



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DESTINADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
PRODUCTOS ALIMENTICIOS HECHOS A BASE DE PLÁTANO VERDE EN
LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

AUTOR:

FERNANDA NICOLLE GONZÁLEZ CASTILLO

DIRECTORA:

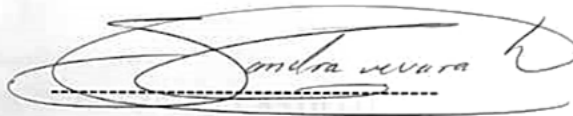
MSC. SANDRA MERCEDES GUEVARA LÓPEZ

IBARRA, 2022

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Directora de Trabajo de Grado presentado por la señorita FERNANDA NICOLLE GONZÁLEZ CASTILLO, para optar por el título de LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS HECHOS A BASE DE PLÁTANO VERDE EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 29 días del mes de agosto de 2022.



Msc. Sandra Mercedes Guevara López

C.I:100254138-9

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100362086-9	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	González Castillo Fernanda Nicolle	
DIRECCIÓN:		Ibarra	
EMAIL:		fngonzalezc@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0994729019

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS HECHOS A BASE DE PLÁTANO VERDE EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR
AUTOR (ES):	González Castillo Fernanda Nicolle

FECHA: DD/MM/AAAA	21 de septiembre de 2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. GUEVARA LÓPEZ SANDRA MERCEDES

2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 21 días del mes de septiembre de 2022.

EL AUTOR:



.....
Firma

González Fernanda

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios, que iluminó mi camino y me ayudó a no rendirme y continuar hasta el final.

A mi madre Marizol Castillo que es el pilar fundamental de mi vida, que con su apoyo incondicional y su ejemplo de mujer luchadora me motivó cada día a cumplir esta meta tan anhelada, que creyó en mí y en que lograría llegar a mi objetivo.

A mi hermana Abigail, quien ha estado durante esta trayectoria alentándome a culminarla de la mejor manera.

A mi preciosa hija Amelia Valentina quien es mi inspiración y mi motor de mi vida, para no rendirme jamás y cada día levantarme y dar lo mejor de mí.

A mi novio Cristian que con su apoyo y sus palabras de aliento me impulsó a creer en mí y en mis capacidades.

Fernanda Nicolle González Castillo

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios por darme la fuerza para continuar cada día y no desmayar hasta cumplir mi objetivo.

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a mis maestros de carrera, por inculcarme sus conocimientos y enseñanzas que aplicare a lo largo de mi vida profesional. A mi tutora de tesis MSc. Sandra Guevara y mis docentes oponentes, por su paciencia y compromiso que ayudaron a poder culminar con éxito mi trabajo de titulación.

A mi madre, quien estuvo presente cada día con sus consejos, por ser mi ejemplo a seguir y no dejar que me rinda jamás. Por motivarme que a pesar de las dificultades podría lograr mí tan anhelado sueño.

A mi hermana, por acompañarme en este proceso, con su palabra amiga motivarme y no permitir que desmaye.

A mi hija, por ser el motor que impulsa mi vida cada día, por ser la fuente de inspiración que necesito para no rendirme. Este triunfo es nuestro hija mía!

A mi novio, que me acompañó, ayudó y motivo a culminar este proceso, quien no dejó que me rindiera y luche hasta el final.

Fernanda Nicolle González Castillo

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO	II
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE DE CONTENIDO	VII
Índice de Ilustraciones	X
Índice de tablas	XI
RESUMEN.....	XVI
ABSTRACT	XVII
Introducción.....	XVIII
Objetivos.....	XIX
Objetivo General.....	XIX
Objetivos Específicos	XIX
CAPÍTULO I.....	1
Diagnóstico.....	1
1.1. Introducción	1
1.2. Objetivo	1
1.3. Determinación y justificación del problema.....	1
1.4. Propuesta de la idea de negocios	3
1.5. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios.....	4
1.6. Identificación de las variables diagnósticas.....	4
1.7. Matriz Diagnóstica.....	5
1.8. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio	6
1.8.1. Situación del macro ambiente.....	6
1.8.1. Situación competitiva de la Industria.....	19
1.8. Matriz AOOR	21
1.9. Conclusión Diagnóstica	22
CAPÍTULO II.....	23
Fundamentación teórica.....	23
2.1. Introducción	23

2.2.	Objetivo	23
2.3.	Fundamentos Teóricos	23
2.3.1.	Fundamentación Metodológica.....	23
2.3.2.	Tipo de Investigación.....	24
2.3.3.	Método	24
2.3.4.	Tipo de Muestreo	25
2.1.1.	Técnicas e instrumentos	27
2.2.	Fundamentación de la Propuesta	28
2.2.1.	Términos Generales	28
2.2.2.	Términos Específicos.....	36
CAPÍTULO III		41
Propuesta		41
3.1.	Introducción	41
3.2.	Objetivo general.....	41
3.2.1.	Objetivos específicos	41
3.3.	Modelo de negocio.....	42
2.2.3.	Lienzo CANVAS	43
2.2.4.	Descripción de los elementos CANVAS	44
2.3.	Estudio de mercado.....	49
2.3.1.	Diseño de la investigación de mercados	49
2.3.2.	Segmentación de mercados.....	50
2.3.3.	Clientes	50
3.3.1.	Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.....	51
3.3.2.	Instrumentos de recolección	51
3.3.3.	Resultados y discusión.....	52
2.3.4.	Análisis de la demanda	69
2.3.5.	Análisis de la oferta	71
2.3.6.	Demanda insatisfecha	73
2.3.7.	Estrategias de comercialización.....	74
2.4.	Estudio técnico – administrativo.....	77
2.4.1.	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	77
2.4.2.	Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa.....	79

2.4.3.	Ingeniería del proyecto	82
3.3.4.	Identificación y descripción de los procesos	83
3.3.5.	Estructura organizativa y administrativa	85
2.4.4.	Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual.....	105
2.5.	Estudio financiero	108
2.5.1.	Inversiones y capital de trabajo	108
2.5.2.	Ingresos	112
2.5.3.	Costos y gastos.....	115
2.5.4.	Estados Financieros	133
2.5.5.	Indicadores Financieros.	137
2.6.	Conclusión de la propuesta	143
CAPÍTULO IV		145
Validación.....		145
4.1.	Introducción	145
4.2.	Descripción del estudio.....	145
4.3.	Objetivo	145
4.4.	Equipo de trabajo	145
4.5.	Método de verificación	146
4.6.	Método de calificación.....	147
4.7.	Rango de interpretación	148
4.8.	Resultados	148
4.9.	Análisis:	155
Conclusiones y Recomendaciones		156
Conclusiones.....		156
Recomendaciones		157
Referencias bibliográficas		158
ANEXOS		169

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Evolución del Producto Interno Bruto (PIB)	12
Ilustración 2 Crecimiento del PIB per cápita (% anual) - Ecuador.....	13
Ilustración 3 Tasa de Inflación.....	13
Ilustración 4 Canastas Familiares: Básica y Vital.....	14
Ilustración 5 Términos Generales	28
Ilustración 6 Términos Específicos.....	36
Ilustración 7 Género.....	52
Ilustración 8 Edad	53
Ilustración 9 Lugar de residencia	53
Ilustración 10 Cantón en el cual trabaja.....	54
Ilustración 11 ¿Cuál es el número de integrantes en el núcleo familiar?.....	54
Ilustración 12 ¿Usted incluye al plátano verde en su dieta?	55
Ilustración 13 Según su preferencia califique los siguientes platillos elaborados a base de plátano verde.....	56
Ilustración 14 A continuación, se presenta platillos nuevos que se pretenden implementar en el menú, señale si usted conoce este tipo de productos alimenticios elaborados a base de plátano verde.....	57
Ilustración 15 ¿En qué presentación le gustaría consumir el plátano verde?	57
Ilustración 16 ¿Con qué frecuencia adquiriría los productos?.....	58
Ilustración 17 ¿Cuántas unidades adquiriría de empanadas de verde?	58
Ilustración 18 ¿Cuántas unidades adquiriría de bolones?	59
Ilustración 19 ¿Cuántas unidades adquiriría de patacones rellenos de pollo ?	59
Ilustración 20 ¿Cuántas unidades adquiriría de tortillas de camarón?.....	60
Ilustración 21 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el patacón relleno de pollo y queso (250gr)?	60
Ilustración 22 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la tortilla de camarón (150gr)?..	61
Ilustración 23 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por bolones de plátano verde (150gr)?	61
Ilustración 24 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por empanadas de verde (75gr)?	62
Ilustración 25 ¿En qué sector de la ciudad le gustaría encontrarlo?	63
Ilustración 26 ¿A la hora de adquirir el producto cuál es su prioridad?	63

Ilustración 27 ¿Qué redes sociales utiliza con más frecuencia?	64
Ilustración 28 ¿A través de qué medios le gustaría conocer los diferentes productos y ofertas que el establecimiento brinda?.....	65
Ilustración 29 ¿Le gustaría que se implemente dentro del establecimiento el servicio de Delivery para la entrega de los productos?.....	65
Ilustración 30 ¿Estaría usted dispuesto a adquirir estos productos alimenticios hechos a base de plátano verde, a un precio considerable y con la mejor presentación?.....	66
Ilustración 31 Macro Localización	77
Ilustración 32 Micro Localización	78
Ilustración 33 Plano y diseño planimétrico de la planta	82
Ilustración 34 Marca corporativa	87
Ilustración 35 Mapa de procesos.....	88
Ilustración 36 Diagrama de flujo de compra de materia prima.....	89
Ilustración 37 Diagrama de flujo de almacenamiento de materia prima	90
Ilustración 38 Diagrama de flujo de preparación del área de trabajo	90
Ilustración 39 Diagrama de flujo de preproducción de alimentos	91
Ilustración 40 Diagrama de flujo de producción de la comida	91
Ilustración 41 Diagrama de flujo de Business to consumer.....	92
Ilustración 42 Diagrama de flujo de Delivery.....	92
Ilustración 43 Organigrama	98
Ilustración 44 Proceso de registro de marca	107

Índice de tablas

Tabla 1 Variables e indicadores diagnósticos.....	4
Tabla 2. Matriz Diagnóstica	5
Tabla 3 PIB últimos 5 años.....	11
Tabla 4 PIB per cápita	12
Tabla 5 Tasas de Interés Referenciales.....	15
Tabla 6 Cuadro de la población por género.....	16
Tabla 7 Estructura de la población, pirámides poblacionales	16
Tabla 8 Población económicamente activa PEA del cantón Ibarra.....	17

Tabla 9 Tasa de desempleo.....	18
Tabla 10 Matriz de Riesgos y Oportunidades	21
Tabla 11 Población por género	26
Tabla 12 Lienzo CANVAS	43
Tabla 13 Mapa de empatía.....	44
Tabla 14 Matriz de variables del estudio de mercado	49
Tabla 15 Criterios de Segmentación.....	50
Tabla 16 <i>Frecuencia de consumo</i>	70
Tabla 17 <i>Demanda total</i>	70
Tabla 18 <i>Proyección de la demanda</i>	71
Tabla 19 Oferta total.....	72
Tabla 20 <i>Proyección de la oferta</i>	73
Tabla 21 <i>Proyección de la demanda</i>	73
Tabla 22 Matriz de ubicación	78
Tabla 23 Capacidad instalada	81
Tabla 24 Matriz aclaratoria del subproceso P04-S01 Compra de materia prima.....	93
Tabla 25 Matriz aclaratoria del subproceso P04-S02 Almacenamiento de materia prima	93
Tabla 26 Matriz aclaratoria del subproceso P05-S01 Preparación del área de trabajo .	94
Tabla 27 Matriz aclaratoria del subproceso P05-S02 Preproducción de alimentos	94
Tabla 28 Matriz aclaratoria del subproceso P05-S03 Producción de la comida	95
Tabla 29 Matriz aclaratoria del subproceso P06-S01 Business to consumer	96
Tabla 30 Matriz aclaratoria del subproceso P06-S02 Delivery	97
Tabla 31 Manual de funciones - Gerente/Administrador	99
Tabla 32 Manual de funciones - Cocinera.....	100
Tabla 33 Manual de funciones - Asistente de cocina	101
Tabla 34 Manual de Funciones - Mesera.....	102
Tabla 35 Manual de Funciones - Cajera.....	103
Tabla 36 Manual de funciones - Contador	104
Tabla 37 Maquinaria y equipo de producción	108
Tabla 38 Menaje de cocina.....	109
Tabla 39 Muebles y enseres.....	109

Tabla 40 Equipo de computación.....	109
Tabla 41 <i>Resumen de Inversión fija</i>	110
Tabla 42 Capital de trabajo.....	110
Tabla 43 Inversión Inicial.....	111
Tabla 44 <i>Fuentes de Financiamiento</i>	111
Tabla 45 <i>Costo de capital</i>	112
Tabla 46 <i>Precio proyectado</i>	112
Tabla 47 <i>Presupuesto de ventas</i>	113
Tabla 48 <i>Presupuesto de ventas de bebidas</i>	114
Tabla 49 <i>Costo de producción – Patacones rellenos de pollo</i>	115
Tabla 50 <i>Costo de producción – Tortillas de camarón</i>	116
Tabla 51 <i>Costo de producción – Bolones</i>	117
Tabla 52 <i>Costo de producción – Empanadas de verde</i>	117
Tabla 53 <i>Resumen de costo de producción</i>	118
Tabla 54 <i>Costo de producción - batidos</i>	119
Tabla 55 <i>Costo de producción - jugos</i>	119
Tabla 56 <i>Costo de producción – aguas aromáticas</i>	120
Tabla 57 <i>Resumen de costo de producción de bebidas</i>	120
Tabla 58 <i>Presupuesto de costo de venta</i>	121
Tabla 59 <i>Presupuesto de costo de venta de bebidas</i>	122
Tabla 60 <i>Gastos de venta</i>	123
Tabla 61 <i>Rol provisional personal de ventas</i>	123
Tabla 62 <i>Sueldo del personal de ventas</i>	124
Tabla 63 <i>Beneficios sociales del personal de ventas</i>	124
Tabla 64 <i>Gastos de venta – Servicios Básicos</i>	124
Tabla 65 <i>Gastos de venta – Arriendo</i>	124
Tabla 66 <i>Gastos de venta – Publicidad</i>	125
Tabla 67 <i>Gastos de venta – Suministros de aseo</i>	125
Tabla 68 <i>Gastos de venta – Servicio delivery</i>	125
Tabla 69 <i>Gastos operativos</i>	126
Tabla 70 <i>Gastos operativos – Gastos constitución</i>	126
Tabla 71 <i>Gastos operativos – Servicios Básicos</i>	126

Tabla 72 <i>Gastos operativos – Internet</i>	127
Tabla 73 <i>Gastos operativos – Arriendo</i>	127
Tabla 74 <i>Gastos operativos – Suministros de oficina</i>	127
Tabla 75 <i>Gastos operativos – Software contable</i>	127
Tabla 76 <i>Gastos operativos – Suministros de aseo</i>	128
Tabla 77 <i>Rol provisional del personal administrativo</i>	128
Tabla 78 <i>Sueldo del personal administrativo</i>	128
Tabla 79 <i>Beneficios sociales del personal administrativo</i>	128
Tabla 80 <i>Tabla de Amortización</i>	129
Tabla 81 <i>Datos para las depreciaciones</i>	130
Tabla 82 <i>Depreciación Menaje de cocina</i>	130
Tabla 83 <i>Depreciación Maquinaria</i>	130
Tabla 84 <i>Depreciación Muebles y enseres</i>	131
Tabla 85 <i>Depreciación Equipo de computo</i>	131
Tabla 86 <i>Depreciaciones</i>	132
Tabla 87 <i>Tabla de Impuesto a la Renta – RIMPE</i>	132
Tabla 88 <i>Impuesto a la Renta – RIMPE</i>	133
Tabla 89 <i>Estado de resultados proyectado</i>	133
Tabla 90 <i>Estado de Situación Financiera</i>	134
Tabla 91 <i>Flujo de caja</i>	136
Tabla 92 <i>Flujo del proyecto</i>	136
Tabla 93 <i>Promedio de inflación anual</i>	137
Tabla 94 <i>Tasa de Rendimiento Medio</i>	137
Tabla 95 <i>Tasa de Descuento</i>	138
Tabla 96 <i>Valor Actual Neto</i>	139
Tabla 97 <i>Tasa interna de retorno</i>	139
Tabla 98 <i>Período de recuperación</i>	140
Tabla 99 <i>Punto de equilibrio</i>	141
Tabla 100 <i>Análisis Costo/Beneficio</i>	141
Tabla 101 <i>Análisis de sensibilidad</i>	142
Tabla 102 <i>Resumen de indicadores financieros</i>	143
Tabla 103 <i>Equipo de trabajo</i>	146

Tabla 104 <i>Matriz de verificación</i>	146
Tabla 105 Criterios de calificación.....	147
Tabla 106 Rango de interpretación.....	148
Tabla 107 Criterios de validación.....	148
Tabla 108 Matriz de validación tutor.....	149
Tabla 109 Matriz de validación Oponente 1.....	151
Tabla 110 Matriz de validación Oponente 2.....	153
Tabla 111 Resultados totales.	154

RESUMEN

El presente trabajo de investigación plantea un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Se desarrolló después de observar la falta de innovación que existe en la producción de dichos alimentos, diferentes a la oferta tradicional que se encuentra en la ciudad.

Por lo cual se desarrolló en primer lugar un diagnóstico, en donde se pudo obtener un análisis crítico del macroentorno que permitió concretar factores que influyen en la puesta en marcha de la idea de negocio, además obtener información acerca de la competitividad dentro de la industria mediante el análisis de las 5 fuerzas de Porter.

En segundo lugar se llevó a cabo la fundamentación teórica, que contiene términos generales y específicos que se utilizaron para el desarrollo del presente proyecto de investigación.

Posteriormente, para desarrollar la propuesta se realizaron 3 estudios; el estudio de mercado, que consistió en la aplicación de encuestas a la población a la cual va dirigida el proyecto, para de esta manera determinar gustos, preferencias y conocer si están de acuerdo en aceptar los productos, además de conocer la oferta y demanda que presenta el mercado. En el estudio técnico administrativo se conoce la localización del proyecto, el diseño de la planta y distribución de áreas, por otro lado en la parte administrativa se realizó el organigrama de la empresa y manuales de funcionamiento que permitirán una mejor organización dentro de la misma. Y en el estudio financiero, se pudo determinar que el proyecto es factible, por medio de la realización y proyección de estados financieros e indicadores como el VAN, TIR entre otros.

Para la validación, se elaboró una matriz de indicadores en la cual los docentes, evaluaron la misma y determinaron que el proyecto es viable. Finalmente, se realiza las conclusiones y recomendaciones en base a los objetivos planteados.

ABSTRACT

This research project proposes an entrepreneurship project for the creation of a company dedicated to the production and marketing of food products made from green bananas in the city of Ibarra, province of Imbabura. It was developed after observing the lack of innovation that exists in the production of such foods, different from the traditional offer found in the city.

Therefore, a diagnosis was developed in the first place, in which a critical analysis of the macro environment was obtained, which allowed us to identify factors that influence the start-up of the business idea, also obtain information about competitiveness within the industry by analyzing the five forces of Porter.

Secondly, the theoretical foundation was carried out, which contains general and specific terms that were used for the development of the present research project.

Subsequently, to develop the proposal, 3 studies were carried out; the market study, which consisted of the application of surveys to the population to which the project is directed, in order to determine tastes, preferences and know if they agree to accept the products, in addition to knowing the supply and demand presented by the market. In the administrative technical study, we know the location of the project, the design of the plant and the distribution of areas, on the other hand in the administrative part the organizational chart of the company and operating manuals that will allow a better organization within the same were realized. And in the financial study, it was possible to determine that the project is feasible, through the realization and projection of financial statements and indicators such as the NPV, TIR, among others.

For the validation, a matrix of indicators was developed in which teachers evaluated the same and determined that the project is viable. Finally, the conclusions and recommendations are made based on the objectives set.

Introducción

Al desarrollar nuevos negocios dentro de una sociedad permite satisfacer las necesidades de la misma, así como contribuir al incremento de la productividad del país y generar mayor fuentes de empleo. Por ende, el objetivo principal de la presente propuesta es elaborar un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia Imbabura, el cual se ejecuta a través de cuatro capítulos principales que permitirán establecer la factibilidad que presente la implementación del mismo.

El primer capítulo tiene como finalidad conocer el macro y microentorno del sector a través de un diagnóstico, considerando los factores políticos legales, socio culturales, económicos, tecnológicos y medioambiental, además de la postura actual de industria a la cual forma parte el emprendimiento mediante el análisis PORTER para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgo que conlleva la implementación de la empresa propuesta. En cuanto a la fundamentación teórica, se desarrolla dentro del segundo capítulo, considerando tanto la parte metodológica, que tiene relación con la metodología a utilizar en la ejecución del proyecto; así como, la fundamentación de la propuesta, que consiste en la conceptualización, a través de fuentes bibliográficas, los temas relevantes para el proyecto, tanto términos generales como específicos, con el objetivo de sustentar la investigación realizada.

Dentro del tercer capítulo se realiza el diseño de la propuesta a implementar mediante el desarrollo de tres estudios esenciales que permitirán conocer a detalle los lineamientos para la creación de la empresa de producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde. Dicho estudios son; estudio de mercado donde se identifica la demanda, oferta y demanda insatisfecha que presenta el presente proyecto a través de los datos recolectados en las encuestas y matrices de observación realizadas. Estudio técnico administrativo, donde se especifica la localización, capacidad de producción de la empresa, así como el diseño de la cultura y estructura organizacional. Y finalmente, el estudio financiero donde se identifican los aspectos económicos que presenta el proyecto, así como las respectivas proyecciones con

la finalidad de ejecutar la evaluación financiera para determinar la factibilidad y rentabilidad que dispondrá la empresa.

Por último, el capítulo cuatro se relaciona con la validación del proyecto por parte de docentes técnicos expertos en el tema, quienes evaluarán los contenidos del mismo permitiendo identificar si es válido o no la implementación.

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.
- Determinar los fundamentos teóricos y metodológicos mediante bases legales y bibliográficas a fin de desarrollar el proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.
- Diseñar un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.
- Validar el proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.

CAPÍTULO I

Diagnóstico

1.1. Introducción

En el presente capítulo se dará a conocer la manera en la que se va a desarrollar el proyecto, tomando en cuenta los diferentes aspectos necesarios para llevarlo a cabo. Esto incluye la idea negocio, los planes de innovación, la organización de la empresa entre otros, que serán de suma importancia para posicionar a la empresa en el mercado.

Es necesario identificar las variables diagnósticas, que facilitarán el estudio de los factores determinados, para mejorar la calidad de los productos ofertados y de igual manera el servicio que se va a brindar a los posibles clientes, recopilando información que será relevante para el estudio.

Por lo tanto, el tener conocimiento acerca de los riesgos y oportunidades que se presentan dentro del desarrollo del proyecto, tendrá como consecuencia el logro de los objetivos propuestos y la consolidación de la empresa.

1.2. Objetivo

- Diagnosticar la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.

1.3. Determinación y justificación del problema

En la ciudad de Ibarra existen 111 establecimientos entre restaurantes y cafeterías según el registro oficial del catastro turístico del Municipio de Ibarra (2021), de los cuales solo el 7% de los establecimientos ofertan la gastronomía de la Costa ecuatoriana elaborados a base de plátano verde, sin embargo estos presentan una reducida variedad debido a que comercializan los más conocidos en el mercado como son empanadas, bolones, patacones, entre otros, siendo este el principal problema que existe en el mercado dado a la limitación en cuanto a la innovación y a la reducida cantidad de establecimientos que ofertan este tipo de productos, ocasionando que los inmigrantes oriundos de la región costa opten por realizarlos en su hogar.

Otro de los problemas existentes es la falta de costumbre en el consumo de alimentos a base de plátano verde por parte de las personas pertenecientes a la región sierra que residen en la ciudad dado que estos consumen productos tradicionales del sector como pan, humitas, quimbolitos, tamales, entre otros, de igual manera desconocen la variedad de gastronomía a base de esta fruta que existe.

Para solucionar la problemática antes descrita se propone entonces crear una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde, dando a conocer los diferentes platos que se pueden elaborar con dicho producto. Por otro lado, implementar dos productos diferentes a la oferta tradicional como son: patacón relleno de pollo y tortillas de camarón, con esto dar realce al proyecto y futuro establecimiento de la empresa. Existe una amplia gama de productos elaborados a base de plátano verde, por lo que en el presente proyecto se dará a conocer la variedad de los mismos y, a su vez, sumar la importancia de implementar productos diferentes para generar una ventaja competitiva de manera oportuna acompañada de una buena atención al cliente y calidad de servicio.

El presente proyecto se va a realizar en la ciudad de Ibarra, en la Avenida Mariano Acosta y Gabriela Mistral, esquina. Este lugar cuenta con un parqueadero exclusivo para clientes, instalaciones equipadas de acuerdo a las condiciones climáticas que se presenten. Utilizando utensilios tradicionales de la cocina ecuatoriana en cuanto a la elaboración de productos hechos a base de plátano verde con el fin de garantizar el sabor original conservando las tradiciones y costumbres de la región costa y a su vez diversificar la gastronomía con la existente en la región sierra.

El proyecto de emprendimiento llevará el nombre de “Verde Esmeraldas”, en el que los beneficiarios directos serán clientes entre los 15 y 64 años de la ciudad de Ibarra, y lugares aledaños a la misma dado que se encuentran dentro de la población económicamente activa, es decir que poseen poder adquisitivo, por otro lado, los beneficiarios indirectos serán empleados, proveedores y aliados estratégicos.

1.4. Propuesta de la idea de negocios

La idea de negocio radica en la implementación de un emprendimiento dedicado a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde, siendo este parte de la gastronomía de la costa ecuatoriana. Después de obtener la información mencionada anteriormente, se puede observar que los restaurantes y cafeterías de la ciudad de Ibarra cuentan con una limitada variedad en la oferta de este tipo de productos.

Los productos a ofrecer en el presente proyecto son a base de plátano verde, siendo este un alimento muy nutritivo y energético para el ser humano (Betancourth, 2020), por ende, se va a elaborar 4 productos principales, de los cuales dos son conocidos en el mercado como: empanadas de verde y bolones, y la implementación de otros dos productos que no son comunes, mismos que consisten en:

- **Patacón relleno de pollo:** elaborado con plátano verde en la cubierta tipo patacón, pollo desmechado en su interior y queso rallado, acompañado de salsas y ají.
- **Tortilla de camarón:** elaborada con plátano verde rallado mezclado con camarones sazonados y huevos, acompañado de salsas y ají.

Dentro del segmento de mercado, el proyecto se encuentra dirigido a la población de la ciudad de Ibarra y lugares cercanos a la misma, tanto hombres y mujeres entre los 15 y 64 años, ya que se considera que poseen poder adquisitivo y aquellos que les guste consumir la gastronomía de la región costa a base de plátano verde.

El proyecto de emprendimiento que se llevará a cabo consta de dos modelos de negocio, el primero consiste en business to consumer (B2C), relacionado con la comercialización de los productos directamente al consumidor a través de un establecimiento físico. El segundo está basado en el Delivery que tiene como objeto principal entregar la comida a domicilio.

El tipo de empresa a constituir es Sociedad por Acciones Simplificadas, como lo indica Gob.ec (2020) este tipo de compañía “es un tipo de compañía que se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas. Tiene como objetivo impulsar la economía

mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos productivos”. Este tipo de empresa ayuda a la expansión de la misma a nivel nacional e internacional.

1.5. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios

Los productos a ofrecer conllevan una idea de negocio ligada a la innovación, es decir, la creación de los mismos con el fin de mejorar la producción de la empresa, satisfaciendo las necesidades del cliente y a su vez generando ganancias y posicionando a la empresa en el mercado, para lo cual el aspecto innovador que presenta el proyecto se relaciona con los siguientes factores:

Producto: Implementación de dos productos que no son comunes en el mercado de Ibarra, mismos que son patacones rellenos de pollo y tortillas de camarón quienes serán elaborados con una receta propia de la región costa para garantizar su sabor original.

Organización: La organización de la empresa será de forma lineal, por lo tanto, existirá un orden a seguir que se debe cumplir para lograr los objetivos propuestos, considerando esta forma de organización dado que define perfectamente la responsabilidad de todos los involucrados de la empresa.

Comercialización: venta a través de medios digitales con entrega a domicilio.

1.6. Identificación de las variables diagnósticas

Tabla 1
Variables e indicadores diagnósticos

VARIABLES	INDICADORES
Factores políticos	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución de la República del Ecuador • Ley orgánica de emprendimiento e innovación • Código de Trabajo • Ley de Régimen Tributario Interno
Factores económicos	<ul style="list-style-type: none"> • PIB de los últimos 5 años • PIB per cápita • Inflación • Canasta Básica Familiar • Tasas de Interés
Factores sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de Vida • Demografía • PEA • Tendencia de consumo

VARIABLES	INDICADORES
Factores tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> Comportamiento del Mercado Recursos Tecnológicos
	<ul style="list-style-type: none"> La intensidad de la rivalidad entre competidores del sector El poder de negociación de los proveedores El poder de negociación de los clientes La amenaza de los nuevos entrantes (barreras de entrada) La amenaza de productos o servicios sustitutos

Fuente: "Propia"

Elaborado por: Autor

1.7. Matriz Diagnóstica

Tabla 2.
Matriz Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
Identificar los factores políticos que se emplean para llevar a cabo el proyecto de emprendimiento.	Factores políticos	<ul style="list-style-type: none"> Constitución de la República del Ecuador Ley orgánica de emprendimiento e innovación Normativa Técnica Sanitaria para Alimentos procesados Ley de Régimen Tributario Interno 	<ul style="list-style-type: none"> Documental Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> Asamblea del Ecuador
Determinar los factores económicos positivos y negativos que conlleva el proyecto de emprendimiento.	Factores económicos	<ul style="list-style-type: none"> PIB de los últimos 5 años PIB per cápita Inflación Canasta Básica Familiar Tasas de interés 	<ul style="list-style-type: none"> Documental Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> Banco Central del Ecuador
Generar impacto en los posibles clientes mediante la innovación de los productos ofertados.	Factores sociales	<ul style="list-style-type: none"> Calidad de vida Demografía PEA Tendencia de consumo Comportamiento del Mercado 	<ul style="list-style-type: none"> Documental Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> INEC PDYOT Ibarra
Identificar los factores tecnológicos que incluyen el desarrollo del proyecto de emprendimiento.	Factores tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> Recursos Tecnológicos (maquinaria especializada para desarrollar el producto) 	<ul style="list-style-type: none"> Documental Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> Redes Sociales
Evaluar las diferentes características que relacionan la posición de la empresa en el mercado.	Posición de la industria	<ul style="list-style-type: none"> La intensidad de la rivalidad entre competidores del sector El poder de negociación de los proveedores El poder de negociación de los clientes La amenaza de los nuevos entrantes (barreras de entrada) La amenaza de productos o servicios sustitutos 	<ul style="list-style-type: none"> Documental Encuestas Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> Revista Líderes

Fuente: Diagnostico

Elaborado por: Autor

1.8. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio

1.8.1. Situación del macro ambiente

Político legal.

Constitución de la República del Ecuador.

La Constitución de la República del Ecuador (2008) en el Art. 66.- numeral 15, cita que el estado garantiza el derecho a desarrollar actividades económicas que pueden ser de forma individual o colectiva, de conformidad con ciertos principios tales como la solidaridad, la responsabilidad, entre otros. Es importante recalcar que las actividades económicas son un beneficio para la población, puesto que brindan oportunidades de trabajo y de esta manera mejorar la calidad de vida de la misma, presentando un impacto positivo para el proyecto dado que el Estado al garantizar el derecho a la creación de nuevas empresas dentro del territorio se establece una oportunidad para la ejecución e implementación de la empresa propuesta.

En el Art. 281 de la Constitución de la República (2008) señala que dentro del país la soberanía alimentaria representa objetivo estratégico así como una obligación estatal que permite garantizar que tanto las personas, comunidades, pueblos como las naciones adquieran siempre la autosuficiencia alimentaria misma que sea sana, adecuada y culturalmente adecuada. Siendo un impacto positivo, ya que el Estado al garantizar la soberanía alimentaria del país, impulsará la producción y transformación agroalimentaria del país. Convirtiéndose en una oportunidad para el emprendimiento ya que el estado brindará mayores beneficios a las pequeñas y medianas empresas de alimentos.

Por otro lado en el Art. 284 señala los objetivos principales de la política económica, mismos que radican en fomentar la producción e incentivar que dentro del territorio se realicen actividades productivas permitiendo incrementar la productividad del mismo a través de brindar beneficios a los emprendedores nacientes. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural. Así como, promover que los mercados sean transparentes y competentes garantizando el intercambio justo e integrado de bienes y servicios. Por ende al establecer políticas económicas dentro del país para aumentar la

productividad del mismo, tiene un impacto positivo para la creación de la empresa, ya que el Estado brindará mayor beneficio a las empresas que brinden a la sociedad un bien que incorpore un valor agregado, siendo una oportunidad para el proyecto ya que permitirá la inserción transparente en el mercado tanto regional como nacional. De igual manera, permitirá que la empresa se relacione con productores del campo, convirtiéndose estos en aliados, ya que así se podrá adquirir la materia prima necesaria para el emprendimiento a precios justos y de calidad.

En el art. 325 menciona que el Estado es el encargado de garantizar el derecho al trabajo, ya sea en relación de dependencia o de forma autónoma, en donde los actores sociales productivos son todos los trabajadores. Al dar el estado la oportunidad de dar empleo a la población y garantizar que esto se cumpla conforme a las leyes estipuladas, genera un país en donde se puede conseguir fuentes de trabajo.

Ley orgánica de emprendimiento e innovación.

En el artículo 20. Educación comunitaria emprendedora de la Ley Orgánica de emprendimiento e innovación (2020) estipula que los gobiernos autónomos descentralizados promoverán la creación de programas de desarrollo de competencias emprendedoras e innovadoras, en todos los niveles de desarrollo productivo y comunitario. Al crear estas leyes que amparan a los emprendedores, se puede obtener más fuentes de empleo, además incorporar nuevos productos en el mercado o a su vez fomentar la innovación.

De igual manera en el Art. 13 indica que los Gobiernos Autónomos Descentralizados e instituciones del estado con el fin de acompañar al desarrollo de emprendimientos, el ente rector del sector público brindará apoyo y facilidad a los emprendimientos nacientes para la obtención de los permisos necesarios para su funcionamiento. En virtud de lo expuesto se puede señalar que existe la normativa local para poder desarrollar el emprendimiento.

En cuanto a los instrumentos financieros, en el Art. 28. indica que la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera podrá establecer instrumentos financieros para la conformación de fondos de capital semilla, capital de riesgo y capital ángel, para

el financiamiento de emprendimientos, innovación y desarrollo, en concordancia con el Sistema de Garantía Crediticia establecido por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. Al ser un emprendimiento naciente, la ley le brinda algunos beneficios para su desarrollo como son los créditos otorgados por el Sector Financiero orientados a la innovación, emprendimiento y el desarrollo en condiciones favorables para los mismos, como son en plazo, tasa y periodos de gracia, así como la búsqueda de otras fuentes de financiamiento ya sea a través de inversionistas internacionales, u otros. Siendo así la Junta de política y Regulación Monetaria y Financiera un aliado para el proyecto.

Normativa Técnica Sanitaria para Alimentos Procesados.

El Art. 1 de la Normativa Técnica Sanitaria para Alimentos Procesados (2016) presenta el objetivo de la presente normativa señalando que está establece las condiciones higiénico-sanitarias y requisitos que deberán cumplir los procesos de fabricación, producción, elaboración, preparación, envasado, empaçado transporte y comercialización de alimentos para consumo humano.

De igual manera, dentro de esta normativa presentan los requisitos necesarios para la notificación sanitaria de alimentos procesados, los cuales son:

- Art. 25.- Formulario de solicitud
- Art. 26..... Requisitos generales:
 - b. Descripción e interpretación del código de lote;
 - c. Diseño de etiqueta o rótulo del o los productos, ajustado a los requisitos que exige el Reglamento Técnico Ecuatoriano...
 - e. Descripción general del proceso de elaboración del producto;

En cuanto a las Buenas Prácticas de Manufactura, el Art. 72 establece que los establecimientos donde se realicen una o más actividades de las siguientes: fabricación, procesamiento, envasado o empaçado de alimentos procesados, podrán obtener el certificado de Buenas Prácticas de Manufactura. En el Art. 73 señala las condiciones mínimas básicas que los establecimientos deben considerar, por ende indica que donde se

producen y manipulan alimentos deberán ser diseñados y contruidos de acuerdo a las operaciones y riesgos asociados a la actividad y al alimento, de manera que puedan cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Que el riesgo de contaminación y alteración sea mínimo
- b) Que el diseño y distribución de las áreas permita un mantenimiento, limpieza y desinfección apropiada; y, que minimice los riesgos de contaminación;
- c) Que las superficies y materiales, particularmente aquellos que están en contacto con los alimentos, no sean tóxicos y estén diseñados para el uso pretendido, fáciles de mantener, limpiar y desinfectar; y,
- d) Que facilite un control efectivo de plagas y dificulte el acceso y refugio de las mismas

De igual forma, dentro de esta ley señala los requisitos higiénicos de fabricación normativa técnica sanitaria para alimentos procesados en cuanto a las obligaciones del personal, por ende en el Art. 80 se establece que durante la fabricación de alimentos, el personal manipulador que entra en contacto directo o indirecto con los alimentos debe:

- a) Mantener la higiene y el cuidado personal;
- b) Estar capacitado para realizar la labor asignada, conociendo previamente los procedimientos, protocolos, instructivos....

En cuanto a las materias primas e insumos necesarios para la elaboración del producto, el Art. 89 determina que las materias primas e insumos deben someterse a inspecciones y control antes de ser utilizados en la línea de fabricación, cuanto al almacenamiento de estos deben tener un control de temperatura y humedad para conservar los insumos. Y lo relacionado con el almacenamiento, distribución, transporte y comercialización, en el Art. 126 señala las condiciones mínimas de manipulación y transporte dado que los alimentos serán almacenados alejados de la pared de manera que faciliten el libre ingreso del personal para el aseo y mantenimiento del local, así como en el transporte de los alimentos deberán incluir mecanismos para el control de temperatura y humedad que asegure la conservación de los productos.

Las Normas Técnicas Sanitarias para Alimentos Procesados, representan un impacto positivo, puesto que indican todos los mecanismos que debe seguir un emprendimiento naciente para adquirir los permisos de funcionamiento y la certificación que garantice que el producto es de calidad, los cuales son esenciales para el funcionamiento de empresas que elaboren productos alimenticios en el país. De igual manera al obtener la certificación BPM permite ampliar la aceptación del producto en el mercado ya que se garantiza que el proceso productivo está ligado a las normativas de salubridad existentes, bajo los lineamientos de higiene. Además se asegura que las instalaciones del establecimiento estén correctamente implementadas y que garantice todo el proceso de producción y almacenamiento, así como los materiales a utilizar cumplan con los requerimientos sanitarios, siendo así una oportunidad para el emprendimiento ya que al cumplir cada uno de los aspectos de salubridad establecidos en esta normativa permite generar una competencia competitiva al mercado existente.

Otros de los aspectos que brinda la presente normativa son los protocolos para llevar una correcta higiene en el proceso de fabricación de los alimentos procesados, evitando así la contaminación en la manipulación, almacenamiento, distribución, transporte y comercialización del producto, esto beneficia a la empresa ya que se producirá un producto de calidad sin afectar a la salud de sus consumidores, cumpliendo con los requisitos legales para su funcionamiento evitando así sanciones o clausuras del establecimiento. De igual manera se establece como ALIADO al organismo de control sanitario ARCSA, dado que garantiza que el emprendimiento cumple con la normativa sanitaria vigente así como asegura que el producto es de calidad generando que el consumidor sienta confianza y seguridad al momento adquirirlo.

Ley de Régimen Tributario Interno.

En el art. 36. Tarifa del impuesto a la renta de personas naturales y sucesiones indivisas, numeral a) menciona que para liquidar el impuesto a la renta de las personas naturales y de las sucesiones indivisas, se aplicarán a la base imponible las tarifas contenidas en la tabla de ingresos, que tiene como fracción básica excedente de 0 a 11.170 un porcentaje de 0%. (Ley de Régimen Tributario Interno, 2020)

Al ser un proyecto de emprendimiento nuevo se va a encontrar ubicado en 0 a 11.170, esto quiere decir que si los valores anuales registrados en los estados financieros no superan este valor tendrá que declarar en 0%. Sin embargo, cabe mencionar que la normativa tributaria se encuentra en constante cambio siendo un riesgo para la implementación de la empresa.

Económico.

Producto Interno Bruto (PIB).

El PIB según Arias (2021) representa un indicador económico que indica el valor monetario de los productos y servicios producidos en un territorio dentro de un determinado periodo de tiempo. El PIB permite medir la riqueza que presenta un determinado país, en la Tabla 3 se indica la evolución de este indicador en los últimos 5 años.

Tabla 3
PIB últimos 5 años

Período	País	PIB a precios constantes en millones USD	PIB a precios corrientes en millones USD	PIB en tasas de crecimiento (%)
2015	Ecuador	86.418,81	99.290,38	0,10
2016	Ecuador	85.358,98	99.937,70	-1,23
2017	Ecuador	87.380,61	104.295,86	2,37
2018	Ecuador	88.507,20	107.562,01	1,29
2019	Ecuador	88.554,75	107.435,67	0,05

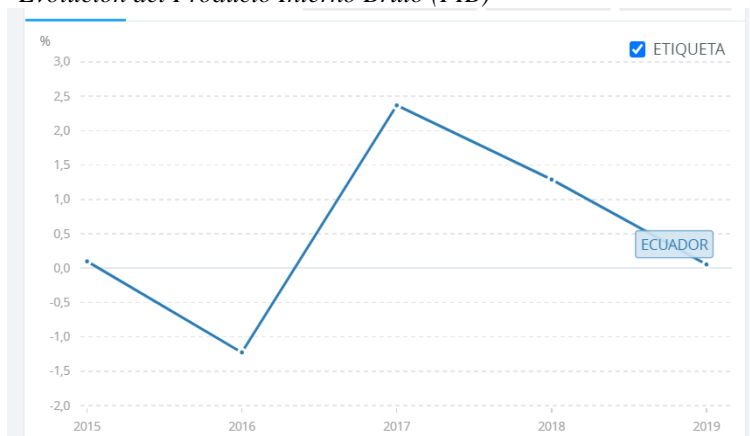
Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2021)

Elaborado por: Autor

Se puede observar que el PIB tanto en precios constantes como en precios corrientes ha ido aumentando en los últimos 5 años, conociendo que el PIB a precios constantes es aquel donde el PIB real elimina el cambio de los precios a lo largo de los años, mientras que el PIB a precios corrientes refleja los posibles cambios anuales, ya sean incrementos (inflación) o disminuciones (deflación) (Economy Weblog, 2013).

Ilustración 1

Evolución del Producto Interno Bruto (PIB)



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2021)

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

En la ilustración 1 podemos observar el porcentaje del PIB en los últimos 5 años, en el año 2016 el PIB decreció en 1,23%. El Banco Central del Ecuador sostiene que las razones de dicho impacto se originan en la caída del precio del petróleo, la apreciación del dólar, el terremoto del 16 de abril del año pasado, y contingentes legales que afectaron al desempeño de la actividad económica de 2016 (El Telégrafo, 2017).

PIB per cápita.

Según Galán (2021) el PIB per cápita es “un indicador económico que mide la relación existente entre el nivel de renta de un país y su población”.

Tabla 4

PIB per cápita

Periodo	País	PIB per cápita en tasas de crecimiento (%)	PIB per cápita en USD (a precios actuales)
2015	Ecuador	-1,51	6.124,49
2016	Ecuador	-2,90	6.060,09
2017	Ecuador	0,57	6.213,50
2018	Ecuador	-0,48	6.295,94
2019	Ecuador	-1,61	6.183,82

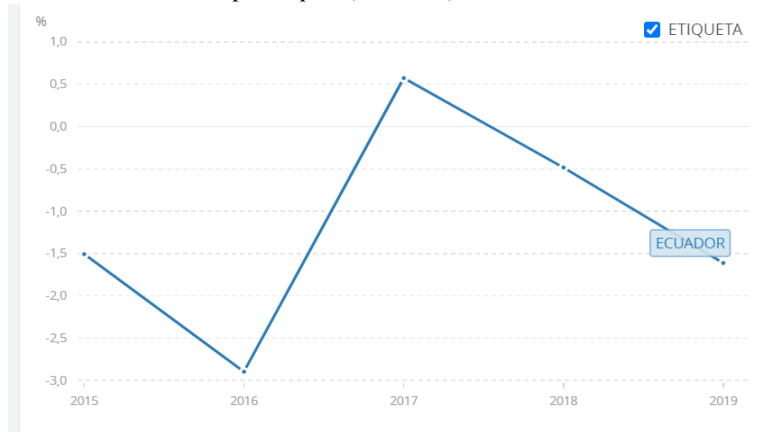
Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2021)

Elaborado por: Autor

En la Tabla 4 podemos observar que el PIB per cápita varía en porcentaje de un año a otro de forma negativa, a excepción del año 2017 que presenta el 0,57% positivo, incrementando su valor con respecto al año anterior.

Ilustración 2

Crecimiento del PIB per cápita (% anual) - Ecuador



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2021)

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

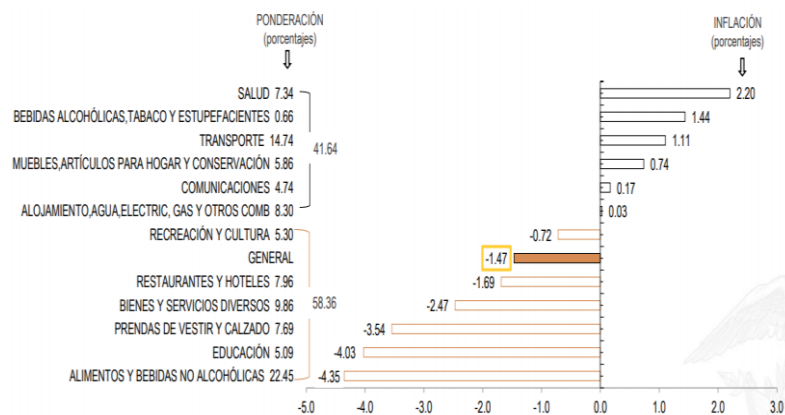
En la ilustración 2 podemos observar el crecimiento del PIB per cápita anual, en donde se indica que el 2016 es el más afectado en relación a los demás, debido a las situaciones que se presentaron como son el terremoto del 16 de abril que decreció la economía del país, generando que caiga a -2.90, un valor bastante bajo; sin embargo, en el año 2017 aumenta en un 0.57%.

Inflación.

Para Arias (2021) la inflación representa el aumento de precios de los bienes y servicios dentro de una región en un determinado tiempo.

Ilustración 3

Tasa de Inflación



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2021)

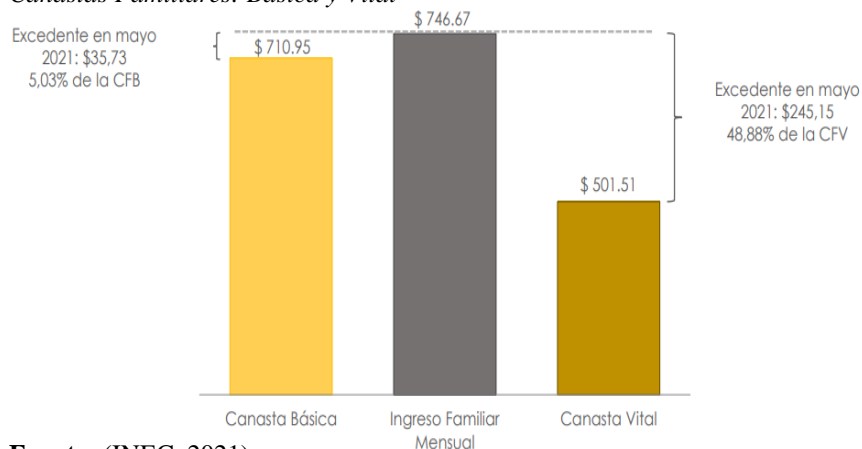
Elaborado por: Banco Central del Ecuador.

Como se indica en la ilustración 3, en abril de 2021, la variación anual de precios fue negativa en 1.47%; por divisiones de bienes y servicios, 6 agrupaciones que ponderan el 58.36% presentaron porcentajes negativos, siendo las de mayor variación: Alimentos y bebidas no alcohólicas; Educación; y, Prendas de vestir y calzado. En 6 agrupaciones que en conjunto ponderan el 41.64% se registraron resultados positivos, siendo las de mayor porcentaje: Salud; Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes; y, Transporte.

Canasta Básica Familiar.

La Canasta Familiar Básica (CFB) representa un grupo de productos y servicios indispensables para la vida de una persona dado que permiten satisfacer las necesidades básicas de un hogar, mismo que está compuesto por 4 miembros con 1,6 perceptores de ingresos, quienes perciben una remuneración básica unificada (Instituto Nacional de Estadísticas y censos , 2021).

Ilustración 4
Canastas Familiares: Básica y Vital



Fuente: (INEC, 2021)

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

El costo de la canasta básica familiar, compuesta por 75 productos, es de USD 710,95 para el mes de mayo de 2021, mientras que el ingreso promedio de los hogares alcanzó los USD 746,67. Esto quiere decir un excedente teórico para las familias de USD 35,73. Mientras que el costo de la canasta vital, compuesta por 73 productos, se ubicó en USD 501,51 lo que dejó un excedente en el presupuesto de las familias de USD 245,15. Son un conjunto de bienes y servicios imprescindibles para satisfacer las necesidades

básicas del hogar que, en promedio está compuesto por cuatro miembros de los cuales 1,6 ganan el salario básico de USD 400.

Tasas de Interés.

El Universo (2020) menciona que “los valores de las tasas activas efectivas son publicados mensualmente por el Banco Central del Ecuador y rigen para las entidades financieras privadas, públicas y del sector popular y solidario”.

Tabla 5
Tasas de Interés Referenciales

Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva	% Anual	Tasa Activa Efectiva	% Anual
Referencial para el segmento:		Máxima para el segmento:	
Productivo Corporativo	8.06	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.78	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.14	Productivo PYMES	11.83
Consumo Prioritario	16.56	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.10	Educativo	9.50
Educativo Social	5.91	Educativo Social	7.50
Vivienda de Interés Público	4.97	Vivienda de Interés Público	4.99
Vivienda de Interés Social	4.98	Vivienda de Interés Social	4.99
Inmobiliario	10.07	Inmobiliario	11.33
Microcrédito Minorista	20.12	Microcrédito Minorista	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple	20.99	Microcrédito de Acumulación Simple	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.55	Microcrédito de Acumulación Ampliada	23.50
Inversión Pública	8.32	Inversión Pública	9.33

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2021)

Elaborado por: Autor

Se puede evidenciar en la tabla 5 las tasas referenciales y máximas presentadas por el Banco Central del Ecuador para el mes de junio del 2021, y los porcentajes anuales que equivalen a pagar si se llegará a adquirir un crédito para poder financiar el proyecto de emprendimiento.

Socio cultural.

Calidad de Vida.

San Miguel de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura. Está ubicada a 115 Km. Al Noreste de Quito a 125km al sur de la ciudad de Tulcán, con una Altitud de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y agradable durante el año la temperatura

generalmente varía de 13°C a 24°C y rara vez baja a menos de 11°C o sube a más de 26°C (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Ibarra, 2020).

Está constituida por cinco parroquias Urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranquí, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales; San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.

La ciudad de Ibarra cuenta con todos los servicios básicos; luz, agua, alcantarillado, necesarios para que la población pueda tener una calidad de vida óptima. En lo que se refiere a salud, se puede decir que cuenta con lugares especializados como: hospitales, clínicas, distritos de salud que tienen como misión fundamental el servir a la ciudadanía, cuando presenten enfermedades que afecten a su bienestar tanto físico como emocional (PDYOT, Ibarra, 2020)

Demografía.

Según las proyecciones del INEC el Ecuador tiene 17'510.643 al 2020 siendo población masculina 8'699.507 y femenina 8'674.179, proyectando 88.311 nacimientos y 21.485 muertes, la población del Cantón Ibarra representa un 1.26% de la población nacional con 221.149 habitantes (PDYOT, Ibarra, 2020).

Tabla 6
Cuadro de la población por género

CUADRO DE POBLACIÓN POR GÉNERO			
Género	2010	2015	2020
Hombres	91.304	99.343	107.396
Mujeres	96.709	105.225	113.753
TOTAL	188.013	204.568	221.149

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: Autor

Por lo cual, la distribución etaria de la población de Ibarra está dividida en grupos como se indica en la tabla 7.

Tabla 7
Estructura de la población, pirámides poblacionales

Grupos de edades	Hombre	Mujer	Proyección 2020
< 1 año	1.923	1.988	3.911
1 – 4	7.712	7.972	15.683
5 – 9	9.504	9.825	19.330

Grupos de edades	Hombre	Mujer	Proyección 2020
10 – 14	10.021	10.360	20.381
15 – 19	10.265	10.612	20.876
20 – 24	9.800	10.131	19.930
25 – 29	8.939	9.241	18.180
30 – 34	8.176	8.452	16.628
35 – 39	7.523	7.777	15.299
40 – 44	6.765	6.994	13.759
45 – 49	6.039	6.243	12.281
50 – 54	5.388	5.569	10.957
55 – 59	4.439	4.589	9.028
60 – 64	3.493	3.611	7.103
65 – 69	2.736	2.829	5.565
70 – 74	2.287	2.364	4.651
75 – 79	1.723	1.781	3.504
80 y más	2.006	2.074	4.081
Total	108.739	112.410	221.149

Fuente: (INEC, Proyecciones INEC, 2020)

Elaborado por: Autor

Se puede observar los rangos de edades, género y las proyecciones en el año 2020, siendo el rango de 15 a 19 años con mayor número de población en relación a los demás.

Población Económicamente Activa.

Según Editorial Etecé (2022) la población económicamente activa, conocida también como fuerza de trabajo es “la cantidad de personas que se encuentra en la etapa de la vida laborable o productiva. En este grupo se incluyen las personas que tienen ocupación y las que no, pero la están buscando”.

Tabla 8

Población económicamente activa PEA del cantón Ibarra

PARROQUIA	AÑO 2020	%	PET
IBARRA	170.549	77,12%	24.813
AMBUQUÍ	6.685	3,02%	4.354
ANGOCHAGUA	3.983	1,80%	2.594
CAROLINA	3.343	1,51%	2.178
LA ESPERANZA	8.988	4,06%	5.854
LITA	4.088	1,85%	2.663
SALINAS	2.125	0,96%	1.384
SAN ANTONIO	21.388	9,67%	13.931
TOTAL GENERAL	221.149		161.844

Fuente: (PDYOT, Ibarra, 2020)

Elaborado por: Autor

Para realizar este análisis se ha partido de la información del último censo de población y vivienda realizado en noviembre del 2010, y proyecciones de la Secretaría

Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), la Población en Edad de Trabajar (PET - población de 15 años en adelante) y la Población Económicamente Activa (PEA – población entre los 15 a 65 años). Ibarra como cabecera cantonal y en la cual se incluyen las parroquias urbanas, cuenta con el 77,12% de la Población Económicamente Activa (PEA), que representa a 111.085 habitantes de su población total y en cada una de las parroquias rurales se observa un comportamiento parecido en este indicador entre el 70 y el 80% siendo este proporcional con el total de sus poblaciones. (PDYOT, Ibarra, 2020).

Tabla 9
Tasa de desempleo

Indicador	2010	2011	2012	2013
Tasa de desempleo (15 y más años)	5	5,1	2,3	5,6
Tasa de subempleo (15 y más años)	66,8	62,5	56,1	53,3
Tasa de ocupación plena (15 y más años)	27,9	32,2	36,8	40,9
Tasa de ocupación del sector informal (15 0 más años)	51,2	50,8	51	46,1
Tasa de desempleo (18 a 29 años)	8,9	9,7	6,1	9,9

Fuente: (PDYOT, Ibarra, 2020)

Elaborado por: Autor

A pesar de que la tasa de desempleo urbano a nivel nacional aumentó de marzo 2009 a marzo 2010, en cinco ciudades de referencia dicha tasa disminuyó. Esto significa que el incremento del desempleo tuvo lugar en 122 centros urbanos del país que incluye Ibarra. Sin embargo, el INEC presenta información desagregada a nivel provincial del censo realizado en el 2010 y para Imbabura se tiene una tasa de desempleo del 5,0% y para el 2013 en las encuestas realizadas por “ENEMDU” de 5,6% y una tasa de subempleo del 53,3%. Tal es así que para el Cantón Ibarra se asume una tasa de desempleo entre el 1,9% y el 3,5% como límites inferior y superior con una tasa estimada del 3,3%. (PDYOT, Ibarra, 2020).

Tendencia de consumo.

En la ciudad de Ibarra el pan es el producto base en los desayunos de los consumidores, como también optan por humitas o quimbolitos. Cabe recalcar que el plátano verde es un producto netamente de la costa ecuatoriana por lo que dificulta que sea consumido con frecuencia en la sierra. Sin embargo, algunos de los consumidores prefieren el plátano verde y sus derivados como parte de su desayuno cotidiano.

En los últimos años la economía en cuanto a gastronomía se ha visto afectada por la migración de países vecinos. Trayendo como consecuencia la introducción de nuevos productos alimenticios, dejando de lado la comida típica nacional.

Tecnológico.

Actualmente en el país no se utiliza grandes maquinarias para la elaboración de productos a base de plátano verde, dado que estos son realizados de manera artesanal mediante la manipulación de los insumos por el personal, donde se utiliza maquinaria básica como cocinas industriales, freidora industrial e instrumentos pequeños como cortadores de masa, moldes, entre otros.

Cabe mencionar que en Ecuador no existen datos de establecimientos que hayan incorporado en su proceso productivo nuevas maquinarias aparte de molinos. En cuanto a nivel nacional, dentro de las industrias de alimentos especializados en empanadas de cualquier tipo incorporan maquinaria especializada para elaborar estos productos dado que estos realizan producción a escala y son comercializados en supermercados.

Por otro lado, la publicidad se realizará mediante el uso de la tecnología actual como son las redes sociales, así como los pedidos serán receptados vía WhatsApp, se contará con un servicio de Delivery para reducir el tiempo de esperar y ofrecer un mejor servicio.

1.8.1. Situación competitiva de la Industria

Análisis de PORTER.

La intensidad de la rivalidad entre competidores del sector.

No existe un dato exacto de cuantos establecimientos en el país comercializan productos elaborados a base de plátano verde, sin embargo, la mayor cantidad de dichos establecimientos se encuentran en la región costa debido a que en este sector es donde se consume mayormente este producto.

Por otro lado según el catastro turístico del Municipio de Ibarra (2021) y la ficha de observación realizada, se pudo identificar que en la ciudad de Ibarra existen

aproximadamente 7 locales que ofertan productos alimenticios hechos a base de plátano verde similares a los propuestos en el presente proyecto, sin embargo solo existe un establecimiento que comercializa los productos innovadores que se pretende implementar como son los patacones con relleno de pollo y tortillas de camarón, representando que la rivalidad entre competidores directos es bajo dado que existe una escasa participación en el mercado de Ibarra al existir una limitada variedad de productos elaborados con plátano verde, resultado ventajoso para el proyecto. Por otro lado, dentro del sector existen establecimientos que comercializan productos sustitutos como: humitas, empanadas, tamales, entre otros, representando una alta rivalidad para el proyecto debido a que las personas oriundas de la región sierra que residen en la ciudad son acostumbrados a consumir productos tradicionales del sector.

El poder de negociación de los proveedores.

Los proveedores directos de la materia prima como son el plátano verde, las legumbres, el aceite, pollo y camarón entregan al por mayor en el mercado mayorista los días de feria que por lo general son los días lunes y jueves. Mediante la ficha de observación se logró evidenciar que es conveniente dotarse de productos los días jueves debido a que los precios son más accesibles y los productos frescos.

Al existir varios proveedores dentro de la ciudad donde se podría adquirir los insumos necesarios para la elaboración de los distintos productos propuestos permite disponer el poder de negociación al emprendimiento propuesto, es decir, permite negociar a la empresa los precios de cada producto según las necesidades que este presenta, siendo beneficioso dado que puede identificar un proveedor que le comercialice a precio accesible y productos de buena calidad.

El poder de negociación de los clientes.

La ficha de observación permitió evidenciar que el poder de negociación se centra en los clientes debido a la existencia de otros establecimientos que comercializan este producto, así como productos sustitutos, por lo cual estos presentan el poder de elección, por lo que es importante ofrecer productos y servicio de calidad para que el cliente cumpla sus expectativas y prefieran a la empresa ante las ya existentes en la ciudad.

La amenaza de nuevos entrantes (barreras de entrada).

Considerando que en el país se da apertura a la creación de nuevos establecimientos, la amenaza de nuevos entrantes es alto debido a que no existen grandes barreras de entrada solo algunos aspectos que se deben cumplir como permisos de funcionamiento, permisos sanitarios, certificados, entre otros. Por otro lado, para iniciar este tipo de actividad económica se necesita una pequeña inversión ya que su proceso productivo es de forma tradicional, es decir no necesita maquinaria de alta tecnología.

La amenaza de productos o servicios sustitutos.

De acuerdo con la información obtenida a través de la ficha de observación, se identifica que en la ciudad de Ibarra existen varios locales que ofertan productos sustitutos como pan, humitas, quimbolitos, tamales, empanadas y otras opciones de desayunos o comidas de media tarde, trayendo como consecuencia el alto nivel de amenaza que existe con los productos sustitutos, dado que las personas del sector optan por consumir dichos productos ya sea por el costo o por la costumbre.

1.8. Matriz AOOD

Tabla 10
Matriz de Riesgos y Oportunidades

MATRIZ DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES	
ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none">• Fuentes de financiamiento• Proveedores de materia prima• ARCSA• Gobiernos descentralizados e instituciones públicas• Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera	<ul style="list-style-type: none">• Productos sustitutos• Competencia
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none">• Lugar estratégico• Leyes que favorecen al emprendedor• Facilidad de créditos para emprendimientos• Nueva tecnología• Acceso a servicios básicos y tecnológicos• Registro Nacional de emprendimientos• 65% de la población dentro del segmento de mercado	<ul style="list-style-type: none">• Incremento en el índice de inflación• Escasez en la cosecha de plátano verde debido a la temporada• Incremento del desempleo• Disminución del PIB• Cambios en la Ley tributaria.

Fuente: Diagnostico

Elaborado por: Autor

1.9. Conclusión Diagnóstica

En el presente capítulo se dio a conocer la importancia que tiene el diagnosticar el macroentorno donde se pretende implementar la empresa propuesta, dado que se permite identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que se podrán presentar. Por ende, en cuanto al aspecto político se identificó que dentro del país existen leyes que respaldan y garantizan los derechos y beneficios que tienen los emprendimientos nacientes. Por otro lado, relacionado con el factor económico se determinó posibles riesgos debido a la disminución consecutiva del PIB e incremento de la inflación, ocasionando que la población al no contar con suficiente circulante adquieren solamente productos que integran la canasta básica. Dentro de lo social se reconoce que el 65% de la población de la ciudad de Ibarra forma parte del segmento de mercado al que va dirigido el producto, por último, en cuanto a la tecnología se puede evidenciar que no existen datos exactos de empresas ecuatorianas que utilicen maquinaria especializada en elaborar este producto, sin embargo, a nivel mundial si existen industrias que aprovechan el avance tecnológico existente.

Tomando en cuenta las diferentes variables se concluye que es de suma importancia el dar a conocer los aspectos positivos y negativos que conlleva la creación de una empresa y su posicionamiento en el mercado, dado que al analizar la industria se identificó que la rivalidad entre competidores es alta por la existencia de establecimientos que comercializan productos iguales al propuesto, así como de sustitutos. El poder de negociación con los proveedores lo tiene la empresa debido a la existencia de varios de ellos en el mercado de Ibarra. El poder de negociación de los clientes lo presentan ellos dado al número de establecimientos radicados en el sector tanto de productos iguales como sustitutos. El poder de nuevos entrantes es alto dado a las escasas barreras que existen en el país, finalmente la amenaza de productos sustitutos es alta dado que en el sector existe una gran variedad de productos que son consumidos en el desayuno o media tarde. Por otro lado, buscar la efectividad y consolidación de la misma, la innovación y los diversos requerimientos que conlleva la creación de dicha empresa trae como consecuencia el crecimiento de la economía local, beneficiando directa e indirectamente a los diferentes usuarios que gocen del desarrollo de la misma.

CAPÍTULO II

Fundamentación teórica

2.1. Introducción

El presente capítulo consta de varias definiciones e ideas que sustentan el desarrollo del trabajo de investigación. Estas se apoyan en artículos científicos, libros, informes gubernamentales emitidos por los entes de control que dan información completa para llevar a cabo el proyecto.

La fundamentación teórica se desarrollará a través de dos subtemas: la fundamentación teórica de los procedimientos metodológicos aquí se desarrolla el enfoque y metodología utilizada en la investigación; segundo la fundamentación de la propuesta donde se sustenta el tema de investigación a través de términos generales donde se relaciona con estándares comunes relacionados a proyectos de inversión y términos específicos ligados al tema y producto propuesto.

2.2. Objetivo

Determinar los fundamentos teóricos y metodológicos mediante bases legales y bibliográficas a fin de desarrollar el proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.

2.3. Fundamentos Teóricos

2.3.1. *Fundamentación Metodológica*

La fundamentación metodológica es el instrumento que enlaza el sujeto con el objeto de la investigación (Chagoya, 2018). En este apartado se conoce el tipo de investigación, métodos, tipo de muestreo y técnicas e instrumentos a emplearse para recopilar la información necesaria que sustente la idea de negocio y conduzca al desarrollo del proyecto de emprendimiento. Al obtener esta información se puede conocer el campo de estudio al cual se va a introducir.

2.3.2. Tipo de Investigación

Los tipos de investigación hacen referencia a los diferentes enfoques que permiten al investigador conocer el problema a tratarse, para de esta manera buscar soluciones y lograr satisfacer necesidades. En el presente proyecto se utiliza el siguiente tipo de investigación.

Investigación cuanti - cualitativa o mixta.

La investigación mixta como bien dice su nombre combina dos investigaciones, su fin no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino más bien utilizar las fortalezas de los dos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades y riesgos potenciales. (Sampieri, 2014).

El tipo de investigación que se aplica en el presente proyecto de emprendimiento es de tipo mixto, es decir cuenta con los dos tipos de investigaciones tanto cuantitativa como cualitativa. De manera cualitativa al momento de aplicar las fichas de observación para obtener información relevante con respecto al proyecto, y cuantitativo dado que a través de la información recolectada mediante las encuestas aplicadas se podrá identificar el nivel de aceptación que tendrá el producto en el mercado de Ibarra.

2.3.3. Método

El método es una manera ordenada y sistemática de proceder para llegar a un resultado o fin determinado (Martínez, 2015). Para el desarrollo del proyecto de emprendimiento se utilizará el siguiente:

Método Descriptivo.

Según Sampieri (2014) a través de este método se busca especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, solamente se pretenden recoger información relevante de forma independiente o a su vez conjunta sobre las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

Este método se lo realiza mediante la observación a la población a la cual va dirigida, a través de la aplicación de una ficha de observación donde se puede evidenciar la situación competitiva de la industria, posibles proveedores y clientes.

Método Deductivo.

El método deductivo consiste en que parte de lo general que pueden ser leyes o principios, a lo particular como lo es los fenómenos o hechos que son concretos (Editorial Etecé, 2021).

Este tipo de método se emplea en el desarrollo del presente proyecto, al realizar el estudio económico puesto que aquí se analizan varios indicadores financieros que dan a conocer si el proyecto es viable en el mercado, además se permite obtener datos relevantes usados en el estudio de mercado, como lo son la demanda, oferta, nivel de aceptación, entre otros.

2.3.4. Tipo de Muestreo

Muestreo No Probabilístico.

Este tipo de muestreo corresponde a la selección de las unidades o elementos de estudio, según el criterio o conveniencia del investigador (Martínez, 2012).

El muestreo no probabilístico es utilizado al momento de seleccionar a la población a la cual se va a realizar las encuestas, de esta manera se obtiene información del segmento seleccionado a criterio del investigador, conforme a las necesidades que se deban conocer. El tipo de muestreo a utilizar es mediante Bola de nieve, misma que consiste en la selección de una muestra inicial o básica de individuos y en cada entrevista se pregunta a que persona recomienda para realizar una encuesta. Luego se visita a esos casos referenciados por los primeros, repitiendo el procedimiento hasta que se completa la muestra (Bologna, 2018).

Este tipo de muestreo garantiza que los individuos seleccionados que son parte de la población muestren resultados más específicos de cada una de sus necesidades, al

aplicar los instrumentos de recolección de la información, siendo la fuente de información necesaria al momento de realizar el estudio de mercado.

Población.

La población hace referencia al universo o conjunto de elementos sobre los que se realiza una investigación o un estudio (Lugo, 2021). Los elementos que conforman una población representan aquellos que comparten alguna característica en común.

Para la identificación de la población objeto de estudio, se considera el VII censo nacional de población realizado en el año 2010, de los 14' 483 499 habitantes que tiene el Ecuador, la población total del cantón Ibarra alcanza a 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres (INEC, 2010).

Evolución de la población.

Según las proyecciones del INEC, la población del Cantón Ibarra representa un 1.26% la población nacional, es decir que para el año 2020 la población de Ibarra fue 221.149 habitantes. De los cuales 107.396 son hombres y 113.753 son mujeres.

Sin embargo, el proyecto va dirigido a personas de entre 15 a 64 años tanto hombres como mujeres, de acuerdo a los datos presentados en el PDOT representa el 65% de la población total de Ibarra, dando como resultado un total de 144.046 personas, distribuido de acuerdo al género como se detalla en la tabla 11.

Tabla 11
Población por género

CUADRO DE POBLACION POR GENERO (PROYECCION AL 2020)	
Edades comprendidas 15 a 64 años	
Hombres	70.827
Mujeres	73.219
TOTAL	144.046

Fuente: (PDYOT, 2020)

Elaborado por: Autor

Selección de una muestra.

La muestra representa una parte de la población, es decir es un subconjunto del universo en que se llevará a cabo la investigación, mismos que comparten características comunes o similares (Lugo, 2021).

El cálculo de la muestra será a través del método bola de nieve que consiste en, un sujeto le da al investigador el nombre de otro, que a su vez proporciona el nombre de un tercero, y así sucesivamente hasta completar el número de encuestas que se ha establecido, para lo cual se va a tomar a la población de la ciudad de Ibarra que oscila entre los 15 y 64 años de edad misma que asciende en 2020 a 144.046, de los cuales se realizará el estudio solo a 387 según el criterio del investigador.

2.1.1. Técnicas e instrumentos

Los instrumentos a utilizarse para la recopilación de información son las fichas de observación y las encuestas, que se aplicarán en la ciudad de Ibarra a hombres y mujeres de 15 a 64 años.

Fichas de Observación.

Este tipo de instrumento recoge la información que solo puede ser recolectada de forma visual, las acciones de las personas, los objetos o hechos de los que hay evidencia concreta; aquí los encuestados no manipulan las respuestas y el investigador no interviene, solo registra las acciones que ocurren (Marte Alvarado, 2019).

Las fichas de observación se utilizan en el desarrollo del diagnóstico, para poder conocer la tendencia de consumo que tiene la población; además, la posición de la industria, los posibles clientes, proveedores, la competencia y productos sustitutos que se encuentran en el mercado. Por otro lado, también se utiliza en la recopilación de datos de la oferta para analizar los productos que se encuentran inmersos en el mercado de Ibarra.

Encuestas.

Es la aplicación de un cuestionario estructurado a un grupo representativo del universo que se está estudiando. Contiene una guía de preguntas o de indicadores para

detectar sobre la persona o la comunidad todos los elementos que permitan conocer de ella desde sus orígenes hasta el momento actual (Baena Paz, 2014).

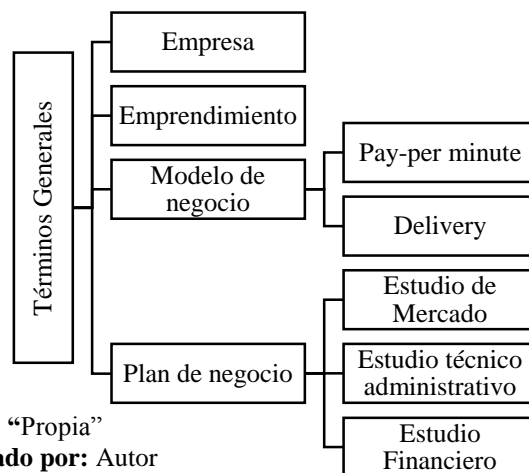
La encuesta se aplica a la población seleccionada a través del cálculo de la muestra, siendo importante para el desarrollo del proyecto de emprendimiento, dado que se podrá recabar información relevante para la ejecución del estudio de mercado, puesto que aquí se conoce la demanda, oferta, nivel de aceptación y precio con el que puede el producto adentrarse en el mercado, y así permitir desarrollar el estudio financiero para conocer la factibilidad del proyecto.

2.2. Fundamentación de la Propuesta

2.2.1. Términos Generales

Para poder comprender de mejor manera el estudio que se pretende realizar, se colocan varios términos utilizados dentro del presente trabajo de titulación.

Ilustración 5
Términos Generales



Fuente: “Propia”
Elaborado por: Autor

Empresa.

El término empresa puede ser definido desde diversos puntos de vista, ya sea económico, organizativo o entre otros; sin embargo, para Gutiérrez (2016) combina los diferentes enfoques señalando que “una empresa es el conjunto de factores humanos, materiales, financieros y técnicos organizados e impulsados por la dirección, que trata de conseguir unos objetivos de acuerdo con el fin establecido previamente” (p.39). La

actividad principal de una empresa radica en la transformación de una serie de factores productivos en un bien o servicio con el cual se pretende satisfacer las necesidades de los consumidores.

Las empresas pueden clasificarse de diferentes formas, de acuerdo con la naturaleza de su actividad económica, la empresa propuesta forma parte del sector secundario debido a que realiza la transformación de un producto en otro ya terminado para su consumo, no obstante, también brinda un servicio a sus clientes formando parte también del sector terciario. Sin embargo, para Barrols (2019) este tipo de empresa forma parte únicamente del sector terciario o de servicios, ya que el CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas) señala que los establecimientos dedicados a esta actividad son conocidos como servicios de comida y bebidas.

Emprendimiento.

El emprendimiento según la página web Definición.de (2020) representa la decisión de aprovechar una oportunidad existente en el mercado asumiendo el riesgo al momento de invertir recursos con el objetivo de generar beneficios futuros, dentro de este interviene el emprendedor quien es la persona que ejecuta o crea dicha empresa; por ende, este al desarrollar nuevos negocios con el fin de satisfacer las necesidades de la población, permiten incrementar la productividad y generar la mayor parte de empleo.

Según el informe GEM-Global Entrepreneurship Monitor (2019-2020), dentro de Latinoamérica, el Ecuador representa el país con mayor número de creación de emprendimientos nuevos. El emprendimiento en el país en su mayoría está orientado hacia actividades de comercio y a productos y servicios vendidos en el mercado doméstico, esto con el fin de aprovechar la oportunidad de crear un nuevo negocio que permita generar beneficios, obtener una independencia económica y la satisfacción de necesidades a la sociedad en general. Algunos aspectos como la capacidad emprendedora de la sociedad, la educación, la apertura del mercado, las normas sociales y culturales, entre otros son los que facilitan la generación de actividades productivas dentro del territorio, mientras que las regulaciones en el mercado de trabajo, la burocracia y la

corrupción son elementos que entorpecen y dificultan el desarrollo y dinamismo del sector productivo.

Sin embargo, la política pública en los últimos ha sido un elemento clave e importante dentro de este escenario emprendedor y se ha enfocado en la construcción de normativas, instituciones y programas que ayudan a promover el espíritu emprendedor y la consecución de proyectos productivos dentro de la sociedad ecuatoriana.

Modelo de negocio.

De acuerdo con la página Emprendedores (2021) señala que un modelo de negocio constituye una herramienta inicial antes de la ejecución de un plan de negocio, dado que permite definir con claridad que se va a ofertar al mercado, cómo se lo va a hacer, a quién lo va a vender, cómo se lo va a vender y de qué forma se va a generar ingresos. Con lo expuesto anteriormente, para el proyecto se consideró la aplicación de dos modelos conocidos en los mercados permitiendo gestionar de la mejor manera a la empresa propuesta, los cuales se conceptualizan a continuación.

Business to consumer. – este modelo de negocio consiste en la comercialización directa mediante un establecimiento físico. Como lo señala Mendieta (2019):

“Las compañías B2C están orientadas a satisfacer la demanda directamente a los consumidores, por ejemplo: una tienda de ropa, un restaurante, un cafetín, etc. Así que, las empresas B2C se dirigen al mercado de consumo masivo, es decir, empresas que ofrecen productos o servicios a personas”. (p.10)

Se eligió este tipo de modelo dado que con esto se podrá llegar directamente al consumidor y conocer las percepciones que estos presentan con relación a los productos.

Delivery.- el servicio de delivery se basa en que las empresas ofrecen el servicio de entrega a domicilio los productos adquiridos por los clientes, mismos que son solicitados vía online o por medios telefónicos. Actualmente este modelo de negocio se ha ido aplicando en varios negocios tanto a nivel nacional como internacional demostrando su funcionamiento exitoso. Se seleccionó este modelo debido a que se podrá

llegar a una gran parte del mercado ya que la falta de tiempo de las personas, la distancia, pandemia, avance tecnológico, entre otros factores, la idea de comida a domicilio se ha convertido en una opción muy atractiva.

Plan de negocio.

Un plan de negocio es una herramienta donde se comunica e informa una idea de negocio, que a través de este se pueda moderar, planificar y posteriormente ejecutar, así como identificar los resultados como conclusión del mismo determinando si el proyecto es rentable o no (López, 2020). Para lo cual, el plan de negocio debe ser riguroso, preciso, entendible y lo más exhaustivo posible.

Para Baque, et al., (2019) un plan de negocios no solo está ligado a la implementación de un producto estrella en el mercado, sino relacionado también con la ejecución de estrategias que permitan obtener ganancias con los productos ofertados, de tal forma que exista un impacto positivo para el consumidor al aplicar diversas estrategias en la cadena de valor propuesta. Dentro de la ejecución del plan de negocio se desarrolla tres estudios primordiales como el de mercado, técnico administrativo y financiero, mismos que a continuación se conceptualizan cada uno de ellos con los elementos que los integran.

Estudio de Mercado.

Para Rodríguez (2018), el estudio de mercado es un documento que contiene los resultados obtenidos del estudio de la demanda que presentará el bien o servicio dentro del mercado meta. El punto de partida lógico para la formulación y el análisis de todos los proyectos de inversión es el estudio de mercado, dado que genera la información completa para el desarrollo de los demás elementos del plan de negocio. Sí dentro del estudio de mercado no existe una demanda suficiente de los productos propuestos en un proyecto, se dice que carece de base económica. Suárez (2017) indica que la importancia del estudio de mercado dentro de un plan de negocio, señalando que:

“El estudio de mercado nos ayuda a conocer la respuesta de nuestros posibles clientes (nuestro target) y proveedores y analizar nuestro producto, el precio, la distribución y, en definitiva, todos los factores a analizar en el plan de marketing

de un negocio. Cuestiones que toda empresa debería conocer, que en muchas ocasiones pasamos por alto y que nos ayudan a tomar las decisiones más acertadas” (p.1).

Este estudio tiene la finalidad de obtener y analizar información y datos claves que permitan el desarrollo del plan de negocio, dado que ayuda a la determinación del segmento de mercado, permitiendo identificar la demanda, oferta, precios y comercialización de un bien, para conocer las necesidades del mercado y el nivel de aceptación que tendrán los productos que van a ofertarse y de esta manera los resultados obtenidos ayudarán a tener una visión clara de lo que el cliente necesita. Dentro de este estudio intervienen algunas variables mismas que se detallan a continuación.

Segmento de mercado.- consiste en el proceso de dividir el mercado total en segmentos o grupos más pequeños que sean relativamente homogéneos, a los cuales va dirigido un producto en particular o una categoría de productos (Feijoo, et al., 2017).

Demanda.- representa la cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un precio determinado (Romero, et al., 2018).

Oferta.- se relaciona con la cantidad de productos que los competidores están en disponibilidad de ofrecer al consumidor a un determinado precio (Romero, et al., 2018).

Estrategias de comercialización.- también conocidas como estrategias de mercadeo, consisten en acciones estructuradas y completamente planeadas que se diseñan para llevar a cabo alcanzar los objetivos propuestos, tales como dar a conocer un nuevo producto a la población, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado (Arechavaleta, 2015). Mismas que deben estar relacionadas con factores como producto, precio, plaza y promoción.

Estudio técnico.

El estudio técnico permite verificar la posibilidad técnica para la fabricación del producto o servicio, para lograr los objetivos del proyecto, cuyo objetivo radica en determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario verificar localización, tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, por ende, Romero, et al., (2018) indica que el estudio técnico es:

“Un insumo que aporta la información cuantitativa y cualitativa concerniente a los factores de los productos o servicios que deberá contener el nuevo plan de negocios, esto es: tecnología; infraestructura, equipamiento, cálculo de materiales y mano de obra, aspectos legales, licencias, permisos, obligaciones tributarias”.

Este estudio es fundamental dentro de un proyecto de inversión, ya que se determina aspectos tanto de localización, tamaño óptimo, procesos, ilustrando así todos los factores para un mejor desarrollo del proyecto.

Tamaño del proyecto.- consiste en la capacidad de producción que presenta una planta de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata (Viñán, et al., 2018).

Localización.- La localización del proyecto persigue lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y la rapidez del servicio. Se orienta en dos sentidos: hacia el mercado consumidor o hacia el mercado de insumos o materias primas, dependiendo de que se agregue o no volumen al producto. (Meza, 2017)

- *Macro localización:* ubicación general, representada por el país, ciudad y región.
- *Micro localización:* lugar exacto donde estará ubicado el establecimiento.

Procesos: representa un conjunto de actividades previamente planificadas para conseguir un objetivo, donde se implica la participación de personas y recursos materiales (ISO 9001:2015, 2018)

Estudio económico financiero.

El estudio económico financiero para Romero, et al., (2018) señala la estructura y evolución de los resultados de la empresa es decir de los ingresos y gastos y de la rentabilidad de la misma, así como los activos, deudas y capital que presenta la empresa. De igual manera, señala que el estudio económico determina el tamaño de la empresa, su crecimiento, que es medido por la rentabilidad del mercado y competencia.

Por lo cual, se puede indicar que dentro del estudio económico se proporciona información importante sobre las inversiones, los diferentes gastos de inicio, las inversiones de capital de trabajo, los presupuestos de ingresos, estas inversiones describirán en detalle los activos fijos necesarios para el negocio, y como se han generado los gastos o ingresos en la empresa.

Inversión inicial.- se relaciona con la cantidad necesaria para poner en marcha un determinado proyecto de negocio, donde se involucra la inversión fija, diferida y el capital de trabajo Salvador, et al., (2017). Donde intervienen los siguientes elementos:

Inversión fija.- representa todos los equipos y maquinaria necesaria para cumplir con el funcionamiento de la empresa.

Capital de trabajo.- comprende los recursos económicos necesarios e indispensables para la puesta en marcha de las distintas operaciones de la planta, y forma parte de la inversión inicial.

Estado de situación financiera.- también conocido como balance general, según Fajardo & Soto (2018) representa un estado donde se refleja la situación financiera de una empresa determinada; su estructura es:

- Activo: recursos controlados que generan beneficios económicos futuros.

- Pasivo: obligaciones presentes de la entidad.
- Patrimonio: capital y beneficios que dispone una empresa.

Estado de resultados.- es un reporte financiero como lo señala Fajardo & Soto (2018) refleja los resultados económicos obtenidos durante un periodo determinado mismo que debe ser presentado mínimo una vez por año, donde sus elementos son:

- Ingresos: entradas de recursos por la venta de inventario, prestación de servicios o cualquier otro concepto que se derive de la operatividad de la empresa.
- *Costos*: erogaciones de recursos que se realizan para la producción de un determinado bien o servicio, generando posteriormente un ingreso.
- *Gastos*: decrementos de los beneficios económicos de una empresa, es decir representa los desembolsos que no se podrán recuperar con el desarrollo de las actividades operativas.
- *Utilidad/pérdida*: representa el resultado obtenido al final de un periodo.

Estado de Flujo de efectivo.- consiste en un reporte financiero para Fajardo & Soto (2018) refleja información sobre los movimientos y la generación del efectivo y equivalente de efectivo, relacionada a las actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiamiento.

Estado de cambios en el patrimonio.- genera información contable sobre las partidas que conforman el patrimonio, tiene como fin establecer cómo han ido evolucionando los elementos que constituyen el patrimonio de la entidad, durante un periodo de tiempo (Fajardo & Soto, 2018).

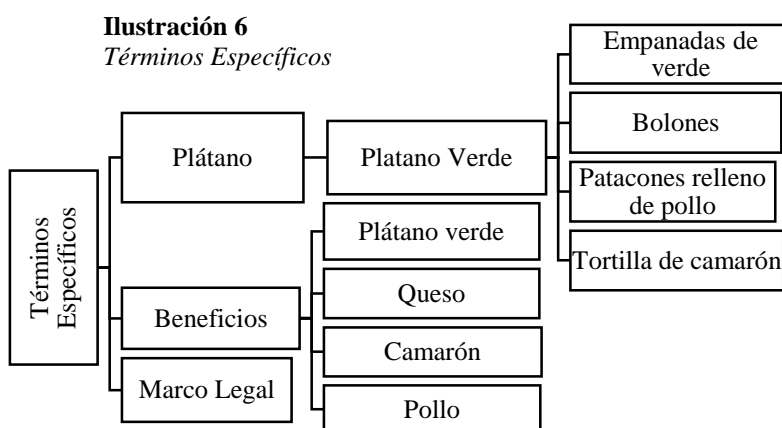
Indicadores financieros.- permiten medir el desempeño y la situación financiera de la empresa, para evaluar y medir la factibilidad de un proyecto, a través de indicadores como Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, periodo de recuperación, relación costo/beneficio, entre otros a través de montos de la inversión, flujos de ingresos y la inversión periódica durante el arranque (Fajardo & Soto, 2018).

Estudio administrativo

El estudio administrativo señala la estructura y cultura organizativa de la empresa permitiendo el buen funcionamiento del mismo, por ende, Guerrero & Santacruz (2016) señala que “un estudio administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa; cuando esta última se encuentra ya en funcionamiento y si aún no se inicia las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en su administración” (p.26).

Dentro de este estudio intervienen algunas variables mismas que se detallan a continuación: *a) misión.-* representa los objetivos que esta pretende alcanzar en la empresa; es decir se define como la razón de ser de la misma y contribuye a la enunciación objetiva de la personalidad e identidad (Aznar, 2017); *b) visión.-* es una herramienta que proporciona dirección a la organización, donde describe el futuro de la misma, es decir señalara que será, quiere o debería ser la empresa en un futuro (Vales, 2017); *c) organigrama.-* es una representación gráfica donde señala cómo se encuentra estructurada la empresa. Remite información relevante de cómo está distribuida su jerarquía, departamentos y relaciones entre los mismos (Andrango, 2018) y *d) manual de funciones.-* consiste en una herramienta en el cual las organizaciones plasman su estructura organizacional y las funciones de cada uno de los puestos existentes en ella, indicando descripción, el perfil y los parámetros de evaluación de cada uno de los puestos (Andrango, 2018).

2.2.2. Términos Específicos



Fuente: “Propia”

Elaborado por: Autor

Plátano.

Para el blog Mercado Alimentos (2021) el plátano es:

“Una fruta tropical procedente de la planta herbácea que recibe el mismo nombre o banano, perteneciente a la familia de las musáceas. Tiene forma alargada o ligeramente curvada, de 100-200 g de peso. La piel es gruesa, de color amarillo y fácil de pelar, y la pulpa es blanca o amarillenta y carnosa” (p.295).

Plátano verde.

Es una variedad del plátano conocido como plátano macho, es más grande y menos dulce que otras variedades de su misma familia. Las características principales de este tipo de plátano son: forma alargada, ligeramente curvada y con un peso aproximado de 200 gramos cada unidad, contiene piel gruesa y de color verdoso y su pulpa es color blanco, la misma que posee una consistencia harinosa y su sabor, a diferencia de otros plátanos, no es dulce ya que apenas contiene hidratos de carbono sencillos o azúcares (ecuaproductos, 2019). Es una fruta de uso exclusivamente culinario. La cocción no altera su contenido nutricional y su preparación es similar al modo que se cocinan las papas y las hortalizas, es decir, cocido, frito, asado o al horno, existen algunos productos que son elaborados con esta fruta, por lo cual se señalan algunas a continuación.

Empanadas de verde.- las empanadas de verde son elaboradas a base de plátano verde por lo que lleva su nombre, contienen un relleno ya sea de queso, pollo, carne o mariscos y se sirven con ají y un café. Se pueden servir para el desayuno, para el cafecito de la tarde, y también como aperitivo (Pujol, Empanadas de verde, 2017).

Bolones.- es un platillo típico de la costa ecuatoriana, considerado un plato ideal para el desayuno, pero también se puede servir como entrada o acompañante. Es preparado con plátanos verdes, los cuales son cocinados y aplastados hasta formar una especie de masa, la que se rellena con queso o chicharrón o chorizo (Pujol, 2018).

Patacones de relleno de pollo.- Los patacones rellenos son los reyes de las preparaciones con plátanos y las perlas gastronómicas, dado que forman parte del arraigo y las tradiciones culturales del país, misma que son preparados con plátano verde con rellenos de algún condumio en este caso de pollo , estos pueden servirse solos o con acompañantes como salsa de ají, salsa rosada, salsa de cilantro, entre otros (La Buena, 2018).

Tortillas de camarón.- son deliciosas tortillas, son muy tradicionales en la costa ecuatoriana. Su preparación es sencilla y se basa en una masa de plátano verde que se rellena con un condumio de camarón (Cocina ecuatoriana, 2018).

Beneficios.- los productos propuestos brindan varios beneficios nutricionales al ser humano gracias a los ingredientes con los que son elaborados. De acuerdo a la revista Diario Libre (2020) los plátanos verdes se destacan por ser una fruta con un gran contenido en hidratos de carbono, que brindan energía de calidad para el organismo, destacado por su alto contenido en fibra, potasio, magnesio, vitamina C y ácido fólico en forma de betacarotenos. El plátano verde posee un importante valor nutricional, por su aporte energético en la dieta diaria de los ecuatorianos.

Por otro lado, con relación al queso la revista web Frisona Española (2021) indica que contiene varias proteínas dado al alto valor biológico que presenta, incluso posee una cantidad de proteínas superior a los que dispone la leche, en cuanto al calcio presenta una mayor concentración a comparación de otros productos siendo beneficioso su consumo para el ser humano.

En cuanto al camarón, el blog pacific - Mercado y comidas del mar (2019) señala que los camarones presentan algunas ventajas nutricionales en el consumo del mismo dado que aporta calorías, grasa proveniente de grasa saturada, proteínas que ayudan a reforzar el sistema inmunológico, construyendo masa muscular y energía. De igual manera aporta vitaminas como B12, B6, vitamina E y vitamina A y minerales como selenio, calcio, magnesio, manganeso, cobre, zinc, sodio, fosforo, potasio y hierro. Sin embargo, su consumo excesivo puede ser perjudicial para la salud. Finalmente, en relación con el pollo mismo que es usado para el relleno del patacón, brinda algunos

beneficios y propiedades, algunos de ellos son: aumenta los niveles de serotonina en el cerebro, mejorando el estado de ánimo, ayuda en la pérdida ósea gracias a la inyección de proteínas que aporta al organismo, es rico en fósforo, mismo que es esencial para los dientes y huesos, así como a los riñones y el hígado, mantiene los vasos sanguíneos sanos, los niveles de energía altos, y el metabolismo quema calorías para que pueda manejar un peso saludable, de igual manera el pollo tiene una alta cantidad de retinol, alfa y beta-caroteno, licopeno y, todos los derivados de la vitamina A (Can Duran, 2017).

Marco legal.- el marco legal representa un conjunto de pautas, reglas de conducta, regulaciones, documentación, entre otros, los cuales permiten a una empresa operar dentro de la región. Por ende, para la puesta en marcha del presente proyecto se necesitan varios requisitos como; patente municipal que representa un requisito indispensable al momento de emprender cualquier actividad comercial ya sea a través de un local fijo o con movilidad relacionada con comerciantes de ferias libres (Jiménez, 2016). La patente es otorgada por la municipalidad donde se va a ejercer las actividades económicas para lo cual, según el Municipio de Ibarra (2019) la actividad económica debe registrarse dentro de los treinta días siguientes al mes en el que se inician las actividades, se toma como inicio de estas la fecha que consta en registrado en el Servicio de Rentas Internas (SRI). Por otro lado, se debe obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC), que representa un instrumento indispensable que cada contribuyente debe disponer al momento de iniciar una actividad dentro de un mercado, dado que genera información relevante a la Administración Tributaria permitiendo su respectivo control, cabe mencionar que todas las personas que inicien o realicen una actividad económica dentro del país en forma permanente o parcial están obligados a obtener este instrumento. De acuerdo a RESOLUCIÓN Nro. NAC-DGERCGC21-00000060 del 2022 existen dos tipos de regímenes como son régimen general o régimen RIMPE ya sea negocio popular o emprendimiento, siendo el proyecto parte de este último dado que se proyecta obtener ingresos anuales entre \$20.000 a \$300.000, los cuales deben cumplir con varias obligaciones como son las declaraciones de IVA semestral e IR anual de acuerdo a la tabla emitida por el organismo de control, al ser una sociedad también debe cumplir con la presentación de varios anexos de acuerdo a lo designado por el SRI.

Posterior a esto, al ser una empresa que presta servicio de alimentación de consumo humano debe obligatoriamente obtener un permiso para iniciar las actividades económicas el cual es otorgado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), el cual es un documento que indica que el establecimiento cumple con los requisitos de higiene y salubridad, así como los requerimientos establecidos en la normativa vigente al momento de elaborar los productos (ARCSA, 2020). Cuyo costo de emisión es de \$ 144,00, el cual no grava IVA.

Por último, se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el cuerpo de bomberos de la localidad, mismo que es la autorización que dicha entidad otorga para iniciar y mantener el funcionamiento de una empresa indicando que cumple con los lineamientos establecidos, el cual tendrá una vigencia de un año calendario, es decir inicia el 1 de enero y finaliza el 31 de diciembre, por lo cual cada se debe renovar, cuyo costo depende del tipo de actividad que realiza.

De igual manera, para tener un plus ante otros establecimientos es necesario e importante obtener una certificación para demostrar el compromiso con la sociedad, permitiendo mejorar la credibilidad y reputación de la misma frente a otros establecimientos o consumidores. Por ende, dado que la propuesta radica en un emprendimiento dedicado a la manipulación de alimentos es indispensable la obtención del certificado de Buenas Prácticas de Manufactura, el cual garantiza que la producción es realizada bajo los mecanismos sanitarios disminuyendo los riesgos provenientes de la elaboración del producto así como evitar daños a la salud del ser humano, siguiendo los principios básicos y prácticas generales de higiene (Gobierno del encuentro, 2021). Cabe mencionar que la única entidad que otorga el certificado es la Agencia Nacional de Regulación, Vigilancia y Control Sanitario (Arcsa), de acuerdo a lo estipulado en la resolución que determina los lineamientos para el cumplimiento de las BPM.

CAPÍTULO III

Propuesta

3.1. Introducción

En el presente capítulo se plantea la propuesta, donde se encuentra diseñado el modelo de negocio a aplicar mediante un lienzo Canvas, herramienta que ayuda a desarrollar y concretar los aspectos fundamentales del modelo de negocio que se van a implementar. Se desarrolla también el estudio de mercado con los objetivos planteados para realizar el proyecto, donde se determina el segmento de mercado a quien va dirigido los productos propuestos y la aplicación de instrumentos de investigación como la encuesta permitiendo recopilar información de los gustos y preferencias de los posibles clientes para identificar el nivel de aceptación que presenta la empresa propuesta. Por otro lado, se ejecuta el estudio técnico administrativo, mismo que pretende analizar la macro y micro localización del proyecto, tamaño de producción en base a su capacidad, y la parte administrativa donde se conocen los valores, políticas, misión, visión, estructura organizativa y manuales de funciones para cada cargo que exista dentro del negocio, siendo parte fundamental del negocio que se va a establecer. Por último, se encuentra el estudio financiero donde se detallan los ingresos, costos, gastos, así como los estados financieros e indicadores que muestran la factibilidad del proyecto a desarrollarse.

3.2. Objetivo general

Diseñar un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.

3.2.1. *Objetivos específicos*

- Elaborar un modelo de negocio para el proyecto de emprendimiento, mediante un lienzo CANVAS.
- Desarrollar un estudio de mercado para obtener datos precisos acerca de la oferta y demanda que existe en la ciudad de Ibarra, a través de la aplicación de encuestas.

- Efectuar un estudio técnico-administrativo para determinar la localización, la capacidad instalada, los procesos y recursos necesarios para la puesta en marcha de la idea de negocio, así como la cultura y estructura organizacional.
- Elaborar un estudio financiero que permita conocer si el proyecto de emprendimiento es viable en el mercado.

3.3. Modelo de negocio

Para el desarrollo del proyecto de emprendimiento se pretende utilizar dos modelos de negocio:

Business to consumer, el cual se relaciona con la comercialización de los productos propuestos directamente al cliente a través de un establecimiento físico implementado por el negocio, el cual dispondrá de infraestructura debidamente instalada que permita elaborar un producto de calidad con la mejor materia prima y personal capacitado, así como entregar un servicio oportuno y puntual.

Delivery donde el cliente no necesitará ir a degustar los productos alimenticios en el local comercial, dado que estos serán llevados hasta la puerta de su hogar o donde se encuentre, realizando previamente el pedido a través de una cuenta de WhatsApp establecida por la empresa.

Se ha seleccionado estos modelos de negocio puesto que permite llegar al consumidor de manera directa, conociendo de cerca las percepciones que tienen sobre los productos, y delivery debido a que la situación que vive el país con respecto a la pandemia del COVID 19 ha hecho que ese este servicio se vuelva el más seguro e indicado para los clientes, pues de esta manera no se exponen al salir de sus hogares y pueden seguir disfrutando de los productos que se ofrecen.

2.2.3. Lienzo CANVAS

Tabla 12
Lienzo CANVAS

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Segmento de clientes
Proveedores de materia prima Empresas que brindan servicio de delivery.	Producción y venta de los productos a base de plátano verde. Campañas de publicidad Control de calidad de materia prima y atención personalizada tanto a clientes como proveedores. Adquisición de materia prima. Manejo de logística.	Comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde (patacón relleno de pollo, tortilla de camarón, bolones, empanadas de verde), con acompañante de ají y bebida, garantizando la calidad, aplicación de normas de higiene, sabor original y experiencia en su elaboración.	Asistencia personal: comunicación directa en el punto de venta y mediante WhatsApp. Asistencia individualizada: atención de requerimientos personales mediante WhatsApp. Asistencia automatizada: envío de publicidad mediante correos electrónicos.	Hombres y mujeres entre los 15 y 64 años que residen en la ciudad de Ibarra.
	Recursos clave Recursos financieros: capital inicial y reservas para casos fortuitos Recursos materiales: maquinaria, menaje de cocina, vehículo y materia prima. Recursos humanos, personal de producción, personal de ventas y proveedores	Servicio de delivery Constante innovación en los productos alimenticios ofertados a los clientes.	Canales <i>Canales de comunicación:</i> WhatsApp Business Facebook Instagram <i>Canales de venta:</i> Local comercial y WhatsApp. <i>Canales de distribución:</i> canal directo, comercialización en punto de venta.	
	Estructura de costos Adquisición de materia prima, pago de sueldos, pago servicio de delivery. Arriendo del local, pago de servicios Básicos		Fuente de ingresos La principal fuente de ingresos comercialización de productos a base de plátano verde. Otras fuentes de ingresos: <ul style="list-style-type: none"> • Bebidas (jugos, batidos) • Productos de terceros (aguas, gaseosas, jugos embotellados) 	

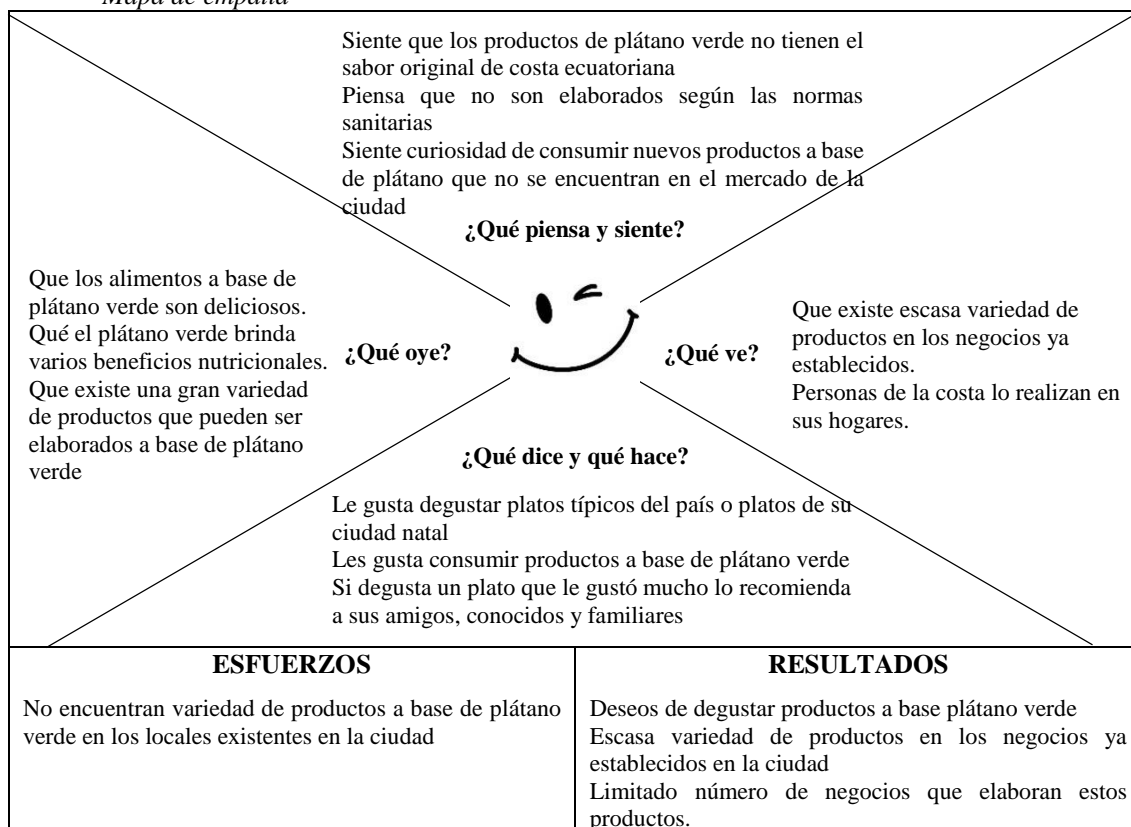
Fuente: Modelo de negocio
Elaborado por: Autor

2.2.4. Descripción de los elementos CANVAS

Segmento de clientes.

Dentro del plan de negocio, el segmento de mercado es de suma importancia, por lo cual se realiza primeramente un mapa de empatía, mismo que permite conocer el comportamiento del presunto consumidor, a través de aspectos como que piensa, siente, que mira en su entorno, que hace y que escucha, así como los esfuerzos y resultados, permitiendo después identificar claramente el segmento de mercado.

Tabla 13
Mapa de empatía



Fuente: Modelo de negocio

Elaborado por: Autor

De acuerdo a la información identificada se puede determinar que el producto propuesto estará dirigido a personas que buscan degustar los productos a base de verde en la ciudad de Ibarra en un lugar confortable y con excelente atención al cliente, mismo que garantice que los productos estén elaborados según las normas sanitarias.

Para lo cual, los productos alimenticios hechos a base de plátano verde se enfocan a hombres y mujeres de la ciudad de Ibarra en las edades comprendidas de 15 a 64 años, puesto que son parte de la población económicamente activa. Los clientes más importantes serán aquellos que cuenten con los medios económicos y redes sociales para poder adquirir y conocer los productos que se ofertan.

Propuesta de valor.

La propuesta radica en la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde con altos estándares de calidad, cumpliendo las normas de higiene establecidas y brindando un servicio acorde a las expectativas del cliente.

Por lo cual, los productos que la empresa ofrece al mercado son cuatro alimentos hechos a base de plátano verde como son: empanadas de verde, bolones, los cuales son muy comunes en el mercado, y productos que no se encuentran en el mercado como son patacón relleno de pollo y tortilla de camarón, siendo estos los productos estrella del proyecto. Cabe mencionar que cada orden será acompañada de ají y con bebida a elegir ya sea café de la localidad, jugos o aguas aromáticas.

Con la comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde se busca satisfacer una de las principales necesidades de los clientes, la cual es el consumo de alimentos de calidad, a través de la introducción de dos productos nuevos en el mercado. También se busca ofrecer el servicio de delivery para aquellos clientes que no puedan acceder al establecimiento.

Relación con los clientes.

Los clientes esperan que se les ofrezca productos de calidad, además de brindarles un servicio exclusivo, donde puedan sentirse a gusto. Por lo cual, se dispondrá de una relación directa con el consumidor permitiendo presentar una comunicación estrecha, por ende la empresa dispondrá de:

- Asistencia personal, es decir los funcionarios de la empresa dispondrán de una comunicación cara a cara con los clientes dado a la prestación de servicio en un

establecimiento físico donde se comercializará el producto y el cliente tendrá la disponibilidad de relacionarse con un representante del emprendimiento ya sea por correo electrónico, redes sociales o llamada telefónica para diferentes circunstancias como reclamos, sugerencia, entre otras. De igual manera, a través de WhatsApp una persona receptorá los pedidos con las características y cantidades mismos que serán enviados a su domicilio.

- Individualizada, ya que se atenderá los requerimientos de cada uno de los clientes, tomando en consideración los aspectos que el cliente lo requiera al momento de receptor el pedido a través de WhatsApp
- Automatizada, ya que se enviará a los clientes concurrentes correos electrónicos con las promociones, nuevos productos, descuentos por fechas especiales, entre otros aspectos.

Canales.

Los canales de comercialización son de suma importancia, dado que a través de estos se dará a conocer el producto al cliente. Por lo cual, se debe determinar los principales canales tanto de comunicación, de venta y de distribución, lo mismos que son detallados a continuación.

- *Canales de comunicación:* los principales canales serán las redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp Business donde se enviará los productos a ofrecer y promociones debido a que facilitan que los clientes conozcan sobre los productos ofertados; además, se realizará publicidad masiva para que la población de la ciudad de Ibarra conozca a la empresa.
- *Canales de venta:* se realizará la venta del producto a través de un canal digital como es WhatsApp donde se receptorá los productos para ser entregados a domicilio y mediante el local comercial establecido en la ciudad de Ibarra donde se comercializará el producto.
- *Canales de distribución:* se manejará un servicio de delivery en la localidad y un canal directo, dado que no se considera intermediarios comerciales para el producto, puesto que la venta será directa al consumidor.

Fuentes de ingreso.

La principal fuente de ingreso es mediante la comercialización de los productos propuestos como son empanadas de verde, bolones, tortillas de camarón y patacones rellenos de pollo, ya sea por venta directa o por venta digital. Sin embargo, se considera otras fuentes de ingresos que contribuyan en la obtención de ingresos, por lo cual se dispone a comercializar otros productos como bebidas ya sea batidos, jugos, o de terceros como aguas, gaseosas, jugos embotellados, entre otros.

Por otro lado, se determina que los clientes pagan actualmente de acuerdo a las políticas de pago de cada establecimiento al que acudan a consumir productos alimenticios, por ende, se considera las principales formas de pago, como son en efectivo o a través de transferencias bancarias; sin embargo, se debe considerar también que varios clientes utilizan la forma de pago con tarjeta de crédito o débito.

Actores clave.

Los principales socios de la empresa son los proveedores de materia prima necesaria para la elaboración de los productos alimenticios, que en este caso son los productores de plátano verde, seguido de los proveedores de hortalizas como tomate riñón, cebolla, pimienta y los proveedores de queso, carnes y mariscos. En el caso de las bebidas, los actores principales son los proveedores de frutas y de bebidas embotelladas como; gaseosas, aguas, jugos, entre otros

Empresas que ofrecen servicio de delivery, donde se adquirirá dicho servicio para la entrega de los productos a domicilio a los clientes que lo soliciten.

Actividades clave.

Las actividades claves permitirán el desenvolvimiento y permanencia en el mercado, por lo cual, se establece las siguientes actividades.

- Actividades para generar valor, representa la producción y venta de los productos a base de plátano verde.

- Actividades para los canales de distribución, se establece campañas de publicidad en los diferentes canales de comunicación, así como establecer promociones y descuentos constantes a los clientes concurrentes.
- Actividades para las relaciones con socios y clientes, se establece control de calidad para la materia prima, atención personalizada tanto a clientes como proveedores, innovación constante en el producto y servicio.
- Actividades para fuentes de ingreso, se consideran dentro de estas la adquisición de materia prima de calidad.
- Otras actividades relacionadas al manejo de logística dado que el producto será enviado al domicilio del cliente por lo que debe ser transportado en las mejores condiciones para que el producto no se dañe.

Recursos clave.

Los recursos claves representan una parte importante del emprendimiento, ya que permiten el desempeño de sus actividades dentro del mercado, por lo cual se debe considerar los recursos financieros, materiales y humanos necesarios para la puesta en marcha del mismo.

- Recursos Financieros: representa el capital inicial necesario para financiar la producción y reservas para casos fortuitos.
- Recursos materiales: maquinaria para la producción, menaje de cocina, y materia prima necesaria.
- Recursos humanos: personal con experiencia en cocina costeña, personal de ventas con experiencia en atención al cliente y proveedores de calidad.

Estructura de costos.

Los costos esenciales y que son necesarios es el pago de alquiler del local, el pago de servicios básicos, la compra de la materia prima, mano de obra y el costo del servicio de delivery de terceros.

En cuanto a los recursos clave más caros son el capital para invertir en el negocio, puesto que se necesita de gran cantidad de dinero para poder establecerlo.

Y las actividades clave que cuestan más es la compra de materia prima, debido a que se gasta gran parte del dinero en abastecerse de estos recursos.

2.3. Estudio de mercado

2.3.1. Diseño de la investigación de mercados

El tipo de investigación que se aplica para el desarrollo del proyecto de emprendimiento es de tipo mixta, es decir tanto cualitativo y cuantitativo, puesto que se necesita información sobre el comportamiento del consumidor en el mercado y recopilar con exactitud valores numéricos que permiten medir la frecuencia de un fenómeno y observar condiciones reales acerca del segmento de mercado, a través de la aplicación de encuestas a los posibles clientes, este dato se ha obtenido a través de la población de la ciudad de Ibarra que oscila entre los 15 a 64 años de edad, con estos datos se puede conocer la demanda, oferta y el nivel de aceptación que tendrá el producto en el mercado, además otros aspectos como gustos y preferencias de la población y el precio a los que estarían dispuestos a cancelar por el producto.

Matriz de variables del estudio de mercado.

Tabla 14

Matriz de variables del estudio de mercado

Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Técnica	Fuente de información
Efectuar un estudio de mercado para obtener información acerca de la demanda y oferta del producto alimenticio hecho a base de plátano verde que se va a presentar en la ciudad de Ibarra.	Identificar la demanda mediante la aplicación de técnicas de recolección de datos para conocer el nicho de mercado.	Demanda	Cantidad de consumo Frecuencia de compra Nivel de aceptación	Encuesta	Segmento de mercado
	Conocer la oferta de productos alimenticios hechos a base de plátano verde.	Oferta	Cantidad de oferentes. Frecuencia de oferta del producto	Encuesta	Segmento de mercado
	Identificar la aceptación por parte de los clientes hacia el producto ofertado.	Producto	Características del producto Presentación del producto	Encuesta	Segmento de mercado
	Verificar los parámetros de precios que los demandantes estén dispuestos a pagar por el producto ofertado.	Precio	Capacidad de pago del consumidor. Formas de pago	Encuesta	Segmento de mercado
	Determinar el lugar adecuado para establecer el punto de comercialización de	Plaza	Lugar de preferencia. Afluencia de personas Página web	Encuesta	Segmento de mercado

productos alimenticios hechos a base de plátano verde.				
Definir las estrategias de promoción y publicidad necesarias para dar a conocer la oferta de nuevos productos alimenticios hechos a base de plátano verde que se adentran en el mercado.	Promoción y publicidad	Medios de comunicación publicitarios. Promociones Canales de difusión	Encuesta	Segmento de mercado

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Autor

2.3.2. Segmentación de mercados

La segmentación de mercados es un proceso que identifica a aquellos consumidores que tienen necesidades en común, con el fin de establecer para cada uno de estos grupos una oferta comercial orientada a satisfacer necesidades, comprender intereses y preferencias de cada uno de los individuos (Munuera Alemán & Rodríguez Escudero, 2020). Por lo cual, el producto y servicio a ofrecer van dirigidos a la población que radica en la ciudad de Ibarra. Por lo cual en la Tabla 15 se detallan los criterios de segmentación a utilizar al momento de segmentar el mercado objeto de estudio.

Tabla 15

Criterios de Segmentación

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
Demográfica	Población de la ciudad de Ibarra de 15 a 64 años.
Geográfica	Ecuador, Imbabura, Ibarra
Psicográficas	Cientes que por su estilo de vida no pueden acceder al local de manera física. Clientes que tienen interés en probar un nuevo producto elaborado con plátano verde.
Conductual	Busca la facilidad de consumo Consumo de productos a base de plátano verde

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Autor

2.3.3. Clientes

Para identificar el perfil del cliente ideal, se parte de los criterios geográficos y demográficos del segmento de mercado al cual se quiere enfocar; por ende, está destinado a la población de la ciudad de Ibarra de 15 a 64 años, que se encuentran dentro de la población económicamente activa dado que poseen poder adquisitivo que les permita

acceder a los diferentes productos. Considerando principalmente aquellos que utilicen en su dieta alimenticia el plátano verde o sea de su agrado consumir este producto en las diferentes presentaciones y a su vez que les guste combinarlo con mariscos, queso o pollo. Así como para personas que tengan el interés de consumir un nuevo producto alimenticio que se prepara con plátano verde.

Por otro lado, los clientes que por su estilo de vida no puedan acercarse físicamente al local comercial por diferentes motivos como falta de tiempo, distancia, entre otros, deseen utilizar el servicio de Delivery que se ofrece para el consumo del producto.

3.3.1. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

Tipo de muestreo.

El método de muestreo que se va a emplear para el desarrollo del estudio de mercado del presente proyecto de emprendimiento, es un muestreo no probabilístico puesto que ayudará a obtener información sobre el segmento de mercado que se pretende estudiar, mismo que se realizará a través de la aplicación de la técnica bola de nieve que consiste en encontrar al primer objeto de investigación, mismo que este dará el nombre de una segunda persona, que a su vez proporcionará el nombre de un tercero, y así sucesivamente hasta completar el número de encuestas que se ha establecido.

En este caso se ha determinado la muestra tomando en consideración que la población de la ciudad de Ibarra, de acuerdo al segmento de mercado, en 2020 asciende a 144.046, por lo cual, al ser un muestreo no probabilístico se estable como base una muestra en base al criterio del investigador, misma que es de 387 personas, considerando que dicho número de personas es pertinente para obtener datos reales sobre la investigación.

3.3.2. Instrumentos de recolección

El instrumento de recolección de información que se utilizará para conocer al segmento de mercado será la aplicación de encuestas, que contienen un cuestionario estructurado con preguntas objetivas, claras y concisas acerca de los productos propuestos para la implementación en el mercado de Ibarra, con el fin de conocer gustos y preferencias de los posibles clientes. Con la información recabada se podrá conocer la oferta, demanda

y nivel de aceptación, así como aspectos importantes para establecer las estrategias de comercialización.

Por otro lado, también se realizará un matriz de observación para conocer aspectos importantes de la competencia como productos que ofertan, precios, presentaciones, entre otros.

3.3.3. Resultados y discusión

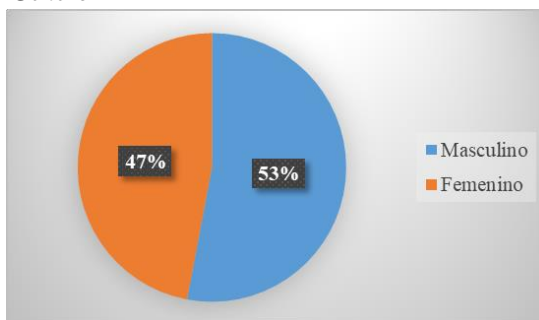
Análisis de la Encuesta.

Se aplicó el cuestionario a 387 personas que residen en la ciudad de Ibarra, para el correspondiente análisis se representará los datos obtenidos en gráficos demostrativos.

1. Género

Ilustración 7

Género



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

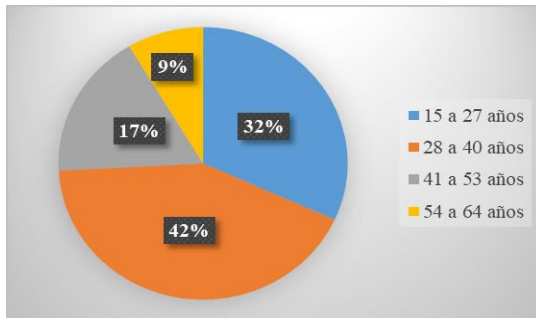
Análisis

Los datos obtenidos a través de la aplicación de las encuestas nos indican que el mayor número de encuestados se concentra en el género masculino y con una diferencia no tan significativa el género femenino, esta variación no influye en la toma de decisiones de estrategias de marketing, puesto que se quiere llegar a los dos segmentos.

2. Edad

Ilustración 8

Edad



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

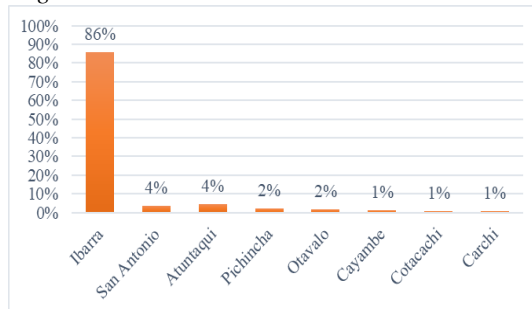
Análisis

El segmento poblacional más representativo de la ciudad de Ibarra corresponde a la edad comprendida entre los 28 a 40 años, seguido de los 15 a 27 años, luego con el de 41 a 53 años y por último los 54 y 64 años. El mayor número de encuestados comprende el segundo porcentaje de edades con empleo en el país señalados en el INEC, es de vital importancia conocer a que segmento enfocarse para las estrategias de marketing.

3. Lugar de residencia

Ilustración 9

Lugar de residencia



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Análisis

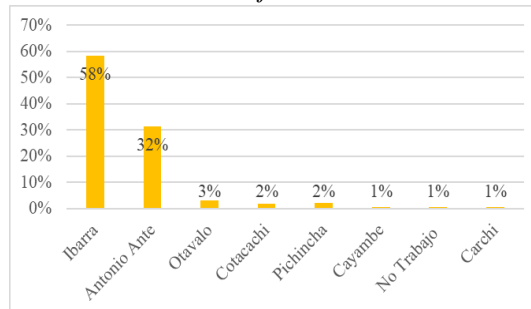
Respecto al lugar de residencia la mayoría de los encuestados indican que residen en la ciudad de Ibarra, el resto de la población viven en lugares aledaños como San Antonio, Atuntaqui entre otros. Es importante conocer en donde se concentra la mayor cantidad los

posibles clientes, pues de esto depende para poder colocar el lugar estratégico donde funcionara la empresa.

4. Cantón en el cual trabaja

Ilustración 10

Cantón en el cual trabaja



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

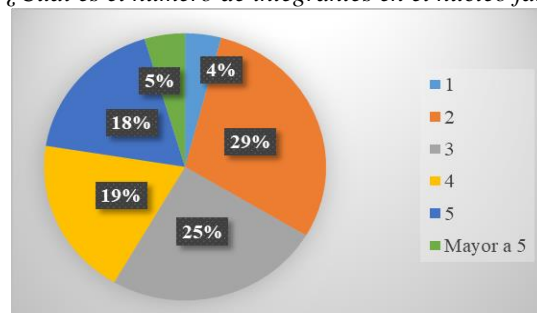
Análisis

En cuanto al cantón en el cual trabaja se logró conocer que la mayor parte de la población encuestada labora en la ciudad de Ibarra, seguido de las personas que trabajan en Antonio Ante y el resto en provincias aledañas al cantón, al concentrarse en mayor número en la ciudad donde se implementará la empresa es de gran beneficio puesto que acudirían con más frecuencia al estar cerca.

5. Indique por favor. ¿Cuál es el número de integrantes en el núcleo familiar?

Ilustración 11

¿Cuál es el número de integrantes en el núcleo familiar?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

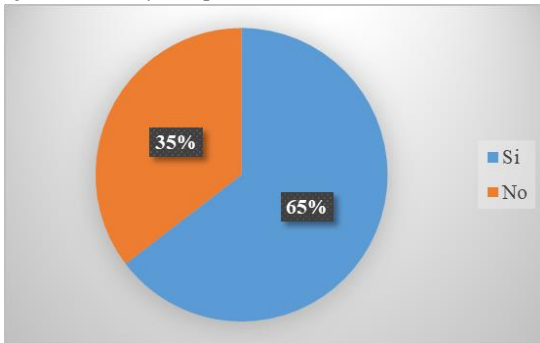
Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos la mayor parte de la población encuestada cuenta con 2 integrantes en el núcleo familiar, seguido de aquellos conformadas por 3 integrantes, posteriormente con 4 integrantes, seguido con 5 integrantes, luego de aquellos con mayor a 5 y por último, la menoría está conforma por 1 solo integrante. Sin gran diferencia en cada uno se puede decir que la empresa tendrá estrategias de mercado para atraer a todo tipo de clientes.

6. ¿Usted incluye al plátano verde en su dieta?

Ilustración 12

¿Usted incluye al plátano verde en su dieta?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

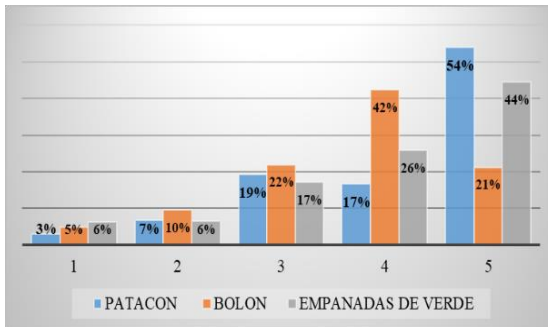
Análisis

La mayoría de los encuestados menciona incluir el plátano verde en su dieta, mientras que el resto prefiere no incluirlo ya sea porque no les gusta o por la falta de costumbre de consumirlos. Al obtener estos datos ayuda a que la empresa se establezca, puesto que tendría aceptación por la población que les gusta este producto y de este modo se podrá lograr que se consuman los productos a ofrecer.

7. Según su preferencia califique los siguientes platillos elaborados a base de plátano verde. (califique del 1 al 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta)

Ilustración 13

Según su preferencia califique los siguientes platillos elaborados a base de plátano verde



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

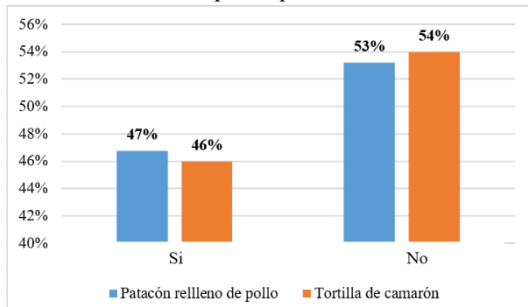
Análisis

Los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta indica que los productos alimenticios: patacón, bolón y empanadas de verde tienen gran preferencia, puesto que son productos saludables, con grandes beneficios y conocidos en el mercado. En la escala dada del 1 al 5 (siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta). el patacón es el producto más preferido por los encuestados, seguido de las empanadas de verde ubicándose en preferencia 5 y, por último, pero sin gran diferencia el bolón con preferencia 4. Es importante conocer la preferencia de los posibles clientes con respecto a los productos que se pretende ofrecer, para conocer cuál será más adquirido por los consumidores.

8. A continuación, se presenta platillos nuevos que se pretenden implementar en el menú, señale si usted conoce este tipo de productos alimenticios elaborados a base de plátano verde.

Ilustración 14

A continuación, se presenta platillos nuevos que se pretenden implementar en el menú, señale si usted conoce este tipo de productos alimenticios elaborados a base de plátano verde.



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

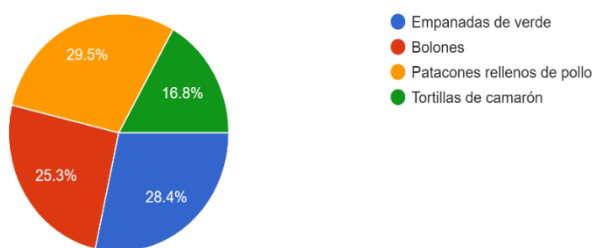
Análisis

Los encuestados mencionan en su mayoría que desconocen los productos propuestos como son el patacón relleno de pollo y la tortilla de camarón, mientras una parte representativa si conoce los productos mencionados. Con esta información se puede decir que la mayoría del mercado al que se pretende llegar desconoce de lo que se quiere ofrecer sin tanta diferencia de los encuestados que conocen o tiene alguna idea de los productos.

9. ¿ En qué presentación le gustaría consumir el plátano verde?

Ilustración 15

¿En qué presentación le gustaría consumir el plátano verde?



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

Análisis

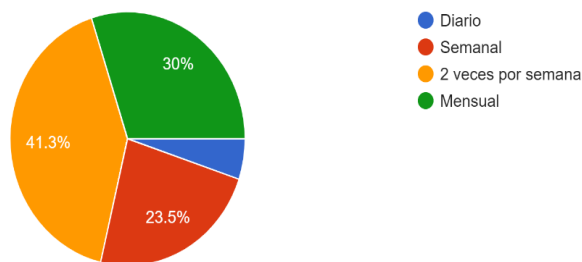
Según los datos obtenido de las encuestas realizadas a 387 de la ciudad de Ibarra se puede identificar que la mayoría de las personas prefieren consumir el plátano verde a

través de productos como patacones rellenos de pollo, empanadas de verde y bolones. Como se puede visualizar a los encuestados le llama la atención consumir un producto que no se encuentra en el mercado de Ibarra, lo que presenta una oportunidad para el proyecto. Por otro lado, las tortillas de camarón también presentan una alta preferencia por parte de las personas encuestadas.

10. ¿Con qué frecuencia adquiriría los productos?

Ilustración 16

¿Con qué frecuencia adquiriría los productos?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

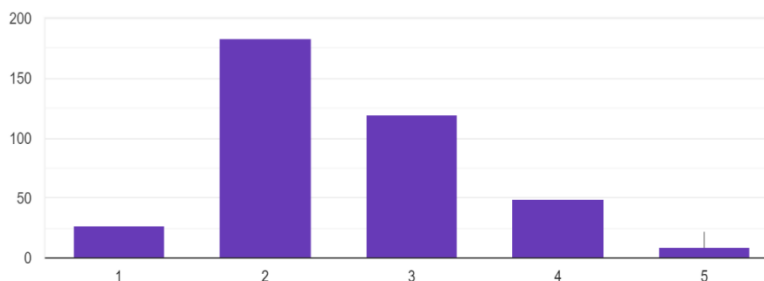
Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos se determina que la mayoría de los encuestados adquirirían el producto 2 veces a la semana, seguido de manera mensual, posterior de forma semanal y por último de forma diaria dado que no es un producto que lo consumen con dicha frecuencia en la ciudad de Ibarra.

11. ¿Cuántas unidades adquiriría de empanadas de verde?

Ilustración 17

¿Cuántas unidades adquiriría de empanadas de verde?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

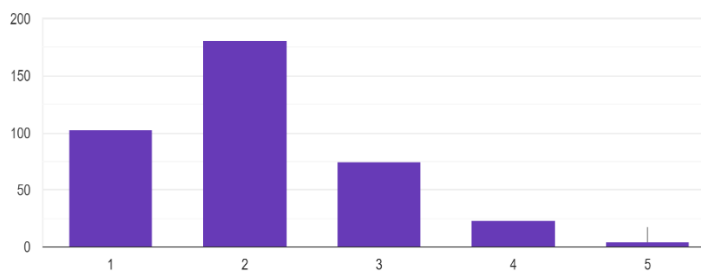
Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas a la población se puede determinar que la mayoría adquiriría dos productos de empanadas de verde, posterior de 3, seguido de 4, luego de 1 producto y finalmente con una minoría 5 unidades, este último dado a que consumirían con familiares o amigos.

12. ¿Cuántas unidades adquiriría de bolones?

Ilustración 18

¿Cuántas unidades adquiriría de bolones?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

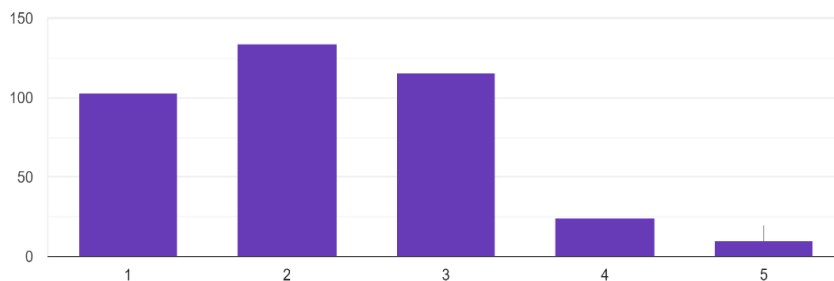
Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Ibarra se puede identificar que la mayoría de los encuestados adquirirían 2 unidades de este producto, seguido del 26.6% 1 unidad, posterior de 3 unidades representando el 19.4% y finalmente 4 unidades con 5.9% y el 1.3% compraría 5 unidades.

13. ¿Cuántas unidades adquiriría de patacones rellenos de pollo ?

Ilustración 19

¿Cuántas unidades adquiriría de patacones rellenos de pollo ?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

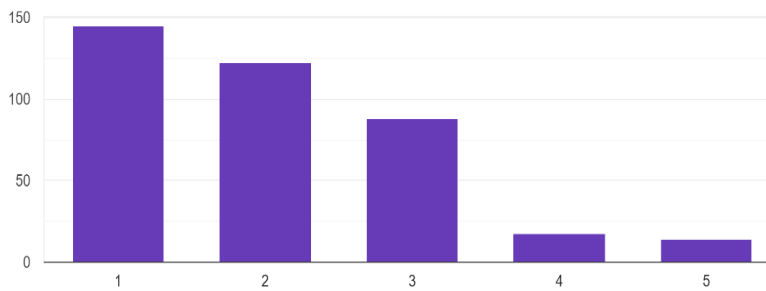
Análisis

Según los datos obtenidos en las encuestas se identifica que la mayoría de los encuestados adquirirán 2 unidades, seguido de 3 con una diferencia mínima, posterior de 1 unidad. El 6.2% de los encuestados adquirirían 4 y el 2.6% 5 unidades, esto dado que lo consumirían con sus familiares o amigos.

14. ¿Cuántas unidades adquiriría de tortillas de camarón?

Ilustración 20

¿Cuántas unidades adquiriría de tortillas de camarón?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

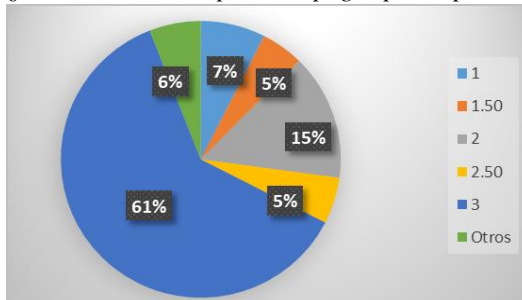
Análisis

Según los datos de las encuestas se determina que la mayoría de los encuestados adquirirán 1 unidad debido al tamaño que esta presenta, seguido de 2 con una diferencia mínima, posterior de 3 unidades. El 4.7% de los encuestados adquirirían 4 y el 3.6% 5 unidades, esto dado que lo consumirían con sus familiares o amigos.

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el patacón relleno de pollo y queso (250gr)?

Ilustración 21

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el patacón relleno de pollo y queso (250gr)?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

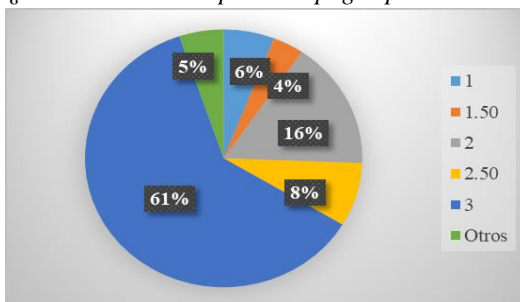
Análisis

De los datos obtenidos a través de las encuestas se puede determinar que la mayoría de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$3 dólares por el patacón relleno de pollo, seguido de \$2, posterior de \$1, luego otros precios diferentes y por último, con \$1.50 y \$2.50. Con este análisis se puede fijar el precio del producto que se pretende implementar en el mercado con un adecuado margen de rentabilidad para la empresa.

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la tortilla de camarón (150gr)?

Ilustración 22

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la tortilla de camarón (150gr)?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

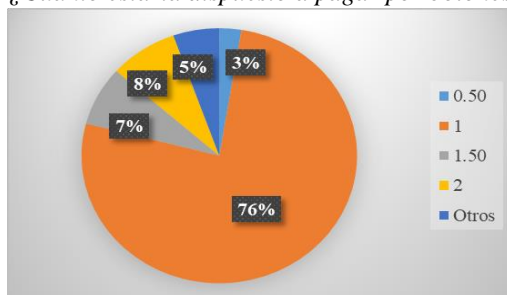
Análisis

A través de las encuestas realizadas, se pudo conocer que la mayor parte de la población encuestada estaría de acuerdo en pagar \$3 dólares por la tortilla de camarón, seguido de \$2, luego los de \$2.50, posteriormente de \$1, el 5% otros precios y por último, la menor parte cancelaría \$1.50. Establecer este análisis permite fijar el precio del producto que se va a implementar acorde a las preferencias y necesidades de los posibles clientes.

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por bolones de plátano verde (150gr)?

Ilustración 23

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por bolones de plátano verde (150gr)?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

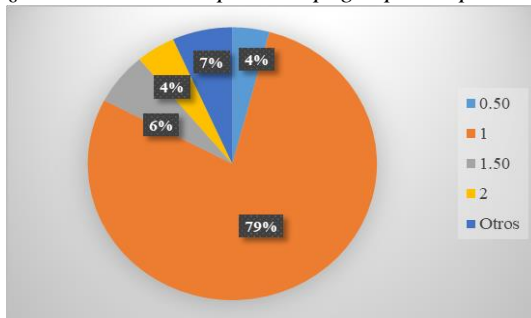
Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos la mayoría de los encuestados estaría dispuesto a pagar \$1 por un bolón de verde, seguido de los que estaría dispuesto a pagar \$2, luego \$1.50, el 5% que estaría dispuesto a pagar otros precios y por último, en su minoría cancelarían \$0.50. Con este análisis se puede fijar el precio del producto que se pretende implementar en el mercado con un adecuado margen de rentabilidad para la empresa.

18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por empanadas de verde (75gr)?

Ilustración 24

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por empanadas de verde (75gr)?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Análisis

De los datos obtenidos a través de las encuestas se puede determinar que la mayoría estarían dispuestos a pagar \$1 por una empanada de verde, seguido de quienes estaría dispuesto a pagar otros precios, posterior de \$1.50 y por último, aquellos que pagarían \$2 y \$0.50 respectivamente. Establecer este análisis permite fijar el precio del producto que se va a implementar acorde a las preferencias y necesidades de los posibles clientes.

19. Si se implementa un establecimiento que ofrezca estos productos hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría encontrarlo?

Ilustración 25

¿En qué sector de la ciudad le gustaría encontrarlo?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

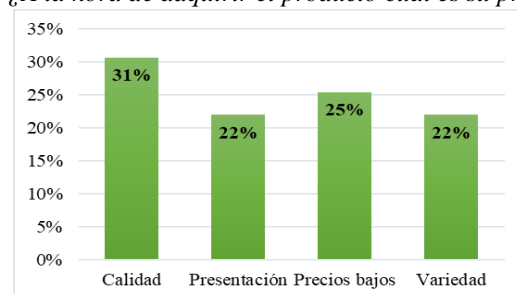
Análisis

A través de las encuestas realizadas se pudo conocer que la mayoría de la población encuestada prefiere que la empresa se ubique en el centro de la ciudad para mayor acceso al mismo, seguido de aquellos que indicaron que le gustaría encontrar el establecimiento en los ceibos debido a que es una zona bastante comercial, y la minoría indicó que le gustaría en La Victoria o en otros lugares diferentes. Esta información permite determinar que la localización más aceptable para el proyecto es en el centro de la ciudad por su mayor acogida, donde los posibles clientes visiten y se sientan a gusto.

20. ¿A la hora de adquirir el producto cuál es su prioridad?

Ilustración 26

¿A la hora de adquirir el producto cuál es su prioridad?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

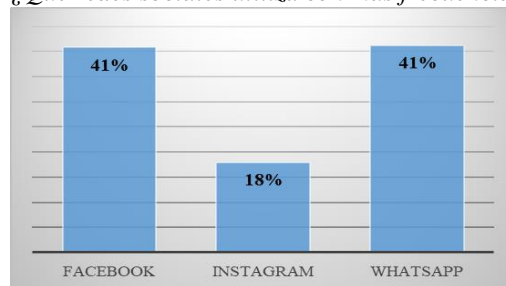
Análisis

Mediante los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas se pudo determinar que un porcentaje significativo de los encuestados prioriza la calidad en el producto dado que consideran que es indispensable en un producto alimenticio, seguido de los precios bajos ya que sería más accesible para ellos, posterior de la variedad debido a que tendrían más opciones de consumir y por último la presentación dado que sería algo llamativo al consumirlo. Con esta información se conoce las estrategias de comercialización que se pueden implementar en la empresa para lograr la satisfacción de los posibles clientes.

21. ¿Qué redes sociales utiliza con más frecuencia?

Ilustración 27

¿Qué redes sociales utiliza con más frecuencia?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

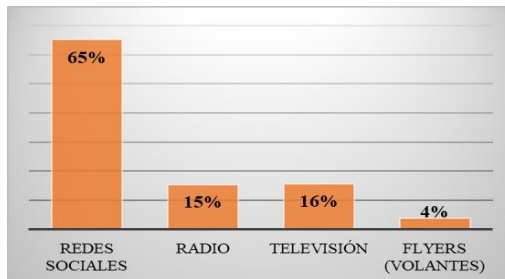
Análisis

De los datos obtenidos a través de las encuestas se pudo determinar que la mayoría de los encuestados prefiere Facebook y WhatsApp esto debido a que son las redes sociales más utilizadas al momento de difundir información, y las más fáciles de manejar, por otro lado, la menor cantidad de encuestados prefiere Instagram dado que no es una red social donde se difunde varios aspectos dado que radica solo en la publicación de imágenes. Con esta información se puede conocer que canal o canales de difusión serán los más aptos para que los posibles clientes conozcan los productos a ofrecer.

22. ¿A través de qué medios le gustaría conocer los diferentes productos y ofertas que el establecimiento brinda?

Ilustración 28

¿A través de qué medios le gustaría conocer los diferentes productos y ofertas que el establecimiento brinda?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

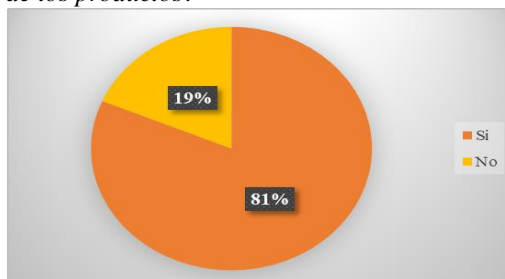
Análisis

A través de las encuestas realizadas se pudo determinar que la mayoría de los encuestados prefiere conocer los diferentes productos y ofertas mediante las redes sociales, seguido de aquellos que prefieren a través de la televisión, luego la radio y por último, la menor cantidad de personas prefieren a través de flyers, es decir volantes, por lo que esto indica que la minoría de los encuestados aun prefieren los medios convencionales, con esta información se puede conocer que las redes sociales son indispensables para dar a conocer el producto, puesto que la mayoría de las personas las utilizan siempre.

23. ¿Le gustaría que se implemente dentro del establecimiento el servicio de Delivery para la entrega de los productos?

Ilustración 29

¿Le gustaría que se implemente dentro del establecimiento el servicio de Delivery para la entrega de los productos?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

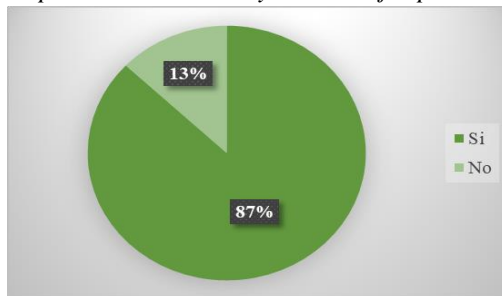
Análisis

La mayoría de los encuestados menciona que estaría de acuerdo en que se implemente el servicio de Delivery dentro de la empresa dado que les resultaría algo práctico solicitar los productos a domicilio, mientras un mínimo número de encuestados mencionan que no estarían de acuerdo dado que prefieren asistir al establecimiento y consumir en dicho lugar. Con esta información se puede conocer que necesidades satisfacer de los clientes, al momento de implementar un servicio que por la pandemia de COVID 19 ha ido en aumento y que será rentable para la empresa.

24. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir estos productos alimenticios hechos a base de plátano verde, a un precio considerable y con la mejor presentación?

Ilustración 30

¿Estaría usted dispuesto a adquirir estos productos alimenticios hechos a base de plátano verde, a un precio considerable y con la mejor presentación?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Análisis

Los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta manifiestan que la mayoría de la población encuestada, estarían dispuestos a aceptar los productos alimenticios hechos a base de plátano verde que se pretenden implementar en la ciudad, mientras que una mínima cantidad restante no lo harían, por diferentes motivos, como la preferencia de productos de la sierra, no le gusta productos a base de plátano verde, entre otros. La información recabada es importante debido a que podemos conocer que la mayoría de los encuestados está de acuerdo en que se implemente la empresa, y de esta manera lograr captar clientes y tener mercado.

Análisis de la matriz de observación.

Se aplicó la técnica de observación a los principales establecimientos de la ciudad de Ibarra que comercialicen productos similares y sustitutos a los establecidos en el presente proyecto para conocer los productos, precios, cantidades ofertadas y aspectos relevantes de cada uno de los productos ofertados en el sector de Ibarra.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS FICHA DE OBSERVACIÓN OFERTA DE PRODUCTOS IGUALES O SUSTITUTOS

Objetivo: Conocer los productos ofertados en el cantón Ibarra, considerando el precio, cantidad comercializada semanalmente, presentación, entre otros aspectos.

Ficha de observación

Establecimiento	Producto	Precio	Cantidad semanal	Observación
PRODUCTOS IGUALES				
Mr. Bolón	Tigrillo	7.70	80 a 100	
	Bolón queso peq.	2.25	80	180 gr
	Bolón chicarrón peq.	2.25	80	180 gr
	Bolón mixto	2.90	35	180 gr
	Muchines de yuca	3.50	12	Vienen 3 Muchines
	Pericos queso, tocino	7.00	8	
Cafetería El Verdecito	Bolón arrecho	3.75	100	
	Bolón con sombrero, bolón arropado	3.25		
	Bolón queso	2.50		
	Bolón chicharrón	3.00		
	Bolón mixto	3.00		
	Empanadas de verde de pollo, de carne	1.50	500	
	Empanadas de verde de queso	1.25		
	Empanadas de verde de camarón, concha	1.75		
	Hamburguesa de verde	3.50	50	
	Pizza de verde	4.00	50	
	Patacón loco	3.75	40	
	Muchín de yuca	1.00	50	
Tigrillo Express	Tigrillo express	3.00	320	
	Tigrillo junior	2.00	180	
	Express jugoso	3.50	150	
	Junior jugoso	2.50	280	
	Bolones	2.50	80	
Café Manabita	Tigrillo	4.00	70	
	Majado	4.00	60	
	Empanadas de verde	1.25	100	
	Patacón con queso	3.50	50	
	Machacado	4.50	30	
	Canastilla huevo y chicharrón	1.50	25	
Stereo Bolón	Bolón Cerati	5.70	10	
	Bolón Bunbury	5.70	5	
	Bolón Queen	6.50	8	

	Bolón Miranda	5.69	5	
	Bolón Caifanes	8.80	3	
	Bolón Zoé	8.80	3	
	Bolón de queso	3.40	12	
	Bolón de chicharrón	4.30	20	
	Tigrillo de queso	4.75	17	
	Tigrillo mixto	5.45	15	
	Tigrillo con chicharrón	5.20	17	
	Tigrillo Cerati	6.05	12	
	Tigrillo Bunbury	6.05	12	
	Tigrillo Queen	7.20	8	
	Tigrillo Miranda	6.05	10	
	Tigrillo Caifanes	9.50	5	
	Tortilla de queso	3.30	25	
	Tortilla de camarón	4.40	20	
Locales de majado (Mercado Santo Domingo)	Majado completo con café	2.75	400	
	Medio majado con café	1.25	600	
100% Chonero	Empanadas queso	1.50	150	
	Empanadas pollo	1.50	150	
	Empanadas carne	1.50	150	
	Empanadas camarón	1.75	100	
	Empanadas cangrejo	2.50	80	
	Bolones de verde queso	2.00	180	
	Bolones de verde chicharrón	2.00	200	
	Bolones de verde mixtos	2.25	190	
	Bolón en salsa de mariscos	6.00	75	
	Bolón 100% chonero	3.50	150	
	Bolón montubio	3.75	225	
	Bolón manaba	3.75	250	
	Patacón perico	3.75	140	
	Tortilla de camarón con patacón	5.00	130	
	Tortilla de camarón con bolón	5.00	170	
Tigrillo de verde Normal	3.75	195		
Mixto	4.00	200		
PRODUCTOS SUSTITUTOS				
El café de Rosita	Humitas	0.90	150	50 gr
	Quimbolitos	0.90	150	75 gr
	Tamales	1.20	100	100gr
Hamburguesas El Profe	Hamburguesas con cola	2.00	2000	
	Hamburguesas con papas y cola	2.50	500	
	Hamburguesa americana	2.50		
	Hamburguesa hawaiana	2.50		
	Hamburguesa doble	2.50		
Cafetería Aroma Café Lojano	Sanduches tradicional	4.50	20	
	Sanduches de pernil	6.00	15	
	Sanduches de pollo	4.50	18	
	Sanduches de la casa	4.50	15	
	Gran Sanduches	5.00	10	
	Philly cheese steak	6.00	5	
	Philly cheese chicken	5.50	7	
	Caprese	4.00	5	
	Sanduches mexicano	5.50	3	
	Bagel saludable	5.50	3	
	Prensado jamón y queso	2.75	5	
	Prensado queso	2.50	3	
	Tamales lojanos	2.00	25	
	Quimbolitos	1.20	8	
	Humitas	1.30	18	
Empanada de viento queso	1.25	23		

	Empanada de viento pollo	1.50	18	
	Empanada de viento jamón y queso mozzarella	1.75	10	
	Empanada pizza	2.50	18	
Areperia Venezolana	La pabellón	3.00	500	250gr
	La reina pepiada	3.00	200	250gr
	La dominó	3.50	200	300gr
	La de chorizo	3.50	100	300gr
	Jamón y queso	3.00	100	250gr
	Pollo	3.00	500	250gr
	Carne mechada	3.00	600	250gr
	Parrillera	4.00	150	350gr
	Reina pepiada más plátano	4.00	100	350gr

Análisis

A través la investigación realizada a los establecimientos que radican en la ciudad de Ibarra, especialmente a los 7 negocios que venden productos a base de plátano verde, siendo estos los competidores directos, se puede visualizar que los productos más adquiridos por los consumidores son el tigrillo, empanadas de verde de diferentes sabores como pollo, carne, queso, camarón y concha, tigrillo express, tortillas de queso, majado y bolones de chicharrón, mismos que oscilan de entre 25 a 600 unidades semanales dependiendo del establecimiento, de igual manera cuyo precio se encuentra entre \$1,25 a \$7,70 según el tipo de producto, donde los más accesibles son las empanadas de verde de cualquier sabor y el majado con café.

Por otro lado, también se obtuvo datos de negocios que comercializan productos sustitutos, donde los más vendidos son humitas, quimbolitos, hamburguesas, tamales lojanos y arepas venezolanas especialmente la de carne mechada, cuya cantidad vendida oscila de 25 a 600 unidades semanales, a un precio aproximado de \$0,90 a \$3,00 dependiendo el producto y establecimiento, los productos con menor precio son las humitas y los quimbolitos.

2.3.4. Análisis de la demanda

La demanda representa la cantidad de productos que cada uno de los clientes estarían en posibilidad de comprar dentro de un periodo con el fin de lograr satisfacer las necesidades propias y de los suyos, permitiendo identificar cuantos productos serían demandados dentro del emprendimiento propuesto.

Por lo cual, se consideran los datos obtenidos en la encuesta realizada a la población de la ciudad de Ibarra, especialmente al segmento de mercado al que va dirigido el producto, mismo que son personas de entre 15 a 64 años que residen en el sector, principalmente preguntas relacionadas con el nivel de aceptación, cantidades adquiridas y frecuencia de compra.

Por ende, de acuerdo a la información, el 87% de los encuestados, es decir 337 personas, estarían dispuestos adquirir los productos propuestos. Para el cálculo de la demanda, se inicia con identificar las cantidades a adquirir por parte de la población de acuerdo a la frecuencia de compra. Una vez que se ha obtenido dichos datos se determina la demanda por frecuencia de compra de cada uno de los productos propuestos como se detalla en la Tabla 16.

Tabla 16
Frecuencia de consumo

Producto	Diario	Semanal	2 veces por semana	Mensual
Empanadas de verde	151	316	1104	417
Bolones	123	308	911	392
Patacones rellenos de queso	92	430	1161	385
Tortillas de camarón	32	240	621	266
TOTAL	398	1294	3796	1461

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Autora

Una vez identificada la cantidad demandada de acuerdo a la frecuencia de consumo, se realiza la proyección de la demanda anual como se detalla en la Tabla 17.

Tabla 17
Demanda total

Producto	DEMANDA ANUAL				
	Diario	Semanal	2 veces por semana	Mensual	TOTAL
Empanadas de verde	47.114	16.439	57.386	5.005	125.944
Bolones	38.559	16.012	47.350	4.710	106.632
Patacones rellenos de queso	28.759	22.354	60.379	4.624	116.116
Tortillas de camarón	10.023	12.468	32.297	3.191	57.979
TOTAL	124.454	67.273	197.413	17.530	406.670

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Autora

Siendo así, se identifica que la demanda anual que presenta el proyecto es de 406.670 unidades.

Proyección de la demanda

Se proyecta la demanda para estimar las ventas de productos durante un determinado periodo considerando una tasa de crecimiento. Por ende, una vez identificada la demanda del año cero se procede a proyectar para cinco años a través de la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra emitido en el PDyOT del sector, la cual es de 2.33%, aplicando la siguiente formula.

$$Dn = D\emptyset + D\emptyset * \% \Delta$$

Donde:

Dn= demanda del año actual

D \emptyset = Demanda del año anterior

% Δ = tasa de crecimiento poblacional

Una vez aplicada la fórmula, se realiza la proyección de dicha demanda para 5 años posteriores considerando el 2.33% de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra, cabe mencionar que se encuentra expresado en cantidades.

Tabla 18

Proyección de la demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA			
N°	Año	Tasa de crecimiento de la población	Demanda proyectada (Expresada en cantidades)
0	2021	2,33%	406.670
1	2022	2,33%	416.146
2	2023	2,33%	425.842
3	2024	2,33%	435.764
4	2025	2,33%	445.917
5	2026	2,33%	456.307

Fuente: Análisis de la demanda

Elaborado por: Autora

2.3.5. Análisis de la oferta

Para identificar que productos son ofertados que existe en el mercado al que está enfocado el desarrollo del proyecto, se planteó a través de la encuesta una pregunta para saber si los clientes conocían los productos que se desean implementar en el mercado, dando como resultado que el 47% de los encuestados conoce sobre el patacón relleno de pollo y el 53% conoce sobre la tortilla de camarón. Por otro lado, a través de la matriz de

observación se obtuvo datos sobre la cantidad de productos que son comercializados en la ciudad tantos aquellos similares elaborados a base de plátano verde y productos sustitutos. Por ende, en la Tabla 19 se detalla la cantidad total por establecimiento, obteniendo aproximadamente un total de 178.452 productos que son ofertados en la ciudad de Ibarra.

Tabla 19
Oferta total

Establecimiento	Cantidad mensual	Cantidad Anual
PRODUCTOS IGUALES		
Mr. Bolón	315	3.780
Cafetería El Verdecito	2.190	26.280
Tigrillo Express	930	11.160
Café Manabita	415	4.980
Stereo Bolón	207	2.484
Locales de majado (Mercado Santo Domingo)	1.000	12.000
100% Chonero	2.735	32.820
PRODUCTOS SUSTITUTOS		
El café de Rosita	400	4.800
Hamburguesas El Profe	4.000	48.000
Cafetería Aroma Café Lojano	229	2.748
Arepería Venezolana	2.450	29.400
TOTAL	14.871	178.452

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Autora

Proyección de la oferta

La proyección de la oferta representa las ventas estimadas de los diferentes productos en un mercado determinado por parte de otros establecimientos en un tiempo establecido a través de una tasa de crecimiento. Por lo cual, para realizar la proyección de la oferta existente en el mercado de Ibarra de productos similares o sustitutos a los propuestos en el presente proyecto se considera la tasa de crecimiento de la población de dicha ciudad, misma que es de 2.33% para los cinco años de proyección.

Para la determinación de la proyección, se utiliza la siguiente fórmula.

$$On = O\emptyset + O\emptyset * \% \Delta$$

Donde:

Dn= Oferta del año actual

D \emptyset = Oferta del año anterior

% Δ = tasa de crecimiento poblacional

Luego de aplicar la formula antes descrita, se realiza la proyección considerando la tasa de crecimiento poblacional, como se detalla en la Tabla 20.

Tabla 20
Proyección de la oferta

OFERTA			
N°	Año	Tasa de crecimiento de la población	Oferta proyectada (Expresada en cantidades)
0	2021	2,33%	178.452
1	2022	2,33%	182.610
2	2023	2,33%	186.865
3	2024	2,33%	191.219
4	2025	2,33%	195.674
5	2026	2,33%	200.233

Fuente: Análisis de la oferta.

Elaborado por: Autora

2.3.6. *Demanda insatisfecha*

El presente proyecto tiene como enfoque un muestreo no probabilístico, por lo cual se considera el nivel de aceptación del producto por parte de los encuestados siendo este el 87% de la población, es decir 337 personas asistirían a la empresa propuesta si esta se llegará a implementar en la ciudad de Ibarra quienes demandarían un total de 406.670 unidades al año. Sin embargo, también se determina la existencia de una demanda insatisfecha de 228.218 unidades al año, esto debido a que en la localidad no existen muchos establecimientos que comercialicen productos alimenticios a base de plátano verde. Por ende, en la Tabla 21 se detalla la proyección de la demanda insatisfecha en los cinco años, en base al balance demanda/oferta.

Tabla 21
Proyección de la demanda

DEMANDA SATISFECHA				
N°	Año	Demanda proyectada (Expresada en cantidades)	Oferta proyectada (Expresada en cantidades)	Demanda insatisfecha
0	2021	406.670	178.452	228.218
1	2022	416.146	182.610	233.536
2	2023	425.842	186.865	238.977
3	2024	435.764	191.219	244.545
4	2025	445.917	195.674	250.243
5	2026	456.307	200.233	256.074

Fuente: Análisis de la demanda y oferta.

Elaborado por: Autor

2.3.7. Estrategias de comercialización

a) Producto.

Características del producto.

Los productos que se ofrecerá a la población de la ciudad de Ibarra entre los 15 y 64 años serán de calidad, elaborado con materia prima de primera con las más altas normas de higiene, que cumplan con las necesidades y expectativas de los clientes, pues tendrá un control desde que la materia prima ingresa para ser procesada hasta que el producto final esté listo para su consumo. Los cuatro productos que se ofertarán dentro del proyecto son empanadas de verde, bolones, los cuales serán sabor a queso, patacones rellenos de pollo y tortillas de camarón, los cuales serán comercializados con ají como acompañante y bebida a elegir ya sea café, jugos o aguas aromáticas.

En cuanto al servicio que se brindará es delivery, que se lo hará de manera eficiente, en el menor tiempo posible, puesto que se contratará el servicio de un tercero para realizar las entregas de los productos y de esta manera lograr que lleguen a su destino dentro de los parámetros establecidos.

Ventajas Competitivas.

La ventaja competitiva de la empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde es a través de la incorporación de dos platos diferentes en el menú, puesto que la mayoría de la población no tiene conocimiento de los mismos, debido a la poca variedad de productos que ofertan los establecimientos de la ciudad.

Presentación, empaque, etiquetado.

Para las entregas de productos como el patacón relleno de pollo, la tortilla de camarón y las empanadas de verde a través de delivery la presentación será en un contenedor llano de 220mm de ancho, 210mm de largo y 76mm de alto, y para los bolones será un contenedor llano de 120mm de ancho y 138mm de largo que de igual manera portan el logo de la empresa.

En cuanto al consumo en el local comercial, se servirá en una vajilla los productos solicitados por el cliente.

Imagen que proyecta al segmento del mercado.

Los productos que se van a dar a conocer serán de calidad, elaborados con materia prima fresca que se encuentre en buen estado y con todas las normas de seguridad e higiene, que permita que los clientes se sientan seguros a la hora de comprar y consumir los productos.

b) Precio.

Precios de lista como se van a establecer.

Se establece los precios en función al costo de materia prima, mano de obra y gastos indirectos de fabricación, necesarios para elaborar el producto final y a un margen de ganancia, así como de los datos obtenidos en las encuestas sobre el precio que las personas estarían dispuestas a pagar por los productos.

Por ende, los precios que dispondrán los productos son de \$2,00 en el caso de las empanadas de verde y bolones, \$3,00 los patacones rellenos de queso y \$3,50 las tortillas de camarón.

En el caso de bebidas, se comercializará batidos a un precio de \$1,50, jugos de diferentes frutos a \$1,00 y aguas aromáticas a \$0,50. De igual manera se comercializará bebidas embotelladas como aguas, gaseosas y jugos cuyos precios se encuentran ya establecidos por los proveedores.

Margen de ganancia.

De acuerdo a los costos de producción unitario de cada producto se identifica un margen de ganancia por cada uno de ellos; por ende, los patacones rellenos de pollo presentan un beneficio del 15%, las tortillas de camarón 22%, bolones 17% y 93% en las empanadas de verde, permitiendo cubrir los gastos que incurren dentro del establecimiento.

c) Plaza o canales de distribución.

Lugar donde va a comercializar.

Los productos serán producidos y comercializados en un local comercial ubicado en el centro de la ciudad de Ibarra, donde los clientes podrán ingresar y degustar los productos, así como realizar reclamos, sugerencias, o cualquier otro requerimiento que necesiten.

Canal de distribución.

Se realizará a través de una venta directa, es decir el cliente accede al establecimiento para adquirir los productos, o a su vez se realizará la venta a través de medios digitales donde el cliente realiza el pedido por medio de redes sociales y posteriormente se entrega en el lugar solicitado.

d) Promoción.

Canales de comunicación.

La empresa contará con una página en Facebook en la cual se publicará el menú de productos alimenticios hechos a base de plátano verde que se ofrecen, descuentos y datos relevantes del establecimiento, esto para que los usuarios puedan acceder y ver la información de la empresa, además se creará una cuenta en WhatsApp Business para tener un contacto más directo con los clientes, de esta manera puedan conocer el menú que se ofrece y realizar sus pedidos a domicilio o reservar una mesa del local comercial.

Mecanismos para llegar al consumidor a través de publicidad.

Los mecanismos que se van a utilizar para llegar al consumidor serán a través de un Community Manager que se encargará de toda la publicidad para que los clientes puedan conocer a la empresa.

Promociones.

Se realizará promociones especiales en fechas determinadas como: de 2x1 o situaciones especiales como navidad, 14 de febrero, festividades de la ciudad, entre otros se realizarán diferentes promociones.

Forma de pago.

Se aceptarán pagos en efectivo y a través de transferencias bancarias, con el fin de que los clientes puedan acceder a cualquiera de las dos formas.

2.4. Estudio técnico – administrativo

2.4.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

Macro localización.

Este factor ayuda a identificar la zona geográfica donde se va a desarrollar la actividad económica del establecimiento, por ende, el lugar donde se ubicará la empresa para brindar a los clientes sus productos y servicios es dentro de la provincia de Imbabura, más concretamente dentro de la zona urbana del cantón Ibarra. A continuación, se detalla claramente la Macrolocalización en la siguiente ilustración.

Ilustración 31

Macro Localización



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Autor

Micro localización.

La micro localización se enfoca en señalar el lugar específico donde se va a situar la empresa, para lo cual se determinan factores que permitirán seleccionar la mejor ubicación para la empresa propuesta a través de una matriz.

Factores de Localización.

Para realizar la matriz de factores de localización, se han tomado 6 factores principales a considerar como la cercanía al mercado Amazonas, proximidad con el mercado objetivo, disponibilidad de servicios básicos, vías de acceso adecuadas, posibilidad de ampliación y la mano de obra disponible.

Para lo cual, se seleccionó tres posibles lugares donde localizar el establecimiento, mismos que son: Barrio Los Ceibos, Centro de la ciudad y Barrio La Victoria, por ser los más relevantes y donde acuden el mayor número la población de la ciudad de Ibarra. Para la calificación de los factores antes mencionados, se determina una escala del 1 al 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la calificación más alta. En la Tabla 22, se procede a la selección del sitio más adecuado para el desarrollo de las actividades de la empresa propuesta.

Tabla 22
Matriz de ubicación

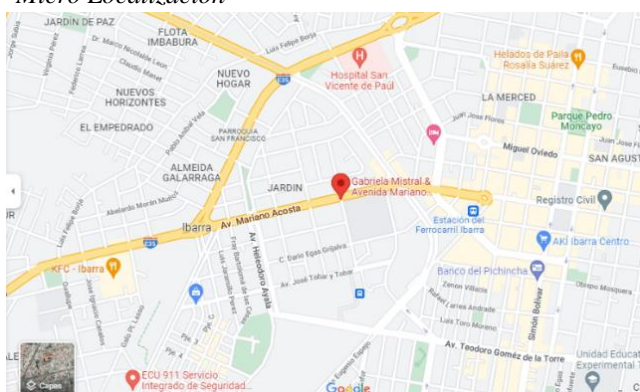
FACTORES	PESO	<i>Barrio "Los Ceibos"</i>		<i>Centro de la ciudad</i>		<i>Barrio "La Victoria"</i>	
		Calificación	Peso	Calificación	Peso	Calificación	Peso
Cercanía al mercado Amazonas	0,30	3,00	0,90	5,00	1,50	2,00	0,60
Proximidad con el mercado objetivo	0,25	3,00	0,75	4,00	1,00	3,00	0,75
Disponibilidad de servicios básicos	0,15	4,00	0,60	5,00	0,75	4,00	0,60
Vías de acceso adecuadas	0,10	5,00	0,50	5,00	0,50	4,00	0,40
Posibilidad de ampliación	0,10	2,00	0,20	2,00	0,20	3,00	0,30
Mano de obra	0,10	3,00	0,30	3,00	0,30	2,00	0,20
TOTAL	1,00		3,25		4,25		2,85

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autor

Como se puede observar en la tabla anterior, el lugar más adecuado y que cumple todas las especificaciones necesarias para implementar la empresa es el centro de la ciudad, específicamente en la Avenida Mariano Acosta y Gabriela Mistral, como se detalla en la Ilustración 32.

Ilustración 32
Micro Localización



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Autor

2.4.2. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

Mercado

A través de la investigación realizada a 387 personas que residen en la ciudad de Ibarra de entre los 15 y 64 años, el 87%, es decir 337 personas, estarían dispuestos a consumir un total de 406.670 productos alimenticios hechos a base de plátano verde como son patacones rellenos, tortillas de camarón, bolones y empanadas de verde, dado que adquirirían de 1 a 5 unidades ya sea diario, semanal, 2 veces por semana o mensual. Sin embargo, se determina también la demanda insatisfecha existente en el sector siendo este de 228.218 unidades al año, parte de la cual se pretende cubrir con la implementación del presente proyecto.

Tecnología (Maquinaria: capacidad producción).

Para identificar la capacidad de producción que presenta las principales maquinarias necesarias para elaborar los productos propuestos se detalla las especificaciones técnicas de cada una de ellas.

Cocina Industrial.

- 3 quemadores a gas de hierro fundido.
- Estructura integral de acero inoxidable
- Llave independiente de acero inoxidable para cada quemador.
- Parrillas de 400 x 400 mm.
- Bandeja de desperdicio.
- Patas de tubo cuadrado de acero inoxidable de 1 1/2" x 1.5 mm de espesor, con amarre de tubo cuadrado de 1".
- Nivel inferior tipo rejilla.
- Medidas: 1500 x 600 x 900 mm.

Freidora industrial a gas.

- 2 servicios
- 55 cm ancho, 55 cm de fondo, 85 cm de alto
- 2 pozos independientes para 6 litros de aceite c/u

- Superficie en acero inoxidable 430° alimenticio en 0.07mm
- Consta cada pozo de unas llaves y
- hornilla independiente

La capacidad de producción tanto de la cocina industrial como de la freidora industrial que se dispondrá es de 360 productos al día en conjunto, teniendo en cuenta que se dispondrá de 2 cocinas y 2 freidoras, se presentará una capacidad de 112.680 productos al año.

Disponibilidad de recursos: Materia prima, Insumos.

Materia prima.

El plátano verde es la materia prima, la disponibilidad de encontrarlo es ilimitada, porque se da en todas las épocas del año.

Insumos.

El tomate riñón, la cebolla paitaña, el queso son insumos necesarios para lograr la elaboración de los productos finales, estos se pueden encontrar de manera ilimitada puesto que se dan en todas las épocas del año.

Financiamiento.

La inversión inicial que se necesita para el desarrollo del proyecto de emprendimiento es de \$38.163,53, mismo que será financiado mediante el aporte del propietario de la empresa y por un crédito bancario.

Se realizó el análisis a diferentes instituciones bancarias, considerando que la cooperativa Tulcán es la mejor opción dado que brinda las facilidades y créditos mayores 50.000 bajo criterio de microcrédito de acumulación ampliada con una tasa de interés de 15,60%. Por lo cual, se establece que el 21% será aportado por el propietario y el 79% por el crédito bancario.

Por otro lado, para conocer la cantidad de productos que dicha inversión permitirá producir inicialmente se identifica que el 18% para inversión fija y 82% va dirigido para el

capital de trabajo. Donde este último cubre los costos y gastos que se incurren en el establecimiento en un periodo determinado, por ende permite producir un total de 70.112 unidades al año.

Capacidad Instalada.

La capacidad instalada representa el nivel de producción que la empresa está en condiciones de producir, por lo cual, luego del análisis realizado a través de los cuatro principales factores se identificó la capacidad de cada uno de ellos como se detalla a continuación. Por ende, el mercado estaría dispuesto a adquirir 228.218 unidades al año, la tecnología tiene la capacidad de producir 112.680 unidades al año, en cuanto a la disponibilidad de recursos estos se encuentran durante todo el año. Y finalmente, se necesita \$38.163,53 de financiamiento los cuales permiten producir 70.112 unidades al año.

Considerando lo antes mencionado, y teniendo en cuenta el modelo de negocio del presente proyecto se establece que la empresa tendrá una capacidad instalada de acuerdo al financiamiento, dado que el 82% de dicho valor está destinado el capital de trabajo, por ende una vez cubiertos los gastos que se incurren en el negocio, se identifica que permite producir 70.112 unidades al año representando el 62% de la capacidad de producción de la maquinaria y cubriendo el 31% de la demanda insatisfecha.

Para determinar la producción de cada uno de los productos propuestos se considera los datos obtenidos en las encuestas relacionada con la preferencia de consumo de cada uno de ellos, por ende en la Tabla 23 se detalla la capacidad considerando la frecuencia de producción ya sea diario, semanal, mensual y anual.

Tabla 23
Capacidad instalada

Producto	Diario	Semanal	Mensual	Anual
Empanadas de verde	64	383	1661	19928
Bolones	57	341	1480	17754
Patacones rellenos de queso	66	397	1721	20653
Tortillas de camarón	38	226	981	11776
TOTAL	224	1348	5843	70112

Fuente: Estudio de mercado, estudio técnico.

Elaborado por: Autor

2.4.3. Ingeniería del proyecto

Distribución de la planta.

El establecimiento donde se va a desarrollar las actividades tanto de producción, comercialización y administración cuenta con cuatro áreas principales como son:

- Área de almacenamiento de materia prima,
- Área de producción en la cual se produce los alimentos, desde lavar, desinfectar, cortar, picar y una vez realizadas estas actividades se procede a preparar los alimentos,
- Área de comercialización que estará ubicada los comedores y espacios para que el cliente pueda consumir el producto.
- Área administrativa donde se encuentra el departamento de gerencia y el contable, importantes para la toma de decisiones de la empresa.

Por otro lado, también contará con otros espacios, como dos baños uno para mujeres y otro para hombres.

Diseño planimétrico de la planta.

Tomando como base la distribución antes mencionada, el diseño planimétrico que se indica a continuación muestra de manera gráfica los espacios e instalaciones con los que cuenta el establecimiento.

Ilustración 33

Plano y diseño planimétrico de la planta



Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: ARQ. DAYANA GUERRON

Requerimientos por áreas.

Área de Producción: Para el área de producción se requerirá de un lavabo de cocina de acero inoxidable, varias conexiones eléctricas para el refrigerador, las licuadoras. Un sector donde se encuentre la mesa de acero para cortar y picar la materia prima, otra mesa para poder preparar los alimentos y por último una donde se obtenga los productos terminados que serán empacados para su entrega o enviados al área comercial. Además, una estancia donde se encuentren los materiales de aseo.

Almacenamiento de Materia Prima: Se requiere de una zona donde se realice la verificación de materia prima obtenida, clasificar la que está en buen estado para ser almacenada para la producción y la que está en mal estado se desecha. Una instalación eléctrica para colocar el congelador.

Área de Comercialización: Para el área de comercialización se necesitará de conexiones eléctricas para la televisión que se va a colocar, comedores de cuatro sillas para uso exclusivo de los clientes, contará con dos baños uno para damas y otro para caballeros que estarán totalmente equipados.

Área Administrativa: En esta área se requerirá de un escritorio, silla ejecutiva, debidamente colocada en la oficina, conexiones eléctricas para la computadora e impresora donde se desarrollará los procesos de selección y contratación del personal, y se tomarán las decisiones que serán en beneficio de la empresa. Finalmente el Área Contable donde se llevará registros y posteriormente se realizará las diversas operaciones contables de la empresa.

3.3.4. Identificación y descripción de los procesos

Caracterización y diseño del producto y servicio.

Dentro del negocio se pretende ofrecer cuatro productos a base de plátano verde tradicional de la costa ecuatoriana caracterizando conservar su sabor original, de los mismos, dos son considerados como productos estrella los cuales son: el patacón relleno de pollo de 250gr, cuyo relleno es de pollo mechado con queso en la corteza, acompañado de salsas y ají, y la tortilla de camarón que es masa hecha a base de plátano verde rallado, tomate riñón y cebolla picada, con huevo y camarón, que pesa 150gr. Se utilizará materia prima de calidad para la elaboración de dichos productos, que cumplan con todas las normas de seguridad alimentaria, con el fin de ofrecer productos de calidad que cumplan

las expectativas y necesidades de los clientes. Los otros dos productos son conocidos en el mercado como es el bolón y las empanadas de verde las mismas que serán de sabor a queso. Cabe mencionar que los productos vienen acompañados de ají y bebida a elegir ya sea café, jugos o aguas aromáticas.

El modelo de negocio que se empleará es Business to consumer que consiste la comercialización de los producto directamente al consumidor mediante un establecimiento físico implementado por la empresa. El alcance que se tendrá con el servicio es conocer las percepciones que la población de la ciudad de Ibarra presente con relación a los productos ofertados en el establecimiento, es decir tener una relación estrecha con el consumidor. Los recursos utilizados para ofrecer este servicio es una carta con los productos y bebidas disponibles. Además, se ofrecerá un servicio personalizado, con personal de producción expertos en la elaboración de productos a base de plátano verde y personal de venta capacitados en brindar un servicio de calidad, rápido y a tiempo.

Por otro lado, se contará también con el servicio de Delivery que implica la entrega de los productos alimenticios que el cliente solicite al sector donde se encuentre el consumidor, el costo lo dispondrá la empresa de delivery contratada. El alcance del servicio que se pretende brindar será a toda la población que reside en el cantón de Ibarra que prefiera que sus alimentos sean entregados en la comodidad de su hogar, los recursos que se van a necesitar para este servicio son celulares, computadoras por donde se receptan los pedidos a través de redes sociales como WhatsApp, Instagram o Facebook, es necesario también contar con el servicio de transporte, por lo cual se contratará el servicio a una empresa de transporte externa, quienes se encargaran de enviar a un repartidor para entregar los pedidos al lugar indicado, garantizando la puntualidad en sus entregas y que el producto llegue en las condiciones adecuadas. En cuanto a la forma de pago, se aceptará ya sea en efectivo o con transferencia.

Descripción del proceso productivo o prestación del servicio.

Para empezar con las operaciones, el primer paso será realizar la compra de la materia prima necesaria para elaboración de producto a base de plátano verde, se recorrerá diferentes mercados de la ciudad para encontrar la mejor materia prima y se comprará los

que cumplan con los requerimientos que se necesita. Una vez terminado el proceso de compra de la materia prima se procederá a almacenar todo lo que se haya adquirido.

En segundo lugar, se preparará el área de trabajo para mantenerla despejada y comenzar el proceso de producción de alimentos. Posterior se inicia con las actividades de comercialización, para lo cual se abrirá las puertas al público el mismo que será atendido por la cajera del lugar, la cual receptorá el pedido solicitando al cliente las especificaciones del producto y cantidades, luego se informará a los consumidores el tiempo que se demora el pedido, se procede a cobrar el pedido y otorgar una mesa. Seguido de esto, se enviará a producción la orden de pedido para su elaboración.

Con relación a la venta a través de medios digitales, el responsable receptorá el pedido con las especificaciones del producto, se solicita las cantidades y lugar de entrega, seguido se envía la orden a producción. Una vez realizado el producto, se solicita el servicio de transporte a la empresa contratada, se entrega el producto con la factura, y este a su vez se dirige a la dirección identificada y se procede a la entrega del producto. Cuando el día ya se culmine se empezará a hacer la limpieza del local por parte de los meseros y ayudantes. Mientras el encargado de la cocina se encargará de inventariar la mercadería consumida en el día y analizará las ventas.

3.3.5. Estructura organizativa y administrativa

Misión.

Verde Esmeraldas es un restaurante que brinda un excelente servicio y gran variedad de productos alimenticios hechos a base de plátano verde, elaborados con los más altos estándares de calidad, buscando la satisfacción de nuestros clientes, mediante un ambiente placentero y cómodo, ofreciendo la mejor atención y prontitud en la entrega del producto.

Visión.

Para el año 2026 el restaurante Verde Esmeraldas busca ser reconocido y preferido por los clientes a nivel nacional, estableciendo cadenas de restaurantes en las principales

ciudades del país, a través de la incorporación de estrategias de innovación que permitan lograr la mejor posición dentro del mercado.

Políticas.

- Ofrecer un servicio de calidad, rápido y eficiente, cuidando siempre los modales y comportamiento para con los clientes.
- Realizar un cuidadoso proceso de higiene y limpieza en todas las áreas que conforman el local, mesas, sillas, equipo de trabajo y alimentos.
- Proporcionar al cliente productos alimenticios sanos, variados, elaborados con las medidas de seguridad correspondientes.
- Todo el personal que labora en el restaurante debe mantener un comportamiento integro, ético e imparcial.
- El personal de producción deberá contar con guantes, mascarilla y gorro de cocina
- El personal debe portar el uniforme proporcionad por la empresa de forma impecable.
- Mantener un personal calificado y motivado.
- Al momento de ingresar al local todos los clientes pagan, la tarifa establecida.

Valores.

Responsabilidad: Cumplir con las obligaciones que sean asignadas, sujetándose a los procesos de la empresa. Colocar todo su empeño en las tareas a realizarse.

Honestidad: Ser integro e imparcial dentro de la empresa, con cierto grado de seriedad para cumplir con el desarrollo de las actividades propuestas.

Trabajo en equipo: Ser capaz de tomar decisiones y ejecutar el desarrollo de actividades para lograr un fin en común que sea para bien de la empresa.

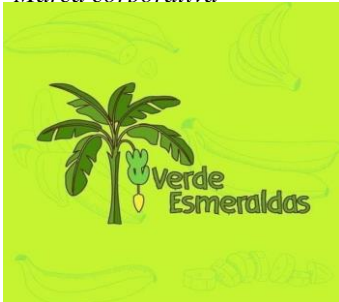
Respeto: Es la base dentro de una empresa, para lograr la sana convivencia entre el personal, comprender y tener empatía por los demás.

Puntualidad: Cumplir y respetar los horarios establecidos dentro de la empresa para el ingreso y salida del personal.

Marca e imagen corporativa.

Ilustración 34

Marca corporativa



Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autor

El eslogan que se ha escogido para presentar a la empresa es ***“100% ecuatoriano”***, puesto que son productos elaborados a base de plátano verde que es netamente de nuestro país. El logo está compuesto por la planta de plátano verde que es de donde se obtiene la materia prima principal. Se ha escogido el nombre de ***Verde Esmeraldas*** dado a:

Verde: debido al plátano verde, dado que de este producto se elaboran todas las presentaciones se pretende ofrecer en la empresa.

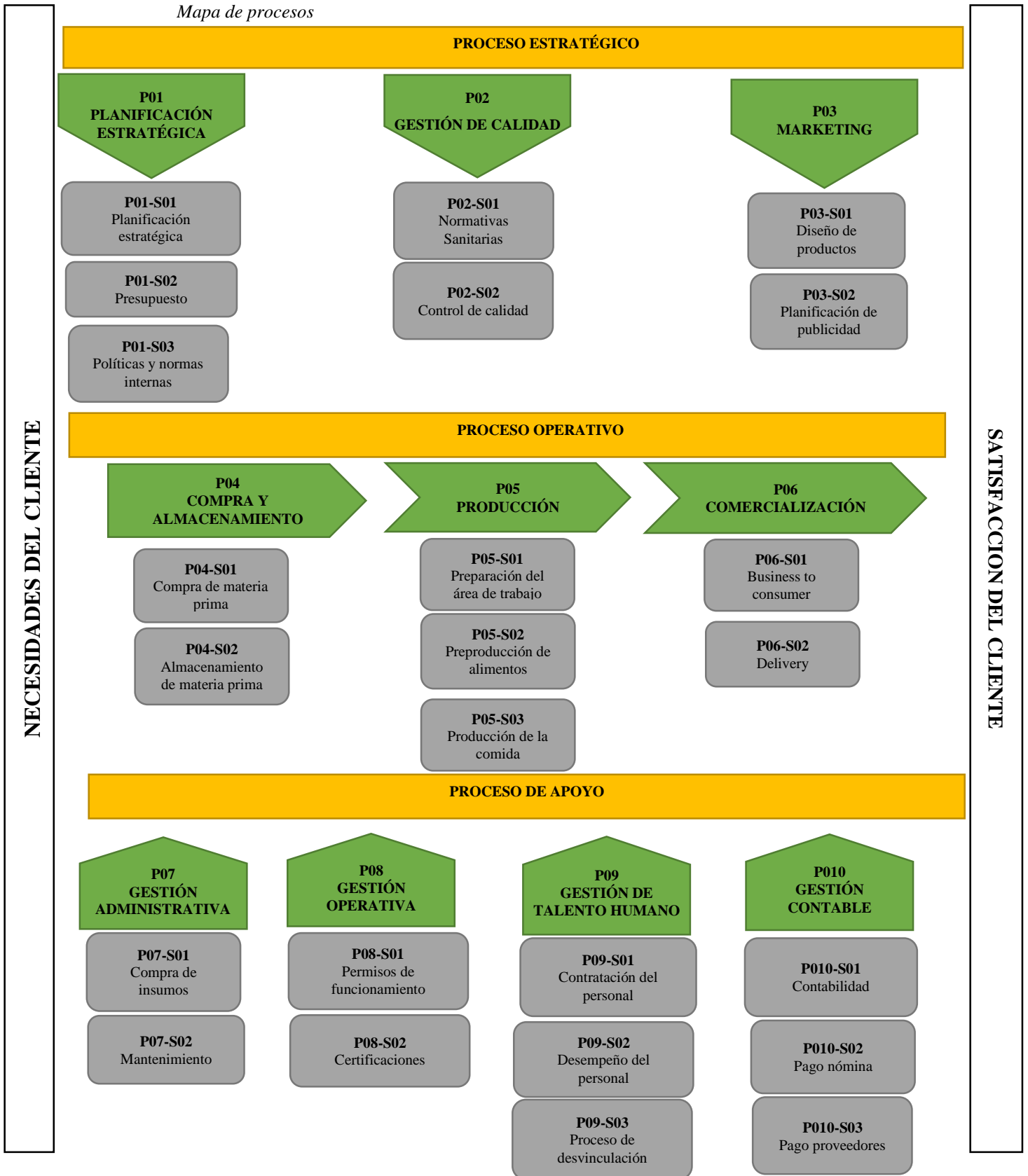
Esmeraldas: debido a que el plátano verde se cultiva y se cosecha en esta provincia del Ecuador.

El color verde en el logo representa a la provincia de Esmeraldas, de donde proviene este producto, debido a que es conocida como la provincia verde. Además, el tipo y color de letra que se utilizó es para darle simpleza y originalidad acorde a los demás parámetros que se han mencionado anteriormente.

Mapa de Procesos.

Se presenta el desarrollo del mapa de procesos, donde se detalla cada proceso con su respectivo subproceso.

Ilustración 35
Mapa de procesos



Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autor

Flujograma de actividades.

Los flujogramas permiten realizar una representación gráfica de cada uno de los procesos que se realiza dentro del emprendimiento, a través del desarrollo de una secuencia de actividades, mismos que son plasmados en las siguientes ilustraciones.

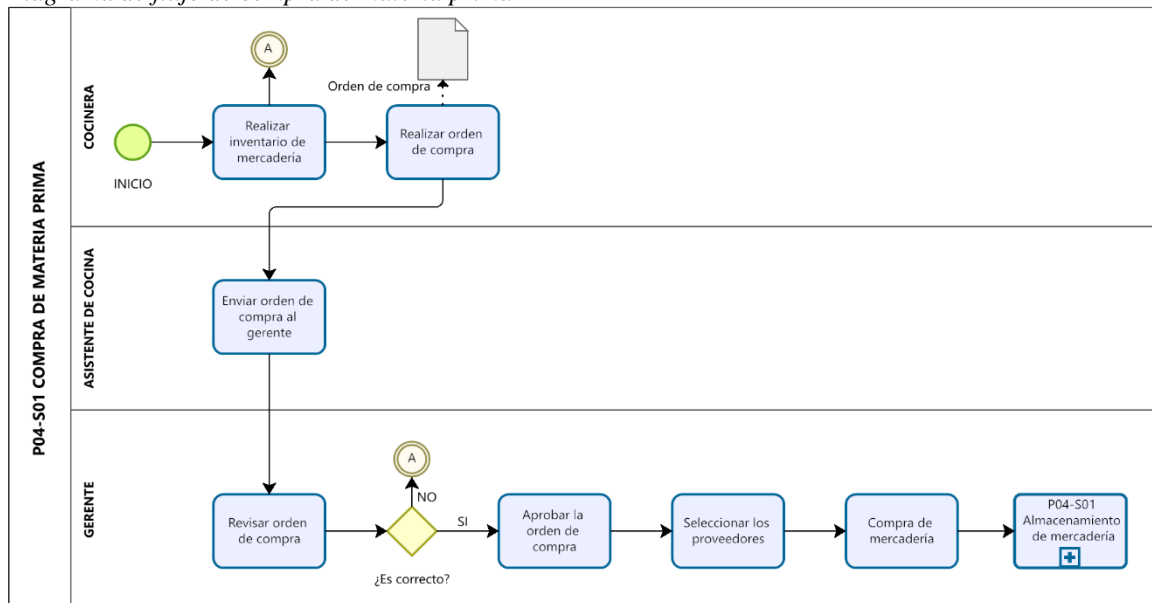
Compra y almacenamiento.

El proceso de compra y almacenamiento consiste en la adquisición de la materia prima necesaria para el proceso de producción de los productos propuestos así como su almacenamiento, mismo que cuenta con subprocesos como se detallan en los siguientes flujogramas.

Compra de materia prima.

Ilustración 36

Diagrama de flujo de compra de materia prima



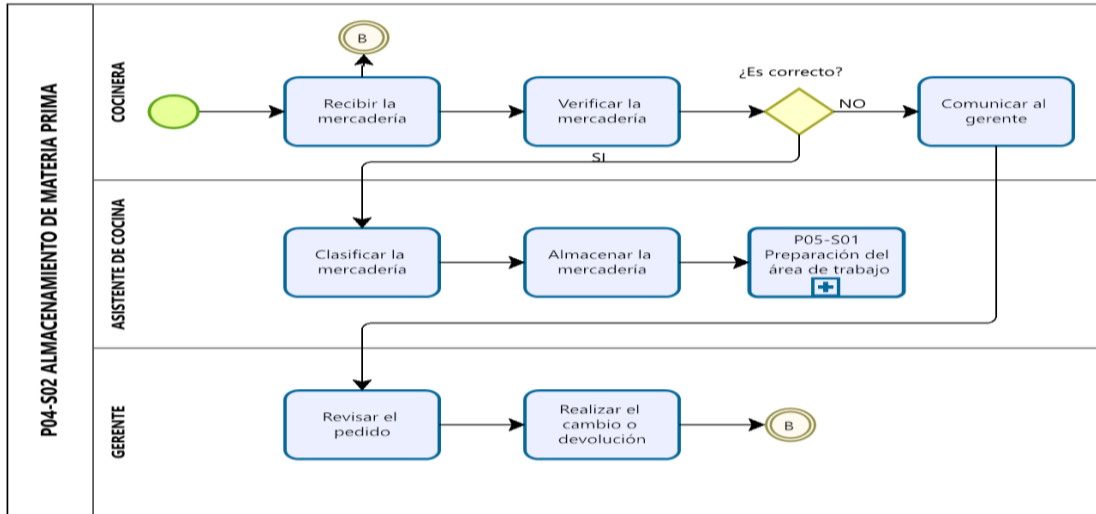
Fuente: Mapa de procesos

Elaborado por: Autor

Almacenamiento de materia prima.

Ilustración 37

Diagrama de flujo de almacenamiento de materia prima



Fuente: Mapa de procesos

Elaborado por: Autor

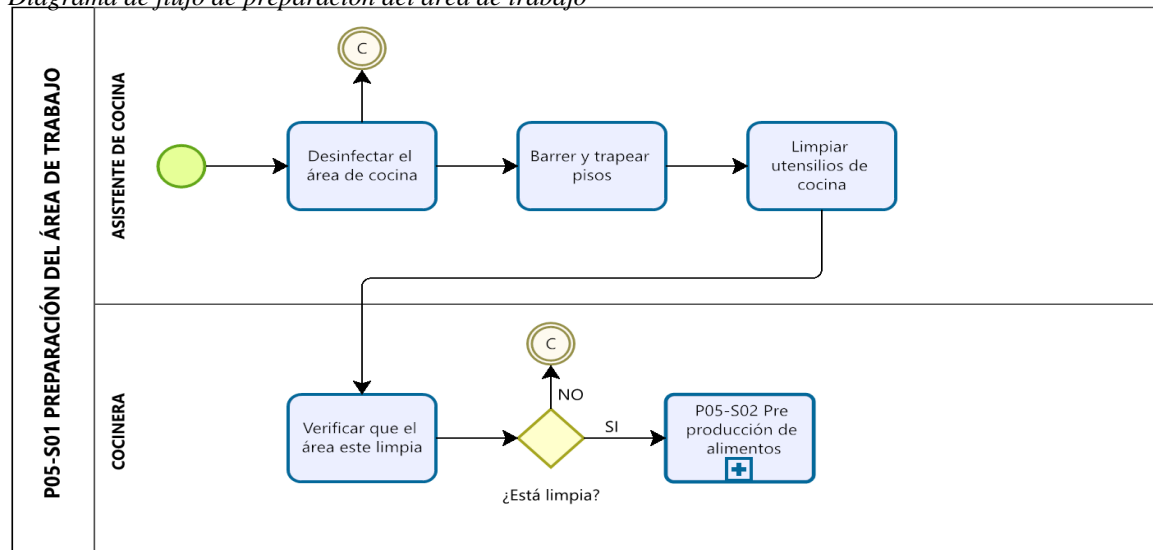
Producción.

El proceso de producción consiste en los subprocesos y actividades a seguir para la elaboración de los productos propuestos, los cuales son detallados en los siguientes flujogramas.

Preparación del área de trabajo.

Ilustración 38

Diagrama de flujo de preparación del área de trabajo



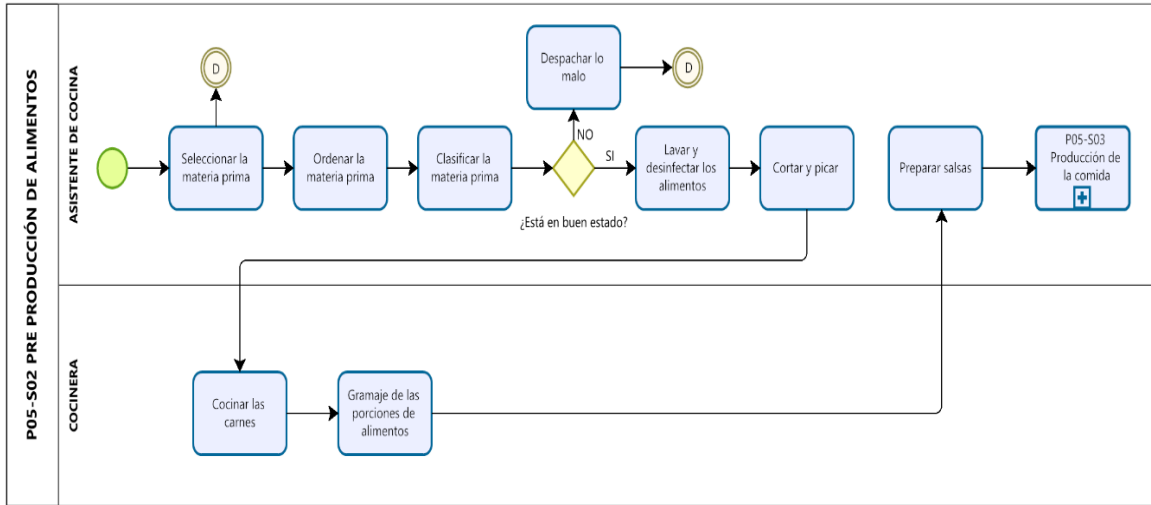
Fuente: Mapa de procesos

Elaborado por: Autor

Preproducción de alimentos.

Ilustración 39

Diagrama de flujo de preproducción de alimentos



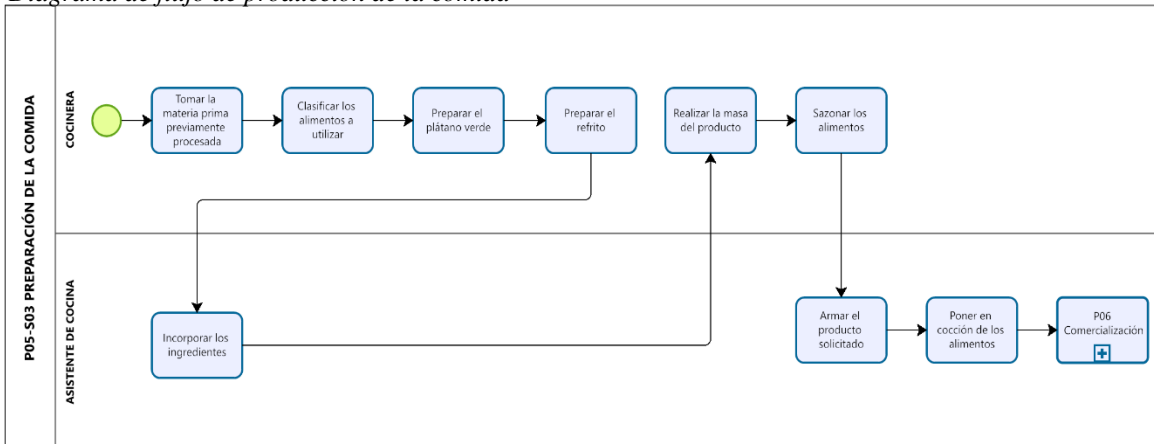
Fuente: Mapa de procesos

Elaborado por: Autor

Producción de la comida.

Ilustración 40

Diagrama de flujo de producción de la comida



Fuente: Mapa de procesos

Elaborado por: Autor

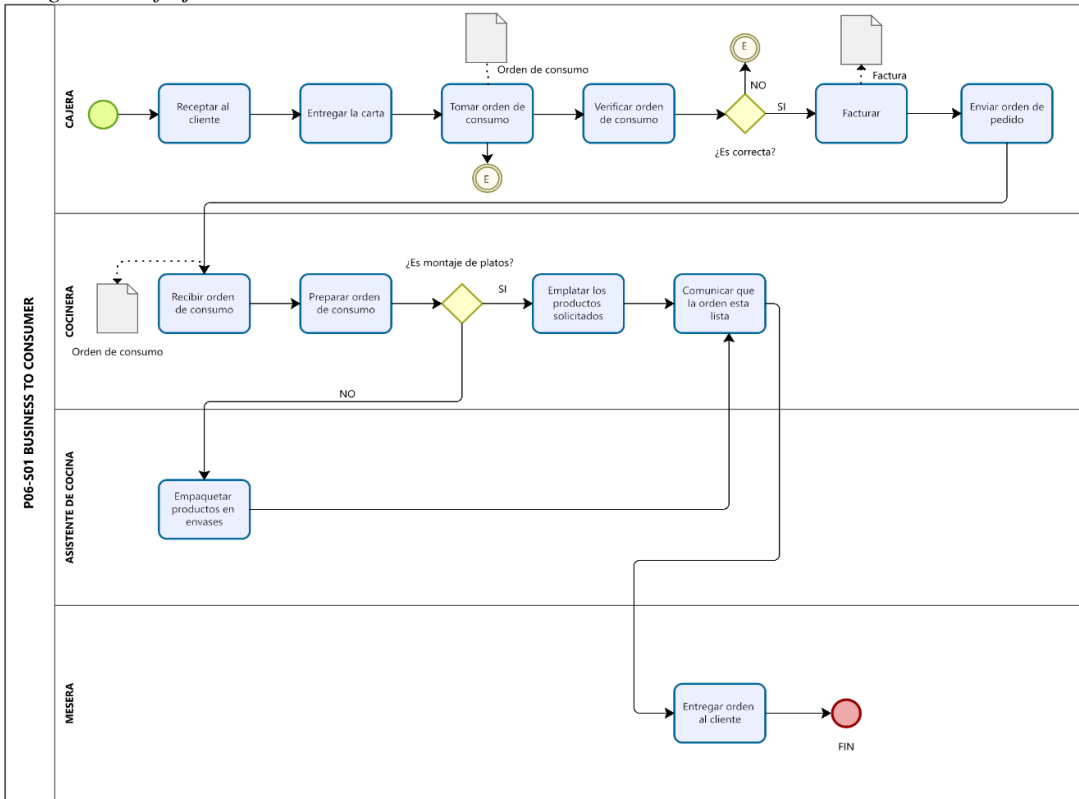
Comercialización.

El proceso de comercialización permite hacer llegar el producto al consumidor.

Business to consumer

Ilustración 41

Diagrama de flujo de Business to consumer



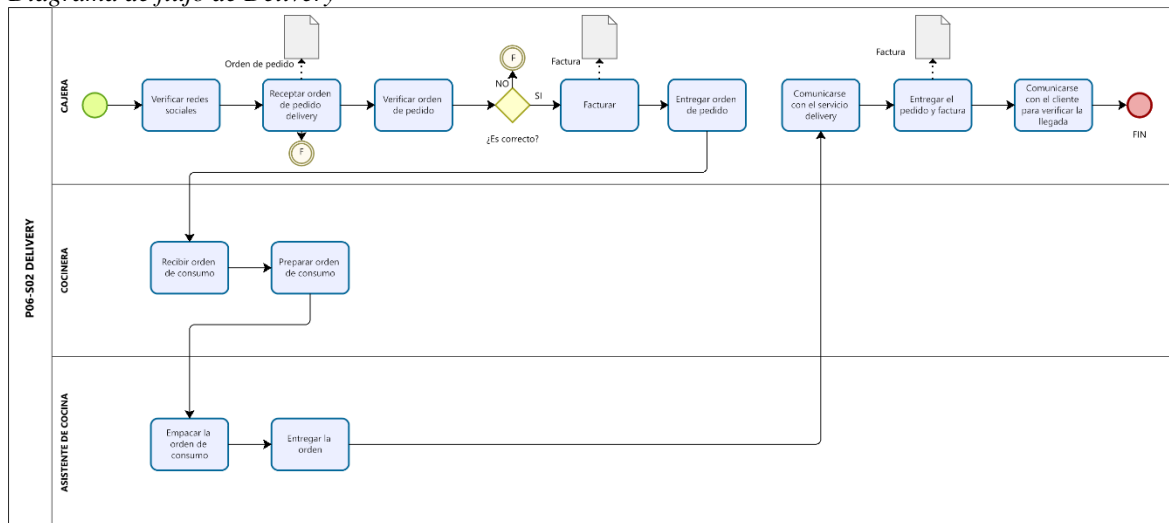
Fuente: Mapa de procesos

Elaborado por: Autor

Delivery.

Ilustración 42

Diagrama de flujo de Delivery



Fuente: Mapa de procesos

Elaborado por: Autor

Descripción del diagrama de flujo.

Tabla 24

Matriz aclaratoria del subproceso P04-S01 Compra de materia prima

Proceso	Compra y Almacenamiento	P04
Subproceso	<i>Compra de materia prima</i>	<i>S01</i>
ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Realizar inventario de mercadería	Se realiza el inventario de mercadería para verificar que productos hace falta para adquirir	COCINERA
Realizar la orden de compra	Se realiza la orden de compra de materia prima que se va a necesitar para la elaboración de los productos alimenticios hechos a base de plátano verde.	COCINERA
Enviar orden de compra a la gerente	La orden de compra se envía a la gerente para que apruebe la misma y poder realizar la respectiva actividad.	ASISTENTE DE COCINA
Revisar orden de compra	Se revisa la orden de compra y se constata si está toda la materia prima necesaria para elaborar los productos.	GERENTE
Aprobar orden de compra	Una vez que se constata que está toda la materia prima necesaria, se evalúa el presupuesto y se aprueba la compra de la misma.	GERENTE
Selección de proveedor	Para seleccionar el proveedor que proporcionará la materia prima, se realiza un análisis de precios en los que se oferta la misma; además, de conocer los días en los que existe feria de alimentos.	GERENTE
Compra de materia prima	Cuando ya se tenga seleccionado al proveedor de materia prima, se realiza la compra de la misma.	GERENTE

Fuente: Flujogramas de procesos

Elaborado por: Autor

Tabla 25

Matriz aclaratoria del subproceso P04-S02 Almacenamiento de materia prima

Proceso	Compra y almacenamiento	P04
Subproceso	<i>Almacenamiento de materia prima</i>	<i>S02</i>
ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Recibir la materia prima	Después de realizar la compra de la materia prima, se recibe la misma y se procede a desinfectar.	COCINERA
Verificar la mercadería	Se debe revisar la mercadería y concatenar con la orden de compra	COCINERA
Comunicar al gerente	En caso de que no esté correcto se comunicará al gerente para que realice la devolución o cambio	COCINERA
Revisar el pedido	Se deberá revisar nuevamente el pedido para estar seguro de que no es la mercadería solicitada o si se encuentra en mal estado.	GERENTE
Realizar el cambio o devolución	Se comunicará con los proveedores para explicarles que la mercadería no es correcta o se encuentra en mal estado y realizar el cambio o devolución de la	GERENTE

	mercadería	
Clasificar la materia prima	En caso de que esté correcto el pedido, se desinfecta la materia prima y se realiza la clasificación de acuerdo al tipo de alimento ya sea verduras, carnes, aderezos y demás.	ASISTENTE DE COCINA
Almacenar la materia prima	Cuando la materia prima ya está clasificada, se almacena en la refrigeradora para conservar sus propiedades y evitar que se dañe.	ASISTENTE DE COCINA

Fuente: Flujogramas de procesos

Elaborado por: Autor

Tabla 26

Matriz aclaratoria del subproceso P05-S01 Preparación del área de trabajo

Proceso	Producción	P05
Subproceso	<i>Preparación del área de trabajo</i>	<i>S01</i>
ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Desinfectar área de la cocina	Para preparar el área de cocina se procede a desinfectarla con productos de limpieza diseñados para mantener libre de grasa, bacterias y suciedad acumulada.	ASISTENTE DE COCINA
Barrer y trapear pisos	Se procede a barrer y trapear el piso de la cocina con una solución de agua y cloro, para de esta manera eliminar cualquier bacteria.	ASISTENTE DE COCINA
Limpiar utensilios de la cocina	Los utensilios de la cocina se proceden a lavar con jabón líquido y abundante agua, terminado este proceso se llena una olla con 1 litro de agua y se vierte 1 cucharada de cloro, se deja reposar por 15 minutos y luego se seca cada uno con una toalla limpia.	ASISTENTE DE COCINA
Verificar la correcta limpieza	Después de realizar estos procesos de limpieza, se verifica que las superficies estén limpias y los utensilios que se necesitan para preparar los alimentos, en caso de que no esté correcta la limpieza se ordena al asistente de cocina realizarlo nuevamente.	COCINERA

Fuente: Flujogramas de procesos

Elaborado por: Autor

Tabla 27

Matriz aclaratoria del subproceso P05-S02 Preproducción de alimentos

Proceso	Producción	P05
Subproceso	<i>Preproducción de alimentos</i>	<i>S02</i>
ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Seleccionar la materia prima	Se debe seleccionar la mercadería necesaria para la producción de los alimentos de forma diaria.	ASISTENTE DE COCINA
Ordenar materia prima	Se ordena la materia prima que se utiliza para la elaboración de los alimentos	ASISTENTE DE COCINA
Clasificar materia prima	Después se procede a clasificar la materia prima, la que está en buen estado es utilizada para la preparación y la que está	ASISTENTE DE COCINA

	en mal estado es desechada.	
Despachar lo malo	En caso de estar en mal estado la mercadería se desecha en el bote que corresponde a desechos orgánicos y se vuelve a seleccionar la materia prima.	ASISTENTE DE COCINA
Lavar y desinfectar los alimentos	En caso de estar en buen estado, los alimentos son lavados y desinfectados para posteriormente ser procesados.	ASISTENTE DE COCINA
Cortar y picar	Se corta y se pica los alimentos como la cebolla, el tomate riñón, el pimiento que posteriormente se almacenan en tapers que se preservarán en la refrigeradora.	ASISTENTE DE COCINA
Cocinar las carnes	Se procede a cocinar las carnes, se utiliza solo la pechuga de pollo, la cual necesita de 40 minutos de cocción aproximadamente a una temperatura de 165° F (74° C).	COCINERA
Gramaje de las porciones de alimentos	Se deja enfriar el pollo, se procede a desmenuzar y posteriormente se almacena en porciones de 30gr, el queso se ralla y se guarda en porciones de 40gr.	COCINERA
Preparar salsas	Se prepara salsa rosada, que se realiza con mayonesa y salsa de tomate, se prepara ají que consiste en licuar 2 ajís, 1/2 limón, sal, 1/4 de agua y agregar aceite.	ASISTENTE DE COCINA

Fuente: Flujogramas de procesos

Elaborado por: Autor

Tabla 28

Matriz aclaratoria del subproceso P05-S03 Producción de la comida

Proceso	Producción	P05
Subproceso	<i>Producción de la comida</i>	<i>S03</i>
ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Tomar la materia prima previamente procesada	Se debe tomar la mercadería previamente preparada y dejar reposar en la mesa de trabajo	COCINERA
Clasificar los alimentos a utilizar	Se procederá a clasificar los alimentos para la elaboración de los productos solicitados.	COCINERA
Preparar el plátano verde	Se desinfecta el plátano verde, se retira la cáscara y se procede a cortar, freír y armar dependiendo de lo que el cliente desee consumir.	COCINERA
Preparar el refrito	Se utilizará la cebolla, el tomate riñón, el pimiento que previamente fueron cortados y picados.	COCINERA
Incorporar demás ingredientes	Se incorpora varias especias como achiote en polvo, sal, ajino moto y se agrega 1 taza de jugo de pollo.	ASISTENTE DE COCINA
Realizar la masa del producto	Una vez incorporados los ingredientes se realiza la masa mezclando bien hasta tener la consistencia deseada.	COCINERA
Sazonar los alimentos	Se debe sazonar la masa para que llegue a tener el sabor deseado.	COCINERA

Armar el producto solicitado	Después de tener los alimentos preparados, se arma el plato solicitado por el cliente.	ASISTENTE DE COCINA
Poner a cocción los alimentos	Una vez armado el producto se los coloca a cocción de acuerdo al tiempo necesario de cada uno de ellos	ASISTENTE DE COCINA

Fuente: Flujogramas de procesos

Elaborado por: Autor

Tabla 29

Matriz aclaratoria del subproceso P06-S01 Business to consumer

Proceso	Comercialización	P06
Subproceso	<i>Business to consumer</i>	<i>S01</i>
ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Receptar al cliente	Se da la bienvenida al cliente al restaurante.	CAJERA
Entregar carta	Se entrega la carta a los clientes, para que puedan observar y elegir los productos que van a degustar.	CAJERA
Tomar orden de consumo	Posteriormente se toma la orden de consumo a los clientes y se retiran las cartas.	CAJERA
Verificar orden de consumo	Se verifica si la orden de consumo está correcta, si es así se procede a entregar la orden.	CAJERA
Facturar	El cliente se acerca a caja con el número de mesa otorgado y de esta manera paga la cuenta, y se factura la orden de consumo.	CAJERA
Enviar orden de consumo	La orden de consumo se entrega en la cocina, para que los alimentos se puedan preparar y servir a los clientes.	CAJERA
Recibir orden de consumo	Se reciben las ordenes de consumo que pueden ser para servirse en el local o a su vez para entrega a domicilio.	COCINERA
Preparar platos	Se preparan los alimentos que los clientes han decidido consumir, se arman en los platos y se entregan.	COCINERA
Emplatar los productos	Si la orden de consumo es para servirse en el local, se procede a emplatar los productos que el cliente ha solicitado para degustar.	COCINERA
Comunicar que la orden esta lista	Se comunica al área de ventas que la orden esta lista y se entrega los platos a la mesera.	COCINERA
Empaquetar productos en envase	En caso de que sea para llevar, se procede a empaquetar el producto solicitado por el cliente.	ASISTENTE DE COCINA
Entregar orden de consumo	Se entregan los platos a la mesa o directamente a los clientes, acompañados de salsas y los respectivos cubiertos.	MESERA

Fuente: Flujogramas de procesos

Elaborado por: Autor

Tabla 30
Matriz aclaratoria del subproceso P06-S02 Delivery

Proceso	Comercialización	P06
Subproceso	<i>Delivery</i>	<i>S02</i>
ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Verificar redes sociales	Se revisa constantemente las redes sociales, donde los clientes prefieren servicio de delivery.	CAJERA
Receptar orden de delivery	Una vez que los clientes confirman la orden por medio de las redes sociales, se receiptan los pedidos.	CAJERA
Verificar orden de pedido	Se verifica con el cliente si los productos y cantidad que solicita son los correctos. En caso de no estar correcto se solicita nuevamente el pedido	CAJERA
Facturar	Si el pedido es el correcto se procede a facturar solicitando los datos al cliente.	CAJERA
Entregar orden de delivery	Se entrega la orden de delivery en la cocina, con lo que el cliente ha solicitado.	MESERA
Recibir orden de consumo	Se recibe el orden de producción para preparar los alimentos solicitados	COCINERA
Preparar orden de consumo	Se prepara la orden de platos, incorporando los ingredientes necesarios.	COCINERA
Empaquetar pedido	Cuando esta lista la preparación de todos los platos, se empaqueta el pedido en contenedores llanos desechables, acompañados de salsas y ají.	ASISTENTE DE COCINA
Entregar pedido	El pedido es entregado al área de ventas para que se encargue de llevar al destino.	ASISTENTE DE COCINA
Comunicarse con el servicio de delivery	Se comunica con el servicio de delivery para solicitar que se entregue la orden de pedido	CAJERA
Entregar el pedido y factura	Se entrega el pedido y la factura al conductor que va a realizar la entrega, al igual que se indica la dirección a la cual deben entregar.	CAJERA
Comunicarse con el cliente para verificar la llegada	Una vez enviado el pedido se comunica con el cliente para verificar si el pedido le llevo y si está en buenas condiciones.	CAJERA

Fuente: Flujogramas de procesos

Elaborado por: Autor

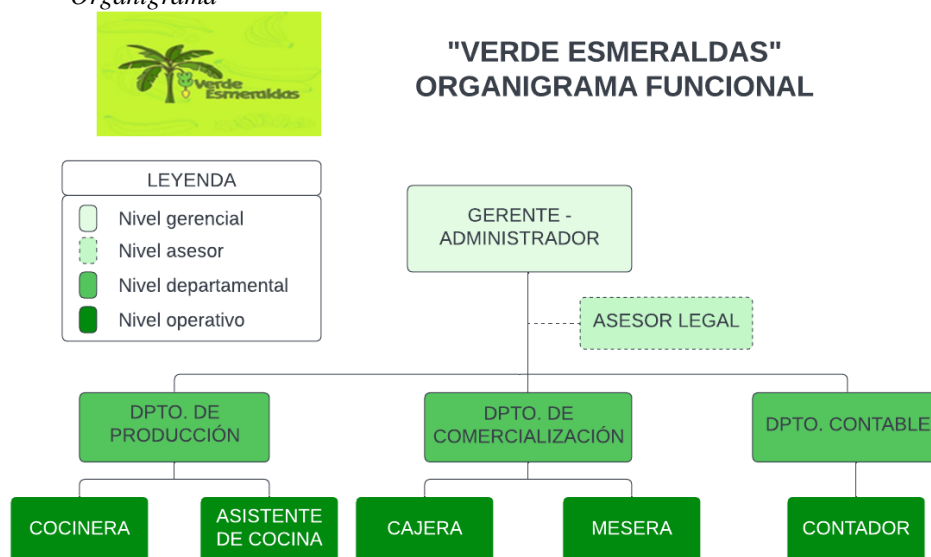
Organigrama.

Un organigrama es una representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa, el tipo de organigrama que se utiliza para la presente propuesta de tipo funcional, es decir, indica las funciones que debe cumplir cada departamento, equipo o estructura de la empresa (Rodriguez, 2022). Se seleccionó este tipo de organigrama dado que este permite dividir el trabajo de forma más eficiente y evita confusiones durante la división de

tareas, de igual manera, facilita la comunicación dentro de la empresa, ayudando a los empleados a saber cuál es su rol.

Cabe recalcar que es muy importante el papel y el rol que tiene cada cargo dentro de la empresa, la estructura organizacional que más se adapta a las necesidades del proyecto de emprendimiento es vertical o jerárquica, debido a que se basa en una estructura piramidal, cuyas responsabilidades recaen en la persona que se encuentra en la cima del organigrama, a medida que desciende por cada departamento el nivel de autoridad y responsabilidad disminuye.

Ilustración 43
Organigrama



Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autor

Manual de funciones.

Un manual de funciones es una herramienta técnica normativa donde se describe y plasma las funciones básicas de cada uno de los puestos de trabajo que requiere la empresa, el perfil, características, identificación de puestos superiores, entre otros aspectos, para dar a conocer a los trabajadores lo que deben realizar dentro de ella.

Por ende, para el desarrollo del manual de funciones se consideró la Norma Internacional ISO 9001:2015 (2015) donde señala que el nivel gerencial debe garantizar que la delegación de responsabilidades, funciones y autoridades para los diferentes roles

se asignen, comuniquen y entiendan en toda la organización para asegurar la supervisión y monitoreo del desempeño de cada uno de ellos. Por otro lado, también se basa en Normas de Control Interno de la Contraloría General del Estado (2014), donde indica que la máxima autoridad de cada entidad debe tener cuidado al momento de delimitar las funciones de los trabajadores y procurar realizar rotación de las tareas, para evitar que exista independencia y separación de funciones incompatibles con la finalidad de reducir el riesgo de errores o acciones irregulares.

Tabla 31
Manual de funciones - Gerente/Administrador

	<h2 style="margin: 0;">VERDE ESMERALDAS</h2> <h3 style="margin: 0;">Manual de funciones</h3>
<p>Codificación: MF01</p>	
<p>Versión: 01</p>	
<p>Fecha de vigencia: 30 de julio del 2021</p>	
<p>Cargo: Gerente-Administrador</p>	
<p>Posición: Nivel Gerencial</p>	
<p>Objetivo:</p> <p>Coordinar las actividades de la empresa a través del uso eficiente de los recursos, con el fin de cumplir con las políticas establecidas.</p>	
<p style="text-align: center;">Descripción del cargo</p> <p>Supervisar y controlar las operaciones de apoyo diarias de la empresa, planificar los procedimientos administrativos más eficientes posibles, establecer la gestión administrativa y operativa.</p>	
<p style="text-align: center;">Perfil del cargo</p> <p>Educación: Título de tercer nivel o superior en administración de empresas o carreras afines.</p> <p>Experiencia: Experiencia mínima de 3 años en cargos similares</p> <p>Formación: Profesional con certificaciones de capacitaciones en administración y gestión de talento humano.</p> <p>Habilidades: Habilidad para planificar, organizar, controlar y dirigir, ser analítico, responsable, capacidad para dar solución a los problemas y tomar decisiones.</p>	
<p style="text-align: center;">Funciones esenciales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monitorear que se esté cumpliendo con el proceso de planificación estratégica. • Realizar el proceso de selección y contratación de personal. • Evaluar el desempeño institucional y del talento humano. • Supervisar el pago de remuneraciones y beneficios sociales. • Negociar con los proveedores. 	

-
- Supervisar el proceso de compras y pago a los proveedores de materia prima.
-

Elaborado por:

Recibido por:

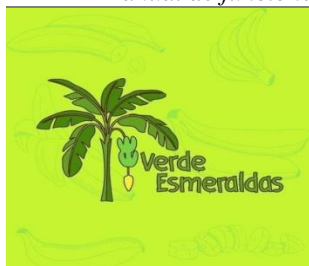
Autorizado por:

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autor

Tabla 32

Manual de funciones - Cocinera



VERDE ESMERALDAS

Manual de funciones

Codificación: MF02

Versión: 01

Fecha de vigencia: 30 de julio del 2021

Cargo: Cocinera

Posición: Nivel operacional - Área Producción

Objetivo:

Garantizar la preparación de productos alimenticios cumpliendo normas estrictas de seguridad e higiene.

Descripción del cargo

Preparar los platos que los clientes soliciten, garantizando el buen uso de los equipos de cocina y verificando la calidad de cada uno de los productos utilizados para la elaboración de los platos.

Perfil del cargo

Educación: Título de tercer nivel en Gastronomía o Cocinera Profesional

Experiencia: Experiencia mínima de 2 años en el área de cocina

Formación: Profesional con asistencia a cursos, jornadas gastronómicas.

Habilidades: Creativo, responsable, agilidad a la hora de preparar los platos, capacidad para trabajar en equipo.

Funciones esenciales

- Realizar los pedidos de compra de materia prima a la gerencia.
 - Inspeccionar todos los días que el área de la cocina, refrigeradora y despensa esté apta para la preparación de alimentos.
 - Preparar los platos solicitados por los clientes.
 - Supervisar las actividades realizadas por el asistente de cocina.
 - Mantener limpia el área de la cocina.
-

Elaborado por:

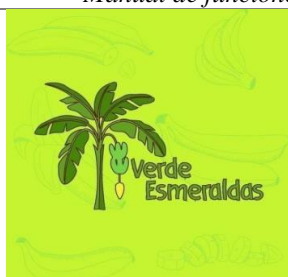
Recibido por:

Autorizado por:

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autor

Tabla 33
Manual de funciones - Asistente de cocina



VERDE ESMERALDAS

Manual de funciones

Codificación: MF03

Versión: 01

Fecha de vigencia: 30 de julio del 2021

Cargo: Asistente de Cocina

Posición: Nivel operacional - Área Producción

Objetivo:

Apoyar en la preparación de los productos alimenticios cumpliendo con normas y procedimientos establecidos en el área.

Descripción del cargo

Atender los requerimientos que el jefe inmediato (Cocinera) solicite, siendo el soporte básico en la ejecución de los procesos dispuestos para el área de producción. Las actividades que realice están dirigidas hacia el cumplimiento de la calidad e higiene tanto en el proceso de preparación como dentro del área de trabajo.

Perfil del cargo

Educación: Bachiller, tener conocimiento en cocina

Experiencia: Experiencia mínima de 1 año en el área de cocina

Formación: Asistencia a cursos sobre manipulación de alimentos, seguridad e higiene

Habilidades: Colaborador, ágil, capacidad de trabajar en equipo

Funciones esenciales

- Cumplir con las actividades que le asigne la cocinera.
- Almacenar la materia prima.
- Lavar, desinfectar, cortar y picar la materia prima.
- Cocinar las carnes.
- Preparar salsas y ají.
- Limpiar cocina, refrigeradora, utensilios de cocina.
- Barrer y trapear el área de la cocina.
- Mantener limpia el área de la cocina.
- Reportar falta de materia prima.

Elaborado por:

Recibido por:

Autorizado por:

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autor

Tabla 34
Manual de Funciones - Mesera



VERDE ESMERALDAS

Manual de funciones

Codificación: MF04

Versión: 01

Fecha de vigencia: 30 de julio del 2021

Cargo: Mesera

Posición: Nivel operacional - Área Comercialización

Objetivo:

Garantizar la satisfacción de los clientes brindando un trato amable y atento acorde a las necesidades y deseos que expresen.

Descripción del cargo

Tomar la orden de consumo y servir los platos a los clientes, observar sus reacciones y verificar si requieren algo adicional, con el fin de procurar que estén satisfechos con los productos entregados y el servicio prestado.

Perfil del cargo

Educación: Bachiller, estudiantes universitarios

Experiencia: Experiencia mínima de 1 año en atención al cliente

Formación: Asistencia a cursos sobre atención al cliente

Habilidades: Colaborador, amable, puntual, ágil, atento

Funciones esenciales

- Cumplir con el protocolo de entrada y salida.
- Dar la bienvenida a los clientes, entregarles la carta.
- Entregar la orden de consumo en el menor tiempo posible.
- Limpiar mesas, sillas una vez finalizado el servicio al cliente.
- Barrer y trapear pisos del área de comercialización.
- Proporcionar información a los clientes sobre promociones existentes.
- Mantener un ambiente armónico para que los clientes se sientan a gusto, a fin de que estén motivados a regresar en otra ocasión.
- Cumplir con las políticas y procedimientos de seguridad

Elaborado por:

Recibido por:

Autorizado por:

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autor

Tabla 35
Manual de Funciones - Cajera



VERDE ESMERALDAS

Manual de funciones

Codificación: MF05

Versión: 01

Fecha de vigencia: 30 de julio del 2021

Cargo: Cajera

Posición: Nivel operacional - Área Comercialización

Objetivo:

Garantizar las operaciones de que se realizan en la caja al efectuar el cobro, entrega y custodia del dinero.

Descripción del cargo

Realizar los cobros de los pedidos que realizan los clientes, recibir los pagos y entregar las facturas correspondientes.

Perfil del cargo

Educación: Bachiller técnico: contabilidad

Experiencia: Experiencia mínima de 1 año en el cargo de cajero

Formación: Asistencia a cursos sobre atención al cliente, computación, manejo de efectivo

Habilidades: Ético, responsable, honesto, integro

Funciones esenciales

- Asistir cordialmente a los clientes.
- Receptar las ordenes de consumo a través de redes sociales para delivery.
- Entregar las ordenes de consumo de delivery a cocina.
- Registrar, cobrar y facturar las órdenes de consumo que se realicen en el establecimiento.
- Realizar diariamente arquezos de caja.
- Atender y solucionar quejas de los clientes.

Elaborado por:

Recibido por:

Autorizado por:

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autor

Tabla 36
Manual de funciones - Contador



VERDE ESMERALDAS

Manual de funciones

Codificación: MF07

Versión: 01

Fecha de vigencia: 30 de julio del 2021

Cargo: Contador

Posición: Nivel operacional - Área Contable

Objetivo:

Llevar la contabilidad del establecimiento conforme a la normativa legal vigente.

Descripción del cargo

Proporcionar alta confianza y confidencialidad a la Gerencia, encargado del registro, manejo y control de la información financiera y de todas las operaciones contables que se realicen en el establecimiento.

Perfil del cargo

Educación: Título de tercer nivel en contabilidad y auditoría

Experiencia: Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.

Formación: Asistencia a cursos sobre actualización de conocimientos, costos, manejo de software contable, estar al corriente de la normativa legal vigente

Habilidades: Ética profesional, imparcialidad, responsable, honesto, facilidad para el manejo de tecnologías.

Funciones esenciales

- Registrar las transacciones comerciales del establecimiento.
- Llevar un registro de ingresos y gastos.
- Presentar estados financieros y evaluar la situación económica de la empresa.
- Realizar el pago de sueldos al personal y beneficios sociales.
- Realizar el pago a proveedores.
- Realizar inventarios en el establecimiento.
- Presentar informes financieros a la gerencia.

Elaborado por:

Recibido por:

Autorizado por:

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autor

2.4.4. Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual

El tipo de empresa que se va a constituir es una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S.

Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S).

Es un tipo de compañía mercantil que se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante un trámite simplificado sin costo. Tiene como objetivo impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos productivos (Gob.ec, 2020).

Requisitos para crear una S.A.S.

El ente regulador de las sociedades constituidas en el país es la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2020), la cual determina los principales requisitos que son indispensables para la constitución de una empresa bajo esta legalidad, mismos que se detallan a continuación.

- Certificado electrónico que confiere el accionista
- Documento de la reserva del nombre comercial de la sociedad
- Escritura de constitución.
- Documento que certifique el nombramiento del representante legal de la sociedad
- Formulario estableciendo la solicitud para la inscripción de la sociedad
- Copias de cédula del representante legal nombrado a color.

Pasos para constituir una S.A.S.

Crear reserva de denominación.

- a) Ingrese al portal www.supercias.gob.ec
- b) Ingrese al Portal de Trámites - Sector Societario.
- c) Ingrese usuario y clave escoja la opción Reserva de Denominación
- d) Ingrese a la Opción Constitución.
- e) Siga los pasos indicados en dicho proceso, escogiendo tipo de compañía S.A.S.
- f) Terminado el proceso genere/imprima su reserva.

Descargar formato de documentos

- a) Ingrese al portal www.supercias.gob.ec
- b) Ingrese a Guías del Usuario y descargue los formatos y documentos requeridos.
- c) Llene la información solicitada en los documentos descargados.
- d) En caso de constitución electrónica, llene los datos solicitados en el sistema para la generación de la constitución y el nombramiento. Se deberá firmar, aceptar y enviar la información.
- e) Si se escoge realizar el trámite de forma presencial, deberá enviar los documentos con firma legible en el Centro de atención al usuario, en caso de disponer de firma electrónica, se enviará al correo electrónico toda la documentación.

Constitución con firma electrónica.

- a) Petición para la constitución de la sociedad.
- b) Documento en PDF, con documentos como: Contrato Privado o Escritura y reserva debidamente firmado electrónicamente.
- c) Documento en PDF de cada nombramiento, los cuales deben encontrarse debidamente firmado electrónicamente.
- d) Documento en PDF que conlleve copias de los documentos de identificación tanto de accionistas como de la persona nombrada como representante.

Constitución con firma manuscrita.

Para la constitución presencial se deberá disponer de una solicitud de inscripción, seguido de un contrato debidamente firmado, el nombramiento del representante legal firmado, la reserva de denominación donde conste el nombre comercial de la sociedad y copias de los documentos de identificación de accionistas y representante legal.

Con la petición enviada se procede a iniciar el trámite de constitución de la sociedad, posteriormente el trámite será revisado y gestionado por el personal competente, cabe mencionar que durante dicha gestión de ser necesario se solicitará información al representante legal mediante correos electrónicos. En caso de no existir observación alguna, se ingresa la inscripción del contrato y el nombramiento de accionistas en el caso de ser necesario.

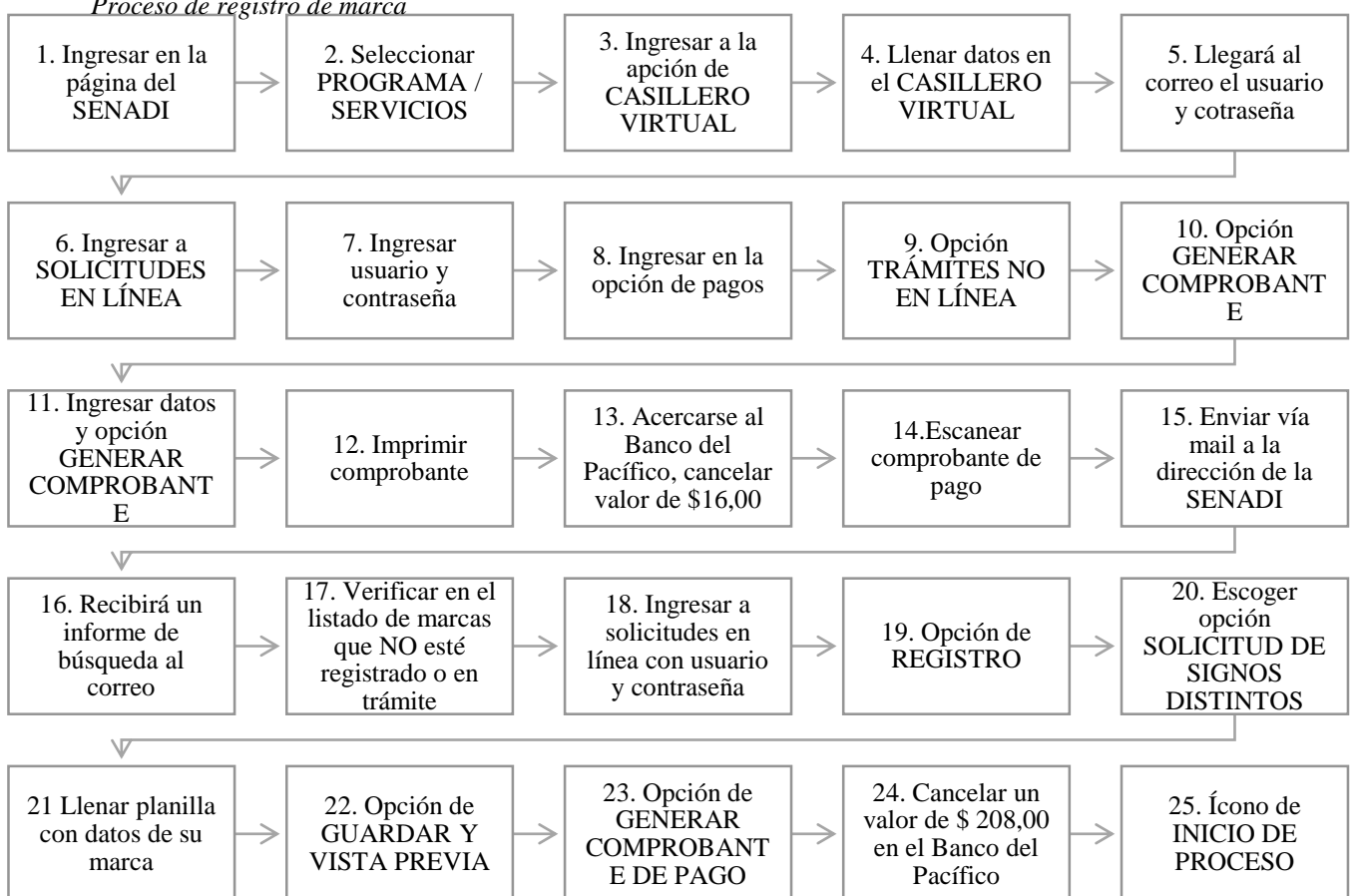
Una vez finalizado el proceso, se comunicará a través de correo electrónico, que la sociedad se encuentra constituida adjuntando información relevante del mismo.

Se ha decidido constituir una S.A.S debido a que tiene menores costos administrativos, pues se implementa mediante documentos privados y se elimina la obligación de hacerlas por escrituras públicas. Además, a diferencia de otras estructuras corporativas tradicionales, la S.A.S. solo requiere un único accionista para su constitución.

Proceso de Registro de la Marca.

Para llevar a cabo el registro de una marca lo primero que se debe hacer, es una búsqueda fonética en donde se pueda comprobar si ya existe la marca que se va a presentar, se lo puede hacer de manera online.

Ilustración 44
Proceso de registro de marca



Fuente: SENADI (2021)

Elaborado por: Autor

Nombre comercial de la empresa.

El nombre comercial para la empresa presentará el mismo que la marca establecida el cual es “Verde Esmeraldas”.

2.5. Estudio financiero

2.5.1. Inversiones y capital de trabajo

Maquinaria y equipos.

Para la elaboración de los productos a comercializar en el establecimiento es necesario la adquisición de maquinaria y equipos especializados para la elaboración de los productos alimenticios a base de plátano verde así como para la comercialización de los mismos. A continuación se detalla cada uno de ellos.

Maquinaria y equipo de producción.

La maquinaria y equipo de producción representan los activos necesarios para la elaboración del producto, comenzando desde la transformación de la materia prima hasta llegar al producto terminado, para lo cual se detalla en la Tabla 37.

Tabla 37
Maquinaria y equipo de producción

Detalle	Fotografía	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Freidora Industrial		2	\$400,00	\$800,00
Cocina Industrial		2	\$400,00	\$800,00
Refrigerador		1	\$400,00	\$400,00
Congelador		1	\$400,00	\$400,00
Licuadaora		2	\$30,00	\$60,00
TOTAL			\$1.630,00	\$2.460,00

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

Menaje de cocina.

Los menajes de cocina son aquellos enseres de cocina indispensables para la elaboración de los productos propuestos, mismos que se describe en la Tabla 38.

Tabla 38
Menaje de cocina

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Ralladores	4	\$2,00	\$8,00
Masos	5	\$3,00	\$15,00
Cuchillos	5	\$5,00	\$25,00
Pailas	4	\$50,00	\$200,00
Vajilla tendida	60	\$3,00	\$180,00
Cubiertos	60	\$3,00	\$180,00
TOTAL		\$66,00	\$608,00

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

Muebles y enseres.

Representan los muebles y enseres aquellos activos indispensables para cumplir con las actividades tanto administrativas, de venta o contables. Por lo cual, la Tabla 39 señala los bienes necesarios.

Tabla 39
Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Comedores	6	\$80,00	\$480,00
Mesa	3	\$60,00	\$180,00
Escritorio	2	\$100,00	\$200,00
Sillas ejecutivas	2	\$80,00	\$160,00
Televisor	2	\$700,00	\$1.400,00
TOTAL		\$1.020,00	\$2.420,00

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

Equipo de computación.

Son aquellos equipos necesarios para el desenvolvimiento de la empresa en el área administrativa, permitiendo tener un correcto control de las actividades de la empresa, así como la ejecución de la parte contable de la misma. En la Tabla 40 se describe este equipo necesario.

Tabla 40
Equipo de computación.

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	3	\$500,00	\$1.500,00
TOTAL		\$500,00	\$1.500,00

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

Una vez identificada toda la maquinaria y equipo necesario para el giro de la empresa, en la Tabla 41 se detalla un resumen de la inversión fija necesaria, representando así un total de \$6.988,00.

Tabla 41
Resumen de Inversión fija

ACTIVOS	VALOR
Menaje de cocina	\$608,00
Maquinaria y equipo de producción	\$2.460,00
Muebles y enceres	\$2.420,00
Equipo de computo	\$1.500,00
TOTAL	\$6.988,00

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Capital de trabajo.

El capital de trabajo constituye una parte de la inversión inicial que dispone el emprendimiento para ejecutar sus actividades de forma continua, permitiendo afrontar todas las obligaciones a corto plazo que se obtendrá con la puesta en marcha de la misma. Para el proyecto se establece la necesidad de un capital de trabajo para 2 meses, considerando que es el tiempo requerido para que esté pueda autofinanciarse y poder cumplir con todas sus obligaciones. En la Tabla 42 se describe todos los rubros necesarios para el tiempo antes mencionado, obteniendo un total de \$31.175.53.

Tabla 42
Capital de trabajo

Rubro	Requerimiento mensual	Requerimiento de capital anual
		2 meses
Gasto de constitución	\$ 444,00	\$ 444,00
Materia Prima	\$ 10.141,10	\$ 20.282,21
Servicio básicos	\$ 45,00	\$ 90,00
Internet	\$ 25,00	\$ 50,00
Arriendo	\$ 300,00	\$ 600,00
Suministros de oficina	\$ 20,00	\$ 40,00
Software contable	\$ 60,00	\$ 120,00
Suministros de aseo	\$ 25,00	\$ 50,00
Sueldos de personal	\$ 3.510,77	\$ 7.021,55
Publicidad	\$ 170,00	\$ 340,00
Inventario bebidas	\$ 1.068,89	\$ 2.137,77
TOTAL	\$ 14.740,88	\$ 31.175,53

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Total de inversión.

La inversión inicial necesaria para un proyecto está representada por la inversión fija que son la maquinaria y equipos necesarios para producción y prestación de servicios desarrollados en la empresa, así como del capital de trabajo que representa el rubro que necesita la empresa para iniciar la operación y cumplir con las obligaciones en un tiempo determinado. Para el presente proyecto se necesita una inversión de \$38.163,53.

Tabla 43
Inversión Inicial.

INVERSIÓN INICIAL	
Capital de trabajo	\$ 31.175,53
Inversión fija	\$ 6.988,00
Total inversión inicial	\$ 38.163,53

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital.

El financiamiento para la producción y comercialización de productos a base de plátano verde será mediante fondo propio por \$8.163,53 correspondiente al 21% de la inversión inicial y a través de un crédito adquirido en la Cooperativa Tulcán por el valor de \$30.000,00 representando el 79% de la inversión inicial, a una tasa de interés de 15.60%.

Tabla 44
Fuentes de Financiamiento

Tipo de financiamiento	Inversión	%
Aporte propio	\$ 8.163,53	21%
Aporte financiado	\$ 30.000,00	79%
TOTAL INVERSION	\$ 38.163,53	100%

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

El costo de capital es determinado tomando en consideración la tasa activa en el caso del aporte financiado y en cuanto al aporte propio mediante la tasa pasiva, cabe mencionar que las tasas son obtenidas de la Cooperativa Tulcán.

Tabla 45*Costo de capital.*

Tipo de financiamiento	Inversión	%	Tasas	Valor ponderado
Aporte propio	\$8.163,53	21%	6,20%	1,33%
Aporte financiado	\$30.000,00	79%	15,60%	12,26%
TOTAL INVERSION	\$38.163,53	100%		
COSTO DE CAPITAL				13,59%

Fuente: “Estudio financiero”**Elaborado por:** Autor

Por ende, el costo de capital que dispone la inversión necesaria para la ejecución del proyecto es de 13,59%.

2.5.2. Ingresos

Precio.

El precio fue determinado de acuerdo a la información obtenida en la encuesta realizada a la población de Ibarra. Por ende, se ha establecido considerando un precio justo, para que el consumidor se encuentre en posibilidad de adquirirlo como se detalla en la Tabla 46, describiendo el precio de cada uno de los productos propuestos y la proyección para 5 años de acuerdo a la inflación que presenta el proyecto a Julio de 2021.

Tabla 46*Precio proyectado*

PROYECCION DE PRECIOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Patacones rellenos de pollo	\$ 3,00	\$ 3,01	\$ 3,03	\$ 3,04	\$ 3,05
Tortilla de camarón	\$ 3,50	\$ 3,52	\$ 3,53	\$ 3,55	\$ 3,56
Bolones	\$ 2,00	\$ 2,01	\$ 2,02	\$ 2,03	\$ 2,04
Empanadas de verde	\$ 2,00	\$ 2,01	\$ 2,02	\$ 2,03	\$ 2,04


Fuente: “Estudio financiero”**Elaborado por:** Autor

Presupuesto de ventas.

Los ingresos percibidos por la comercialización de productos a base de plátano verde como son: patacones rellenos de pollo, tortillas de camarón, empanadas de verde y bolones, provienen de la capacidad instalada que dispone el establecimiento determinada en el estudio técnico, así como el precio. Cabe mencionar que la capacidad y el precio fueron establecidos de acuerdo al modelo de negocio seleccionado para la empresa propuesta. Por ende, en la Tabla 47 se detalla el presupuesto de venta de acuerdo al

incremento del 10% de la capacidad en los próximos años y la inflación presentada en Julio de 2021.

Tabla 47
Presupuesto de ventas

					
EMPRESA "VERDE ESMERALDAS"					
PRESUPUESTO DE VENTAS					
PRESUPUESTO DE VENTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Patacones rellenos de verde	20653	22718	24990	27489	30238
Tortilla de camarón	11776	12954	14249	15674	17241
Bolones de verde	17754	19530	21483	23631	25994
Empanadas de verde	19928	21921	24113	26525	29177
PRECIO UNITARIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Patacones rellenos de verde	\$ 3,00	\$ 3,01	\$ 3,03	\$ 3,04	\$ 3,05
Tortilla de camarón	\$ 3,50	\$ 3,52	\$ 3,53	\$ 3,55	\$ 3,56
Bolones de verde	\$ 2,00	\$ 2,01	\$ 2,02	\$ 2,03	\$ 2,04
Empanadas de verde	\$ 2,00	\$ 2,01	\$ 2,02	\$ 2,03	\$ 2,04
INGRESOS DE VENTAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Patacones rellenos de verde	\$61.959,44	\$68.462,09	\$75.647,18	\$83.586,35	\$92.358,74
Tortilla de camarón	\$41.215,71	\$45.541,30	\$50.320,86	\$55.602,03	\$61.437,47
Bolones de verde	\$35.508,92	\$39.235,58	\$43.353,36	\$47.903,29	\$52.930,74
Empanadas de verde	\$39.856,95	\$44.039,94	\$48.661,93	\$53.769,00	\$59.412,06
Total ingresos	\$178.541,02	\$197.278,90	\$217.983,32	\$240.860,67	\$266.139,00

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor


Presupuesto de ventas de bebidas.

Con relación a la otra fuente de ingreso relacionada con la venta de bebidas tanto producidas en el establecimiento como de terceros se realiza la proyección considerando la capacidad que dispondrá la empresa para la comercialización de dichos productos. Con relación a los precios, en cuanto a batidos, jugos y aguas aromáticas se establece de acuerdo a los que se encuentran en el mercado relacionado con dichas bebidas, y la de terceros

como aguas, gaseosas y jugos se encuentran establecidos por los proveedores. Para dicha proyección se considera la inflación anual a 2021 para los precios y el incremento de la capacidad del 10% en cada producto.

Tabla 48

Presupuesto de ventas de bebidas

 EMPRESA "VERDE ESMERALDAS" PRESUPUESTO DE VENTAS DE BEBIDAS					
PRESUPUESTO DE VENTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Batidos	8640	9504	10454	11500	12650
Jugos	8640	9504	10454	11500	12650
Aguas aromáticas	8640	9504	10454	11500	12650
Aguas embotelladas	8640	9504	10454	11500	12650
Gaseosas	8640	9504	10454	11500	12650
Jugos embotellados	8640	9504	10454	11500	12650
PRECIO UNITARIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Batidos	\$1,50	\$1,51	\$1,51	\$1,52	\$1,53
Jugos	\$1,00	\$1,00	\$1,01	\$1,01	\$1,02
Aguas aromáticas	\$0,50	\$0,50	\$0,50	\$0,51	\$0,51
Aguas embotelladas	\$0,50	\$0,50	\$0,50	\$0,51	\$0,51
Gaseosas	\$0,75	\$0,75	\$0,76	\$0,76	\$0,76
Jugos embotellados	\$0,35	\$0,35	\$0,35	\$0,35	\$0,36
INGRESOS DE VENTAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Batidos	\$12.960,00	\$ 14.320,15	\$15.823,05	\$17.483,68	\$19.318,59
Jugos	\$ 8.640,00	\$ 9.546,77	\$10.548,70	\$11.655,79	\$12.879,06
Aguas aromáticas	\$ 4.320,00	\$ 4.773,38	\$ 5.274,35	\$ 5.827,89	\$ 6.439,53
Aguas embotelladas	\$ 4.320,00	\$ 4.773,38	\$ 5.274,35	\$ 5.827,89	\$ 6.439,53
Gaseosas	\$ 6.480,00	\$ 7.160,08	\$ 7.911,53	\$ 8.741,84	\$ 9.659,30
Jugos embotellados	\$ 3.024,00	\$ 3.341,37	\$ 3.692,05	\$ 4.079,53	\$ 4.507,67
Total ingresos	\$ 39.744,00	\$43.915,13	\$ 48.524,03	\$ 53.616,62	\$ 59.243,69

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

2.5.3. Costos y gastos

Costos de producción.

En relación a los costos de producción se determina bajo los tres elementos; materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación de cada uno de los productos propuestos permitiendo calcular el costo total y unitario.

Patacones rellenos de pollo.

Tabla 49

Costo de producción – Patacones rellenos de pollo

Elementos del costo	Patacones rellenos de verde				
	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual	
Materia prima directa					
Plátano verde	8261	\$ 0,05	\$ 413,06	\$ 4.956,76	
Pollo	1377	\$ 1,50	\$ 2.065,31	\$ 24.783,78	
Tomate riñón	6884	\$ 0,05	\$ 344,22	\$ 4.130,63	
Cebolla paiteña	6884	\$ 0,05	\$ 344,22	\$ 4.130,63	
COSTO TOTAL - Materia prima directa			\$ 3.166,82	\$ 38.001,79	
COSTO UNITARIO				\$ 1,84	
Mano de obra directa				\$ 2.332,68	
COSTO TOTAL - Mano de obra directa				\$ 2.332,68	
COSTO UNITARIO				\$ 0,11	
Costos indirectos de fabricación			Costo mensual		
Sal	138 funda	\$ 0,50	\$ 68,84	\$ 826,13	
Achiote	344 botella	\$ 0,90	\$ 309,80	\$ 3.717,57	
Ajino moto	688 funda	\$ 0,25	\$ 172,11	\$ 2.065,31	
Aceite	344 fundas	\$ 1,50	\$ 516,33	\$ 6.195,94	
Servicios básicos			\$ 5,30	\$ 63,63	
Arriendo			\$ 35,35	\$ 424,19	
Empaque (contenedor llano)	3 empaques	\$ 1,50	\$ 4,50	\$ 54,00	
Fundas	1 empaques	\$ 1,16	\$ 1,16	\$ 13,92	
Gas	2 tanques	\$ 1,60	\$ 3,20	\$ 38,40	
Suministros de oficina			\$ 8,84	\$ 106,05	
COSTO TOTAL - Costos indirectos de fabricación			\$ 1.125,43	\$ 13.505,13	
COSTO UNITARIO				\$ 0,65	
Costo Total			\$ 4.292,24	\$ 53.839,60	
Unidades				20.653	
Costo unitario				\$ 2,61	

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Tortillas de camarón.

Tabla 50

Costo de producción – Tortillas de camarón

Elementos del costo	Tortilla de camarón				
	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual	
Materia prima directa					
Plátano verde	6280	\$ 0,05	\$ 314,02	\$ 3.768,29	
Tomate riñón	3925	\$ 0,05	\$ 196,27	\$ 2.355,18	
Cebolla paiteña	3925	\$ 0,05	\$ 196,27	\$ 2.355,18	
Camarones	393	\$ 2,15	\$ 843,94	\$ 10.127,29	
Huevo	3925	\$ 0,10	\$ 392,53	\$ 4.710,37	
COSTO TOTAL - Materia prima directa			\$ 1.629,00	\$ 23.316,32	
COSTO UNITARIO				\$ 1,98	
Mano de obra directa				\$ 2.657,36	
COSTO TOTAL - Mano de obra directa				\$ 2.657,36	
COSTO UNITARIO				\$ 0,23	
Costos indirectos de fabricación			Costo mensual		
Sal	79 funda	\$ 0,50	\$ 39,25	\$ 471,04	
Achiote	196 botella	\$ 0,90	\$ 176,64	\$ 2.119,67	
Ajino moto	393 funda	\$ 0,25	\$ 98,13	\$ 1.177,59	
Aceite	196 funda	\$ 1,50	\$ 294,40	\$ 3.532,78	
Servicios básicos			\$ 3,02	\$ 36,28	
Arriendo			\$ 20,16	\$ 241,86	
Empaque (contenedor llano)	3 empaques	\$ 1,50	\$ 4,50	\$ 54,00	
Fundas	1 empaques	\$ 1,16	\$ 1,16	\$ 13,92	
Gas	2 tanques	\$ 1,60	\$ 3,20	\$ 38,40	
Suministros de oficina			\$ 5,04	\$ 60,47	
COSTO TOTAL - Costos indirectos de fabricación			\$ 645,50	\$ 7.745,99	
COSTO UNITARIO				\$ 0,66	
Costo Total			\$ 2.274,50	\$ 33.719,67	
Unidades				11.776	
Costo unitario				\$ 2,86	

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Bolones.

Tabla 51

Costo de producción – Bolones

Elementos del costo	Bolones				
	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual	
Materia prima directa					
Plátano verde	8285	\$ 0,05	\$ 414,27	\$ 4.971,25	
Queso rallado	592	\$ 1,50	\$ 887,72	\$ 10.652,68	
COSTO TOTAL - Materia prima directa			\$ 1.301,99	\$ 15.623,92	
COSTO UNITARIO				\$ 0,88	
Mano de obra directa				\$ 2.997,02	
COSTO TOTAL - Mano de obra directa				\$ 2.997,02	
COSTO UNITARIO				\$ 0,17	
Costos indirectos de fabricación			Costo mensual		
Sal	118 funda	\$ 0,50	\$ 59,18	\$ 710,18	
Achiote	296 botella	\$ 0,90	\$ 266,32	\$ 3.195,80	
Ajino moto	592 funda	\$ 0,25	\$ 147,95	\$ 1.775,45	
Aceite	296 funda	\$ 1,50	\$ 443,86	\$ 5.326,34	
Servicios básicos			\$ 4,56	\$ 54,70	
Arriendo			\$ 30,39	\$ 364,65	
Empaque (contenedor llano)	2 empaques	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 48,00	
Fundas	1 empaques	\$ 1,16	\$ 1,16	\$ 13,92	
Gas	2 tanques	\$ 1,60	\$ 3,20	\$ 38,40	
Suministros de oficina			\$ 7,60	\$ 91,16	
COSTO TOTAL - Costos indirectos de fabricación			\$ 968,22	\$ 11.618,60	
COSTO UNITARIO				\$ 0,65	
Costo Total			\$ 2.270,21	\$ 30.239,54	
Unidades				17.754	
Costo unitario				\$ 1,70	

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Empanadas de verde.

Tabla 52

Costo de producción – Empanadas de verde

Elementos del costo	Empanadas de verde			
	Cantidad	Costo unitario	Costo semanal	Costo anual
Materia prima directa				
Plátano verde	4982	\$ 0,05	\$ 249,11	\$ 2.989,27
Queso rallado	498	\$ 1,50	\$ 747,32	\$ 8.967,81
COSTO TOTAL - Materia prima directa			\$ 996,42	\$ 11.957,09
COSTO UNITARIO				\$ 0,60
Mano de obra directa				\$ 3.306,73

COSTO TOTAL - Mano de obra directa					\$ 3.306,73
COSTO UNITARIO					\$ 0,17
Costos indirectos de fabricación			Costo mensual		
Sal	50 funda	\$ 0,50	\$ 24,91	\$ 298,93	
Achiote	125 botella	\$ 0,90	\$ 112,10	\$ 1.345,17	
Ajino moto	249 funda	\$ 0,25	\$ 62,28	\$ 747,32	
Aceite	125 fundas	\$ 1,50	\$ 186,83	\$ 2.241,95	
Servicios básicos			\$ 5,12	\$ 61,40	
Arriendo			\$ 34,11	\$ 409,30	
Empaque (contenedor llano)	5 empaques	\$ 1,50	\$ 7,50	\$ 90,00	
Fundas	1 empaques	\$ 1,16	\$ 1,16	\$ 13,92	
Gas	2 tanques	\$ 1,60	\$ 3,20	\$ 38,40	
Suministros de oficina			\$ 8,53	\$ 102,33	
COSTO TOTAL - Costos indirectos de fabricación			\$ 445,73	\$ 5.348,71	
COSTO UNITARIO					\$ 0,27
Costo Total			\$ 1.442,15	\$ 20.612,53	
Unidades				19.928	
Costo unitario				\$ 1,03	

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Por ende, luego de haber identificado el costo de producción de cada uno de los productos propuestos a través de los tres elementos del costo, se realiza el resumen de los mismos para identificar claramente el costo total y unitario de cada uno de ellos.

Tabla 53

Resumen de costo de producción

RESUMEN DE COSTOS				
Elementos del costo	Patacones rellenos de pollo	Tortilla de camarón	Bolones de verde	Empanadas de verde
Materia prima	\$ 38.001,79	\$ 23.316,32	\$ 15.623,92	\$ 11.957,09
Mano de obra	\$ 2.332,68	\$ 2.657,36	\$ 2.997,02	\$ 3.306,73
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 13.505,13	\$ 7.745,99	\$ 11.618,60	\$ 5.348,71
Costo Total	\$ 53.839,60	\$ 33.719,67	\$ 30.239,54	\$ 20.612,53
Cantidad	20.653 u.	11.776 u.	17.754 u.	19.928 u.
Costo unitario	\$ 2,61	\$ 2,86	\$ 1,70	\$ 1,03

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Costo de producción de bebidas.

Para determinar el costo de producción se identifica los tres elementos del costo de los tres productos como son batidos, jugos y aguas aromáticas.

Batidos

Tabla 54

Costo de producción - batidos

Elementos del costo	Batidos				
	Cantidad	Costo unitario	Costo semanal	Costo anual	
Materia prima directa					
Fruta	50	\$ 1,00	\$ 50,00	\$ 600,00	
Leche	50	\$ 0,80	\$ 40,00	\$ 480,00	
COSTO TOTAL - Materia prima directa			\$ 90,00	\$ 1.080,00	
COSTO UNITARIO				\$ 0,13	
Mano de obra directa					\$ 664,34
COSTO TOTAL - Mano de obra directa				0	\$ 664,34
COSTO UNITARIO				\$ 0,08	
Costos indirectos de fabricación			Costo mensual		
Azúcar	20 funda	\$ 0,98	\$ 19,60	\$ 235,20	
COSTO TOTAL - Costos indirectos de fabricación			\$ 19,60	\$ 235,20	
COSTO UNITARIO				\$ 0,03	
Costo Total			\$ 109,60	\$ 1.979,54	
Unidades					8.640
Costo unitario					\$ 0,23

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Jugos

Tabla 55

Costo de producción - jugos

Elementos del costo	Jugos				
	Cantidad	Costo unitario	Costo semanal	Costo anual	
Materia prima directa					
Fruta	50	\$ 1,00	\$ 50,00	\$ 600,00	
COSTO TOTAL - Materia prima directa			\$ 50,00	\$ 600,00	
COSTO UNITARIO				\$ 0,07	
Mano de obra directa					
COSTO TOTAL - Mano de obra directa				0	\$ 664,34
COSTO UNITARIO				\$ 0,08	
Costos indirectos de fabricación			Costo mensual		
Azúcar	20 funda	\$ 0,98	\$ 19,60	\$ 235,20	
COSTO TOTAL - Costos indirectos de fabricación			\$ 19,60	\$ 235,20	
COSTO UNITARIO				\$ 0,03	
Costo Total			\$ 69,60	\$ 1.499,54	
Unidades					8.640
Costo unitario					\$ 0,17

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Aguas aromáticas

Tabla 56

Costo de producción – aguas aromáticas

Elementos del costo	Aguas aromáticas			
	Cantidad	Costo unitario	Costo semanal	Costo anual
Materia prima directa				
Té	20	\$ 1,00	\$ 20,00	\$ 240,00
COSTO TOTAL - Materia prima directa			\$ 20,00	\$ 240,00
COSTO UNITARIO				\$ 0,03
Mano de obra directa				\$ 664,34
COSTO TOTAL - Mano de obra directa			0	\$ 664,34
COSTO UNITARIO				\$ 0,08
Costos indirectos de fabricación		Costo mensual		
Azúcar	20 funda	\$ 0,98	\$ 19,60	\$ 235,20
COSTO TOTAL - Costos indirectos de fabricación			\$ 19,60	\$ 235,20
COSTO UNITARIO				\$ 0,03
Costo Total			\$ 39,60	\$ 1.139,54
Unidades				8.640
Costo unitario				\$ 0,13

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Una vez identificado los costos de cada uno de los productos, se realiza un resumen para identificar el costo total y unitario.

Tabla 57

Resumen de costo de producción de bebidas

RESUMEN DE COSTOS			
Elementos del costo	Batidos	Jugos	Aguas aromáticas
Materia prima	\$ 1.080,00	\$ 600,00	\$ 240,00
Mano de obra	\$ 664,34	\$ 664,34	\$ 664,34
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 235,20	\$ 235,20	\$ 235,20
Costo Total	\$ 1.979,54	\$ 1.499,54	\$ 1.139,54
Cantidad	8.640	8.640	8.640
Costo unitario	\$ 0,23	\$ 0,17	\$ 0,13

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor


Presupuesto de costo de venta.

Una vez identificados los costos de producción de cada uno de los productos propuestos, se determina el presupuesto de costo de venta a través de la proyección a 5

años tanto de la cantidad de producción identificada en la capacidad instalada con un incremento del 15% en los próximos años y el costo de producción considerando la inflación de 0.45%. Cabe mencionar que para dicha proyección a partir del Año 2 se consideran dentro del costo de producción todos los beneficios de ley en cuanto a la mano de obra.

Tabla 58

Presupuesto de costo de venta

 EMPRESA "VERDE ESMERALDAS" PRESUPUESTO DE COSTOS					
PRESUPUESTO DE COSTOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Patacones rellenos de verde	20653	22718	24990	27489	30238
Tortilla de camarón	11776	12954	14249	15674	17241
Bolones de verde	17754	19530	21483	23631	25994
Empanadas de verde	19928	21921	24113	26525	29177
PRECIO UNITARIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Patacones rellenos de verde	\$ 2,61	\$ 2,62	\$ 2,63	\$ 2,64	\$ 2,65
Tortilla de camarón	\$ 2,86	\$ 2,88	\$ 2,89	\$ 2,90	\$ 2,92
Bolones de verde	\$ 1,70	\$ 1,71	\$ 1,72	\$ 1,73	\$ 1,73
Empanadas de verde	\$ 1,03	\$ 1,04	\$ 1,04	\$ 1,05	\$ 1,05
INGRESOS DE VENTAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Patacones rellenos de verde	\$ 53.839,60	\$ 59.490,07	\$ 65.733,55	\$ 72.632,29	\$ 80.255,05
Tortilla de camarón	\$ 33.719,67	\$ 37.258,55	\$ 41.168,84	\$ 45.489,51	\$ 50.263,63
Bolones de verde	\$ 30.239,54	\$ 33.413,18	\$ 36.919,90	\$ 40.794,64	\$ 45.076,04
Empanadas de verde	\$ 20.612,53	\$ 22.775,81	\$ 25.166,13	\$ 27.807,32	\$ 30.725,70
Total ingresos	\$138.411,35	\$ 152.937,62	\$ 168.988,43	\$186.723,76	\$206.320,42

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor


Presupuesto de costo de venta de bebidas.

Una vez identificados los costos de producción de cada uno de los productos propuestos, se determina el presupuesto de costo de venta a través de la proyección a 5

años tanto de la cantidad de producción identificada en la capacidad instalada con un incremento del 10% en los próximos años y el costo de producción considerando la inflación de 0.45%. Cabe mencionar que para dicha proyección a partir del Año 2 se consideran dentro del costo de producción todos los beneficios de ley en cuanto a la mano de obra.

Tabla 59

Presupuesto de costo de venta de bebidas

 EMPRESA "VERDE ESMERALDAS" PRESUPUESTO DE VENTAS						
PRESUPUESTO DE VENTA						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Batidos	8640	9504	10454	11500	12650	
Jugos	8640	9504	10454	11500	12650	
Aguas aromáticas	8640	9504	10454	11500	12650	
Aguas embotelladas	8640	9504	10454	11500	12650	
Gaseosas	8640	9504	10454	11500	12650	
Jugos embotellados	8640	9504	10454	11500	12650	
PRECIO UNITARIO						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Batidos	\$ 0,23	\$ 0,23	\$ 0,23	\$ 0,23	\$ 0,23	
Jugos	\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 0,18	\$ 0,18	\$ 0,18	
Aguas aromáticas	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	
Aguas embotelladas	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	
Gaseosas	\$ 0,35	\$ 0,35	\$ 0,35	\$ 0,35	\$ 0,36	
Jugos embotellados	\$ 0,35	\$ 0,35	\$ 0,35	\$ 0,35	\$ 0,36	
INGRESOS DE VENTAS						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Batidos	\$ 1.979,54	\$ 2.187,29	\$ 2.416,85	\$ 2.670,50	\$ 2.950,77	
Jugos	\$ 1.499,54	\$ 1.656,92	\$ 1.830,81	\$ 2.022,96	\$ 2.235,26	
Aguas aromáticas	\$ 1.139,54	\$ 1.259,14	\$ 1.391,28	\$ 1.537,30	\$ 1.698,64	
Aguas embotelladas	\$ 2.160,00	\$ 2.386,69	\$ 2.637,18	\$ 2.913,95	\$ 3.219,77	
Gaseosas	\$ 3.024,00	\$ 3.341,37	\$ 3.692,05	\$ 4.079,53	\$ 4.507,67	
Jugos embotellados	\$ 3.024,00	\$ 3.341,37	\$ 3.692,05	\$ 4.079,53	\$ 4.507,67	
Total ingresos	\$ 12.826,62	\$14.172,78	\$15.660,21	\$17.303,75	\$ 19.119,78	

Fuente: "Estudio financiero"


Elaborado por: Autor

Gastos de venta.

Los gastos de venta representan aquellos rubros que permiten tanto dar a conocer los productos a la población de Ibarra como hacer llegar los mismos al consumidor final. En la Tabla 60 se detalla la proyección a 5 años posteriores considerando la inflación a Julio del 2021 y en cuanto a los sueldos y beneficios se establece de acuerdo al promedio del incremento de los salarios así como a partir del año 2 se considera tanto los fondos de reserva como vacaciones.

Tabla 60

Gastos de venta

		EMPRESA "VERDE ESMERALDAS"				
		GASTOS DE VENTAS				
Gastos operacionales	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo de personal	\$ 875,00	\$10.500,00	\$10.736,25	\$10.977,82	\$11.224,82	\$11.477,37
Beneficios sociales	\$ 237,17	\$ 2.845,75	\$ 4.177,58	\$ 4.271,58	\$ 4.367,69	\$ 4.465,96
Servicios Básicos	\$ 13,50	\$ 162,00	\$ 162,73	\$ 163,46	\$ 164,20	\$ 164,94
Arriendo	\$ 90,00	\$ 1.080,00	\$ 1.084,86	\$ 1.089,74	\$ 1.094,65	\$ 1.099,57
Publicidad	\$ 170,00	\$ 2.040,00	\$ 2.049,18	\$ 2.058,40	\$ 2.067,66	\$ 2.076,97
Suministros de aseo	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 361,62	\$ 363,25	\$ 364,88	\$ 366,52
TOTAL	\$1.415,67	\$16.987,75	\$18.572,22	\$18.924,24	\$19.283,89	\$19.651,33

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

A continuación, se detallan los gastos incurridos en cada una de las cuentas antes descritas. Para lo cual, se inicia con la elaboración del rol de provisiones.

Tabla 61

Rol provisional personal de ventas

		11,15%	12	12	24	8,33%	
N.º	Cargo	Sueldo	Aporte P	Décimo IV	Decimo III	Vacaciones	Fondo de reserva
1	Mesera	\$425,00	\$47,39	\$33,33	\$35,42	\$17,71	\$35,40
2	Cajera	\$450,00	\$50,18	\$33,33	\$37,50	\$18,75	\$37,49

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Sueldo de personal de ventas.

Tabla 62

Sueldo del personal de ventas.

Sueldos de personal	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mesera	\$425,00	\$5.100,00	\$5.214,75	\$5.332,08	\$5.452,05	\$5.574,72
Cajera	\$450,00	\$5.400,00	\$5.521,50	\$5.645,73	\$5.772,76	\$5.902,65
Incremento de Sueldo	2%					
TOTAL	\$875,00	\$10.500,00	\$10.736,25	\$10.977,82	\$11.224,82	\$11.477,37

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Beneficios sociales.

Tabla 63

Beneficios sociales del personal de ventas.

Beneficios sociales	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mesera	\$116,14	\$1.393,65	\$2.040,54	\$2.086,45	\$2.133,40	\$2.181,40
Cajera	\$121,01	\$1.452,10	\$2.137,04	\$2.185,12	\$2.234,29	\$2.284,56
Incremento de Sueldo	2,25%					
TOTAL	\$237,17	\$2.845,75	\$4.177,58	\$4.271,58	\$4.367,69	\$4.465,96

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Servicios Básicos.

Tabla 64

Gastos de venta – Servicios Básicos.

Servicios básicos	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	6,0	\$72,00	\$72,32	\$72,65	\$72,98	\$73,30
Luz	7,5	\$90,00	\$90,41	\$90,81	\$91,22	\$91,63
TOTAL	13,5	\$162,00	\$162,73	\$163,46	\$164,20	\$164,94

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Arriendo.

Tabla 65

Gastos de venta – Arriendo.

Arriendo	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mensualidad	\$90,00	\$1.080,00	\$1.084,86	\$1.089,74	\$1.094,65	\$1.099,57
TOTAL	\$90,00	\$1.080,00	\$1.084,86	\$1.089,74	\$1.094,65	\$1.099,57

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Publicidad en redes sociales.

Tabla 66

Gastos de venta – Publicidad.

Publicidad	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Facebook	\$10,00	\$120,00	\$120,54	\$121,08	\$121,63	\$122,17
Instagram	\$10,00	\$120,00	\$120,54	\$121,08	\$121,63	\$122,17
Community manager	\$ 150,00	\$1.800,00	\$1.808,10	\$1.816,24	\$1.824,41	\$1.832,62
TOTAL	\$ 170,00	\$2.040,00	\$2.049,18	\$2.058,40	\$2.067,66	\$2.076,97

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Suministros de aseo.

Tabla 67

Gastos de venta – Suministros de aseo

Suministros de aseo	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de aseo	\$100,00	\$1.200,00	\$1.205,40	\$1.210,82	\$1.216,27	\$1.221,75
TOTAL	\$100,00	\$1.200,00	\$1.205,40	\$1.210,82	\$1.216,27	\$1.221,75

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Servicios delivery.

Tabla 68

Gastos de venta – Servicio delivery

Servicio delivery	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio delivery	\$30,00	\$360,00	\$361,62	\$363,25	\$364,88	\$366,52
TOTAL	\$30,00	\$360,00	\$361,62	\$363,25	\$364,88	\$366,52


Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Gastos operativos.

Los gastos operativos conocidos también como administrativos son aquellos rubros que permiten el desenvolvimiento de la empresa tanto en la ejecución de un control eficaz y llevar la contabilidad de la misma. En cuanto al primer rubro que son los gastos de constitución se considera el 20% deducible en el primer año como lo estipula la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno que indica que este rubro puede ser amortizado hasta 5 años, por el cual el primer año se deduce el porcentaje antes mencionado, y dicha diferencia como gasto no deducible. Por ende, en la Tabla 69 se detallan los gastos a incurrir en el presente proyecto.

Tabla 69
Gastos operativos

	EMPRESA "VERDE ESMERALDAS"
	GASTOS OPERACIONALES

Gastos operacionales		Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Gasto de constitución	\$444,00	\$88,80				
Servicios básicos	\$13,50	\$162,00	\$162,73	\$163,46	\$164,20	\$164,94
Internet	\$25,00	\$300,00	\$301,35	\$302,71	\$304,07	\$305,44
Arriendo	\$90,00	\$1.080,00	\$1.084,86	\$1.089,74	\$1.094,65	\$1.099,57
Suministros de oficina	\$20,00	\$240,00	\$241,08	\$242,16	\$243,25	\$244,35
Software contable	\$60,00	\$720,00	\$723,24	\$726,49	\$729,76	\$733,05
Suministros de aseo	\$25,00	\$300,00	\$301,35	\$302,71	\$304,07	\$305,44
Sueldos de personal	\$1.025,00	\$12.300,00	\$12.576,75	\$12.859,73	\$13.149,07	\$13.444,92
Beneficios de personal	\$266,37	\$3.196,45	\$4.756,59	\$4.863,62	\$4.973,05	\$5.084,94
TOTAL	\$1.968,87	\$18.387,25	\$20.147,95	\$20.550,62	\$20.962,12	\$21.382,64

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

A continuación, se detallan los gastos incurridos en cada una de las cuentas antes descritas.

Gasto de constitución.

Tabla 70
Gastos operativos – Gastos constitución

Gasto de constitución	Año 0
Registro de la marca	\$208,00
Búsqueda fonética	\$16,00
Permisos de funcionamiento	\$100,00
Patente	\$120,00
TOTAL	\$444,00

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Servicios básicos.

Tabla 71
Gastos operativos – Servicios Básicos

Servicios básicos	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	\$6,00	\$72,00	\$72,32	\$72,65	\$72,98	\$73,30
Luz	\$7,50	\$90,00	\$90,41	\$90,81	\$91,22	\$91,63

TOTAL	\$13,50	\$162,00	\$162,73	\$163,46	\$164,20	\$164,94
--------------	----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Internet.

Tabla 72

Gastos operativos – Internet

Internet	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pago mensual	\$25,00	\$300,00	\$301,35	\$302,71	\$304,07	\$305,44
TOTAL	\$25,00	\$300,00	\$301,35	\$302,71	\$304,07	\$305,44

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Arriendo.

Tabla 73

Gastos operativos – Arriendo

Arriendo	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mensualidad	\$90,00	\$1.080,00	\$1.084,86	\$1.089,74	\$1.094,65	\$1.099,57
TOTAL	\$90,00	\$1.080,00	\$1.084,86	\$1.089,74	\$1.094,65	\$1.099,57

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Suministros de oficina.

Tabla 74

Gastos operativos – Suministros de oficina

Suministros de oficina	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Esferos	\$5,00	\$60,00	\$60,27	\$60,54	\$60,81	\$61,09
Cuadernos	\$15,00	\$180,00	\$180,81	\$181,62	\$182,44	\$183,26
TOTAL	\$20,00	\$240,00	\$241,08	\$242,16	\$243,25	\$244,35

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Software contable.

Tabla 75

Gastos operativos – Software contable

Software contable	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mensualidad	\$60,00	\$720,00	\$723,24	\$726,49	\$729,76	\$733,05
TOTAL	\$60,00	\$720,00	\$723,24	\$726,49	\$729,76	\$733,05

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Suministros de aseo.

Tabla 76

Gastos operativos – Suministros de aseo

Suministros de aseo	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Detergente	\$5,00	\$60,00	\$60,27	\$60,54	\$60,81	\$61,09
Escobas	\$5,00	\$60,00	\$60,27	\$60,54	\$60,81	\$61,09
Desinfectante	\$10,00	\$120,00	\$120,54	\$121,08	\$121,63	\$122,17
Trapeador	\$5,00	\$60,00	\$60,27	\$60,54	\$60,81	\$61,09
TOTAL	\$25,00	\$300,00	\$301,35	\$302,71	\$304,07	\$305,44

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Rol de pagos.

Tabla 77

Rol provisional del personal administrativo

N.º	Cargo	11%		12	12	24	8,33%
		Sueldo	Aporte P	Décimo IV	Decimo III	Vacaciones	Fondo de reserva
1	Gerente-administrador	\$550,00	\$61,33	\$33,33	\$45,83	\$22,92	\$45,82
2	Contador	\$475,00	\$52,96	\$33,33	\$39,58	\$19,79	\$39,57

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Sueldos de personal administrativo.

Tabla 78

Sueldo del personal administrativo

Sueldos de personal	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$550,00	\$6.600,00	\$6.748,50	\$6.900,34	\$7.055,60	\$7.214,35
Contador	\$475,00	\$5.700,00	\$5.828,25	\$5.959,39	\$6.093,47	\$6.230,57
Inflación	2%					
TOTAL	\$1.025,00	\$12.300,00	\$12.576,75	\$12.859,73	\$13.149,07	\$13.444,92

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Beneficios de personal administrativo.

Tabla 79

Beneficios sociales del personal administrativo

Beneficios sociales	12 meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$140,49	\$1.685,90	\$2.523,05	\$2.579,82	\$2.637,86	\$2.697,22
Contador	\$125,88	\$1.510,55	\$2.233,54	\$2.283,80	\$2.335,18	\$2.387,73
Inflación	2%					
TOTAL	\$266,37	\$3.196,45	\$4.756,59	\$4.863,62	\$4.973,05	\$5.084,94

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Gastos financieros.

Los gastos financieros corresponden aquellos que incurren en el desarrollo de la empresa propuesta a consecuencia del uso de capitales otorgados por terceras personas, en el proyecto representa el crédito que será adquirido para financiar tanto los gastos como los activos fijos para la iniciar la operación de la planta.

Para la puesta en marcha del proyecto se adquirirá un crédito por el valor de \$30.000,00 en la Cooperativa Tulcán a una tasa de interés de 15,60% a un plazo de 5 años. En la Tabla 80 se realiza la tabla de amortización donde se indica la cuota, interés y la amortización.

Tabla 80

Tabla de Amortización

Préstamo	\$30.000,00
Tasa	15,60%
Tiempo	5 años
Frecuencia de pago	Mensual
Número de pagos	60 cuotas
Cuota Anual	\$9.076,94

Trimestre	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
0				\$30.000,00
1	\$9.076,94	\$4.680,00	\$4.396,94	\$25.603,06
2	\$9.076,94	\$3.994,08	\$5.082,86	\$20.520,21
3	\$9.076,94	\$3.201,15	\$5.875,78	\$14.644,42
4	\$9.076,94	\$2.284,53	\$6.792,40	\$7.852,02
5	\$9.076,94	\$1.224,92	\$7.852,02	\$0,00
TOTAL	\$45.384,68	\$15.384,68	\$30.000,00	\$0,00

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Depreciaciones.

Depreciación hace referencia a la pérdida de valor de un bien como consecuencia del desgaste o deterioro al paso del tiempo. Las depreciaciones de los activos fijos del proyecto son realizadas de acuerdo a los porcentajes emitidos en las leyes vigentes. En la Tabla 81 se detalla los activos fijos necesarios para el funcionamiento de la empresa junto a su valor, años de vida útil y su valor residual.

Tabla 81*Datos para las depreciaciones*

Activos	Vida útil	Valor	% valor rescate	Valor de rescate
Menaje de cocina	10	\$608,00	10%	\$60,80
Maquinaria y equipo de producción	10	\$2.460,00	10%	\$246,00
Muebles y enseres	10	\$2.420,00	10%	\$242,00
Equipo de computo	3	\$1.500,00	10%	\$150,00
TOTAL		\$6.988,00		\$698,80

Fuente: “Estudio financiero”**Elaborado por:** Autor

Por ende, en las siguientes tablas se detalla la depreciación de cada uno de los activos, considerando la vida útil y valor de rescate antes descritos.

Tabla 82*Depreciación Menaje de cocina*

Menaje de cocina					
Valor del bien	\$	608,00			
Valor de rescate	\$	60,80			
Años de Depreciación		10			
AÑO	Saldo inicial	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo final	
1	\$ 608,00	\$ 54,72	\$ 54,72	\$ 553,28	
2	\$ 553,28	\$ 54,72	\$ 109,44	\$ 498,56	
3	\$ 498,56	\$ 54,72	\$ 164,16	\$ 443,84	
4	\$ 443,84	\$ 54,72	\$ 218,88	\$ 389,12	
5	\$ 389,12	\$ 54,72	\$ 273,60	\$ 334,40	
6	\$ 334,40	\$ 54,72	\$ 328,32	\$ 279,68	
7	\$ 279,68	\$ 54,72	\$ 383,04	\$ 224,96	
8	\$ 224,96	\$ 54,72	\$ 437,76	\$ 170,24	
9	\$ 170,24	\$ 54,72	\$ 492,48	\$ 115,52	
10	\$ 115,52	\$ 54,72	\$ 547,20	\$ 60,80	

Fuente: “Estudio financiero”**Elaborado por:** Autor**Tabla 83***Depreciación Maquinaria*

MAQUINARIA					
Valor del bien	\$	2.460,00			
Valor de rescate	\$	246,00			
Años de Depreciación		10			
AÑO	Saldo inicial	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo final	
1	\$ 2.460,00	\$ 221,40	\$ 221,40	\$ 2.238,60	
2	\$ 2.238,60	\$ 221,40	\$ 442,80	\$ 2.017,20	
3	\$ 2.017,20	\$ 221,40	\$ 664,20	\$ 1.795,80	
4	\$ 1.795,80	\$ 221,40	\$ 885,60	\$ 1.574,40	
5	\$ 1.574,40	\$ 221,40	\$ 1.107,00	\$ 1.353,00	

6	\$ 1.353,00	\$ 221,40	\$ 1.328,40	\$ 1.131,60
7	\$ 1.131,60	\$ 221,40	\$ 1.549,80	\$ 910,20
8	\$ 910,20	\$ 221,40	\$ 1.771,20	\$ 688,80
9	\$ 688,80	\$ 221,40	\$ 1.992,60	\$ 467,40
10	\$ 467,40	\$ 221,40	\$ 2.214,00	\$ 246,00

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Tabla 84

Depreciación Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES				
Valor del bien	\$ 2.420,00			
Valor de rescate	\$ 242,00			
Años de Depreciación	10			
AÑO	Saldo inicial	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo final
1	\$ 2.420,00	\$ 217,80	\$ 217,80	\$ 2.202,20
2	\$ 2.202,20	\$ 217,80	\$ 435,60	\$ 1.984,40
3	\$ 1.984,40	\$ 217,80	\$ 653,40	\$ 1.766,60
4	\$ 1.766,60	\$ 217,80	\$ 871,20	\$ 1.548,80
5	\$ 1.548,80	\$ 217,80	\$ 1.089,00	\$ 1.331,00
6	\$ 1.331,00	\$ 217,80	\$ 1.306,80	\$ 1.113,20
7	\$ 1.113,20	\$ 217,80	\$ 1.524,60	\$ 895,40
8	\$ 895,40	\$ 217,80	\$ 1.742,40	\$ 677,60
9	\$ 677,60	\$ 217,80	\$ 1.960,20	\$ 459,80
10	\$ 459,80	\$ 217,80	\$ 2.178,00	\$ 242,00

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Tabla 85

Depreciación Equipo de computo


EQUIPO DE COMPUTO				
Valor del bien	\$ 1.500,00			
Valor de rescate	\$ 150,00			
Años de Depreciación	3			
AÑO	Saldo inicial	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo final
1	\$ 1.500,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 1.050,00
2	\$ 1.050,00	\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 600,00
3	\$ 600,00	\$ 450,00	\$ 1.350,00	\$ 150,00

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Una vez calculadas las depreciaciones de cada uno de los activos fijos, se identifica el gasto de depreciación y la depreciación acumulada de los 5 años proyectados.

Tabla 86
Depreciaciones

 EMPRESA "VERDE ESMERALDAS" DEPRECIACIONES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto depreciación	\$ 943,92	\$ 943,92	\$ 943,92	\$ 493,92	\$ 493,92
Depreciación acumulada	\$ 943,92	\$1.887,84	\$2.831,76	\$1.975,68	\$2.469,60

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Impuesto a la Renta

El Servicio de Rentas Internas a través de la Resolución Nro. NAC-DGERCGC21-00000060 informó que a partir del año 2022 se crea un régimen llamado RIMPE (Régimen Simplificado para emprendedores y negocios populares), los cuales se dividen de acuerdo al total de sus ingresos obtenidos en un periodo fiscal (01 enero a 31 de diciembre). Por ende, dentro de negocios populares forman parte aquellos contribuyentes que obtengan ingresos hasta \$20.000 los cuales deberán cancelar el valor de \$60 compensando el IVA e IR y emprendedores con ingresos de \$20.000,01 hasta \$300.000, los cuales deberán aplicar la tabla de IR presentada en la normativa tributaria. Cabe mencionar que dicho regimen tiene una vigencia de 3 años consecutivos, por lo cual en los siguientes años volveria a formar parte del Regimen general o si sobrepasando dicho valor aplicando el 22% para el impuesto a la renta en el caso de formar parte microempresa. En la Tabla 87 se indica los limite, porcentajes e impuestos que se deben aplicar al momento del calculo del Impuesto a la renta emitida por la administracion tributaria, mientras forme parte del RIMPE.

Tabla 87
Tabla de Impuesto a la Renta – RIMPE

TABLA DE IMPUESTO A LA RENTA			
RIMPE			
Límite inferior	Límite superior	Impuesto a la fracción básica	Tipo Marginal
-	20.000,00	60,00	0,00%
20.000,01	50.000,00	60,00	1,00%
50.000,01	75.000,00	360,00	1,25%
75.000,01	100.000,00	672,50	1,50%
100.000,01	200.000,00	1.047,50	1,75%
200.000,01	300.000,00	2.797,52	2,00%

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Por ende, en la Tabla 88 se realiza el cálculo de impuesto a la renta para los 3 primeros años formando parte del Régimen Simplificado para emprendedores y negocios populares.

Tabla 88
Impuesto a la Renta – RIMPE

IMPUESTO A LA RENTA		IMPUESTO A LA RENTA		IMPUESTO A LA RENTA	
AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
Ingresos Totales	218.285,02	Ingresos Totales	241.194,04	Ingresos Totales	266.507,35
(-) Límite inferior	100.000,01	(-) Límite inferior	200.000,01	(-) Límite inferior	200.000,01
Valor Excedente	118.285,01	Valor Excedente	41.194,03	Valor Excedente	66.507,34
(*) % Tipo Marginal	1,75%	(*) % Tipo Marginal	2,00%	(*) % Tipo Marginal	2,00%
(=) Impuesto Tipo Marginal	2.069,99	(=) Impuesto Tipo Marginal	823,88	(=) Impuesto Tipo Marginal	1.330,15
(+) Impuesto a la fracción básica	1.047,50	(+) Impuesto a la fracción básica	2.797,52	(+) Impuesto a la fracción básica	2.797,52
(=) Impuesto Causado	3.117,49	(=) Impuesto Causado	3.621,40	(=) Impuesto Causado	4.127,67
(-) Retenciones	-	(-) Retenciones	-	(-) Retenciones	-
Total Impuesto	3.117,49	Total Impuesto	3.621,40	Total Impuesto	4.127,67

Fuente: “Estudio financiero”
Elaborado por: Autor

2.5.4. Estados Financieros

Estado de Resultados.

El estado de resultados presenta información relacionada con las operaciones de la entidad, donde se identifica los resultados de la misma al finalizar un periodo. Una vez identificados los rubros tanto de ingresos como de costos y gastos se elabora el estado de resultados proyectado que presentará la empresa como se detalla en la Tabla 89.

Tabla 89
Estado de resultados proyectado

EMPRESA "VERDE ESMERALDAS"					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas productos	\$ 178.541,02	\$ 197.278,90	\$ 217.983,32	\$ 240.860,67	\$ 266.139,00
Venta de bebidas	\$ 39.744,00	\$ 43.915,13	\$ 48.524,03	\$ 53.616,62	\$ 59.243,69

(-) Costo de ventas	(\$ 138.411,35)	(\$152.937,62)	(\$168.988,43)	(\$186.723,76)	(\$206.320,42)
(-) Costo de ventas	(\$ 12.826,62)	(\$ 14.172,78)	(\$ 15.660,21)	(\$ 17.303,75)	(\$ 19.119,78)
(=) Utilidad bruta en ventas	\$ 67.047,05	\$ 74.083,64	\$ 81.858,71	\$ 90.449,79	\$ 99.942,49
(-) Gastos de ventas	(\$ 16.987,75)	(\$ 18.572,22)	(\$ 18.924,24)	(\$ 19.283,89)	(\$ 19.651,33)
(-) Gastos operacionales	(\$ 18.387,25)	(\$ 20.147,95)	(\$ 20.550,62)	(\$ 20.962,12)	(\$ 21.382,64)
(-) Gastos financieros	(\$ 4.680,00)	(\$ 3.994,08)	(\$ 3.201,15)	(\$ 2.284,53)	(\$ 1.224,92)
(-) Gastos Depreciación	(\$ 943,92)	(\$ 943,92)	(\$ 943,92)	(\$ 493,92)	(\$ 493,92)
(=) Utilidad operacional	\$ 26.048,13	\$ 30.425,47	\$ 38.238,78	\$ 47.425,33	\$ 57.189,68
15% Participación trabajadores	(\$ 3.907,22)	(\$ 4.563,82)	(\$ 5.735,82)	(\$ 7.113,80)	(\$ 8.578,45)
(+) Gastos no deducibles	\$ 355,20				
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 22.496,11	\$ 25.861,65	\$ 32.502,96	\$ 40.311,53	\$ 48.611,23
Impuesto a la renta	(\$ 3.117,49)	(\$ 3.621,40)	(\$ 4.127,67)	(\$ 8.868,54)	(\$ 10.694,47)
(=) Utilidad Total	\$ 19.378,62	\$ 22.240,25	\$ 28.375,30	\$ 31.442,99	\$ 37.916,76

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Estado de situación inicial.

El estado de situación inicial muestra información relevante de los recursos y obligaciones financieras de una empresa a una fecha determinada. Para lo cual en la Tabla 90 se detallan los activos, pasivos y patrimonios que dispondrá la empresa.

Tabla 90

Estado de Situación Financiera

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
Activos corrientes	\$31.175,53	\$54.125,84	\$73.387,67	\$98.509,37	\$129.772,73	\$163.621,97
Propiedad, planta y equipo	\$6.988,00	\$6.988,00	\$6.988,00	\$6.988,00	\$5.638,00	\$5.638,00
<i>Menaje de cocina</i>	\$608,00	\$608,00	\$608,00	\$608,00	\$608,00	\$608,00
<i>Maquinaria y equipo de producción</i>	\$2.460,00	\$2.460,00	\$2.460,00	\$2.460,00	\$2.460,00	\$2.460,00
<i>Muebles y encerados</i>	\$2.420,00	\$2.420,00	\$2.420,00	\$2.420,00	\$2.420,00	\$2.420,00
<i>Equipo de computo</i>	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$150,00	\$150,00
(-) Depreciación acumulada		\$943,92	\$1.887,84	\$2.831,76	\$1.975,68	\$2.469,60

<i>Menaje de cocina</i>	\$54,72	\$109,44	\$164,16	\$218,88	\$273,60	
<i>Maquinaria y equipo de producción</i>	\$221,40	\$221,40	\$442,80	\$664,20	\$885,60	
<i>Muebles y encerados</i>	\$217,80	\$435,60	\$653,40	\$871,20	\$1.089,00	
<i>Equipo de computo</i>	\$450,00	\$900,00	\$1.350,00			
Total activos	\$38.163,53	\$60.169,92	\$78.487,83	\$102.665,61	\$133.435,05	\$166.790,37
PASIVOS						
Trabajadores por pagar	\$3.907,22	\$4.563,82	\$5.735,82	\$7.113,80	\$8.578,45	
Impuesto a la renta por pagar	\$3.117,49	\$3.621,40	\$4.127,67	\$8.868,54	\$10.694,47	
Préstamo bancario	\$30.000,00	\$25.603,06	\$20.520,21	\$14.644,42	\$7.852,02	\$0,00
Total pasivos	\$30.000,00	\$32.627,77	\$28.705,43	\$24.507,91	\$23.834,36	\$19.272,92
PATRIMONIO						
Capital suscrito	\$8.163,53	\$8.163,53	\$8.163,53	\$8.163,53	\$8.163,53	\$8.163,53
Utilidades retenidas	\$19.378,62	\$41.618,87	\$69.994,17	\$101.437,16	\$139.353,92	
Total patrimonio	\$8.163,53	\$27.542,15	\$49.782,40	\$78.157,70	\$109.600,69	\$147.517,45
Total pasivo + patrimonio	\$38.163,53	\$60.169,92	\$78.487,83	\$102.665,61	\$133.435,05	\$166.790,37

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

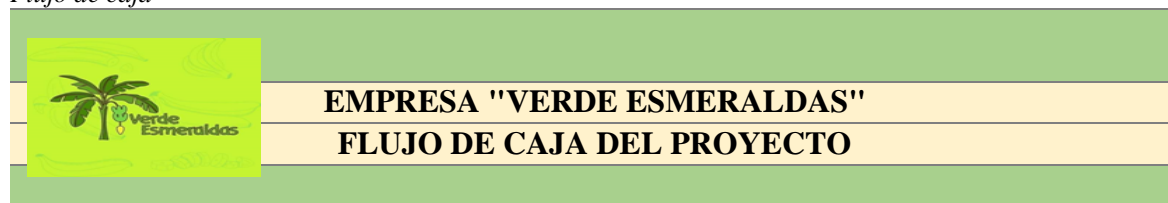
Flujo de efectivo.

El flujo de efectivo informa sobre las variaciones de efectivo y sus equivalentes en un tiempo determinado. Para el proyecto presenta la proyección del Flujo de caja correspondiente al activo corriente que dispondrá la empresa en los 5 años, y el Flujo del proyecto que permite desarrollar la evaluación financiera para determinar la factibilidad del proyecto.

Flujo de caja.

El flujo de caja como se mencionó anteriormente corresponde al activo corriente de la empresa, es decir es la liquidez que dispondrá la empresa permitiendo cumplir con las obligaciones que se obtendrán con la puesta en marcha de la misma, para lo cual se toma los ingresos de las dos fuentes de ingresos así como los egresos que disponen de dinero como son gastos de venta, administrativos y financieros, así como otras erogaciones de dinero como participación de trabajadores e impuesto a la renta, dicho flujo es descrito en la Tabla 91.

Tabla 91
Flujo de caja



EMPRESA "VERDE ESMERALDAS"
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	\$31.175,53	\$54.125,84	\$73.387,67	\$98.509,37	\$129.772,73
Ingresos	\$218.285,02	\$241.194,04	\$266.507,35	\$294.477,30	\$325.382,69
Egresos	\$195.334,71	\$214.907,51	\$233.200,43	\$253.350,45	\$275.551,11
Trabajadores		\$3.907,22	\$4.563,82	\$5.735,82	\$7.113,80
Impuesto a la renta		\$3.117,49	\$3.621,40	\$4.127,67	\$8.868,54
Saldo final	\$54.125,84	\$73.387,67	\$98.509,37	\$129.772,73	\$163.621,97

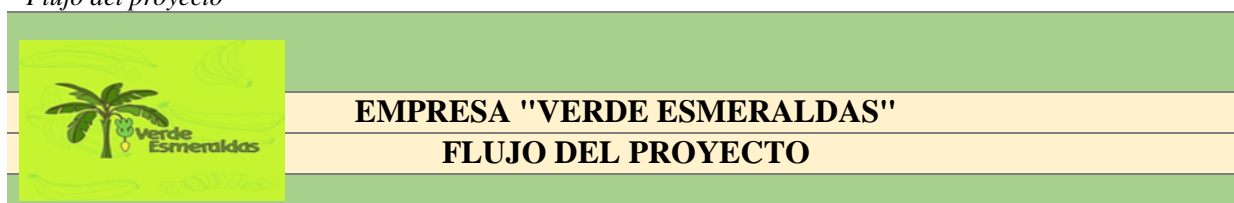
Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Flujo del proyecto.

El flujo del proyecto representa el flujo que dispondrá la empresa durante cada periodo considerando la utilidad neta, pago del capital del crédito adquirido y los rubros que no se requiere de desembolso de dinero como son las depreciaciones, por otro lado al finalizar la vida del proyecto se determina la recuperación tanto del capital de trabajo como del valor de rescate de los activos fijos. En la Tabla 92 se detalla dicho flujo.

Tabla 92
Flujo del proyecto



EMPRESA "VERDE ESMERALDAS"
FLUJO DEL PROYECTO

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta		\$ 19.378,62	\$ 22.240,25	\$ 28.375,30	\$ 31.442,99	\$ 37.916,76
(+) Depreciación		\$ 943,92	\$ 943,92	\$ 943,92	\$ 493,92	\$ 493,92
Valor de rescate		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 698,80
Capital de trabajo		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 31.175,53
Pago del capital		\$ 4.396,94	\$ 5.082,86	\$ 5.875,78	\$ 6.792,40	\$ 7.852,02
Flujo neto del proyecto	(\$38.163,53)	\$ 15.925,61	\$ 18.101,31	\$ 23.443,43	\$ 25.144,51	\$ 62.432,99

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

2.5.5. Indicadores Financieros.

Tasa de rendimiento medio.

La tasa de rendimiento medio o tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) permite identificar si el proyecto es rentable representando una tasa mínima aceptable para su implementación. Por ende, permite identificar el riesgo que presenta la implementación del emprendimiento propuesto, para el cálculo se aplica la formula posteriormente descrita.

$$TMAR = ((1 + KP) * (1 + p. inf)) - 1$$

Donde:

TMAR= Tasa de rendimiento medio

KP= Costo del capital

P.Inf= promedio inflación anual

Por ende, primeramente se inicia determinando el promedio de la inflación a base de los 5 ultimo años.

Tabla 93

Promedio de inflación anual

AÑOS	TASA INFLACION
2016	1,12%
2017	-0,20%
2018	0,27%
2019	-0,07%
2020	1,12%
TOTAL	2,24%
PROMEDIO	0,45%

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Se calcula el TMAR del proyecto siendo este de 14.10%, por lo cual se determina que el proyecto es viable dado a que es superior a la tasa pasiva referencial a julio de 2021 misma que es de 5,66% según datos emitidos por el BCE.

Tabla 94

Tasa de Rendimiento Medio

TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	
Costo de oportunidad	13,59%
P. inflación	0,45%
TMAR	14,10%

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Tasa de descuento.

Es un indicador que permite el desarrollo de la evaluación financiera dado que permite identificar el valor del dinero en un tiempo determinado, por otro lado, la tasa de descuento permite el cálculo del Valor Actual Neto. Para lo cual se aplica la siguiente formula.

$$TD = KP + Inf + Tlr + Aspiracion\ del\ inversionista$$

Donde:

TD= Tasa de descuento

KP= Costo del capital

Inf= inflación anual

Tlr= tasa de libre riesgo

Una vez identificados los factores de la formula, en la Tabla 95 se obtiene la tasa de descuento.

Tabla 95

Tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO	
La inflación anual	0,45%
Costo de capital	13,59%
Tasa libre de riesgo	7,78%
Aspiración	10,00%
TOTAL	31,82%

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Valor actual neto.

El valor actual neto permite identificar el beneficio económico que dispondrá la empresa en un periodo de tiempo mediante la actualización de los flujos del proyecto al presente. Para la determinación de este indicador se utiliza la siguiente formula.

$$VAN = -I + \frac{FE1}{1+i} + \frac{FE1}{(1+i)^2} + \frac{FE1}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FE1}{(1+i)^n}$$

Tabla 96
Valor Actual Neto

	Flujo Neto del Proyecto		Flujos actualizados	
AÑO 0	-	38.163,53		
AÑO 1	\$	15.925,61	\$	12.081,40
AÑO 2	\$	18.101,31	\$	10.417,23
AÑO 3	\$	23.443,43	\$	10.234,93
AÑO 4	\$	25.144,51	\$	8.327,75
AÑO 5	\$	62.432,99	\$	15.686,28
			\$	56.747,58
		VAN	\$	18.584,05

Fuente: “Estudio financiero”
Elaborado por: Autor

Por lo cual, el VAN del proyecto es de \$18.584,05, representando un valor mayor a 0, lo que indica que la implementación del proyecto es factible.

Tasa interna de retorno.

La tasa interna de retorno es una tasa de rentabilidad que presenta la empresa al ser ejecutada, para lo cual se actualiza los flujos del proyecto a valor presente y se iguala el VAN a 0. Para el cálculo de este indicador se aplica la siguiente formula.

$$VAN = -I + \frac{FE1}{1+i} + \frac{FE1}{(1+i)^2} + \frac{FE1}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FE1}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla 97
Tasa interna de retorno

	Flujo Neto del Proyecto		Flujos actualizados	
AÑO 0	-	38.163,53		
AÑO 1	\$	15.925,61	\$	12.081,40
AÑO 2	\$	18.101,31	\$	10.417,23
AÑO 3	\$	23.443,43	\$	10.234,93
AÑO 4	\$	25.144,51	\$	8.327,75
AÑO 5	\$	62.432,99	\$	15.686,28
		TIR		51%

Fuente: “Estudio financiero”
Elaborado por: Autor

Siendo así, que la TIR es de 51% siendo este superior a la tasa de descuento, determinando así que el proyecto es aceptable.

Período de recuperación.

El periodo de recuperación es un indicador financiero que ayuda a conocer en qué periodo se va a recuperar toda la inversión realizada al momento de la puesta en marcha del emprendimiento. Por ende, se realiza la identificación de los flujos acumuladas en el transcurso de los 5 años lo que ayudará a identificar el periodo tanto en años, meses y días.

Tabla 98
Período de recuperación

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto del proyecto	(\$38.163,53)	\$ 15.925,61	\$18.101,31	\$23.443,43	\$25.144,51	\$62.432,99
Flujo acumulado	(\$38.163,53)	(\$22.237,92)	(\$4.136,61)	\$19.306,82	\$44.451,33	\$106.884,32

PRI

2 años

3 meses

3 días

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

El periodo de recuperación para el presente proyecto es de 2 años, 2 meses y 3 días, presentando dentro de la vida del proyecto.

Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio permite identificar qué cantidad de productos se debe comercializar para que permita cubrir tanto los costos fijos como variables sin obtener beneficios ni pérdidas al finalizar el periodo. Para lo cual se utiliza la siguiente formula.

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN}$$

Una vez identificado el costo variable promedio, se aplica la formula antes descrita, para el caso del margen de contribución, al ser un proyecto que produce varios productos se calcula el margen de contribución ponderado, como se detalla en la Tabla 99.

Tabla 99
Punto de equilibrio

Costos fijos	40.998,92				
DETALLE	Patacones rellenos de pollo	Tortilla de camarón	Bolones	Empanadas de verde	
Precio unitario	\$3,00	\$3,50	\$2,00	\$2,00	
Costo unitario	\$2,61	\$2,86	\$1,70	\$1,03	
Margen de contribución	\$0,39	\$0,64	\$0,30	\$0,97	
Porcentaje de participación	29%	17%	25%	28%	
Margen de contribución ponderado	\$0,12	\$0,11	\$0,08	\$0,27	\$0,57
Punto de equilibrio	71.631				

Producto	PE unidades	Porcentaje de participación	PE unidades por productos	PE en dólares por producto
Patacones rellenos de pollo	71.631	29%	21.101	\$63.301,54
Tortillas de camarón	71.631	17%	12.031	\$42.108,48
Bolones	71.631	25%	18.139	\$36.278,08
Empanadas de verde	71.631	28%	20.360	\$40.720,29
TOTAL			71.631	\$182.408,39

Fuente: "Estudio financiero"

Elaborado por: Autor

Análisis Costo / Beneficio.

El análisis costo/beneficio permite identificar el beneficio que genera la inversión realizada con respecto a los ingresos y egresos incurridos en la empresa. Por lo cual, para el cálculo del mismo que aplica la siguiente formula.

$$C/B = \frac{\Sigma \text{Ingresos} / (1 + i)^n}{\Sigma \text{Costos y gastos} / (1 + i)^n + \text{inversion inicial}}$$

Tabla 100
Análisis Costo/Beneficio

ANÁLISIS COSTO/BENEFICIO			
INVERSION	(\$38.163,53)	INGRESOS	EGRESOS
AÑO 1		\$218.285,02	\$195.689,91
AÑO 2		\$241.194,04	\$214.907,51
AÑO 3		\$266.507,35	\$233.200,43
AÑO 4		\$294.477,30	\$253.350,45

AÑO 5	\$325.382,69	\$275.551,11
VAN INGRESOS	\$600.034,00	
VAN EGRESOS	\$527.082,90	
COSTO – INVERSION	\$565.246,43	
COSTO/BENEFICIO	1,06	

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Dicho indicador es de 1,06, lo cual señala que por cada dólar que el accionista invierta genera un beneficio de 0,06 adicionales, representando que la implementación del proyecto es rentable.

Análisis de sensibilidad.

Representa un indicador financiero que permite tomar decisiones con respecto a la inversión realizada, este indicador consiste en determinar supuestos tanto pesimistas como optimistas para identificar qué sucedería en dichas situaciones. Por ende, en la Tabla 101 se presentan dichos supuestos donde se identifica el VAN y TIR.

Tabla 101

Análisis de sensibilidad

Análisis de la sensibilidad		
	VAN	TIR
Información Actual	\$18.584,05	51%
Aumento de la inversión en un 15%	\$12.859,52	44%
Disminución del precio en un 5%	\$-8.090,48	24%
Disminución del costo de venta al 20%	\$88.085,29	117%

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

Realizado el respectivo análisis, se identifica que el proyecto sería mayormente rentable si se disminuye el costo de venta a un 20%, en cambio el proyecto no es rentable si se disminuye el precio de los productos ofertados en el local en un 5% presentando valores negativos y una TIR menor a la tasa de descuento. En cuanto al aumento de inversión a un 15% es rentable sin embargo presenta menor beneficio que mantener los datos actuales. Lo que indica que la mejor opción sería disminuir los costos o mantener los datos actuales.

Resumen de indicadores financieros.

Una vez realizado el análisis financiero se elabora un resumen de los indicadores mediante un tablero integran de comando como se detalla en Tabla 102, el cual indica que el proyecto de emprendimiento propuesto genera rentabilidad lo que representa que es factible la implementación de la empresa.

Tabla 102

Resumen de indicadores financieros

Indicadores	Valor obtenido	Valor esperado	Resultado
VAN	\$18.584,05	>0 es ejecutable	Ejecutable
TIR	51%	Superior a la tasa de descuento	Aceptable
Periodo de recuperación	2 años 2 meses 3 días	Dentro de la vida útil del proyecto	Factible
Punto de equilibrio	\$ 182.408.39	Bordea 84% de las ventas totales del primer año	Factible
Relación costo/beneficio	1,06	>1 es rentable	Rentable

Fuente: “Estudio financiero”

Elaborado por: Autor

2.6. Conclusión de la propuesta

Dentro del capítulo se determina el modelo de negocio que permitirá dar las bases para el funcionamiento de la empresa propuesta, por ende se basa en dos modelos de negocio como son Business to consumer que consiste en la comercialización de los productos propuestos a través de un establecimiento físico y por otro lado, el modelo de delivery que está relacionado con la entrega a domicilio del producto.

En el estudio de mercado se pudo identificar que el 87% de la población encuestada acepta la implementación de la empresa de producción y comercialización de productos a base de plátano verde en el cantón de Ibarra, determinando una demanda total de 406.670 unidades al año, dado que se consideró el promedio de consumo y la frecuencia. Por otro lado, se pudo observar mediante el análisis a la oferta que en el mercado de Ibarra se comercializa alrededor de 178.452 productos al año incluido productos similares y sustitutos. Sin embargo, al ser un proyecto bajo el muestreo no probabilístico, se determina el nivel de aceptación que presenta este proyecto siendo del 87% de la muestra, sin embargo también se realiza el cálculo de la demanda insatisfecha presentado un total de 228.210 unidades al año.

Dentro del estudio técnico se realizó la macro y micro localización del proyecto permitiendo seleccionar la ubicación más adecuada para la ejecución de las actividades del proyecto, misma que será en el centro de la ciudad específicamente en la Avenida Mariano Acosta y Gabriela Mistral, ya que cuenta con el espacio y requerimientos técnicos indispensable para la empresa, cabe mencionar que está contará con cuatro áreas principales permitiendo obtener una capacidad instalada de 70.112 unidades al año. Por otro lado, en la parte administrativa se desarrolló la cultura y estructura organizacional, misma que permitirá el correcto desenvolvimiento de las actividades tanto en la parte productiva, comercial y administrativa. De igual manera, se establece la constitución legal de la empresa misma que será mediante la denominación de S.A.S, teniendo en cuenta las múltiples ventajas que este brindaría para el proyecto.

Finalmente, el estudio financiero revela la inversión inicial necesaria para la implementación de la empresa, misma que asciende a \$38.163,53, la cual está compuesta por inversión fija de \$6.988,00 donde se establece los activos fijos necesarios para cumplir con las actividades y del capital de trabajo de \$31.175,53 que corresponde al activo corriente que necesita la empresa para su funcionamiento, lo que será financiado por un crédito bancario representando el 79% y el 21% por el aporte de la propietaria. En cuanto a la evaluación financiera, se obtuvo que el proyecto es rentable y factible su implementación, dado que sus indicadores representan valores positivos siendo estos: VAN de \$18.584,05, TIR 51%, periodo de recuperación 2 años, 2 meses, 3 días, un punto de equilibrio 71.631 y la relación costo/beneficio de 1,06.

CAPÍTULO IV

Validación

4.1. Introducción

En el presente capítulo se presenta la validación del proyecto de emprendimiento, a través de la verificación y comprobación de los elementos que conforman la investigación para asegurar la validez y confiabilidad de la información presentada antes de ejecutar el proyecto. Dicho proceso es realizado por docentes expertos en el tema en cuestión, quienes realizarán una revisión integral del documento.

Para la evaluación de la propuesta de negocio se realiza a través de una matriz de validación compuesta por variables e indicadores, mismo que serán valorados a través de criterios de calificación asignados por el responsable de realizar la evaluación, lo cual permitirá conocer si existe validez, poca validez o definitivamente no existe validez en su implementación.

4.2. Descripción del estudio

La validación del proyecto se realiza con el fin de evaluar la validez del proyecto propuesto para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, determinando el cumplimiento de factores esenciales para verificar si se ha cumplido todos los indicadores permitiendo medir la viabilidad y eficiencia del mismo.

4.3. Objetivo

Validar el proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.

4.4. Equipo de trabajo

El equipo de trabajo está conformado por el docente tutor y dos docentes lectores que tienen la responsabilidad de guiar, corregir, sugerir y por último validar la propuesta del

proyecto y resultados gracias al amplio conocimiento que cada uno de ellos poseen. De igual manera, forma parte de este grupo la autora del trabajo, quien es responsable del desarrollo del proyecto de emprendimiento, mismo que se detalla en la Tabla 103.

Tabla 103

Equipo de trabajo.

Autor	Fernanda Nicolle González Castillo
Directora del trabajo de grado	Ing. Sandra Guevara
Docentes expertos en el tema	Ing. Rocío León Ing. Julio Andrade

Fuente: RESOLUCIÓN No. 0506-HCD-FACAE-UTN-2021

Elaborado por: Autor

4.5. Método de verificación

El método de verificación a utilizar consiste en el desarrollo de una matriz donde se describen las variables e indicadores a verificar, para posteriormente ser evaluados y validados por el equipo técnico a través de un modelo de calificación designado, y con los resultados obtenidos determinar el grado de validez que presenta el proyecto. En Tabla 104 se presenta la matriz de verificación donde señala las variables e indicadores a evaluar.

Tabla 104

Matriz de verificación.

VARIABLE	INDICADORES	¿SE VERIFICO?	
		SI	NO
DIAGNÓSTICO	¿Las variables se encuestan correctamente sustentadas con la idea del proyecto?	X	
	¿Los factores del análisis PORTER se relación con la idea de negocio?	X	
	¿Se identifica de forma detallada el problema que se pretende resolver con la implementación del proyecto?	X	
	¿La idea de negocio plateada contribuye a la mitigación de la problemática descrita?	X	
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Se realizó el correcto uso de la metodología y técnicas de investigación para el desarrollo del proyecto?	X	
	¿La fundamentación teórica contribuye a la comprensión del proyecto?	X	
MODELO DE NEGOCIO	¿Dentro de la propuesta de se detalla el modelo de negocio a implementar en el proyecto?	X	
	¿Los modelos de negocio seleccionados para el proyecto cumplen con los requerimientos del mercado?	X	
	¿El modelo Canvas desarrollado para la empresa, través de sus componentes, da a conocer de forma clara como está compuesto el modelo de negocio?	X	

ESTUDIO DE MERCADO	¿Los resultados del estudio de mercado, permiten conocer la demanda, así como establecer las estrategias de comercialización?	X
	¿En el estudio de mercado se detalla la competencia actual existente en el mercado?	X
	¿Los parámetros planteados en la oferta y la demanda permitieron la cuantificación la demanda insatisfecha real?	X
ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO	¿Los factores de análisis de la macro y micro localización están ligados con los requerimientos del proyecto?	X
	¿El tamaño óptimo de la empresa se determinó en base a factores como: mercado, tecnología, disponibilidad de recursos y financiamiento?	X
	¿Los Flujograma permiten comprender los procesos y subprocesos existentes dentro de la empresa?	X
	¿La cultura y estructura organizacional está debidamente direccionada al proyecto planteado?	X
	¿Los manuales de funciones detallan la descripción del puesto, el perfil requerido, las actividades y obligaciones que cada trabajador deberá cumplir dentro de la empresa?	X
ESTUDIO FINANCIERO	¿Las inversiones y el capital de trabajo está acorde al plan de trabajo en el proyecto?	X
	¿Los estados financieros expresan la situación económica y los resultados previstos de manera razonable para la ejecución del proyecto?	X
	¿La evaluación financiera expresa de forma clara la factibilidad económica del proyecto?	X

Fuente: Validación

Elaborado por: Autor

4.6. Método de calificación

El método de calificación se utilizará una escala del 1 a 10, donde diez es el puntaje más alto y uno el más bajo, considerando los criterio de calificación detallados en la Tabla 105. Por ende cada uno de los docentes deberán asignar una calificación a cada indicador antes descrito, con el fin de conocer posteriormente la validez del proyecto.

Tabla 105

Criterios de calificación

CALIFICACIÓN	INTERPRETACIÓN
10-7	Excelente
6-4	Bueno
3-1	Deficiente

Fuente: Validación

Elaborado por: Autor

4.7. Rango de interpretación

Para una interpretación clara y eficaz, se establece los siguientes rangos y criterios:

Tabla 106

Rango de interpretación

CALIFICACIÓN	INTERPRETACIÓN
De 100% a 70%	VALIDEZ ALTA
De 69% a 40%	POCA VALIDEZ
De 39% a 10%	NO EXISTE VALIDEZ

Fuente: Validación

Elaborado por: Autor

Por ende, para la interpretación de los resultados se considera la descripción de cada uno de los criterios, como se detalla en la Tabla 107.

Tabla 107

Criterios de validación

DENOMINACIÓN	DESCRIPCIÓN	RESULTADOS
VALIDEZ	Indica que la presente propuesta es viable y aceptable, por lo cual, se establece que el proyecto no presenta riesgos significativos que impidan la puesta en marcha de la empresa.	El proyecto es aceptado
POCA VALIDEZ	Significa que el proyecto presenta algunas debilidades que no generan un riesgo alto para la implementación del proyecto, necesitando mejorar diversos aspectos.	Se sugiere mejorar
NO EXISTE VALIDEZ	Revela que el proyecto genera resultados negativos, por ende, la propuesta presentada no es viable tanto técnica y/o financiera, presentando un riesgo su implementación, por lo que se recomienda rechazar la propuesta.	El proyecto es rechazado

Fuente: Validación

Elaborado por: Autor

Para el cálculo del resultado final de la validación, se aplica la siguiente fórmula, permitiendo establecer si el proyecto válido o no.

$$V = \frac{\text{Calificación obtenida}}{\text{Calificación total}} \times 100$$

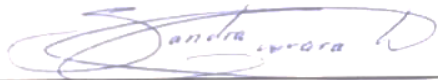
4.8. Resultados

Para obtener los resultados de este capítulo se ha considerado la elaboración de una matriz de validación para evaluar el proyecto propuesto, permitiendo analizar el diagnóstico, fundamentación teórica, propuesta donde integran el modelo de negocio,

estudio de mercado, estudio técnico administrativo y estudio financiero, a través de los siguientes criterios e indicadores.

Tabla 108
Matriz de validación tutor.

MATRIZ DE VALIDACIÓN						
TEMA:						
Proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa para la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador						
Nombre tutor:			Ing. Sandra Guevara López			
Nº	Variable	Indicadores	Ponderación	Calificación	Resultados	Observaciones
1	Diagnóstico	¿Las variables se encuestan correctamente sustentadas con la idea del proyecto?	1%	9	0,09	
2		¿El análisis de las 5 Fuerzas de Porter, contribuyeron al diagnóstico de la idea de negocio?	1%	9	0,09	
3		¿Se identifica de forma detallada el problema que se pretende resolver con la implementación del proyecto?	2%	9	0,18	
4		¿La idea de negocio planteada contribuye a la mitigación de la problemática descrita?	1%	9	0,09	
5	Fundamentación teórica	¿Se realizó el correcto uso de la metodología y técnicas de investigación para el desarrollo del proyecto?	5%	9	0,45	
6		¿La fundamentación teórica contribuye a la comprensión del proyecto?	5%	9	0,45	
7	Modelo de negocio	¿Dentro de la propuesta de se detalla el modelo de negocio a implementar en el proyecto?	5%	8	0,4	
8		¿Los modelos de negocio seleccionados para el proyecto cumplen con los requerimientos del mercado?	5%	8	0,4	
9		¿El modelo Canvas desarrollado para la empresa, través de sus componentes, da a conocer de forma clara como está compuesto el modelo de negocio?	10%	9	0,4	
10	Estudio de mercado	¿Los resultados del estudio de mercado, permiten conocer la demanda, así como establecer las estrategias de comercialización?	5%	9	0,9	
11		¿En el estudio de mercado se detalla la competencia actual existente en el mercado?	5%	9	0,45	
12		¿Los parámetros planteados en la oferta y la demanda permitieron la cuantificación la demanda insatisfecha real?	5%	9	0,45	
13	Estudio técnico - administrativo	¿Los factores de análisis de la macro y micro localización están ligados con los requerimientos del proyecto?	5%	9	0,45	

14		¿El tamaño óptimo de la empresa se determinó en base a factores como: mercado, tecnología, disponibilidad de recursos y financiamiento?	5%	9	0,45
15		¿Los flujograma permiten comprender los procesos y subprocesos existentes dentro de la empresa?	5%	9	0,45
16		¿La cultura y estructura organizacional está debidamente direccionada al proyecto planteado?	5%	9	0,45
17		¿Los manuales de funciones detallan la descripción del puesto, el perfil requerido, las actividades y obligaciones que cada trabajador deberá cumplir dentro de la empresa?	5%	9	0,45
18		¿Las inversiones y el capital de trabajo está acorde al plan de trabajo en el proyecto?	5%	8	0,45
19	Estudio financiero	¿Los estados financieros expresan la situación económica y los resultados previstos de manera razonable para la ejecución del proyecto?	10%	8	0,8
20		¿La evaluación financiera expresa de forma clara la factibilidad económica del proyecto?	10%	9	0,9
Resultados			100%		8,75
Fecha			08 de julio de 2022		
Firma					

Elaborado por: Autor

Tabla 109

Matriz de validación Oponente 1.

MATRIZ DE VALIDACIÓN


TEMA:

Proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador

Nombre oponente 1:

Msc. Rocío León

N°	Variable	Indicadores	Ponderación	Calificación	Resultados	Observaciones
1	Diagnóstico	¿Las variables se encuestan correctamente sustentadas con la idea del proyecto?	1%	8	0,08	
2		¿El análisis de las 5 Fuerzas de Porter, contribuyeron al diagnóstico de la idea de negocio?	1%	9	0,09	
3		¿Se identifica de forma detallada el problema que se pretende resolver con la implementación del proyecto?	2%	9	0,18	
4		¿La idea de negocio plateada contribuye a la mitigación de la problemática descrita?	1%	9	0,09	
5	Fundamentación teórica	¿Se realizó el correcto uso de la metodología y técnicas de investigación para el desarrollo del proyecto?	5%	9	0,45	
6		¿La fundamentación teórica contribuye a la comprensión del proyecto?	5%	9	0,45	
7	Modelo de negocio	¿Dentro de la propuesta de se detalla el modelo de negocio a implementar en el proyecto?	5%	9	0,45	
8		¿Los modelos de negocio seleccionados para el proyecto cumplen con los requerimientos del mercado?	5%	9	0,45	
9		¿El modelo Canvas desarrollado para la empresa, través de sus componentes, da a conocer de forma clara como está compuesto el modelo de negocio?	10%	9	0,9	
10	Estudio de mercado	¿Los resultados del estudio de mercado, permiten conocer la demanda, así como establecer las estrategias de comercialización?	5%	8	0,4	
11		¿En el estudio de mercado se detalla la competencia actual existente en el mercado?	5%	8	0,4	
12		¿Los parámetros planteados en la oferta y la demanda permitieron la cuantificación la demanda insatisfecha real?	5%	8	0,4	
13		¿Los factores de análisis de la macro y micro localización están ligados con los requerimientos del proyecto?	5%	9	0,45	
14	Estudio técnico - administrativo	¿El tamaño óptimo de la empresa se determinó en base a factores como: mercado, tecnología, disponibilidad de recursos y financiamiento?	5%	9	0,45	

15		¿Los Flujograma permiten comprender los procesos y subprocesos existentes dentro de la empresa?	5%	9	0,45
16		¿La cultura y estructura organizacional está debidamente direccionada al proyecto planteado?	5%	8	0,4
17		¿Los manuales de funciones detallan la descripción del puesto, el perfil requerido, las actividades y obligaciones que cada trabajador deberá cumplir dentro de la empresa?	5%	9	0,45
18		¿Las inversiones y el capital de trabajo está acorde al plan de trabajo en el proyecto?	5%	9	0,45
19	Estudio financiero	¿Los estados financieros expresan la situación económica y los resultados previstos de manera razonable para la ejecución del proyecto?	10%	9	0,9
20		¿La evaluación financiera expresa de forma clara la factibilidad económica del proyecto?	10%	9	0,9
Resultados			100%	175	8,79
Fecha				29 julio 2022	
Firma					

Elaborado por: Autor

Tabla 110

Matriz de validación Oponente 2.

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TEMA:

Proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa para la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador

Nombre oponente 2:

Nº	Variable	Indicadores	Ponderación	Calificación	Resultados	Observaciones
1	Diagnóstico	¿Las variables se encuestan correctamente sustentadas con la idea del proyecto?	1%	8	0,08	
2		¿El análisis de las 5 Fuerzas de Porter, contribuyeron al diagnóstico de la idea de negocio?	1%	8	0,08	
3		¿Se identifica de forma detallada el problema que se pretende resolver con la implementación del proyecto?	2%	8	0,16	
4		¿La idea de negocio planteada contribuye a la mitigación de la problemática descrita?	1%	8	0,08	
5	Fundamentación teórica	¿Se realizó el correcto uso de la metodología y técnicas de investigación para el desarrollo del proyecto?	5%	8	0,4	
6		¿La fundamentación teórica contribuye a la comprensión del proyecto?	5%	8	0,4	
7	Modelo de negocio	¿Dentro de la propuesta de se detalla el modelo de negocio a implementar en el proyecto?	5%	8	0,4	
8		¿Los modelos de negocio seleccionados para el proyecto cumplen con los requerimientos del mercado?	5%	8	0,4	
9		¿El modelo Canvas desarrollado para la empresa, través de sus componentes, da a conocer de forma clara como está compuesto el modelo de negocio?	10%	8	0,8	
10	Estudio de mercado	¿Los resultados del estudio de mercado, permiten conocer la demanda, así como establecer las estrategias de comercialización?	5%	7	0,35	
11		¿En el estudio de mercado se detalla la competencia actual existente en el mercado?	5%	7	0,35	
12		¿Los parámetros planteados en la oferta y la demanda permitieron la cuantificación la demanda insatisfecha real?	5%	7	0,35	
13	Estudio técnico - administrativo	¿Los factores de análisis de la macro y micro localización están ligados con los requerimientos del proyecto?	5%	9	0,45	
14		¿El tamaño óptimo de la empresa se determinó en base a factores como: mercado, tecnología, disponibilidad de recursos y financiamiento?	5%	9	0,45	

15		¿Los Flujograma permiten comprender los procesos y subprocesos existentes dentro de la empresa?	5%	9	0,45
16		¿La cultura y estructura organizacional está debidamente direccionada al proyecto planteado?	5%	9	0,45
17		¿Los manuales de funciones detallan la descripción del puesto, el perfil requerido, las actividades y obligaciones que cada trabajador deberá cumplir dentro de la empresa?	5%	9	0,45
18		¿Las inversiones y el capital de trabajo está acorde al plan de trabajo en el proyecto?	5%	8	0,4
19	Estudio financiero	¿Los estados financieros expresan la situación económica y los resultados previstos de manera razonable para la ejecución del proyecto?	10%	8	0,8
20		¿La evaluación financiera expresa de forma clara la factibilidad económica del proyecto?	10%	8	0,8
Resultados			100%	162	8.1
Fecha					

Firma

Elaborado por: Autor

Obtenido las matrices de validación realizados por los docentes, se determina los resultados totales para determinar el grado de factibilidad, mismo que se detalla en la Tabla 111.

Tabla 111
Resultados totales.

MATRIZ DE VALIDACIÓN							
PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO							
Capítulo	Factores a Validar	%	Mgs. Sandra Guevara	Mgs. Rocío León	Mgs. Julio Andrade	Promedio	Observaciones
I	Diagnóstico	5%	0,45	0,44	0,4	0,43	
II	Fundamentación teórica	10%	0,9	0,9	0,8	0,87	
III	Propuesta						
	Modelo de negocio	20%	1,7	1,8	1,6	1,70	
	Estudio de mercado	15%	1,35	1,2	1,05	1,20	
	Estudio técnico – administrativo	25%	2,25	2,2	2,25	2,23	
	Estudio financiero	25%	2,1	2,25	2	2,12	
TOTAL		100%	8,75	8,79	8,1	8,55	

Fuente: Validación
Elaborado por: Autor

$$V = \frac{8.55}{10} \times 100$$

$$V = 85.5\%$$

4.9. Análisis:

El presente proyecto de emprendimiento destinado para la creación de una empresa para la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador, indica ser un proyecto con alta validez, dado que según los resultados obtenidos a partir de las matrices de validación efectuadas por los docentes técnicos encargados de la evaluación de cada uno de los capítulos del proyecto, se obtuvo un porcentaje de validez del 85.5% según los criterios establecidos en este capítulo, lo que refleja que el proyecto es aplicable.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- De acuerdo al diagnóstico se identifica que con la implementación de la empresa ayuda al crecimiento de la economía local, beneficiando directa e indirectamente a los diferentes usuarios que gocen del desarrollo de la misma, de igual manera se establece que el sector presenta un ambiente favorable para dicha implementación dado que los aspectos analizados dan a conocer la existencia de normativas que van ligadas al desarrollo de emprendimientos, requerimientos como servicios básicos, vías de acceso, entre otros aspectos. Por otro lado, en cuanto a la situación competitiva se identifica la existencia tanto de establecimientos dedicados a la misma actividad sin embargo existe una limitada variedad de productos y también la existencia de productos sustitutos.
- La fundamentación metodológica y teórica permitió sustentar el proyecto y establecer las directrices indispensables para el desarrollo de la investigación a través de fuentes bibliográficas.
- De acuerdo a la evaluación financiera realizada se determina que es factible la creación de la empresa de producción y comercialización de productos a base de plátano verde en el cantón Ibarra ya que genera beneficios económicos al inversionista, así como tiene una pronta recuperación de la inversión.
- De acuerdo a los datos obtenidos en la validación del proyecto por parte de docentes técnicos se puede demostrar que el proyecto presenta una alta validez, indicando que el mismo es viable y con un nivel de aplicación alta.

Recomendaciones

- Se recomienda aceptar la propuesta de negocio debido a que el entorno cuenta con las condiciones necesarias que requiere el proyecto para su ejecución, aprovechando los programas que brinda el entorno.
- Se sugiere revisar la metodología y términos establecidos en la fundamentación teórica para tener una visión clara y comprender el desarrollo de la investigación.
- Se recomienda implementar el proyecto de emprendimiento debido a la evaluación financiera realizada, dado que se visualiza que genera rentabilidad económica permitiendo cubrir las obligaciones a corto y largo plazo que se presenten y a su vez otorga beneficios a los inversionistas.

Referencias bibliográficas

(PDYOT). (2020). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN IBARRA*. Ibarra.

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2020). *Emisión de Permisos de Funcionamiento*. From Gobierno del Encuentro : <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/#:~:text=El%20Permiso%20de%20Funcionamiento%20es,establecimientos%20de%20servicios%20de%20salud>.

Andrade, X. (2012). Las Trabas del Emprendimiento en Ecuador. *Retos*, 188-189.

Andrango, G. (2018). *Diseño y elaboración del manual de funciones y organigrama para la empresa Newlead durante el período de abril 2018 a junio 2018*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.

ARCSA. (2020). *Emisión de Permisos de Funcionamiento*. From Gobierno del Encuentro: <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/#:~:text=El%20Permiso%20de%20Funcionamiento%20es,establecimientos%20de%20servicios%20de%20salud>.

Arechavaleta, E. F. (2015). Estrategias de comercialización. *Tendencias de Innovación en la Ingeniería de Alimentos*, 169-195.

Arias, A. S. (2021). *Inflación*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/inflacion.html>

Arias, A. S. (2021). *Producto interno bruto*. From Econmipedia : [https://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html#:~:text=El%20producto%20interior%20bruto%20\(PIB,producto%20bruto%20interno%20\(PBI\)](https://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html#:~:text=El%20producto%20interior%20bruto%20(PIB,producto%20bruto%20interno%20(PBI)).

Aznar, F. (2017). *Repensar el liderazgo estratégico. La vision - 5ª*. Montesinos: Instituto Español de Estudios Estrategicos.

Baena Paz, G. M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Patria.

Banco Central del Ecuador. (2021, Mayo). *Indicadores Socioeconómicos Internacionales (Sector real PIB)*. From Banco Central del Ecuador: https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/bi_menuIntegracionRegional.html#

Banco Central del Ecuador. (2021, Abril). *Reporte Mensual de Inflación*. From Banco Central del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf202104.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2021, Junio). *Tasas de Interés*. From Banco Central del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Banco Mundial. (2021). *Crecimiento del PIB (% anual) - Ecuador*. From Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2019&locations=EC&start=2015&view=chart>

Banco Mundial. (2021). *Crecimiento del PIB per cápita (% anual) - Ecuador*. From Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.KD.ZG?end=2019&locations=EC&start=2015&view=chart>

Baque, L., Burbano, W., Caravaca, O., & Peñafiel, G. (2019). Modelo de negocio para la creación de una distribuidora de accesorios para bebés en el cantón Quevedo. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.*, 1-17.

Barrols, R. R. (2019, Julio 18). *Restaurantes: ¿Empresas productoras, comerciales o de servicios?* From *Gastronomía rentable*: <https://www.gastronomiarentable.com/post/restaurantes-empresas-productoras-comerciales-o-de-servicios>

Betancourth, C. (2020, Octubre 27). *Comer plátano, ¿maduro o verde?* From *MejorconSalud*: <https://mejorconsalud.as.com/cuando-es-mas-saludable-comer-platano/>

Bologna, E. (2018). *Métodos Estadísticos de Investigación*. Córdoba: Editorial Brujas.

Can Duran. (2017, Febrero 14). *Beneficios y propiedades de la carne de pollo*. From *CanDuran - Alimentación*: <https://canduran.com/beneficios-propiedades-pollo/>

Chagoya, E. R. (2018, Julio 1). *Métodos y técnicas de investigación*. From *gestiopolis*: <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/#:~:text=La%20metodolog%C3%ADa%20de%20investigaci%C3%B3n%20se,que%20conduce%20al%20conocimiento%20cient%C3%ADfico.>

Cocina ecuatoriana. (2018). *Tortillas de verde*. From *Cocina ecuatoriana*: <https://www.cocina-ecuatoriana.com/recetas/entradas/empanadas-de-verde-rellenas-con-camaron>

Constitución de la República del Ecuador. (2008).

Cuerpo de Bomberos de Ibarra. (2020, Noviembre 07). *Permiso de Funcionamiento*. From *Cuerpo de Bomberos de Ibarra*: <https://www.bomberosibarra.gob.ec/2020/09/07/permisosfuncionamiento/#:~:text=El%20Cuerpo%20de%20Bomberos%20de,permiso%20de%20funcionamiento%20en%201%C3%ADnea.&text=3.,su%20computador%20o%20dispositivo%20m%C3%B3vil.>

Definición.de. (2020). *Definicion Emprendimiento*. From Definición.de:
<https://definicion.de/emprendimiento/>

Delgado Cruz, A. (2017). Capacidad de innovación en restaurantes: Validación de un instrumento. *Multiciencias*.

Diario Libre. (2020, Marzo 11). *Los beneficios del plátano verde para la salud*. From Diario libre: <https://www.diariolibre.com/revista/los-beneficios-del-platano-verde-para-la-salud-GA17608680>

Economy Weblog. (2013, Febrero 20). *¿QUÉ ES EL PIB NOMINAL? - ¿QUÉ ES EL PIB REAL?* From Economy Weblog:
<https://economy.blogs.ie.edu/archives/2013/02/que-es-el-pib-nominal-que-es-el-pib-real/>

ecuaproductos. (2019). *El plátano verde*. From Ecuaproductos:
<https://ecuaproductos.wixsite.com/ecuador/platano-verde>

Editorial Etecé. (2021, agosto 5). *Método deductivo*. From conceptos:
<https://concepto.de/metodo-deductivo/>

Editorial Etecé. (2022, febrero 2). *Población económicamente activa*. From Equipo editorial, Etecé: <https://concepto.de/poblacion-economicamente-activa/>

Editorial MAPAL. (2019, Marzo 07). *6 modelos de negocio de restaurantes que son tendencia*. From mapal os: <https://mapal-os.com/es/recursos/blog/6-modelos-de-negocio-de-restaurante-que-son-tendencia>

El Telégrafo. (2017, Abril 12). *La economía del Ecuador se contrajo 1,5% en 2016*. From El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/la-economia-del-ecuador-se-contrajo-1-5-en-2016>

- El Universo. (2020, Julio). *Estas son las tasas de interés publicadas por el Banco Central para julio*. From El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/06/nota/7897569/tasas-interes-prestamos-ecuador-banco-central-julio/>
- Emprendedores. (2021, Julio 28). *¿Qué significa modelo de negocio?* From Emprendedores: <https://www.emprendedores.es/estrategia/que-significa-modelo-de-negocio/>
- Fajardo, M., & Soto, C. (2018). *Gestión Financiera Empresarial*. Machala: Ediciones UTMACH.
- Feijoo, I., Guerrero, J., & García, J. (2017). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. Machala : Editorial UTMACH 2018.
- Frisona Española. (2021, Enero 19). *¿Qué beneficios aporta el queso a tu salud?* From Confederación de Asociaciones de Frisona Española: [https://www.revistافرisona.com/Noticia/que-beneficios-aporta-el-queso-a-tu-salud#:~:text=El%20queso%20es%20un%20alimento,o%20la%20B2%20\(riboflavina\).](https://www.revistافرisona.com/Noticia/que-beneficios-aporta-el-queso-a-tu-salud#:~:text=El%20queso%20es%20un%20alimento,o%20la%20B2%20(riboflavina).)
- GAD Municipal de Ibarra. (2020). *PDYOT*. Ibarra.
- Galán, J. S. (2021). *PIB per cápita*. From Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/renta-pib-per-capita.html>
- GEM. (2019-2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020*. ESPAE Escuela de Negocio.
- Gob.ec. (2020). *Constitución de sociedades por acciones simplificadas*. From Portal único de Trámites Ciudadanos: <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>

- Gob.ec. (2020). *Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona jurídica privada (civiles y comerciales)*. From Portal único de trámites ciudadanos: <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-juridica-privada-civiles-comerciales#>
- Gobierno del encuentro. (2021). *Las industrias deben obtener certificados de buenas prácticas de manufactura para alimentos hasta el 27 de noviembre*. From Ministerio de Salud pública: [https://www.salud.gob.ec/las-industrias-deben-obtener-certificados-de-buenas-practicas-de-manufactura-para-alimentos-hasta-el-27-de-noviembre/#:~:text=Las%20buenas%20pr%C3%A1cticas%20de%20manufactura%20\(BPM\)%20son%20los%20principios%20b%C3%A1sicos,riesgos](https://www.salud.gob.ec/las-industrias-deben-obtener-certificados-de-buenas-practicas-de-manufactura-para-alimentos-hasta-el-27-de-noviembre/#:~:text=Las%20buenas%20pr%C3%A1cticas%20de%20manufactura%20(BPM)%20son%20los%20principios%20b%C3%A1sicos,riesgos)
- Guerrero, V., & Santacruz, A. (2016). *Estudio de mercados, administrativos y legales, para la constitución de un centro de Acopio de productos agrícolas en el municipio de Puerto Wilches (Santander)*. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander.
- Gutiérrez, Ó. (2016). *Fundamentos de administración de empresas*. Madrid: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya S.A).
- Hernández, C. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta*.
- Huilcapi, S. (2019). Importancia del diagnóstico situacional de la empresa. *Revista Espacios*. From <http://ww.revistaespacios.com/a20v41n40/a20v41n40p02.pdf>
- INEC. (2010). *CENSO 2010*. QUITO.
- INEC. (2020). *Proyecciones INEC*.
- INEC. (2021, Mayo). *Índice de Precios al Consumidor (IPC)*. From INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Mayo-2021/01%20ipc%20Presentacion_IPC_may2021.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y censos . (2021). *Índice de precios al Consumidor (IPC) Canastas*. From INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>

ISO 9001:2015. (2018, Abril 10). *¿Qué es un proceso según la ISO 9001:2015?* From Nueva ISO 9001:2015: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/04/que-es-un-proceso-segun-la-iso-90012015/>

Jiménez, L. (2016). *¿Qué es una patente comercial y cuáles son sus requisitos?* From Crece Mujer: <https://www.crecemujer.cl/capacitacion/comienzo-un-negocio/que-es-una-patente-comercial-y-cuales-son-sus-requisitos>

La Buena. (2018). *Patacones rellenos: aprende a prepararlos en casa*. From La Buena - Blog: <https://www.labuena.com.co/hazlo-facil/patacones-rellenos-preparalos-en-casa/>

Ley de Régimen Tributario Interno. (2020).

Ley Orgánica de emprendimiento e innovación. (2020).

Ley Orgánica De Emprendimiento E Innovación. (2020).

López, E. (2020). *Plan de negocio "Pa' comer en casa"*. Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo.

Lugo, Z. (2021). *Población y muestra*. From Diferenciador: <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>

Marte Alvarado, Q. (2019). *Investigación de Mercados*. Tejada Betancourt, L. (Ed.) y Marte Alvarado, Q. (2019). *Investigación de mercados*. Universidad Abierta para Adultos (UAPA).

Martínez, C. (2012). *Estadística y Muestreo*. Bogotá: ECOE Ediciones.

- Martínez, J. M. (2015, Julio 29). *El método científico en las investigaciones de fraude e irregularidades*. From Auditool: <https://www.auditool.org/blog/fraude/2864-el-metodo-cientifico-en-las-investigaciones-de-fraude-e-irregularidades>
- Mendieta, C. (2019, Octubre 02). *B2B y B2C ¿Qué son y en qué se diferencian?* . From Elite: <https://www.eliteonlinemedia.com/es/blog/b2b-b2c-que-son-diferencias>
- Mercado Alimentos. (2021). *Plátano*. From Mercado de alimentos : <https://www.fen.org.es/MercadoAlimentosFEN/pdfs/platano.pdf>
- Meza Orozco, J. d. (2017). *Evaluación financiera de proyectos*. Ecoe Ediciones.
- Municipio de Ibarra. (2019, Mayo 28). *Guía para trámites de Impuesto Patente y Activos Totales*. From Gobierno Autónomo Descentralizado : <https://www.ibarra.gob.ec/site/blog/2019/05/28/guia-para-tramites-de-impuesto-patente-y-activos-totales/>
- Municipio de Ibarra. (2021). *Catastro turístico*. Ibarra.
- Munuera Alemán, J. L., & Rodríguez Escudero, A. I. (2020). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. ESIC.
- Norma Internacional ISO 9001:2015. (2015). *Sistema de gestión de calidad* . ISO 2015.
- Normas de Control Interno de la Contraloría General del Estado. (2014). *NORMAS DE CONTROL INTERNO PARA LAS ENTIDADES, ORGANISMOS DEL SECTOR PÚBLICO Y PERSONAS JURÍDICAS DE DERECHO PRIVADO QUE DISPONGAN DE RECURSOS PÚBLICOS*. CONTRALORÍA GENERAL DEL ESTADO.
- Normativa Técnica Sanitaria para Alimentos Procesados. (2016). *Resolución 67 Registro Oficial Suplemento 681*. From <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/04/ARCSA-DE-067-2015->

GGG_NORMATIVA-T%C3%89CNICA-SANITARIA-PARA-ALIMENTOS-
PROCESADOS.pdf

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Scielo*.

pacific - Mercado y comidas del mar. (2019, Mayo 30). *Incluye camarones en tu dieta, estos son sus beneficios*. From Mercado y comidas de mar: <https://pacific.com.co/camarones/incluye-camarones-en-tu-dieta-estos-son-sus-beneficios/>

PDYOT, Ibarra. (2020). Ibarra.

Pujol, L. (2017). *Empanadas de verde*. From Recetas de Laylita: <https://www.laylita.com/recetas/empanadas-de-verde/>

Pujol, L. (2018). *Bolón de verde*. From Recetas de Laylita: <https://www.laylita.com/recetas/bolon-de-verde/>

Ramos, E. (2008). Métodos y técnicas de investigación. *Gestiopolis*, 1. From https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48130436/Metodos_y_tecnicas_de_investigacion__GestioPolis.pdf?1471477388=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodos_y_tecnicas_de_investigacion.pdf&Expires=1607879936&Signature=CFuvPHP~vMtkjCMqX

RESOLUCIÓN Nro. NAC-DGERCGC21-00000060. (2022). *Servicio de Rentas Internas*. From [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/NAC-DGERCGC21-00000060%20Normas%20para%20la%20aplicaci%C3%B3n%20del%20RIMPE%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/NAC-DGERCGC21-00000060%20Normas%20para%20la%20aplicaci%C3%B3n%20del%20RIMPE%20(3).pdf)

Rodrigues, N. (2022, Abril 25). *¿Qué es un organigrama funcional? Proceso y ejemplos*. From HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/organigrama-funcional>

- Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México.
- Romero Hidalgo, O., Hidalgo Sanchez, A., & Correa Guaicha, H. (2018). *Plan de negocio. Un enfoque practico en el sector comercio*. Machala: UTMACH.
- Romero, O., Hidalgo, A., & Correa, H. (2017). *Plan de negocio. Un enfoque práctico en el sector comercio*. Machala: Editorial UTMACH.
- Romero, X. A. (2016). *Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica*. Retrieved Marzo 9, 2021 from Revista Científica Dominio de las Ciencias Vol. 2, núm. 4, pp. 346-369: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/259/309>
- Salvador, L., Jurado, R., Rodriguez, P., Revelo, R., & Haro, E. (2017). *Diseño y evaluación de proyectos de inversión*. Colección empresarial: Quito.
- Samaniego, F. d. (2012). ANALISIS Y PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL. *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)*, 1.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGRAW-HILL.
- Sánchez, I. (2015). *Manual para la formulación y evaluación de proyectos de inversión con criterio económico*. Feijóo.
- Suárez, A. (2017). La importancia del estudio de mercado en la idea de negocio. *recode social y market research*, 1-3.
- SUPERCIAS. (2014). LEY DE COMPAÑIAS. *LEXIS*, 109.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2020). *Guía de Constitución de Sociedades por Acciones Simplificadas*. From Portal Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: https://portal.supercias.gob.ec/docs/manual_sas.pdf

Vales, J. (2017). *La importancia de misión y visión para una microempresa a través del servicio de consultoría*. México: Buzón de Pacioli.

Vallejo, A. P. (2016, Octubre 9). *¿Qué es el Registro Único de Contribuyentes?* From Pérez Bustamante & Ponce PBP: [https://www.pbplaw.com/es/que-es-el-ruc/#:~:text=El%20Registro%20%C3%9Anico%20de%20Contribuyentes%20\(RUC\)%20es%20el%20documento%20que,SRI\)%20realice%20el%20control%20tributario.](https://www.pbplaw.com/es/que-es-el-ruc/#:~:text=El%20Registro%20%C3%9Anico%20de%20Contribuyentes%20(RUC)%20es%20el%20documento%20que,SRI)%20realice%20el%20control%20tributario.)

Vega, V. (2018). Gastronomía ecuatoriana y turismo local. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.* , 1.

Viñán, J., Puente, M., Ávalos , J., & Córdova , J. (2018). *Proyectos de inversion un enfoque práctico*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Zamora, C. S. (2018). La Importncia del Emprendimiento en la Economía: El Caso de Ecuador. *Espacios*, 15.

ANEXOS

Anexo 1 Ficha de observación – Tendencia de consumo



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

FICHA DE OBSERVACIÓN

Introducción: En la Universidad Técnica del Norte (UTN) se desarrolla una investigación relacionada con la implementación de un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa para la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde. Sus criterios acerca de este tema serán de suma importancia para el desarrollo de la misma. Se solicita su cooperación con la mayor objetividad posible.

Objetivo: Recopilar información acerca de la situación poblacional de la ciudad de Ibarra con relación a la tendencia de consumo.

Aspectos	Existencia		Observaciones
	Si	No	
Existen productos sustitutos	X		
Consume la población productos sustitutos	X		
Existen locales que ofrezcan productos similares	X		
Estos locales cuentan con los debidos permisos	X		
La sanidad es evidente en estos locales	X		
La migración en la ciudad es un problema	X		



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

FICHA DE OBSERVACIÓN

Introducción: En la Universidad Técnica del Norte (UTN) se desarrolla una investigación relacionada con la implementación de un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa para la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde. Sus criterios acerca de este tema serán de suma importancia para el desarrollo de la misma. Se solicita su cooperación con la mayor objetividad posible.

Objetivo: Recopilar información acerca de la situación poblacional de la ciudad de Ibarra con relación a la rivalidad entre competidores del sector.

Aspectos	Existencia		Observaciones
	Si	No	
Existen locales que ofrezcan productos alimenticios elaborados a base de plátano verde	X		
Estos lugares se encuentran consolidados	X		
Existe variedad de productos en estos lugares	X		
La población de la ciudad de Ibarra acude con frecuencia a estos lugares		X	
Estos lugares cuentan con un buen ambiente para sus clientes	X		
Los clientes prefieren degustar los productos en los establecimientos	X		



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

FICHA DE OBSERVACIÓN

Introducción: En la Universidad Técnica del Norte (UTN) se desarrolla una investigación relacionada con la implementación de un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa para la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde. Sus criterios acerca de este tema serán de suma importancia para el desarrollo de la misma. Se solicita su cooperación con la mayor objetividad posible.

Objetivo: Recopilar información acerca de la situación poblacional de la ciudad de Ibarra con relación al poder de negociación de los proveedores

Aspectos	Existencia		Observaciones
	Si	No	
Se puede dotar de materia prima en cualquier lugar de la ciudad		X	
Existen varios proveedores de materia prima	X		
Cuáles son los días que se oferta la materia prima a buen precio			Los días lunes y jueves
Cuáles son los días en que la materia prima está totalmente fresca para la elaboración de los productos			Especialmente los días jueves
Los precios de la materia prima son accesibles para la compra	X		



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

FICHA DE OBSERVACIÓN

Introducción: En la Universidad Técnica del Norte (UTN) se desarrolla una investigación relacionada con la implementación de un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa para la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde. Sus criterios acerca de este tema serán de suma importancia para el desarrollo de la misma. Se solicita su cooperación con la mayor objetividad posible.

Objetivo: Recopilar información acerca de la situación poblacional de la ciudad de Ibarra con relación al poder de negociación de los clientes.

Aspectos	Existencia		Observaciones
	Si	No	
Los productos que ofertan a los clientes tienen variedad	X		
Los clientes consumen los productos en el local	X		
Los locales cuentan con amplios espacios y normas de bioseguridad	X		
Los productos que en estos lugares se ofrecen satisfacen las necesidades del cliente	X		
Cumple con los requisitos para ser un producto de calidad	X		
El horario de oferta de los productos en estos lugares es el adecuado para los clientes		X	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

FICHA DE OBSERVACIÓN

Introducción: En la Universidad Técnica del Norte (UTN) se desarrolla una investigación relacionada con la implementación de un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa para la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde. Sus criterios acerca de este tema serán de suma importancia para el desarrollo de la misma. Se solicita su cooperación con la mayor objetividad posible.

Objetivo: Recopilar información acerca de la situación poblacional de la ciudad de Ibarra con relación a la amenaza de nuevos entrantes.

Aspectos	Existencia		Observaciones
	Si	No	
Existe el producto a ofertar en el mercado		X	
Los locales que ofertan productos alimenticios hechos a base de plátano verde cuentan con este producto		X	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

FICHA DE OBSERVACIÓN

Introducción: En la Universidad Técnica del Norte (UTN) se desarrolla una investigación relacionada con la implementación de un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa para la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde. Sus criterios acerca de este tema serán de suma importancia para el desarrollo de la misma. Se solicita su cooperación con la mayor objetividad posible.

Objetivo: Recopilar información acerca de la situación poblacional de la ciudad de Ibarra con relación a la amenaza de productos o servicios sustitutos.

Aspectos	Existencia		Observaciones
	Si	No	
Existen locales que ofertan productos sustitutos	X		
La población de Ibarra acude con frecuencia a estos lugares	X		
Estos productos tienen aceptación por parte de la población de Ibarra	X		
Estos productos sustitutos podrían ser un riesgo para el proyecto de emprendimiento	X		
Existe variedad en estos productos sustitutos que se ofrecen a la población	X		



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

ENCUESTA DIRIGIDA AL SEGMENTO DE MERCADO

Introducción: En la Universidad Técnica del Norte (UTN) se desarrolla una investigación relacionada con la implementación de un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde. Sus criterios acerca de este tema serán de suma importancia para el desarrollo de la misma. Se solicita su cooperación con la mayor objetividad posible.

Objetivo: Recopilar información para implementar un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de productos alimenticios hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.

INDICACIONES: Marque con una X la opción que mejor le parezca.

1. Género

Masculino () Femenino ()

2. Edad

15 a 27 ()

28 a 40 ()

41 a 53 ()

54 a 64 ()

3. Lugar de residencia

Ibarra ()

San Antonio ()

Atuntaqui ()

Otro _____

4. Cantón en el cual trabaja

Antonio Ante ()

Cotacachi ()

Ibarra ()

Otavalo ()

Otro _____

5. Indique por favor. ¿Cuál es el número de integrantes en el núcleo familiar?

1 ()

2 ()

3 ()

4 ()

5 ()

Mayor a 5 ()

6. ¿Usted incluye al plátano verde en su dieta?

Si () No ()

7. Según su preferencia califique los siguientes platillos elaborados a base de plátano verde. (califique del 1 al 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta)

	1	2	3	4	5
Patacón					
Bolón					
Empanada de verde					

8. A continuación, se presenta platillos nuevos que se pretenden implementar en el menú, señale si usted conoce este tipo de productos alimenticios elaborados a base de plátano verde.

	Si	No
Patacón relleno de pollo		
Tortilla de camarón		

9. ¿En qué presentación le gustaría consumir el plátano verde?

Empanadas de verde ()

Bolones ()

Patacones rellenos de pollo ()

Tortillas de camarón ()

10. ¿Con qué frecuencia adquiriría los productos?

Diario ()

Semanal ()

2 veces por semana ()

Mensual ()

11. ¿Cuántas unidades adquiriría de empanadas de verde?

1	2	3	4	5

12. ¿Cuántas unidades adquiriría de bolones?

1	2	3	4	5

13. ¿Cuántas unidades adquiriría de patacones rellenos de pollo?

1	2	3	4	5

14. ¿Cuántas unidades adquiriría de tortillas de camarón?

1	2	3	4	5

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el patacón relleno de pollo y queso (250gr)?

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la tortilla de camarón (150gr)?

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por bolones de plátano verde (150gr)?

18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por empanadas de verde (75gr)?

19. Si se implementa un establecimiento que ofrezca estos productos hechos a base de plátano verde en la ciudad de Ibarra. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría encontrarlo?

Los Ceibos ()

Centro de la ciudad ()

La Victoria ()

Otro _____

20. ¿A la hora de adquirir el producto cuál es su prioridad?

Calidad ()

Presentación ()

Precios bajos ()

Variedad ()

21. ¿Qué redes sociales utiliza con más frecuencia?

Facebook ()

Instagram ()

Whatsapp ()

22. ¿A través de qué medios le gustaría conocer los diferentes productos y ofertas que el establecimiento brinda?

Redes Sociales ()

Radio ()

Televisión ()

Flyers (volantes) ()

23. ¿Le gustaría que se implemente dentro del establecimiento el servicio de Delivery para la entrega de los productos?

Si () No ()

24. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir estos productos alimenticios hechos a base de plátano verde, a un precio considerable y con la mejor presentación?

Si () No ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACION!

Anexo 8 Recolección de datos – Oferta de productos en la ciudad de Ibarra

