamaños.

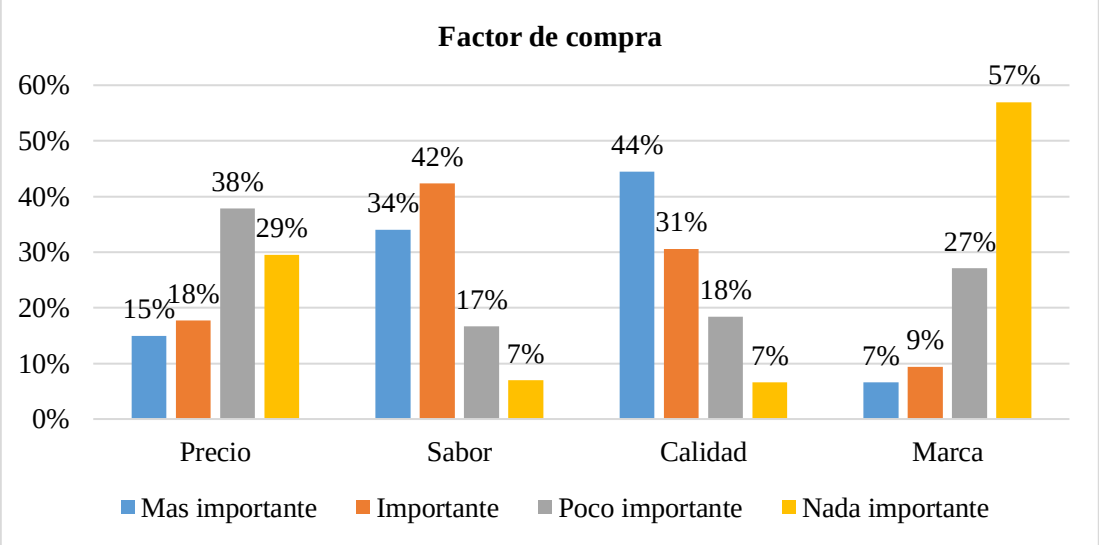
5. Seleccione una escala de calificación diferente para cada factor al momento de elegir la harina para la colada de dulce.

Tabla 7:
Factor de compra

	PRECIO		SABOR		CALIDAD		MARCA	
Pregunta	**Frecuencia**	**%**	**Frecuencia**	**%**	**Frecuencia**	**%**	**Frecuencia**	**%**
Más importante	43	15%	98	34%	128	44%	19	7%
Importante	51	18%	122	42%	88	31%	27	9%
Poco importante	109	38%	48	17%	53	18%	78	27%
Nada importante	85	29%	20	7%	19	7%	164	57%
Total	**288**	**100%**	**288**	**100%**	**288**	**100%**	**288**	**100%**

Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 6:
Factor de compra



Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e Interpretación:

La mayoría de los encuestados designaron una calificación diferente para cada factor al momento de elegir harina para colada de dulce en la que se revela que la calidad es el factor "más importante" lo que subraya su relevancia en la decisión de compra para la población guarandeña; en contraste el sabor es percibido como "importante" indicando que es un factor clave en la elección de la harina; el precio es considerado como "poco importante y la marca predomina como "nada importante". Esto indica que, aunque el precio y la marca tienen cierta influencia, lo que realmente valoran las familias de Guaranda es la calidad y el sabor, ya que estos factores son los más determinantes en su elección de harina para colada de dulce.

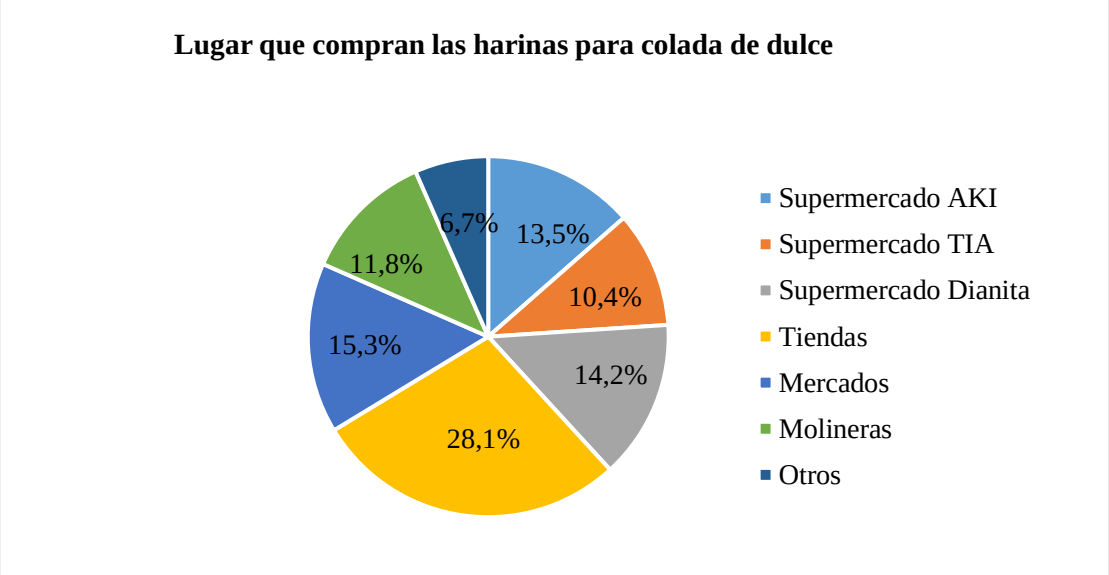
6. ¿En qué lugar compra la harina para colada de dulce?

Tabla 8:
Lugar que compran las harinas para colada de dulce

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado AKI	39	13,5%
Supermercado TIA	30	10,4%
Supermercado Dianita	41	14,2%
Tiendas	81	28,1%
Mercados	44	15,3%
Molineras	34	11,8%
Otros	19	6,7%
Total	**288**	**100%**

Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 7:
Lugar que compran las harinas para colada de dulce



Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación

Según los datos de la encuesta sobre el lugar donde compran la harina para colada de dulce, la mayor parte de las familias guarandeñas indican que adquiere este producto en tiendas probablemente por conveniencia a la cercanía y precios competitivos; los supermercados también juegan un papel importante debido a la variedad de productos disponibles; y por último los mercados y molineras también contribuyen de manera significativa puesto que podrían ofrecer productos frescos o especializados. Estos resultados subrayan la relevancia en la elección del lugar de compra, por lo tanto, estos son los puntos de venta ideales para comercializar nuestro producto.

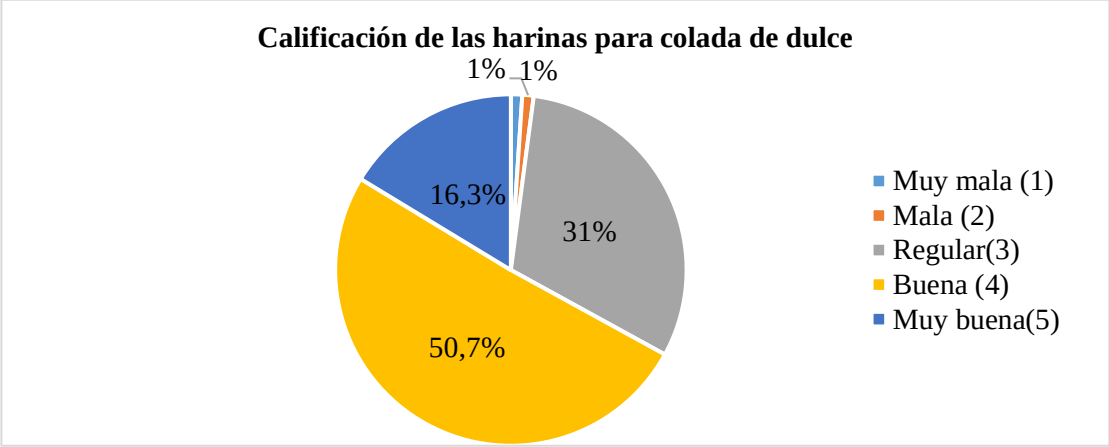
7. Seleccione. ¿Cómo calificaría la calidad de las harinas para colada de dulce que consume?

Tabla 9:
Calificación de las harinas para colada de dulce

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Muy mala (1)	3	1%
Mala (2)	3	1%
Regular (3)	89	31%
Buena (4)	146	50,7%
Muy buena (5)	47	16,3%
Total	**288**	**100%**

Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 8:
Calificación de las harinas para colada de dulce



Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación:

Mediante la encuesta realizada a la población guarandeña, la mayoría de las personas calificaron la calidad para colada de dulce que consumen como buena, esta valoración positiva puede deberse al tipo de harina que compran, su frescura y la presentación del producto, sin embargo, existe un porcentaje considerable de encuestados que calificaron la calidad de la harina como regular, lo cual refleja inconformidad por las marcas que actualmente consumen, la textura y el sabor. Estos resultados indican una oportunidad para introducir un nuevo producto mejorado, con el objetivo de satisfacer de manera más efectiva las necesidades y expectativas de los consumidores.

8. ¿Qué mejoras le gustaría ver en las harinas para colada de dulce que actualmente consume?

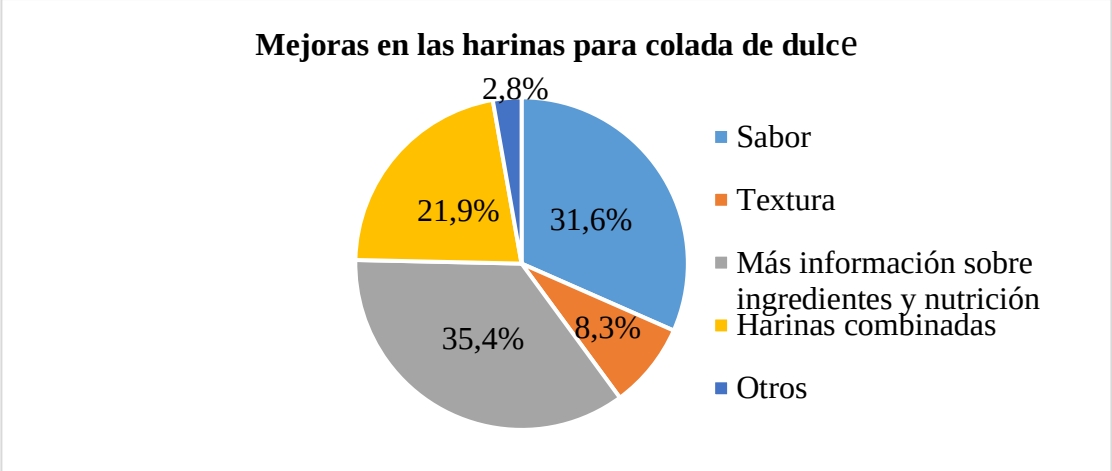
Gráfico N° 1. Tabla 10:

Mejoras en las harinas para colada de dulce

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	91	31,6%
Textura	24	8,3%
Más información sobre ingredientes y nutrición	102	35,4%
Harinas combinadas	63	21,9%
Otros	8	2,8%
Total	**288**	**100%**

Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 9:
Mejoras en las harinas para colada de dulce



Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación

De acuerdo con los datos de la encuesta sobre las mejoras que los consumidores desean ver en las harinas que consumen, la mayoría expresó la necesidad de tener más información sobre los ingredientes y el valor nutricional, esta necesidad podría estar relacionada con el consumo de harinas para colada sin marca, que suelen venderse en envases simples sin detalles informativos; además, un porcentaje significativo de los encuestados prefirió una mejora en el sabor y la combinación de harinas. Para satisfacer estas necesidades se pretende ofertar un producto con la combinación de harina de quinua con máchica con información detallada sobre los ingredientes y el contenido nutricional.

9. ¿Considera que la harina de quinua con máchica es nutricional?

Tabla 11:
Considera si la quinua con máchica es nutricional

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Si	257	89%
No	31	11%
Total	**288**	**100%**

Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 10:
Considera si la quinua con máchica es nutricional



Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación

Con los datos recopilados de las encuestas, se encontró que la mayoría de familias consideran que la harina de quinua con máchica es nutricional, mostrando una percepción positiva de los beneficios de esta mezcla, esto se debe a que consideran que es un superalimento completo y saludable, y lo ven como una opción local tradicional; por otro lado, una minoría no considera que sea nutritiva, lo cual puede atribuirse a la falta de información, desconfianza hacia un producto nuevo o preferencia por otros tipos de harinas. En conjunto, estos datos reflejan una fuerte aceptación de la harina de quinua con máchica en la población de Guaranda.

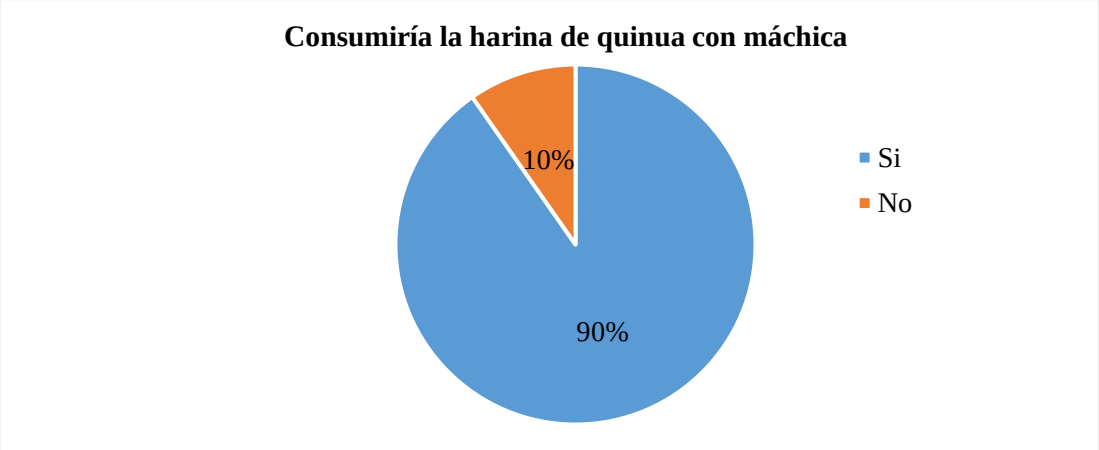
10. ¿Usted consumiría la harina de quinua con máchica?

Tabla 12:
Consumiría la harina de quinua con máchica

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Si	260	90%
No	28	10%
Total	**288**	**100%**

Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 11:
Consumiría la harina de quinua con máchica



Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación

Según los datos recopilados de las encuestas realizadas a las familias guarandeñas, la mayoría expresó su disposición a consumir la harina de quinua con máchica, esto indica un elevado nivel de aceptación e interés por este nuevo producto, motivado por la combinación de harinas, sus beneficios nutricionales y el deseo de incorporarlo en su dieta cotidiana. Para la microempresa, esto constituye una oportunidad de mercado considerable, ya que se podrá ofrecer el producto con mejoras y una información detallada sobre sus aportes nutricionales.

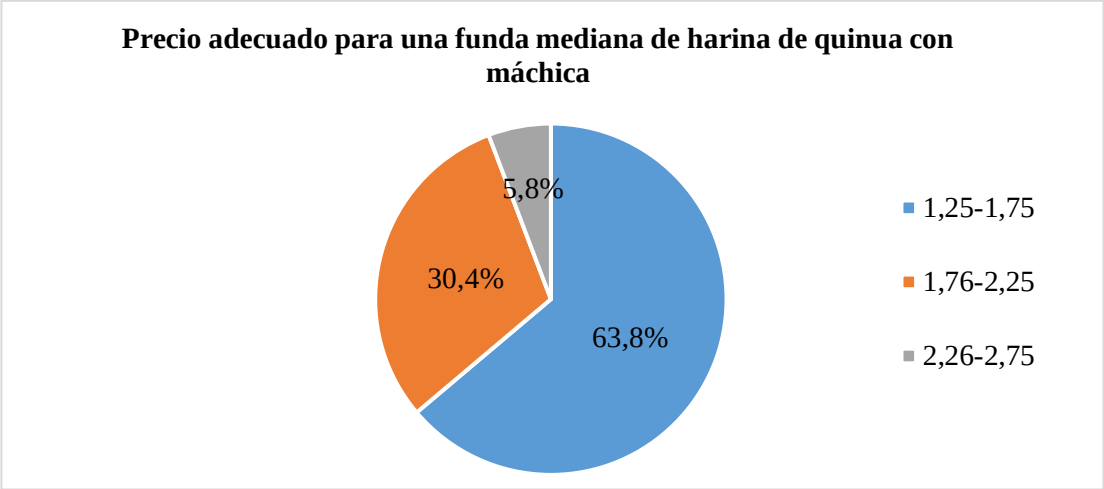
11. ¿Cuál sería a su criterio, el precio adecuado para una funda mediana de harina de quinua con máchica?

Tabla 13:
Precio para una funda mediana de harina de quinua con máchica

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
1,25-1,75	166	63,8%
1,76-2,25	79	30,4%
2,26-2,75	15	5,8%
Total	**260**	**100%**

Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 12:
Precio para una funda mediana de harina de quinua con máchica



Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación

Con los datos obtenidos de la encuesta, se identificó que la mayoría de familias consideran que el precio adecuado para una funda mediana de harina de quinua con máchica debería oscilar entre 1,25$ a 1,75$ dólares, esta preferencia podría estar vinculado con el tamaño de envase o el ingreso económico de las familias; además un porcentaje notable de los encuestados sugirió que el precio adecuado sería de 1,75$ a 2,75$ dólares, lo que podría reflejar la conciencia sobre el precio individual de la quinua y la máchica. Por lo tanto, la microempresa debería considerar el rango más mencionado para establecer el precio de la harina de quinua con máchica en una presentación mediana si se ofertan este producto con mejoras incluidas.

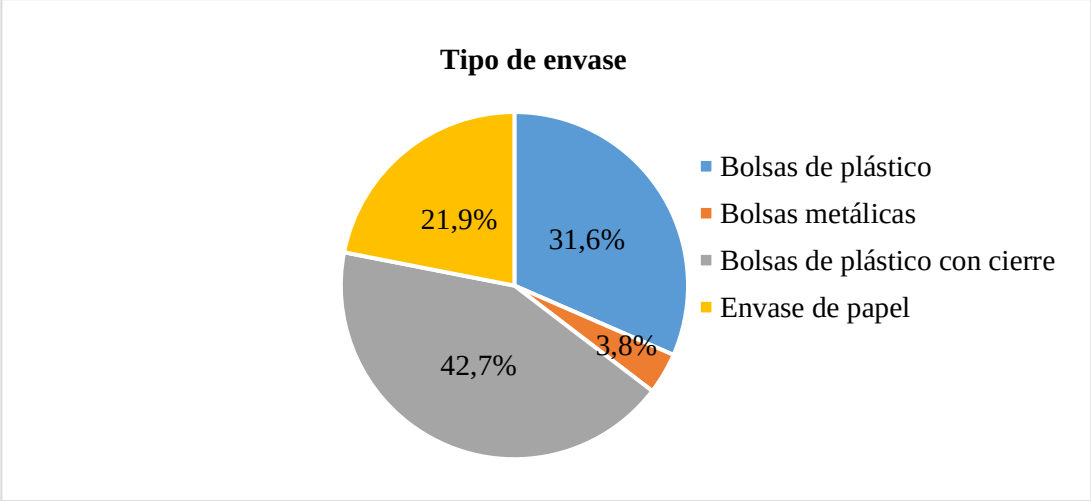
12. ¿Qué tipo de envase prefiere?

Tabla 14:
Tipo de envase

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Bolsas de plástico	82	31,6%
Bolsas metálicas	10	3,8%
Bolsas de plástico con cierre	111	42,7%
Envase de papel	57	21,9%
Total	**260**	**100%**

Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 13:
Tipo de envase



Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación

Según los datos, el envase con mayor preferencia por los encuestados son las bolsas de plástico con cierre, debido a que son más resistente pues se puede abrir y cerrar con mayor facilidad en caso de que no se ocupe toda la harina, además con este tipo de envase se evita derrames con la exposición al aire, ayuda a mantener la frescura por más tiempo e impide la humedad en la harina, por ello es importante que la microempresa utilice este envase para este tipo de producto con la finalidad de que llegue en buenas condiciones al consumidor.

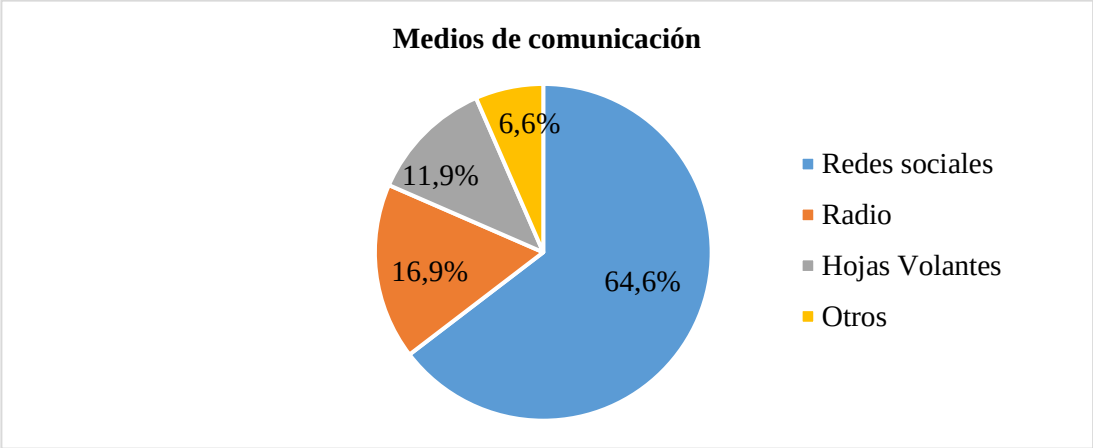
13. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría tener información sobre la comercialización de la harina de quinua con máchica?

Tabla 15:
Medios de comunicación

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	168	64,6%
Radio	44	16,9%
Hojas Volantes	31	11,9%
Otros	17	6,6%
Total	**260**	**100%**

Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 14:
Medios de comunicación



Nota: Encuesta a los consumidores de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos de la encuesta, la mayoría de las familias prefieren recibir información a través de las redes sociales, pues en la actualidad son extremadamente populares y ampliamente utilizadas; estas plataformas ofrecen una comunicación rápida y directa con los consumidores permitiendo una interacción continua y personalizada. La microempresa puede aprovechar este medio de comunicación para promocionar la harina de quinua con máchica y establecer una conexión efectiva con sus consumidores, al centrar sus esfuerzos de marketing en las distintas redes sociales.

Análisis de la encuesta de los dueños o administradores de negocios de la ciudad de Guaranda

1 ¿Cuál es el nombre del Negocio?

Tabla 16:
Nombre del Negocio

Negocios de la ciudad de Guaranda	
Super Markito	Convención de 1884 &, Guaranda
Su Muni Market	Espejo 414, Guaranda
Supermercado Dianita	Convención de 1884 923, Guaranda
Supermercado Super Ahorro	Johnson City y Sucre
Comercial Juan Murillo	7 de Mayo entre Maldonado y, Selva Alegre
Comercial Escobar	10 de Agosto 656-710
Comisariato H y G	419 Espejo
Lizano Market	C. Sucre &, Guaranda
Ponce Calero Distribuidora y supermercado	Espejo Convención, 7 de Mayo
Supermercado y Distribuidora Juanis T.C.	C. Azuay 1123, Guaranda

Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación:

En la ciudad de Guaranda existe un alto número de negocios que se dedican a ofertar harinas para colada de dulce, en este caso se realizó las encuestas a solo diez negocios de la localidad, debido a que fue difícil obtener la cooperación de más de diez. Sin embargo; se escogió los negocios en distintos puntos estratégicos de la cuidad que permitirá tener datos más acertados a la realidad.

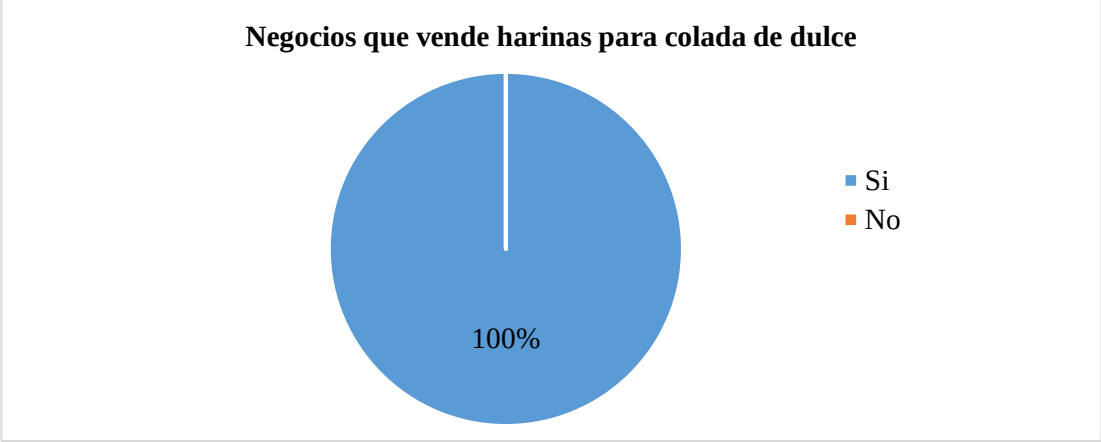
2. ¿Vende harinas para colada de dulce en su negocio?

Tabla 17:
Vende harinas para colada de dulce

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	**10**	**100%**

Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 15:
Vende harinas para colada de dulce



Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación:

Según los datos recopilados de la encuesta la mayoría de los negocios ofrecen harinas para colada de dulce, lo que muestra una alta demanda y preferencia por este tipo de producto; esto demuestra que las familias guarandeñas lo integran regularmente en su comida cotidiana por su versatilidad y facilidad de preparación al ser un alimento nutritivo y accesible que satisface las preferencias de diversos grupos de edad dentro de la localidad.

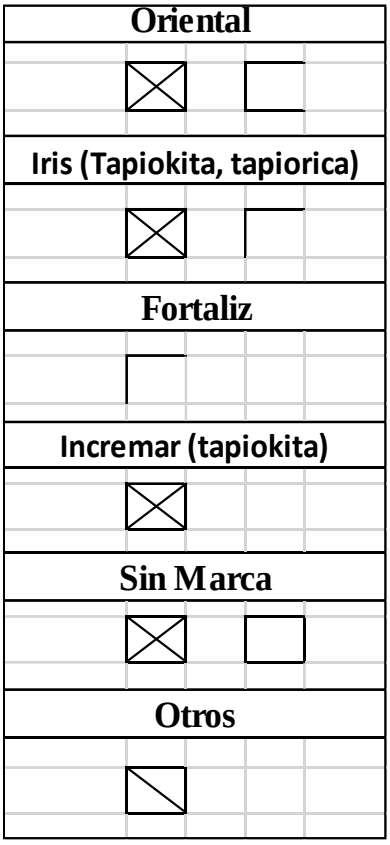
3. ¿Qué marcas de harinas para colada de dulce vende?

Tabla 18:
Marcas de harinas

Marcas	Frecuencia	Porcentaje
Oriental	9	22,5%
Iris (Tapiokita, tapiorica)	8	20%
Fortaliz	2	5%
Incremar (tapiokita)	6	15%
Sin Marca (máchica)	10	25%
Otros	5	12,5%
Total	**40**	**100%**

Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 16:
Marcas de harinas



Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación:

Según los datos todos los negocios encuestados venden harina “Sin marca” (máchica); 9 negocios venden la marca Oriental a excepción del supermercado Super Ahorro; 8 negocios venden la marca Iris a excepción de Su Muni Market y supermercado y distribuidora Juanis T.C.; 6 negocios venden la marca Incremar a excepción del Supermercado Dianita, Ponce Calero Distribuidora y supermercado, Lizano Market y Supermercado Super Ahorro; 5 negocios cuentan con otro tipo de marca como el Super Markito, supermercado Dianita, Supermercado Super Ahorro, Comercial Juan Murillo y supermercado y distribuidora Juanis T.C.; y finalmente 2 negocios venden la Marca Fortaliz como es el Super Markito y Supermercado Super Ahorro.

Se puede apreciar que la mayoría de los encuestados indica que las harinas "Sin marca" que representa la harina de máchica tienen una mayor aceptación y preferencia entre los consumidores, posiblemente debido al precio; lo que sugiere tener precios competitivos para captar el interés de los posibles consumidores. Por otro lado, tenemos las harinas con marcas que tienen una presencia significativa, por lo tanto, la microempresa comercializará dos tipos de presentaciones: una sin marca y otra con marca que permita captar diferentes clientes.

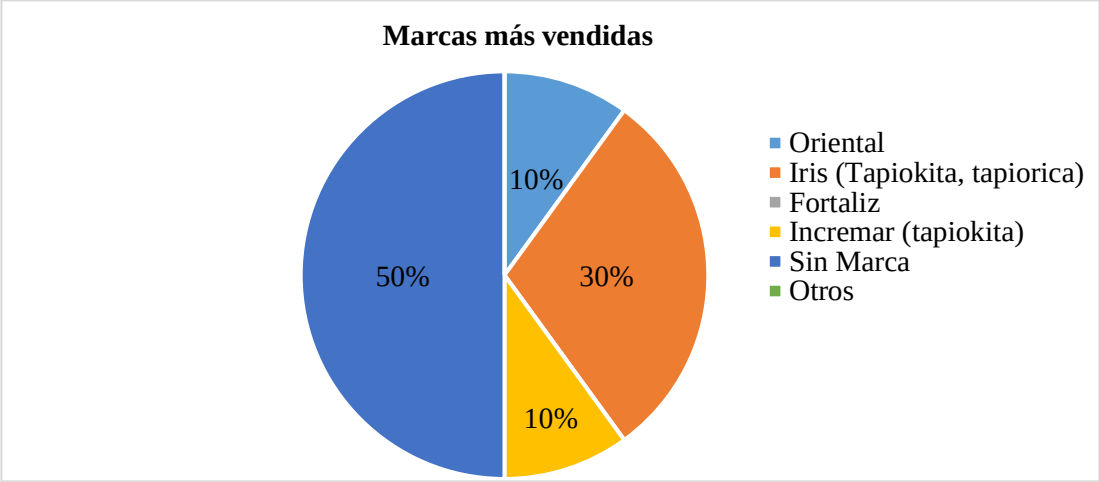
4. ¿Cuál es la marca más vendida?

Tabla 19:
Marca más vendida

Marcas	Frecuencia	Porcentaje
Oriental	1	10%
Iris (Tapiokita, tapiorica)	3	30%
Fortaliz	0	0%
Incremar (tapiokita)	1	10%
Sin Marca	5	50%
Otros	0	0%
Total	**10**	**100%**

Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 17:
Marca más vendida



Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación:

Conforme a los datos de la encuesta en primer lugar “Sin marca” (máchica) es la más vendida por el supermercado Dianita, Ponce Calero distribuidora y supermercado, Super Markito, supermercado y distribuidora Juanis T.C. y Comisariato H & G; en segundo lugar, está la marca Iris que es la más vendida por el supermercado Super Ahorro, comercial Juan Murillo y comercial Escobar; la marca Oriental es más vendida por Lizano Market y la marca Incremar es más vendida por Su Muni Market.

La mayoría indica que se vende más la categoría "Sin Marca" pues tienen una aceptación considerable entre los consumidores, esto podría relacionarse con precios económicos y la disponibilidad en diversos puntos de venta, lo cual nos obliga a tener precios competitivos pese a que nuestro producto si va a tener marca y con ello se pretende dar al cliente la garantía de un producto certificado.

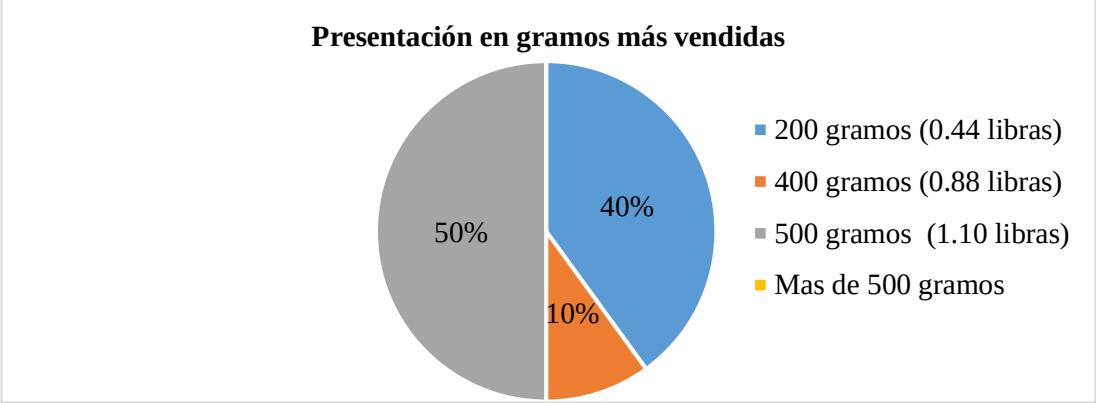
5. ¿Cuál es la presentación de harina para colada de dulce que más vende?

Tabla 20:
Presentación en gramos más vendidas

Gramos	Frecuencia	Porcentaje
200 gramos (0.44 libras)	4	40%
400 gramos (0.88 libras)	1	10%
500 gramos (1.10 libras)	5	50%
501 gramos (1.10 libras)	0	0%
Total	**10**	**100%**

Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 18:
Presentación en gramos más vendidas



Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos la mayoría de los propietarios de los negocios menciona que la presentación de 500 gramos es la más vendida, esto indica que los consumidores prefieren comprar una presentación mediana de aproximadamente de 1 libra, posiblemente por la cantidad personas que conforman su familia y de acuerdo al tipo de harina que adquieren.

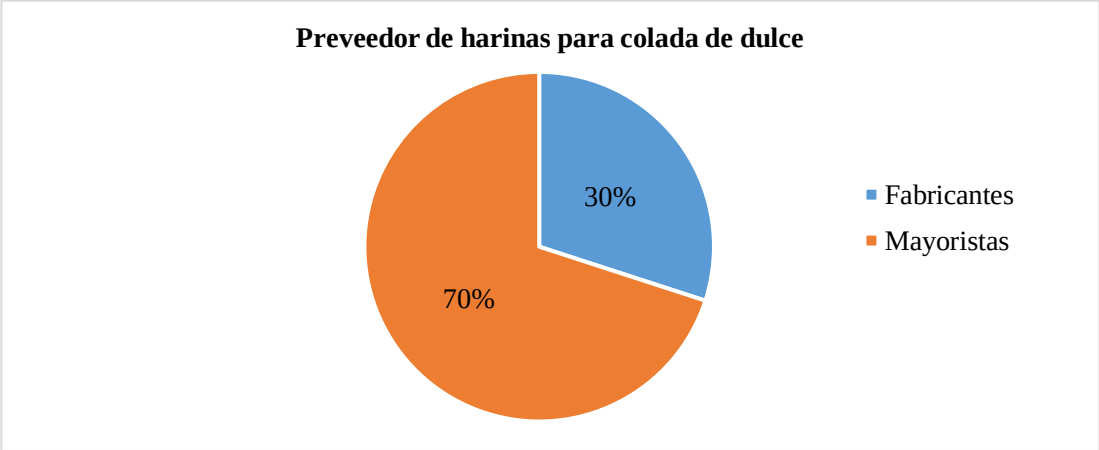
6. ¿Cuál es su proveedor de harinas para colada de dulce?

Tabla 21:
Proveedor de harinas para colada de dulce

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Fabricantes	3	30%
Mayoristas	7	70%
Total	**10**	**100%**

Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 19:
Proveedor de harinas para colada de dulce



Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e interpretación:

La encuesta realizada a los dueños de negocios reveló información sobre la adquisición de harinas para coladas de dulce, en la cual la mayoría de los negocios compra a mayoristas, probablemente debido a una mayor accesibilidad para comprar y variedad de productos, sin embargo, un porcentaje menor prefiere comprar directamente a los fabricantes para mantener la calidad de los productos a precios más económicos esto se debe a que no existe en la localidad microempresas dedicadas a ofrecer productos de harinas certificados que garantice un producto de mayor calidad.

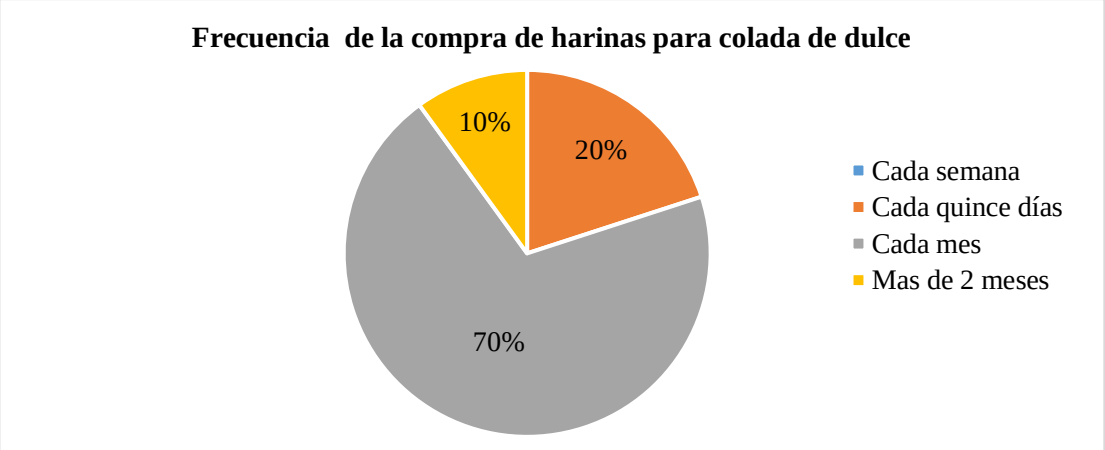
7. ¿Con qué frecuencia compra las harinas para colada de dulce?

Tabla 22:
Frecuencia compra las harinas para colada de dulce

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Cada semana	0	0%
Cada quince días	2	20%
Cada mes	7	70%
Más de 2 meses	1	10%
Total	**10**	**100%**

Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 20:
Frecuencia compra las harinas para colada de dulce



Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e Interpretación:

Los datos de la encuesta revelan que la mayoría de los negocios compran harinas para colada de dulce cada mes, esto se debe a una planificación mensual en relación a las ventas lo que facilita la gestión de inventarios; además al realizar pedidos de la mercancía en grandes cantidades, se reducen los costos de transporte y se obtienen mejores precios permitiendo ofrecer precios más competitivos por unidad en comparación con la competencia.

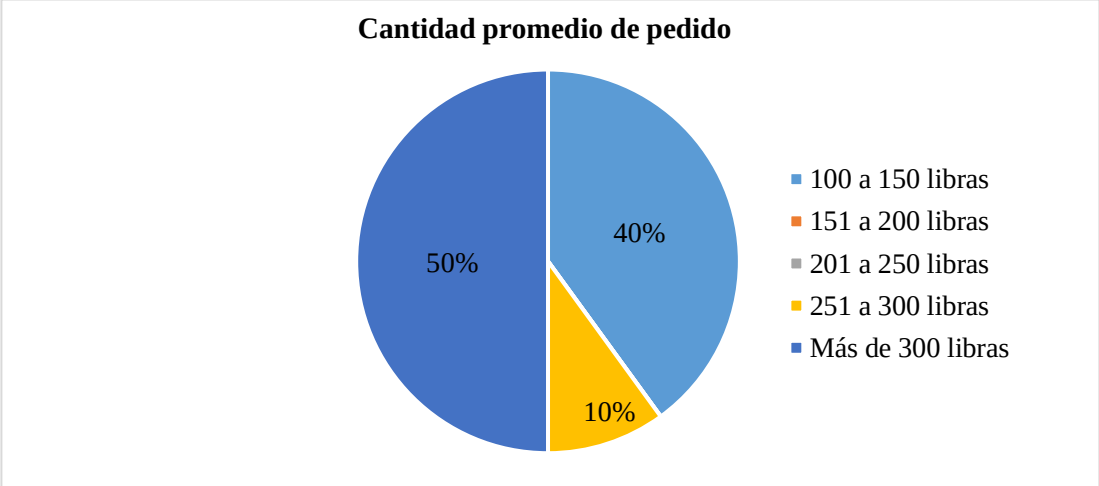
8. ¿Cuál es la cantidad promedio del pedido de harinas para colada de dulce?

***Tabla 23**:*
Promedio del pedido

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
100 a 150 libras	4	40%
151 a 200 libras	0	0%
201 a 250 libras	0	0%
251 a 300 libras	1	10%
Más de 300 libras	**5**	50%
Total	**10**	**100%**

Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 21:
Promedio del pedido



Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e Interpretación:

Según los datos de la encuesta más de 300 lb es la cantidad promedio del pedido de las harinas para colada de dulce por el supermercado y distribuidora Juanis T.C., Super Markito, supermercado Dianita, supermercado Super Ahorro y comercial Juan Murillo; de 100 a 150 lb es el pedido promedio por Ponce Calero distribuidora y supermercado, Comercial Escobar, Su Muni Market y Lizano Market; de 201 a 300 lb es el pedido promedio por Comisariato H & G.

La mayoría de los negocios realizan pedidos que superan las 500 libras, esto indica que existe una elevada rotación en sus ventas debido a la alta demanda de las harinas para colada de dulce dado que es un producto preferido por las familias de la ciudad de Guaranda el cual es consumido por niños, jóvenes y adultos.

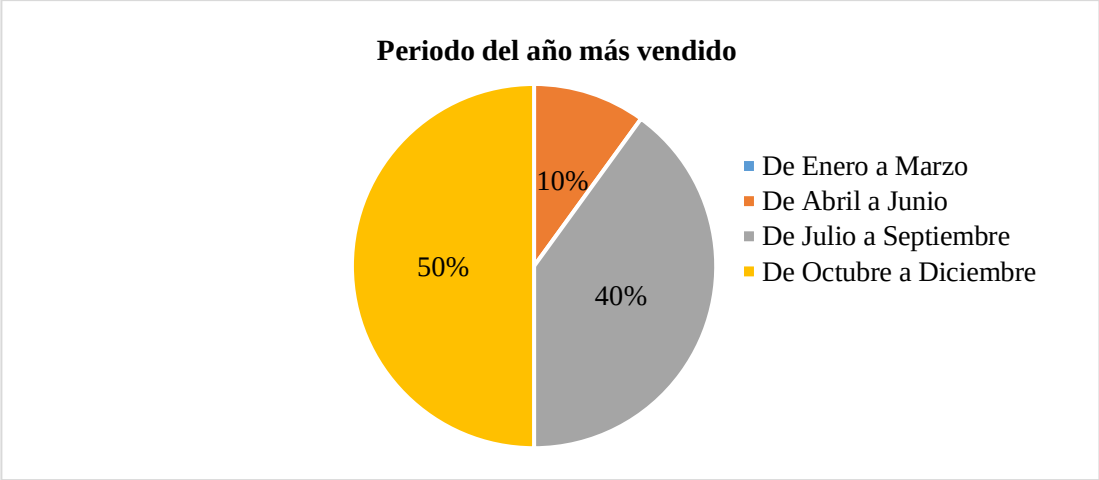
9. ¿En qué periodo del año se vende más las harinas para colada de dulce?

Tabla 24:
Período del año más vendido

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
De Enero a Marzo	0	0%
De Abril a Junio	1	10%
De Julio a Septiembre	4	40%
De Octubre a Diciembre	5	50%
Total	**10**	**100%**

Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 22:
Período del año más vendido



Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, la mayoría de los negocios manifiesta que los periodos en los que más se vende son de julio a septiembre y de octubre a diciembre esto podría relacionarse con las festividades, celebraciones familiares, el inicio del periodo escolar de niños y jóvenes de la localidad, lo que hace posible que estos periodos sean muy rotativos en la venta de las harinas para colada de dulce; esto posibilita un enfoque significativo que se debe tomar en cuenta en la microempresa para una mayor producción en dichos meses.

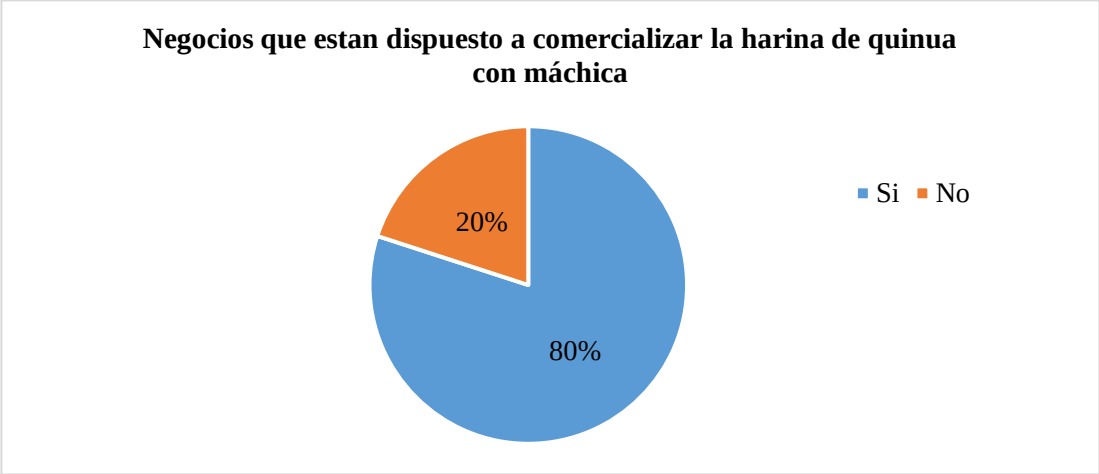
10. ¿Si le ofrecen un producto nuevo de harina de quinua con máchica estaría dispuesto a comercializar?

Tabla 25:
Negocios que están dispuesto a comercializar la harina de quinua con máchica

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	80%
No	2	20%
Total	**10**	**100%**

Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 23:
Negocios que están dispuesto a comercializar la harina de quinua con máchica



Nota: Encuesta a los negocios de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Análisis e Interpretación:

De los negocios encuestados, se encontró que la mayoría están dispuestos a comercializar un nuevo producto que es la harina de quinua con máchica a excepción de Su Muni Market y Ponce Calero Distribuidora y supermercado, motivados por la adquisición directa a precios competitivos, la reducción de costos de transporte y el tiempo de entrega; al mismo tiempo es un producto con alto valor nutricional beneficioso para la salud humana convirtiéndose en una oportunidad de mercado para la microempresa.

CAPÍTULO V.

PROPUESTA

5.1 TEMA:

“Plan de negocios para la elaboración de harina de quinua con máchica en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2024”

5.2 OBJETIVO DE LA PROPUESTA:

Llevar a cabo un estudio de mercado, técnico, administrativo, económico y una evaluación económica para el establecimiento de una microempresa dedicada a la elaboración de harina de quinua con máchica.

5. 3 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es una herramienta esencial para el plan de negocios de la elaboración de harina de quinua con máchica en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2024, puesto que proporciona un análisis exhaustivo que busca entender las características del mercado local, identifica y evalúa la demanda y oferta del producto en relación a los gustos y preferencias de los consumidores, así como también las proyecciones de las mismas. Además, permite la identificación de la competencia existente y las tendencias del mercado, genera información clave sobre los segmentos de mercado potencial y ayuda a determinar los canales de distribución más efectivos que podrían influir en el éxito del plan de negocio.

5.3.1 Definición del producto

En la actualidad, es muy común encontrar una variedad de productos destinados a la preparación de coladas, por ello en la ciudad de Guaranda ha surgido la necesidad de ofrecer un producto que combine dos tipos de harinas, haciéndolo exclusivamente nutritivo y auténtico en el mercado como es la harina de quinua con máchica.

La elaboración de harina de quinua con máchica transforma la quinua y cebada tostada en una harina combinada y nutritiva, se seleccionan y limpian los granos eliminando impurezas en la quinua, de la misma manera la cebada se tuesta y muele hasta obtener una harina fina, al igual que la quinua; ambas harinas se mezclan y tamizan para lograr una textura uniforme antes de envasarlas herméticamente con un contenido de 250 gramos dando como resultado un producto rico en proteínas, fibra, vitaminas B, y minerales esenciales, esta harina es adecuada para preparar las coladas ofreciendo una opción nutritiva y saludable.

5.3.2 Características del producto

El producto a ofertar es la combinación de dos tipos de harinas en este caso la harina de quinua con máchica que tendrá ingredientes naturales, con un sabor único y distinguible para todo tipo de paladar, buena textura, elevado contenido nutricional y de fácil preparación.

Según (FITIA, s.f.) “En una porción de 30 gramos se presenta la siguiente información nutricional: caloría 110 Kcal; grasas: 1,0 g; carbohidratos: 21,0 g y proteínas 4,0 g.”

Tabla nutricional

En una porción de 30 gramos tiene lo siguiente:

Tabla 26:
Tabla nutricional

Contenido Nutricional	Unidad de medida
Calorías	110 kcal
Grasas totales	1,0 g
Grasas Trans	
Grasas Saturadas	
Sodio	
Carbohidratos totales	21,0 g
Fibra	
Azúcares	
Proteínas	4,0 g

Nota: (FITIA, s.f.)

5.3.3 Tipo de envase

1. Bolsas de plástico con cierre

El envase a utilizar son las bolsas de plástico con cierre, debido a que son más resistentes, pues se puede abrir y cerrar con mayor facilidad en caso de que no se ocupe toda la harina, además con este tipo de envase se evita derrames con la exposición al aire, ayuda a mantener la frescura por más tiempo e impide la humedad en la harina. Las bolsas serán de color durazno con un diseño llamativo que contenga información nutricional y un espacio transparente en donde se puede observar a simple vista el contenido del producto.

2. Bolsas de plástico sencilla

Las bolsas de plásticos sencillas están selladas térmicamente en todos los extremos para mantener seguro el contenido, son transparente para que sea visible el color de la harina, además incluyen información nutricional para el consumidor.

5.3.4 Tipo de tamaño

El tamaño óptimo es de 250 gr (0,55 libras) porque se evidenció que un porcentaje considerable de las familias prefieren un tamaño mediano.

Según el (Intituto Ecuatoriano de Normalización, 2015):

El articulo 1 menciona lo siguiente:

> Aprobar y oficializar con el carácter de OBLIGATORIO el siguiente: REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 284 "CANTIDAD DE PRODUCTO EN PREENVASADOS/PREEMPACADOS" (pág. 2)
>
> 3.1.30 Producto preenvasado/preempacado de contenido neto constante. Producto presentado con rótulos o etiquetas y solo en ciertas cantidades específicas, por ejemplo, presentaciones de preempacados/preenvasados con determinada masa: 250 g, 500 g, etc. (pág. 5)

5.3.5 Segmentación del mercado

Tabla 27:
Segmentación del mercado

Segmentación del mercado			
Geográfico:	**Demográfico:**	**Psicográfico:**	**De comportamiento:**
• Ubicación: ciudad de Guaranda ubicada en la Provincia de Bolívar, país Ecuador. • Zona urbana: el enfoque inicial es la zona urbana de Guaranda, aunque también podría extenderse a zonas rurales cercanas.	• Familias: este enfoque se justifica dado que las familias toman decisiones en relación a la alimentación del hogar. • Nivel socioeconómico: todas las familias puesto que el producto es accesible.	• Estilo de vida saludable: las personas prefieren alimentos naturales y nutritivos. • Preferencia local y tradicional: el sentido de pertenencia y orgullo por productos tradicionales es fuerte.	• Motivaciones: los consumidores buscan productos naturales que le proporcionen beneficios para su salud.

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

5.3.6 Análisis de la demanda

Mediante las encuestas aplicadas a la población guarandeña se podrá determinar la demanda actual y proyectada de harina de quinua con máchica conociendo su nivel de aceptación, además permitirá comprender a fondo las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores potenciales.

Demanda Actual

***Tabla 28**:*
Demanda en libras

Descripción	Frecuencia de la Muestra	Porcentaje	Frecuencia de la Población	Demanda mensual en lb	Demanda anual en lb
Harina de Plátano	107	18%	1466	1.466	17.586
Harina de máchica	210	36%	2876	2.876	34.515
Harina maicena	68	12%	931	931	11.176
Harina Tapioca	127	22%	1739	1.739	20.873
Harina de Banano y Soya	62	11%	849	849	10.190
Otros	7	1%	96	96	1.150
Total			**7.958**	**7.958**	**95.491**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- Para el cálculo de la frecuencia de la población total se tomó en cuenta la encuesta aplicada a los consumidores en el cual el 78% consume harinas para colada de dulce y el 22% no consume, con estos porcentajes se multiplica la población total (10.202 familias) y se considera solamente la cantidad de los que consumen (7.958) (Ver: Anexo 5), consiguientemente esta cantidad se ubica como total en el cuadro anterior y se multiplica por cada porcentaje del tipo de harina (Ver: Tabla 4) para obtener la frecuencia de la población.

- La demanda mensual en libras se obtiene multiplicando la frecuencia de la población por una libra en base a la pregunta 5 de la encuesta a los dueños de los negocios (Ver: Tabla 20); para la demanda anual se multiplica la demanda mensual por 12 meses.

Proyección de la demanda

La demanda proyectada es un aspecto crucial para nuestra microempresa pues consiste en estimar datos futuros sobre la cantidad de harinas para colada de dulce que los consumidores podrán adquirir con el tiempo.

Tabla 29:
Proyección de la demanda en libras

Años	Cantidad de demanda en libras
2024	95.490
2025	98.336
2026	101.266
2027	104.284
2028	107.392

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- La proyección de la demanda se calculó con la fórmula del monto al no tener datos históricos: $M = C*(1 + i)^{n}$, está fórmula la adaptamos a la demanda quedando de la siguiente manera: $DF = DA\ (1+i)^{n}$ en la cual DF= demanda futura, DA= demanda actual, 1= constante, i= % de crecimiento poblacional (en este caso Guaranda= 2,98%) y por último tenemos n= número de años.
- La proyección de la demanda en libras al año 2025 se obtiene reemplazando en la fórmula del monto: $95.490,72\ (1+0,0298)^{1}$ dando así un resultado de 98.336,3 lb.

5.3.7 Análisis de la oferta

Para el análisis de la oferta se tomó en cuenta a 10 negocios de la ciudad de Guaranda que se encuentran ubicados en distintos puntos estratégicos los cuales son: Super Markito, Supermercado y Distribuidora Juanis T.C., Su Muni Market, Supermercado Dianita, Supermercado Super Ahorro, Comercial Juan Murillo, Comercial Escobar, Comisariato H y G, Lizano Market y Ponce Calero Distribuidora y supermercado.

***Tabla 30**:*
Oferta actual en libras

N	Negocios	Cantidad promedio lb	Frecuencia de pedido	Cantidad de pedido mensual	Cantidad de pedido Anual
1	Super Markito	300	Mes	300	3.600
2	Su Muni Market	100	Mes	100	1.200
3	Supermercado Dianita	300	Mes	300	3.600
4	Supermercado Super Ahorro	300	Quinces días	600	7.200
5	Comercial Murillo	300	Mes	300	3.600
6	Comercial Escobar	100	Mes	100	1.200
7	Comisariato H y G	251	Mes	251	3.012
8	Lizano Market	100	Quinces días	200	2.400
9	Ponce Calero Distribuidora y supermercado	100	Más de dos meses	50	600
10	Supermercado y Distribuidora Juanis T.C.	300	Mes	300	3.600
Total				**2.501**	**30.012**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- Para determinar la oferta actual se tomó en cuenta la frecuencia de compra de las harinas para colada de dulce que tiene los negocios (Ver: Tabla 22, pregunta N°.7) los mismos que se multiplicaron por la cantidad promedio del pedido expresado en libras (Ver: Tabla 23, pregunta N°.8) dando como resultado la cantidad del pedido mensual y esta cantidad mensual se multiplica por 12 para obtener la cantidad del pedido anual.

Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta es un aspecto fundamental para nuestra microempresa pues permite conocer los datos futuros sobre la cantidad de harinas para colada de dulce que ofertarán los negocios ubicados en la ciudad de Guaranda.

Tabla 31:
Proyección de la oferta en libras

Años	Cantidad Ofertada en libras
2024	30.012
2025	30.906
2026	31.827
2027	32.775
2028	33.752

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- La proyección de la oferta se calcula de la misma manera que la proyección de la demanda utilizando la fórmula del monto, adaptado a la oferta queda de la siguiente manera: $OF = OA\ (1+i)^{n}$ en la cual OF= oferta futura, OA= oferta actual, 1= constante, i= % de crecimiento poblacional (Guaranda= 2,98%) y por último tenemos n= número de años.
- Al año 2025 (año 1) se proyecta de la siguiente manera: $OF= 30\ 012^* (1+0{,}0298)^1 = 30\ 012^* (1{,}0298)^1 = 30\ 012^* 1{,}0298 = 30.906{,}36$ libras.

5.3.8 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha ayuda a identificar los segmentos específicos de consumidores cuyas necesidades no han sido atendidas por los oferentes de harina para colada de dulce.

Tabla 32:
Demanda Insatisfecha actual en libras

Demanda actual de harina para colada de dulce			
Año	**Cantidad de demanda en libras**	**Cantidad de oferta en libras**	**Demanda Insatisfecha en libras**
2024	95.491	30.012	65.479

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- En la siguiente tabla se puede observar los datos de la demanda y de la oferta de las harinas para colada de dulce en libras para el año 2024, los datos de la demanda fueron recopilados mediante las encuestas a familias guarandeñas (Ver: Tabla 28), así mismo la información para la oferta se obtuvo de las encuestas realizadas a los dueños de negocios locales que venden harinas para colada de dulce (Ver: Tabla 30): la demanda insatisfecha para el año 2024 se calcula restando la cantidad demandada menos de cantidad ofertada.
- La microempresa tiene una participación del 15,413 % de la demanda insatisfecha, lo que equivale a 10.092 libras anuales de las 65.479r libras de demanda insatisfecha.

Tabla 33*:*
Proyección de la demanda insatisfecha en libras

Años	**Cantidad de demanda en libras**	**Cantidad de oferta en libras**	**Demanda Insatisfecha en libras**
2024	95.491	30.012	65.479
2025	98.336	30.906	67.430
2026	101.267	31.827	69.439
2027	104.285	32.776	71.509
2028	107.392	3.753	73.640

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- En la tabla se puede visualizar las proyecciones de la cantidad demanda, cantidad oferta y demanda insatisfecha de las harinas para colada de dulce partiendo desde el año 2024 hasta el año 2029; se utilizó datos de la demanda proyectada (Ver: tabla 29) y de la oferta proyecta (Ver: tabla 31).

- La proyección de la demanda insatisfecha se calcula restando la proyección de la cantidad demandada menos la proyección de cantidad ofertada.
- La demanda insatisfecha indica una necesidad constante de harinas para colada de dulce por parte de la población guarandeña.

5.3.9 Análisis de precios

Tabla 34:
Análisis de precios

Producto	Tamaño de mercado	Precio de mercado	Producto propuesto	Tamaño propuesto	Precio propuesto
Harinas para colada de dulce	Mediano de 200 g (0,44lb)	1,01 -1,50 $	Harina de quinua con Máchica	Mediano de 250g (0,55 lb)	1,25-1,75

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- En la siguiente tabla se puede visualizar que las familias guarandeñas suelen pagar entre $1.01 y $1.50 por cada unidad de 200 g (0.44 lb) de harina para colada de dulce, estos datos fueron recopilados de la encuesta a los consumidores (Ver: tabla 6, pregunta N°.4).
- En cuanto a la harina de quinua con máchica, el precio propuesto para cada unidad de 250 g (0.55 lb), es de $1.25 a $1.75. Este precio se determinó en base al resultado de la pregunta 11 de la encuesta a los consumidores, quienes expresaron su disposición a consumir este producto (Ver: tabla 13).

Tabla 35*:*
Precio de venta para dos presentaciones

Presentación	Producto propuesto	Tamaño propuesto	Precio propuesto
Bolsa de plástico con cierre	Harina de quinua con Máchica	Mediano de 250g (0,55 lb)	1.65
Bolsa de plástico sencilla	Harina de quinua con Máchica	Mediano de 250 g (0,55 lb)	1.25

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- El precio propuesto para presentaciones de tamaño mediano de harina de quinua con máchica, se encuentra dentro del rango de tabla del análisis de precios (ver: tabla 34); para la presentación en bolsas con cierre, el precio propuesto es de 1,65 $ mientras que para la presentación en bolsas sencillas es de 1,25 $.
- Estos precios estarán alineados con los cálculos del estudio financiero, asegurando que cubran los costos de la microempresa y generen una utilidad.

5.3.10 Análisis de canales de distribución

Para comercializar la harina de quinua con máchica de manera efectiva, es crucial establecer canales de distribución eficientes. Esto implica evaluar los mejores métodos para la microempresa, con el objetivo de expandir nuestras estrategias de crecimiento y llegar a un amplio público consumidor a continuación se presenta el canal que se implementará:

Canal indirecto

Se empleará un canal de comercialización indirecto para distribuir la harina de quinua con máchica desde la microempresa a mayoristas como supermercados y comisariatos, así como a minoristas incluidas tiendas locales, este enfoque permitirá que los productos lleguen a un público más amplio, facilitando su acceso a un mayor número de consumidores finales.

Figura 24:
Canal de distribución



Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

5.3.11 Análisis de Marketing

Producto

Como ya se ha mencionado anteriormente el producto que ofertará la microempresa será de buena calidad, sabor único y una excelente textura que cumplirá las expectativas de los consumidores.

El producto se identificará en base a: la marca; Isologo y Slogan

Nombre de la marca: CELESTE

Isologo:



Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Slogan: Come una vez en lugar de tres

El producto de la microempresa es: harina de quinua con máchica

Precio

Para el establecimiento del precio de la harina de quinua con máchica se tendrá en cuesta los costos de producción asociados a la elaboración de este producto, incluyendo materias primas, mano de obra, transporte y empaquetado. Además, se considerarán los resultados obtenidos en las encuestas que se alinee con las expectativas y la disposición de pago del mercado objetivo. De esta manera, se buscará garantizar la viabilidad financiera de la microempresa y satisfacer la demanda del consumidor.

Plaza

Se ha previsto establecer la microempresa que produce harina de quinua con máchica en un local espacioso y confortable, ubicado cerca del terminal terrestre de Guaranda. Este sitio estratégico asegura un acceso fácil al transporte, mientras que su distancia moderada del centro de la ciudad minimiza las molestias causadas por posibles ruidos debido a la producción.

Publicidad

1. **Red social:** Facebook y Tik Tok

Haciendo uso de las redes sociales se debe realizar videos e imágenes llamativas en Tik tok y en Facebook, en la cual se transmita información importante como: nombre de la microempresa y del producto, marca, isologo, slogan, precio, tamaño de presentación y los beneficios nutricionales para la salud; esta publicidad se estará actualizando frecuentemente al ser una plataforma gratuita para dar a conocer el negocio.

2. **Promotor**

La persona encargada de ser promotor debe tener buena presencia y comunicar eficazmente información relevante del producto, así como el uso, los beneficios nutricionales e interactuar con los clientes.

5.4 ESTUDIO TÉCNICO

5.4.1 Capacidad de Producción

La capacidad de producción se refiere a la máxima cantidad de producto que puede ser elaborada en un periodo específico, esta capacidad permite evaluar la viabilidad del proyecto, determinando si es posible satisfacer la demanda local; también facilita la planificación de recursos, la estimación de costos, y la gestión de inventarios, asegurando la calidad del producto y estableciendo cronogramas de producción diarios, semanales, mensuales y anuales.

Tamaño del Proyecto

El tamaño de la microempresa cubrirá el 15,413% de la demanda insatisfecha en el año 2024 de las harinas para colada de dulce, teniendo como resultado una producción de 10.092 libras anuales.

Tabla 36:
Programa de producción anual en lb

Programa de producción anual en lb					
Tiempo	**Enero - Marzo**	**Abril - Junio**	**Julio - Septiembre +(5%)**	**Octubre - Diciembre +(10%)**	**Total**
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico con cierre	1.800	1.800	1.890	2.079	**7.569**
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico sencilla	600	600	630	693	**2.523**
Total					**10.092**

Nota explicativa:

- En base a la tabla, se puede conocer la producción anual que tendrá la microempresa en el año 2024, el cual cubre el 15,413% de la demanda insatisfecha; este programa se basó mediante la producción por hora, día, semana y mes (Ver: Anexo 6,7 y 8).

- El incremento de la producción en los dos últimos trimestres está basado en la pregunta 9 de la encuesta a los oferentes (Ver tabla 24), quienes mencionaron que en estas épocas se incrementa la demanda de harinas para colada de dulce; por ello la microempresa pretende aumentar la producción en estos meses para cubrir las necesidades de este producto.
- El dato trimestral se obtuvo mediante la suma de tres meses consecutivos; en el tercer trimestre del año se pretende incrementar la producción en un 5% respecto al trimestre anterior, así mismo se aumentará en el último trimestre con un 10% más en relación al trimestre anterior.

5.4.2 Localización

El análisis de localización de la microempresa debe identificar claramente el sitio ideal para la unidad de producción; por ende, la ubicación óptima será aquella que permita maximizar la producción, minimizar los costos y aumentar los beneficios. Se eligió el local para la microempresa basándose en su proximidad a la vía principal, lo cual facilita el transporte de mercancías.

Macro - localización

País: Ecuador

Provincia: Bolívar

Región: Sierra

Ciudad: Guaranda

Parroquia: Gabriel Ignacio Veintimilla

> Guaranda en el corazón del Ecuador, se encuentra al noroeste de la Provincia de Bolívar, limitada al norte por la Provincia de Cotopaxi, al sur con los cantones Chimbo y San Miguel, al este está limitada con la Provincia de Chimborazo y Tungurahua, y al oeste está limitada por los cantones de Las Naves, Caluma y Echeandía (Alcaldía de Guaranda, s.f.).

Micro - localización

La Micro- localización permite identificar el local más conveniente para llevar a cabo las operaciones productivas de la microempresa lo cual resulta del análisis de los siguientes locales:

Local 1: Local en el sector del Terminal Terrestre (Vía Ambato y C.46)

Local 2: Local cerca a la Plaza del Carnaval (Avenida John Kennedy)

Local 3: Local cerca sector ciudadela Primero de Mayo (Vía Ambato y Calle K-2)

Tabla 37:
Matriz de localización

Criterios	**Peso**	**Alternativas**					
		Sector del Terminal Terrestre		**Sector Plaza del Carnaval**		**Sector ciudadela Primero de Mayo**	
		Calificación	**Total**	**Calificación**	**Total**	**Calificación**	**Total**
Tamaño del local	0,20	5	1	3	0,60	3	0,60
Servicios básicos	0,20	4	0,80	3	0,60	2	0,40
Seguridad	0,10	3	0,30	2	0,20	2	0,20
Lugares de acceso	0,10	5	0,50	5	0,50	5	0,50
Costo de arrendamiento	0,20	4	0,80	5	1	5	1
Total	**1**		**3,40**		**2,90**		**2,70**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

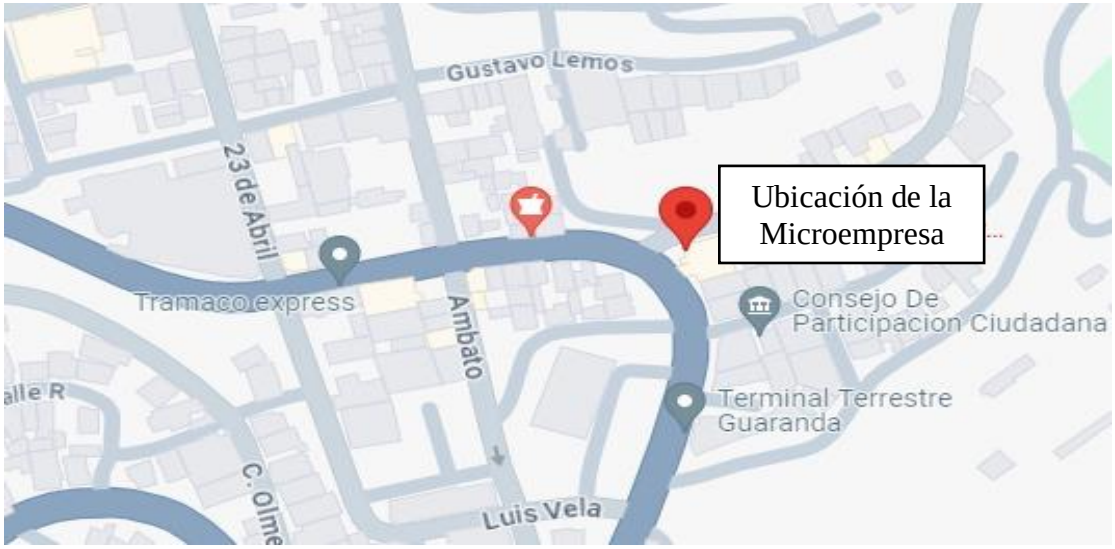
De acuerdo a los resultados obtenidos podemos decir que la mejor opción para ubicar el emprendimiento es a pocos pasos del Terminal Terrestre de Guaranda, con una calificación de 3,40; seguidamente tenemos el sector de la Plaza del Carnaval con una calificación de 2,90 y por último el sector de la Ciudadela Primero de Mayo con una calificación de 2,70.

Selección de la Alternativa Óptima

El local situado cerca del Terminal Terrestre en la Vía Ambato y C.46, es ideal para la microempresa porque se comercializará a las tiendas y supermercados de la localidad situada en una zona de fácil acceso, pero no en pleno centro de la ciudad lo que minimizará las molestias a la ciudadanía debido a los posibles ruidos emitidos durante la producción de la harina.

Ubicación de la microempresa

Figura 25:
Ubicación de la microempresa



Nota: (Google maps, 2024)
Link: https://n9.cl/5onjb7

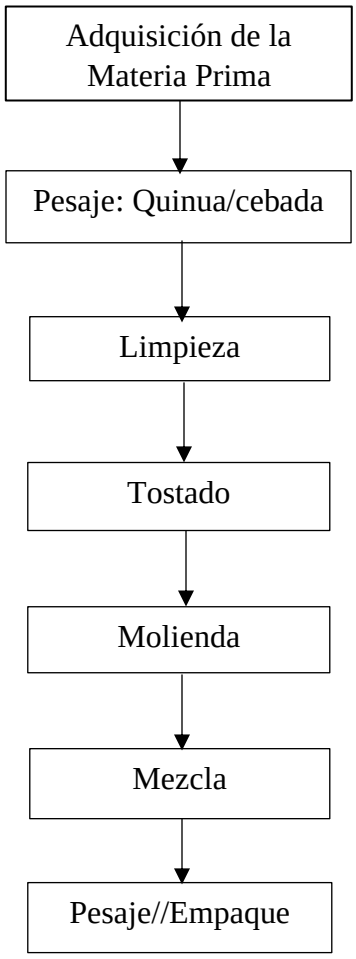
5.4.3 Ingeniería del proyecto

En la ingeniería del proyecto se detallarán las áreas más importantes de la microempresa, junto con las herramientas, materia prima, maquinarias y equipos necesarios para la producción de la harina de quinua con máchica, así también es crucial que estas áreas estén adecuadamente distribuidas, atendiendo a su funcionamiento y necesidades específicas con indicaciones e instrucciones claras para el buen desempeño de la organización. La microempresa deberá seguir un adecuado proceso productivo con la finalidad de realizar de forma eficiente las actividades para obtener un producto de calidad y a un precio accesible para el consumidor.

5.4.3.1 Proceso Productivo

5.3.3.1.1 Diagrama de Bloque

Figura 26:
Diagrama de bloque



Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Adquisición de materia prima: Este paso se refiere a la compra de los granos necesarios en las cantidades adecuadas para la elaboración del producto final, aquí se verifica y asegura la calidad de los granos.

Pesaje: En este paso del proceso, se mide con precisión por separado la cantidad de quinua y cebada a utilizar, es fundamental que las proporciones sean exactas en cada producción, utilizando balanzas adecuadas.

Limpieza: En este paso, se lleva a cabo la limpieza de los granos de quinua y cebada de manera separada mediante un proceso de ventilado, con el objetivo de eliminar cualquier impureza, este paso es esencial para asegurar la calidad del producto final.

Tostado: Se tuestan los granos de quinua y cebada por separado en una tostadora específica para granos, a una temperatura controlada, este proceso debe realizarse de manera uniforme para garantizar que todos los granos se tuesten de forma homogénea, mejorando así el sabor y aroma del producto final, además, el tostado ayuda a reducir la humedad, preparándolos adecuadamente para la molienda.

Molienda: Consiste en colocar los granos tostados de manera individual en un molino industrial para que se muela y así para obtener una harina de textura fina

Mezcla: En esta etapa, se combinan las harinas de quinua y máchica, asegurándose de que se mezclen de manera uniforme para lograr un producto final homogéneo.

Pesado y empaquetado: en esta etapa se mide en cantidades específicas de la mezcla de harina de quinua con máchica utilizando balanzas, para colocar en bolsas de plástico, se sellan y se etiqueta adecuadamente.

5.4.3.1.2 Diagrama de Flujo

Tabla 38:
Símbolos del diagrama de flujo

	Operación
	Inspección
	Transporte
	Demora
	Almacenamiento
	Actividad combinada

Nota: (Yepes Piqueras, 2021)

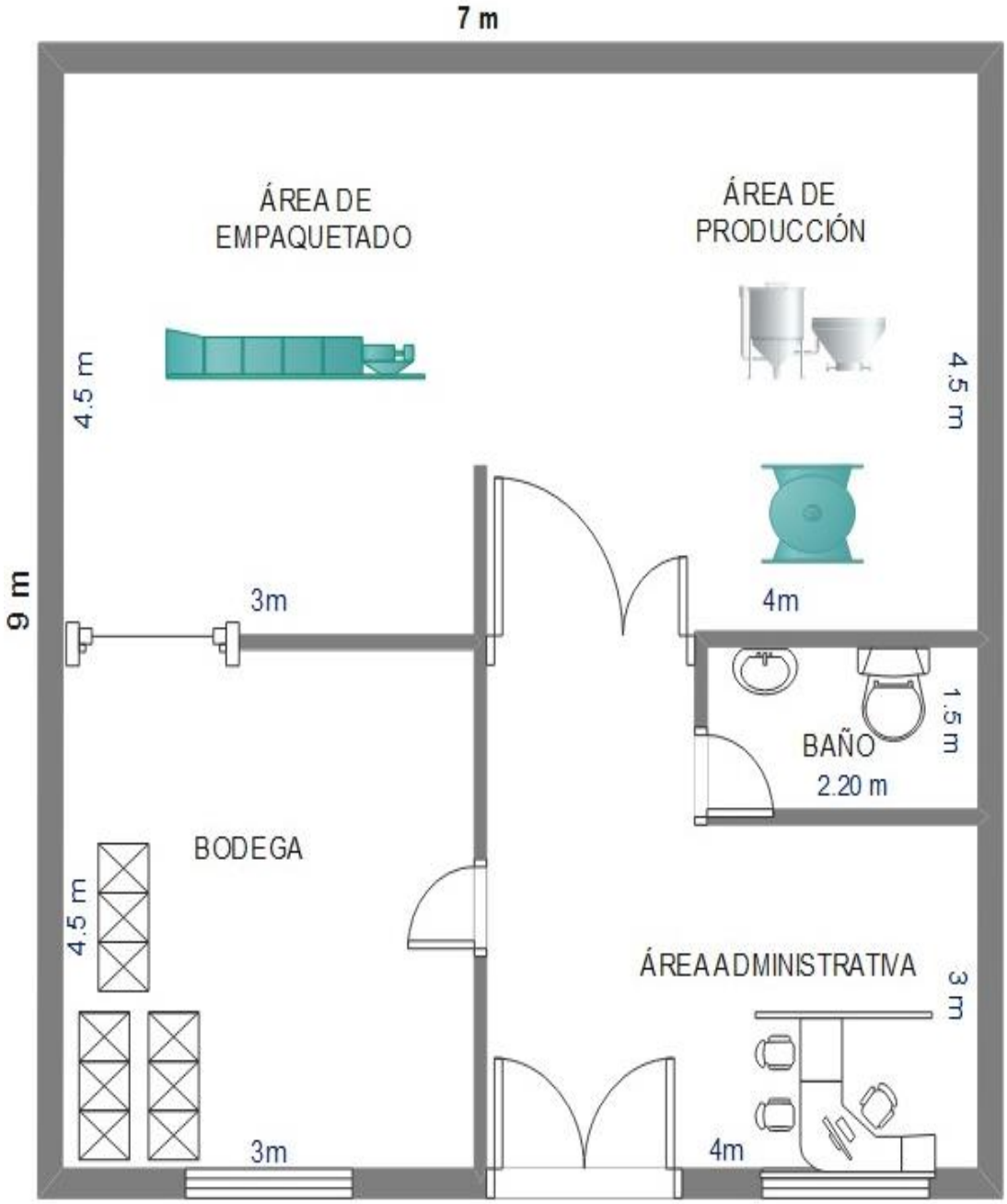
Tabla 39:
Diagrama de flujo de la Harina de quinua con máchica

Proceso	Tiempo	Tipo de operación
Inicio		
Selección de materia prima	5’	Manual
Pesaje de quinua	5’	Manual
Pesaje de cebada	5’	Manual
Limpieza	30’	Manual/Mecánica
Tostado	15’	Mecánica (uso de tostadora)
Molienda	30’	Mecánica (uso de molino)
Recolección de harina	10’	Manual
Tamiz	30’	Mecánica
Mezcla	20’	Manual
Pesado/Empaquetado	300’	Manual/Mecánica
Almacenaje	20’	Manual
Despacho	10	Manual
Fin		
Total	**480’ (8 horas)**	

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

5.4.3.2 Distribución del local

Figura 27:
Distribución del local



Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

5.4.3.3 Requerimiento de maquinaria, equipo y herramientas

Tabla 40:
Requerimiento de maquinaria

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Molino	1	360	360
Tostadora	1	1500	1500
Selladora	1	450	450
Balanza digital	1	150	150
Balanza para libras	1	75	75
Cernidora	1	200	200
Total		**2735**	**2735**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Tabla 41:
Equipos de cómputo

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Computador	1	380	380
Impresora	1	260	260
Total		**640**	**640**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Tabla 42:
Equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Escritorios de Oficina	1	200	200
Sillón ejecutivo	1	80	80
Teléfono	1	80	80
Calculadora	1	5	5
Total		**365**	**365**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Tabla 43:
Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Sillas	6	35	210
Archivador	1	150	150
Mesa de acero inoxidable	1	320	320
Repisa de metal	2	40	80
Total		**545**	**760**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

5.4.3.4 Requerimiento del Personal

Tabla 44:
Sueldo y salario

Nº	Cargo del trabajador	Sueldo funcional	Aporte IESS	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Mensual	Anual
1	Gerente	460,00	51,29	38,33	38,33	38,33	19,17	645,46	7.745,48

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Mano de obra Directa e Indirecta

La siguiente fijación de sueldo se basó en el Artículo 82 del Código del Trabajo del Ecuador en vista de que la microempresa producirá durante la primera y la tercera semana de cada mes, por lo tanto, solo en esas semanas será necesaria la mano de obra tanto del operario como del ayudante del operario y el pago será de manera mensual.

Tabla 45:
Mano de obra

N°	Cargo de trabajador	Horas de trabajo (Semanal)	Horas de trabajo (dos semanas)	Sueldo mensual	Sueldo anual
1	Operario	40	80	$ 230,00	$ 2.760,00
1	Ayudante de operario	40	80	$ 200,00	$ 2.400,00

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- Para realizar el cálculo del sueldo mensual de Operario y el ayudante del operario se tomó en cuenta el Sueldo Básico Unificado (SBU) que es $ 460 en relación a las horas de trabajo, en este caso 8 horas diarias multiplicado por 5 días laborables que resulta 40 horas semanales que multiplicado por 2 semanas obtenemos 80 horas y multiplica por 4 resulta 160 horas al mes.
- El sueldo de operario se determina realizando una regla de tres 160 horas al mes equivale a un SBU de 460$ y 80 horas en dos semanas equivale a un SBU de 230$; por otro lado, el sueldo del ayudante del operario es 13% menor que el sueldo del operario que resulta $ 200.

5.4.3.5 Requerimiento de materia prima e insumos

Tabla 46:
Materia Prima

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio x Unidad
Quinua	100 libras	1,5	130
Cebada	100 libras	2,5	30

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

La cebada se adquirirá en el mercado mayorista de la ciudad de Guaranda, mientras que la quinua será comprada a un proveedor directo de la ciudad de Riobamba, quien se encargará de entregar el producto directamente en el local de la ciudad de Guaranda."

Tabla 47:
Insumos

Cantidad	Descripción	Valor Unitario
11	Paquete de bolsas de plástico con cierre (100 u)	$ 1
4	Paquete de bolsas de plástico sencilla (100 u)	$ 1

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

5.5 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.5.1 Empresa

5.5.1.1 Nombre o Razón social

Molienda Celeste Cía. Ltda., ubicada en la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar.

5.5.1.2 Titularidad de propiedad de la empresa

Los propietarios de la microempresa será Jenny Maritza Toalombo Guambuguete y Mishel Elizabeth Villa Cuji; cada una con un 50% de participación.

5.5.1.3 Tipo de empresa

Se ha optado por una Compañía de Responsabilidad Limitada, donde la microempresa se conforma con la participación de socios; en este caso, los dos socios son responsables de las obligaciones sociales solo hasta el monto de sus aportes individuales.

5.5.2 Base Filosófica de la empresa

5.5.2.1 Misión

La microempresa “Molienda Celeste Cía. Ltda.”, elabora harina de quinua con máchica con ingredientes nutritivos y de calidad para su bienestar.

5.5.2.2 Visión

"Molienda Celeste, Compañía Limitada" será líder en la elaboración de harina de quinua con máchica; caracterizados por la calidad, frescura y diversificación para satisfacer la demanda y el compromiso social.

5.5.2.3 Estrategia empresarial

La estrategia del plan de negocio se centra en producir un nuevo e innovador producto nutritivo y de alta calidad dirigido a consumidores de la ciudad de Guaranda; la microempresa se ubicará en un punto estratégico, facilitando el acceso y distribución del producto a sus clientes; el enfoque principal será resaltar los beneficios nutricionales de la harina de quinua con máchica mediante campañas de marketing en redes sociales y con promotores locales, asegurando así una fuerte presencia en el mercado.

5.5.2.4 Objetivos estratégicos

- Ofertar productos nutritivos y de calidad
- Brindar un servicio acogedor
- Ofrecer precios asequibles para la población guarandeña
- Proporcionar un producto que cumpla los estándares de higiene.
- Convertirse en una microempresa competitiva
- Alcanzar reconocimiento en otras ciudades de la provincia
- Generar una utilidad para la microempresa

5.5.2.5 Principios y valores

Molienda Celeste, Compañía Limitada cuenta con los siguientes principios y valores:

- Calidad
- Innovación
- Higiene
- Ética empresarial
- Trabajo en equipo
- Respeto
- Responsabilidad social

5.5.3 Organización Administrativa

Para la microempresa "Molienda Celeste Cía. Ltda." tendrá una organización administrativa en donde se detallará el personal necesario para el funcionamiento.

La microempresa contará con el siguiente personal:

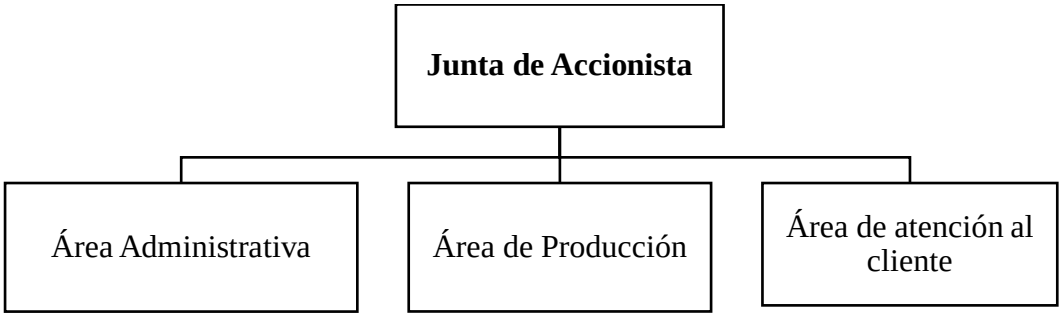
1 Administrador – Vendedor

1 Operario

1 Ayudante de operario

5.5.3.1 Organigrama Estructural

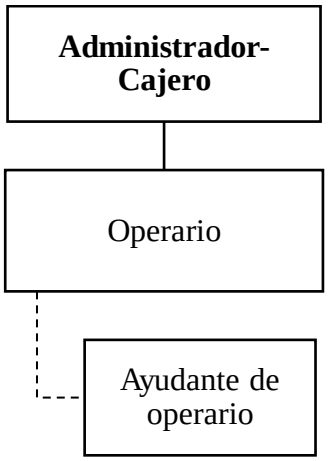
Figura 28:
Organigrama Estructural



Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

5.5.3.2 Organigrama Funcional

Figura 29:
Organigrama Funcional



Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

5.5.3.3 Descripción de Puestos y Funciones

Tabla 48:
Descripción del puesto y las funciones del Administrador - Vendedor

Descripción del puesto y las funciones del Administrador-Vendedor	
Título de puesto:	Administrador -Vendedor
Área:	Área administrativa
Jefe inmediato:	Accionistas
Empleados a sus órdenes:	Operario y Ayudante de Operario

Descripción general:

Incluye planificar, supervisar y gestionar las actividades administrativas, legales financieras y de producción de la microempresa.

Funciones específicas:

- Coordina y supervisa los procesos de producción asegurando la eficiencia
- Programa la producción
- Adquisición de materia prima
- Supervisa el almacenamiento adecuado de la materia prima
- Supervisa el almacenamiento adecuado del producto final
- Coordina la logística de distribución del producto final
- Dar seguimiento y asegurarse que los productos lleguen en buen estado al cliente.
- Cotiza las ventas teniendo en cuenta la logística con la que se manejara.
- Soluciona inconvenientes presentados en el proceso de venta y logística de distribución.
- Mantiene una buena comunicación con sus clientes
- Informa sobre los logros obtenidos
- Registros de los cuadres de caja diarios
- Cuenta con informes financieros

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Tabla 49:
Descripción del puesto y las funciones del operario

Descripción del puesto y las funciones del operario	
Título de puesto:	Operario
Área:	Área de producción
Jefe inmediato:	Administrador-vendedor
Empleados a sus órdenes:	Ayudante de operario

Descripción general:

Lleva a cabo las operaciones relacionadas con la recepción de granos, limpieza de la materia prima, molienda, filtrado, empaquetado, almacenamiento y despacho de productos de la planta.

Funciones específicas:

- Recibe la materia prima en las instalaciones.
- Supervisa los parámetros de calidad.
- Registra las órdenes de recepción con los datos de peso y calidad.
- Pone en marcha la máquina de limpieza de granos.
- Pone en marcha la máquina la máquina tostadora.
- Pone en marcha la máquina la máquina de molienda.
- Pone en marcha la máquina de tamizado.
- Pone en marcha la máquina de empaquetado.
- Prepara el despacho del producto terminado.
- Cumple con las normas de seguridad e higiene en el trabajo.

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Tabla 50:
Descripción del puesto y las funciones del ayudante de operario

Descripción del puesto y las funciones del ayudante de operario	
Título de puesto:	Ayudante de operario
Área:	Área de producción
Jefe inmediato:	Operario
Empleados a sus órdenes:	Ninguno

Descripción general:

El ayudante del operador de la planta se encarga de realizar las tareas de organización y limpieza en la planta, asegurando el mantenimiento adecuado en cada una de las áreas.

Funciones específicas:

- Mantiene limpio y ordenado las áreas de trabajo
- Cumple con las normas de seguridad e higiene en el trabajo.
- Gestionar los recursos necesarios para la limpieza y el mantenimiento
- Colabora en la carga de los artículos que adquiera la microempresa.
- Traslada los elementos necesarios al área de producción
- Ordena el producto terminado en las estanterías.
- Colabora en la carga de los productos cuando se concreta las ventas

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

5.6 ESTUDIO ECONÓMICO

5.6.1 Costos

Tabla 51:
Cotos anuales

Costo Total					
N	**Concepto**		**Parcial**	**Referencia**	**Total**
1	**Costo de producción**				**$ 9.352,60**
	Costos directos				
	Materia prima	$	2.880,00	Anexo N°11	
	Materiales e insumos	$	180,00	Anexo N°12	
	Mano de obra directa	$	2.760,00	Anexo N°13	
	Costos indirectos				
	Gastos de fabricación				
	Mano de obra indirecta	$	2.400,00	Anexo N°14	
	Depreciación	$	539,40	Anexo N°15	
	Mantenimiento	$	120,00	Anexo N°16	
	Amortización	$	449,20	Anexo N°17	
	Transporte en compras	$	24,00	Anexo N°18	
2	**Costos administrativos**				$ 11.011,81
	Sueldos	$	7.745,48	Anexo N° 19	
	Útiles de aseo	$	111,63	Anexo N°20	
	Papelería/útiles de oficina	$	34,70	Anexo N°21	
	Servicios básicos	$	720,00	Anexo N°22	
	Arriendo	$	2.400,00	Anexo N°23	
3	**Costos de venta**				$ 300,00
	Promoción y publicidad	$	300,00	Anexo N° 24	
4	**Costos financieros**				$ -
	Intereses				
	Costo total	**$**	**20.664,41**		**$ 20.664,41**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

El costo total es 20.664,41 $ que incluye la suma de los costos anuales de producción, administración, ventas y financieros; siendo el costo administrativo más alto con 11.011,81 $ y el costo de venta siendo el más bajo con 300 $ (el detalle se puede observar en cada anexo descrito en la tabla anterior).

5.6.2 Inversión

Tabla 52:
Inversión total

Inversión Total				
N°	**Rubros**	**Parcial**	**Referencia**	**Total**
1	**Inversión fija**			$ 4.843,75
	Adecuaciones	$ 343,75	Anexo N°25	
	Maquinaria	$ 2.735,00	Anexo N°26	
	Muebles y enseres	$ 640,00	Anexo N°26	
	Equipo de oficina	$ 365,00	Anexo N°26	
	Equipo de cómputo	$ 760,00	Anexo N°26	
2	**Inversión intangible**			**$ 2.246,00**
	Elaboración proyecto	$ 1.118,00	Anexo N°27	
	Gasto de operación	$ 200,00	Anexo N°27	
	Gastos de organización	$ 300,00	Anexo N°27	
	Capacitación del personal	$ 128,00	Anexo N°27	
	Asesoría jurídica elaboración minuta	$ 500,00	Anexo N°27	
3	**Capital de trabajo**			**$ 1.756,03**
	Materia prima	$ 240,00	Anexo N°28	
	Mano de obra	$ 430,00	Anexo N°29	
	Gastos de generales o de fabricación	$ 143,38	Anexo N°30	
	Gastos administrativos	$ 917,65		
	Gastos de venta	$ 25,00		
	Costos financieros			
	Inversión total	**$ 8.845,78**		**$ 8.845,78**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

La inversión de la microempresa comprende la inversión fija, la inversión intangible y el capital de trabajo, sumando un total de 8.845,78 $, el capital de trabajo es de 1.756,03$ para el primer mes el cual cubrirá todo el ciclo del producto, desde la adquisición de materia prima hasta la venta y recuperación del dinero.

5.6.3 Estructura de costos

La estructura del costo comprende la clasificación de los costos en: costo fijo y en costo variable, el costo fijo es constante independientemente de la cantidad de producción, en cambio el costo variable cambia en función del nivel de producción.

Tabla 53:
Estructura de costos

Estructura de Costos				
N°	**Descripción**	**Fijo**	**Variable**	**Total**
1	**Costo de producción**			**$ 9.352,60**
	Costos directos			
	Materia prima		$ 2.880,00	
	Materiales e insumos		$ 180,00	
	Mano de obra directa	$ 2.760,00		
	Costos indirectos			
	Mano de obra indirecta	$ 2.400,00		
	Gastos de fabricación			
	Depreciación	$ 539,40		
	Mantenimiento	$ 120,00		
	Amortización		$ 449,20	
	Transporte en compras		$ 24,00	
2	**Costos administrativos**			$ 11.011,81
	Sueldos	$ 7.745,48		
	Útiles de aseo		$ 111,63	
	Papelería/útiles de oficina		$ 34,70	
	Servicios básicos	$ 720,00		
	Arriendo	$ 2.400,00		
3	**Costos de venta**			$ 300,00
	Promoción y publicidad	$ 300,00		
4	**Costos financieros**			$ -
	Intereses			
	Costo total	**$ 16.984,88**	**$ 3.679,53**	**$ 20.664,41**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Molienda Celeste tiene un costo fijo de 16.984,88 $ y un costo variable de 3.679,53 $ que sumados da como resultado un total de 20.664,41 $.

5.6.4 Financiamiento

El financiamiento proporciona los recursos financieros necesarios para cubrir los costos de una empresa, estos fondos pueden provenir de capital propio o de un préstamo obtenido a través de una institución bancaria.

Tabla 54:
Socios y sus aportes

N°	Socios	N° Cédula	Aportes en efectivo	Total	%
1	Jenny Toalombo	0202466439	$ 4.422,89	$ 4.422,89	50%
2	Mishel Villa	0250065042	$ 4.422,89	$ 4.422,89	50%
Total			**$ 8.845,78**	**$ 8.845,78**	**100%**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

La microempresa contará con el aporte de dos socios. Jenny Toalombo contribuye con un capital de 4.422,89 $, lo que representa el 50 % del total, mientras que Mishel Villa aporta la otra mitad, también con 4.422,89 $, completando así el 100% del capital inicial.

5.6.5 Determinación de ingresos

La determinación de ingresos está relacionada con la cantidad de productos que una empresa planea vender y los precios establecidos para cada uno.

Tabla 55:
Ingreso anual

Producto	Cantidad	P.V.P.	Ingreso
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico con cierre	14.285	$1,65	$23.571
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico sencilla	4.762	$1,25	$5.952
Total			**$29.523**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

El ingreso anual de la microempresa es de 29.523$, calculados mediante la multiplicación del número de unidades de cada presentación del producto por su precio respectivo. Estos ingresos son esenciales para cubrir todos los costos relacionados con la operación de la microempresa, incluyendo producción, administración, ventas y gastos financieros, además, contribuyen a mantener la estabilidad financiera.

Proyección de ventas

Permite anticipar los ingresos futuros que tendrá una empresa, el cual facilita la elaboración de presupuestos, la planificación de los gastos y la toma de dediciones.

Tabla 56:
Ventas proyectadas

Producto	Año 1		Año 2 (5%)		Año 3 (5%)		Año 4 (5%)		Año 5 (5%)	
	Cantidad	**Ingreso**	**Cantidad**	**Ingreso**	**Cantidad**	**Ingreso**	**Cantidad**	**Ingreso**	**Cantidad**	**Ingreso**
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico con cierre	14.285,5	$ 23.571	15.000	$ 24.750	15.750	$25.987	16.537	$27.286	17.364	$ 28.651
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico sencilla	4.761,8	$ 5.952	5.000	$ 6.250	5.250	$ 6.562	5.512	$ 6.890	5.788	$ 7.235
Total	**19.047**	**29.523**	**20.000**	**30.999**	**21.000**	**32.549**	**22.050**	**34.177**	**23.152**	**35.886**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

La microempresa proyecta un incremento del 5% anual en sus ventas, por lo que, para el año 2 se espera un aumento del 5% en comparación con el año 2024, lo que significa que tendrá una mayor producción de ambas presentaciones de harina.

5.6.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es cuando los ingresos son iguales a los costos totales, de manera que la empresa no incurre en pérdidas ni obtiene ganancias, este análisis es fundamental para planificar la producción, ya que ayuda a determinar el volumen necesario de ventas para cubrir todos los costos.

Para el análisis del punto de equilibrio de la microempresa se debe tener la siguiente información:

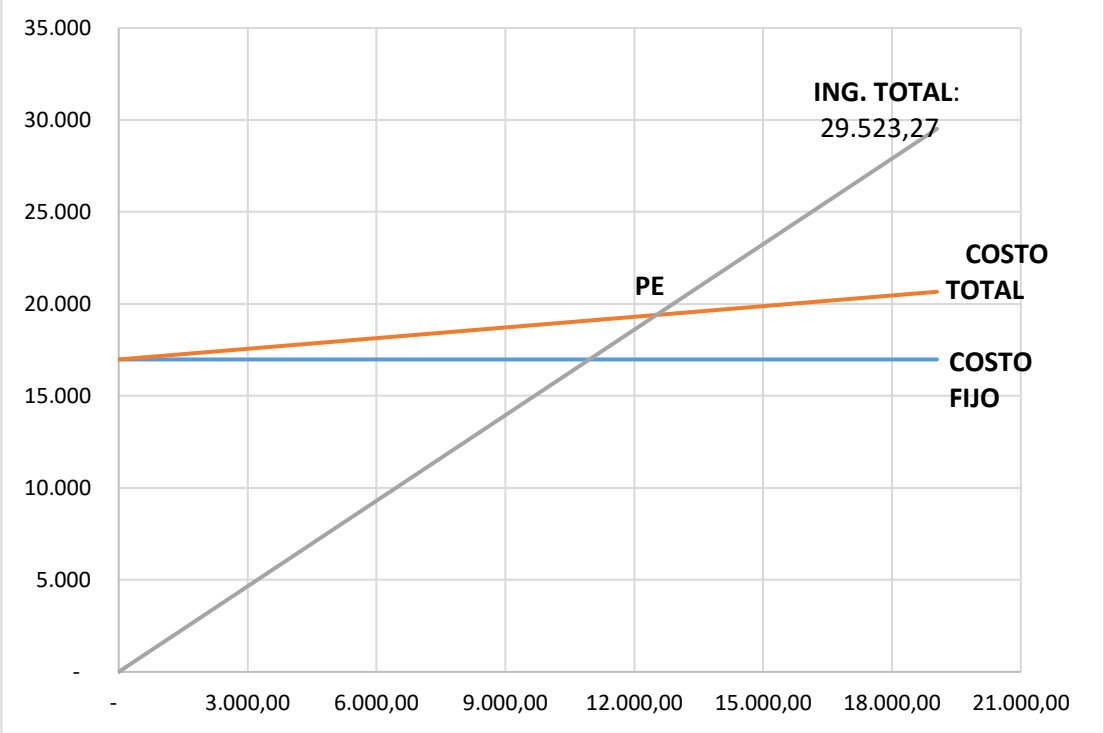
Datos:	
Costos Fijos (CF)	$ 16.984,88
Costos Variables(CV)	$ 3.679,53
Costo Total (CT)	$ 20.664,41
Cantidad Producida	19.047
Ingresos (ING)	$ 29.523,27

Tabla 57:
Datos para la gráfica del punto de equilibrio

Cantidad Producida	Costo Fijo	Costo Total	Ingresos
-	$ 16.984,88	$ 16.984,88	$ -
19.047	$ 16.984,88	$ 20.664,41	$ 29.523,27

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Figura 30:
Punto de equilibrio



Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

En la gráfica del punto de equilibrio se pude visualizar que la molienda Celeste Cía. Ltd. genera ingresos que superan sus costos, lo que indica que la microempresa está obteniendo una ganancia significativa y dispone de ingresos suficientes para cubrir todos sus costos operativos.

La microempresa cuenta con 29.523,27 $ en sus ingresos y 20.664,41$. en sus costos.

Punto de Equilibrio en Unidades

Para calcular el punto de equilibrio en unidades, se dividen los costos fijos (CF) por la diferencia entre el precio de venta unitario (PVu) y el costo variable unitario (CVu). Esto se representa de la siguiente manera:

$$\textbf{P Eq} = \frac{\text{CF}}{\text{PVu- CVu}}$$

$$\textbf{PVu} = \frac{\textbf{Ingresos}}{\text{\# Unidades}} \qquad \textbf{CVu} = \frac{\textbf{CV}}{\text{\# Unidades}}$$

$$\textbf{PVu} = \frac{29.523,27}{19.047,27} \qquad \textbf{CVu} = \frac{3.679,53}{19.047,3}$$

$$\textbf{PVu} = \boxed{\textbf{1,55}} \qquad \textbf{CVu} = \boxed{\textbf{0,19}}$$

$$\textbf{P. Eq} = \frac{\text{CF}}{\text{PVu- CVu}}$$

$$\textbf{P. Eq} = \frac{16.984,88}{1,36}$$

$$\textbf{P. Eq} = \boxed{12.518}$$

El cálculo del punto equilibrio en unidades se realizó utilizando la siguiente fórmula: (CF/PVP-CVU), teniendo como resultado 12.518 unidades, esto indica que la microempresa necesita producir 12.518 unidades de sus productos para alcanzar el punto de equilibrio exacto.

La microempresa produce 19.047 unidades el cual representa el 152,16% en relación a las cantidades de producción que arroja el punto de equilibrio

Punto de Equilibrio en dólares

$$\textbf{P Eq} = \frac{\text{C F}}{1 - \frac{\text{C V}}{\text{ING}}} \qquad \textbf{P Eq} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{16.984,88}{1 - \frac{3.679,53}{29.523,27}}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{16.984,88}{1 - 0,1246315}$$

$$\textbf{P Eq} = \frac{16.984,88}{0,8753685}$$

$$\textbf{P Eq} = \textbf{19.403,12}$$

El cálculo del punto equilibrio en dólares se realizó utilizando la siguiente formula: (CF/(1-CV-ING), teniendo como resultado 19.403,12$, esto significa que la microempresa debe generar ingresos de 19.403,12$, para alcanzar el punto de equilibrio exacto.

La microempresa cuenta con 29.523,27$ en sus ingresos el cual representa al 152,16% en relación a los ingresos que refleja el punto de equilibrio.

5.6.7 Estado de Resultados

El estado de resultados es una herramienta esencial que permite identificar como ha sido administrados los recursos de la empresa evaluar, para realizar este análisis es crucial considerar información clave sobre los ingresos y los costos, incluyendo costos de producción, administración, ventas y financieros; este análisis permite determinar si la empresa está generando ganancias o pérdidas durante un año.

Tabla 58:
Estados de resultados proyectado

Microempresa Celeste Cia. Ltda.
Estado de resultados
Al año 2024

Concepto/años	**% de proyección**	**Años 1**	**%**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Ingresos	5%	$ 29.523,27	100%	$ 30.999,44	$ 32.549,41	$ 34.176,88	$ 35.885,72
Costos de venta	5%	$ 9.352,60	32%	$ 9.820,23	$ 10.311,24	$ 10.826,80	$ 11.368,14
Utilidad bruta en ventas		$ 20.170,67	68%	$ 21.179,21	$ 22.238,17	$ 23.350,08	$ 24.517,58
Gastos administrativos	5%	$ 11.011,81	37%	$ 11.562,40	$ 12.140,52	$ 12.747,55	$ 13.384,92
Gastos de ventas	5%	$ 300,00	1%	$ 315,00	$ 330,75	$ 347,29	$ 364,65
Utilidad operacional		$ 8.858,86	30%	$ 9.301,81	$ 9.766,90	$ 10.255,24	$ 10.768,00
Gastos financieros							
Utilidad antes de imp. y Part		$ 8.858,86	30%	$9.301,81	$ 9.766,90	$ 10.255,24	$ 10.768,00
Participación trabajadores (15%)		$ 1.328,83	5%	$1.395,27	$ 1.465,03	$ 1.538,29	$ 1.615,20
Utilidad antes de impuesto a la renta		$ 7.530,03	26%	$7.906,53	$ 8.301,86	$ 8.716,95	$ 9.152,80
Impuesto a la renta (22%)		$ 1.656,61	6%	$1.739,44	$ 1.826,41	$ 1.917,73	$ 2.013,62
Utilidad neta ejercicio		**$ 5.873,43**	**20%**	**$6.167,10**	**$ 6.475,45**	**$ 6.799,22**	**$ 7.139,19**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

La microempresa reportará una utilidad neta de 5.873,43$ en el primer año, lo que representa el 20% de los ingresos generados.

5.6.8 Estado de situación financiera

Este análisis ayuda a conocer la forma de cómo se han invertido lo recursos de la microempresa, identificando sus activos, pasivos y patrimonios.

Tabla 59:
Estado de situación financiera

Microempresa Celeste Cia. Ltda.
Estado de Situación Financiera
Al año 2024

Activo				**Pasivo**			
Activo Corriente		**$ 1.756,03**		**Pasivo Corriente**			
Caja				Cuentas por Pagar			
Bancos	$ 1.756,03						
Activo Exigible		**$ -**					
Documentos por Cobrar							
Activo Realizable		**$ -**		**Pasivo Largo Plazo**			
Inventarios				Documentos por pagar			
Activo Fijo		**$ 3.855,15**					
Adecuaciones	$ 343,75						
Maquinaria	$ 2.735,00						
Muebles y enseres	$ 640,00						
Equipo de oficina	$ 365,00			**Patrimonio**			**$ 7.570,59**
Equipo de computo	$ 760,00			Utilidad Presente Año	$ 5.873,43		
Depreciación	$ -539,40			Capital	$ 1.983,75		
Amortización	$ -449,20						
Otros activos		$ 2.246,00					
Gastos de organización	$ 2.246,00						
Total Activo		**$ 7.857,18**		**Total Pasivo y Patrimonio**			**$ 7.857,18**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

La microempresa cuenta con total en sus activos de $7.857,18 que iguala a suma del pasivo más el activo.

5.6.9 Flujo de efectivo

Tabla 60:

Flujo de efectivo

Microempresa Celeste Cia. Ltda.
Flujo de Efectivo Proyectado
Del año 2024 al 2028

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas/Ingresos	5%	$ 29.523,27	$ 30.999,44	$ 32.549,41	$ 34.176,88	$ 35.885,72
Fondo de Salvamento		$ -	$ -	$ -	$ -	$ 2.763,00
Ingresos Totales		$ 29.523,27	$ 30.999,44	$ 32.549,41	$ 34.176,88	$ 33.122,72
Costo de producción	5%	$ 9.352,60	$ 9.820,23	$ 10.311,24	$ 10.826,80	$ 11.368,14
Utilidad bruta en ventas		$ 20.170,67	**$ 21.179,21**	**$ 22.238,17**	**$ 23.350,08**	**$ 21.754,58**
Costo administrativo	5%	$ 11.011,81	$ 11.562,40	$ 12.140,52	$ 12.747,55	$ 13.384,92
Costo de ventas	5%	$ 300,00	$ 315,00	$ 330,75	$ 347,29	$ 364,65
Utilidad Operacional		**$ 8.858,86**	$ 9.301,81	$ 9.766,90	$ 10.255,24	$ 8.005,00
Costo financiero						
Utilidad antes de impuesto		**$ 8.858,86**	**$ 9.301,81**	**$ 9.766,90**	**$ 10.255,24**	**$ 8.005,00**
15% trabajadores		**$ 1.328,83**	$ 1.395,27	$ 1.465,03	$ 1.538,29	$ 1.200,75
Utilidad antes de impuesto a la renta		**$ 7.530,03**	**$ 7.906,53**	**$ 8.301,86**	**$ 8.716,95**	**$ 6.804,25**
22% impuesto a la renta		**$ 1.656,61**	$ 1.739,44	$ 1.826,41	$ 1.917,73	$ 1.496,94
Utilidad del ejercicio		**$ 5.873,43**	**$ 6.167,10**	**$ 6.475,45**	**$ 6.799,22**	**$ 5.307,32**
Depreciación		$ -539,40	$ 539,40	$ 539,40	$ 539,40	$ 539,40
Amortización		$ -449,20	$ 449,20	$ 449,20	$ 449,20	$ 449,20
Activo fijos tangibles	$ -4.843,75					
Activos fijos intangibles	$ -2.246,00					
Capital de trabajo	$ -1.756,03					
Recuperación del capital de trabajo						**$ 1.756,03**
Amortización del crédito		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Flujo neto de efectivo	**$ -8.845,78**	**$ 6.862,03**	**$ 7.155,70**	**$ 7.464,05**	**$ 7.787,82**	**$ 8.051,95**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

El flujo de efectivo proyectado con un crecimiento del 5% durante 5 años sugiere una situación financiera relativamente estable, donde se aprecia un aumento constante de ingresos y un buen control de los costos operativos; No obstante, es esencial vigilar el flujo de efectivo neto para que la microempresa pueda cumplir con sus obligaciones financieras y asegurar la continuidad de sus operaciones sin inconvenientes.

5.7 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.7.1 Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable

Para realizar el cálculo de la Tasa de Rentabilidad Mínima Aceptable (TREMA) se consideraron tres aspectos: la tasa de inflación anual en Ecuador para el año 2023 que es del 1,3% (Banco Central del Ecuador, 2024), la prima de riesgo y la tasa del mercado financiero, con el propósito de calcular el VAN y la TIR del nuestro proyecto.

A continuación, tenemos la siguiente fórmula para calcular el TREMA: i + f + (i *f)

i=inflación	1,3%
f=riesgo	10%
TIB= Tasa interés de banco	15,60%
TREMA= Tasa de Rentabilidad Mínima Aceptablep	i+f+(i*f)

TREMA: i + f + (i * f)

TREMA: 1,3%+10%+(1,3%*10%)

TREMA: 0,113 +(0,0013)

TREMA: 0,1143

TREMA + BANCOS

TREMA: 0,1143 + 15,6%

TREMA: 0,27 = **27%**

La Tasa de Rentabilidad Mínima Aceptable (TREMA) es del 27 % la cual indica que este es el rendimiento mínimo esperado para que el proyecto sea considerado como viable caso contrario no podría justificar la inversión. Este porcentaje refleja una expectativa de retorno considerable, probablemente influenciada por los riesgos del mercado o las condiciones económicas específicas de la región.

5.7.2 Valor Actual Neto 1

VAN 1=	Inversión					
-	Inicial (Io) +	Sumatoria de los flujos netos de efectivo				
			(1+i)^n			
VAN= -	(Io) +	Flujo neto 1	Flujo neto 2	Flujo neto 3	Flujo neto 4	Flujo neto 5
		(1+i)^1	(1+i)^2	(1+i)^3	(1+i)^4	(1+i)^5
VAN=	-8.845,78	6.862,0	7.155,7	7.464,1	7.787,8	8.052,0
		(1+0.27)^1	(1+0.27)^2	(1+0.27)^3	(1+0.27)^4	(1+0.27)^5
VAN=	-8.845,78	6.862,0	7.155,7	7.464,1	7.787,8	8.052,0
		1,27	1,61	2,05	2,60	3,31
VAN=	**-8.845,78**	**5.401,9**	**4.434,4**	**3.641,3**	**2.990,8**	**2.434,3**
VAN=	**10.056,95**					

Según el resultado del Valor Actual Neto 1 (VAN) muestra que el proyecto es económicamente viable dado que proporciona un beneficio adicional de 10.056,95$ después de cubrir todos los costos y gastos asociados al proyecto.

5.7.3 Valor Actual Neto 2

Valor Actual Neto 2

Interés (I)	0,27		
VALOR	10.056,95	0,50	**0,77**
		-0,50	-0,23

VAN 2=-	**0,77**					
VAN 2=-	Inversión Inicial (Io) +	Sumatoria de los flujos netos de efectivo				
			(1+i)^n			
VAN 2=-	(Io) +	Flujo neto 1	Flujo neto 2	Flujo neto 3	Flujo neto 4	Flujo neto 5
		(1+i)^1	(1+i)^2	(1+i)^3	(1+i)^4	(1+i)^5
VAN 2=-	-8.845,78	6.862,03	7.155,70	7.464,05	7.787,82	8.051,95
		(1+0,77)^1	(1+0,77)^2	(1+0,77)^3	(1+0,77)^4	(1+0,77)^5
VAN 2=-	-8.845,78	6.862,03	7.155,70	7.464,05	7.787,82	8.051,95
		1,77	3,13	5,55	9,82	17,39
VAN 2=-	**-8.845,78**	**3.876,19**	**2.283,27**	**1.345,35**	**792,92**	**463,09**
VAN 2=	**-84,96**					

El VAN 2 es crucial para calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR), lo que implica encontrar una tasa igual a cero o lo más cercana posible a cero, la cual se obtiene de la suma de los flujos anuales descontados menos la inversión inicial; en este caso la tasa que se obtuvo es del 77%.

5.7.4 Tasa Interna de Retorno

$$\textbf{TIR} = r1+(r2-r1) * \frac{VAN1}{VAN1-VAN2}$$

En donde:

r1=0,27

r2=0,77

VAN1= 10.056,95

VAN 2= -84,96

$$\textbf{TIR} = 0,27+(0,77-0,27)* \frac{10.056,95}{10.056,95-(-84,96)}$$

$$\textbf{TIR} = 0,77 \frac{10.056,95}{10.141,91}$$

$$\textbf{TIR} = 0,77 \quad 0,99162299$$

$$\textbf{TIR} = \textbf{0,76} \quad 76\%$$

El resultado de la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 76% lo que indica que el proyecto es altamente viable puesto que supera significativamente la Tasa de Rentabilidad Mínima Aceptable (TREMA) del 27%. Este margen considerable sugiere que el proyecto no solo cubrirá los costos y riesgos asociados, sino que también generará retornos sustanciales, haciendo que la inversión sea muy atractiva y justificada.

5.7.5 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Este indicador permite medir el tiempo necesario que se requiere para recuperar la inversión inicial de un proyecto.

Tabla 61:
Periodo de Recuperación de la Inversión

Año	FFNE	Año (78%)	% de la recuperación (22%)
0	$ 8.845,78		
1	$ 6.862,03	$ 6.862,03	$ 1.983,76
2	$ 7.155,70		$ 7.155,70
3	$ 7.464,05		0,28
4	$ 7.787,82		
5	$ 8.051,95		

Nota explicativa:

- En la tabla muestra que en el primer año se recupera el 78% de la inversión inicial, equivalente a 6.862,03$.
- Para determinar el monto restante de la inversión a recuperar, se resta la inversión inicial menos el flujo neto de efectivo (FFNE) del año 1, obteniendo un resultado de 1.983,76$, este monto se divide para el FFNE del año 2, dando como resultando 0,28, este valor indica el porcentaje de recuperación correspondiente al año 2.

Tabla 62:
Detalle del PRI

AÑO	MES		DÍAS	
1				
1	12	0,28		
1		3,32673		
1		3	30	0,32673
1		3		9,802006087
1		3		10
1		3		10
1		**3**		**10**

Nota explicativa:

- Esta tabla muestra que el periodo en recupera la inversión es de 1 año, 3 meses 10 días. Para obtener el dato mensual se multiplica el porcentaje de recuperación por los 12 meses y ese es el dato del mes y así sucesivamente de hace con los días y las horas.

El PRI del proyecto es de 1 año, 3 meses y 10 días, lo cual se considera favorable, ya que permite recuperar la inversión en un período relativamente corto, lo cual disminuye el riesgo y aumenta la posibilidad de generar beneficios de manera rápida, dado que la vida útil del proyecto es considerablemente mayor que ese plazo.

5.7.6 Ingresos Actualizados

Son los ingresos que una empresa espera recibir, los mismo que se ajustan a las condiciones reciente. Se ajustan para reflejar el valor actual del dinero que recibirás más adelante, teniendo en cuenta factores económicos como la inflación, riego e interés de los bancos.

Porcentaje: 0,27

		Flujo neto 1	Flujo neto 2	Flujo neto 3	Flujo neto 4	Flujo neto 5
ING= -	Inversión Inicial (Io) +	(1+i)^1	(1+i)^2	(1+i)^3	(1+i)^4	(1+i)^5
ING=	-8.845,78	29.523,27	30.999,44	32.549,41	34.176,88	33.122,72
		(1+0,27)^1	(1+0,27)^2	(1+0,27)^3	(1+0,27)^4	(1+0,27)^5
ING=	-8.845,78	29.523,27	30.999,44	32.549,41	34.176,88	33.122,72
		1,2700	1,6129	2,0484	2,6014	3,3038
ING=	**-8.845,78**	**23.246,67**	**19.219,69**	**15.890,29**	**13.137,64**	**10.025,53**
ING=	**72.674,05**					

Los ingresos actualizados son de 72.674,05 $.

5.7.7 Costos Actualizados

Son los costos totales ajustados al valor presente, considerando los gastos futuros asociados con el proyecto.

Porcentaje 0,27

	Inversión	Flujo neto 1	Flujo neto 2	Flujo neto 3	Flujo neto 4	Flujo neto 5
COST= -	Inicial (Io) +	(1+i)^1	(1+i)^2	(1+i)^3	(1+i)^4	(1+i)^5
COST =	-8.845,78	20.664,41	21.697,63	22.782,51	23.921,64	25.117,72
		(1+0,27)^1	(1+0,27)^2	(1+0,27)^3	(1+0,27)^4	(1+0,27)^5
COST =	-8.845,78	20.664,41	21.697,63	22.782,51	23.921,64	25.117,72
		1,2700	1,6129	2,0484	2,6014	3,3038
COST =	**-8.845,78**	**16.271,19**	**13.452,56**	**11.122,19**	**9.195,51**	**7.602,59**
COST =	**48.798,26**					

Los costos actualizados son de 48.798,26 $, este valor representa el costo total ajustado al valor presente.

5.7.8 Relación beneficio-costo (RBC)

Este indicador permite analizar y evaluar la rentabilidad y la viabilidad económica de un proyecto, al comparar los ingresos obtenidos con los costos e inversiones relacionadas con el proyecto.

Fórmula de la relación beneficio- costo es: Ingresos actualizado/ (costos actualizados + inversiones).

		Ingresos Actualizados	
Relación Beneficio Costo		Costos Actualizados + Inversiones	
	RBC=	72.674,05	
		48.798,26	8.845,78
	RBC=	72.674,05	
		57.644,05	
	RBC=	**1,26**	

Esto muestra que, por cada dólar invertido en el proyecto, se obtiene un beneficio adicional de 0,26 ctvs., lo que significa que los ingresos superan a los costos y las inversiones realizadas, por lo tanto, la relación beneficio- costo indica que el proyecto es rentable y que lo recursos invertidos están generando ganancias, lo cual es favorable para la microempresa Celeste Cía. Ltda.

CONCLUSIONES

En base a los objetivos propuestos se concluye lo siguiente:

- El estudio de mercado reveló una demanda de 95.491 libras de harinas para colada de dulce en la población de Guaranda, destacando la preferencia local por este tipo de productos; además, se identificó una oferta de 30.012 libras a través del análisis a los negocios locales que comercializan estas harinas, lo que evidenció una demanda insatisfecha de 65.479 libras. Este escenario permitió a la microempresa cubrir el 15,413% de la demanda insatisfecha, demostrando que la comercialización de la harina de quinua con máchica es una oportunidad beneficiosa, ya que se alinea perfectamente con la categoría de harinas para colada de dulce.
- Tras el análisis, se determinó que el segmento de mercado de nuestro producto está conformado por familias del área urbana de la ciudad de Guaranda, puesto que este tipo de producto generalmente es consumido en el ámbito familiar. Además, la población local muestra una inclinación hacia sus tradiciones y aprecia que el producto sea de fácil preparación.
- A través del análisis del estudio técnico también se destaca la viabilidad del proyecto, asegurando su sostenibilidad y competitividad en el mercado, esto se debe a que la maquinaria y los equipos no son de tecnología avanzada por lo que se pueden adquirir fácilmente y su manejo resulta sencillo. Además, la instalación del negocio no exige personal altamente especializado ni con un nivel académico elevado, tampoco requiere un gran número de empleados para operar en la microempresa.

- El estudio administrativo permitió proponer una filosofía organizacional sólida para la microempresa Molienda Celeste Cía. Ltda. al definir la misión, visión, estrategia empresarial, objetivos estratégicos, principios y valores estableciendo así las bases para guiar las operaciones y decisiones de la microempresa; además, se estructuró una organización administrativa clara con un organigrama funcional y una descripción detallada de los puestos y funciones, lo que facilita la coordinación y el cumplimiento de los objetivos. Esta filosofía organizacional es esencial para asegurar el crecimiento sostenible y el éxito competitivo de la microempresa en el mercado.
- El estudio económico determinó que la microempresa Molienda Celeste Cía. Ltda. obtuvo un costo total de 20.664,41$, una inversión inicial de 8.845,78$ y el financiamiento es totalmente propio de los socios con un aporte del 50% de cada uno de la inversión inicial, mientras que el ingreso anual es de 29.523$ con un incremento anual del 5%. El análisis del punto de equilibrio muestra que la microempresa necesita producir 12.518 unidades o generar 19.403,12$ en ingresos para cubrir sus costos totales; además el estado de resultados indica que la microempresa es rentable con una utilidad operacional positiva de 20% al primer año en relación a los ingresos.
- La evaluación económica del plan de negocio muestra rentabilidad donde la TIR es de 76% que supera ampliamente la TREMA del 27%, indicando un retorno significativo; además el VAN positivo de 10.056,95$ y el período de recuperación de inversión de aproximadamente 1 año, 3 meses y 10 días lo que refuerzan la viabilidad del proyecto. Asimismo, la RBC de 1.26$ confirma que cada dólar invertido genera un beneficio adicional de 0.26 centavos, demostrando que el proyecto es financieramente atractivo y viable para la microempresa Celeste Cía. Ltda.

RECOMENDACIONES

- Es fundamental llevar a cabo este proyecto, aprovechando las oportunidades importantes que ofrece la demanda insatisfecha de harinas para colada de dulce en Guaranda, por lo que se sugiere producir y comercializar la harina de quinua con máchica, posicionándola como una opción atractiva y nutritiva que se ajusta a las preferencias locales.
- Es recomendable aprovechar el enfoque hacia las familias urbanas de Guaranda, destacando en la estrategia de marketing la facilidad de preparación del producto, el valor tradicional y nutricional del producto, creando una conexión emocional con las familias.
- Se recomienda documentar cada etapa del proceso de producción para mejorar la eficiencia y reducir costos, utilizando los recursos tecnológicos, económicos y materiales adecuados, además de contar con personal capacitado según las necesidades específicas de la microempresa.
- Se sugiere adoptar la filosofía propuesta que promoverá una cultura organizacional sólida, mejorará el trabajo en equipo y reforzará la identidad de la marca, lo que ayudará a alcanzar un crecimiento continuo y a destacar en el mercado.
- Se recomienda poner en marcha la microempresa enfocando los esfuerzos para fortalecer y expandir la rentabilidad ya alcanzada, manteniendo un control riguroso sobre los costos, explotando oportunidades para mejorar la eficiencia operativa y desarrollando estrategias de marketing y ventas que impulsen aún más los ingresos.
- Aprovechar esta viabilidad financiera del proyecto colaborando con socios estratégicos que ayuden en la comercialización de los productos a los supermercados y tiendas de la ciudad de Guaranda con el propósito de lograr la fidelización; así mismo expandir sus operaciones con la finalidad de alcanzar reconocimiento en otras ciudades de la provincia.

REFERENCIAS BILIOGRÁFICA / WEBGRAFÍCA

Aguilera Díaz, A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Cofín habana, 11*(2), 322-343. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s2073-60612017000200022&script=sci_arttext

Alcaldía de Guaranda. (s.f.). *Guaranda*. Recuperado el Julio de 2024, de https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/el-canton/

Alvarado Romero, M. C., & Martínez Rodríguez, A. G. (2015). *Estudio de factibilidad para la producción de Quinua en las comunidades del cantón Colta, provincia de Chimborazo y propuesta de plan de exportación al mercado francés.[Tesis de Licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana].* Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/9931

Andía Valencia , W., & Paucara Pinto, E. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Redaly*, 2. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/816/81629469009.pdf

Andía Valencia, W. (21 de Diciembre de 2011). *Sisbib.* Obtenido de La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública: https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/indata/v14_n2/pdf/a09v14n2.pdf

Aquino Valdivia, Y. O., & Nina Zavaleta, M. R. (2020). *Plan de negocios para la elaboración y comercialización de manjar de quinua con sabor a frutas [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica San Pablo].* Arequipa: Repositorio de la Universidad Católica San Pablo. Obtenido de https://repositorio.ucsp.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/0bed4268-2b67-4853-a2fc-004df25aa139/content

Arotaype Macedo, M. Y., & Medina Pachas, M. D. (2019). *Plan de Negocios para la Producción y Comercialización de productos en base a Quinua: Pop – Quinua, en la ciudad de Arequipa [Tesis de maestria, UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS].* Lima: UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625830/Medinap_M.pdf?sequence=7&isAllowed=y

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (Sexta Edición ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (Séptima ed.). Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. Obtenido de https://www.uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/05/LIBRO-

Evaluaci%C2%A2n-de-proyectos-7ma-Edici%C2%A2n-Gabriel-Baca-Urbina-FREELIBROS.ORG_.pdf

Banco Central del Ecuador. (Marzo de 2024). *Informe de evolución de la economía ecuatoriana en 2023 y perspectivas 2024.* Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu_2023pers2024.pdf

Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de mercados.* Naucalpan-México: Pearson Educación. Obtenido de https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/89fd306f47a32a187ffcd3fa1f116370.pdf

Calleja , J. (25 de Enero de 2005). *Bussiness School.* Obtenido de Concepto de amortización: https://recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques/Joseluis_Calleja.pdf

Castillo, G. C., & Martínez, J. M. (2011). ¿ Qué es la TIR de un proyecto de inversión? *eXtoikos*, 129-130.

Constitución de la República del Ecuador. (20 de octubre de 2008). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.* Ecuador: Registro Oficial 449. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Cortés Ruiz, L. (5 de Febrero de 2018). *Siigo.com*. Obtenido de La contabilidad de costos: https://www.siigo.com/blog/empresario/que-es-un-costo-en-contabilidad/#:~:text=Los%20costos%20en%20contabilidad%20hacen,lo%20gastado%20para%20producirlo%E2%80%9D%20A.

FITIA. (s.f.). *Mezcla en Polvo de Quinua y Máchica*. Recuperado el 2024, de https://fitia.app/es/calorias-informacion-nutricional/mezcla-en-polvo-de-quinua-y-machica-fortaliz-8015096/

Gasbarrino, A. (28 de Julio de 2023). *hubspot.es*. Obtenido de Depreciación: https://blog.hubspot.es/sales/que-es-depreciacion#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20depreciaci%C3%B3n%3F,durante%20m%C3%A1s%20de%20un%20a%C3%B1o.

Google maps. (2024). Obtenido de https://www.google.com/maps/place/MUSHUC+CAR+-+Electrodom%C3%A9sticos+y+venta+de+Motos+en+Guaranda/@-1.5912235,-78.9957998,17.44z/data=!4m6!3m5!1s0x91d31710bcb1b583:0x3f00a4bf3c5ee25c!8m2!3d-1.5909573!4d-78.9937693!16s%2Fg%2F11sbybdl60?authuser=0&entry=tt

Gordillo Cortéz, F. E. (2021). *LÍNEA DE TRANSPORTE TURÍSTICO: PLAN DE NEGOCIO [Ensayo componente práctico del exámen complexivo de Licenciatura]*. LA LIBERTAD – ECUADOR: UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA. Obtenido de https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5704/1/UPSE-TDT-2021-0024.pdf

Guerrero , M. (24 de Noviembre de 2021). *Minderest*. Obtenido de Qué es el análisis de precios y por qué es importante es importante: https://www.minderest.com/es/blog/importancia-del-analisis-de-precios#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20precios%20es,en%20el%20volumen%20de%20ventas.

Indeed. (10 de Agosto de 2023). *Indeed*. Obtenido de 5 tipos de fuentes de financiamiento: https://www.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/tipos-fuentes-financiamiento#:~:text=Las%20fuentes%20de%20financiamiento%20representan,un%20flujo%20de%20caja%20positivo.

INEC. (2022). Obtenido de https://censoecuador.ecudatanalytics.com/

Intituto Ecuatoriano de Normalización. (2015). *Resolición No. 15 277 Ministerio de industrias y productividad subsecretaría de la calidad*. Obtenido de https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/reglamentos/RTE-284.pdf

Ketelhöhn, W. (2004). *Inversiones.* Editorial Norma.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing. En P. y. KOTLER. México: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de https://web.instipp.edu.ec/Libreria/libro/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

Leiva Chamba, C. E. (2021). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE HARINAS DE CEREALES EN LA COMUNIDAD ATAPO CULEBRILLAS, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO [Tesis de Licenciatura, ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO]*. Riobamba-Ecuador: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO. Obtenido de http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/16393/1/13T00958.pdf

Ley de Compañías. (2017, 29 de diciembre). *Ley de Compañías.* Registro Oficial 312. Obtenido de https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2011, 28 de abril). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.* Quito: Asamblea Nacional.

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2020). *LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN.* Quito: ASAMBLEA NACIONAL REPÚBLICA DEL ECUADOR.

Luna Maldonado, M. E. (2021). *APLICACIONES DE LA HARINA DE QUINUA EN LA INDUSTRIA DE LA PANIFICACIÓN [Tesis de Licenciatura, ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO].* Riobamba – Ecuador: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO. Obtenido de http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/15544/1/27T00497.pdf

Males Burbano, M. J., & Riascos Diaz, D. C. (2017). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE PANADERIA UTILIZANDO HARINA DE QUINUA (CHENOPODIUM QUINOA) COMO SUSTITUTO PARCIAL DE HARINA DE TRIGO (TRITICUM SPP) EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO TESIS.* San Juan de Pasto: UNIVERSIDAD DE NARIÑO. Obtenido de https://sired.udenar.edu.co/9564/1/7201.pdf

Mazón, L., Villao, D., Núñez, W., & Serrano, M. (2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba–Ecuador. *Revista de estrategias del desarrollo empresarial*, *3*(8), 14-24. Obtenido de https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial/vol3num8/Revista_de_Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial_V3_N8_2.pdf

MBA Asturias. (31 de 10 de 2020). *Cómo determinar la viabilidad económica de un proyecto empresarial: aspectos clave*. Obtenido de https://www.mba-asturias.com/empresas/viabilidad-economica-proyecto-empresarial/

Méndez, C., & Gisel, S. (2020). *Diseño de estrategias de distribución para la comercialización de "cafe victoria [Tesis de Licenciatura, Tecnológico Nacional de México].* Repositorio Institucional del Tecnológico Nacional de México. Obtenido de https://rinacional.tecnm.mx/jspui/bitstream/TecNM/5287/1/TIG%2014%20DISE%c3%91O%20DE%20ESTRATEGIAS%20DE%20DISTRIBUCI%c3%93N%20PARA%20LA%20COMERCIALIZACI%c3%93N%20DE%20%e2%80%9cCAF%c3%89%20VICTORIA.pdf

Mete, M. R. (2014). VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia, 7*(7), 67-85. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2014000100006&lng=es&tlng=es.

Mora, J., Vega, S., & Armenta, Z. (2008). Análisis de la oferta y la demanda del servicio de internet por cable empresarial de 1024 KBPS. *Redaly*, 4 . Obtenido de https://redalyc.org/pdf/461/46140215.pdf

Muñoz, G. P. (2020). *PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PANIFICADORA A PARTIR DE HARINA DE QUINUA EN SAN JUAN DEPASTO-NARIÑO [Tesis de licenciatura, UNIVERSIDAD SANTO TOMAS].* San Juan de Pasto-Nariño: UNIVERSIDAD SANTO TOMAS. Obtenido de https://repository.usta.edu.co/handle/11634/29200

Peiro Ucha, A. (26 de Enero de 2024). *Economipedia.com*. Obtenido de Demanda: https://economipedia.com/definiciones/demanda.html#:~:text=aumente%20y%20viceversa.-,La%20demanda%3A%20Explicaci%C3%B3n%20sencilla,satisfacer%20sus%20necesidades%20y%20deseos.

Peniche Sánchez, J. (3 de Noviembre de 2013). *Slideshar*. Obtenido de Analisis de la oferta: https://es.slideshare.net/slideshow/anlisis-de-la-oferta-27868722/27868722

Rivera Mena, L. A. (2019). *Indicadores financieros para el sector alimentos y bebidas de las pequeñas y medianas empresas del distrito metropolitano de Quito* . Obtenido de https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/20474/1/CD%209961.pdf

Rodríguez, R. A. (2011). *El emprendedor de éxito* (CUARTA EDICIÓN ed.). New York, NY, USA: McGraw-Hill.

Rosales Vera, E. A. (2022). *INFLUENCIA NUTRICIONAL Y SENSORIAL DE LA CEBADA (Hordeum vulgare) Y QUINUA (Chenopodium quinoa) EN UNA BEBIDA DE SOYA (Glycine max)[Tesis de Licenciatura, UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR].* MILAGRO – ECUADOR: UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR. Obtenido de https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/ROSALES%20VERA%20ERICK%20ADRIAN.pdf

Saltos Rueda, C. B. (2019). *DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA COMUNIDAD CAHUAJÍ [Tesis de Licenciatura].* RIOBAMBA-ECUADOR: UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES UNIANDES. Obtenido de https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/9690/1/PIURHYT002-2019.pdf

Slimstock. (24 de Febrero de 2024). *Slimstock.com*. Obtenido de Proyección de la demanda en la cadena de suministro:

https://www.slimstock.com/es/blog/proyeccion-de-la-demanda-en-la-cadena-de-suministro/

Universidad Veracruzana. (2011). *Estado de resultados.* Obtenido de https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Contabilidad_Financiera1_Unidad_3.pdf

Vivanco, M. (2005). *Muestra Estadística Diseño y Aplicaciones.* Santiago de Chile: UNIVERSITARIA. SA. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Muestreo_Estadistico_Dise%C3%B1o_Y_Aplicacio/-_gr5l3LbpIC?hl=es&gbpv=1&dq=formula+de+la+muestra+autores&pg=PA65&printsec=frontcover

Weinberger, K. (2009). *PLAN DE NEGOCIOS* (Primera edición: ed.). Perú: Nathan associates Inc.

Yepes Piqueras, V. (7 de Junio de 2021). *Diagramas de proceso de operaciones como herramienta en el estudio de métodos*. Obtenido de https://victoryepes.blogs.upv.es/2021/06/07/diagramas-de-proceso/

Zapata Sánchez, P. (2002). *Contabilidad general.*

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1:
Cronograma (Gantt)

N°	TIEMPO ESTIMADO	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8				MES 9				MES 7				MES 8			
		MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
	ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	**FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO**																																													
2	Tema																																													
3	Descripción del problema																																													
4	Formulación del problema																																													
5	Preguntas de investigación																																													
6	Justificación																																													
7	Objetivos: General y Específicos																																													
8	**MARCO TEÓRICO**																																													
9	Antecedentes																																													
10	Científico																																													
11	Conceptual																																													
12	Legal																																													
13	Georreferencial																																													
14	**METODOLOGÍA**																																													
15	Tipo de investigación																																													

| | | |

Anexo 2:
Presupuesto Ejecutado

RECURSOS	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
ACTIVIDADES			
Pasajes			$ 40,00
Estudiante 1	1	$ 27	
Estudiante 2	1	$ 13	
Alimentación			$ 30,00
Estudiante 1	1	$ 15	
Estudiante 2	1	$ 15	
MATERIALES			
Laptop	2	$ 485,00	$ 970
Internet	2	$ 20,00	$ 40,00
SUMINISTROS DE OFICINA			
Memoria USB	2	$ 8,00	$ 16,00
Impresiones	80	$ 0,10	$ 8,00
Copias	30	$ 0,05	$ 1,50
Esferos	2	$ 0,45	$ 0,90
Lápices	2	$ 0,30	$ 0,60
Carpetas	2	$ 0,70	$ 1,40
Imprevistos	2	$ 5,00	$ 10,00
TOTAL			**$ 1.118,40**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Anexo 3:
Formato de la encuesta a la población Guarandeña

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ENCUESTA

Objetivo: Recopilar información a los propietarios o administradores de los supermercados, minimarket, comerciales y tiendas de la ciudad de Guaranda, con la finalidad de obtener datos de la oferta de las harinas para colada de dulce.

CUESTIONARIO

1. **¿Cuál es el nombre del Negocio?**

…….

2. **¿Vende harinas para colada de dulce en su negocio?**
   a) Si ( ) b) No ( )
3. **¿Qué marcas de harinas para colada de dulce vende?**
   a) Oriental ( )
   b) Iris (Tapiokita, tapiorica) ( )
   c) Fortaliz ( )
   d) Incremar (tapiokita) ( )
   e) Sin Marca ( )
   a) Otros especifique……..
4. **¿Cuál es la marca más vendidas?**
   a) Oriental ( )
   b) Iris (Tapiokita, tapiorica) ( )
   c) Fortaliz ( )
   d) Incremar (tapiokita) ( )
   e) Sin Marca ( )
   f) Otros especifique……..
5. **¿Cuál es la presentación de harina para colada de dulce que más vende?**
   a) 200 gramos (0.44 libras) ( )
   b) 400 gramos (0.88 libras) ( )
   c) 500 gramos (1.10 libras) ( )
   d) Mas de 500 gramos ( )
6. **¿Cuál es su proveedor de harinas para colada de dulce?**
   a) Fabricantes ( )
   b) Mayorista ( )
7. **¿Con qué frecuencia compra las harinas para colada de dulce?**
   a) Cada semana ( )
   b) Cada quince días ( )
   c) Cada mes ( )

d) Mas de 2 meses ( )

8. ¿Cuál es la cantidad promedio del pedido de harinas para colada de dulce?

a) 100 a 150 libras ( )
b) 151 a 200 libras ( )
c) 201 a 250 libras ( )
d) 251 a 300 libras ( )
e) Más de 300 libras ( )

9. ¿En qué periodo del año se vende más las harinas para colada de dulce?

a) De Enero a Marzo ( )
b) De Abril a Junio ( )
c) De Julio a Septiembre ( )
d) De Octubre a Diciembre ( )

10. ¿Si le ofrecen un producto nuevo de harina de quinua con máchica estaría dispuesto a comercializar?

a) Si ( ) b) No ( )

Gracias por su colaboración

Anexo 4:
Formato de la encuesta a los dueños o administradores de los negocios de la ciudad de Guaranda

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Objetivo: Recopilar información sobre el comportamiento de los consumidores de la ciudad de Guaranda en relación a sus gustos y preferencias de la harina de quinua con máchica.

Instrucciones: Lea atentamente las preguntas y responda con honestidad.

ENCUESTA

1. **¿Usted compra harinas para colada de dulce?**

a) Si ( ) b) No ( )

2. **¿Qué tipo de harina para colada de dulce usted consume?**

a) Harina de plátano ( )
b) Harina de máchica ( )
c) Harina maicena ( )
d) Harina Tapioca ( )
e) Harina de Banano y Soya ( )
f) Otros ……

3. **¿Cuál es el tamaño del envase de harina para colada de dulce que compra regularmente?**

a) Grande ( )
b) Mediana ( )
c) Pequeña ( )

4. **¿Cuánto paga por la harina para colada de dulce que adquiere por unidad?**

Grande
a) 2,01- 2,50 ( ) **b)** 2,51- 3,00 $ ( )
Mediana
a) 1,01 -1,50 ( ) **b)** 1,51-2,00$ ( )
Pequeña
a) 0.50-0.75$ ( ) **b)** 0.76 -1,00$ ( )

5. **Seleccione una escala de calificación diferente para cada factor al momento de elegir la harina para la colada de dulce.**

Escalas / Factor	Mas importante (1)	Importante (2)	Poco importante (3)	Nada importante (4)
Precio				
Sabor				
Calidad				
Marca				

6. ¿En qué lugar compra la harina para colada de dulce?

a) Supermercado AKI ( )
b) Supermercado TIA ( )
c) Supermercado Dianita ( )
d) Tiendas ( )
e) Mercados ( )
f) Molineras ( )
g) Otros ( )

7. Seleccione. ¿Cómo calificaría la calidad de las harinas para colada de dulce que consume?

Muy mala	Mala	Regular	Buena	(Muy buena)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

8. ¿Qué mejoras le gustaría ver en las harinas para colada de dulce que actualmente consume?

a) Sabor ( )
b) Textura ( )
c) Más información sobre ingredientes y nutrición ( )
d) Harinas combinadas ( )
e) Otros ( )

9. ¿Considera que la harina de quinua con máchica es nutricional?

a. Si ( ) b) No ( )

10. ¿Usted consumiría la harina de quinua con máchica?

a) Si ( ) b) No ( )

11. ¿Cuál sería a su criterio, el precio adecuado para una funda mediana de harina de quinua con máchica?

a) 1,25- 1,75 $ ( )
b) 1,76- 2,25 $ ( )
c) 2,26- 2,75 $ ( )

12. ¿Qué tipo de envase prefiere?

a) Bolsas de plástico ( )
b) Bolsas metálicas ( )
c) Bolsas de plástico con cierre ( )
d) Envase de papel ( )

13. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría tener información sobre la comercialización de la harina de quinua con máchica?

a) Redes sociales ( )
b) Radio ( )
c) Hojas volantes ( )
d) Otros ( )

Gracias por su colaboración

Anexo 5:
Muestra proyectada a la población en relación al consumo de harinas para colada de dulce

Familias que consumen	Muestra	%	Población
Si	288	78%	7958
No	82	22%	2244
Total	**370**		**10202**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- Para proyectar el consumo de harinas para colada de dulce en una población de 10,202 familias, se encuestó a una muestra representativa de 370 familias tomando como base los resultados de la pregunta 1 de la encuesta a los consumidores. Estos porcentajes se multiplica con el total de la población así 78% * 10.202= 7.958 y 22% * 10.202= 2.244, lo que indica que aproximadamente 7.958 familias en la población consumen harinas para colada de dulce.

Anexo 6:
Producción diaria en libras

Producto	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Total
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico con cierre (75%)	60	60	60	60	60	**300**
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico sencilla (25%)	20	20	20	20	20	**100**
Total (100%)	**80**	**80**	**80**	**80**	**80**	**400**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Anexo 7:
Producción hora, día, semana, mes en libras

Tiempo en uso	Hora (8 horas)	Día (5 días)	Semana	Mes
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico con cierre (75%)	7,5	60	300	600
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico sencilla (25%)	2,5	20	100	200
Total	**10**	**80**	**400**	**800**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- En la siguiente tabla se muestra el total de la producción mensual. Es importante señalar que se considera la producción semanal y se multiplica por 2, puesto que solo se producirá durante 2 semanas al mes.

Anexo 8:
Producción hora, día, semana, mes en unidades de 250 gr

Tiempo en uso	Hora (8 horas)	Día (5 días)	Semana	Mes
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico con cierre (75%)	14	109	545	1.091
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico sencilla (25%)	4	36	182	364
Total (100%)	**18**	**145**	**727**	**1.455**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- Para calcular las unidades de bolsas a producir mensualmente, se utiliza la producción semanal descrita en el Anexo 7. Para las bolsas de plástico con cierre, se producen 300 libras semanalmente, y al dividir esta cantidad entre 0,55 libras (equivalente a 250 gramos), se obtienen 545 unidades por semana, luego esta cantidad se divide entre 5 días laborables obteniendo 109 unidades diarias y al dividir esta cantidad entre 8 se obtiene 14 unidades por hora. Para calcular las unidades.

Anexo 9:
Programa de producción anual en unidades de 250 gr

Tiempo	Enero - Marzo	Abril - Junio	Julio - Septiembre+(10%)	Octubre - Diciembre+(15%)	Total
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico con cierre (75%)	3.273	3.273	3.600	4.140	**14.285**
Harina de quinua con máchica en bolsas de plástico sencilla (25%)	1090,9	1090,9	1.200	1.380	**4.762**
Total (100%)					**19.047**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

Para el programa de producción anual se tomó como referencia el Anexo 8 y la pregunta 9 de la encuesta a los oferentes en la que sostiene que los 2 últimos trimestres del año aumentan las ventas, por lo tanto, a partir del tercer y cuarto trimestre del año se pretende aumentar la producción en un 5% y 10% respectivamente.

Anexo 10:
Publicidad en Facebook y Tik tok



Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

COSTOS DE PRODUCCIÓN ANUAL

Anexo 11:
Materia prima directa

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Valor Mes	Valor Anual
Quinua	100 libras	1,5	$ 130	$ 195	$ 2340
Cebada	100 libras	2,5	$ 30	$ 45	$ 540
Total				**$ 240**	**$ 2.880**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- La materia prima requerida se mide en quintales, necesitando 1 quintal y medio (1,5) de quinua y 2 quintales y medio (2,5) de cebada, lo que en total equivale a 4 quintales o 400 libras mensuales.

Anexo 12:
Materiales e insumos

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor anual
11	Paquete de bolsas de plástico con cierre (100 u)	$ 1,00	$ 11,00	$ 132
4	Paquete de bolsas de plástico sencilla (100 u)	$ 1,00	$ 4,00	$ 48
Total			**$ 15,00**	**$ 180**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Anexo 13:
Mano de obra directa anual

N°	Cargo de trabajador	Sueldo mensual	Mes en Horas de trabajo	Semana en Horas de trabajo Horas	Sueldo anual
1	Operario	230	40	80	2.760

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Anexo 14:
Mano de obra indirecta anual

N°	Cargo de trabajador	Sueldo mensual	Mes en Horas de trabajo	Semana en Horas de trabajo Horas	Sueldo anual
1	Ayudante de operario	200	40	80	2400

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

DEPRECIACIONES

Anexo 15:
Activos fijos

Activo	Valor	Valor residual	Valor a depreciar	Número de años	Depreciación anual	Depreciación mes	Vida útil de proyecto 5 años	Fondo de salvamento
Maquinaria y equipo	$ 2.735,00	$273,50	$2.461,50	$10,00	$ 246,15	$20,51	$1.230,75	1504
Equipo de computo	$ 640,00	$64,00	$ 576,00	$3,00	$ 192,00			640
Equipo de oficina	$ 365,00	$36,50	$328,50	$10,00	$ 32,85	$2,74	$ 164,25	201
Muebles y enseres	$ 760,00	$76,00	$684,00	$10,00	$ 68,40	$5,70	$ 342,00	418
Total anual					**$ 539,40**	**$ 28,95**	**$1.737,00**	**$ 2.763,00**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- Para calcular la depreciación de los activos se utiliza la siguiente fórmula: $DA = \frac{VI - 10\%VI}{Vu}$ en la cual, DA= depreciación anual, VI= Valor inicial del activo, 10%VI= 10% del valor inicial del activo y Vu = vida útil del activo (años).
- Para calcular la depreciación mensual el resultado de la depreciación anual se divide entre 12; para calcular la Vida útil del proyecto se multiplica la depreciación anual por 5años; y para calcular el Fondo de salvamento se resta el valor inicial del activo menos la vida útil del proyecto.

Anexo 16:
Mantenimiento

Denominación	Días Promedio	Precio por día	Valor mensual	Valor anual
Reparación de maquinaria y equipo	1	$ 60,00	$ 60,00	$ 120,00
Total			$ 60,00	**$ 120,00**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Anexo 17:
Amortización

Concepto	Valor	Amortización anual	Amortización mes
Elaboración proyecto	$ 1.118,00	$ 223,60	$ 18,63
Gasto de operación	$ 200,00	$ 40,00	$ 3,33
Gastos de organización	$ 300,00	$ 60,00	$ 5,00
Capacitación del personal	$ 128,00	$ 25,60	$ 2,13
Asesoría jurídica	$ 500,00	$ 100,00	$ 8,33
Total		**$ 449,20**	$ 37,43

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- El cálculo de la amortización se realiza a partir de los valores del activo intangible. Para determinar la amortización anual se divide el valor entre los 5 años de vida del proyecto; la amortización mensual se obtiene dividiendo la amortización anual entre 12.

Anexo 18:
Transporte en compras

Concepto	Cantidad	Valor Diario	Mes	Año
Flete para compras	1	$2,00	$2,00	$24,00
Total			**$2,00**	**$24,00**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- El costo de transporte para la adquisición de materia prima tiene un valor de 2$ el cual se ha establecido en función de las tarifas habituales de un flete de una camioneta por cada traslado, de acuerdo con los datos, se prevé que se realicen un flete al mes, lo que resulta en un costo mensual de 2$.
- Asumiendo que esta misma frecuencia y tarifa se mantendrán a lo largo del año, el costo total anual se proyecta en 24$, este cálculo se obtiene multiplicando el costo mensual de 2$ por 12 meses del año.

COSTOS DE ADMINISTRACIÓN ANUAL

Anexo 19:
Sueldos y salarios

Cargo del trabajador	Sueldo funcional	Aporte IESS	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Mensual	Anual
Gerente-vendedor	$ 460,00	$ 51,29	$ 38,33	$ 38,33	$ 38,33	$ 19,17	$ 645,46	$ 7.745,48
Total							**$ 645,46**	**$ 7.745,48**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

El Gerente-Vendedor recibirá un salario base de $460.00, al cual se suman diversos beneficios adicionales, por lo tanto, el costo total mensual para la microempresa será de $645.46. A lo largo del año, el gasto total en salario y beneficios asciende a $7,745.48.

Anexo 20:
Útiles de aseo

Cantidad	Descripción	V/unitario	V/mensual	V/anual
2	Rollo de papel 6 u.	$ 1,00	$ 2,00	$ 24,00
1	Deja 400	$ 1,00	$ 1,00	$ 12,00
1	Jabón líquido de mano 500 ml	$ 1,59	$ 1,59	$ 9,54
1	Desinfectante 1000 ml	$ 0,89	$ 0,89	$ 5,34
2	Escoba	$ 1,00	$ 2,00	$ 4,00
3	Toalla de mano	$ 0,75	$ 2,25	$ 2,25
1	Recogedor	$ 10,00	$ 10,0	$ 10,00
1	Cloro 1000 ml	$ 1,00	$ 1,0	$ 6,00
1	Paquete de funda de basura	$ 1,00	$ 1,0	$ 12,00
1	Trapeador	$ 1,50	$ 1,5	$ 4,50
1	Guantes de goma	$ 1,00	$ 1,0	$ 6,00
2	Botes de basura	$ 8,00	$ 16,00	$ 16,00
Total		$ 1,00	**$ 21,25**	**$ 111,63**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- En esta tabla se detalla los útiles de aseo necesarios para la microempresa, especificando el costo unitario y el valor total mensual de cada artículo, así como el valor total anual que asciende a 111,63$.

- La variación en la frecuencia de compra se debe a la naturaleza de los artículos: algunos, como el papel higiénico y las fundas de basura, se adquieren mensualmente, mientras que otros, como los botes de basura y las escobas, se compran una vez al año.

Anexo 21:
Materiales de oficina

Cantidad	Descripción	Valor. Unitario	Valor. Mensual	Total. Anual
1	Resma de papel bond	$ 3,80	$ 3,80	$ 7,60
1	Grapadora	$ 1,50	$ 1,50	$ 1,50
1	Perforadora	$ 1,50	$ 1,50	$ 1,50
1	Caja de clicps	$ 0,80	$ 0,80	$ 1,60
15	Carpetas	$ 0,50	$ 7,50	$ 15,00
1	Caja de bolígrafos	$ 3,80	$ 3,80	$ 3,80
1	Sello + tinta	$ 2,95	$ 2,95	$ 2,95
1	Tijera	$ 0,75	$ 0,75	$ 0,75
Total		**$ 15,60**	**$ 22,60**	**$ 34,70**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- Aquí de detalla todos los materiales necesarios que requiere la microempresa, los cuales cuenta con su valor unitario, su valor mensual de 22,60 $, y un valor anual de 34,70 $
- La variación en la frecuencia de compra se debe a la naturaleza de los artículos: algunos, como la caja de clips se adquieren dos veces al mes, mientras que la tijera, grapadora y otros artículos, se compran una vez al año.

Anexo 22:
Servicios básicos

Detalle	Valor Mes	Costo Anual
Internet	$ 20,00	$ 240,00
Energía eléctrica	$ 25,00	$ 300,00
Agua	$ 15,00	$ 180,00
Total	**$ 60,00**	**$ 720,00**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Anexo 23:
Arriendo

Detalle	Valor Mes	Costo Anual
Arriendo del local	$ 200	**$ 2400**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

GASTOS DE VENTA ANUAL

Anexo 24:
Promoción y publicidad

Detalle	Cantidad	Días	V/Diario	V/ Mes	V/ Año
Promotor	1	1	$ 25,00	$ 25,00	$ 300,00
Redes sociales					$ -
Total				**$ 25,00**	**$ 300,00**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- Se detalla el presupuesto destinado a la promoción y publicidad de la microempresa, en donde se contratará un promotor para la difusión del producto, el costo diario de sus servicios es de $25.00; como el promotor será contratado una vez al mes, el gasto mensual será de $25.00, al multiplicar este monto por los 12 meses del año, el costo anual total es de $300.00.
- No se ha asignado presupuesto para publicidad en redes sociales, ya que no se incurre en costos asociados.
- Por lo tanto, el gasto anual total en promoción y publicidad corresponde únicamente al costo del promotor, ascendiendo a $300.00.

INVERSIÓN TOTAL

Anexo 25:
Adecuaciones

Reestructuración				
Antes	**Modificación**	**Cantidad**	**Precio Unitario**	**Precio Total**
Local con solo espacio	Colocación de mamparas de madera para la división del local	4	$ 80,00	$ 320,00
Focos	Focos grandes	2	$ 5,00	$ 10,00
Interruptores	Interruptores	5	$ 1,25	$ 6,25
Tomacorriente	Tomacorriente	6	$ 1,25	$ 7,50
Total				**$ 343,75**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- El local arrendado es un espacio amplio que no dispone de divisiones internas, por esta razón, se detallan en la tabla las adecuaciones necesarias para optimizar el espacio; cada modificación está especificada con la cantidad requerida, el precio unitario y el precio total.
- Estas adecuaciones están diseñadas para organizar el espacio de manera eficiente y crear las áreas necesarias para el funcionamiento adecuado de la microempresa, el costo general de estas adecuaciones es de 343,75 $.

Anexo 26:
Cuadro resumen de inversiones fijas tangibles

Inversión Fija	Valor Total	
Maquinaria	$	2.735,00
Muebles y enseres	$	640,00
Equipo de oficina	$	365,00
Equipo de cómputo	$	760,00

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- La tabla muestra el resumen de las inversiones fijas realizadas por la microempresa, incluyendo los valores totales correspondientes a cada inversión, estos detalles se encuentran especificados en el estudio técnico; maquinaria (ver tabla 30), muebles y enseres (ver tabla: 32), equipo de oficina (ver tabla 32) y los quipos de cómputo (ver tabla 45)

Anexo 27:
Inversión intangible

Concepto	Valor	Amortización Anual	Amortización Mes
Elaboración proyecto	$ 1.118,0	$ 223,6	$ 18,63
Gasto de operación	$ 200,0	$ 40,0	$ 3,33
Gastos de organización	$ 300,0	$ 60,0	$ 5,00
Capacitación del personal	$ 128,0	$ 25,6	$ 2,13
Asesoría jurídica	$ 500,0	$ 100,0	$ 8,33
Total		**$ 449,20**	**$ 37,43**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Nota explicativa:

- La tabla detalla las inversiones intangibles realizadas por la microempresa, mostrando el valor total de cada inversión y su amortización tanto anual como mensual.
- La amortización anual se calcula dividiendo el valor de cada inversión entre 5 años, resultando en un total de $449.20; la amortización mensual se obtiene dividiendo la amortización anual entre 12 meses, lo que da un total de $37.43.

CAPITAL DE TRABAJO PARA UN MES

El capital de trabajo de la microempresa se calcula mensualmente para mantener un control efectivo sobre los inventarios, ingresos, los pagos y otros gastos recurrentes. este enfoque mensual permite una supervisión constante y precisa de las finanzas, asegurando que se gestionen adecuadamente los recursos disponibles y se cubran las obligaciones a corto plazo.

Anexo 28:
Materia prima

N°	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total Mes	Anual
1	Quinua	100 libras	1,5	$ 130	$ 195	$ 2340
2	Cebada	100 libras	2,5	$ 30	$ 45	$ 540
Total					**$ 240,00**	**$ 2880**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Anexo 29:
Mano de obra

N°	Cargo de trabajador	Sueldo mensual	Mes en Horas de trabajo	Semana en Horas de trabajo Horas	Sueldo anual
1	Operario	$ 230	40	80	$ 2760
1	Ayudante de operario	$ 200	40	80	$ 2400
Total		**$ 430**			**$ 5160**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Anexo 30:
Gastos de fabricación

Detalle	Valor
Materiales e insumos	$ 15,00
Depreciación	$ 28,95
Mantenimiento	$ 60,00
Amortización	$ 37,43
Transporte en compras	$ 12,00
Total	**$ 153,38**

Elaborado por: Toalombo Jenny & Villa Mishel

Anexo 31:
Evidencias de la encuesta al personal del supermercado Dianita



Anexo 32:
Evidencias de la encuesta a la población Guarandeña





Anexo 33:
Certificado Turnitin

Guaranda, 11 de diciembre del 2024

CERTIFICADO

A petición de las partes interesadas:

Que, las estudiantes: **Toalombo Guambuguete Jenny Maritza y Villa Cuji Mishel Elizabeth** presentó o presentaron su Trabajo de Integración Curricular titulado: **"Plan de negocios para la elaboración de harina de quinua con máchica en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2024"**, para el respectivo análisis TURNITIN, el mismo que refleja un **7%** de similitud que se considera pertinente dentro de los parámetros establecidos en el reglamento de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad.

Es todo cuanto puedo informar para los fines pertinentes.

Atentamente

Ing. Ramiro Fernando Jaramillo Villafuerte

DIRECTOR

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

Escaneado con CamScanner

Anexo 34:
Captura del Tirnitin

7% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el Informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

7%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
4%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de Integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

Texto oculto
9 caracteres sospechosos en N.º de página
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

C.I. 0200970994

turnitin Página 2 of 168 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::3117:412909563

CS Escaneado con CamScanner