



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HARINA
DE CHUÑO EN LA PARROQUIA CANGAHUA, PROVINCIA PICHINCHA,
ECUADOR**

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

AUTOR:

ESTEFANÍA ELIZABETH SALAZAR TANDAYAMO

DIRECTORA:

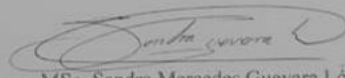
MSC. SANDRA MERCEDES GUEVARA LÓPEZ

IBARRA, 2023

Informe del director de trabajo de grado

En mi calidad de director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada Estefania Elizabeth Salazar Tandayamo, para optar por el Título de licenciatura EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es: PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE CHUÑO EN LA PARROQUIA CANGAHUA, PROVINCIA PICHINCHA, ECUADOR, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, al 18 de abril del 2023



MSc. Sandra Mercedes Guevara López

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:	1724518293		
APELLIDOS Y NOMBRES:	SALAZAR TANDAYAMO ESTEFANÍA ELIZABETH		
DIRECCIÓN:	Cangahua Calle Simón Bolívar y Quiroga.		
EMAIL:	eesalazart@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	2354-605	TELÉFONO MÓVIL:	0991851705

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	


	PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE CHUÑO EN LA PARROQUIA CANGAHUA, PROVINCIA PICHINCHA, ECUADOR.
AUTOR (ES):	Estefanía Elizabeth Salazar Tandayamo
FECHA: DD/MM/AAAA	18-04-2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Contabilidad y Auditoría C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Sandra Guevara.

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 1 días del mes de Julio de 2023

EL AUTOR:

(Firma) 
Nombre: Estefania Salazar.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	11
ABSTRACT	12
DEDICATORIA	13
CAPÍTULO I.....	15
1. Diagnóstico	15
1.1. Introducción	15
1.2. Objetivo	15
1.3. Determinación y justificación del problema	16
1.3. Propuesta de la idea de negocios	18
1.4. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios.....	19
1.4.1. Producto.....	19
1.4.2. Proceso	19
1.4.3. Servicio.....	20
1.4.4. Identificación de las variables diagnósticas.....	20
1.4.5. Matriz Diagnóstica	22
1.5. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio	24
1.5.1. Situación del macro ambiente.....	24
Elaborado por: La autora.....	27
1.5.2. Situación competitiva de la Industria	36
1.6. FODA / AOOR	42
1.7. Conclusión diagnóstica	43

CAPÍTULO II	44
2. Fundamentación Teórica.....	44
2.1. Introducción	44
2.2. Objetivo	44
2.3. Fundamentación metodológica	44
2.3.1. Tipo de investigación	45
2.3.2. Método.....	46
2.3.3. Tipo de muestreo Probabilísticos y no probabilísticos	48
2.3.4. Técnicas e instrumentos.....	52
2.4. Fundamentación de la propuesta.....	52
2.4.1. Términos generales.....	52
2.4.2. Términos específicos	54
CAPÍTULO III.....	60
3. Propuesta.....	60
3.1. Introducción	60
3.2. Objetivo general.....	61
3.2.1. Objetivos específicos	61
3.3. Modelo de negocio.....	61
3.3.1. Descripción de los elementos CANVAS.....	64
3.4. Estudio de mercado.....	69
3.4.1. Diseño de la investigación de mercados.....	69
3.4.2. Segmentación de mercados	72
3.4.3. Clientes	74
3.4.4. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra	74
3.4.5. Instrumentos de recolección	74

3.4.6.	Resultados y discusión	75
3.4.7.	Análisis de la demanda	90
3.4.8.	Demanda insatisfecha	93
3.4.9.	Estrategias de comercialización.....	94
3.5.	Estudio técnico – administrativo.....	95
3.5.1.	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto	95
3.5.2.	Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa	98
3.5.3.	Ingeniería del proyecto	101
3.5.4.	Identificación y descripción de los procesos	105
3.5.5.	Estructura organizativa y administrativa	106
3.5.6.	Constitución legal de la empresa	132
3.6.	Estudio financiero	133
3.6.1.	Inversiones y capital de trabajo	133
3.6.2.	Costo de producción	141
3.6.3.	Estado de situación Financiera	145
3.6.4.	Estado de Resultados Proyectados	146
3.6.5.	Flujo de efectivo	147
3.6.6.	Cálculo del valor actual neto	148
3.6.7.	Cálculo de la tasa interna de retorno	149
3.6.9.	Punto de equilibrio	152
3.6.10.	Conclusión	153
CAPÍTULO IV.....		154
4.	Validación.....	154
4.1.	Introducción	154
4.2.	Descripción del estudio.....	154

4.3. Objetivo	154
4.4. Equipo de trabajo	155
4.5. Método de verificación	155
4.6. Método de calificación.....	158
4.7. Rango de interpretación	158
4.8. Resultados	159
BIBLIOGRAFÍA.....	170

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Variables e indicadores diagnósticos.</i>	20
Tabla 2. <i>Matriz Diagnóstica.</i>	22
Tabla 3. <i>Político - legal</i>	24
Tabla 4. <i>Población del cantón Cayambe.</i>	25
Tabla 5. <i>Población del Cantón Pedro Moncayo.</i>	26
Tabla 6. <i>Calidad de Vida de la población del cantón Cayambe.</i>	27
Tabla 7. <i>Producto Interno Bruto.</i>	29
Tabla 8. <i>Producto Interno Bruto 2018 a 2022.</i>	30
Tabla 9. <i>Tasa de interés anual del Banco Central de Ecuador.</i>	32
Tabla 10. <i>Canasta Básica.</i>	33
Tabla 11. <i>Matriz AOOD.</i>	42
Tabla 12. <i>Población del cantón Cayambe.</i>	49
Tabla 13. <i>Población de género del cantón Cayambe</i>	49
Tabla 14. <i>Lienzo CANVAS</i>	62
Tabla 15. <i>Diseño de la investigación de mercado.</i>	71
Tabla 16. <i>Criterio de Segmentación.</i>	72
Tabla 17. <i>Consumo de harina de chuño.</i>	75
Tabla 18. <i>Hábitos alimenticios</i>	76
Tabla 19. <i>Tipos de harina.</i>	77
Tabla 20. <i>Frecuencia que adquiere la harina de un kilo.</i>	78

Tabla 21. <i>Lugar comercial de adquisición.</i>	84
Tabla 22. <i>Tipos de presentaciones.</i>	85
Tabla 23. <i>Precio del producto.</i>	86
Tabla 24. <i>Tipo de tienda.</i>	87
Tabla 25. <i>Tipo de presentación.</i>	88
Tabla 26. <i>Aceptación de la harina de chuño.</i>	89
Tabla 27. <i>Análisis de demanda.</i>	90
Tabla 28. <i>Proyección de la demanda</i>	91
Tabla 29. <i>Proyección de la Oferta Mensual</i>	92
Tabla 30. <i>Proyección oferta</i>	93
Tabla 31. <i>Demanda insatisfecha.</i>	93
Tabla 32. <i>Micro localización.</i>	96
Tabla 33. <i>Capacidad instalada.</i>	100
Tabla 34. <i>Capacidad instalada en fundas proyectada</i>	101
Tabla 35. <i>Distribución de la infraestructura.</i>	102
Tabla 36. <i>Requerimiento de mano de obra.</i>	104
Tabla 37. <i>Requerimiento del personal administrativo.</i>	104
Tabla 38. <i>Requerimiento del personal de ventas.</i>	104
Tabla 39. <i>Descripción de la verificación de la calidad de la materia prima.</i>	120
Tabla 40. <i>Descripción de la adquisición de la materia prima.</i>	121
Tabla 41. <i>Descripción del Almacenamiento de la materia prima.</i>	121
Tabla 42. <i>Descripción del proceso de producción.</i>	122
Tabla 43. <i>Descripción de empaque y etiquetado.</i>	122
Tabla 44. <i>Descripción del proceso de comercialización.</i>	123

Tabla 45. <i>Descripción del proceso de posventa.</i>	124
Tabla 46. <i>Manual de funciones de la Gerencia</i>	126
Tabla 47. <i>Manual de funciones del jefe de producción.</i>	127
Tabla 48. <i>Manual de funciones del personal de producción.</i>	128
Tabla 49. <i>Manual de funciones del personal de bodega.</i>	129
Tabla 50. <i>Manual de funciones del vendedor</i>	130
Tabla 51. <i>Manual de funciones del contador general</i>	131
Tabla 52. <i>Maquinaria y equipo.</i>	134
Tabla 53. <i>Muebles y enseres.</i>	134
Tabla 54. <i>Equipo de cómputo.</i>	135
Tabla 55. <i>Gastos de instalación</i>	135
Tabla 56. <i>Resumen de inversión fija.</i>	136
Tabla 57. <i>Requerimiento Personal.</i>	136
Tabla 58. <i>Capital de trabajo.</i>	138
Tabla 59. <i>Inversión Inicial</i>	138
Tabla 60. <i>Total inversión.</i>	139
Tabla 61. <i>Financiamiento.</i>	140
Tabla 62. <i>Tabla de amortización del préstamo</i>	140
Tabla 63. <i>Costo de oportunidad.</i>	141
Tabla 64. <i>Materia prima directa.</i>	142
Tabla 65. <i>Costo de mano de obra directa</i>	142
Tabla 66. <i>Costos indirectos de fabricación.</i>	143
Tabla 67. <i>Costo de producción unitario.</i>	144
Tabla 68. <i>Estado de situación financiera.</i>	145

Tabla 69. <i>Estado de resultados Proyectados</i>	146
Tabla 70. <i>Flujo del proyecto</i>	147
Tabla 71. <i>Flujo de caja del proyecto</i>	148
Tabla 72. <i>Valor actual neto.</i>	149
Tabla 73. <i>Tasa Interna de retorno.</i>	150
Tabla 74. <i>Periodo de recuperación en años, meses y días.</i>	151
Tabla 75. <i>Periodo de recuperación del ejercicio.</i>	151
Tabla 76. <i>Punto de equilibrio</i>	152
Tabla 77. <i>Equipo de trabajo.</i>	155
Tabla 78. <i>Matriz de verificación</i>	156
Tabla 79. <i>Método de calificación</i>	158
Tabla 80. <i>Matriz de verificación</i>	158
Tabla 81. <i>Matriz de validación tutor.</i>	159
Tabla 82. <i>Matriz de Validación</i>	162
Tabla 83. <i>Matriz de Validación Oponente 2</i>	165
Tabla 84 Matriz Validación.	168

Índice de figuras

Figura 1. <i>Producción de la papa en la parroquia de Cangahua</i>	16
Figura 2. <i>Población del cantón Cayambe.</i>	25
Figura 3. <i>Población del cantón Pedro Moncayo</i>	26
Figura 4. <i>PIB Rea por actividad económica.</i>	30
Figura 5. <i>Inflación Anual</i>	31
Figura 6. <i>Ingresos familiares</i>	33
Figura 7. <i>Papa Super Chola</i>	57
Figura 8. <i>Papa Gabriela</i>	58
Figura 9. <i>Consumo de harina de chuño.</i>	75
Figura 10. <i>Hábitos alimenticios.</i>	77
Figura 11. <i>Tipos de harina.</i>	78
Figura 12. <i>Frecuencia que adquiere la harina de un kilo.</i>	79
Figura 13. <i>Frecuencia que adquiere la harina de dos kilos.</i>	80
Figura 14. <i>Frecuencia que adquiere la harina premezclada de 500 gramos.</i>	81
Figura 15. <i>Frecuencia que adquiere el abono</i>	82
Figura 16. <i>Importancia de adquirir el producto.</i>	83
Figura 17. <i>Lugar comercial de adquisición.</i>	84
Figura 18. <i>Tipos de presentaciones.</i>	85
Figura 19. <i>Precio del producto</i>	86
Figura 20. <i>Tipo de tienda.</i>	87
Figura 21. <i>Tipo de presentación</i>	88

Figura 22. <i>Aceptación de la harina de chuño.</i>	89
Figura 23. <i>Macro localización</i>	95
Figura 24. <i>Micro localización</i>	98
Figura 25. <i>Diseño de las instalaciones de la empresa.</i>	103
Figura26. <i>Logotipo de la empresa.</i>	109
Figura 27. <i>Mapa de procesos</i>	110
Figura 28. <i>Flujograma de la verificación de la calidad.</i>	111
Figura 29. <i>Flujogramas de la adquisición de materia prima.</i>	113
Figura 30. <i>Flujograma de almacenamiento.</i>	114
Figura 31. <i>Flujograma del proceso de producción</i>	115
Figura 32. <i>Flujograma del proceso de empaque y etiquetado.</i>	116
Figura 33. <i>Flujograma del proceso de comercialización</i>	117
Figura 35. <i>Flujograma del proceso de posventa.</i>	118
Figura 36. <i>Organigrama</i>	125

RESUMEN

El proyecto de emprendimiento tiene como objetivo la creación de una empresa productora de harina de chuño ubicada en la parroquia de Cangahua, provincia de Pichincha, Ecuador mediante el desarrollo de diferentes capítulos: El diagnóstico del proyecto abarca la propuesta e idea de negocio, también los análisis de las variables como político, social y económico.

La fundamentación metodológica se utilizó una investigación descriptiva, de campo y métodos de muestreo a continuación se puede observar conceptos relacionados con el proyecto de investigación para la titulación.

En el capítulo de la propuesta se realizó un análisis de mercado como oferta y demanda, estudio técnico, administrativo y financiero donde en cada uno se detallan un desglose extenso teniendo en cuenta indicadores para que determinen la factibilidad del proyecto.

ABSTRACT

The objective of the entrepreneurship project is the creation of a chuño flour production company located in the parish of Cangahua, province of Pichincha, Ecuador, through the development of different chapters: The diagnosis of the project covers the proposal and business idea, also the analysis of variables such as political, social, and economic.

The methodological basis was used a descriptive research, field and sampling methods then you can see concepts related to the research project for the degree.

In the chapter of the proposal a market analysis was conducted as supply and demand, technical, administrative, and financial study where in each one an extensive breakdown is detailed considering indicators to determine the feasibility of the project.

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por permitirme vivir este momento tan importante en mi vida.

Dedico el presente proyecto a mi ángel del cielo Edwin Ramiro Salazar Tandayamo él fue uno de mis pilares fundamentales desde el inicio de la carrera con sus consejos, sus ganas de no rendirse y sé que desde el cielo me cuida este triunfo es de los dos.

A mis padres y a mamita Olga que me han apoyado con sus consejos han hecho de mí una mejor persona, ellos han sido testigos del esfuerzo, dedicación que me ha permitido llegar a alcanzar mi formación profesional.

A mis hermanas Jessica y Karla Salazar quienes han compartido momentos significativos en mi vida, demostrándoles que con perseverancia y esfuerzo las metas si se pueden cumplir.

A mi hija Arellys Maldonado que ha sido el granito de esperanza para nunca rendirme y poder ser un ejemplo para ella se ha convertido en mi persona valiosa, especial con su paciencia, cariño y atención me ha acompañado en cada paso que doy.

A todos ellos, que en algún momento de mi formación académica han aportado para cumplir mis objetivos.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico

1.1.Introducción

El proyecto que a continuación se desarrolla trata de verificar la factibilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de Chuño en la parroquia de Cangahua, Provincia de Pichincha que tiene como principal objetivo satisfacer las necesidades nutricionales de la población brindando un producto de calidad. En el primer capítulo se desarrolló el diagnóstico situacional, el análisis PEST (factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos), el análisis de las cinco fuerzas de Porter es un modelo estratégico da a conocer 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 nuevos entrantes (barreras de entrada) y la amenaza de productos o servicios sustitutos), se determinó la matriz AOOR (Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos), cada uno de estos puntos se desarrolla a través de la Matriz Diagnóstica para sustentar cada aspecto de la matriz AOOR.

1.2.Objetivo

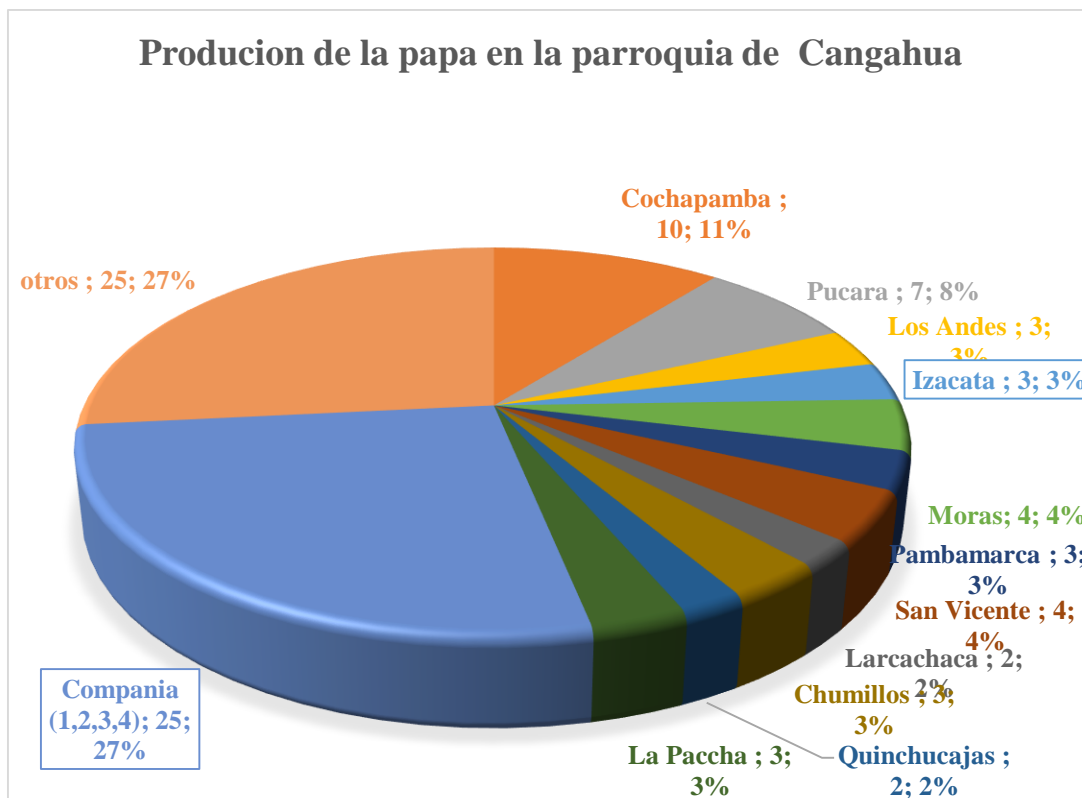
Diagnosticar la situación actual de la producción y comercialización de la harina de chuño(papa) en la parroquia Cangahua, Provincia Pichincha, Ecuador.

1.3.Determinación y justificación del problema

La presente investigación tiene como finalidad dar un valor agregado a la producción de papa para proporcionar rentabilidad a los pequeños y medianos productores la misma que mejorará la calidad de vida e impulsará la producción que tiene la parroquia de Cangahua con una empresa en la zona. Tomando en consideración que la papa se cultiva en 17 de 36 comunidades. (Sistemas de producción en áreas con cangahua habilitada en la sierra norte del Ecuador.)

Figura 1.

Producción de la papa en la parroquia de Cangahua



(INEC, 2010)

Elaborado por: La autora.

Por otro lado, la papa es fuente de vitamina C y complejo B, también tiene minerales como el potasio, hierro y zinc por su alto contenido en carbohidratos la papa es una fuente de energía de fácil digestión, es un alimento ideal para personas activas, estudiantes niños en crecimiento, adultos mayores y para personas celiacas, es un producto saludable para toda la población la harina de chuño (papa) de esta forma el consumidor tendrá una dieta equilibrada puede ser usado en tratamientos para mantener su peso, es libre de grasa y por ser un vegetal no aporta colesterol a la dieta.

Este proyecto busca aprovechar la materia prima del país y aportar un estudio completo acerca de la industrialización de un producto agrícola aumentando el consumo de

productos sustitutos buscando generaría mayores utilidades para los pequeños y medianos agricultores.

1.3.Propuesta de la idea de negocios

La creación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de harina de chuño con esto se busca dar a la producción de papa un valor agregado y también que permita ayudar a los pequeños y medianos productores agrícolas evitando involucrar intermediarios para que obtengan mayor rentabilidad. Se llevará a cabo la comercialización de harina en dos presentaciones: la harina premezclada las cuales vendrán en porciones preparadas para realizar pan, pasteles, panques y donas el mismo es para los niños de 3 a 12 años es un producto saludable y con las vitaminas que necesitan en su etapa de crecimiento, la harina de chuño blanco libre de gluten se ofrece a las personas que sufren de la enfermedad celiaca tienen como condición no consumir alimentos que tengan gluten también para las personas que cuiden su alimentación y personas que consumen la harina de trigo tradicional es por ello que se seleccionó el segmento de personas de 18 a 65 años económicamente activos.

En el presente proyecto se escogió dos tipos de modelo de negocio: el modelo Long tail la harina de chuño es un producto nuevo el cual las personas no lo conocen es por ello se enfoca en las personas que cuidan su alimentación y tiene enfermedades celiacas que consumen alimentos difíciles de encontrar o su costo es elevado (Medenle Pluss, s.f.), el modelo de asociatividad se toma en cuenta a la asociación de productores agrícolas de papas el mismo que entregara cada quintal de papas con un peso y tamaño asignado del

producto, también se gestionara con los municipios de los dos cantones conjuntamente con las asociaciones de emprendedores para poder tener la participación en ferias, exhibiciones y congresos de alimentación saludable estas asociaciones son parte de los municipios. La empresa que constituirá el presente proyecto es individual va a tener un nombre propio y realizara una actividad económica.

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

1.4.1. Producto

La harina premezclada (consiste en un empaque de premezclas de pan, pasteles, panques y donas, este producto tiene instrucciones cortas para poderlo obtener fácil en las mesas de los hogares en especial para los niños pequeños que les gusta los dulces y postres, la harina blanca tiene un empaque acogedor con el consumidor en una caja de cartón de color café y verde, una funda de tela cosidas con sus respectivas etiquetas, el abono para las plantas será empacado y tejido en un costal.

1.4.2. Proceso

La idea de negocio es tradicional se realiza los procedimientos de forma amigable con la industria no tiene ningún químico incorporado la harina es rica en nutrientes propio del producto es por el principal motivo el impulso de la empresa llegar al cliente con un producto que tenga todos los nutrientes sin necesidad de que tengan otros componentes, también se producirá abono natural el mismo que cuida el medio ambiente.

1.4.3. Servicio

Se brindará un servicio personalizado con los clientes para poder brindar información acerca de los beneficios que tiene la harina de chuño, además se implementara ferias para el público que desee ver el proceso del producto y del abono natural.

1.4.4. Identificación de las variables diagnósticas

Tabla 1.

Variables e indicadores diagnósticos.

Variables	Indicadores
Factor Político	<ul style="list-style-type: none">• Constitución de la Republica• Ley de la soberanía alimentaria• Ley de emprendimiento e innovación.• Normativa técnica sanitaria para alimentos procesados• INEC
Factor Social Cultural	<ul style="list-style-type: none">• Población (PEA)• Tendencia de Consumo• Comportamiento del mercado

Factor Económico	<ul style="list-style-type: none"> • PIB de 5 años • PIB Per capita • Inflación • Ingreso Familiar & Canasta Básica
Factor Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de Moler la papa • Técnicas en el proceso de secado y labado de la harina
Factor Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto ambiental • Control contaminación
Factor industrial	<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 nuevos entrantes (barreras de entrada) • La amenaza de productos o servicios sustitutos

Elaborado por: La autora.

1.4.5. Matriz Diagnóstica

Tabla 2.

Matriz Diagnóstica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
Identificar los aspectos legales que se relacionan con el emprendimiento	Factor Político	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución de la República • Ley de la soberanía alimentaria • Ley de emprendimiento e innovación. • Normativa técnica sanitaria para alimentos procesados • INEC 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental • Bibliografía 	<ul style="list-style-type: none"> • Asamblea Nacional del Ecuador
Analizar los comportamientos sociales del mercado.	Factor Social	<ul style="list-style-type: none"> • Población (PEA) • Tendencia de consumo • Comportamiento del mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental • Bibliografía • Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • INEC • PDOT Ecuador • PDOT Pichincha
Establece los factores económicos para determinar el poder adquisitivo sobre el proyecto.	Factor Económico	<ul style="list-style-type: none"> • PIB de 5 años • PIB Per capita • Inflación • Ingreso Familiar & Canasta Básica 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental • Bibliografía 	<ul style="list-style-type: none"> • Banco Central del Ecuador. • Boletín Técnico (IPC)2020
Identificar los factores tecnológicos para la producción de harina de chuño.	Factor Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de Moler la papa • Técnicas en el proceso de 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Comercio del País Perú

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
		secado y labado de la harina		
Evaluar los Factores ambientales en la aplicación de un nuevo proyecto.	Factor Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto ambiental • Control contaminación 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Informe
Conocer los factores relacionados a la industria de la harina	5 fuerzas de Porter	<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 nuevos entrantes (barreras de entrada) • La amenaza de productos o servicios sustitutos 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental • Observación • Bibliografía 	<ul style="list-style-type: none"> • Harinas Convencionales • Comercios de otro país.

Elaborado por: La autora.

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

1.5.1. Situación del macro ambiente

Político legal

Tabla 3.

Político - legal

BASE LEGAL	ARTICULO	ANÁLISIS
CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA	Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El estado ecuatoriano promoverá. (Constitucion del Ecuador, 2008)	Este articulo favorece al proyecto busca priorizar que los niños, jóvenes y personas adultas consuman productos saludables, busca brindar un producto que sea natural, tiene como objetivo que los consumidores se alimenten con productos sanos y nutritivos
	Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.	Este articulo favorece al proyecto con la constitución de los emprendimientos que presente un factor nuevo como innovación, ecología, tecnología y que ayude al cuidado del medio ambiente.
LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA	Artículo 13. Fomento a la micro, pequeña y mediana producción. Para fomentar a los microempresarios, microempresa o micro, pequeña y mediana producción agroalimentaria, de acuerdo con los derechos de la naturaleza, el Estado: a) Otorgará crédito público preferencial para mejorar e incrementar la producción y fortalecerá las cajas de ahorro y sistemas crediticios solidarios.	En este articulo favorece al proyecto, hay un compromiso con los emprendedores de otorgará crédito público preferencial para mejorar e incrementar la producción y fortalecerá las cajas de ahorro y sistemas crediticios para poner en marcha el emprendimiento
NORMATIVA TÉCNICA SANITARIA PARA ALIMENTOS PROCESADOS	Art. 2.- Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, en adelante "productos alimenticios", que se expendan directamente al consumidor en envases definidos y bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario, mismo que será expedido conforme a lo establecido en el presente Reglamento.	Se debe sacar un registro sanitario para el beneficio del proyecto

Elaborado por: La autora

Socio cultural

- *Población*

Tabla 4.

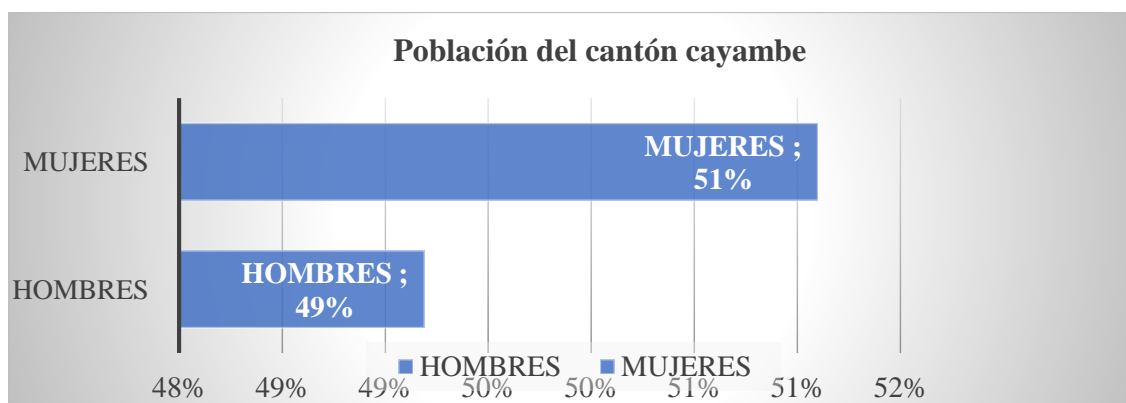
Población del cantón Cayambe.

Población del cantón Cayambe			
Áreas	TOTAL	Hombres	Mujeres
TOTAL	69.600	34.236	35.565
Urbana	30.473	14.978	15.495
Rural	39.327	19.257	20.070

Elaborado por: La autora.

Figura 2.

Población del cantón Cayambe.



Elaborado por: La autora.

Se puede observar en la gráfica que poblacional construida para el cantón Cayambe se divide en rural y urbana, también se dividió en hombres con un total de 49% y de mujeres un 51%. Se denomina en tendencia de crecimiento con la cual indicaría que

la natalidad es alta al momento se cuenta con 69.600 habitantes. (Censo de Población y Vivienda, 2010)

Tabla 5.

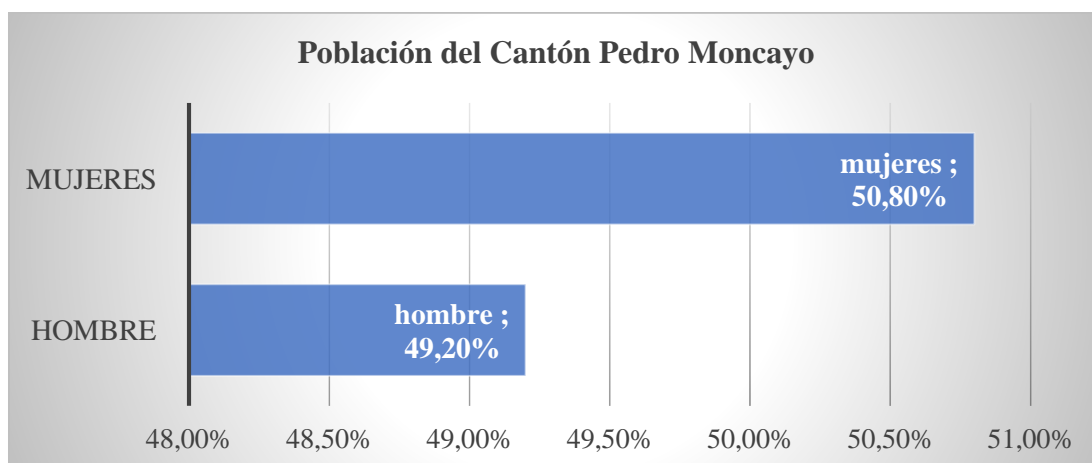
Población del Cantón Pedro Moncayo.

Población del cantón Pedro Moncayo			
Áreas	TOTAL	Hombres	Mujeres
TOTAL	25.594	12.590	13.004
Urbana	6.107	2.978	3.121
Rural	19.487	9.604	9.883

Elaborado por: La autora.

Figura 3.

Población del cantón Pedro Moncayo



Elaborado por: La autora.

Se puede observar en la gráfica que poblacional construida para el cantón Pedro Moncayo se divide en rural y urbana, también se dividió en hombres con un total de 49,20% y de mujeres un 50,80%. Se denomina en tendencia de crecimiento con la cual indicaría que la natalidad es alta al momento se cuenta con 25.594 habitantes. (instituto nacional de estadísticas y censos, 2020). En conclusión, la población de los cantones

Cayambe y Predo Moncayo es de 75.394 habitantes y la población económicamente activa de 18 a 65 años es de un total de 45.394 habitantes.

- *Calidad de vida de la población*

Tabla 6.

Calidad de Vida de la población del cantón Cayambe.

COMPONENTES	DESARROLLO
Conectividad y acceso a la luz y telefonía	Se presenta las estadísticas acerca del acceso a la telefonía celular y el internet, considerando el nivel de instrucción al que asiste o asistió en la población parroquial. Un total de 16.344 personas (24%%), que usan teléfono celular tienen un nivel de educación desde preescolar hasta el bachillerato. En cuanto al acceso al internet, en cambio se reporta para el 2010, un total de 2.784 personas (4%) y de estas el 45% tienen educación preescolar hasta el bachillerato.
Agua potable	Se procede una procedencia del agua y el número de viviendas. Según esta información del INEC (2010), la procedencia del agua por red pública ocurre en el 44% de las viviendas y el 51%, es de vertiente o cequia.
Vivienda	El 40% de las viviendas son propias y están totalmente pagadas. Otro 25% de las viviendas, son propias por ser regaladas, donadas, heredadas o por posesión y el 35% es vivienda prestada o cedida (no pagada).
La red vial	La red secundaria está constituida por el sistema vial del cantón, estos caminos conectan las diferentes comunidades y parroquias con las áreas productivas y los asentamientos humanos. La red vial terciaria está conformada por los caminos vecinales y caminos que son muy utilizados por los comuneros y por los dueños de pequeñas propiedades para el transporte de productos y para acceder con los animales a zonas de pastoreo (PDOT parroquial, 2011).
Trabajo	Según datos del censo INEC 2010, en los cantones del total de la población en edad económicamente activa (PEA), las 45.394 habitantes trabajan el 52% con empleados y por cuenta propia trabajan 24%, un 5% no trabaja de la población.

(Banco Central del Ecuador, 2022)

Elaborado por: La autora.

Podemos constatar que la vida en el cantón Cayambe y Pedro Moncayo es medianamente buena cuenta con servicios básicos y primordiales, pero faltan proyectos por realizar todavía cabe recalcar que estos datos son del último censo del (2010).

- ***Tradiciones***

En el cantón Cayambe se realiza una feria de exposiciones de harinas, quesos leches, bizcochos y productos sustitutos de cada empresa, es una feria de exposición al público para dar a conocer los productos que ofrece las diferentes microempresas formadas por familias de las diferentes parroquias que conforman el cantón Cayambe.

- ***Costumbres***

Las costumbres más antiguas de la parroquia de Cangahua fue pelar las papas y recoger el almidón que se asienta en el fondo de la olla se procede a secarla para que se transforme en harina y proceder a ingerirla de diferentes maneras como: tortillas, en coladas con el proyecto se busca que la gente consuma una harina de calidad sacada directamente de la papa molida denomino el nombre de chuño ya que en legua quechua significa papa.

- ***Nuevos estilos de vida***

Se realizarán nuevos productos para insertar en el mercado teniendo en cuenta que sea un alimento nutritivo y que aporte nutriente al organismo, se ha podido notar que la generación tiende a cuida su alimentación es por ello por lo que esta harina ayudara a la digestión aporta vitaminas, minerales así mismo se procederá a tener presentaciones de la harina premezclada que es fácil de preparar.

Económico

- *PIB*

Tabla 7.

Producto Interno Bruto.

AÑO	VALOR DEL PIB %
2022	2,9%
2021	4,2%
2020	0,69%
2019	0,6%
2018	1,3%
2017	2,4%

Elaborado por: La autora

A continuación, en el 2022 tendrá un crecimiento en la región crezca un 2,9% en promedio, mientras que las proyecciones de crecimiento para 2021 se mantendrán bajas, en torno al 4,2% para la región en su conjunto. En consecuencia, el período 2017-2022 sería un crecimiento normal para las economías de América Latina y el Caribe en las últimas décadas. (Informe de la Cepal, 2022).

Se observa que durante los cinco años ha existido una subida y baja en el PIB se ha tomado en cuenta estas cifras para el desarrollo del proyecto ya que son los índices de crecimiento del país se puede hacer una comparación entre todos los periodos los mismo indicados no se encuentran estables esto conlleva a tener una estimación de condiciones

actuales se necesita una política fiscal que ayude a la reactivación del crecimiento económico.

- **PIB industrial**

Tabla 8.

Producto Interno Bruto 2018 a 2022.

2018	2019	2020	2021	2022
2,0%	0,3%	-5,9%	2,8%	4,6%
0,2%	1,6%	1,0%	1,6%	4,0%
1,2%	1,5%	-4,9%	1,5%	2,4%

(Camará Industrial de Guayaquil, 2022)

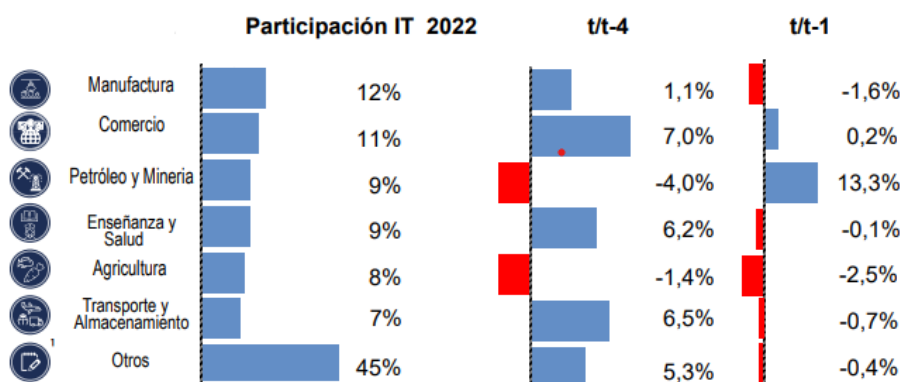
Elaborado por: La autora.

En la tabla se observa una participación más balanceada entre los principales sectores económicos con la manufactura liderando en términos de sus aportes al PIB y con actividades de servicio diversificadas y con mayor peso en la estructura productiva del país. Al cierre de 2022, la manufacturera no petrolera aportó el 13% del PIB total. (Banco Central del Ecuador, 2021).

Figura 4.

PIB Rea por actividad económica.

PIB REAL POR ACTIVIDAD ECONÓMICA % variación ITrim 2022



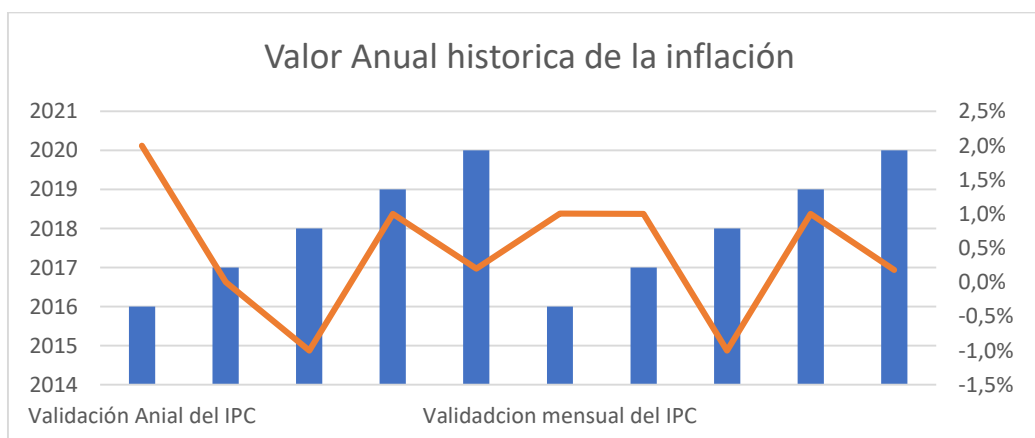
Elaborado por: La autora.

El Producto Interno Brito Real por actividad económica del Ecuador y la industria manufacturera se refiere en la representación en el 2022 con un 12% en la economía industrial, pero se puede destacar que es un momento de buscar la reactivación económica.

- **Inflación**

Figura 5.

Inflación Anual.



(INEC , 2020)

Elaborado por: La autora.

Podemos constatar que el 2018 es el 2,76%, mientras que el 2019 es de 1,32, también 2020 es de 1,96, el 2021 es de 2,9 la del 2022 es de 3,7% esto representa la inflación anual (Banco Central del Ecuador, 2022).

La evolución del Índice de Precios al Consumidor y sus variaciones: estructura e incidencia nacional En enero de 2022, el Índice de Precios al Consumidor se ubicó en 105,45. Con esto, la inflación mensual es de 0,24%, comparado con el mes anterior que fue de 0,02%, mientras que en enero de 2020 se ubicó en 0,47%. (INEC, 2022).

La inflación nos indica que es decreciente a partir del año 2019 comienza un declive y cada año tiene mayor esto representa que estamos en deflación este desajuste entre oferta y demanda puede venir por dos causas: demanda insuficiente o exceso de oferta.

- *Tasa de interés*

Tabla 9.

Tasa de interés anual del Banco Central de Ecuador.

Año	Descripción	Tasa de interés anual
2018	Microcrédito Minorista	26.52
2019	Microcrédito Minorista	25.18
2020	Microcrédito Minorista	27,49
2021	Microcrédito Minorista	28.50
2022	Microcrédito Minorista	28,23

(Banco Central del Ecuador, 2022)

Elaborado por: La autora.

Las tasas de interés durante estos últimos 5 años han ido variando en el 2018 al 2019 tiene una variación de 1,78% en cambio el 2017 al 2018 varia 0,91, por otro lado, del 2019 al 2020 varia -0,96 se observa un crecimiento la tasa no está estancada es cambiante para la economía en ascenso y declive algunos años. Para el proyecto es favorable que el estado ayude con un préstamo, para los emprendedores y reactivar la economía de la región, la tasa del marzo del 2022 es de 28,23% de la tasa efectiva esto nos indica que vamos a pagar más intereses a las Instituciones Financieras.

- *Ingreso familiar & canasta básica*

Tabla 10.

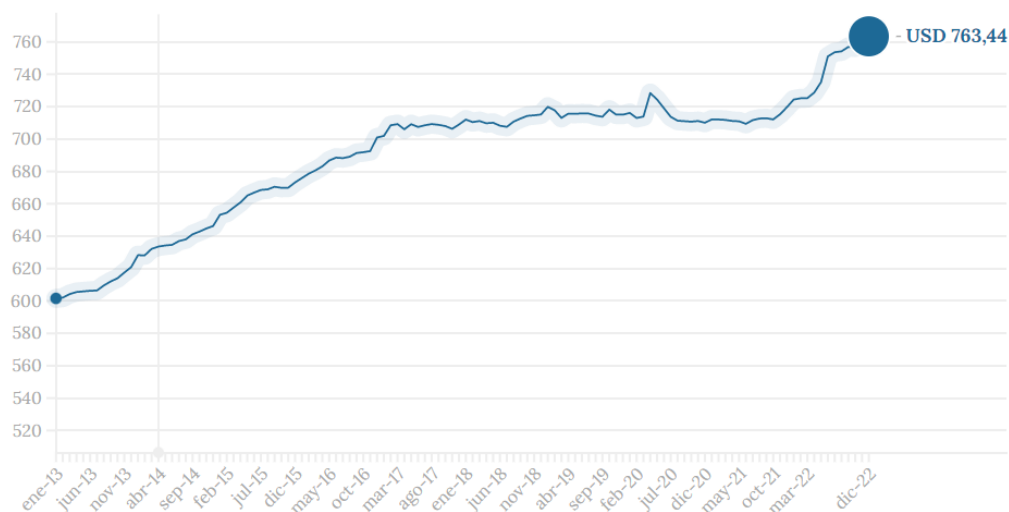
Canasta Básica.

Canastas Básicas	Valor
2018	7.15,16
2019	7.19,88
2020	7.16,14
2021	7.46,67
2022	7.63,44

Elaborado por: La autora.

Figura 6.

Ingresos familiares.



(INEC, 2022)

Elaborado por: La autora.

Las Canastas Familiares: Básica y Vital, son un conjunto de bienes y servicios imprescindibles para satisfacer las necesidades básicas del hogar tipo compuesto por 4 miembros con 1,6 perceptores de ingresos que ganan la remuneración básica unificada.

La Canasta Familiar Básica (CFB) se ubicó en USD 763,16, mientras que, el ingreso familiar mensual de un hogar tipo fue de USD 4.50,00 lo cual representa el 104,26% del costo de la canasta básica. (INEC, 2022)

En la gráfica se observa que en el año 2018 al 2022 ha habido un crecimiento de la canasta básica e ingreso familia de una familia promedio de 4 personas.

Se puede observar que el ingreso familiar mensual de una familia tipo es de 776.67, mientras que el ingreso de la canasta familiar básico es de 763.16, esto nos da a

conocer que, si alcanza al nivel de vida, las personas tienen un poco de dinero para cambiar lo tradicional por otro producto que beneficie a su familia e hijos. También en el gráfico la canasta familiar vital es de 503.26, entonces tiene un excedente a la canasta dictaminada por un total de 243.90, se llegó a cabo que la mayor parte de los habitantes vive al diario.

Tecnológico

En el desarrollo de la harina de papa tiene una serie de tecnología empleada para obtener la elaboración del producto final teniendo en consideración los ingredientes de la mejor calidad. (Barbeito, 2007).

Para la producción y comercialización de harina es necesario tecnología agroindustrial, a continuación, se presenta la maquinaria que se necesita para su elaboración.

- Molino
- Recipientes metálicos
- Cernideros metálicos
- Mesas
- Balanza
- Sellador
- Secadora de harina
- Recipientes

Mediante la técnica de observación se pudo constatar que en PECE Proveedores Industriales diseñan algunos materiales para industrias, pero se oferta en mayor cantidad equipos para lácteos; en Metalmecánica SIMA se oferta artículos como puertas, ventanas para construcción y trabajan bajo pedidos para la elaboración de otros artículos; se visitó Industrias Metálicas Ecuador, aquí se construye todo tipo de maquinaria para la industria como molino, recipientes metálicos, mesas, balanzas entre otras, trabajan bajo pedidos y requerimientos del cliente. En la ciudad existen muy pocas empresas dedicadas a la elaboración de maquinaria para la agroindustria, la mayoría de Las metalmecánicas ubicadas en Quito se dedican a la cerrajería entre otras actividades.

Medioambiental

Se buscará la contribución con el medio ambiente el empaque será ecológico para evitar que continúe la contaminación de ríos y mares, los residuos de la papa al momento de molerle se pondrán en proceso de secado se convertirá en bagazo servirá como abono para los cultivos, también servirá como alimento para otros animales, esos son los tratamientos que se dará a la papa de ahí saldrá la harina de chuño.

1.5.2. Situación competitiva de la Industria

Análisis de PORTER

a) La intensidad de la rivalidad entre competidores del sector.

La rivalidad entre las empresas del sector se materializa en la lucha por una posición en el mercado utilizando tácticas como competencias de precios, publicidad, introducción de productos y servicios añadidos al cliente. Es un hecho que el "atractivo" del sector resulta influenciado por el grado de rivalidades existentes ya que hay diferentes tipos de harinas en el mercado. Dentro del sector alimenticio, el medio presenta ciertas barreras de entrada, entre las cuales tenemos:

- **Requerimientos de Capital:** se convierte en una barrera de ingreso para este sector, puesto que se necesita invertir recursos financieros fuertes que permitan abastecer las necesidades de instalaciones, inventarios, maquinarias, una adecuada publicidad, entre otros.
- **Diferenciación del Producto:** es importante posicionar la marca y el producto en la mente del consumidor, de esta manera al obtener su fidelidad cuando exista competencia nueva tendrán que hacer un esfuerzo adicional para posicionar su producto.
- **Economías de Escala:** se refiere a que una nueva empresa que desee entrar a competir en el cantón Cayambe, ya que el mismo será el mercado que se trabajara, necesariamente tendrá que producir cantidades iguales o mayores para que puedan minimizar costos y su producto se convierta competitivo.

- Precios Bajos de la Competencia: cuando otra empresa pretende ingresar al mercado y utiliza una estrategia de precios bajos, se recomienda analizar la calidad de los productos que se ofrece frente a los de la competencia, para de acuerdo con los resultados poder establecer estrategias que permitan continuar con éxito a la empresa.

Actualmente en el mercado se puede encontrar varios oferentes de productos tradicionales y otros innovadores que pueden sustituir a la harina de Chuño en algunos usos que este producto tiene, por ejemplo, citamos los siguientes:

- Harina de Trigo: este producto puede ser el sustituto más tradicional de la harina de Chuño, específicamente sustituyendo en uno de los usos que se le da a este producto como es el de la panadería y repostería teniendo en cuenta la producción de harina también se realizara para la venta en el mercado la premezclada.
- Harina de Plátano: este tipo de harina es una de las no tradicionales que puede sustituir a la harina de Chuño en otro de sus usos como es el de la elaboración de coladas o refrescos saludables.
- Harina de almendras: este tipo de harina se puede sustituir por la harina blanca de chuño ya que es libre de gluten y tendría un menor costo de venta en el mercado a diferencia de la otra harina.

- Depende del éxito de la estrategia que se vaya a utilizar para introducir y manejar el producto, para que los clientes no se inclinen a los productos ya existentes sino tomen la iniciativa en consumir un alimento natural.

b) El poder de negociación de los proveedores

En cuanto a los proveedores específicamente la materia prima se tendrá un convenio con la asociación de productores de la parroquia misma que brindara el servicio de entrega de la papa, por lo tanto, se tiene previsto ser los propios compradores de la materia prima sin intermediarios. Sin embargo, se puede dar el caso de que se necesite abastecer un mayor mercado y para esto se tendrá que recurrir a distintos proveedores que pueden solventar la necesidad de materia prima como cantones aledaños que producen papas.

Es importante tener en cuenta ciertos aspectos, para manejar los proveedores que en otras áreas se pueden utilizar, aspectos como:

- **Costos intercambiables:** la empresa debe tener en cuenta que los insumos que la empresa requiere lo poseen un variado número de empresas en el mercado, dando la ventaja de elegir un buen proveedor que no ejerza un poder de negociación sobre la empresa elevando los precios o disminuyendo la calidad de los productos o servicios que ofrezcan.

c) *El poder de negociación de los clientes.*

Volumen de compra: el volumen de compra de la harina de Chuño ya sea por unidades en el envase establecido o al por mayor, no variará la calidad del producto por lo que el cliente no tendrá restricciones con esta forma de venta.

- Identidad de marca: es fundamental posicionar el producto en el mercado que se ha seleccionado con el fin de incentivar el consumo y buscar el reconocimiento del producto con un logo llamativo de colores fuertes.
- Concentración de compradores: brindar la facilidad de acceder a la harina de Chuño en los canales que la mayoría de los clientes prefiere como son la venta personalizada, supermercados, tiendas y bodegas.
- Información del comprador: es importante informarle al consumidor de los beneficios que posee el producto o servicio que está comprando, también el peso exacto, el valor nutricional, fecha de expiración, entre otros.

d) La amenaza de nuevos entrantes.

Dada la situación del mercado en la parroquia Cangahua, la rivalidad entre competidores es nula por otro lado en el cantón Cayambe todavía no existe una harina similar que sea de papa, es decir al introducir el producto al mercado se tendrá en cuenta que el proyecto comenzará a establecer una competencia directa con las demás empresas ya existentes.

Sin embargo, a lo largo del estudio se ha establecido que las demás empresas competidores del mercado, cuya comercialización la tienen establecida a nivel nacional, en los cuales nos debemos enfocar con mayor atención y tener una estrategia para el ingreso y aceptación de este.

e) La amenaza de productos o servicios sustitutos

La productividad de cualquier sector económico tiene como base al valor agregado que genera el mismo. El valor económico como eslabón en una cadena va desde la extracción de la materia prima más elemental hasta el consumidor final observando que la fracción del valor añadido total apropiado por las organizaciones del sector es determinada por el poder negociador que tiene respecto a los proveedores y clientes

1.6.FODA / AOOD

Tabla 11.

Matriz AOOD.

ALIADOS	OPONENTES
<p>Existencia de programas impulsados por el estado: Los programas que impulsa el estado para el fomento productivo permitirá tener mayor acceso a cumplir con la normativa que busca ayudar a los emprendedores.</p> <p>Apoyo de entidades para financiamiento: Se contará con entidades como la Corporación Financiera Nacional, el Banco Band Ecuador y Banco Pacifico como alternativas para el financiamiento del proyecto, se tomará en cuenta la mejor propuesta de interés para la realización.</p>	<ul style="list-style-type: none">□ Oferta de nuevos productos sustitutos: Como oponente tenemos los productos sustitutos de la molinera Cayambe que produce harinas normales y premezcladas.□ Productos de bajos contenidos nutricionales que consumen los clientes: La presencia de productos que tienen bajo contenido nutricional tienen un incremento en el mercado un menor costo, es por ello por lo que el cliente tiende a consumirlos.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<p>Competencia: Se ha observado que en la parroquia de Cangahua ni en los alrededores del cantón no existen empresas dedicadas a la comercialización y producción de Harina de Chuño hecho a base de la harina de papa. Comercialización a nivel nacional e internacional: La expansión del mercado es importante puesto que permite el crecimiento de la empresa y que el producto tenga mayor reconocimiento.</p> <p>Alianzas estratégicas con diferentes entidades: Buscar alianzas estratégicas para comercializar el producto. Ya que no hay productos de premezclas con la harina de chuño.</p>	<p>No poder ubicar el producto en el mercado: En el mercado existe competencia en cuanto a productos sustitutos por lo tanto el producto no puede ser acogido satisfactoriamente por los consumidores.</p> <p>No poder producir: Otro riesgo que se puede presentar es el no contar con una capacidad óptima de producción y no se logre cubrir toda la demanda.</p> <p>Desconocimiento de la población sobre los nutrientes que tiene el producto: La harina de chuño tiene alto contenido de vitaminas, calcio y potasio que ayuda al organismo.</p>

Elaborado por: La autora.

1.7. Conclusión diagnóstica

- Desarrollar un segmento de mercado que no ha sido atendido, esto de acuerdo con las características del producto, ya que se determinó la importancia de este en la alimentación de las personas, especialmente aquellas con problemas de sobre peso y enfermedades como la anemia y desnutrición a temprana edad, otro tipo de enfermedades.
- Establecer proveedores asignados con las papas pequeñas para producir la materia prima, para luego procesarla y convertirla en Harina de Chuño, resuelve los problemas de dependencia de proveedores y permite manejar de mejor manera la determinación de precios.

CAPÍTULO II

2. Fundamentación Teórica

2.1.Introducción

El capítulo de fundamentación teórica del presente trabajo de investigación se ha seguido un planteamiento se detallan unos conceptos básicos para la comprensión del proyecto, también los métodos que se utilizará para el muestreo probabilístico con un método aleatorio simple todas las personas tienen la misma oportunidad de ser seleccionados para ser parte de la encuesta. Se inicia ahora, la parte empírica de este trabajo cuya meta ha consistido en validar el método de la propuesta.

2.2.Objetivo

Fundamentar teórica y metodológicamente el proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa para la producción y comercialización de harina de chuño en la parroquia Cangahua, Provincia Pichincha, Ecuador.

2.3.Fundamentación metodológica

La importancia de la investigación se relaciona con el aporte que supone una fundamentación tanto teórica como metodológica acerca de la pertinencia de un proyecto educativo para la formación de profesionales emprendedores, lo cual podría influir en la incorporación de este tipo de formación en diversas carreras universitarias y con ello contribuir a una mejor inserción de los graduados en la sociedad, así como a un mayor aporte por su parte en cuanto al desarrollo de sus comunidades y por ende, del país. (Valencia, 2012)

La fundamentación metodológica es un proceso que tiene diferentes temas para ser tratados para la idea de negocio, contara con el tipo de investigación que se establecerá en el proyecto, el método, el tipo de muestreo que se utilizara, también se detallara se detallara las respectivas técnicas e instrumentos y levantamiento de datos que sustenten la idea de negocio.

2.3.1. Tipo de investigación

Entre sus propósitos podemos citar la posibilidad de formular el problema de investigación, para extraer datos y términos que nos permitan generar las preguntas necesarias. Así mismo, proporciona la formulación de hipótesis sobre el tema a explorar, sirviendo de apoyo a la investigación descriptiva. (Valencia, 2012)

Es un conjunto de herramienta que permite al investigador buscar y comprobar el problema a profundidad para obtener conocimientos que ayuden a garantizar la hipótesis, durante el transcurso de la investigación a continuación se detallan:

Investigación cualitativa, cuantitativa y probabilística

Se realizara una investigación a través del estudio, se obtendrá una perspectiva extensa y profunda de la investigación se sustentara en la solidez de cada uno de los métodos cualitativos y cuantitativos, brindara una forma apropiada de conocer los datos exactos y verídicos mediante la variedad de observaciones, se consideran diferentes fuentes y datos, contextos y análisis, estos son los principales componentes para la

validación que aportaran a la investigación del proceso que comprende como de ampliar o desarrollar su conocimiento, sea este de interés científico, humanístico, social o tecnológico a continuación se detalla el tipo de investigación que se pondrá en marcha:

Cualitativo

La investigación cualitativa por definición se orienta a la producción de datos descriptivos, como son las palabras y los discursos de las personas, quienes los expresan de forma hablada y escrita, además, de la conducta observable (Urbina, 2020).

El tipo de método que se va a utilizar en el presente proyecto es el cualitativo, en vista que se podrán en conocimiento encuestas como instrumentos de recopilación de datos que ayude a verificar la existencia de tener un lugar en el mercado al que se pretende llegar, también con la aplicación de esta se obtendrán datos que ayuden al desarrollo de los estados financieros correspondientes al proyecto.

La entrevista nos ayudara a brindar un conocimiento de los que aspiran el consumidor del producto por otro lado, con la elaboración de análisis estadísticos, se pueden obtener, verificar y conocer datos reales de la población proyectada, el número de muestras que se deben realizaran, se podrá verificar la tendencia que tendrá de aceptación del proyecto respecto al producto.

2.3.2. Método

El método es aquel proceso utilizado de manera sistemática, orientando nuestra práctica en base a principios pautados previamente. (Urbina, 2020) Es una descripción de

procesos que se deben seguir para obtener resultado que ayuden al desarrollo del proyecto a continuación se detallan los siguientes:

Método Deductivo

El modelo deductivo o inductivo que etimológicamente se deriva de la conducción a o hacia es un método basado en el razonamiento, el cual “permite pasar de hechos particulares a los principios generales” (Castellanos, 2017).

Este método se lo conoce para referirse de una forma específica de pensamiento o razonamiento, que se obtiene conclusiones lógicas y validas, que va de lo más general (como leyes y principios) a lo más específico (hechos concretos), en el proyecto se emplea en el estudio económico para analizar los principales indicadores económicos, se busca comprobar la factibilidad del mismo mediante los indicadores financieros a demás aporta en el estudio de mercado para determinar el incremento población, la oferta, demanda, precio y producto. (Bernal, 2011)

Método Descriptivo

En este método se realiza una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, bien detallada y exhaustiva de la realidad que se estudia. El método descriptivo busca un conocimiento inicial de la realidad que se produce de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores. Se refiere a un método cuyo objetivo es exponer con el mayor rigor metodológico, información significativa sobre la realidad en estudio con los criterios establecidos por la academia. (Abreu, 2015).

Busca la ayuda de determinar la parte del objeto de estudio, en base a este método se desarrolla una investigación de campo mediante la observación del segmento de poblacional y de mercado al que va dirigido, se desarrolla mediante la observación de la calidad de vida de la población y el consumo de alimentos nutricionales que ingieren las personas.

2.3.3. Tipo de muestreo Probabilísticos y no probabilísticos

En estadística, el concepto “muestra” se utiliza para denominar a cualquier subconjunto posible de una población determinada. Así, cuando se habla de una muestra se está haciendo referencia a un conjunto determinado de sujetos que parten de un grupo más grande (la población). Tiene dos tipos de muestreo Probabilístico: es requisito que todos y cada uno de los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados (azar) se debe tener disponible un listado completo de todos los elementos de la población, a esto se le llama marco de muestreo. Muestreo no probabilístico: no se conoce la probabilidad que tienen los diferentes elementos de la población de estudio de ser seleccionados. a continuación, se detalla cuál de los dos tipos se desarrollará en el proyecto: (Otzen, 2017).

Muestreo Probabilístico

Muestreo probabilístico: El requisito más importante del muestreo probabilístico es que todos en una población tengan la misma oportunidad de ser seleccionados. (SALVADÓ, 2016). A diferencia el no probabilístico obtiene muestras sin que todos los individuos de la población tengan posibilidades iguales de ser elegidos, en este se

selecciona un lugar exacto de la población que se utilizara al momento de realizar la encuesta.

El muestreo aleatorio simple, tal y como su nombre lo indica, es un método completamente aleatorio que se utiliza para seleccionar una muestra. Este método de muestreo es tan fácil como asignar números a los individuos (muestra) y luego elegir de manera aleatoria números entre los números a través de un proceso automatizado.

(Otzen, 2017),

Población.

Tabla 12.

Población del cantón Cayambe.

Segmento	AÑO 2010	AÑO 2022 Proyectado
Cantón Cayambe y Pedro Moncayo	45.394	50.566,97

(INEC, 2010)

Elaborado por: La autora.

De acuerdo en la tabla número se puede visualizar los datos de la población de los cantones alrededor de la parroquia de cangahua, estos datos son oficiales de la página del INEC 2010. Indica que el cantón Cayambe y Pedro Moncayo tiene una población de 69.800 habitantes distribuidos en rurales y urbanas también el índice de proyección del año 2022 es de 50.566,97 de habitantes

Tabla 13.

Población de género del cantón Cayambe

Segmento (hombre y mujeres)	AÑO 2010	AÑO 2022 Proyectado
Cantón Cayambe y Pedro Moncayo	45.394	50.566,97

Elaborado por: La autora.

De **acuerdo** con los datos oficiales del último censo poblacional del 2010, del cantón Cayambe se distribuye entre hombres y mujeres y dan un total de 45.394 de habitante.

Selección de una muestra

La segmentación del mercado se puede definir como, "el proceso mediante el cual, una empresa subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo con ciertas características que son de utilidad. El propósito de la segmentación del mercado es alcanzar a cada subconjunto con actividades específicas de mercadotecnia para lograr una ventaja competitiva" (Otzen, 2017)

En el segmento de mercado se aplica la técnica de muestreo probabilístico obtiene conocer la probabilidad que todos los individuos tiene la oportunidad de ser incluidos, tiene una selección al azar además se tomara en cuenta el muestreo aleatorio simple que consiste en que todas las personas de la población seleccionada cuenten con la misma oportunidad de ser seleccionados.

Población

La población del cantón Cayambe y Pedro Moncayo proyectado al año 2022, alcanza un total de 50.567 habitantes entre el rango de 18 a 65 años se ha tomado un referente total de 45.394 habitantes.

Selección de la muestra

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

Donde:

n=Tamaño de la muestra

N=Tamaño de la población

Z=Nivel de confianza

e=Margen de error

p=proporción deseada

q=proporción no deseada

$$n = \frac{(1,96)^2 * 45.394 * (0,5)(0,5)}{0,5^2(45394 - 1) + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 45394 * 0,25}{(0,0025 * 45394) + (3,8416 * 0,25)}$$

$$n = 384$$

Se debe de realizar 384 encuestas a la población de 45.394.

2.3.4. Técnicas e instrumentos

La encuesta

Esta técnica de recolección de datos permitirá obtener, en esta investigación una información objetiva debida a que tiene una interacción directa entre el encuestador y la persona encuestada, en este caso a los posibles consumidores para saber el grado de aceptación del producto en el mercado.

Entrevista

La entrevista es una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistador y entrevistado, el entrevistado responde a preguntas, previamente diseñadas en función a lo que se pretende estudiar, esta técnica se la realiza a expertos en producir harina o personas que fabrican productos a base de harina (Panaderos, Productores de otros productos como fideos). Con la finalidad de conocer ventajas y desventajas que poseen los productores de harina o fabricantes de productos a base de ella. También al señor encargado de molinos la Moderna.

2.4.Fundamentación de la propuesta

Es una propuesta teórica de asesoramiento para el proyecto se dividen en dos en general son los términos o conceptos de este, por otro lado, los términos específicos se refieren a la propuesta y desarrollo de algunos elementos necesarios.

2.4.1. Términos generales

Factibilidad

El estudio de factibilidad representa a la manera viable de desarrollo de un proyecto (Zapata, 2010) “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.” ayudara a definir en nuestro proyecto.

Proyecto

El proyecto se denomina como según (Rodríguez, 2015) “en términos generales podríamos definir un proyecto como un pensamiento de ejecutar algo, o como un plan de trabajo que se realiza como prueba antes de desarrollar el proyecto” nos servirá para plantearnos el mismo.

Emprendimiento

El emprendimiento se denomina como según Proaño (2015) “El tema que aborda reviste una particular importancia, dado que el fortalecimiento de propuestas emprendedoras constituyen hoy una necesidad para el cambio de la matriz productiva y el desarrollo del país, de ahí la pertinencia de la formación en esa área que dotaría a los graduados de capacidades como pensamiento estratégico, conciencia de la necesidad de innovación, preparación para enfrentar el cambio y la incertidumbre, competencias comunicativas y capacidad para la identificación de nuevas necesidades, por sólo señalar algunas de las ventajas que se derivarían de esa formación.” esto brindan los emprendimientos dar un giro al negocio.

Contribuye en el proyecto en el desarrollo de un país, siendo esta, generadora de empleo, facilita la participación de la mujer y es una buena opción para todas aquellas personas emprendedoras. Además, estas empresas no requieren de grandes inversiones para su operación ese es el porte que tendrá.

Modelo de negocio

El modelo de negocios se lo conoce como según, se tienen múltiples definiciones, coincidiendo todas ellas en la forma en que se negocia con el cliente, con el fin de generar ingresos. Una definición reciente es: “Un modelo de negocio consiste en el conjunto de elecciones hechas por la empresa y el conjunto de consecuencias que se derivan de dichas elecciones es una propuesta, generalmente por escrito, de lo que el empresario ofrecerá al mercado y cómo lo hará. Su estructura determinará el valor de este” en el proyecto el modelo de negocio es el principal y fundamental. (Mejía Trejo, Juan; Sánchez Cifuentes-Gutiérrez, 2014).

2.4.2. Términos específicos

Significado de chuño

El chuño, chuno, voz originaria de los Andes centrales (aimara, quechua: chuño que es papa procesada) La fabricación de chuño es la forma tradicional de conservar y almacenar las papas durante largas temporadas, a veces durante años. Este producto es uno de los elementos centrales de la alimentación indígena y, en general, de la gastronomía de la región altiplánica de América.

Definición de la papa

La papa es un producto de gran cogida en nuestro país. Según Ecured (ECURED, 2016) define a este tubérculo de la siguiente manera: La papa, (*Solanum tuberosum*), es un tubérculo comestible que se extrae de la planta herbácea americana de origen andino. Es una planta perteneciente a la familia de las solanáceas originaria de Suramérica y cultivadas por todo el mundo por sus tubérculos comestibles. La papa es un producto que se cultiva en grandes cantidades en la región sierra.

Tipos de harina

- ***Trigo***

El trigo es el cereal más utilizado para elaborar harina en Occidente, es por ello por lo que hay recetas tanto de alimentos dulces como de salados que utilizan este tipo de harina como materia prima. El trigo es un cereal muy rico en nutrientes, siendo una fuente de minerales como calcio, hierro, magnesio, potasio, zinc y selenio, además de vitaminas del grupo A, B y E. También es fuente de fibra, hidratos de carbono y proteína vegetal. (Ruiz, 2009).

- ***Espelta***

De entre las harinas que contienen gluten, esta es la más fácil de digerir debido a que no tiene tanto de este elemento. Se utiliza fundamentalmente para elaborar panes bajos y compactos. Entre los múltiples minerales que aporta están el silicio, además de ser una buena fuente de Omega 3 y 6 y vitaminas del grupo E. (Elena Molfese, 2015)

- ***Maíz***

La harina de maíz es mundialmente conocida por ser el ingrediente estrella en la elaboración de tortillas y empanadillas mexicanas, además de utilizarse para espesar salsas, guisos y sopas. Esta harina es fuente de múltiples minerales, entre los que destacan el sodio, magnesio y calcio. (Mondaca, 2006).

Harina de chuño

La harina de papa presenta gran versatilidad, funciona como mejorador de sabor y color, es utilizada como espesante y ha comenzado a irrumpir en los productos de panadería con el fin de lograr un producto que tenga aceptabilidad sensorial, es decir; presente mejores condiciones de color, textura, granulometría y fácil de consumir, siendo dirigida para el consumo humano. Se produce también harina con cáscara porque contiene mayor cantidad de fibras y permite que el organismo humano tenga una buena digestión al consumirla. (Cárdenas Yauri, 2012).

Los tres tipos de harina mencionadas como la de trigo, espelta y maíz son las más utilizadas y consumidas por las familias ecuatorianas, es por sus beneficios que brindan, también se menciona la harina de Chuño que es hecha a base de papa, esta harina también cuenta con nutrientes que ayudan a la digestión del cuerpo, ayuda a evitar que les de anemia en los niños por sus vitaminas que tiene este tubérculo.

Beneficios de la harina de chuño

La harina de Chuño a base de papa no contiene gluten lo que permite que puedan consumir las personas con enfermedades celíacas, (la enfermedad celíaca es una afección

del sistema inmunitario en la que las personas no pueden consumir gluten porque daña su intestino delgado).

- Esta harina es rica en hierro e hidratos de carbono, contribuye a prevenir la anemia.
- Esta harina tiene un sabor muy especial y no cambia el sabor de las comidas con las preparaciones en las que se puede utilizar.

Uso de la harina de chuño

Es útil en la industria de panificación que es uno de los fines más importantes de este producto. Se puede elaborar pan, galletas, pizzas, harina para colada, tortillas, entre otros.

- Sirve como espesante para todo tipo de alimentos.
- Esta harina puede utilizarse para ser mezclada con otro tipo de harinas excelentes para desayunos.

Proceso de producción de la harina

- ***Selección de la papa***

El proceso para obtener la harina de chuño hecha a base de papa es fácil, lo primero que se debe realizar es determinar la calidad y variedad que sea idónea la papa para que el producto sea de buena calidad. Después de varios análisis realizados por un equipo de investigación dirigido por el Ing. Galo Sandoval catedrático de la facultad de Ciencias e Ingeniería en alimentos de la Universidad Técnica de Ambato, menciona que son dos variedades la super chola y Gabriela.

Figura 7.

Papa Super Chola



(MAGAP, 2021)

Elaborado por: La autora

Figura 8.

Papa Gabriela



(MAGAP, 2021)

Elaborado por: La autora

En los dos gráficos se encuentran las variedades de los nombres de las papas que son mejores para la harina como la Super chola que es de color rosado, en cambio la papa Gabriela es blanca.

- **Lavado y recepción de la papa**

Una vez que las papas han sido lavadas y desinfectadas correctamente, estas son trasladadas hasta el área de producción de harina de papa, aquí no se hace una selección por tamaño, puesto que en este proceso no es necesario tener papas de un tamaño estándar.

(Forero Munevar, 2008)

- **Moler la papa**

Mediante un molido y secado, la sustancia es una sustancia pulverulenta que se obtiene tras moler de forma muy fina la papa seca, en este proceso se puede conocer las papas que sean grandes y sin gusano. (Forero Munevar, 2008).

Proceso de pasos para el terminado final de la papa

Secado: Consiste en poner en unos telares al sol la papa para secarle, ahí se las ingresa aun trizado total para que las partículas de menor tamaño pasan por los poros del tamiz atravesándolo y las grandes quedan retenidas por el mismo, este constara de varios tamices, de tamaños diferentes, para lograr la uniformidad de las partículas, y las que se queden en los niveles superiores de los tamices serán reprocesados para no desperdiciar. (Cortez, 2012)

Empaque: El empaque y etiquetado constituye la envoltura o protección que acompaña a un producto, pero al mismo tiempo forma parte de sus características y cumple con varios objetivos: Protección, Comodidad, Promoción y Comunicación.

Almacén: Es una estrategia para diferir la oferta del producto hasta que el mercado se encuentre desabastecido y de esta manera obtener mejores precios. (Cortez, 2012).

CAPÍTULO III

3. Propuesta

1.1.Introducción

En este capítulo se llevan a cabo las diferentes investigaciones que arrojan información relevante para determinar si el proyecto es factible; se inicia con el estudio de mercado, donde se observan las características y factores influyentes del mercado, seguido del estudio técnico, en el cual se establecen los procesos de fabricación del bien o servicio, los recursos y factores necesarios para la elaboración de este; se efectúa el estudio financiero, dentro del cual se evalúan los aspectos económicos, ingresos, costos

y gastos que incurren, y se hace una propuesta organizacional en la que consta la estructura del negocio para un correcto desempeño.

1.2.Objetivo general

Creación de una empresa para la producción y comercialización de harina de chuño en la parroquia Cangahua, Provincia Pichincha, Ecuador.

1.2.1. Objetivos específicos

- Establecer un modelo de negocios para el emprendimiento, mediante un lienzo canvas.
- Realizar el estudio de mercado que permita conocer la demanda insatisfecha y sus necesidades en base a la oferta existente en el cantón Cayambe.
- Definir la estructura organizacional y demás procesos relacionados con la propuesta del proyecto, establecer el estudio técnico para la localización y capacidad instalada.
- Determinar el estudio financiero para comprobar la inversión, los costos y gastos del proyecto y establecer si es factible el proyecto y poder proyectar los indicadores apropiados para la ejecución de este.

1.3.Modelo de negocio

En el presente proyecto se escogió dos tipos de modelo de negocio: el modelo long tail la harina de chuño es un producto nuevo el cual las personas no lo conocen es por ello

se enfoca en las personas que cuidan su alimentación y tiene enfermedades celiacas que consumen alimentos difíciles de encontrar o su costo es elevado, el modelo de asociatividad se toma en cuenta a la asociación de productores agrícolas de papas el mismo que entregara cada quintal de papas con un peso y tamaño asignado del producto, también se gestionara con los municipios de los dos cantones juntamente con las asociaciones de emprendedores para poder tener la participación en ferias, exhibiciones y congresos de alimentación saludable estas asociaciones son parte de los municipios. La empresa que constituirá el presente proyecto es individual va a tener un nombre propio y realizara una actividad económica.

3.2.1. Lienzo CANVAS

Tabla 14.

Lienzo CANVAS

<p>Socios clave Proveedores de maquinarias u herramientas. Productores de papa Dueños de los supermercados, influencer gastronómicos.</p>	<p>Actividades clave Selección de la papa. Venta del producto a un precio asequible.</p>	<p>Propuesta de valor Comercialización de harina premezclada de pan, pasteles, panques y donas para que la preparación en las cocinas sea fácil. También harina blanca libre de gluten Recetario Precios asequibles Empaque que ayude con el medio ambiente</p>	<p>Relación con los clientes Asistencia personal. Asesoramiento con las recetas que se pueden realizar Relación de terceros con la asociación de productores de papa de cangahua.</p>	<p>Segmento de mercado Personas de 18 a 65 años. Principales supermercados de los dos cantones. Celiacos y personas con conducta saludable.</p>
	<p>Recursos clave</p>		<p>Canales</p>	

	<p>Recursos humanos las personas que fabricaran</p> <p>Recursos económicos, la inversión</p> <p>Recursos físicos, la maquinaria</p> <p>Recursos tecnológicos.</p>		<p>El producto se dará a conocer mediante</p> <p>Página web, Redes sociales</p> <p>Influencer gastronómica que recomienden el producto.</p> <p>Local físico y punto de distribución</p> <p>Minoristas de los Cantones aledaños</p>	
<p style="text-align: center;">Estructura de costos</p> <p>Adecuación de la infraestructura de la planta de producción incluye, insumos, maquinaria. Equipo de oficina.</p> <p>Mano de obra, personal capacitado para supervisar la producción y obreros.</p>		<p style="text-align: center;">Fuente de ingreso</p> <p>Comercialización de harina premezclada y harina blanca.</p> <p>Tener cursos de recetas para la elaboración de nuevos productos con la harina.</p> <p>Uso de las instalaciones para conocer la empresa seria la ruta de los Emprendedores en conjunto con los municipios de Tabacundo y Cayambe.</p>		

Elaborado por: La autora.

1.3.1. Descripción de los elementos CANVAS

Segmento de clientes

¿Para quién creamos valor?

Se pretende llegar a tres grupos de personas el primero es a los padres de familia que tengan hijos en edad escolar, personas de 18 a 60 años, celíacos y personas con conducta saludable, también se pretende llegar a los principales supermercados todo esto se llevará a cabo de los dos cantones de Cayambe y Pedro Moncayo.

¿Cuáles son nuestros clientes más importantes?

Las personas que son celíacos y personas con conducta saludable ya que este segmento prefiere leer los recetarios e informarse lo que consume, por otro lado, los padres de familia ya que los niños les gusta consumir los dulces el producto premezclado será fácil de preparación y tendrá vitaminas.

Propuesta de valor

¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?

Es una harina que tiene beneficios y aporta a la dieta diaria de los niños en edad escolar, "Una papa de 100 gramos va a resultar en un chuño de 20 gramos. Es decir, en el proceso de elaboración se elimina cerca del 80% del agua que contiene", explica Salas, que es también consultor del Centro Internacional de la Papa. "En un chuño de 20 gramos está concentrado todo el valor nutritivo de la papa, como si fuera una píldora" (Salas, 2016), también tiene vitaminas, fibras, sodio, hierro y calcio que resultan ideal para el fortalecimiento de la mente del niño y ayuda a mejorar su alimentación, ayuda a las

personas que padecen de celíaca esta enfermedad es del sistema digestivo las personas no pueden consumir gluten.

¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a solucionar?

Que los niños coman saludables alimentos que se hagan a base de harina que les ayude en su crecimiento y a que disminuya el índice de anemia en los mismos, también se busca ayudar a las personas que sufren la enfermedad de celíaca que no pueden consumir alimentos que según gluten.

¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?

Se busca satisfacer la necesidad de las personas que tienen la enfermedad de celíaca, que buscan un producto sin gluten y por otro lado también niños y adolescentes que quieren consumir alimentos ricos, pero con nutrientes que les ayude a su sistema digestivo.

¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?

Una harina diferente con dos presentaciones una que consiste en premezclas (consiste en un empaque de premezclas de pan, pasteles, panques y donas) es para los niños para que se alimenten saludable con las vitaminas que necesitan en su etapa de crecimiento así también les gusta los dulces se realiza pensando en ellos y la harina de chuño blanco libre de gluten se ofrece a las personas que sufren de la enfermedad celíaca y personas que cuidan su alimentación este segmento no pueden consumir ningún alimento que tenga gluten es por ello que se seleccionó el segmento de personas de 18 a 65 años.

Relación con los clientes

¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado?

Se tendrá una asistencia personalizada con el cliente, en la tienda se explicará todos sus beneficios y sus consumos, se hará unas tirillas para que el cliente consuma. La relación de terceros se hará con la asociación de productores de Cangahua para que ellos establezcan un producto de calidad como: tamaño de la papa, peso y que cuente con una certificación que la papa es para consumo.

¿Qué tipo de relaciones hemos establecido?

Se establecerá una relación personalizada con los posibles clientes y se implementará ayuda con los supermercados con promociones.

¿Cuál es su coste?

Nos costara la implementación de maquinaria para el proceso de producción, marketing para dar a conocer el producto con recetarios y folletos para los cursos.

¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio?

En el presente proyecto se escogió el Modelo long tail este nuevo modelo de negocio trata de hacerse con el mercado más pequeño conocido como (nicho) a través de tener muchos productos o servicios disponibles que son difíciles de encontrar en este caso la harina como tal si existe en algunos países la consumen (Salas, 2016), como tal los derivados aun no salen al mercado es un producto nuevo, pero se realizará del producto base las premezclas, el propietario físico es un tipo de negocio donde una persona o

entidad crea o compra un activo físico y vende, renta o alquila un derecho limitado al cliente, en este caso se alquilará las maquinas del molino para tener un ingreso económico más.

Canales

El contacto directo con las familias y/o administradores de los locales de cafeterías y ganaderías, así como los descuentos ofrecidos y la dedicación personal, permiten mantener la fidelidad de los clientes y fortalecer la propuesta de valor ofrecida a los diferentes grupos de interés.

Fuentes de ingreso

Los ingresos percibidos de las ventas se obtienen mediante el pago en efectivo primordialmente. Sin embargo, al implementar nuevos canales de distribución se debe considerar el pago por medio electrónico. De continuar con la misma frecuencia y aumentando la cantidad de las ventas, se considera plenamente viable la expansión del negocio.

Actores clave

Se determina como socios claves a los proveedores y productores de las papas. La Agrícola “La espiga” cumplirán con estándares de calidad, peso y cantidad para la preparación de nuestro producto. Así mismo, el servicio y envío se realiza de manera personalizada para fortalecer las relaciones con los grupos de interés. La imprenta "Camuflados" no ayudara para la impresión del logo y folletos.

Se formará alianzas estratégicas y de esta manera dinamizar el desarrollo, financiamiento, difusión e incluso en la comercialización del producto.

Actividades clave

Proceso de calidad la empresa tiene como principal actividad clave buscar que el producto llegue a las familias ecuatorianas con estándares de calidad desde el inicio que será desde la compra de papas hasta el final la entrega en las perchas de los supermercados, por otro lado la producción y comercialización del producto se realizara con estrategias empleadas en el mercado como el ingreso a conocer las instalaciones y el proceso de producción de la fábrica con esto se pretende llegar a los clientes, por medio de aplicativos electrónicos como WhatsApp y Facebook, facilitando la elección de compra. Esta actividad le permitirá un mayor crecimiento en la comercialización de sus productos con una distribución eficaz.

La marca del producto será “Harina de Chuño”, se define con la palabra “Chuño” que significa papa en quechua; y es sugestiva la presencia de un plato y la cuchara ya que la marca es dirigida hacia los niños, esto la vuelve más amigable y juguetona al momento de elegir el producto. Personalidad de Marca será diferenciada por ser una marca que ofrece una la harina saludable, nutritivo y 100% ecuatoriano a base de nutrientes de papa, con la calidad de producción en todas las etapas de su proceso de elaboración.

Recursos clave

El principal recurso clave de la empresa es la materia prima por este motivo se realizará una ficha técnica donde se controle el producto al momento de la entrega para

que cupla con todos los requerimientos como peso, calidad, tamaño, también se considera que el talento humano quien se encarga de una atención personalizada, lo cual permite fortalecer la propuesta de valor y las relaciones con los clientes. Sin embargo, para lograr mantener una correcta armonía con los diferentes grupos de interés, se implementará recursos como el uso de la tecnología y la disposición de un nuevo punto de ventas, lo cual permite alcanzar el mercado al que se desea llegar.

Estructura de costos

Se considera a todos los costos importantes como área financiera donde se desempeñan las diferentes departamentos contabilidad y tesorería en el área de producción la más importante ya que aquí se desarrolla el producto, se contara con distintas áreas de producción, empaque y sellado intervienen costos como mano de obra, costros de producciones cuanto a los costos fijos se encuentran, los insumos utilizados para la elaboración del producto, la mano de obra y la disposición del vehículo para la entrega de los productos al consumidor final. Al requerir la expansión del negocio, se debe incurrir en el alquiler de un nuevo punto de ventas, contratación de recurso humano, pago de servicios públicos, entre otros.

1.4. Estudio de mercado

En el presente proyecto se utilizará la investigación para tener una garantía de la toma de decisiones respecto al panorama de los consumidores sobre la aceptación del producto.

1.4.1. Diseño de la investigación de mercados.

El tipo de investigación el que se va a poner en marcha en el presente proyecto es el cualitativo, en vista que se podrán en conocimiento encuestas como instrumentos de recopilación de datos que ayude a verificar la existencia de tener un lugar en el mercado al que se pretende llegar. (Hernandez, 2015, pág. 534) También se utilizará el método bola de nieve este nos permite realizar las encuestas y las entrevistas se aprovecha o utiliza personas disponibles en un momento dado que corresponda con el propósito del estudio que nos ayude a brindar un conocimiento de lo que aspira el consumidor del producto por otro lado, con la elaboración de análisis estadísticos, se pueden obtener, verificar y conocer datos reales de la población proyectada, el número de muestras que se deben realizar, se podrá verificar la tendencia que tendrá la aceptación del proyecto con respecto al producto.

Tabla 15.*Diseño de la investigación de mercado.*

Objetivo General	Objetivo Especifico	Variables	Indicadores	Técnicas
Realizar el estudio de mercado que permita conocer la demanda insatisfecha y sus necesidades en base a las características de la oferta existente en el cantón Cayambe.	Reconocer la demanda mediante la aplicación de técnicas para determinar el mercado.	Demanda	Cantidad de consumo por parte del cliente. Frecuencia de adquisición. Términos de negociación.	Encuesta al segmento de clientes. Entrevista a representante de Nestlé que adquiere productos
	Identificar la oferta de la harina	Oferta	Precio de harinas similares. Presentación y empaque. Promociones de competencias. Importación de la harina	Ficha de observación a los supermercados. Entrevista a un experto de Nestlé que adquiere producto Investigación documenta SENA E.
	Establecer la aceptación de los clientes hacia el producto.	Producto	Empaque Presentación Requisitos de empaque y etiquetado de la harina. Proceso de conservación de la harina	Encuesta al segmento de mercado. INEN Entrevista a la empresa de molinos Moderna S.A.
	Distinguir los precios de los productos.	Precio	Precio por unidad del producto. Formas de pago. Precio al mayor del producto.	Encuesta al segmento de mercado. Entrevista de molinos Moderna S.A.

Reconocer el lugar adecuado que será el punto de venta.	Plaza	Principales supermercados de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo. Tienda en línea.	Encuesta al segmento de mercado.
Conocer los canales estrategias y promociones para llegar al cliente.	Promoción	Promociones del producto. Canales de comunicación	Encuesta al segmento de mercado.

Elaborado por: La autora

1.4.2. Segmentación de mercados

La segmentación de mercado ayuda a tener en claro a que tipo de cliente queremos llegar, con esto se busca segmentar en grupos potenciales y tener un conocimiento detallada de la misma.

Tabla 16.

Criterio de Segmentación.

Criterios de Segmentación			
Demográfica	Geográfica	Psicográfica	Conductual
<p>Población de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo Madres de familia.</p> <p>Personas de 18 a 65 años económicamente activos.</p> <p>Personas celiacas, personas que cuiden su alimentación.</p>	<p>País: Ecuador</p> <p>Provincia: Pichincha</p> <p>Cantón: Cayambe y Pedro Moncayo.</p>	<p>Estilo de vida: que las personas les guste comer saludable que tenga anemia o celiaca personas que no consumen gluten.</p>	<p>Fidelidad a la marca: que las personas quieran comprar la harina por su fidelidad ya que con eso buscamos que tenga aceptación por los nutrientes y para ayudar que la gente concientice en comer saludable.</p>

Elaborado por: La autora

Demográfica:

En el presente proyecto se tomará en cuenta la población de los dos cantones como son: Cayambe y Pedro Moncayo el segmento al cual va dirigido es a las madres de familia de niños de edad escolar, a personas de 18 a 65 años económicamente activos y celiacas, personas que cuiden su alimentación.

Geográfico:

En el presente proyecto busca llegar al nicho de mercado en los cantones Cayambe y Pedro Moncayo que está ubicado en la provincia de Pichincha, Ecuador.

Psicológico:

En el presente proyecto en el estilo de vida se tomará en cuenta a las personas que les guste comer saludable, que tenga anemia o celiaca personas que no consumen gluten entre otras ya que tiene algunos beneficios la harina.

Conductual:

En el presente proyecto se pondrá en marcha la fidelidad a la marca que consiste en que las personas quieran comprar la harina por su fidelidad ya que con eso buscamos tener aceptación por los nutrientes y para ayudar que la gente concientice en comer saludable.

1.4.3. Clientes

El cliente que se espera debe ser económicamente activo, que les guste leer el contenido que lleva en la etiqueta del producto, las personas que les gusta cuidar su dieta alimenticia, el cliente que le gusta darse un gusto de vez en cuando con un alimento premezclado, para ello se ha seleccionado dos cantones de la provincia de pichincha el cantón Cayambe y Pedro Moncayo la población entre los dos cantones es un total de 75.394 habitantes.

1.4.4. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

Se escogió el método de muestreo probabilístico obtiene conocer la probabilidad que todos los individuos tiene la oportunidad de ser incluidos, tiene una selección al azar además se tomara en cuenta el muestreo aleatorio simple que consiste en que todas las personas de la población seleccionada cuenten con la misma oportunidad de ser seleccionados 384 encuestas para realizar a la población del cantón Cayambe y Pedro Moncayo.

1.4.5. Instrumentos de recolección

Los instrumentos de recolección que se utilizara en el proyecto son: la encuesta que nos servirá para una interacción directa, con los posibles consumidores y saber el grado de aceptación del producto en el mercado, la entrevista es una técnica que consiste en recoger información con la finalidad de conocer ventajas y desventajas que poseen los productores de harina o fabricantes, la ficha de observación, se conseguirá información mirando, realizando un informe a continuación se detallan cada uno de ellos.

1.4.6. Resultados y discusión

1. ¿Usted ha probado la harina de chuño?

Propósito: Determinar si las personas han probado la harina de chuño

Tabla 17.

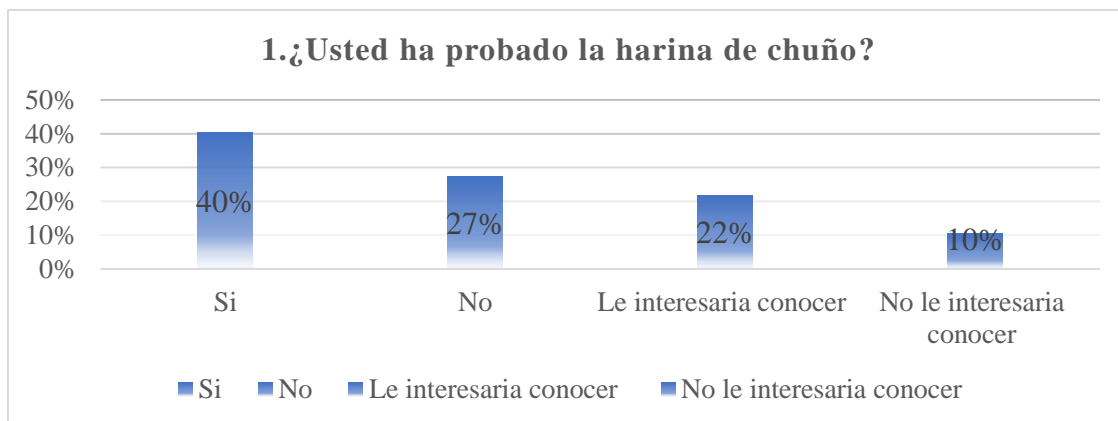
Consumo de harina de chuño.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	155	40%
No	105	27%
Le interesaría conocer	84	22%
No le interesaría conocer	40	10%
Total	384	100%

Elaborado por: La autora.

Figura 9.

Consumo de harina de chuño.



Elaborado por: La autora.

Análisis

De acuerdo con el desarrollo de la encuesta, se ha podido conocer el porcentaje de respuestas afirmativas de cuantas personas han probado la harina de chuño, por lo que se determina que varias familias están dispuestas a adquirir el producto, para el proyecto es beneficioso que se ponga en marcha la introducción de este ya son posibles clientes.

2. ¿Dentro de sus hábitos alimenticios, usted acostumbra a consumir productos hechos a base de harina?

Propósito: Identificar si los consumidores acostumbran a consumir productos a base de harina.

Tabla 18.

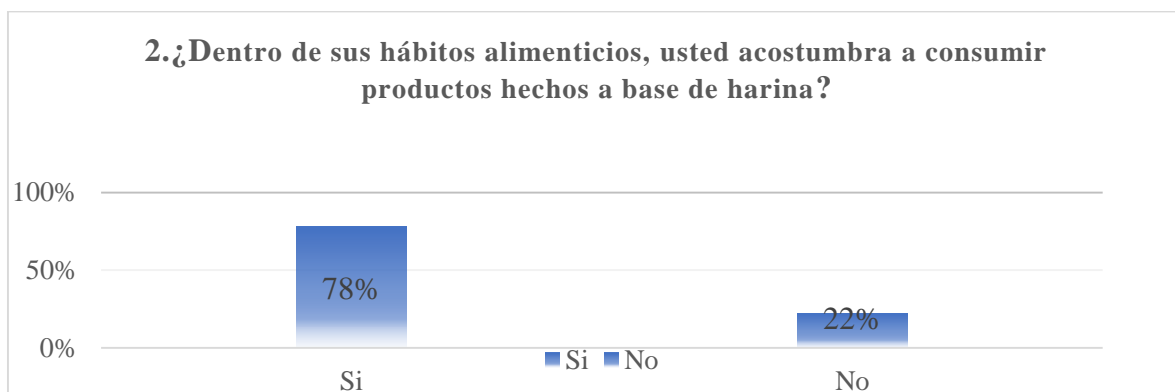
Hábitos alimenticios

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	299	78%
No	85	22%
Total	384	100%

Elaborado por: La autora.

Figura 10.

Hábitos alimenticios.



Elaborado por: La autora

Análisis

La población de Cayambe y Pedro Moncayo en sus hábitos alimenticios si tiende a consumir productos hechos a base de harina, es por ello por lo que en el mercado existe una gran variedad de productos a base de este.

3. ¿Qué tipo de harina consume con mayor frecuencia?

Propósito: Identificar el tipo de harina que el consumidor tiende a comprar.

Tabla 19.

Tipos de harina.

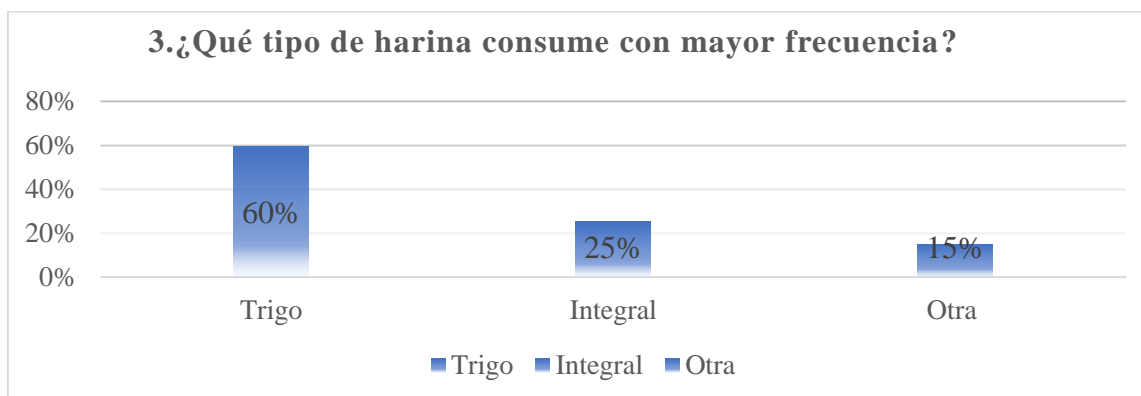
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Trigo	229	60%
Integral	97	25%
Otra	58	15%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Figura 11.

Tipos de harina.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Análisis

El tipo de harina más demanda por la población de Cayambe y Pedro Moncayo es la de trigo, este tipo es utilizada comúnmente por las panificadoras y productoras de productos sustitutos con harina el mismo que cuenta con aceptación en el mercado.

4. ¿Con que frecuencia adquiere la harina de un kilo?

Propósito: Conocer la demanda de la harina de un kilo

Tabla 20.

Frecuente que adquiere la harina de un kilo.

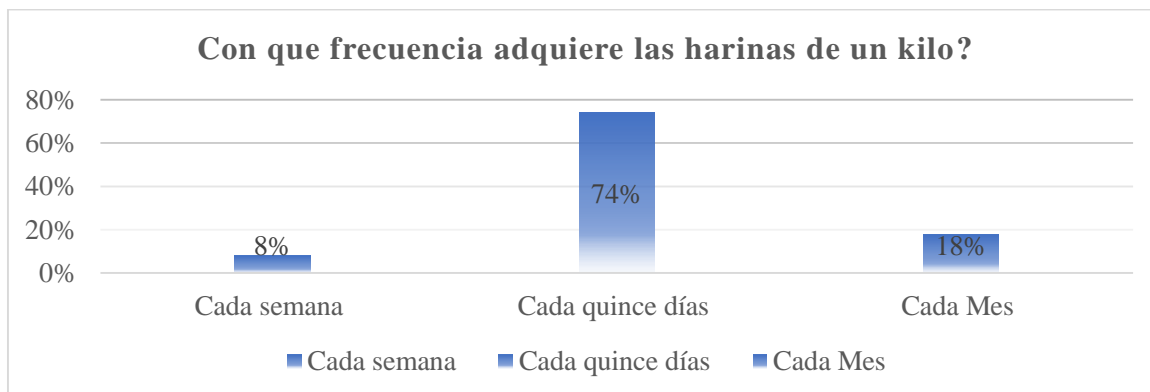
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cada semana	31	8%
Cada quince días	285	74%
Cada Mes	68	18%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Figura 12.

Frecuencia que adquiere la harina de un kilo.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Análisis

Se observa en las gráficas que la población encuestada la mayoría tiene frecuencia que adquiere el producto de un kilo cada 15 días.

Propósito: Conocer la demanda de la harina dos kilos

Tabla 20.

Frecuencia que adquiere la harina de dos kilos.

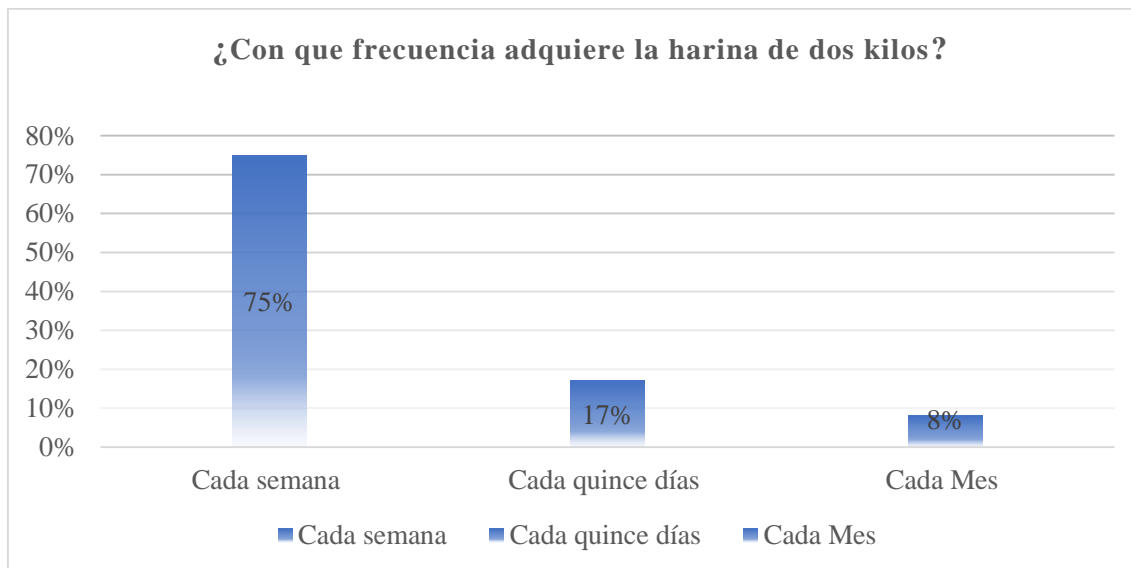
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cada semana	286	75%
Cada quince días	68	17%
Cada Mes	30	8%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Figura 13.

Frecuencia que adquiere la harina de dos kilos.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Análisis

Se observa en las gráficas que la población encuestada la mayoría tiene frecuencia que adquiere el producto de dos kilos cada semana.

Propósito: Conocer la demanda de la harina premezclada de 500 gramos

Tabla 21.

Frecuencia que adquiere la harina premezclada de 500 gramos.

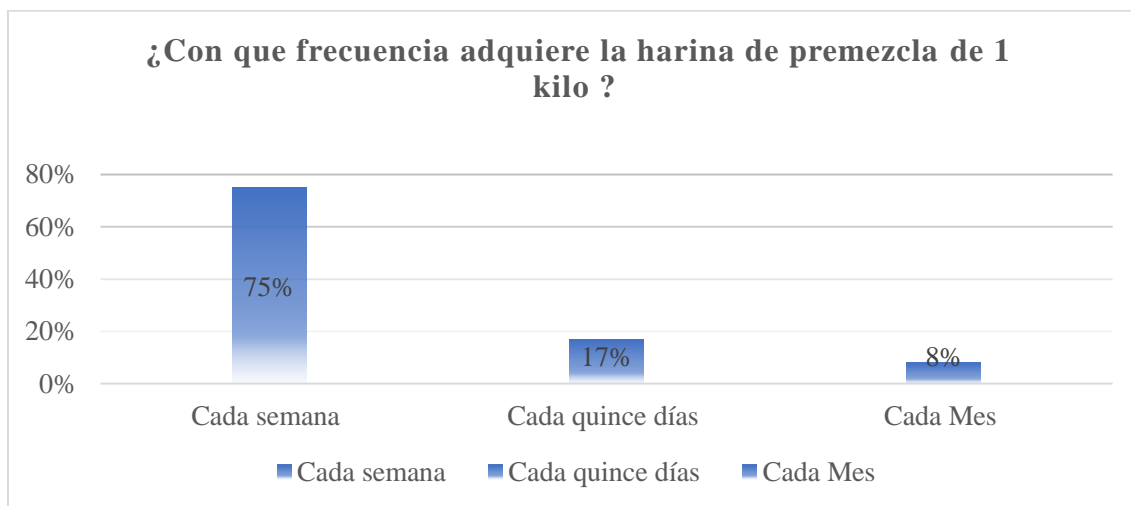
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cada semana	8	7%
Cada quince días	68	18%
Cada Mes	286	75%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Figura 14.

Frecuencia que adquiere la harina premezclada de 500 gramos.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Análisis

Se observa en las gráficas que la población encuestada la mayoría tiene frecuencia que adquiere el producto de 1 kl, cada semana.

Propósito: Conocer la demanda del abono.

Tabla 22.

Frecuencia que adquiere del abono.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cada semana	16	4%
Cada quince días	69	18%
Cada Mes	299	78%

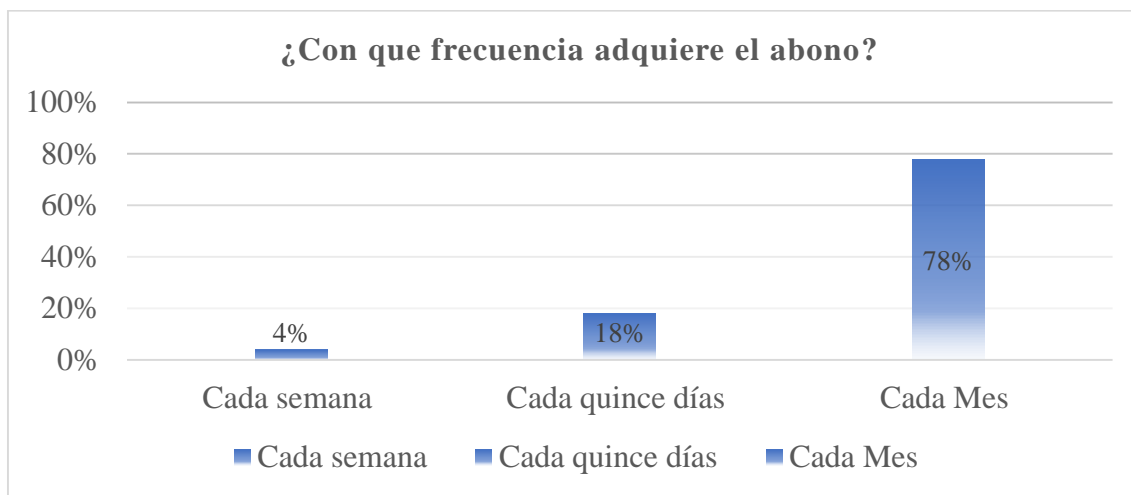
Total	384	100%
--------------	------------	-------------

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Figura 15.

Frecuencia que adquiere el abono.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Análisis

Se observa en las gráficas que la población encuestada la mayoría tiene frecuencia que adquiere el producto de abono.

5. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera de mayor importancia al momento de adquirir la harina de chuño?

Propósito: Identificar y conocer que aspecto el mercado tiene mayor importancia del producto.

Tabla 23.

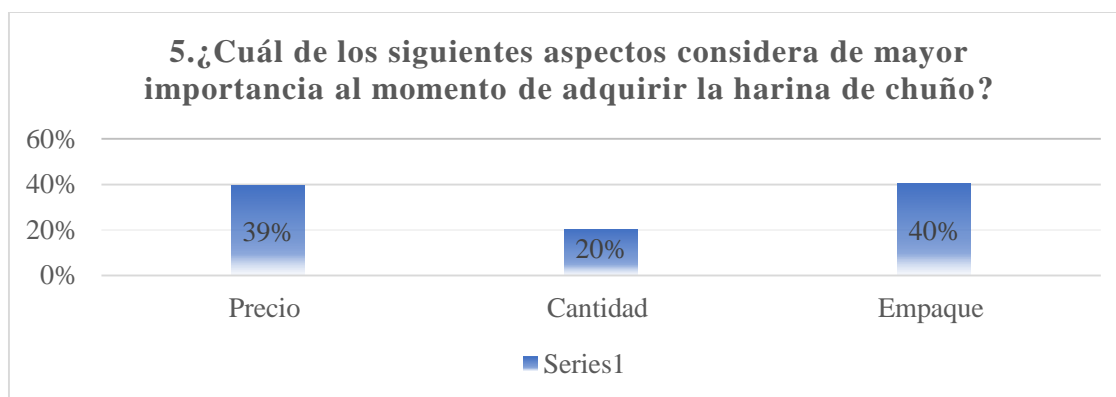
Importancia al adquirir el producto.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	151	39%
Cantidad	78	20%
Empaque	155	40%
Total	384	100%

Elaborado por: La autora

Figura 16.

Importancia de adquirir el producto.



Elaborado por: La autora

Análisis

La gran mayoría de la población encuestada menciona que le interesa adquirir cantidad y empaque en un nivel bajo pero la empresa ha tenido en cuenta la ecología dar importancia al reciclaje es por ello por lo que busca un envase diferente ayudando a cuidar el medio ambiente.

6. ¿En qué lugar acostumbra a realizar las compras de alimentos para su hogar?

Propósito: Conocer el lugar comercial donde el consumidor quiera adquirir el producto.

Tabla 21.

Lugar comercial de adquisición.

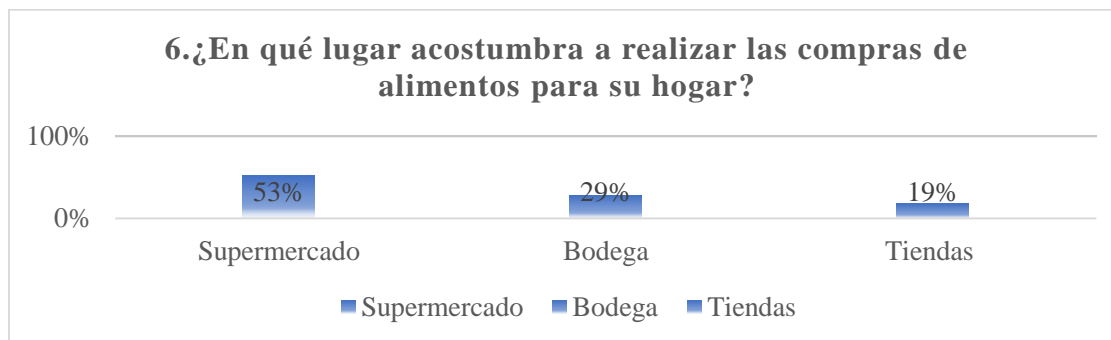
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	203	53%
Bodega	110	29%
Tiendas	72	19%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Figura 17.

Lugar comercial de adquisición.



Elaborado por: La autora

Análisis

Gran parte de la población encuestada al lugar que prefieren ir a comprar es en los supermercados de los dos cantones, por otro lado, la personas se inclinan también en las bodegas aledañas.

7. ¿En qué presentación está dispuesto a adquirir la harina de chuño?

Propósito: Conocer las presentaciones que el cliente preferiría adquirir.

Tabla 22.

Tipos de presentaciones.

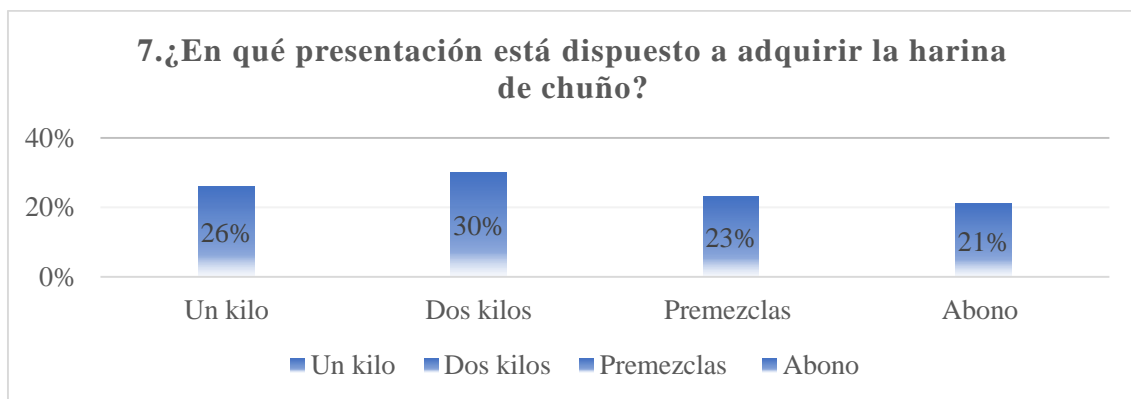
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Un kilo	159	26%
Dos kilos	178	30%
Premezclas	37	23%
Abono	11	21%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Figura 18.

Tipos de presentaciones.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Análisis

En la encuesta la población quiere adquirir la harina de un kilo, pero se inclinan por la de dos y un porcentaje similar quiere adquirir la harina premezclada ya que los precios son accesibles en el mercado.

8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por libra de harina de chuño?

Propósito: Establecer el precio del producto.

Tabla 23.

Precio del producto.

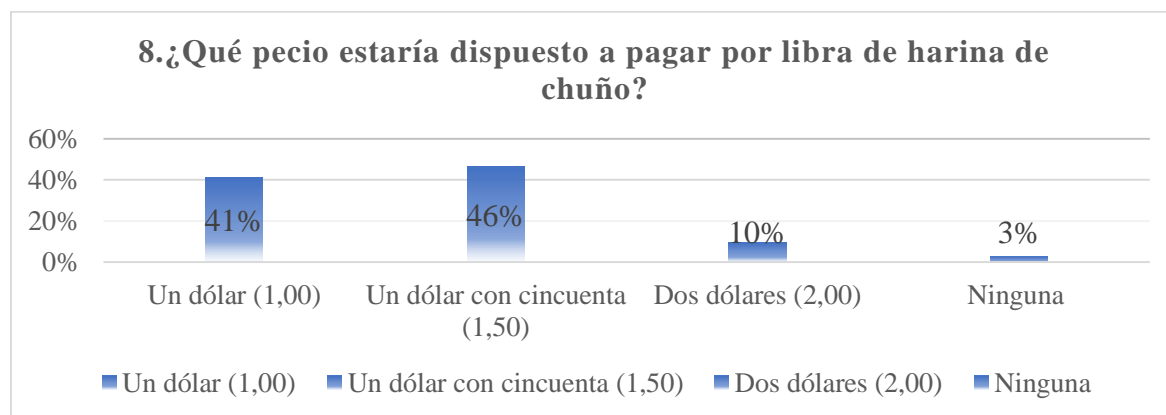
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Un dólar (2,50)	159	41%
Un dólar con cincuenta (3,00)	178	46%
Dos dólares (3,50)	37	10%
Ninguna	11	3%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Figura 19.

Precio del producto.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Análisis

La mayor cantidad de capacidad de compra por el consumidor el producto es de un dólar con cincuenta centavos, pero también a un dólar siendo la población la que ha elegido el precio para el producto.

9. ¿A través de cuál de las siguientes opciones le gustaría adquirir el producto de la harina chuño?

Propósito: Identificar el lugar de venta.

Tabla 24.

Tipo de tienda.

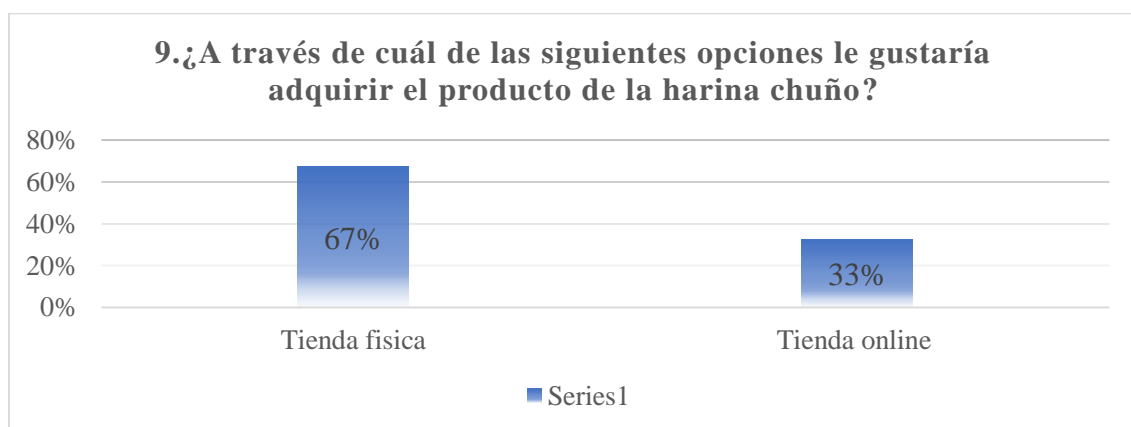
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tienda física	259	67%
Tienda online	125	33%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Figura 20.

Tipo de tienda.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Análisis

En la encuesta se constató que la población va a adquirir en una tienda física con el porcentaje más alto teniendo en cuenta el mejor lugar para atender al público es en los supermercados.

10. ¿En qué presentación prefiere el producto de la harina de chuño?

Propósito: Conocer el empaque que prefiere el consumidor.

Tabla 25.

Tipo de presentación.

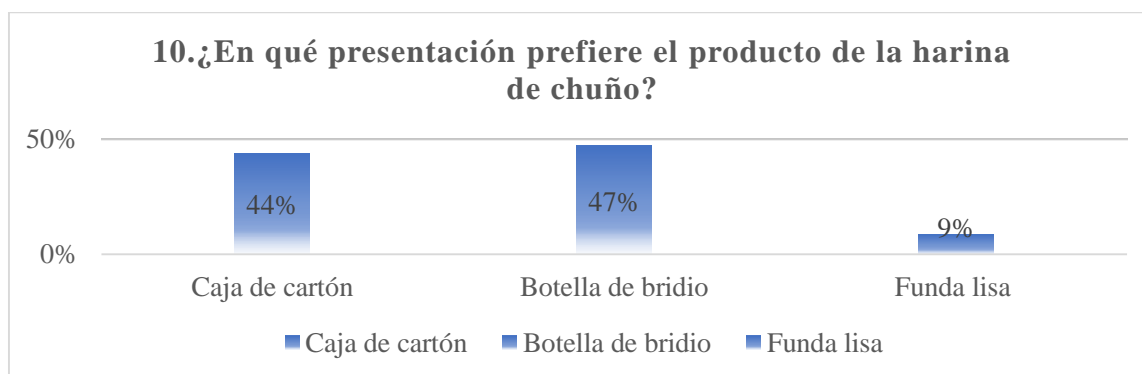
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Caja de cartón	169	44%
Botella de vidrio	181	47%
Funda lisa	34	9%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Figura 21.

Tipo de presentación



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Análisis

La mayor parte de la población desea adquirir el producto en una botella de vidrio para ayudar al medio ambiente, también otro porcentaje seguido por la caja de cartón de esta manera podemos insertar en el mercado en las dos presentaciones.

11.Si se crea una empresa productora y comercializadora de harina ¿Estaría dispuesto a adquirir el producto de harina de chuño?

Propósito: Determinar la aceptación del nuevo producto en el mercado.

Tabla 26.

Aceptación de la harina de chuño.

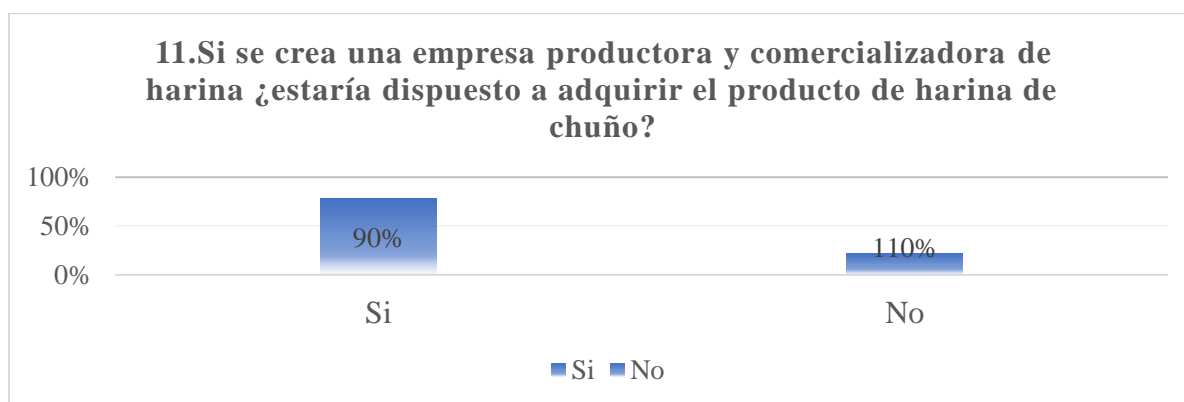
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	374	90%
No	10	10%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Figura 22.

Aceptación de la harina de chuño.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora

Análisis

En la aplicación de la encuesta se tiene una respuesta positiva respecto a la aceptación de la harina de chuño en los dos cantones los consumidores esta dispuestos a incorporar en sus recetas diarias.

1.4.7. Análisis de la demanda

La demanda se obtuvo de la pregunta número 11 donde se pone en consideración si las personas comprarían o no la harina de chuno en las encuestas realizadas a los consumidores, se determinó que de las 384 en cuentas realizadas 300 personas mencionan que si comprarían equivale con un 60%, cabe mencionar realizara ya que es un emprendimiento nuevo y si tiene competencia del total.

Tabla 27.

Análisis de demanda.

Población proyectada		50566
Porcentaje de la pregunta 14		60%
Aceptación total		30339,6
Preferencia de consumo		
Harina de 1 kilo	26%	7888
Harina de 2 kilos	15%	4551
Harina premezclada	14%	4248
Abono	5%	1517
Crecimiento de la población	1,62%	
Frecuencia de consumo		
Harina de 1 kilo	74%	5837
Harina de 2 kilos	74%	3368
Harina premezclada	74%	3143

Elaborado por: La autora

Una vez analizado las preguntas y la demanda se determinan que mensualmente, el consumo y se lo hizo anual por eso es una demanda proyectada. Para efectuar el cálculo de la demanda se considera la tasa del crecimiento poblacional de 1,6% en Cayambe. Por lo tanto, se aplica la siguiente fórmula:

$$D_n = D_o (1 + i)^n$$

Dónde:

D_n = demanda futura

D_o = 50.566 demanda actual

i = 1,6%

n = 5 años proyectados

Tabla 28.

Proyección de la demanda

Año	Proyección Demanda harina de 1kilo	Proyección demanda harina 2 kilos	Proyección harina premezclada	Proyección de abono
1	20194	11650	10874	3883
2	20521	11839	11050	3946
3	20854	12031	11229	4010
4	21191	12226	11411	4075

5	21535	12424	11596	4141
---	-------	-------	-------	------

Elaborado por: La autora

3.2.1. Análisis de la oferta

Para la determinación de la oferta según los GAD de Cayambe y Pedro Moncayo en los dos sectores no se encuentran empresas productoras de harina de papa, pero si hay comercio artesanal para consumo familiar. Con relación a la investigación de mercado, mediante la entrevista que se aplicó al representante de Molinos la Unión se pudo recolectar información sobre productos sustitutos en este caso sería la harina de trigo.

Para determinar la proyección de la oferta en términos de cantidad se toma como referencia la capacidad de la Asociación de Productores de la parroquia de cangahua, en la entrevista se menciona que pasando un día ellos pueden entregar 20 quintales diarios por las cuatro semanas salen un total de 80 quintales que se toman como base para el cálculo se toma la tasa de la producción industrial manufacturero que equivale el 7,1% anual. (Estudio sectorial Manufacturero, 2022).

Tabla 29.

Proyección de la Oferta Mensual

Aceptación	94%	Cantidad	Mensual Proyectado	Anual
1 kilo	26%	5,2	414	4962
2 kilos	30%	6	477	5042
500gm premezclas	23%	4,6	366	5124
abono	21%	4,2	334	5291
Total		20	1590	20.425

Elaborado por: La autora

Se producirá unos 20 quintales de la materia prima lo proyectado es a continuación.

Tabla 30.

Proyección oferta

OFERTA PROYECTADA				
Año	Proyección harina un kilo	Proyección oferta harina 2 kilos	Proyección oferta harina premezclada	Proyección oferta de abono
1	4962	5725	4390	4008
2	5042	5818	4461	4073
3	5124	5912	4533	4139
4	5207	6008	4607	4206
5	5291	6105	4681	4274

Elaborado por: La autora

1.4.8. Demanda insatisfecha

Tabla 31.

Demanda insatisfecha.

Detalle	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Demanda insatisfecha mensual
1 kilo	20194	4962	15232	60928
2 kilos	11650	5725	5925	23702
500gm premezclas	10874	4390	6484	25935
abono	3883	4008	125	498

Elaborado por: La autora

Se considera la demanda insatisfecha anual y mensual para el desarrollo posterior del estudio financiero, además es relevante tomar en cuenta la proyección de la demanda.

1.4.9. Estrategias de comercialización

Producto

En el producto se destacará el empaque de sus dos presentaciones la primera es una funda de tela cosida de color verde, incentivando al reciclaje, el segundo empaque será de cartón ayudando al medio ambiente. Se detalla las fechas de caducidad, elaboración, el valor nutricional y contará con el semáforo, de esta manera el cliente accederá a la información de fabricación. Se almacenará la materia prima en lugares adecuados sin humedad, el tercer en una fonda de costal cosida el abono natural con su etiqueta.

Precio

El precio establecido oscila entre los 2,50 donde el producto es accesible para todos los consumidores sin importar estratos sociales y de esta forma ganar acogida en el mercado.

Plaza o canales de distribución

El producto se ofrecerá en lugares físicos como supermercados, también podrán ser vendidos por internet, además se realizará la venta directa a los consumidores de esta forma evitar los intermediarios y a la vez el incremento del precio.

Promoción

La publicidad de la empresa va enfocada a incentivar a la población a consumir este producto el mismo se dará a conocer por los siguientes medios. Se realizará publicidad

radial en la emisora más escuchada de los dos cantones Cayambe y Pedro Moncayo, en una página web y también se enviará a los influencer gastronómicos las tres presentaciones de la harina que realicen la publicidad y promoción de este.

1.5. Estudio técnico – administrativo

1.5.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

Macro localización

La macro localización permite definir la ubicación óptima de la empresa. Está claro que en este caso la empresa productora y comercializadora de harina de chuño estará ubicada al norte del Ecuador, en la región sierra, provincia de Pichincha, cantón Cayambe, parroquia Cangahua.

Figura 23.

Macro localización



Elaborado por: La autora

Micro localización

Para elegir la mejor opción donde se instalará la empresa, se aplica el método de factores ponderados, en el cual se analizarán todos aquellos elementos que puedan afectar o hacer que su ubicación sea la correcta, para ello se estableció tres alternativas posibles (El centro de la parroquia de Cangahua en barrio Simón Bolívar, en la entrada de Cangahua en Guáchala, al norte de Cangahua La Bola de Guáchala) donde se asentará el proyecto. La valoración establecida es de 1 a 5 cada factor, siendo el 5 la mejor opción.

Tabla 32.

Micro localización.

Factor	Peso	Centro de Cangahua Barrio Simón Bolívar		En la Estación (entrada de Cangahua)		En la bola de Guáchala (al norte de Cangahua)	
		Calificación	Peso por calificación	Calificación	Peso por calificación	Calificación	Peso por calificación
Cercanías materias primas	0.4	5	2	3	1.2	2	0.8
Medios de transporte y comunicación	0.2	3	0.6	4	0.8	3	0.6
Disponibilidad de mano de obra	0.10	4	0.4	4	0.4	3	0.3
Disponibilidad de servicios básicos	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45

Posibilidades de desprender desechos	0.1	2	0.2	2	0.2	2	0.2
Cercanía con el cliente	0.05	3	0.15	3	0.15	3	0.15
TOTAL	1		3.8		3.2		2.5

Elaborado por: La autora.

El presente proyecto se pretende implementar en el centro de la parroquia de Cangahua, en el barrio Simón Bolívar, es una zona que tiene algunos aspectos necesarios y positivos como: La cercanía a la materia prima, medios de transporte y comunicación, disponibilidad de mano de obra, disponibilidad de servicios básicos, Posibilidades de desprender desechos, cercanía con el cliente.

Figura 24.

Micro localización



Elaborado por: La autora

1.5.2. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

Mercado

De acuerdo con el presente estudio de mercado se hace como referencia a la pregunta número 11 de la encuesta donde menciona si estará dispuesto a adquirirlas diferentes presentaciones del producto donde se puede apreciar que de las 384 encuestas realizadas el 78% acepta que consume el producto, lo cual representa un total de encuestados de 300 habitantes. De esta manera

Tecnología

Con la finalidad de la elaboración del producto se toma en cuenta los instrumentos tecnológicos, los cuales ayudan al proceso de elaboración del producto. De tal forma se contará con maquinaria y equipo que permitan el desarrollo del proceso productivo de lavado, molido y secado.

Disponibilidad de recursos: Materia prima, Insumos

Para el presente proyecto la principal materia prima es la papa, los agricultores de la parroquia de Cangahua se comprometen en todo el año abastecer del producto con sus características de peso, tamaño y calidad, mediante un convenio de mutuo acuerdo entre las partes el porcentaje de utilización es anual un 75% es útil y 25% se desechos para hacer abono para el medio ambiente y también comida para los animales.

Financiamiento

En el proyecto para el financiamiento se ha revisado algunas opciones ofrecidas por algunas instituciones financieras se cree conveniente solicitar un crédito en BanEcuador, que cuenta con créditos para microempresas por un valor de USD 50,00 hasta USD 50.000,00 a una tasa de interés del 10,21%, que es baja en comparación a las instituciones financieras privadas.

Capacidad instalada

Se analiza la capacidad normal de producción que tendrá la empresa para la elaboración de la harina de chuño, donde se podrá verificar el nivel máximo de producción del proyecto en un tiempo determinado, considerando los recursos humanos, financieros e insumos. Primero se determina el tiempo que lleva realizar cada uno los procesos de producción ya que se realizara tres tipos de presentación del producto y un abono natural para los cultivos, una vez determinado este valor, se procede a multiplicar por las 8 horas de trabajo, y así se determina la producción diaria, los valores obtenidos pueden ser transformados a cantidades semanales, mensuales y anuales. En función a la capacidad instalada se detalla a continuación:

Tabla 33.

Capacidad instalada.

Capacidad instalada					
Harina blanca		Harina premezclada 500 gr		Abono	
Proceso	Tiempo	Proceso	Tiempo	Proceso	Tiempo
Lavado	20 min	Lavado	20 min	Secado	20 min
Molienda	30 min	Molienda	30 min	Empacado	10 min
Horno de secado	30 min	Horno de secado	30 min	Cosido y sellado	20 min
Cernido	20 min	Cernido	20 min	Tiempo de producción 1q	50 min
Cosido y sellado	20 min	Mezcla con otros ingredientes	30 min	Tiempo de trabajo	100 min
Tiempo de producción 1q	120 min	Sellado	130 min	Producción diaria	280 kg
Tiempo de trabajo	240 min	Tiempo de producción 1q	260 min	Tiempo mensual	560 kg
Producción diaria	50 k	Tiempo de trabajo	420 min	Tiempo anual	4837kg
Tiempo Mensual	6000 k	Producción diaria	3784 kg		
Tiempo Anual	6727 kg	Tiempo anual	7568 kg		

Elaborado por: La autora

Tabla 34.
Capacidad instalada en fundas proyectada

Capacidad instalada							
Productos	68%	En kilogramos	1	2	3	4	5
Harina 1 kg	16%	6727 kg	6727 f	6836	6947	7060	7174
Harina 2 kg	18%	7568 kg	3784 f	3845	3845	3908	3908
Harina premezclada 500 gr	13%	4837 kg	9674 f	9831	9831	9990	10152
25 libras de abono	21%	2943 kg	767 f	779	792	804	817
TOTAL		22076 kg	20952 f				

Elaborado por: La autora

Por lo tanto, la capacidad instalada de la es de un total de 22.076kg que esto se transforma a fundas en 20.952 fundas.

1.5.3. Ingeniería del proyecto

Distribución de la planta

En el presente proyecto se buscará instalaciones adecuadas a las necesidades de la microempresa, para ello es necesario que la infraestructura física de la empresa cuente con lo establecido en el Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para alimentos procesados, donde el artículo 107 especifica las disposiciones actualizadas para que una empresa manufacturera pueda ejecutar su proceso de calidad y seguridad alimentaria, así mismo el área que se pretende destinar para la ocupación de las instalaciones es de 400m², se distribuirá de la siguiente manera:

Tabla 35.

Distribución de la infraestructura.

Número de áreas	Nombre del área	Metros cuadrados a utilizar
1	Parqueadero	52m
2	Área administrativa	52m
3	Baños	24m
4	Bodega de materia prima	75m
5	Planta de producción	110m
6	Área Operativo	20m
7	Bodega Productos Terminados	67m
TOTAL		400m2

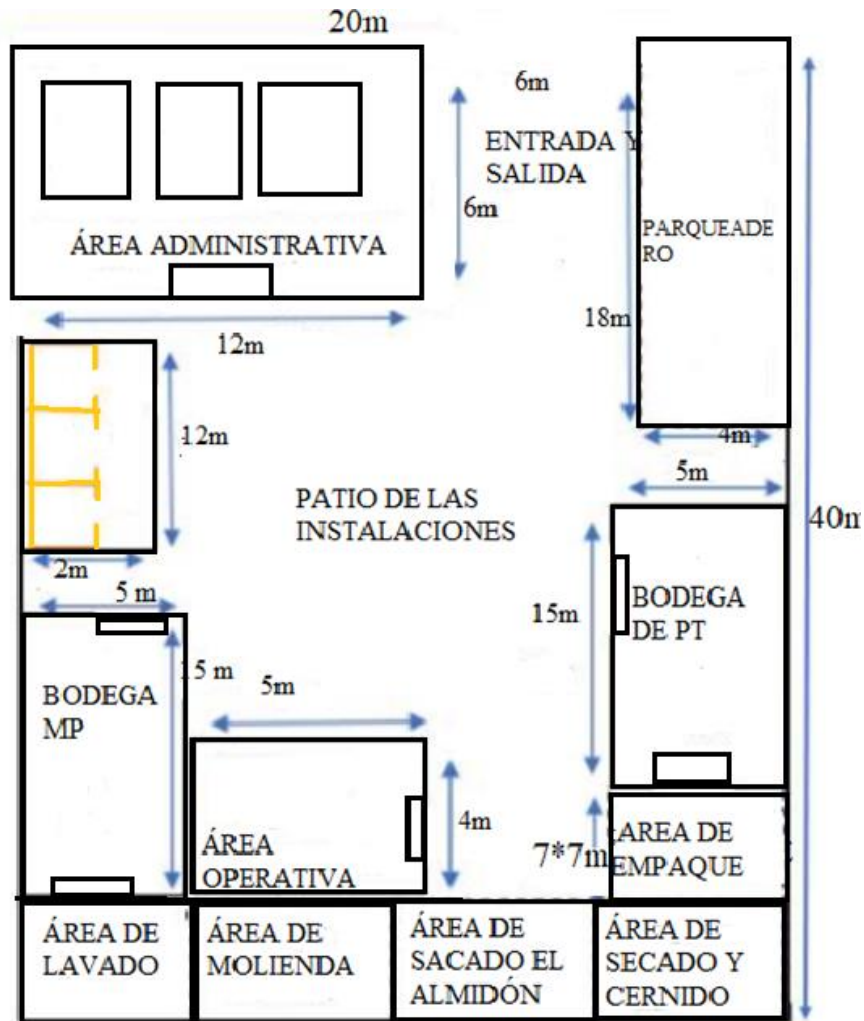
Elaborado por: La autora

Diseño planimétrico de la planta

En el presente proyecto el área que se pretende destinar para la ocupación de las instalaciones es de 800 m², para el diseño se toma como referencia la edificación como una industria, mediante las normas Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) divide en siete partes el terreno y con dimensiones diferentes se distribuirá de la siguiente manera:

Figura 25.

Diseño de las instalaciones de la empresa.



Elaborado por: La autora.

Requerimiento de Mano de obra

La mano de obra que requiere la empresa para iniciar sus actividades se detalla a continuación:

Producción:

Tabla 36.

Requerimiento de mano de obra.

Cantidad	Cargo
1	Jefe de producción
1	Operarios
1	Bodeguero

Elaborado por: La autora.

Personal Administrativo:

Tabla 37.

Requerimiento del personal administrativo.

Cantidad	Cargo
1	Gerente
1	Recursos humanos
1	Contador

Elaborado por: La autora.

Personal de Ventas:

Tabla 38.

Requerimiento del personal de ventas.

Cantidad	Cargo
1	Vendedor

Elaborado por: La autora.

1.5.4. Identificación y descripción de los procesos

Caracterización y diseño del producto/servicio

La empresa ofrecerá dos productos el ingrediente principal de los mismo es la harina de chuño(papa), la primera presentación es de harina blanca, será de 1 kilogramo y 2 kilogramos el envase es de funda de tela de color verde claro dando a conocer que este color muestra armonía, salud y vida, el sellado será cocido y tendrá su respectiva etiqueta en la cual contiene: las indicaciones de una receta, fecha de elaboración.

La segunda presentación son los productos premezclados donde la harina de chuño se mesclará con otros ingredientes y en cuatro pasos podrán disfrutar de un delicioso prostre contiene 500 gramos su empaque será de cartón de color verde, tendrá al reverso de la caja las instrucciones de preparación, la semaforización respectiva, aviso de que el empaque es reciclable, información nutricional, fecha de elaboración, fecha de caducidad, números de atención al cliente y otras opciones de recetas para brindar información de opciones similares que tendrá el cliente.

El ultimo producto se empacará en una bolsa de costal con sus debidas precauciones y etiquetado.

Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

A continuación, se describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto, es importante indicar cada una de las fases del proceso para conocer en que consiste el mismo. Se realizará un convenio de compra con la asociación de productores de la

parroquia de Cangahua, el mismo que consta con el acuerdo de las dos partes, se pretende que brinde su servicio de entrega de papas con las características establecidas como son tamaño, calidad, cantidad y precio en el mismo se incluye el transporte de entrega en la puerta de las instalaciones, de ahí se procede a la recepción de la materia prima y el respectivo ingreso a bodega para iniciar la producción.

En el proceso de lavado comienza con el ingreso de la materia prima a las tinas de acero inoxidable para proceder a eliminar las impurezas. Luego se procede a ingresar en el molino la papa de acuerdo con su tamaño que el departamento de producción lo estipule respectivamente. Después en el proceso de enjague se procede a poner en agua la papa triturada se deja que repose la harina por media hora posteriormente se pretende tener dos lavados más para sacar el almidón, seguidamente se procede a dar paso al secado de la harina se ingresa a un horno de secado por dos horas a temperatura de 160 grados, en seguida se saca y se espera que se enfríe por 30 minutos en temperatura ambiente, inmediatamente se procede a desmenuzar y cernir la harina se realiza un control de calidad para conocer si está en óptimas condiciones la harina para el siguiente paso que es peso, empaque y sellado del producto final, por último el almacenamiento una vez terminado el empaque, se procede al almacenamiento del producto final a bodega por ende a la venta y distribución.

1.5.5. Estructura organizativa y administrativa

Misión

Somos una empresa que brinda un producto de calidad aprovechando las propiedades nutritivas y agrícolas de la papa con el fin de producir y comercializar harina de papa a través de las necesidades, exigencias y expectativas del mercado.

Visión

Para el año 2028 ser una empresa líder aportando con estándares de calidad en sus productos, comprometida con el desarrollo de la región, siendo una empresa pionera en la producción de derivados de la papa.

Políticas

Gerencia

Asumir como una obligación propia de sus responsabilidades, el compromiso de ejercer el liderazgo en la implantación y aplicación de conductas acorde con la empresa. actuando como impulsor, guía y ejemplo en el cumplimiento de los valores.

Producción:

Ejecutar la elaboración de harina de Chuño, envasado en sus tres presentaciones bolsa de tela, y caja de cartón cada uno de los mismos sellados y etiquetados con un grado exigente de calidad, que satisfaga a los clientes.

Comercialización:

Poner en marcha la estrategia de comercialización de los productos, orientados al segmento de clientes ya establecidos se ofrece no sólo las mejores harinas, sino también

un eficiente servicio de distribución mediante transporte propio que permita, a lo largo del tiempo, desarrollar y consolidar una cartera de clientes fidelizada y un concreto reconocimiento del mercado hacia la marca del producto.

Financiero

Deberá mantener un seguimiento constante de la contabilidad y la elaboración de informes financieros, resultantes de la misma cuenta anuales, declaraciones tributarias, preparación de informe para el departamento de Gerencia o para terceras personas, entidades Bancarias, auditorías externas y entidades públicas.

Valores

Honestidad

Es un comportamiento de transparencia, lealtad, sinceridad y franqueza, son valores que en la actualidad el público no solamente desea para la empresa busca y exige esto con lleva a ver y usar la verdad como herramienta para ganarse la confianza y credibilidad frente al entorno.

Puntualidad

No solo se habla de ser respetuoso con los plazos de entrega de mercancía, sino también darle la importancia a la puntualidad a la hora de llegada y salida. Así mismo, tener especial consideración con el tiempo de los clientes, proveedores, socios en casos de reuniones y pagos de facturas.

Trabajo en equipo

Promover la colaboración de los trabajadores, y la administración del trabajo importante en un ambientes corporativos donde la tolerancia, respeto, la admiración y la consideración son las prioridades en equipo aportando lo mejor de cada uno y asumiendo responsabilidades para la consecución de los objetivos.

Innovación y mejoramiento continuo

Ampliar el campo de la agricultura en base al desarrollo de nuevos productos, también se busca impulsar nuevos modelos de producto, ofrecer nuevos servicios y mejorar los procesos para hacer más fácil el proceso de fabricación de nuevos resultados teniendo en cuenta el cuidado del medio ambiente.

Marca e imagen corporativa

A continuación, se presenta el logotipo de la nueva empresa es la imagen con la cual el cliente la reconocerá de la organización harinera, se busca difundir un mensaje claro por eso motivo la tipología de letras es moderna representa la fuerza, se busca transmitir al cliente la personalidad fuerte de poder tener una vida saludable, en la tipología de colores el color verde conlleva con el medio ambiente genera paz es por ello que va de la mano con la innovación de cuidado del mismo, el color naranja difunde juventud y el color crema representa la serenidad de la calidad que quiere mostrar el producto y por último el color rosado que representa el color de la papa.

Figura26.

Logotipo de la empresa.



Fuente: Investigación propia

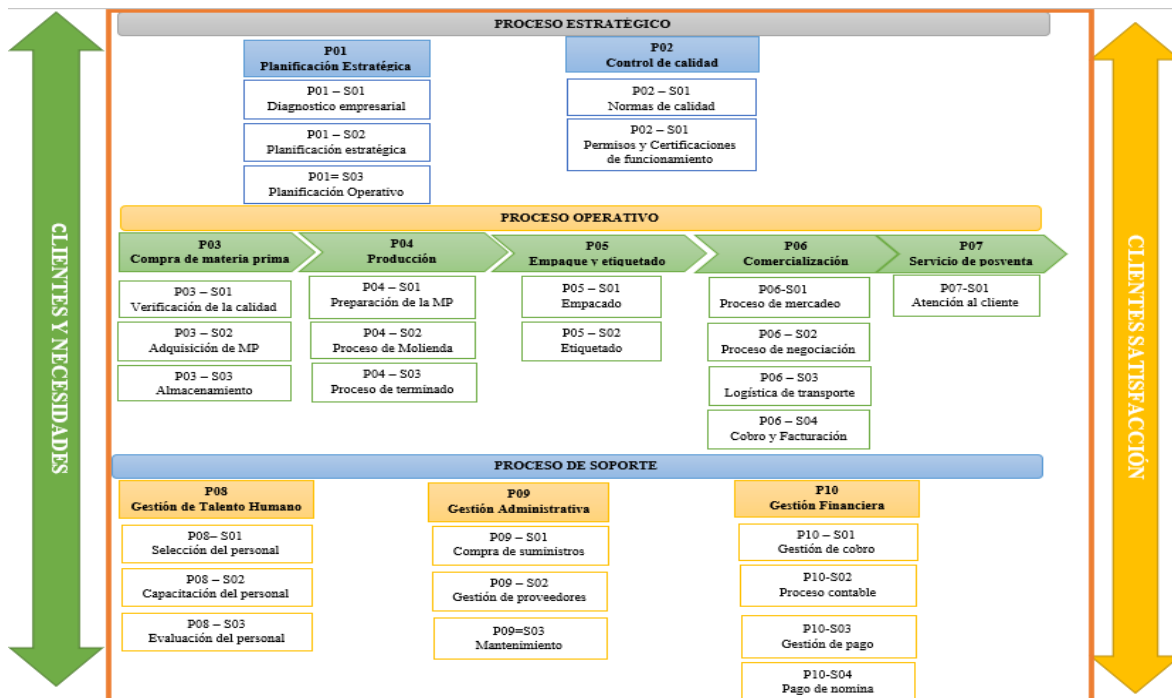
Elaborado por: La autora

Mapa de procesos

El principal objetivo del mapa de procesos es para ofrecer una visión clara de las tareas y procesos que se deben desarrollar en la empresa a continuación se detalla el mismo.

Figura 27.

Mapa de procesos



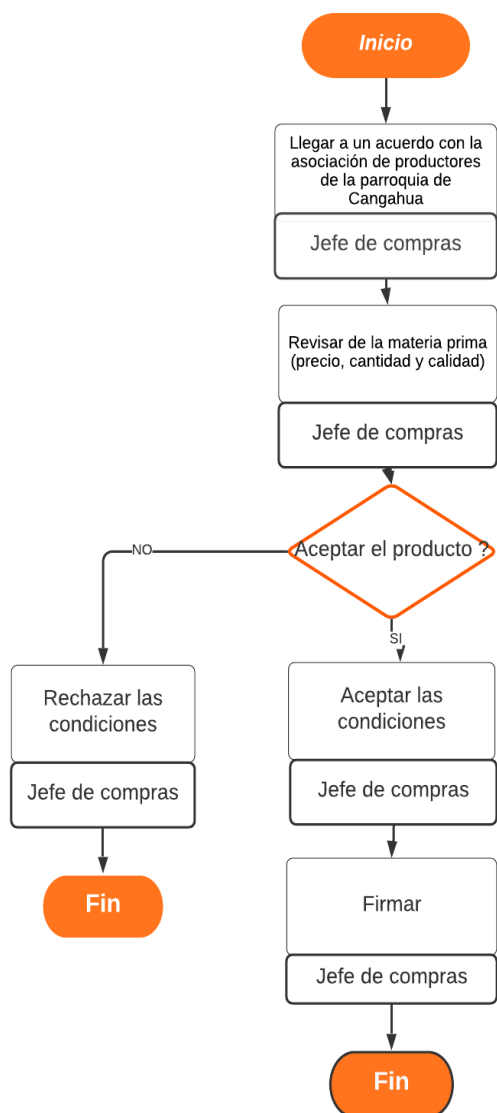
Elaborado por: La autora.

Flujograma de actividades

Diagrama de flujo de la verificación de calidad se especifica como se realizará el proceso de selección de la papa a continuación:

Figura 28.

Flujograma de la verificación de la calidad



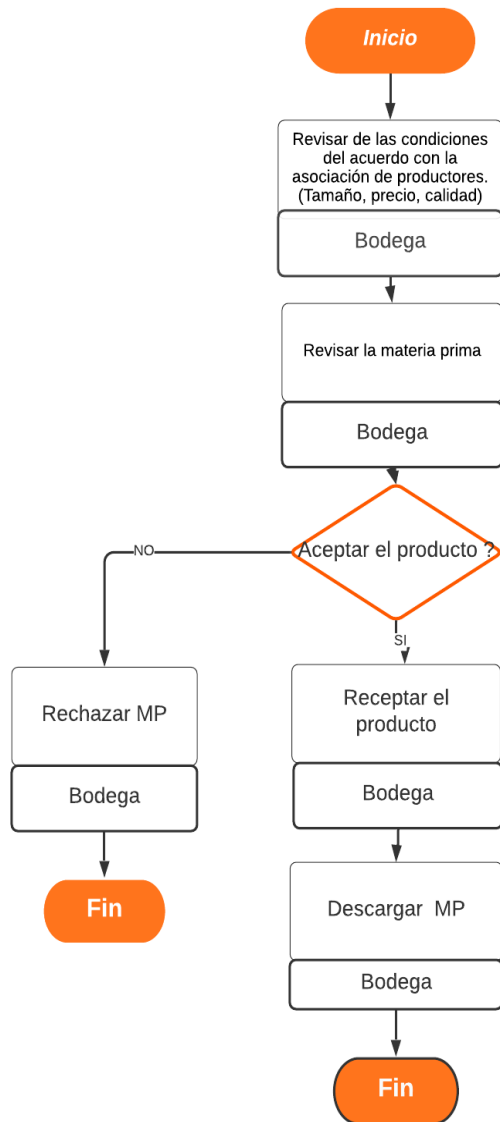
Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

A continuación, Diagrama de flujo de la adquisición de la materia prima se describe cómo se realizará el proceso de verificación de este si se encuentra apta para el ingreso a bodega se detalla a continuación:

Figura 29.

Flujogramas de la adquisición de materia prima.



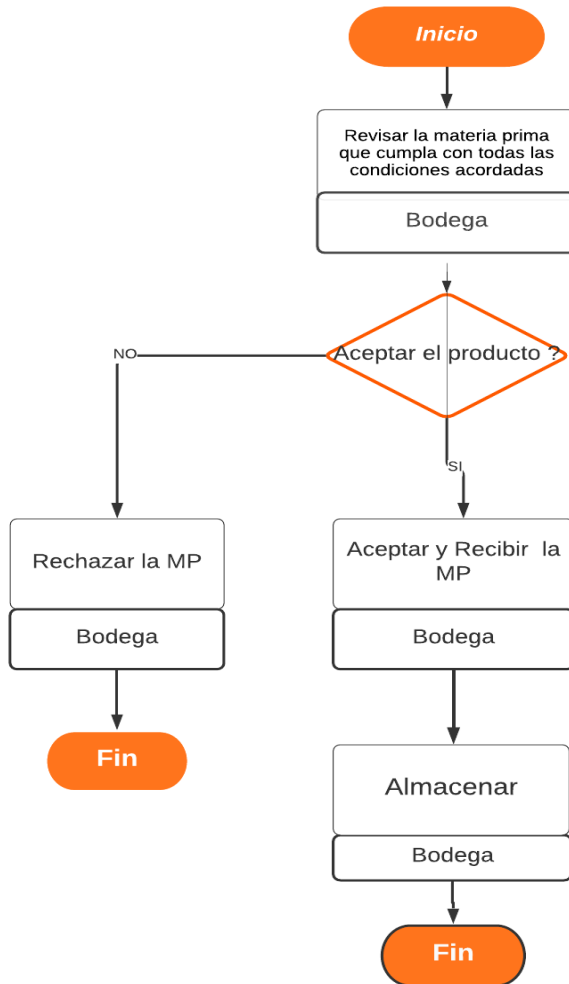
Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Diagrama de flujo del proceso de almacenamiento de la materia prima se detalla a continuación:

Figura 30.

Flujograma de almacenamiento.



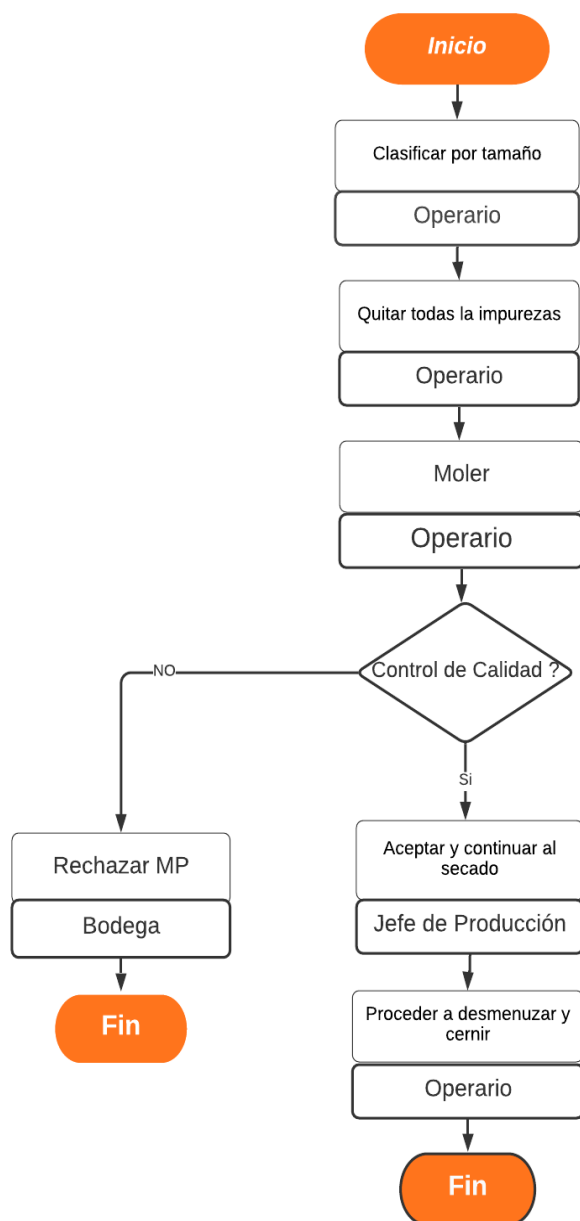
Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Diagrama de flujo del proceso de producción se detalla a continuación:

Figura 31.

Flujograma del proceso de producción



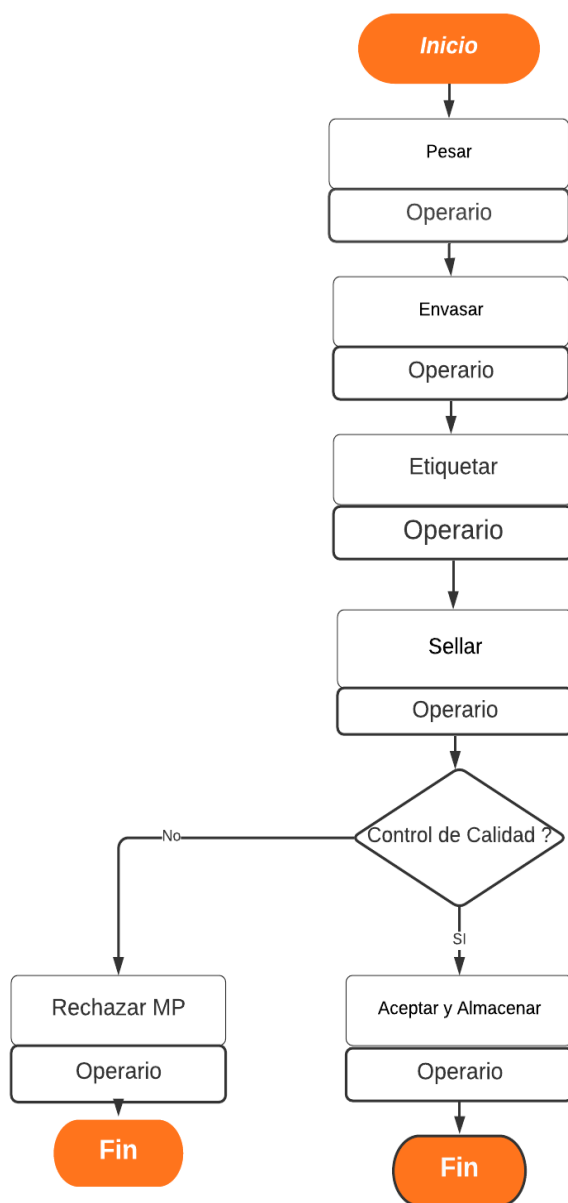
Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Diagrama de flujo del proceso de empaque y etiquetado se detalla a continuación:

Figura 32.

Flujograma del proceso de empaque y etiquetado.

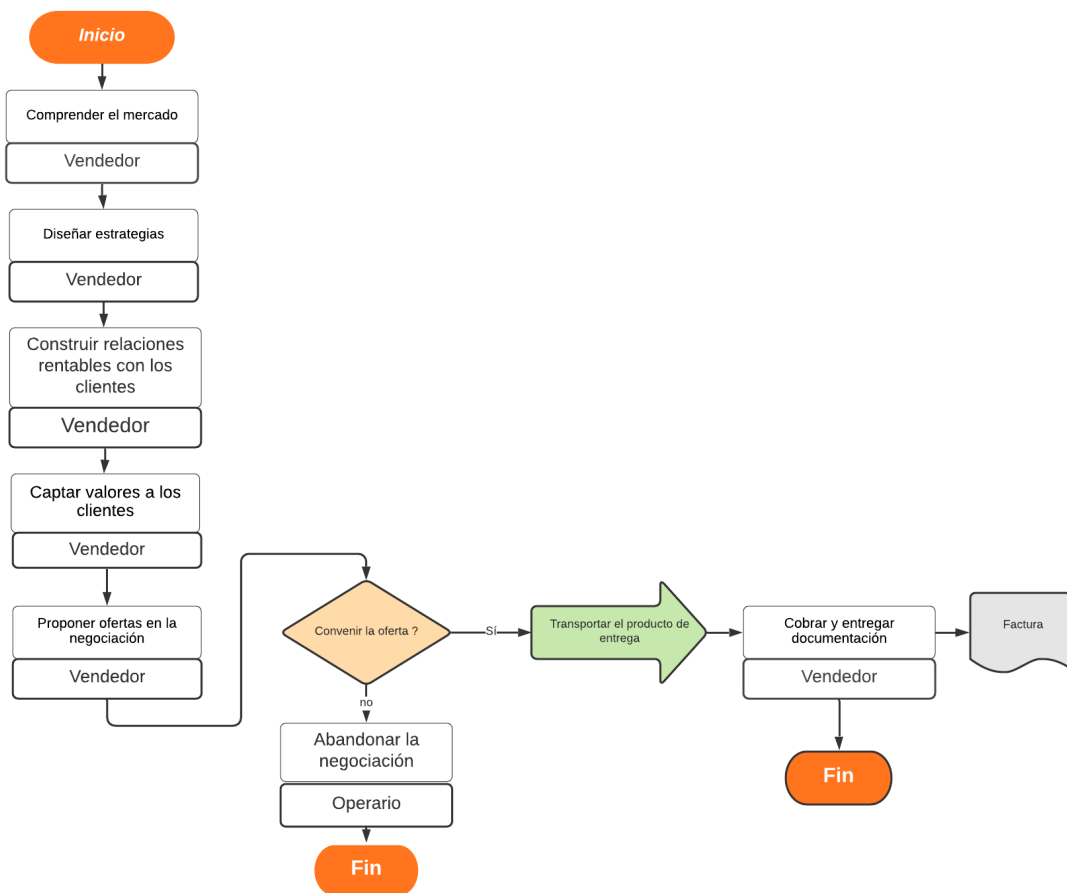


Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Diagrama de flujo de comercialización se detalla a continuación:

Figura 33.
Flujograma del proceso de comercialización



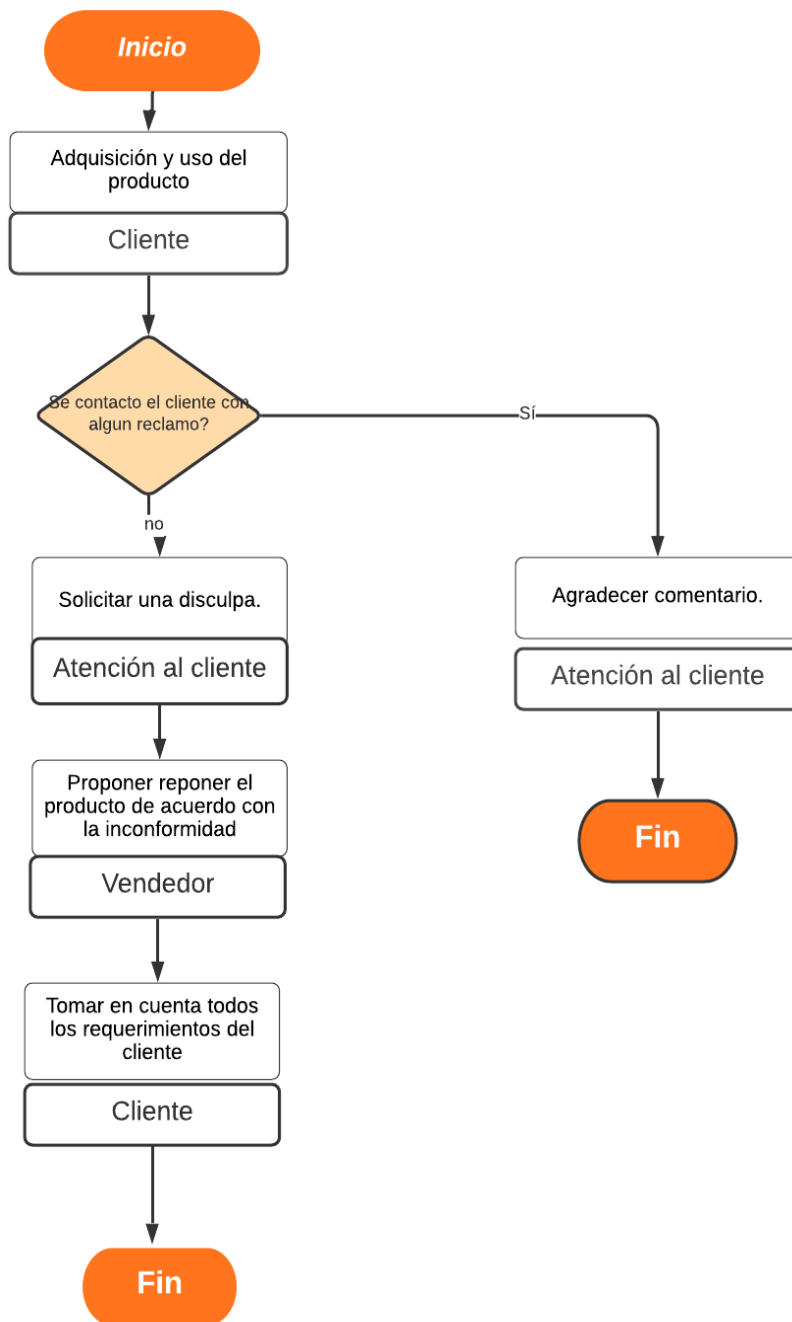
Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Diagrama de flujo de posventa se detalla a continuación:

Figura 34.

Flujograma del proceso de posventa.



Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Descripción del diagrama de flujo

Descripción de la verificación de calidad de la materia prima se especifica como se realizará el proceso de selección de la papa a continuación:

Tabla 39.

Descripción de la verificación de la calidad de la materia prima.

No.	Entradas	Actividades (ar-er-ir)	Responsable	Salida
1		Llegar a un acuerdo con la asociación de productores de la parroquia de Cangahua	Jefe de Compras	
2		Revisar de la materia prima (precio, cantidad y calidad) DECISIÓN SI o NO	Jefe de Compras	
3		No: Rechazar las condiciones	Jefe de Compras	FIN
4		Si: Aceptar, firmar	Jefe de Compras	FIN

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Descripción de la adquisición de la materia prima se explica cómo se realizará el proceso de verificación de este si se encuentra apta para el ingreso a bodega se detalla a continuación:

Tabla 40.*Descripción de la adquisición de la materia prima.*

No.	Entradas	Actividades (ar-er-ir)	Responsable	Salida
1		Revisar de las condiciones del acuerdo con la asociación de productores. (Tamaño, precio, calidad)	Bodega	
2		Revisión de la materia prima DECISIÓN SI o NO	Bodega	
3		No: Rechazar la materia prima	Bodega	FIN
4		Si: Aceptar, descargar la materia prima	Bodega	FIN

Fuente: Investigación propia.**Elaborado por:** La autora.

Descripción del proceso de almacenamiento de la materia prima se detalla a continuación:

Tabla 41.*Descripción del Almacenamiento de la materia prima.*

No.	Entradas	Actividades (ar-er-ir)	Responsable	Salida
1		Revisar la materia prima que cumpla con todas las condiciones acordadas, DECISIÓN SI o NO	Bodega	
2		No: Rechazar la materia prima	Bodega	FIN
3		Si: Aceptar y almacenar	Bodega	
4		Almacenar	Bodega	FIN

Fuente: Investigación propia.**Elaborado por:** La autora.

Descripción del proceso de producción del producto detalla a continuación:

Tabla 42.

Descripción del proceso de producción.

No.	Entradas	Actividades (ar-er-ir)	Responsable	Salida
1		Clasificar por tamaño.	Operario	
2		Quitar todas las impurezas	Operario	
3		Moler	Operario	
		DECISIÓN SI o NO		
4		No: Rechazar	Jefe de Producción	FIN
5		Si: Aceptar y continuar al secado	Jefe de producción	
6		Proceder a desmenuzar y cernir	Operario	FIN

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Descripción del proceso de empaque y etiquetado se describe a continuación:

Tabla 43.

Descripción de empaque y etiquetado.

No.	Entradas	Actividades (ar-er-ir)	Responsable	Salida
1		Pesar	Operario	
2		Envasar	Operario	
3		Etiquetar	Operario	
4		Sellar	Operario	
		DECISIÓN SI o NO		
6		No: Rechazar	Operario	FIN
7		Si: Aceptar y Almacenar	Operario	FIN

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Descripción del proceso de comercialización se detalla a continuación:

Tabla 44.

Descripción del proceso de comercialización.

No.	Entradas	Actividades (ar-er-ir)	Responsable	Salida
1		Comprender el mercado	Vendedor	
2		Diseñar estrategias	Vendedor	
3		Construir relaciones rentables con los clientes	Vendedor	
4		Captar valor a los clientes.	Vendedor	
5		Proponer ofertas en la negociación	Vendedor	
		DECISIÓN SI o NO		
6		No: Abandonar la negociación	Vendedor	FIN
7		Si: Aceptar negociación	Vendedor	
8		Entregar el producto		Transporte: Entrega del producto
9		Cobrar y Entrega de factura	Vendedor	Documento: Factura FIN

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Descripción del proceso posventa se detalla a continuación:

Tabla 45.

Descripción del proceso de posventa.

No.	Entradas	Actividades (ar-er-ir)	Responsable	Salida
1		Adquisición y uso del producto	Cliente	
		DECISIÓN SI o NO		
2		Si: Agradecer comentario.	Atención al cliente	FIN
3		No: Solicitar una disculpa.	Atención al cliente	
4		Proponer reponer el producto de acuerdo con la inconformidad	Vendedor	
5		Tomar en cuenta todos los requerimientos del cliente	Cliente	FIN

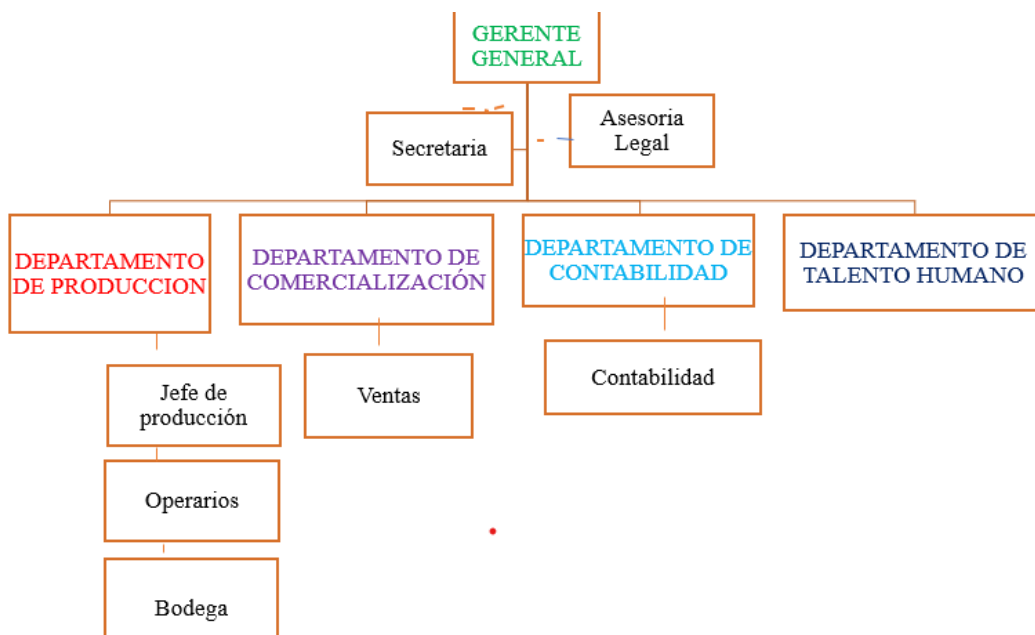
Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Organigrama estructural

El organigrama estructural que se realizará de acuerdo con sus áreas, con el fin de facilitar el conocimiento de cada departamento, con sus niveles de autoridad y línea de mando será vertical este podrá modifica de acuerdo con el crecimiento de la empresa.

Figura 35.
Organigrama



Fuente: Estudio organizacional del proyecto.

Elaborado por: La autora.

Manual de funciones

En el manual de funciones se pone en conocimiento a cada miembro de la empresa cada una de las funciones que va a ejecutar para la obtención de los objetivos planteados

por la organización, a continuación, se describe las principales funciones del personal de cada área de la empresa.

Tabla 46.

Manual de funciones de la Gerencia

	MANUAL DE FUNCIONES	Código: MDF-01
		Versión: 01
		Vigencia: 27 de julio de 2021

Nombre del Puesto: Gerente General

Departamento: Administrativo

Resumen del puesto:

- Gestionar, adquirir y administrar para el desarrollo de la empresa.
- Controlar y evaluar el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- Monitorear el crecimiento de la empresa.

Responsabilidades/Funciones:

- Analizar la situación actual de la empresa.
- Tomar decisiones imparciales.
- Gestionar y ejecutar las actividades para el crecimiento de la empresa.
- Controlar el cumplimiento de objetivos.

Experiencia y Estudios mínimos requeridos:

- Título de tercer nivel en: Contabilidad y Auditoría, Administración de Empresas, Economía, Agroindustrias o disciplinas a fines.
- Experiencia mínima de dos años en cargos similares.
- Conocimientos de la producción alimenticia e industrias nacionales.

Fecha de elaboración:	Elaborado y revisado por:	Autorizó:
12-04-2023		

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Tabla 47.

Manual de funciones del jefe de producción.

	MANUAL DE FUNCIONES	Código:	MDF-01
		Versión:	01
		Vigencia:	27 de julio de 2021

Nombre del Puesto: jefe de Producción.

Departamento: Producción.

Resumen del cargo:

Vigilar e inspeccionar las diferentes áreas de producción que son: lavado, molienda, sacado del almidón, cernido y empacado para lograr el producto terminado, también el manejo adecuado de la materia prima, control de estándares de la productividad y la calidad establecida.

Responsabilidades/Funciones:

- Inspeccionar las áreas de producción.
- Controlar, vigilar y ayudar a los operadores en los momentos necesarios.
- Aprobar, apoyar y entregar las respectivas ordenes de trabajo a cada área.
- Monitorear el mantenimiento de los equipos.

Experiencia y Estudios mínimos requeridos:

- Título de tercer nivel en: Agroindustrias.
- Experiencia mínima de dos años en cargos similares.
- Conocimientos en computación y mecánica.

Fecha de elaboración:	Elaborado y revisado por:	Autorizó:
12-04-2023		

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Tabla 48.

Manual de funciones del personal de producción.

	MANUAL DE FUNCIONES	Código: MDF-01
		Versión: 01
		Vigencia: 27 de julio de 2021

Nombre del Puesto: Operarios

Departamento: Producción.

Resumen del cargo:

Acatar órdenes del supervisor asignado en el área, para obtener cumplir con lo planificado.

Responsabilidades/Funciones:

- Trabajar en el área asignada.
- Tener comunicación con el supervisor tener en cuenta los retrasos y avances que exista en la producción.
- Velar el cumplimiento de calidad del producto.

Experiencia y Estudios mínimos requeridos:

- Título de Bachiller
- Experiencia mínima de tres meses en cargos similares.
- Conocimientos básicos de mecánica, empaque entre otros.

Fecha de elaboración:	Elaborado y revisado por:	Autorizó:
12-04-2023		

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Tabla 49.

Manual de funciones del personal de bodega.

	MANUAL DE FUNCIONES	Código:	MDF-01
		Versión:	01
		Vigencia:	27 de julio de 2021

Nombre del Puesto: Bodega

Departamento: Producción.

Resumen del cargo:

Acatar órdenes del supervisor asignado en el área, para obtener cumplir con lo planificado.

Responsabilidades/Funciones:

- Despachar la mercadería.
 - Llevar un control de ingreso y salida de la mercadería.
 - Recibir la mercadería con una che lis de calidad
-

Experiencia y Estudios mínimos requeridos:

- Título de Bachiller
 - Experiencia mínima de tres meses en cargos similares.
 - Conocimientos básicos de Excel.
-

Fecha de elaboración:	Elaborado y revisado por:	Autorizó:
12-04-2023		

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Tabla 50.

Manual de funciones del vendedor

	MANUAL DE FUNCIONES	Código:	MDF-01
		Versión:	01
		Vigencia:	27 de julio de 2021

Nombre del Puesto: Vendedor.

Departamento: Comercialización

Resumen del cargo:

Realizar la atención al cliente, se encargará de la búsqueda de nuevos clientes, la persuasión en la compra del producto por parte del cliente y las respectivas visitas postventa.

Responsabilidades/Funciones:

- Captar nuevos clientes.
 - Tener comunicación y apoyo a los vendedores cuando sea necesario.
 - Revisión del producto al momento de entrega.
-

Experiencia y Estudios mínimos requeridos:

- Título de Bachiller
 - Experiencia mínima de seis meses en cargos similares.
 - Conocimientos básicos en ventas.
 - Conocimiento de servicio al cliente.
-

Fecha de elaboración:	Elaborado y revisado por:	Autorizó:
12-04-2023		

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

Tabla 51.

Manual de funciones del contador general

	MANUAL DE FUNCIONES	Código: MDF-01
		Versión: 01
		Vigencia: 27 de julio de 2021

Nombre del Puesto: Contador General.

Departamento: Contabilidad.

Resumen del cargo:

Ejercer la gestión contable, financiera y tributaria de la empresa para lograr eficientemente los objetivos del departamento.

Responsabilidades/Funciones:

- Realzar el registro de las operaciones de la empresa.
 - Monitorear el pago de impuestos.
 - Administrar y controlar los pagos correspondientes a los proveedores, también el cobro a los clientes.
 - Entregar los informes financieros a la Gerencia.
-

Experiencia y Estudios mínimos requeridos:

- Título de tercer nivel en: Contabilidad y estudios a fines.
- Experiencia mínima de dos años en cargos similares.
- Conocimientos de servicio al cliente, Normativa en tributación, IESS, conocimientos en NIFF, Normas laborales.

Fecha de elaboración:	Elaborado y revisado por:	Autorizó:
12-04-2023		

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora.

1.5.6. Constitución legal de la empresa

La empresa se constituirá como persona natural, y se determinará su naturaleza en función de las bases imponibles en ingresos, gastos y capital establecidas por la Administración Tributaria. Ya que según la organización se realizará la Asociación de Accionistas Simplificados porque no tiene límite de iniciación del capital Se considera una empresa productiva, dedicada principalmente a la elaboración de harina de papa, permite abastecer a mercados, tiendas y supermercados de la localidad.

Nombre comercial de la empresa

La actual empresa productiva tendrá como nombre comercial Molinera Wasi Chuño, con el beneficio que este nombre pueda atraer la atención de los consumidores la selección de este se debe a que su significado se encuentra en el idioma quechua de tal forma que los clientes se sientan identificados por una lengua nativa de los pueblos indígenas con esto se busca promover la culturalidad de los agricultores.

1.6. Estudio financiero

En este estudio se utiliza información obtenida en el análisis técnico y de mercado, los cuales ayudan a la realización de las proyecciones de los ingresos, costos, gastos, las depreciaciones de los activos fijos y las amortizaciones de los diferidos, se desarrollarán los estados financieros proyectados, iniciando con el de situación financiera compuesto por los activos, pasivos y patrimonios, el de resultados, y el del flujo del efectivo que se lleva a cabo desde el año cero, después se procede a efectuar una revisión económica utilizando criterios de evaluación y se establecen indicadores donde se determina la factibilidad del proyecto.

1.6.1. Inversiones y capital de trabajo

Inversión fija

En esta sección se presenta las inversiones fijas que incluye maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de cómputo.

Maquinaria y equipo

Se detalla a continuación, la maquinaria para la elaboración de la harina de chuño.

Tabla 52.

Maquinaria y equipo.

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tinas metálicas	1	200,00	400,00
Mesa de aluminio	2	100,00	200,00
Cernidor	1	200,00	200,00
Secador	1	500,00	500,00
Balanza	1	150,00	150,00
Selladora	1	200,00	200,00
Horno	1	5000,00	5000,00
TOTAL			6650,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Muebles y enseres

Los muebles necesarios para la adecuación del área administrativo.

Tabla 53.

Muebles y enseres.

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
10	Sillas ergonómicas	\$70,00	\$700,00
1	Mesa de reuniones	\$100,00	\$100,00

2	Escritorios	\$230,00	\$460,00
Total			\$1.260,00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora

Equipo de cómputo.

Se detalla a continuación el equipo de cómputo para el funcionamiento del área administrativas.

Tabla 54.

Equipo de cómputo.

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2	Laptop	\$450,00	\$900,00
1	Impresora Epson WF-2750	\$250,00	\$250,00
Total			\$1.150,00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora

Obra civil necesaria

Para la implementación del negocio, se considera adecuar el local físico que se arrendará, para ello se requieren los siguientes gastos en la instalación:

Tabla 55.

Gastos de instalación

Descripción	Total
--------------------	--------------

Pintura	\$	80,00
Señalética	\$	150,00
Instalaciones eléctricas	\$	300,00
Total	\$	530,00

Elaborado por: La autora

Los gastos para adecuar correctamente las instalaciones son de 530,00\$, donde se considera la pintura, señalética e instalaciones eléctricas que son indispensables para el funcionamiento.

Resumen de inversión fija

A continuación, se detalla la inversión fija que tiene en el proyecto es de activos fijos contribuyen a las actividades de la empresa.

Tabla 56.

Resumen de inversión fija.

Descripción	Valor
Equipo de computación	\$1.150,00
Muebles y enseres	\$1.260,00
Maquinaria y equipo	\$6.650,00
TOTAL, INVERSIÓN FIJA	\$8.860,00

Elaborado por: La autora.

Requerimiento personal

El requerimiento del personal está conformado por un Gerente, Talento humano, Contador, jefe Producción, operario 1, bodeguero, un vendedor por comisión.

Tabla 57.

Requerimiento Personal.

MANO DE OBRA PRODUCCIÓN

Descripción	número de	Total, mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondos de reserva 8.33%	Aporte patronal 12.15%	Total mensual
Jefe de producción	1	\$500,00	\$41,67	\$37,50	\$20,83	\$41,65	\$51,64	\$693,29
Operario	1	\$450,00	\$37,50	\$37,50	\$18,75	\$37,49	\$51,64	\$632,88
Bodeguero	1	\$450,00	\$37,50	\$37,50	\$18,75	\$37,49	\$51,64	\$632,88
Total personal		1400,00	116,67	112,50	58,33	116,62	154,92	1959,04
MANO DE OBRA ADMINISTRACIÓN								
Descripción	número de	Total, mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondos de reserva 8.33%	Aporte patronal 12.15%	Total mensual
Gerente	1	\$750,00	\$62,50	\$37,50	\$31,25	\$62,48	\$91,13	\$1.034,85
Talento humano	1	\$500,00	\$41,67	\$37,50	\$20,83	\$41,65	\$60,75	\$702,40
Contadora	1	\$500,00	\$41,67	\$37,50	\$20,83	\$41,65	\$60,75	\$702,40
Total personal		\$ 1.750,00	145,83	112,50	72,92	145,78	212,63	2439,65
MANO DE OBRA VENTAS								
Descripción	número de trabajadores	Total, mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondos de reserva 8.33%	Aporte patronal 12.15%	Total mensual
Vendedor por comisión	1	\$450,00	\$37,50	\$37,50	\$18,75	\$37,49	\$51,64	\$632,88
Total personal		\$450,00	\$37,50	\$37,50	\$18,75	\$37,49	\$51,64	\$632,88

Elaborado por: La autora.

Capital de trabajo

El capital de trabajo está constituido por un capital adicional, es por ello que es la primera inversión hay que financiar antes de percibir ingresos y contar con cierta cantidad

de efectivo para cubrir gastos diarios de la empresa, donde se considera los tres primeros meses, los porcentajes del índice de crecimiento y de inflación de precio dividido de manera mensual en este caso se sacó para tres meses y anual.

Tabla 58.
Capital de trabajo

Detalle	Requerimiento mensual	Requerimiento Total de C.T
Servicios básicos	\$46,00	\$138,00
Suministros de oficina	\$30,00	\$90,00
Sueldos personales administrativo	1750	\$5.250,00
Sueldo personal operario	\$1.400	\$4.200,00
Publicidad	\$120,00	\$360,00
Sueldo personal de ventas por comisión	\$450	\$1.350,00
Constitución	\$144,00	\$432,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$3.940,00	\$11.820,00

Elaborado por: La autora

Total inversión

Tabla 59.
Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	
Capital de trabajo	\$11.821,00
Inversión fija	\$8.860,00

Total inversión inicial	\$20.681,00
--------------------------------	--------------------

Elaborado por: La autora

Para dicha inversión inicial del proyecto se tiene previsto un capital de trabajo de \$11.821,00 y un a inversión fija de \$8.860,00 este valor contiene todo lo que se necesita para la implementación.

Total de inversión

Para iniciar el proyecto se cuenta con un fondo propio de \$8.479,21 que representa el 41% y el resto que corresponde al 59% se realizará un préstamo a la entidad financiera de Band Ecuador ya que apoyan a los microempresas y empresas nuevas con el valor de \$13.000,00 este porcentaje es necesario para el proyecto.

Tabla 60.

Total inversión.

ESTRUCURA DE LA INVERSIÓN		
Descripción	CANTIDAD	PORCENTAJE
Capital Propio	\$8.479,21	41%
Financiamiento	\$12.201,79	59%
TOTAL	\$20.681,00	100,00%

Elaborado por: La autora.

Fuentes de financiamiento y costo de capital.

El financiamiento es de \$13.000,00 a una tasa de interés preferencial para las micro pequeñas y medianas empresas a 10,21% al banco BanEcuador, para un plazo de 3 años.

Tabla 61.*Financiamiento.*

MONTO	\$ 13.000,00
N°PAGOS/AÑO	3
NUMERO DE CUOTAS	36
TASA DE INTERÉS	10,18%
tasa de INTERÉS	0,8111%
CUOTA	\$ 417,85

Fuente: Investigación propia.**Elaborado por:** La autora.**Tabla 62.***Tabla de amortización del préstamo*

N° DE Período	Capital	Interés	Cuota	Amortización	Saldo
0					
1	\$ 13.000,00	\$ 105,45	\$ 417,85	\$ 312,40	\$ 12.687,60
2	\$ 12.687,60	\$ 102,92	\$ 417,85	\$ 314,94	\$ 12.372,66
3	\$ 12.372,66	\$ 100,36	\$ 417,85	\$ 317,49	\$ 12.055,17
4	\$ 12.055,17	\$ 97,79	\$ 417,85	\$ 320,07	\$ 11.735,11
5	\$ 11.735,11	\$ 95,19	\$ 417,85	\$ 322,66	\$ 11.412,45
6	\$ 11.412,45	\$ 92,57	\$ 417,85	\$ 325,28	\$ 11.087,17
7	\$ 11.087,17	\$ 89,93	\$ 417,85	\$ 327,92	\$ 10.759,25
8	\$ 10.759,25	\$ 87,27	\$ 417,85	\$ 330,58	\$ 10.428,67
9	\$ 10.428,67	\$ 84,59	\$ 417,85	\$ 333,26	\$ 10.095,42
10	\$ 10.095,42	\$ 81,89	\$ 417,85	\$ 335,96	\$ 9.759,45
11	\$ 9.759,45	\$ 79,16	\$ 417,85	\$ 338,69	\$ 9.420,77
12	\$ 9.420,77	\$ 76,42	\$ 417,85	\$ 341,43	\$ 9.079,33
13	\$ 9.079,33	\$ 73,65	\$ 417,85	\$ 344,20	\$ 8.735,13
14	\$ 8.735,13	\$ 70,85	\$ 417,85	\$ 347,00	\$ 8.388,13
15	\$ 8.388,13	\$ 68,04	\$ 417,85	\$ 349,81	\$ 8.038,32
16	\$ 8.038,32	\$ 65,20	\$ 417,85	\$ 352,65	\$ 7.685,68
17	\$ 7.685,68	\$ 62,34	\$ 417,85	\$ 355,51	\$ 7.330,17
18	\$ 7.330,17	\$ 59,46	\$ 417,85	\$ 358,39	\$ 6.971,78
19	\$ 6.971,78	\$ 56,55	\$ 417,85	\$ 361,30	\$ 6.610,48
20	\$ 6.610,48	\$ 53,62	\$ 417,85	\$ 364,23	\$ 6.246,25
21	\$ 6.246,25	\$ 50,67	\$ 417,85	\$ 367,18	\$ 5.879,06

22	\$	5.879,06	\$ 47,69	\$ 417,85	\$ 370,16	\$ 5.508,90
23	\$	5.508,90	\$ 44,69	\$ 417,85	\$ 373,17	\$ 5.135,74
24	\$	5.135,74	\$ 41,66	\$ 417,85	\$ 376,19	\$ 4.759,54
25	\$	4.759,54	\$ 38,61	\$ 417,85	\$ 379,24	\$ 4.380,30
26	\$	4.380,30	\$ 35,53	\$ 417,85	\$ 382,32	\$ 3.997,98
27	\$	3.997,98	\$ 32,43	\$ 417,85	\$ 385,42	\$ 3.612,56
28	\$	3.612,56	\$ 29,30	\$ 417,85	\$ 388,55	\$ 3.224,01
29	\$	3.224,01	\$ 26,15	\$ 417,85	\$ 391,70	\$ 2.832,31
30	\$	2.832,31	\$ 22,97	\$ 417,85	\$ 394,88	\$ 2.437,44
31	\$	2.437,44	\$ 19,77	\$ 417,85	\$ 398,08	\$ 2.039,36
32	\$	2.039,36	\$ 16,54	\$ 417,85	\$ 401,31	\$ 1.638,05
33	\$	1.638,05	\$ 13,29	\$ 417,85	\$ 404,56	\$ 1.233,49
34	\$	1.233,49	\$ 10,01	\$ 417,85	\$ 407,85	\$ 825,64
35	\$	825,64	\$ 6,70	\$ 417,85	\$ 411,15	\$ 414,49
36	\$	414,49	\$ 3,36	\$ 417,85	\$ 414,49	\$ -0,00

Elaborado por: La autora.

Tasa de rendimiento medio

Tabla 63.

Costo de oportunidad

Valor	Peso Relativo	Tasa de descuento	Tasa ponderada
\$8.479,21	41%	6,08%	3,6%
\$12.201,79	59%	10,21%	4,19%
\$20.681,00	100%	CK	7,78%

Elaborado por: La autora.

El resultado del CK es del 7,78%, donde se considera la tasa de descuento emitido en el banco Central y la establecida en el Banco por motivo del financiamiento, esta tasa debe ser considerada para el análisis posterior de la TIR.

1.6.2. Costo de producción

Se debe tomar en cuenta algunos aspectos importantes que son parte de la producción:

Materia prima directa

Es todo lo que necesita para poder sacar el precio unitario en este caso sería la papa las etiquetas y saborizantes

Tabla 64.
Materia prima directa

Materia prima				
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total semana	Precio anual
papa	20	18	360	\$ 18.720,00
Saborizante	1	35	35	\$ 1.820,00
etiquetado	896	0,5	448	\$ 23.300,81
Total			843	\$ 43.840,81
unidades producidas de materia prima directa			896	46602
Costo unitario			0,94	\$ 0,94

Elaborado por: La autora.

Mano de obra directa.

Se ha tomado en cuenta tres personas en esta área, un jefe de producción, un operario y un bodeguero, se dedicarán al cuidado de la producción de harina.

Tabla 65.
Costo de mano de obra directa

Mano de obra	
Mano de obra	Sueldo mensual
Jefe de producción	\$6.000,00
Operario	\$5.400,00
Bodega	\$5.400,00
Total	\$16.800,00
unidades producidas	46602
Costo unitario	\$2,77

Elaborado por: La autora.

El presente detalle del costo de mano obra proyectada se ha obtenido después de los cálculos efectuados y beneficios de ley de la producción que será un total de 46602 unidades anuales.

Costos indirectos de fabricación

Se detalla un resumen de los costos indirectos de fabricación proyectos.

Tabla 66.
Costos indirectos de fabricación

Detalle costos indirectos de fabricación		
Mo Indirecta	\$	21.000,00
Energía eléctrica	\$	480,00
Agua potable	\$	360,00
Etiquetado sellado	\$	2.400,00
Personal de venta por comisión	\$	5.400,00
TOTAL CIF	\$	29.640,00
Unidades producidas		46602
Costo unitario	\$	1,57

Elaborado por: La autora.

Se debe mencionar que se le aumento al personal de ventas que es la persona que indirectamente se le paga comisión por otro lado se calculó el costo unitario, a continuación, se detalla el precio más detallado.

Tabla 67.
Costo de producción unitario

Detalle	Valor de Cada rubro Mensual	Valor total	Harina Blanca 1Kg	Harina Blanca 2kg	Harina Premezcla	Abono
Unidades Mensuales			20194	11650	10875	3883
Porcentaje Ponderado			16%	18%	13%	21%
Materia Prima Directa	\$ 596,46		6.727,33	107,36	77,54	125,26
papa	360					
Vitaminizante para abono	35					
Saborizante	201					
Mano de Obra Directa		\$1.400,00	\$224,00	\$252,00	\$182,00	\$294,00
Jefe de produccion	\$500,00					
Operario 1	\$450,00					
Bodega	\$450,00					
Costos indirectos de fabricación		\$2.470,00	\$395,20	\$444,60	\$321,10	\$518,70
Mano de obra Indirecta	\$1.750,00					
Energía eléctrica	\$40,00					
Agua potable	\$30,00					
Etiquetado	\$200,00					
Personal de venta por comisión	\$450,00					
Premezcla se aumenta harinas, azúcar	\$100,00					
Total costo de produccion			7.346,53	803,96	580,64	937,96
Total Costo unitario			\$1,05	\$1,95	\$1,87	\$4,04

Elaborado por: La autora.

Como se puede observar los costos son para cada producto como para la harina de un kilo de 1,03 para la harina de dos kilos es de 1,94 y para la premezcla es de \$1,71, para el abono es de 3,92 esos son los precios de los cuatro productos.

1.6.3. Estado de situación Financiera

En los estados financieros proyectados se puede visualizar, los márgenes de ganancia El estado de situación financiera se elabora de acuerdo con la NIIF para PYMES que establece que la información a presentar en un estado de situación financiera debe tener información de activos, pasivos y patrimonio de la empresa.

Tabla 68.

Estado de situación financiera.

Empresa WASI CHUÑO						
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente	11821	17731,5	26597,25	39895,88	55854,23	78195,92
Propiedad planta y equipo	8860	8860	8860	8860	8860	8860
Maquinaria	6450	6450	6450	6450	6450	6450
Muebles y enseres	1260	1260	1260	1260	1260	1260
Equipo de computo	1150	1150	1150	1150	1150	1150
(-) Depreciación acumulada		1038,9	2077,8	3116,7	2890,6	3584,5
Maquinaria		580,5	1161	1741,5	2322	2902,5
Muebles y enseres		113,4	226,8	340,2	453,6	567
Equipo de computo		345	690	1035	115	115
Total Activo	20681	25552,6	33379,45	45639,18	61823,63	83471,42
PASIVOS						
Trabajadores por pagar 15%	0	1192,1	2113,28	2769,4	3599,39	4530,75
Impuesto a la renta por pagar	0	1486,15	2634,56	3452,52	4487,24	5648,33

Préstamo bancario	12000	9270,68	5773,83	4318,74	2729,16	2258,59
TOTAL PASIVO	12000	11948,93	10521,67	10540,66	10815,79	12437,67
PATRIMONIO						
Capital Suscrito	8681	8681	8681	8681	8681	8681
Utilidades retenidas	0	4922,67	14176,78	26417,52	42326,84	62352,74
TOTAL PATRIMONIO	8681	13603,67	22857,78	35098,52	51007,84	71033,74
Total pasivo + Patrimonio	20681	25552,6	33379,45	45639,18	61823,63	83471,41
Comprobación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Elaborado por: La autora.

1.6.4. Estado de Resultados Proyectados

A treves del estado de resultados integral proyectado de la empresa se detalla los cinco años de vida proyectada.

Tabla 69.

Estado de resultados Proyectados

Empresa WASI CHUÑO					
Estado de Resultado Proyectados					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	98564,92	119215,31	135200,41	154638,12	178427,81
(-) Costos de ventas	68800,30	83352,25	95038,58	109183,95	126415,77
Utilidad Bruta en Ventas	29764,61	35863,06	40161,83	45454,17	52012,05
Gastos Operacionales	19752,00	20083,83	20421,24	20764,32	21113,16
Gastos Financiero	1026,40	651,78	239,03	0,00	0,00
Depreciación	1038,90	1038,90	1038,90	693,90	693,90
Utilidad antes de participación trabajadores e impuestos	7947,32	14088,55	18462,66	23995,95	30204,99

15% de participación trabajadores	1192,10	2113,28	2769,40	3599,39	4530,75
Gastos no deducibles	346,40	86,60	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de impuestos 22%	1486,15	2634,56	3452,52	4487,24	5648,33
Utilidad neta	4922,67	9254,11	12240,74	15909,31	20025,91

Elaborado por: La autora.

1.6.5. Flujo de efectivo

En el estado financiero se analiza la entrada y salida de dinero que se da por la operaciones y actividades dentro del proyecto, obteniendo así los flujos de caja, se realizan las operaciones proyectadas para los cinco años de vida útil.

Tabla 70.

Flujo del proyecto

Empresa WASI CHUÑO						
FLUJO DEL PROYECTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta		\$4.922,67	\$9.254,11	\$12.240,74	\$15.909,31	\$20.025,91
(+) Depreciación		\$1.038,90	\$2.077,80	\$3.116,70	\$2.775,60	\$3.469,50
Inversión Fija	\$8.860,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Capital de trabajo	\$11.821,00					
Valor de rescate		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$3.584,50
Recuperación capital de trabajo		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$11.821,00
FLUJO NETO DEL PROYECTO	\$20.681,00	\$5.961,57	\$11.331,91	\$15.357,44	\$18.684,91	\$38.900,91

FLUJOS ACUMULADOS	\$20.681,00	\$26.642,57	\$37.974,48	\$53.331,92	\$72.016,84	\$110.917,74
--------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	---------------------

Elaborado por: La autora.

Flujo de caja

Tabla 71.

Flujo de caja del proyecto.

FLUJO DE CAJA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial	\$11.821,00	\$17.731,50	\$26.597,25	\$39.895,88	\$55.854,23
Ingresos	\$98.564,92	\$119.215,31	\$135.200,41	\$154.638,12	\$178.427,81
Egresos	\$62.530,11	\$68.935,27	\$73.776,50	\$79.710,71	\$86.923,55
Participación					
Trabajadores	\$0,00	\$1.192,10	\$2.113,28	\$2.769,40	\$3.599,39
Impuesto a la Renta	\$0,00	\$1.486,15	\$2.634,56	\$3.452,52	\$4.487,24
Saldo final	\$47.855,81	\$65.333,30	\$83.273,32	\$108.601,37	\$139.271,85

Elaborado por: La autora.

1.6.6. Cálculo del valor actual neto

El VAN es un indicador que consiste en traer a valores los flujos de efectivos calculados del proyecto, con la ayuda de la tasa de descuento, así determina cual será la ganancia neta de la empresa, el resultado se expresa en valor monetario.

$$VAN = -I + FNC1 (1+i)^{-1} + FNC2 (1+i)^{-2} + \dots + FNCn (1+i)^{-n}$$

Donde:

VAN= valor actual neto

I= inversión inicial

FNC= flujos del efectivo

i= tasa de descuento (22,44 %)

n= tiempo

Tabla 72.

Valor actual neto.

INVERSION	%	VALOR	TASA PONDERADA	TASA
Propio	41%	(\$9.933,01)	6,50%	2,7%
Socio 1	20%	(\$4.748,46)	6,25%	1,2%
Socio 2	20%	(\$4.845,37)	6,25%	1,3%
Socio 3	19%	(\$4.603,10)	6,25%	1,2%
	100%	(\$24.129,93)		6,33%
Tasa de descuento				
Inflación anual	1,63%			
Costo de capital	6,33%			
Tasa libre de riesgo	7,78%			
Aspiración del inversionista	5%			
TOTAL	20,74%			
INDICADORES FINANCIEROS				
Valor actual neto (VAN)	\$	34.784,99		

Fuente: Estudio Financiero.

El resultado que se obtuvo al calcular el VAN es de \$34.784,99 esto quiere decir que el proyecto es factible.

1.6.7. Cálculo de la tasa interna de retorno

Este indicador financiero está relacionado al valor actual neto y se refiere al nivel de rentabilidad que se espera del proyecto, pero a diferencia del VAN el resultado es expresado en porcentaje.

Para el cálculo del TIR se utilizó el método de interpolación para lo que se necesita seleccionar una tasa interna e inferior que provoque el VAN sea positivo y otro negativo, en base a estos resultados se aplica la fórmula para la obtención de este indicador

Tabla 73.

Tasa Interna de retorno.

	Flujo Neto del Proyecto	Flujos actualizados
AÑO 0	20.681,00	
AÑO 1	\$ 1.208,04	\$ 1.000,55
AÑO 2	\$ 2.337,80	\$ 1.603,70
AÑO 3	\$ 3.447,04	\$ 1.958,48
AÑO 4	\$ 3.410,18	\$ 1.604,75
AÑO 5	\$ 20.362,91	\$ 7.936,50
		\$ 14.103,99
TIR	25%	\$ 34.784,99

Elaborado por: La autora.

$$\text{TIR} = i1 + (i2 - i1) \times \text{VAN1} / (\text{VAN1} - \text{VAN2})$$

Reemplazados los valores en la formula mencionada, se obtuvo una TIR del 25 %, siendo este valor mayor superior al costo del capital, tasa mínima a considerar, por lo tanto, es aceptable, esto demuestra que el proyecto desde el análisis es rentable.

1.6.8. Período de recuperación

Este indicador busca encontrar el período de tiempo en el cual se va a recuperar lo invertido en el proyecto, entre más bajo sea el valor de recuperación hay menor riesgo. Para el cálculo se consideraron datos como los flujos del efectivo actualizados y la inversión inicial. La inversión inicial del proyecto es de analizando los flujos acumulados el valor que más se acerca es el resultado estará expresado en años, meses y días.

Tabla 74.

Periodo de recuperación en años, meses y días.

Fórmula	
PRI = a+ (b-c)/d	
Datos	
A	2 año
B	\$ 25.353,67
C	\$ 68.263,64
D	\$ 112.795,59
Aplicación de la fórmula	2,09
PRI	
PRI =	2 años, 0 meses y 9 días

Elaborado por: La autora

El resultado estará expresado en años, meses y días. Para lo cual el periodo de acumulación es de 1 y el abastecimiento o acumulación negativa dividida para el flujo neto tenemos un 2,09 este valor quiere decir que se necesita de dos años, 0 meses y 9 días para recuperar la inversión.

Tabla 75.

Periodo de recuperación del ejercicio.

Expresado en anos meses y días el periodo de recuperación		
Años	Meses	Días
2	0	9

Elaborado por: La autora

1.6.9. Punto de equilibrio

Se utilizan los costos y gastos tanto fijos como variables que incurren dentro del proyecto y se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos y gastos fijos}}{1 - (\text{Costos y gastos variables ventas})}$$

Tabla 76.

Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO

Ingresos	Valores
Ventas	\$ 98.564,92
Gastos Fijos	
Total, gastos fijos	\$8.860,00
Costos variables	\$16.493,67
Punto de equilibrio	\$9.262,63

Elaborado por: La Autora.

El valor obtenido en dólares es de \$ 9 262,63 con la que se puede cubrir los costos y gastos dentro del proyecto.

Después de haber establecido los flujos actualizados de ingresos y costos, se aplica la fórmula para el cálculo del costo beneficio del proyecto.

$$\text{Costo beneficio} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$
$$\text{Costo beneficio} = \underline{\underline{\$ 19.752,00}}$$

\$ 12.667,10

Costo beneficio = 2,20

El resultado obtenido es de 2,20 es decir que por cada dólar aportado tiene de ganancia tiene rentabilidad.

1.6.10. Conclusión

El estudio financiero analizó la factibilidad económica que tendrá la empresa, se concluye que el proyecto es viable porque al establecer los indicadores financieros se obtuvieron valores positivos, como el VAN que es de **22%** siendo superior a cero y la TIR de 25%; el periodo de recuperación es de 2 años, 0 meses y 9 días. La relación beneficio-costos es de \$2,20; el punto de equilibrio en cantidades monetarias arrojó una cifra factible pero alta que debe ser tomada en consideración al momento de decidir sobre la implementación del negocio.

CAPÍTULO IV

4. Validación

4.1.Introducción

En este capítulo se va a ejecutar la verificación de información para determinar si el proyecto es factible o no, mediante un matiz de evaluación en el cual la docente tutora y los docentes oponentes califican cada capítulo en base a la valoración establecida.

4.2.Descripción del estudio

En el siguiente estudio se realizará modelos que ayuden a verificar la aprobación del proyecto, donde se pueda evidenciar una matriz de validación de esta forma se analizaran los indicadores, parámetros de calificación, los cuales son: muy aplicable, aplicable y poco aplicable, donde se manejan rango de interpretación.

4.3.Objetivo

Validar el proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa para la producción y comercialización de harina de chuño en la parroquia de Cangahua, provincia

de Pichincha, Ecuador mediante la evaluación de los resultados obtenidos y la aplicación de la matriz de validación para determinar la factibilidad del proyecto.

4.4. Equipo de trabajo

Tabla 77.

Equipo de trabajo.

Autora	Estefania Elizabeth Salazar Tandayamo
Directora de trabajo de grado	MSc. Sandra Guevara
Docentes expertos en el tema	MSc. Roció León
	MSc. Julio Andrade

Elaborado por: La autora

4.5. Método de verificación

El método de verificación se sustenta en identificar los indicadores a través de una matriz los cuales tendrán validación con los resultados según el grado de factibilidad del proyecto.

Tabla 78.*Matriz de verificación.*

No	Variable	Indicadores	¿Se verificó?	
			SI	NO
1	DIAGNÓSTICO	¿La determinación y argumentación del problema y sustentar la idea de negocio?	X	
		¿La idea de negocio bien definida?	X	
		¿Sustentar la idea de negocio con las matrices FODA/AOOR?	X	
		¿La fundación teórica se relaciona con proyectos?	X	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿El tipo de muestreo, que se pondrá en marcha del proyecto y el cálculo de la muestra?	X	
		¿Las diferentes técnicas e instrumentos de aplicación para la recolección de datos estadísticos reales?	X	
3	MODELO DE NEGOCIO	¿Los diferentes modelos de negocio que se tomaron como referencia son en base al proyecto?	X	

		¿El modelo de negocios se estableció con la aplicación del lienzo Canvas?	X
		¿La cuantificación real de oferta y demanda?	X
4	ESTUDIO DE MERCADO	¿El producto que cumpla con los requerimientos del mercado?	X
		¿Las estrategias de comercialización para el mercado?	X
		¿El establecimiento de macro y micro localización son características fundamentales para la fábrica de harina?	X
5	ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO	¿Los flujogramas describen cada proceso de las actividades de la fábrica de harina?	X
		¿El organigrama estructural define cargos y ocupaciones de los trabajadores del proyecto?	X
		¿Los estados financieros son la economía y se expresan de manera comprensible el proyecto?	X
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Los costos y gastos proyectados implican mirar el razonamiento para llevar a cabo el proyecto?	
		¿La evaluación financiera expresa de forma clara la factibilidad del proyecto?	

Elaborado por: La autora.

4.6.Método de calificación

Para este proceso de calificación se aplicara unos indicadores y los docentes expertos serán los que evaluaran cada uno de los capítulos. Entonces para la calificación se considera un rango de 1 a 10, considera 10 el rango más alto y 1 el rango más bajo.

Tabla 79.
Método de calificación

CALIFICACIÓN	INTERPRETACIÓN
10 a 8	Muy aplicable
7 a 5	Aplicable
4 a 1	Poco aplicable

Elaborado por: La autora.

Por otra parte, se determina la ponderación para cada una de las variables que serán multiplicadas por las calificaciones asignadas por los expertos para obtener el resultado de cada uno de los indicadores.

4.7.Rango de interpretación

Tabla 80.
Matriz de verificación.

Variable	Ponderación
----------	-------------

Diagnostico	20%
Fundamentación teórica	10%
Modelo de negocio	10%
Estudio de mercado	15%
Estudio técnico y administrativo	15%
Estudio Financiero	30%
Total	100%

Elaborado por: La autora

4.8.Resultados

Para obtener los resultados de este capítulo se ha considerado la elaboración de una matriz de validación para el modelo de negocio, estudio de mercado, estudio técnico administrativo, estudio financiero en donde se identifica los siguientes indicadores.

Tabla 81.

Matriz de validación tutor.

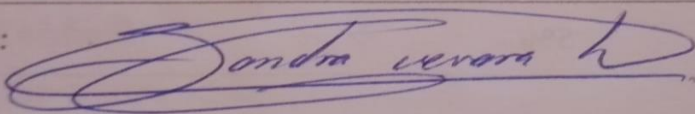
MSc. Sandra Guevara

No	Variable	Indicadores	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿La determinación y argumentación del problema y sustentar la idea de negocio?	5%	10	0,5	
		¿La idea de negocio bien definida?	5%	10	0,5	
		¿Sustentar la idea de negocio con las matrices FODA/AOOR?	5%	9	0,45	
		¿La fundación teórica se relaciona con proyectos?	5%	9	0,45	

2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿El tipo de muestreo, que se pondrá en marcha del proyecto y el cálculo de la muestra?	5%	9	0,45
		¿Las diferentes técnicas e instrumentos de aplicación para la recolección de datos estadísticos reales?	5%	10	0,5
3	MODELO DE NEGOCIO	¿Los diferentes modelos de negocio que se tomaron como referencia son en base al proyecto?	5%	10	0,5
		¿El modelo de negocios se estableció con la aplicación del lienzo Canvas?	5%	10	0,5
4	ESTUDIO DE MERCADO	¿La cuantificación real de oferta y demanda?	5%	8	0,4
		¿El producto que cumpla con los requerimientos del mercado?	5%	9	0,45
		¿Las estrategias de comercialización para el mercado?	5%	9	0,45
5	ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO	¿El establecimiento de macro y micro localización son características fundamentales para la fábrica de harina?	5%	9	0,45
		¿Los flujogramas describen cada proceso de las actividades de la fábrica de harina?	5%	9	0,45
		¿El organigrama estructural define cargos	5%	9	0,45

		y ocupaciones de los trabajadores del proyecto?			
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Los estados financieros son la economía y se expresan de manera comprensible el proyecto?	10%	8	0.8
		¿Los costos y gastos proyectados implican mirar el razonamiento para llevar a cabo el proyecto?	10%	8	0.8
		¿La evaluación financiera expresa de forma clara la factibilidad del proyecto?	10%	8	0,8
	Resultado:		100%		9

Fecha: 18 de Abril 2023

Firma: 

Elaborado por: La autora.

Tabla 82.

Matriz de Validación

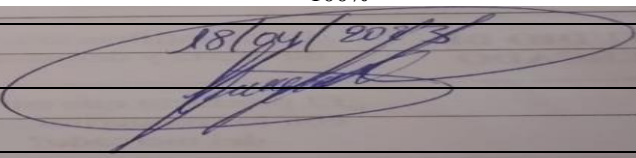
Oponente 1.

MSc. Rocío León

No	Variable	Indicadores	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿La determinación y argumentación del problema y sustentar la idea de negocio?	5%	9	0,45	
		¿La idea de negocio bien definida?	5%	9	0,45	
		¿Sustentar la idea de negocio con las matrices FODA/AOOR?	5%	9	0,45	

		¿La fundación teórica se relaciona con proyectos?	5%	9	0,45
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿El tipo de muestreo, que se pondrá en marcha del proyecto y el cálculo de la muestra?	5%	9	0,45
		¿Las diferentes técnicas e instrumentos de aplicación para la recolección de datos estadísticos reales?	5%	9	0,45
3	MODELO DE NEGOCIO	¿Los diferentes modelos de negocio que se tomaron como referencia son en base al proyecto?	5%	9	0,45
		¿El modelo de negocios se estableció con la aplicación del lienzo Canvas?	5%	9	0,45
4	ESTUDIO DE MERCADO	¿La cuantificación real de oferta y demanda?	5%	9	0,45
		¿El producto que cumpla con los requerimientos del mercado?	5%	9	0,45

	¿Las estrategias de comercialización para el mercado?	5%	9	0,45
5	ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO ¿El establecimiento de macro y micro localización son características fundamentales para la fábrica de harina?	5%	9	0,45
	¿Los flujogramas describen cada proceso de las actividades de la fábrica de harina?	5%	9	0,45
	¿El organigrama estructural define cargos y ocupaciones de los trabajadores del proyecto?	5%	9	0,45
6	ESTUDIO FINANCIERO ¿Los estados financieros son la economía y se expresan de manera comprensible el proyecto?	10%	9	0,9
	¿Los costos y gastos proyectados implican mirar el razonamiento para	10%	9	0,9

	llevar a cabo el proyecto?			
	¿La evaluación financiera expresa de forma clara la factibilidad del proyecto?	10%	9	0,9
Resultado:		100%		9
Fecha:	18/04/2013			
Firma:				

Elaborado por: La autora

Tabla 83.

Matriz de Validación Oponente 2

		MSc. Julio Andrade				
No	Variable	Indicadores	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿La determinación y argumentación del problema y sustentar la idea de negocio?	5%	8	0,4	
		¿La idea de negocio bien definida?	5%	8	0,4	
		¿Sustentar la idea de negocio con las matrices FODA/AOOR?	5%	8	0,4	
		¿La fundación teórica se				

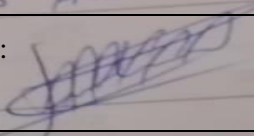
		relaciona con proyectos?	5%	8	0,4
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿El tipo de muestreo, que se pondrá en marcha del proyecto y el cálculo de la muestra?	5%	8	0,4
		¿Las diferentes técnicas e instrumentos de aplicación para la recolección de datos estadísticos reales?	5%	8	0,4
3	MODELO DE NEGOCIO	¿Los diferentes modelos de negocio que se tomaron como referencia son en base al proyecto?	5%	8	0,4
		¿El modelo de negocios se estableció con la aplicación del lienzo Canvas?	5%	8	0,4
	ESTUDIO DE MERCADO	¿La cuantificación real de oferta y demanda?	5%	8	0,4
4		¿El producto que cumpla con los requerimientos del mercado?	5%	8	0,4
		¿Las estrategias de comercialización para el mercado?	5%	8	0,4

6	ESTUDIO TÉCNICO -ADMINISTRATIVO	¿El establecimiento de macro y micro localización son características fundamentales para la fábrica de harina?	5%	8	0,4
		¿Los flujogramas describen cada proceso de las actividades de la fábrica de harina?	5%	8	0,4
		¿El organigrama estructural define cargos y ocupaciones de los trabajadores del proyecto?	5%	8	0,4
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Los estados financieros son la economía y se expresan de manera comprensible el proyecto?	10%	8	0,8
		¿Los costos y gastos proyectados implican mirar el razonamiento para llevar a cabo el proyecto?	10%	8	0,8
		¿La evaluación financiera expresa de forma clara la factibilidad del proyecto?	10%	8	0,8
Resultado:			100%	8	

Fecha:

18 Abril de 2023

Firma:



Elaborado por: La autora.

Tabla 84 Matriz Validación.

Matriz Validación					
Variable	Ponderación	MSc. Sandra Guevara	MSc. Rocío León	MSc. Julio Andrade	Promedi o
Diagnostico	20%	1,90	1,80	1,6	1,76
Fundamentación teórica	10%	0,95	0,9	0,8	0,88
Modelo de negocio	10%	1,00	0,9	0,8	0,9
Estudio de mercado	15%	1,40	1,35	1,20	1,32

Estudio técnico y administrativo	15%	1,35	1,35	1,20	1,30
Estudio Financiero	30%	2,40	2,7	2,40	2,50
Total	100%	9	9	8	8,66

4.9.Análisis:

El presente proyectom de emprendimiento para la creación de una empresa para la creación producción y comercialización de harina de chuño en la parroquia de Cangahua, provincia de Pichincha, Ecuador mediante los datos obtenidos en las matrices de validación demuestra tener un grado de validez 8,66% conforme a la calificación asignada por cada docente encargado de la evaluación a cada uno de los indicadores relacionados con los capítulos que integra el trabajo. Una vez finalizado se obtiene un porcentaje de validez.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El análisis del diagnóstico realizado en el cantón Cayambe y Pedro Moncayo se pudo conocer la situación competitiva de la industria, permitiendo evaluar la implementación de una nueva empresa de producción y comercialización de harina debido a que existe un nicho de mercado.

El análisis de la fundamentación metodológica y teórica permitió determinar las directrices que se debe seguir para el desarrollo y aplicación de la investigación para obtener los resultados acordes a la necesidad del investigador, así mismo analizar la teoría mediante fuentes de estudios sobre investigaciones similares que se han realizado.

También se designó las responsabilidades del personal que laborara en cada una de las áreas, esto se visualiza a través del organigrama estructural. Con respecto al estudio financiero se determinó la factibilidad que tiene el proyecto de emprendimiento a través

del análisis de los indicadores financieros tales como VAN y TIR que son positivos y demás indicadores que demuestran que se recupera la inversión en un tiempo aceptable dentro del estudio.

RECOMENDACIONES

Es necesario estar actualizado sobre la metodología y bases teóricas a través de la consulta continua en diversos estudios realizados de preferencia con información de los últimos 5 años. Se recomienda implementar la presente propuesta de negocio, debido a que los datos obtenidos durante la investigación reflejan flujos positivos que indican que se puede cubrir con los costos y gastos a pesar de tener una inversión inicial fuerte, se puede recuperar en un tiempo considerable además de obtener beneficios los inversionistas, tal como se refleja en los indicadores financieros.

BIBLIOGRAFÍA

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR . (2020). LA ECONOMÍA ECUATORIANA.

Bancon Central del Ecuador. (21 de 05 de 2021). BANCO CENTRAL DEL ECUADOR TASAS DE INTERÉS EFECTIVAS VIGENTES . *TASAS DE INTERÉS EFECTIVAS VIGENTES 2015 al 2020* . Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/TasasVigentes122020.htm>

Barbeito, A. (2007). *Granos, harinas y productos de panificación*. Ricardo Irastorza. Obtenido de <https://digital.csic.es/bitstream/10261/17118/1/libro%20panificacion-2007.pdf>

- Camara de insustria de guayaqui. (11 de 2020). Información técnica y economica.
Obtenido de https://issuu.com/industrias/docs/revista_industrias_noviembre_-_2020_suplemento
- Censo de Población y Vivienda. (2010). Censo Parroquia Cangahua. Censos-SIISE, 2010. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- CEPAL. (2014-2020). Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Constitucion del Ecuador. (20 de 10 de 2008). Derechos del buen vivir. *Sección primera*. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>
- INEC . (05 de MAYO de 2020). Boletin_tecnico_05-2020-IPC. :*Índice de Precios al Consumidor (IPC)*.
- INEC. (2010). instituto nacional de esstadisticas y censos .
- INEC. (06 de enero de 2020). Instituto Nacional de Estadística y Censos. *Boletin_tecnico_01-2020-IPC.pdf*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Enero-2020/Boletin_tecnico_01-2020-IPC.pdf
- INEC. (2020). INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS.
- INEC. (2020). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. *Resultados indice de precios del consumidor*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Marzo-2020/01%20ipc%20Presentacion_IPC_mar2020.pdf
- Abreu, J. L. (2015). Análisis al Método de la Investigación .
- Bernal, C. (2011). *Metodos deductivos* .
- Cárdenas Yauri, M. (2012). Proceso de obtención de harina de papa.

- Castellanos, B. J. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la ciencia del procedimiento.
- Cortez, R. (7 de 12 de 2012). Punto de cosecha de la papa.
- ECURED. (27 de 07 de 2016). Recuperado el Mayo de 2016, de Conocimiento con todos y. Obtenido de [http://www.ecured.cu/Papa_\(Tub%C3%A9rculo\)](http://www.ecured.cu/Papa_(Tub%C3%A9rculo))
- Elena Molfese, F. P. (2015). TRIGO ESPELTA.
- Forero Munevar. (2008). Produccion de la harina de papa .
- Hernandez, R. (2015). *Metodologia de la investigacion* (6ta edicion ed.). Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- INEC. (2010). Instituto Nacional de Estadisticas y Censos.
- Ivan Thompson. (2005). La Segmentación del Mercado.
- MAGAP. (2021). Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- MEJÍA-TREJO, J., & SÁNCHEZ-GUTIÉRREZ. (2014). Factores determinantes de la innovación del modelo de negocios en la creación de ventaja competitiva.
- Mondaca, A. V. (2006). Isotermas de adsorción en harina de maíz.
- Morales, N. (2015). Investigación Exploratoria: Tipos, Metodología y Ejemplos. Obtenido de <https://www.lifeder.com>
- Moreno, J. A. (2016). *El Emprendimiento Empresarial. La Importancia de ser Emprendedor.*
- Proaño, L. F. (2015). Fundamentos teórico - metodológicos para la formación en emprendimiento y el desarrollo de la capacidad de innovación en profesionales.
- Rivero, D. S. (2008). *Metodologia de la investigacion* .
- Rodríguez, J. E. (2015). *Gestion de proyectos* . Vertice .
- Ruiz, G. d. (2009). Proteínas de la harina de trigo: clasificación y propiedades funcionales.
- SALVADÓ, I. E. (2016). TIPOS DE MUESTREO.

Urbina, E. C. (3 de 12 de 2020). Applied Sciences in Dentistry.

Valeria. (2010). Factibilidad y Viabilidad.

Hernandez, R. (2015). *Metodologia de la investigacion* (6ta edicion ed.). Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Salas. (2016). *Red de alimentacion Peru*.

SALVADÓ, I. E. (2016). TIPOS DE MUESTREO.