



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y  
NEGOCIOS**

**TEMA:**

---

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA INDUSTRIAL  
PROCESADORA DE GRANOLA A BASE DE QUINUA PARA LA CIUDAD DE  
AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

---

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios

**Autora**

María Esperanza Pacari Gomez

**Tutor**

Mgp. Núñez Torres Luis Gabriel

**AMBATO-ECUADOR**

**2021**

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL  
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, María Esperanza Pacari Gomez, declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de Negocios para la creación de una planta industrial procesadora de granola a base de quinua para la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua”, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI). Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo. Del mismo modo, acepto que los derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 19 días del mes de mayo de 2022, firmo conforme:

Autora: María Esperanza Pacari Gomez



Firma:

Número de cédula:1804529186

Dirección: Ambato

Correo electrónico: esepacari@gmail.com

Teléfono:0981068236

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA INDUSTRIAL PROCESADORA DE GRANOLA A BASE DE QUINUA PARA LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, presentado por María Esperanza Pacari Gomez, para optar por el Título de Ingeniera en Administración de Empresas, CERTIFICO que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Ambato, 19 de mayo de 2022



.....  
**TUTOR**

Mgp. Núñez Torres Luis Gabriel

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, 19 de mayo de 2022



.....  
María Esperanza Pacari Gomez

CC.1804529186

## **APROBACIÓN DE LECTORES**

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA INDUSTRIAL PROCESADORA DE GRANOLA A BASE DE QUINUA PARA LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 19 de mayo de 2022



Firmado electrónicamente por:

**TATIANA GUADALUPE RODRIGUEZ RUIZ**

**Ing. Tatiana Rodríguez**

**PRESIDENTE TRIBUNAL**



Firmado electrónicamente por:

**XIMENA  
ALEXANDRA  
MORALES  
URRUTIA**

**Dra. Ximena Morales**

**VOCAL**



Firmado electrónicamente por:

**TANIA MORALES**

**Eco. Tania Morales**

**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme el conocimiento para seguir adelante cumpliendo mis metas y por guiarme cada paso que he dado para culminar mi carrera , en especial a mi hijita Melani la razón de mi ser y esfuerzo diario mi fortaleza para seguir adelante en mi proyecto de mi vida y por darme la alegría todos los días, a mi esposo por estar siempre junto apoyando incondicional, a mis padres queridos, a mis hermanos por ser siempre mi apoyo con deseo de brindarme un mejor futuro, por último, a mi familia y amigas (o) que creyeron en mí.

Esperanza Pacari Gomez

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a papito dios por darme la vida y por permitir cumplir mis sueños, por darme el don de ser madre de un ser maravillosa que con tan solo un abrazo y beso consigue cautivarme, a la universidad Tecnológica Indoamérica por abrir las puertas para formarnos, especialmente a mis queridos maestras (o) por ser una guía para la culminación de mi meta.

Esperanza Pacari Gomez

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR .....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR .....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	iv
APROBACIÓN DE LECTORES .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvii
ABSTRACT .....	xix
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO 1

1. MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN .....	3
1.1. OBJETIVO DEL CAPÍTULO .....	3
1.2. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS PRODUCTO O SERVICIO .....	3
1.2.1. Fundamentación del producto o servicio .....	5
1.2.2. Tabla de características del producto o servicio .....	5
1.3. MERCADO .....	6
1.3.1. Público objetivo del producto o servicio .....	6



1.3.1.2. Estudio de segmentación .....	7
1.3.1.3. Plan de muestreo.....	11
1.3.1.3.1. Prueba piloto.....	11
1.3.1.4. Instrumento para recopilar información .....	15
1.3.1.6. Análisis e interpretación .....	16
1.3.2. Demanda potencial .....	31
1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	32
1.4.1. Análisis del microambiente .....	32
1.4.1.1. Poder de negociación de los clientes .....	32
1.4.1.2. Rivalidad entre los competidores .....	33
1.4.1.3. Amenaza de nuevos entrantes.....	34
1.4.1.4. Poder de negociación de proveedores.....	34
1.4.1.5. Amenaza de productos sustitutos .....	35
1.4.2. Análisis del macroambiente.....	36
1.4.3. Proyección de la oferta .....	39
1.5. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA .....	42
1.9. Canales de distribución.....	47
1.10. Seguimiento de clientes .....	47
1.11. Especificar mercados alternativos .....	47

## CAPÍTULO II

2. OPERACIONES.....	48
2.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO .....	48
2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO .....	48
2.2.1. Descripción del proceso de transformación del bien o servicio .....	48

2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas .....	54
2.2.3. Tecnología aplicar .....	57
2.2.4. Factores que afectan a las operaciones .....	57
2.3. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	59
2.3.1. Capacidad de producción futura .....	59
2.4. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.....	59
2.4.1. ecificación de materia primas y grado de sustitución que puedan presentar	59
2.5. CALIDAD .....	61
2.5.1. Método de control de calidad .....	62
2.6. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN .....	64
2.6.1. Seguridad e Higiene ocupacional .....	64

### **CAPÍTULO III**

3. Organización y Gestión .....	68
3.1. Objetivo del capítulo .....	68
3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos .....	68
3.2.1. Visión de la empresa.....	68
3.2.2. Misión de la empresa .....	68
3.2.3. Objetivos y estrategias.....	68
3.3. Organización Funcional de la empresa.....	73
3.4. Control de Gestión.....	81

### **CAPÍTULO IV**

4. Jurídico legal.....	82
4.1 Objetivos del Capítulo .....	82

4.2 Determinación de la forma jurídica .....	82
4.3 Registros de marca.....	84

## CAPÍTULO V

5. Evaluación Financiera .....	89
5.1. Objetivos del capítulo.....	89
5.2. Plan de Inversiones .....	89
5.3. Cálculo de Costos y Gastos .....	91
5.3.1. Mano de Obra .....	91
5.3.3. Proyección de la Depreciación .....	94
5.3.3. Proyección de costos .....	96
5.3.4. Proyección de Gastos.....	98
5.4. Plan de Financiamiento .....	99
5.4.1. Forma de financiamiento .....	99
5.5. Cálculo de ingresos.....	99
5.1.1. PROYECCIÓN DE INGRESOS .....	100
5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	100
1. EN UNIDADES MONETARIAS .....	100
5.7. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO .....	103
5.8. FLUJO DE CAJA .....	104
5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	105
5.9.1.Indicadores.....	105
5.9.1. 2. Valor actual neto.....	105
5.9.1.4. Periodo de Recuperación Payback .....	106

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Composición nutricional</i> .....	5
Tabla 2 <i>Características del producto o servicio</i> .....	6
Tabla 3 <i>Categorización de sujetos</i> .....	7
Tabla 4 <i>Dimensión conductual</i> .....	7
Tabla 5 <i>Dimensión geográfica</i> .....	8
Tabla 6 <i>Población del Ecuador</i> .....	8
Tabla 7 <i>Población de la región sierra</i> .....	9
Tabla 8 <i>Población de la provincia de Tungurahua</i> .....	9
Tabla 9 <i>Población urbana y rural de la ciudad de Ambato</i> .....	10
Tabla 10 <i>Dimensión demográfica del cantón Ambato del sector urbano</i> .....	10
Tabla 11 <i>Valores totales del consumo de granola</i> .....	12
Tabla 12 <i>Sigma</i> .....	13
Tabla 13 <i>Disminuir la mala digestión</i> .....	15
Tabla 14 <i>Consumo de granola</i> .....	16
Tabla 15 <i>Pensamiento de los consumidores frente a los términos</i> .....	18
Tabla 16 <i>Problemas con el producto de granola</i> .....	19
Tabla 17 <i>Característica del producto de granola</i> .....	20
Tabla 18 <i>Marcas de granola</i> .....	22
Tabla 19 <i>Frutos secos de la preferencia de los consumidores</i> .....	23
Tabla 20 <i>Preferencia de establecimientos</i> .....	24
Tabla 21 <i>Palabras del vendedor para la venta de la granola</i> .....	25
Tabla 22 <i>Frases</i> .....	26
Tabla 23 <i>Disposición al consumo de granola</i> .....	27
Tabla 24 <i>Medios de comunicación</i> .....	28
Tabla 25 <i>Horario de acceso a los medios de comunicación</i> .....	30
Tabla 26 <i>Promedio Simple</i> .....	31
Tabla 27 <i>Poder de negociación de los clientes</i> .....	32

Tabla 28 <i>Rivalidad entre los competidores</i> .....	33
Tabla 29 <i>Amenaza de nuevos entrantes</i> .....	34
Tabla 30 <i>Amenaza de productos sustitutos</i> .....	35
Tabla 31 <i>Matriz EFE</i> .....	36
Tabla 32 <i>Matriz EFI</i> .....	37
Tabla 33 <i>Matriz MPC</i> .....	38
Tabla 34 <i>Venta de granola del año 2009 al 2018</i> .....	39
Tabla 35 <i>Venta de granola desde el año 2009 al 2024</i> .....	40
Tabla 36 <i>Cálculo de la Covarianza y desviación</i> .....	41
Tabla 37 <i>Demanda potencial insatisfecha</i> .....	42
Tabla 38 <i>Construcción de plan de medios</i> .....	44
Tabla 39 <i>Modelo CANVAS</i> .....	45
Tabla 40 <i>Diagrama</i> .....	52
Tabla 41 <i>Localización óptima</i> .....	54
Tabla 42 <i>Metros de las instalaciones</i> .....	56
Tabla 43 <i>Equipos</i> .....	56
Tabla 44 <i>Personas</i> .....	56
Tabla 45 <i>Ritmo de producción</i> .....	57
Tabla 46 <i>Número de trabajadores</i> .....	58
Tabla 47 <i>Capacidad de producción futura</i> .....	59
Tabla 48 <i>Causas frecuentes</i> .....	63
Tabla 49 <i>Hoja de control</i> .....	63
Tabla 50 <i>Matriz FODA</i> .....	69
Tabla 51 <i>Cruce de variables</i> .....	70
Tabla 52 <i>Puesto: Gerente</i> .....	75
Tabla 53 <i>Puesto: Contador (a)</i> .....	76
Tabla 54 <i>Puesto: Vendedor (a)</i> .....	77
Tabla 55 <i>Puesto: Jefe de Calidad</i> .....	78
Tabla 56 <i>Puesto: Obrero de Producción 1</i> .....	79
Tabla 57 <i>Puesto: Obrero de Producción 2</i> .....	80
Tabla 58 <i>Indicadores de gestión</i> .....	81

Tabla 59 .....	90
Tabla 60 <i>Mano de Obra (Producción)</i> .....	91
Tabla 61 <i>Sueldos (Administración)</i> .....	92
Tabla 62 <i>Sueldos (Ventas)</i> .....	93
Tabla 63 <i>Depreciación</i> .....	94
Tabla 64 <i>Proyección de la Depreciación</i> .....	94
Tabla 65 <i>Detalle de costos</i> .....	95
Tabla 66 <i>Proyección de costos</i> .....	96
Tabla 67 <i>Detalle de gastos</i> .....	97
Tabla 68 <i>Proyección de gastos</i> .....	98
Tabla 69 <i>Plan de financiamiento</i> .....	99
Tabla 70 <i>Cálculo de ingresos</i> .....	99
Tabla 71 <i>Proyección de Ingresos</i> .....	100
Tabla 72 <i>Estado de Resultados Proyectado</i> .....	103
Tabla 73 <i>Flujo de Caja</i> .....	104

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Valores porcentuales del consumo de granola .....	12
Gráfico 2¿Cuánta cantidad de granola compra a la semana? .....	17
Gráfico 3¿Qué le viene a la mente cuando piensa en los siguientes términos? .....	19
Gráfico 4 Problemas que se encuentra con el producto de la granola .....	20
Gráfico 5 Característica del producto de la granola .....	21
Gráfico 6Orden de importancia de las marcas de granola .....	22
Gráfico 7 Orden de importancia de las preferencia de los frutos secos.....	23
Gráfico 8Preferencia de los establecimientos .....	24
Gráfico 9Palabras del vendedor para la venta de la granola.....	25
Gráfico 10Complete las frases.....	26
Gráfico 11 Disposición del consumo de granola.....	27
Gráfico 12 Medios de comunicación-radio .....	29
Gráfico 13 Horario de acceso a los medios de comunicación .....	30
Gráfico 14 Demanda.....	32
Gráfico 15 Venta de granola.....	40
Gráfico 16Demanda potencial insatisfecha .....	43
Gráfico 17. Canales de comercialización .....	47
Gráfico 18. Mapa de procesos .....	53

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Marca.....	46
Imagen 2. Etiqueta.....	46



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA:** “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA INDUSTRIAL PROCESADORA DE GRANOLA A BASE DE QUINUA PARA LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

**AUTORA:** María Esperanza Pacari Gomez

**TUTOR:** Mgp. Núñez Torres Luis Gabriel

**RESUMEN EJECUTIVO**

El objetivo de este plan de negocios es producir un alimento rico y nutritivo con el fin de que la marca sea conocida a mediano plazo, la importancia de este trabajo es para contribuir a que el consumo de alimentos que no son saludables en el mundo no vaya en aumento, porque el problema es que los consumidores los adquieren debido a que la comida rápida se encuentra disponible en sitios cercanos, lo cual ocasiona con el tiempo enfermedades, por este motivo se planteó la idea de ofrecer un producto que sirva para mejorar el funcionamiento del tránsito intestinal y que al mismo tiempo sea nutritivo; para describir los principales elementos que componen este objetivo se utilizó el método analítico y descriptivo que permitió obtener los principales resultados de la investigación, el principal resultado es que el plan de negocios es factible de realizar, puesto que los indicadores financieros determinan que se puede lograr rentabilidad y recuperación de la inversión en un plazo prudencial.

**DESCRIPTORES:** comercialización, emprendimiento, granola, planta industrial, quinua

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**THEME:** “BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF AN INDUSTRIAL PROCESSING PLANT FOR GRANOLA BASED ON QUINOA FOR THE CITY OF AMBATO, PROVINCE OF TUNGURAHUA”

**AUTHOR:** María Esperanza Pacari

**TUTOR:** Mgp. Núñez Torres Luis Gabriel

**ABSTRACT**

The objective of this business plan is to produce a rich and nutritious food so that the brand is known in the medium term, the importance of this work is to contribute so that the consumption of unhealthy foods in the world does not go increasing, because the problem is that consumers acquire them because fast food is available in nearby places, which causes diseases over time, for this reason the idea of offering a product that serves to improve the functioning intestinal transit and at the same time be nutritious; To describe the main elements that make up this objective, the analytical and descriptive method was used, which allowed obtaining the main results of the investigation, the main result is that the business plan is feasible to carry out, since the financial indicators determine what can be achieved. profitability and recovery of the investment in a prudential period.

**KEYWORD:** marketing, entrepreneurship, granola, industrial plant, quinoa

## INTRODUCCIÓN

El problema de investigación que partió esta idea de emprendimiento se encontró en la mala alimentación por parte de la población, los productos que venden en el mercado se encuentran conocidos como comida rápida, lo cual causa una serie de problemas alimenticios a corto y largo plazo.

Por este motivo, el objetivo principal de esta investigación es realizar el plan de negocios para la creación de la planta para la producción de granola a base de quinua.

El plan de negocios se conforma por el capítulo 1, en el mismo que se encuentra todos los aspectos relacionados al mercado y a la comercialización.

En el capítulo II se encuentran descritas las operaciones, con las cuales la empresa actúa y desarrolla sus procesos productivos.

En el capítulo III se establece la parte organizativa y funcional de la empresa, con lo cual se tiene claro el esquema de cada empleado y sus funciones.

En el capítulo IV se describen las diferentes opciones en la parte legal y jurídica debido a su estructura para la atención de sus clientes con lo cual se tiene un marco legal referencial para sus actividades.

En el capítulo V se detalla cada uno de los procesos económicos y financieros, con lo cual se visualiza los movimientos de la empresa y se puede tomar decisiones con estos resultados sea a corto, mediano o largo plazo.

## **Objetivos del Trabajo de Titulación**

### **Objetivo General**

Establecer la factibilidad del desarrollo de la creación de una planta industrial procesadora de granola a base de quinua para la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, para que en el mercado exista un producto nuevo.

### **Objetivos Específicos**

- Desarrollar un plan de negocios para la comercialización de granola a base de quinua en la ciudad de Ambato con el objeto de llegar al mercado potencial
- Desarrollar los aspectos técnicos y operativos para la producción del producto
- Establecer las necesidades de la organización y gestión de la empresa “Grano Quinoa” mediante la misión y la visión de la empresa
- Investigar la parte legal y jurídica con el fin de que la empresa cumpla con la legislación ecuatoriana
- Ejecutar los cálculos para el plan de negocios con el propósito de conocer si existe rentabilidad

## **CAPÍTULO 1**

### **1. MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN**

#### **1.1. OBJETIVO DEL CAPÍTULO**

##### **Objetivo general**

Desarrollar un plan de negocios para la comercialización de granola a base de quinua en la ciudad de Ambato con el objeto de llegar al mercado potencial

##### ***Objetivos específicos***

Establecer la característica del producto especificando sus atributos

Determinar el segmento de mercado con el fin de lograr la colocación del producto en el mismo

Obtener la demanda potencial insatisfecha a fin de conocer el mercado futuro

#### **1.2. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS PRODUCTO O SERVICIO**

Existen estudios que han desarrollado la producción de quinua a continuación se presentan algunos ejemplos que apoyan la presente investigación.

Título: Producción y Mercado de la Quinua en Bolivia

Resumen: La quinua es un alimento ancestral de los andes sudamericanos. Con características intrínsecas sobresalientes, como su versatilidad para la elaboración de comidas y su gran valor nutritivo. Por la importancia de la quinua en Bolivia y el interés creciente del mercado

internacional se produjo la expansión del cultivo, constituyéndose así en una importante alternativa para muchos agricultores. En el clúster de la quinua se analizan los tres eslabones en la cadena de valor de la quinua: producción primaria, transformación y comercialización, La transformación de la quinua consiste en eliminar las impurezas y la saponina., los procesos de transformación tanto para el mercado local como para el mercado de exportación son pocos. En la transformación hay dos niveles: la primaria, mediante la cual se obtienen productos intermedios (harina, hojuelas, insuflados y extrusados) y la elaboración de productos finales a partir de estos. En el documento se presentó un análisis nutricional completo de variedades de quinua Específicamente, se ha notado que los elementos diferenciadores de la quinua boliviana (su calidad orgánica y las cualidades de la Quinua Real) Conclusión: Se concluye en el sentido que en los últimos 30 años la quinua se ha posicionado en el mercado internacional y puede convertirse en un commodity. El precio y abastecimiento de mercados en un futuro tal vez no muy lejano, no se decidirá en los países andinos por ello, se recomiendan acciones concretas para apoyar a los productores y al país (Risi, Rojas, & Pacheco, 2016).

Título: Estudio de Factibilidad para la Producción y Exportación de una bebida a base de Quinua Orgánica hacia el Mercado Holandés en el periodo 2015 – 2020

Resumen: La investigación desarrollada tuvo como propósito el desarrollo de una bebida a base de quinua orgánica, bajo la marca Quifresh, con fines de exportación a Holanda y para el consumo interno dirigido a la ciudad de Guayaquil. Tomando como base el grano de la quinua para recalcar los valores nutricionales que posee y darle la importancia necearía rescatando el cultivo andino. (*Chenopodium quinoa willd*). Uno de los principales objetivos del plan estratégico y de marketing fue posicionarse en la mente de los consumidores por medio de campañas publicitarias y ferias internacionales que faciliten la difusión de la información de este producto a fin de crear publicidad dentro y fuera del país. Conclusiones: El plan financiero reflejo un VAN de \$1'729,177.83 y una TIR de 70.21%, y un Punto de Equilibrio para Guayaquil del 16% y para Ámsterdam del 20% logrando determinar la rentabilidad y factibilidad del proyecto al recuperar la inversión al año y medio de instauración (Serrano & Quiroz, 2015).

### ***1.2.1. Fundamentación del producto o servicio***

La quinua posee un alto valor nutricional contiene proteínas, antioxidantes naturales, vitamina E, fuente de hierro, magnesio, zinc y calcio fosfórico, hidratos complejos, ácidos omega 6 y 3, ayuda a tratar problemas nerviosos como la depresión, y la diabetes (León Rosero & Noboa Guevara, 2019).

**Tabla 1**  
*Composición nutricional*

Componente	Comparación con el arroz y el trigo (g/100g)		
	Quinua	Alimentos Arroz	Trigo
Proteínas	11,7	6,2	8,6
Grasas	6,3	0,8	1,5
Carbohidratos	68	76,9	73,7
Fibra	5,2	0,3	3,0
Ceniza	2,8	0,6	1,7
humedad	11,2	15,5	14,5
Lisina	68	26	29
Metiosina	21	15	15
Treonina	45	24	29
Triptofano	13	10	11

Fuente: Marón 1999 FAO, OMS, ONU  
Elaborado por: Pacarí Gómez, María Esperanza, 2021

### ***1.2.2. Tabla de características del producto o servicio***

La apertura de consumo de la quinua debido a su reconocimiento nutricional y la promoción de instituciones internacionales como la FAO y el apoyo interno de cada país ha ido incrementando sus áreas de cultivo a la vez los estudios sobre esta. Aquí nace la idea de la industrialización de la semilla como tal y de sus subproductos. En varios países se han dado estudios que han permitido la producción de ciertos derivados como la harina de quinua, barras energéticas, galletas, bebidas entre otras.



**Tabla 2***Características del producto o servicio*

Características transformadas	Resumen
Nutrición	Humana y animal
Alimento preventivo de enfermedades	Herramienta para prevenir enfermedades crónicas posee queratina y el kaempferol que tienen efectos antiinflamatorios, antivirales, anticancerígenos y antidepresivos
Apoyo a enfermedades crónicas	Mejora el curso de enfermedades crónicas usado como tratamiento natural alternativo.
Mejora el estilo de vida	Contribuye a reducir el colesterol, niveles de azúcar en la sangre y ayuda a la pérdida de peso
Digestivo	Limpiador interno ya que ayuda a la digestión por la fibra que contiene
Cicatrizante	Actividad cicatrizante realizando productos a base de quinua.

Fuente: (León Rosero &amp; Noboa Guevara, 2019)

Elaborado por: María Pacari (2021)

### 1.3. MERCADO

El mercado es el lugar donde se comercializan los bienes que pueden ser productos físicos o servicios, en el mercado convergen la demanda y la oferta (Hoyo, 2019).

#### *1.3.1. Público objetivo del producto o servicio*

Al ser un producto natural puede ser consumido por cualquier tipo de personas, puesto que es muy beneficioso dota de energía y es un ayudante digestivo, este producto está dirigido a personas en edades comprendidas de 40 años hasta 60 años de edad de la ciudad de Ambato, por la composición de la granola cuyo contenido es de fibra, aporta cantidades adecuadas de vitaminas, minerales y antioxidantes. Un aspecto importante en la determinación de la edad para el mercado objetivo, se debe a que el cuerpo humano necesita de ciertos componentes como la granola, para eliminar los radicales libres que son los que producen la oxidación y el resultado es el envejecimiento del cuerpo, por esta razón las personas desde los 40 años en adelante necesitan eliminar esas sustancias en mayor proporción que otras edades, puesto

que su acumulación es nociva para el organismo, por lo que el producto proporcionará este beneficio.

**Tabla 3**

*Categorización de sujetos*

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Consumidor
¿Quién usa?	Consumidor
¿Quién decide?	Consumidor
¿Quién influye?	Consumidor

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación de campo

En la tabla 3 se estableció que en la categorización de sujetos se encuentran hombres y mujeres que se encuentran en los sectores económicos de la ciudad de Ambato y que están en condición de personas económicamente activas.

#### **1.3.1.2. Estudio de segmentación**

**Tabla 4**

*Dimensión conductual*

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad	Fisiológica
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	No
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación de campo

En la tabla 4 se determinó que la dimensión conductual se da por las características del consumidor en su tipo de necesidad de alimentación, el tipo de compra es por comparación por productos similares en el mercado, no existe relación con la marca porque es un producto nuevo en el mercado, mientras que la actitud frente al producto es positiva.

En la tabla 5 de la dimensión geográfica, se obtuvo la cantidad de habitantes que se encontró en la base de datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos del año 2010.

**Tabla 5**  
*Dimensión geográfica*

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN AÑO 2010
País	Ecuador	14.483.499
Región	Sierra	6.081.342
Provincia	Tungurahua	504.583
Ciudad	Ambato	329.856
Sector	Urbano	165.185

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

Elaborado por: María Pacari (2021)

**Tabla 6**  
*Población del Ecuador*

NÚMERO DE ÁREA	PROVINCIA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
01	Azuay	337.044	375.083	712.127
02	Bolívar	89.875	93.766	183.641
03	Cañar	105.235	119.949	225.184
04	Carchi	81.155	83.369	164.524
05	Cotopaxi	198.625	210.580	409.205
06	Chimborazo	219.401	239.180	458.581
07	El Oro	304.362	296.297	600.659
08	Esmeraldas	271.312	262.780	534.092
09	Guayas	1.815.914	1.829.569	3.645.483
010	Imbabura	193.664	204.580	398.244
011	Loja	220.794	228.172	448.966
012	Los Ríos	398.099	380.016	778.115
013	Manabí	689.299	680.481	1.369.780
014	Morona Santiago	74.849	73.091	147.940
015	Napo	52.774	50.923	103.697
016	Pastaza	42.260	41.673	83.933
017	Pichincha	1.255.711	1.320.576	2.576.287
018	Tungurahua	244.783	259.800	504.583
019	Zamora Chinchipe	47.452	43.924	91.376
020	Galápagos	13.021	12.103	25.124
021	Sucumbios	92.848	83.624	176.472
022	Orellana	72.130	64.266	136.396
023	Santo Domingo	183.058	184.955	368.013
024	Santa Elena	156.862	151.831	308.693
025	Zonas no delimitadas	17.156	15.228	32.384
	Total población	7.177.683	7.305.816	14.483.499

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

En la tabla 6 se describe el total de la población del país por las 24 provincias y su clasificación por hombres y mujeres.

**Tabla 7**

*Población de la región sierra*

NÚMERO DE ÁREA	PROVINCIA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
1	Azuay	337.044	375.083	712.127
2	Bolívar	89.875	93.766	183.641
3	Cañar	105.235	119.949	225.184
4	Carchi	81.155	83.369	164.524
5	Cotopaxi	198.625	210.580	409.205
6	Chimborazo	219.401	239.180	458.581
10	Imbabura	193.664	204.580	398.244
11	Loja	220.794	228.172	448.966
17	Pichincha	1.255.711	1.320.576	2.576.287
18	Tungurahua	244.783	259.800	504.583
Total población		2.946.287	3.135.055	6.081.342

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

Elaborado por: María Pacari (2021)

En la tabla 7 se detalló el número de habitantes que se encuentran en la región sierra, clasificados por sexo, hombres y mujeres.

**Tabla 8**

*Población de la provincia de Tungurahua*

NÚMERO DE ÁREA	CANTÓN	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
1801	Ambato	159.830	170.026	329.856
1802	Baños	10.034	9.984	20.018
1803	Cevallos	4.028	4.135	8.163
1804	Mocha	3.356	3.421	6.777
1805	Patate	6.720	6.777	13.497
1806	Quero	9.489	9.716	19.205
1807	San Pedro de Pelileo	27.327	29.246	56.573
1808	Santiago de Píllaro	18.091	20.266	38.357
1809	Tisaleo	5.908	6.229	12.137
Total de la población		244.783	259.800	504.583

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

Elaborado por: María Pacari (2021)

En la tabla 8 se determinó la población de la provincia de Tungurahua que se encuentra dividido por los 9 cantones y a su vez está dividido por hombres y mujeres.

**Tabla 9**

*Población urbana y rural de la ciudad de Ambato*

ZONA	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Urbana	80.040	85145	165.185
Rural	79.790	84881	164.671
<b>Total</b>	<b>159.830</b>	<b>170.026</b>	<b>329.856</b>

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

Elaborado por: María Pacari (2021)

En la tabla 9 se obtuvo la población urbana y rural de la ciudad de Ambato, se encuentra además clasificada por sexo sea hombre o mujer.

**Tabla 10**

*Dimensión demográfica del cantón Ambato del sector urbano*

VARIABLE	DESDE LA VARIABLE	2010	TCP	TCPA	2021
SEXO	Hombre	16908	1,50%	16,50%	19,697
	Mujer	19434	1,50%	16,50%	22,640
EDAD	40-60 años	36342	1,50%	16,50%	42338
PEA	Categorías de ocupación				
	Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	10,543			
	Empleado/a u obrero/a privado	33.424			
	Jornalero/a o peón	1.557			
	Patrono/a	5.537			
	Socio/a	1.277			
	Cuenta propia	21.798			
	Trabajador/a no remunerado	1.018			
	Empleado/a doméstico/a	214			
	Se ignora	159			
<b>Total</b>		<b>78.884</b>	<b>1,50%</b>	<b>16,50%</b>	<b>91.900</b>

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)REDATAM

Elaborado por: María Pacari (2021)

En la tabla 10 se estableció que la edad del segmento de mercado es de 40 a 60 años, por ser una edad adecuada para el consumo de la granola, por los beneficios que se tiene con este alimento evitando la conformación de radicales libres y por consiguiente el envejecimiento. Se determinó por la consulta efectuada en el Redatam que el total de hombres y mujeres es de 36.342 con una tasa de crecimiento de 1,50% y una tasa de crecimiento acumulada de 16,5% da un total de 42.338 personas.

Como el producto va dirigido a las personas que trabajan, se investigó en el Redatam que las categorías de ocupación son personas que trabajan en esos sectores y hay un total de 78.884, que aplicado la misma tasa de crecimiento de 1,50% y una tasa de crecimiento acumulado de 16,50% da un total de 91.900 personas para el año 2021.

### ***1.3.1.3. Plan de muestreo***

#### ***1.3.1.3.1. Prueba piloto***

##### ***Tipo de población***

Se determina que la población es finita porque se conoce cuantas observaciones existen en la investigación y es la que consta de un número limitado de observaciones o de número de observaciones que se pueden alcanzar a contar (**Bustamante, 2011**).

En esta investigación se determinó que la población es finita puesto que se conoce el número exacto de las personas que se va a investigar, que en este caso son

Se realizó una prueba piloto de 30 consumidores que se encuentran en el área urbana de la ciudad de Ambato, a quienes se les aplicó la pregunta sobre ¿Cuántas fundas de granola consume a la semana?, esta pregunta fue realizada con el fin de conocer sobre la aceptación del producto.

Los siguientes son los resultados de la encuesta.

¿Cuántas fundas de granola consume a la semana?

**Tabla 11**

*Valores totales del consumo de granola*

Escala	Frecuencia	Frecuencia relativa
1	24	80%
2	5	16,67%
3	1	3,33%
4	0	0%
5	0	0%
6	0	0%
Total	30	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

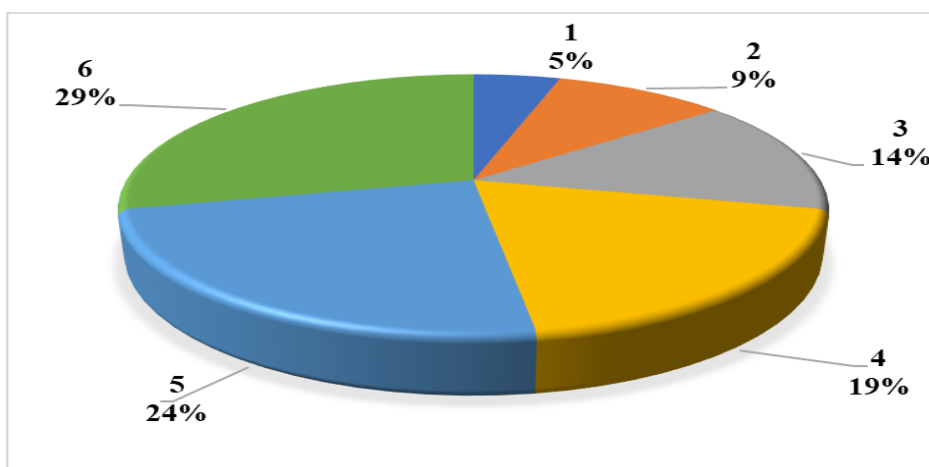


Gráfico 1 Valores porcentuales del consumo de granola

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

### **Análisis**

La información obtenida se refiere a los valores porcentuales obtenidos en la semana del consumo de granola.

### **Interpretación**

De la aplicación de la encuesta se obtiene que el 80% de las personas encuestadas indicaron que consumen 1 funda de granola cada semana, es el valor con mayor relevancia, mientras que el menos importante se ubica en el valor porcentual de cero 0%, al consumo de 4,5 y 6 unidades, se identificó que estas frecuencias no se consumen por parte de las personas encuestadas.

### 1.3.1.3.2. Plan de muestreo al consumidor

Existen dos tipos de muestreo, el primero es el muestreo no probabilístico en donde a criterio del investigador se procede a elegir las observaciones dentro de la investigación, es decir no todos los individuos tienen la oportunidad de seleccionarse para la muestra (Bustamante, 2011).

El muestreo probabilístico es aquel que elige las observaciones de forma más rígida y en donde el criterio del investigador no es relevante y en donde todos los individuos tienen la oportunidad de seleccionarse para la muestra (Bustamante, 2011).

En esta investigación se aplicó el muestreo no probabilístico debido a que se investigó a las personas que están disponibles en contestar la encuesta de gustos y preferencias del producto, con estos datos se obtuvo una muestra representativa en la ciudad de Ambato.

#### Simbología

$$n = \frac{\sigma^2 * Z^2}{E^2}$$

n= Muestra

Z= Nivel de confiabilidad (1,96)

$\sigma$  = Sigma

E= Error

**Tabla 12**

*Sigma*

Sigma	Tiempo
3,5	1 semana
0,5	1 día
0,25	12 horas
0,02	hora
0,35	17 horas

Fuente: Investigación propia



### **Análisis de sigma**

Para obtener el valor de sigma se considera el número de frecuencia 1 y 6 que son los valores de las veces que se consume el producto, luego se determina el promedio de los dos valores dando como resultado 3,5 esto corresponde a la semana.

Posteriormente este valor se divide para 7 días a la semana obteniendo como resultado el valor de 0,5 que corresponde a un día, seguidamente se procede a dividir para 12 horas dando como resultado 0,25 seguidamente se procedió a obtener el valor de 0,02 que es el resultado de dividir para 24 horas y finalmente se obtuvo el valor de 0,35 (sigma para el universo) que es el resultado de multiplicar 0,02 por 17 horas.

$$n = \frac{\sigma^2 * Z^2}{E^2}$$

$$n = \frac{3,5^2 * 1,96^2}{0,05^2}$$

$$n = \frac{12,25 * 3,8416}{0,0025}$$

$$n = \frac{47,0596}{0,0025}$$

$$n = 18.823,84$$

### ***Muestra del consumidor***

Para la muestra del consumidor se utilizó la misma fórmula con el valor de sigma de 0,35.

$$n = \frac{\sigma^2 * Z^2}{E^2}$$

$$n = \frac{0,35^2 * 1,96^2}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,12 * 3,8416}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,470596}{0,0025}$$

$n = 188$  muestra de consumidores

#### 1.3.1.4. Instrumento para recopilar información

##### Objetivo específico 1

Cuadro de necesidades

**Tabla 13**

*Disminuir la mala digestión*

TIPO DE NECESIDAD	IPO DE INFORMACIÓN	FUENTE	INSTRUMENTO
1 Identificar las causas de la mala digestión	Información secundaria	Servicios agrupados	Banco de datos
2 Investigar cuáles son los componentes de los alimentos sin fibra	Información secundaria	Servicios agrupados	Banco de datos
3 Analizar cuáles son los productos que evitan la mala digestión	Información secundaria	Servicios agrupados	Banco de datos
4 Conocer los síntomas que producen los alimentos sin fibra	Información secundaria	Servicios agrupados	Banco de datos
5 Investigar los gustos del consumidor	Información secundaria	Servicios agrupados	Banco de datos
6 Investigar la demanda potencial insatisfecha	Información secundaria	Estudio de segmentación	Sistema información

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

En el cuadro de necesidades se visualiza que los aspectos sobre la mala digestión en las personas contienen varios elementos entre los cuales consta cuales son los componentes de los alimentos sin fibra por lo que hay necesidad de describir estos puntos.

#### 1.3.5. Diseño y recolección de información

Para la investigación se describió una encuesta que consta de preguntas con escala de likert con el fin de identificar las preferencias de los consumidores por lo que se consideró el segmento de mercado que son personas de 40 a 60 años de edad y que se encuentran en la ciudad de Ambato.

## Desarrollo de instrumentos banco de datos de otras fuentes

### *Necesidad 1*

La necesidad 1 hace referencia a los problemas que se presentan en la salud de las personas al consumir alimentos bajos en fibra, lo que ocasiona problemas digestivos, desde una edad madura el ser humano requiere una cantidad mayor de fibra, debido a la pérdida de la elasticidad de los músculos se ve afectado el sistema digestivo, las afecciones gastrointestinales ocasionan también un aumento de las bacterias o pueden provocar una intolerancia al gluten (Chutkan, 2014).

### 1.3.1.6. Análisis e interpretación

Se realizó el diseño de la encuesta que consta de 11 preguntas, se realizó la tabulación de los datos recopilados, cuyos resultados es el siguiente.

#### 1. ¿Cuántas unidades de granola compra a la semana?

**Tabla 14**

#### *Consumo de granola*

Consumo de granola	Frecuencia	Porcentaje
1	176	93,62
2	11	5,85
3	1	0,53
4	0	0
5	0	0
6	0	0
Total	188	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

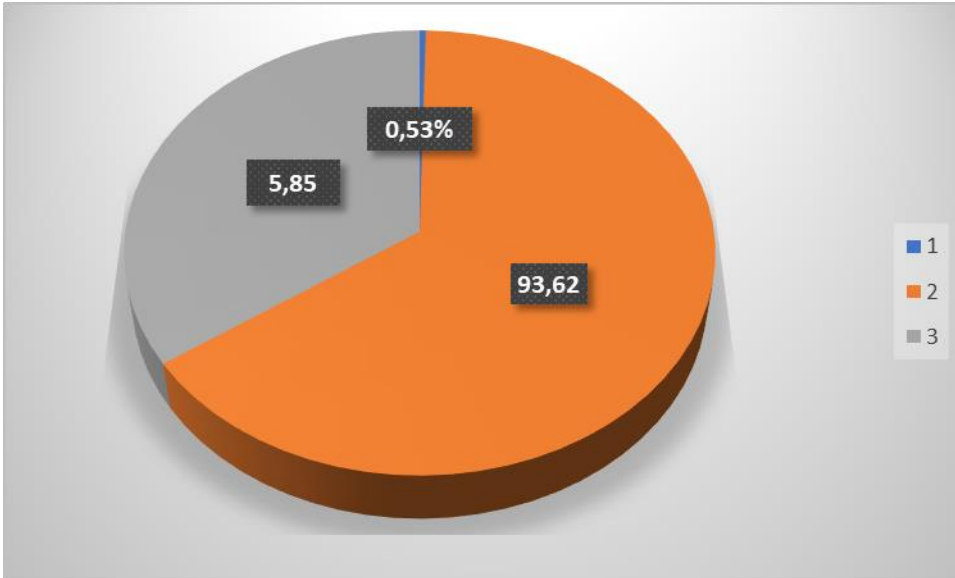


Gráfico 2¿Cuánta cantidad de granola compra a la semana?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

### **Análisis**

El consumo de la granola es de 1 unidad por cada persona, considerando que este alimento es rico en fibra el consumo es aceptable.

### **Interpretación**

En el gráfico se visualiza que hay unidades de medida de consumo de granola, así se tiene que el

consumo de 1 unidad de granola es de 176 personas que corresponden al 93,62% de las personas encuestadas, mientras que el porcentaje que continúa en importancia es el del consumo de 2 unidades de granola con 11 personas, es decir el 5,85% de los encuestados.

## 2. ¿Qué le viene a la mente cuando piensa en los siguientes términos?

**Tabla 15**

*Pensamiento de los consumidores frente a los términos*

Descripción		Número de personas	Porcentaje
Fibra	Vigor	3	1,60
	Alimento	12	6,38
	Energía	132	70,21
	Mezclas	41	21,81
		188	100,00
Digestión	Salud	145	77,13
	Dolor de estómago	3	1,60
	Asimilación	40	21,28
			188
Energía	Fuerza	25	13,30
	Actividad	12	6,38
	Ánimo	48	25,53
	Salud	103	54,79
			188
Nutritivo	Rico	121	64,36
	Saludable	12	6,38
	Vitaminas	43	22,87
	Sano	12	6,38
			188

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

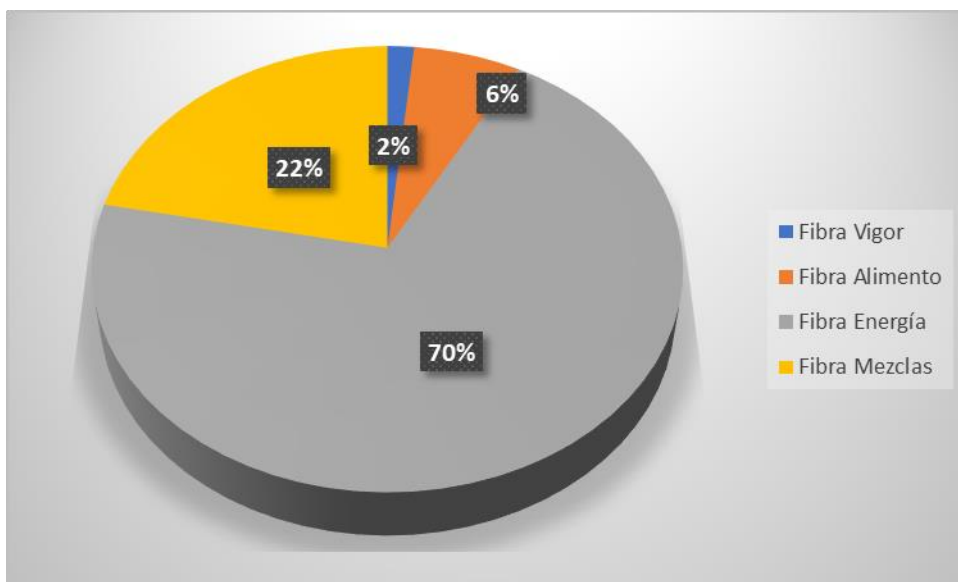


Gráfico 3 ¿Qué le viene a la mente cuando piensa en los siguientes términos?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

### Análisis

De las personas que se encuestó contestaron que lo primero que se le viene a la mente cuando escuchan la palabra fibra es energía porque asocian con la capacidad de efectuar un trabajo.

### Interpretación

En el gráfico se visualiza que el porcentaje más alto es el de 70,21% que corresponde a la palabra energía, que son 132 personas, el porcentaje siguiente es el de la respuesta sobre mezclas que es el 22% de un total de 188 personas encuestadas.

### 3. Indique cuáles son los problemas que se encuentra con el producto de granola, indicando con 1 que es más importante y 5 es menos importante.

**Tabla 16**

*Problemas con el producto de granola*

Orden de importancia	1	2	3	4	5	Total
Número de personas	77	12	70	15	14	188
Porcentaje	40,96%	6,38%	37,23%	7,98%	7,45%	100%
Problemas	Los granos son duros	Es muy caro	No hay pasas en la granola	El sabor es desagradable	Poco contenido	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

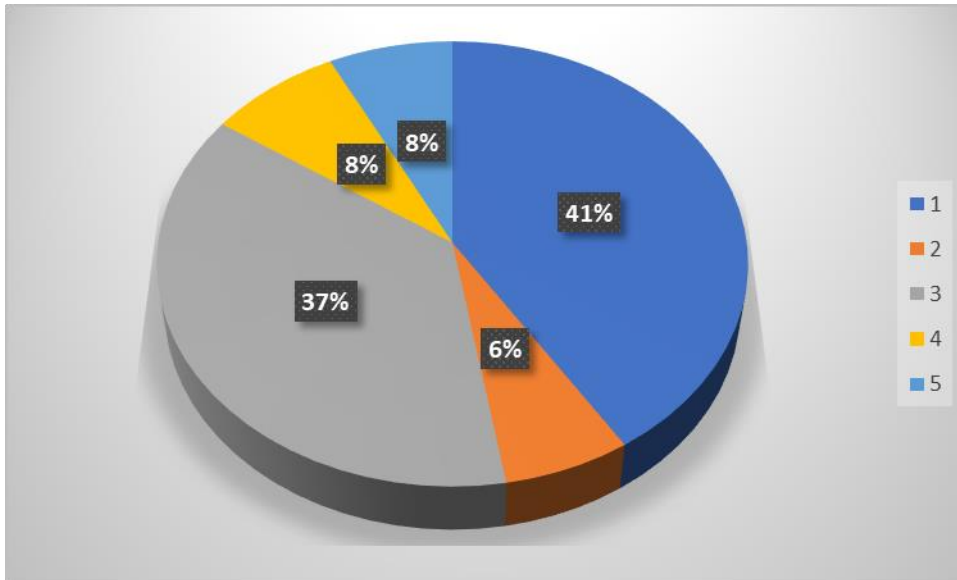


Gráfico 4 Problemas que se encuentra con el producto de la granola  
 Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: María Pacari

### Análisis

Con respecto a la importancia con la que califican las personas encuestadas, de 1 a 5, respondieron que los granos que se encuentran en la granola son duros, equivale al 41% aproximadamente del 100% de los encuestados.

### Interpretación

En el gráfico se determinó que el 41% contestó la calificación 1 que es más importante, mientras que el 7,45% calificó menos importante.

**4. De la siguiente lista de características del producto de granola, indique en orden de importancia cuáles cree son importantes y los que no son importantes para usted. Siendo 1 más importante y 6 menos importante.**

**Tabla 17**

*Característica del producto de granola*

Orden de importancia	1	2	3	4	5	6	Total
Número de personas	21	58	96	5	2	6	188
Porcentaje	11,17	30,85	51,06	2,66	1,06	3,19	100,00
Problemas	Tamaño	Precio	Sabor	Marca	Peso	Calidad	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

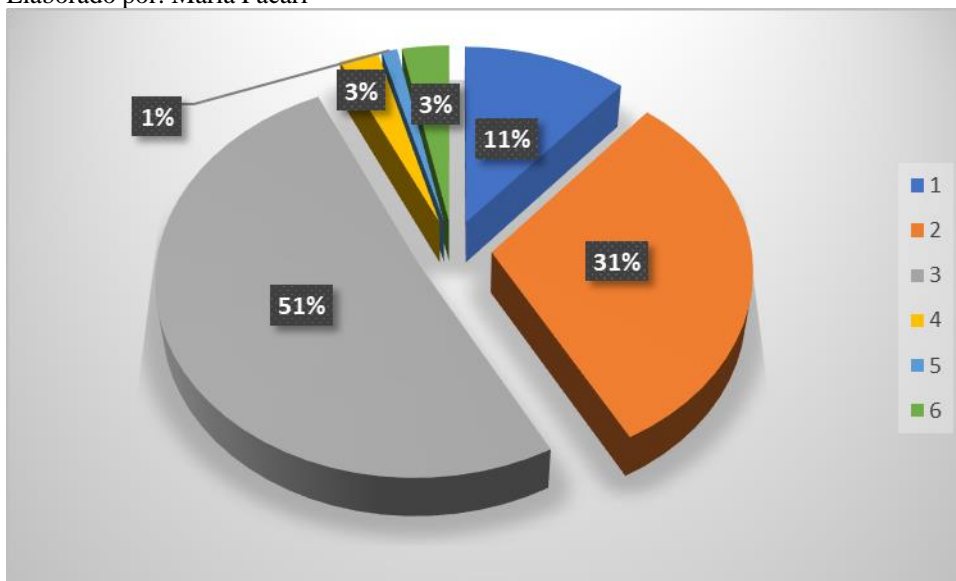


Gráfico 5 Característica del producto de la granola

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

### **Análisis**

Con respecto a la importancia con la que califican las personas encuestadas, de 1 a 6, sobre las características de la granola, respondieron que es más importante es el sabor, equivalente a 96 personas encuestadas.

### **Interpretación**

En el gráfico se determinó que el 51% contestó la calificación 3 que es el sabor de la granola, y posteriormente seguido de la opción de precio 31% equivalente a 58 personas, mientras que la opción que menos calificaron es el peso equivalente a 6 personas.



5. De la siguiente lista de marcas de granola, califique en orden de preferencia, siendo el 1 el de mayor preferencia y el 5 de menor preferencia.

**Tabla 18**

*Marcas de granola*

Orden de preferencia	1	2	3	4	5	Total
Número de personas	150	5	4	12	17	188
Porcentaje	79,79%	2,66%	2,13%	6,38%	9,04%	100%
Marcas	Croquitos	Ambateño	Delicia	Gramix	Natures Heart	

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

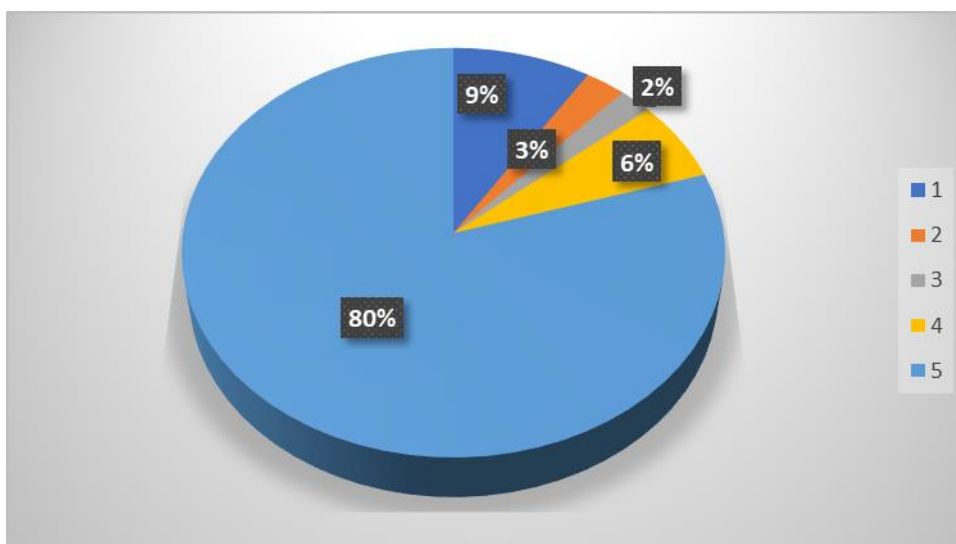


Gráfico 6 Orden de importancia de las marcas de granola  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

### **Análisis**

Con respecto a la importancia de las marcas, con la que califican las personas encuestadas, de 1 a 5, se encontró que el 80% de las personas encuestadas conocen la marca Croquitos y es de su preferencia.

### **Interpretación**

En el gráfico se determinó que 150 personas contestaron que es la marca Croquitos la que conocen, lo que equivale al 80% aproximadamente, mientras que la marca menos conocida es la Delicia, equivale a 4 personas que respondieron de este modo.

**6. De los siguientes frutos secos ordene de acuerdo a su preferencia. Siendo 1 la más importante y 4 la menos importante**

**Tabla 19**

*Frutos secos de la preferencia de los consumidores*

Preferencia de frutos secos	1	2	3	4	Total
Número de personas	111	12	11	54	188
Porcentaje	59,04	6,38	5,85	28,72	100
	Pasas	Almendras	Nueces	Ajonjolí	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

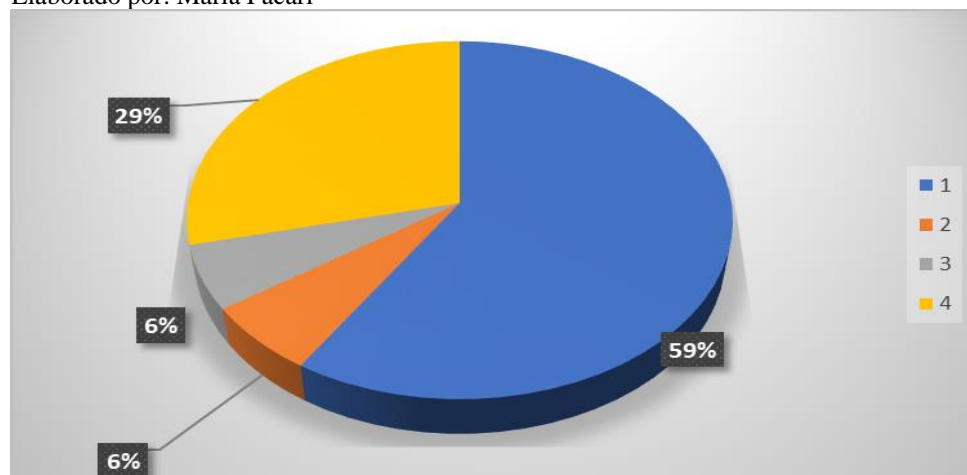


Gráfico 7 Orden de importancia de las preferencias de los frutos secos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

**Análisis**

Con respecto a la preferencia de los frutos secos que les gusta a los consumidores está en primer lugar las pasas y en segundo lugar les gusta el ajonjolí.

**Interpretación**

En el gráfico se visualiza que son 111 personas encuestadas las que prefieren las pasas dentro de la categoría de los frutos secos, es decir el porcentaje del 59%, en segundo lugar de preferencia está el ajonjolí con el equivalente de 54 personas.

**7. Por favor indique la preferencia de establecimientos de compra de granola, siendo 1 de mayor preferencia y 5 de menor preferencia**

**Tabla 20**

*Preferencia de establecimientos*

Preferencia de establecimientos	1	2	3	4	5	Total
Número de personas	102	35	25	12	14	188
Porcentaje	54,26%	18,62%	13,30%	6,38%	7,45%	100%
Establecimientos	Tiendas de abarrotes del barrio	Supermercados	Locales de productos naturales	Farmacias	Mercados	

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

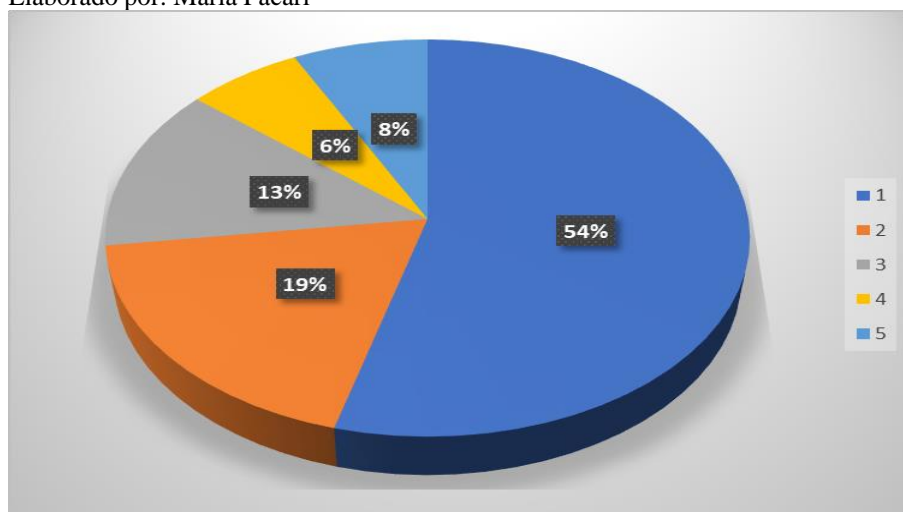


Gráfico 8 Preferencia de los establecimientos  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

**Análisis**

Con respecto a la preferencia de los establecimientos, se indicó que están sobre las tiendas de abarrotes en primer lugar y en segundo lugar la preferencia de los consumidores está en los supermercados.

**Interpretación**

En el gráfico se visualiza que son 102 personas encuestadas que prefieren comprar en las tiendas de abarrotes corresponde al 54%, mientras que el porcentaje siguiente está en la preferencia sobre los supermercados equivalente a 35 personas.

**8. ¿Si usted fuera vendedor cuáles serían sus palabras para vender la granola a base de quinua?**

21

**Tabla**

*Palabras del vendedor para la venta de la granola*

Palabras del vendedor	Frecuencia	Porcentaje
Es un producto delicioso	45	23,94
Producto nutritivo	26	13,83
Es barato	14	7,45
Tiene frutos secos	15	7,98
Cuida la salud	88	46,81
<b>Total</b>	<b>188</b>	<b>100</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

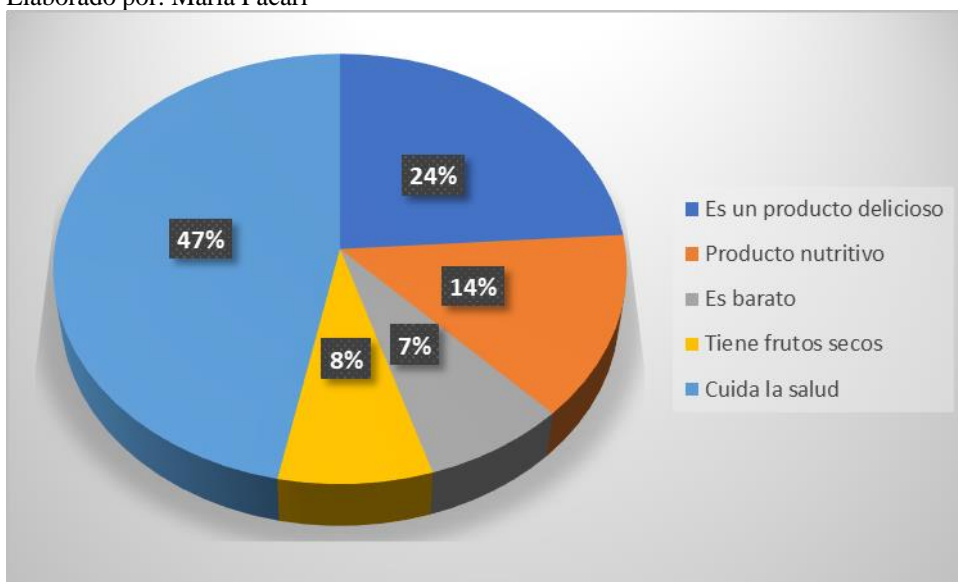


Gráfico 9 Palabras del vendedor para la venta de la granola

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

**Análisis**

Con respecto a las palabras del vendedor la mayoría de los encuestados manifestó que podría decir que cuida la salud, lo cual es importante para el consumidor.

**Interpretación**

En el gráfico se visualiza que son 88 personas encuestadas que manifestaron que el producto se puede vender con la frase “cuida su salud” esto equivale al 47% aproximadamente.

## 9. Por favor complete las siguientes frases

**Tabla 22**

*Frases*

Complete la frase	Frases de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
El consumo de la granola es	Bueno	12	6,38
La granola sirve para	La salud	118	62,77
Los componentes que tiene la granola son	Naturales	58	30,85
Total		188	100,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

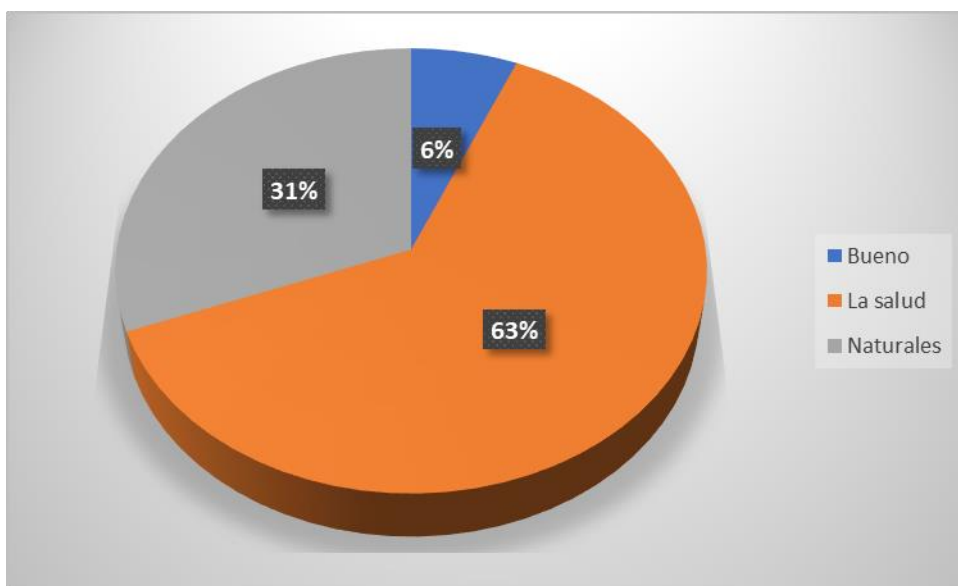


Gráfico 10 Complete las frases

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

### **Análisis**

Con respecto a las frases la mayoría de las personas encuestadas respondieron que completarían con la frase salud, porque consideran que es un alimento que se refiere a cuidar la salud.

### **Interpretación**

En el gráfico se visualiza que son 118 personas encuestadas que manifestaron que la frase sobre “la granola sirve para” se puede completar con la salud y la frase siguiente es “Los componentes que tiene la granola son” se completó con la palabra “natural, equivalente a 58 personas.

## 10. ¿Estaría dispuesto a consumir granola con quinua si se vende este producto en el mercado?

**Tabla 23**

*Disposición al consumo de granola*

Dispuesto al consumo	Frecuencia	Porcentaje
SI	109	58%
NO	79	42%
Total	188	100%

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

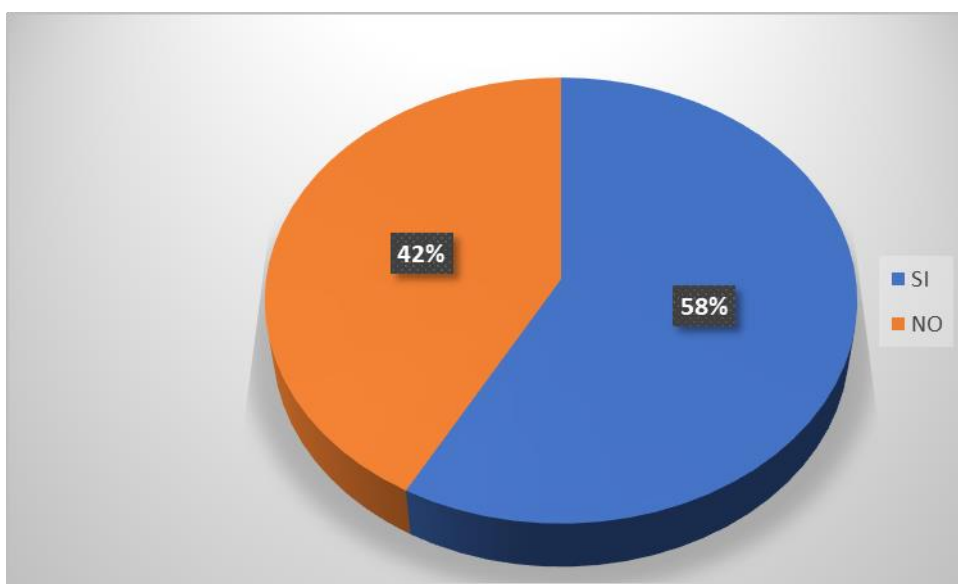


Gráfico 11 Disposición del consumo de granola

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

### **Análisis**

Con respecto a las frases la mayoría de las personas encuestadas respondieron que si estarían dispuestos a consumir granola con quinua porque le permitirá consumir un nuevo sabor.

### **Interpretación**

En el gráfico se visualiza que son 109 personas encuestadas que manifestaron que el consumo de este nuevo producto es aceptable, representa el 58%, mientras el 42% indicó que no estaría dispuesto a consumir el producto.

**11. De la siguiente lista de medios de comunicación marque en orden de importancia al que considere, siendo 1 de mayor importancia y 8 de menor importancia**

**Tabla 24**

*Medios de comunicación*

Medios de comunicación	Nombre de la radio	Programa	Número de personas	Porcentaje
Radio	Sira	Noticias	132	70,21
	Centro	Deportivo	56	29,79
Total			188	188
Televisión		Programa	Número de personas	
	RTS	Noticias	9	4,79
	Ecuavisa	Deportes	58	30,85
	TC Televisión	Farándula	67	35,64
	Teleamazonas	Noticias	23	12,23
	Unimax	Musicales	31	16,49
Total			188	100
Redes sociales	WhatsApp		92	48,94
	Youtube		12	6,38
	Instagram		5	2,66
	Twiter		6	3,19
	Facebook		73	38,83
Total			188	100,00
Periódicos	El Heraldo		121	64,36
	La Hora		31	16,49
	El Comercio		18	9,57
	El Universo		3	1,60
	Ambateño		12	6,38
	Telégrafo		3	1,60
Total			188	100
Revistas	Vistazo		168	89,36
	Líderes		2	1,06
	Diners		4	2,13
	Hola		2	1,06
	Hogar		12	6,38
Total			188	100,00

Pancartas	Lugar		
	Av. Cevallos	9	4,79
	Salida de Ambato Sur	46	24,47
	Salida de Ambato Norte	133	70,74
Total		188	100
Gigantografías	Lugar		
	Av. Cevallos	9	4,79
	Salida de Ambato Sur	148	78,72
	Salida de Ambato Norte	31	16,49
Total		188	100
Vallas	Lugar		
	Av. Cevallos	8	4,26
	Salida de Ambato Sur	116	61,70
	Salida de Ambato Norte	64	34,04
Total		188	100,00

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

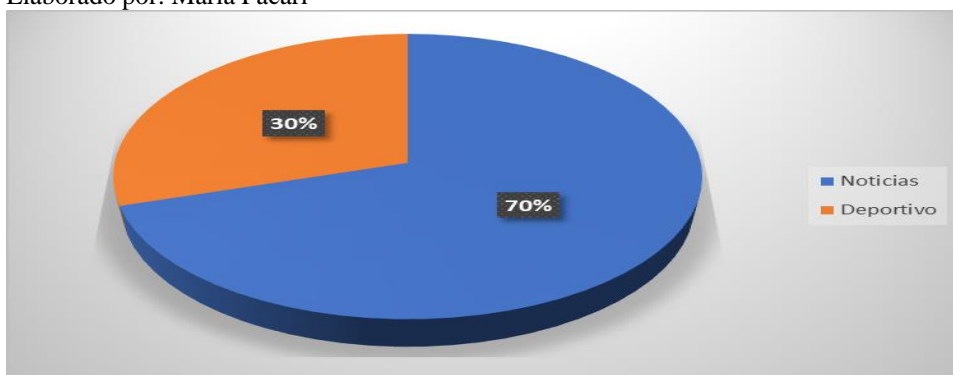


Gráfico 12 Medios de comunicación-radio

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

### Análisis

Con respecto a los medios de comunicación, con respecto a la radio las personas encuestadas escuchan la radio Sira el programa de las noticias, con lo cual se ve la preferencia de los programas con la actualidad en la comunidad.

### Interpretación

En el gráfico se visualiza que son 132 personas que equivale al porcentaje de 70%, mientras que el segundo medio de la radio son los programas deportivos equivalente a 56 personas.



## 12. ¿Cuál es el horario al que accede a los medios de comunicación?

**Tabla 25**

*Horario de acceso a los medios de comunicación*

Horario	Número de personas	Porcentaje
6h00 am a 9h00 am	23	12,23
9h00 am a 12h00 pm	5	2,66
12h00 pm a 13h00 pm	8	4,26
14h00 pm a 16h00 pm	5	2,66
17h00 pm a 19h00 pm	20	10,64
20h00 pm a 23h00 pm	95	50,53
24h00 pm en adelante	32	17,02
<b>Total</b>	<b>188</b>	<b>100</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

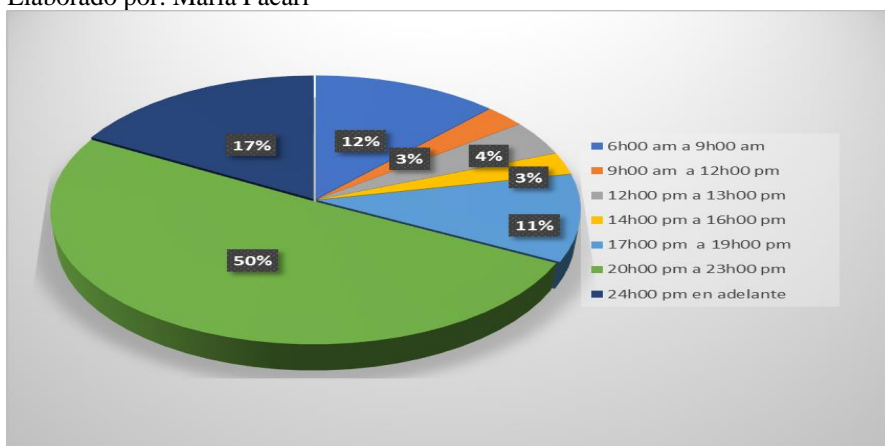


Gráfico 13 Horario de acceso a los medios de comunicación

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

### **Análisis**

Con respecto al horario de acceso a los medios de comunicación, la mayoría utiliza el horario de la noche a partir de las 20h00 a las 23h00 debido al descanso de sus labores.

### **Interpretación**

En el gráfico se visualiza que son 95 personas que equivale al porcentaje de 51% aproximadamente, mientras que el segundo horario al que acceden las personas es a partir de las 24 h00 en adelante, lo que equivale a 32 personas.

### 1.3.2. Demanda potencial

#### Cálculo de la demanda con promedio simple

Para realizar el cálculo de la demanda con promedio simple se toma en cuenta la pregunta 1 que enuncia ¿Cuántas unidades de granola compra a la semana? respondiendo 176 personas que una unidad y 12 personas que consumen dos unidades de fundas de granola.

Con estos datos se procede a determinar el valor de sigma.

$$\text{Sigma} = \text{Valor máximo} - \text{Valor mínimo} / 2$$

$$\text{Sigma} = 176 + 12 / 2$$

$$\text{Sigma} = 94$$

Se procede a calcular N, teniendo estos valores

$$\text{Error} = 5\%$$

$$Z = 1,96$$

$$N = 433.332,48$$

Con una tasa de crecimiento del 0,95% se procedió a colocar los datos de los años siguientes con promedio simple.

#### Tabla 26

##### *Promedio Simple*

##### PROMEDIO SIMPLE

2016	417099
2017	421099
2018	425138
2019	429216
2020	433332
2021	425177
2022	429216
2023	433294
2024	437410
2025	441565
2026	445760

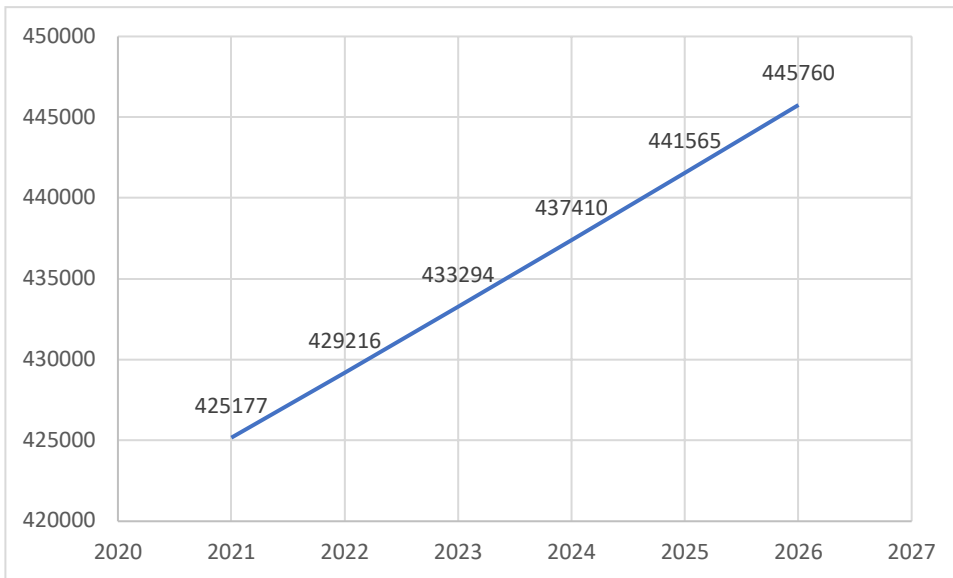


Gráfico 14 Demanda

## 1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

### 1.4.1. Análisis del microambiente

En el análisis del microambiente se estudió las 5 fuerzas de Porter.

#### 1.4.1.1. Poder de negociación de los clientes

**Tabla 27**

*Poder de negociación de los clientes*

Opciones	Alto	Medio	Bajo
Diferenciación de la granola	x		
Precios competitivos		x	
Calidad del producto			x
Exigencia de los clientes		x	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

## Interpretación

En la fuerza de Porter sobre el poder de negociación de los clientes, se observó que la diferenciación de la granola es un aspecto de impacto alto, puesto que este producto tiene que diferenciarse de los demás del mercado, con respecto a los precios y a la exigencia de los clientes el impacto es medio, no así la calidad del producto que es bajam puesto que no es de relevancia para los clientes.

### 1.4.1.2. Rivalidad entre los competidores

**Tabla 28**

*Rivalidad entre los competidores*

Opciones	Alto	Medio	Bajo
Localización de las empresas competidoras			x
Estructura física de las empresas competidoras		x	
Productos diferentes de la competencia	x		
Posicionamiento de la marca del producto de la competencia		x	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

## Interpretación

La rivalidad de los competidores tiene un impacto alto en los productos diferentes de la competencia, puesto que este aspecto puede provocar disminución de las ventas en la empresa nueva, el posicionamiento de la marca de los productos de la competencia tiene un impacto medio, no así la localización de las empresas ya que esto no repercute en el plan de negocios que se propone con la elaboración de la granola a base de quinua para la ciudad de Ambato.

### 1.4.1.3. Amenaza de nuevos entrantes

**Tabla 29**

*Amenaza de nuevos entrantes*

Opciones	Alto	Medio	Bajo
Uso de tecnología en productos y servicios	x		
Adopción de políticas en el gobierno	x		
Marcas conocidas en el mercado		x	
Canales de distribución en el mercado local		x	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

### Interpretación

La amenaza de nuevos entrantes tiene un impacto alto puesto que el uso de tecnología en productos y servicios los hace más competitivos en el mercado, lo cual puede impactar en el plan de negocios, de igual forma la adopción de políticas en el gobierno es un aspecto de alto impacto, puesto que los nuevos impuestos o aspectos legales que se adopten como política podrían afectar al entorno de la empresa, las marcas conocidas en el mercado y los canales de distribución en el mercado de la ciudad de Ambato, tiene una repercusión media, no es un aspecto que podría afectar sobremanera al plan de negocios.

### 1.4.1.4. Poder de negociación de proveedores

**Tabla 30**

*Poder de negociación de proveedores*

Opciones	Alto	Medio	Bajo
Producción de materia prima en el mercado	x		
Adopción de precios de materia prima	x		
Prácticas de ventas solo de contado		x	
Cadenas de distribución al por mayor			x

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

## Interpretación

El poder de negociación de proveedores tiene alto impacto en el aspecto de que aquellos tienen en su poder la producción de materia prima en el mercado, así como la adopción de los precios, estos aspectos pueden incidir en el plan de negocios, las prácticas de ventas por parte de los proveedores en efectivo tiene un impacto medio, en cambio las cadenas de distribución al por mayor tiene un bajo impacto, debido a que como hay varios proveedores este aspecto no será de mayor relevancia.

### 1.4.1.5. Amenaza de productos sustitutos

**Tabla 30**

*Amenaza de productos sustitutos*

Opciones	Alto	Medio	Bajo
Productos con aumento de frutos secos	x		
Importación de productos	x		
Precios bajos de avena		x	
Incremento de producción de granos andinos			x

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

## Interpretación

La amenaza de productos sustitutos tiene un impacto alto para el plan de negocios que se propone, en dos aspectos, el primero que se puede sustituir por productos con mayores mezclas de frutos secos, y también con la importación de productos, tiene un impacto medio los precios bajos de la avena, porque es un producto barato que puede sustituir la granola con quinua y finalmente el incremento de producción de granos andinos tiene un impacto bajo porque no tiene el mismo sabor que la granola.

## 1.4.2. Análisis del macroambiente

**Tabla 31**

*Matriz EFE*

Factor clave	BÁSICA			MEJORADA		
	Valor	Calificación	Valor ponderado	Valor	Calificación	Valor ponderado
<b>OPORTUNIDADES</b>						
Incremento de población	0,12	3	0,36	0,12	4	0,48
Aumento de consumo de productos saludables	0,15	4	0,6	0,15	4	0,6
Oferta de materia prima en abundancia en el mercado	0,09	3	0,27	0,09	4	0,36
Conocimiento de cursos para emprender nuevo negocio	0,1	3	0,3	0,1	3	0,3
Líneas de financiamiento de bajo interés en el mercado	0,04	4	0,16	0,04	4	0,16
Uso de tecnología para el servicio digital				0,1	4	0,4
<b>Total oportunidades</b>	<b>0,5</b>		<b>1,69</b>	<b>0,6</b>		<b>2,3</b>
<b>AMENAZAS</b>						
Políticas de ayuda a las importaciones por parte del gobierno	0,09	1	0,09	0,09	2	0,18
Precios más bajo por parte de la competencia	0,13	2	0,26	0,13	2	0,26
Cambio de las preferencias del consumo	0,12	1	0,12	0,12	2	0,24
Presencia de productos importados en el mercado	0,16	1	0,16	0,16	1	0,16
Nuevo confinamiento por la pandemia				0,1	2	0,2
<b>Total amenazas</b>	<b>0,5</b>		<b>0,63</b>	<b>0,6</b>		<b>1,04</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,32</b>	<b>1,2</b>		<b>3,34</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

De la matriz EFE se determinó que las oportunidades son mayores que las amenazas, debido a que en las primeras el valor ponderado es 1,69 en comparación a 0,63. En la matriz

mejorada se determinó una variación a 2,30 y las oportunidades se incrementaron, mientras que las amenazas en la matriz mejorada es de 1,04, a pesar de estos incrementos, en la matriz EFE se determinó que existe una ventaja en los aspectos positivos que son las oportunidades.

**Tabla 32**

*Matriz EFI*

EFI	BÁSICA			MEJORADA		
	Valor	Calificación	Valor ponderado	Valor	Calificación	Valor ponderado
Factor clave	Valor	Calificación	ponderado	Valor	Calificación	ponderado
<b>FORTALEZAS</b>						
Conocimiento sobre la fabricación del producto	0,09	4	0,36	0,09	4	0,36
Recursos propios en la economía	0,1	4	0,4	0,1	4	0,4
Infraestructura en buen estado	0,1	3	0,3	0,1	4	0,4
Uso de materiales de buena calidad para el producto	0,1	3	0,3	0,1	3	0,3
Materia prima fresca	0,11	4	0,44	0,11	4	0,44
Mano de obra disponible en la ciudad de Ambato				0,13	4	0,52
<b>Total Fortalezas</b>	<b>0,5</b>		<b>1,8</b>	<b>0,63</b>		<b>2,42</b>
<b>DEBILIDADES</b>						
Dificultad para compartir el conocimiento	0,08	1	0,08	0,08	1	0,08
Marca de la empresa poco conocida	0,14	2	0,28	0,14	2	0,28
El producto no está posicionado en el mercado	0,1	1	0,1	0,1	2	0,2
Poca logística para la distribución del producto	0,18	1	0,18	0,18	2	0,36
Maquinaria costosa para aumentar producción				0,12	2	0,24
<b>Total debilidades</b>	<b>0,5</b>		<b>0,64</b>	<b>0,62</b>		<b>1,16</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,44</b>	<b>1,25</b>		<b>3,58</b>



Fuente: Investigación propia

---

## Interpretación

En la matriz EFI básica se observa que las fortalezas son mayores que las debilidades, 1,80 frente al valor de 0,64 respectivamente, mientras que en la matriz mejorada se encuentra un valor dentro de las fortalezas de 2,42 y en la debilidades hay un valor de 1,16, con lo cual se observó que los aspectos positivos son mayormente beneficiosos dentro del plan de negocios.

## Matriz de perfil competitivo (MPC)

**Tabla 33**

*Matriz MPC*

MPC	Empresa productora "La Delicia"			Empresa productora "Ambateña"		
	Peso	Calificación	ponderado	Peso	Calificación	ponderado
Factores para el éxito	Peso	Calificación	ponderado	Peso	Calificación	ponderado
Presentación variada del producto	0,12	3	0,36	0,11	3	0,33
Promociones constantes del producto	0,13	4	0,52	0,23	4	0,92
Sistema de distribución adecuados	0,25	4	1	0,15	4	0,6
Uso de tecnología para los pedidos en línea	0,32	3	0,96	0,16	4	0,64
Precios adecuados en el mercado	0,18	3	0,54	0,35	3	1,05
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3,38</b>	<b>1</b>		<b>3,54</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

## Interpretación

En la matriz de perfil competitivo se observó que la empresa productora "Ambateña" es la que se encuentra mejor posicionada en el mercado y un factor para el éxito es el referente a las promociones que realiza con su producto, lo cual tiene acogida en el mercado.

### 1.4.3. Proyección de la oferta

Para calcular la oferta se partió de la tabla de datos de las ventas realizadas por la competencia, cuyos datos fueron recabados de forma directa de la competencia, siendo los siguientes:

**Tabla 34**

*Venta de granola del año 2009 al 2018*

AÑOS	AÑOS	VENTAS DE GRANOLA EN MILES DE UNIDADES
2009	1	50000
2010	2	51000
2011	3	65000
2012	4	70000
2013	5	71000
2014	6	72000
2015	7	81000
2016	8	85000
2017	9	88000
2018	10	91000

Con estos datos se procedió a obtener el pronóstico para el año 2019 hasta el año 2026, ya que este emprendimiento es para los 5 años siguientes se tomará en cuenta esos volúmenes de venta, quedando la tabla como sigue.

**Tabla 35***Venta de granola desde el año 2009 al 2024*

AÑOS	AÑOS	VENTAS DE GRANOLA EN MILES DE UNIDADES
2009	1	50000
2010	2	51000
2011	3	65000
2012	4	70000
2013	5	71000
2014	6	72000
2015	7	81000
2016	8	85000
2017	9	88000
2018	10	91000
2019	11	97800
2020	12	101987
2021	13	104928
2022	14	109380
2023	15	114284
2024	16	118792
2025	17	122483
2026	18	126932

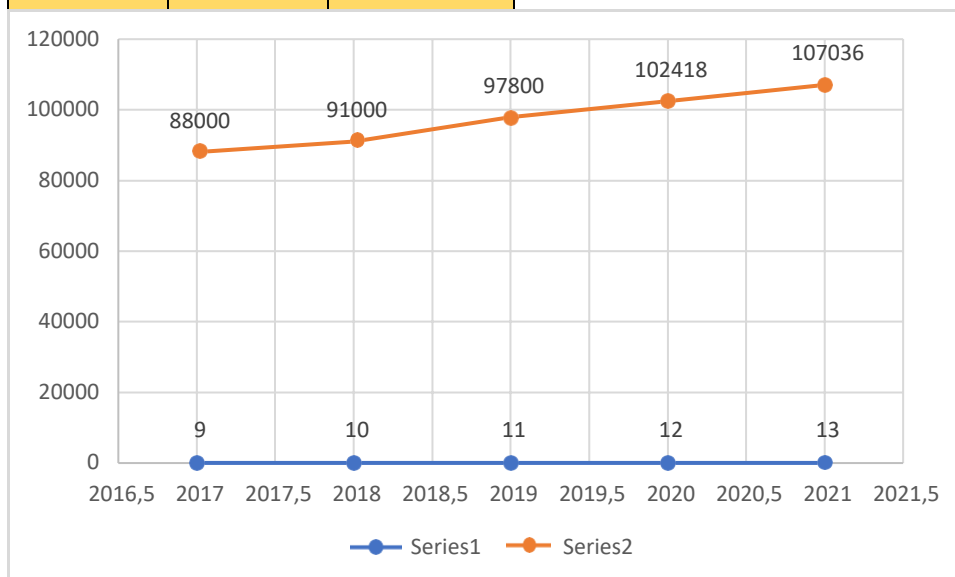


Gráfico 15 Venta de granola

A partir de esta tabla se obtuvo la covarianza y la desviación de X y también la desviación de Y para posteriormente obtener el r (coeficiente de determinación).

**Tabla 36**  
*Cálculo de la Covarianza y desviación*

Xi-X	Yi-Y	(Xi-X) <sup>2</sup>	(Yi-Y) <sup>2</sup>	(Xi-X)(Yi-Y)
-8,5	-40032,5964	72,25	1602608776	340277,0695
-7,5	-39032,5964	56,25	1523543583	292744,4731
-6,5	-25032,5964	42,25	626630883,3	162711,8767
-5,5	-20032,5964	30,25	401304919,1	110179,2803
-4,5	-19032,5964	20,25	362239726,3	85646,68387
-3,5	-18032,5964	12,25	325174533,5	63114,08745
-2,5	-9032,59642	6,25	81587798	22581,49104
-1,5	-5032,59642	2,25	25327026,68	7548,894623
-0,5	-2032,59642	0,25	4131448,186	1016,298208
0,5	967,403585	0,25	935869,6962	483,7017925
1,5	7767	2,25	60332558,45	11651,10538
2,5	11954	6,25	142899795,6	29885,17563
3,5	14895	12,25	221873048	52133,91255
4,5	19347	20,25	374325465	87063,71613
5,5	24252	30,25	588153857,4	133385,3597
6,5	28759	42,25	827100704,1	186935,8306
7,5	32451	56,25	1053058195	243381,4362
8,5	36899	72,25	1361572654	313645,6987
<b>Sumatoria</b>		<b>484,5</b>	<b>9582800842</b>	<b>2144386,091</b>

$$\text{COVARIANZA} = \frac{\text{Sumatoria } (Xi-X)(Yi-Y)}{N}$$

$$\text{COVARIANZA} = \frac{2144386,09}{18} = 119132,5606$$

$$\text{DESVIACIÓN DE X } S_X = \sqrt{\frac{(Xi-X)^2}{N}}$$

$$\sqrt{\frac{484,5}{18}} = 26,91666667 \quad \text{Raíz} \quad 5,188127$$

$$\begin{aligned}
 & \qquad \qquad \qquad 18 \\
 \text{DESVIACIÓN DE Y} \quad SY = & \frac{(Y_i - Y)^2}{18} \\
 & \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \text{Raíz} \\
 & \frac{9582800842}{18} = 532377824,5 \quad \color{red}23073,3141
 \end{aligned}$$

Con estos datos se obtuvo la r que es el coeficiente de determinación.

$$\begin{aligned}
 r = & \frac{S_{XY}}{S_x S_y} \\
 r = & \frac{119132,561}{(5,188127) (23073,3141)} \\
 r = & \frac{119132,561}{119707,284} \\
 r = & 0,99519893 \\
 r^2 = & 0,99042091 \\
 r^2 = & 99,04\%
 \end{aligned}$$

La  $r^2$  significa que el 99,04% de los datos se ajustan en el cálculo obtenido.

## 1.5. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

**Tabla 37**

*Demanda potencial insatisfecha*

Años	Demanda	Oferta	DPI Anual	DPI	
				Mensual	DPI Diario
2022	429216	109380	319836	26653	876
2023	433294	114284	319009	26584	874
2024	437410	118792	318618	26552	873
2025	441565	122483	319082	26590	874
2026	445760	126932	318828	26569	874

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

## Explicación de la demanda potencial insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha se obtuvo restando la demanda menos la oferta, en este caso es el valor de 429.216 menos 109.380, lo que da un valor de 319.836 unidades anuales. Estas unidades se dividen para 12 meses para obtener la demanda mensual lo que da el valor de 26.653 en el caso del año 2022. El valor diario de 876 se obtuvo dividiendo el valor de 319.836 para 365 días, tal como se explica en el manual de estilo de la Universidad Indoamérica.

Estos valores son distintos para la capacidad instalada del capítulo II, porque esta capacidad solo representa el 35%, del total de la demanda.

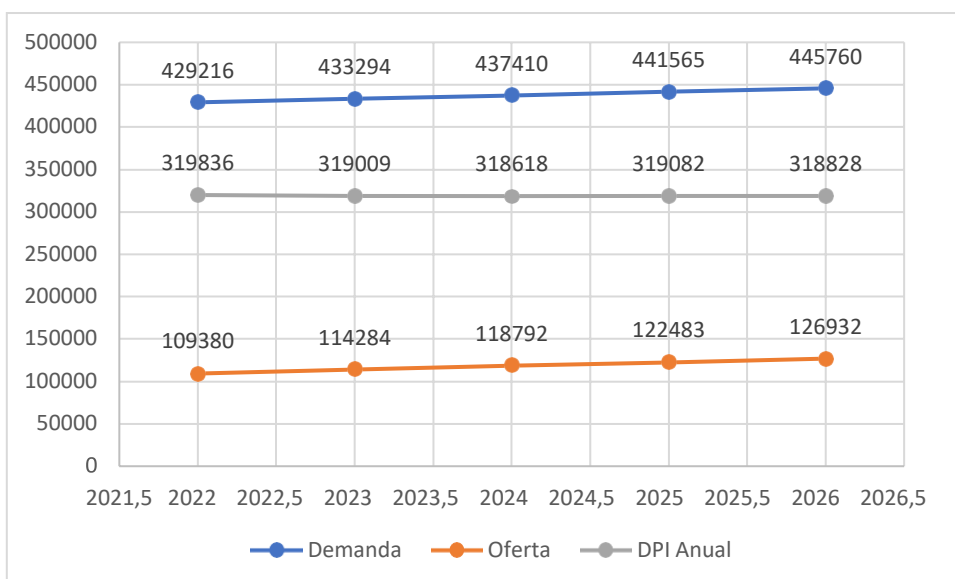


Gráfico 16 Demanda potencial insatisfecha

Fuente: Proyección de demanda y oferta

Elaborado por: María Pacari

## 1.6. Diseño de marca (Branding)

El diseño de marca (branding) se lo realizó con un logotipo para la empresa y para el producto como a continuación se detalla.

## 1.7. Estrategias de marketing

La estrategia de marketing será personalizada, estará dirigida a un segmento de mercado comprendido en las edades de 40 a 60 años, utilizando información transparente sobre los beneficios del consumo de la granola.

### **1.8. Publicidad y promoción**

Se utilizará la publicidad digital, con la aplicación del internet y con las redes sociales, a través de aquello se llegará a los clientes en el segmento de mercado respectivo.

Se hará uso también de marketing directo a través de un plan de visitas a las tiendas de abarrotes para entregar publicidad del producto.

El uso de las vallas publicitarias es importante para que se visualice la marca del producto.

#### ***Construcción del plan de medios***

**Tabla 38**

#### ***Construcción de plan de medios***

Descripción	Tipo	Fecha	Responsable
Publicidad digital	Internet	1/1/2022	Gerente
Vallas	Colocación en sitios geográficos adecuados	10/10/2022	Gerente
Marketing directo	Flyers	1/1/2022	Gerente

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

#### ***Propuesta de valor***

En la propuesta de valor se realiza el modelo CANVAS.



**Tabla 39**

*Modelo CANVAS*

<b>Socios estratégicos</b>	<b>Actividades claves</b>	<b>Propuesta de valor</b>	<b>Relación clientes</b>	<b>Clientes</b>
Asociarse con productores agrícolas de sectores rurales de Ambato para obtener la quinua	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planes a largo plazo para la sustentabilidad de la materia prima en el sector agrícola.</li> <li>Planificación para las ventas</li> </ul>	Producto innovador con frutos secos mezclados con quinua que tiene alto valor nutritivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención a través de canales directos</li> <li>Atención a distribuidores para expandir la entrega de productos</li> </ul>	Clientes ubicados en el mercado preocupados por su salud
	<b>Recursos claves</b>		<b>Canal</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Materia prima localizada en la misma zona geográfica</li> </ul> Infraestructura diseñada adecuadamente para el proceso de producción		Utilización de la tecnología con la parte digital con el facebook, whatsApp	
	<b>Estructura de costos</b>		<b>Flujo de ingreso</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Costos fijos y costos variables para determinar valores del producto</li> </ul>	Uso de canales electrónicos bancarios		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

*Diseño de la marca*

# GranoQuinoa

“Cuida tu salud”

Imagen 1. Marca  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

## Diseño de la etiqueta para el producto

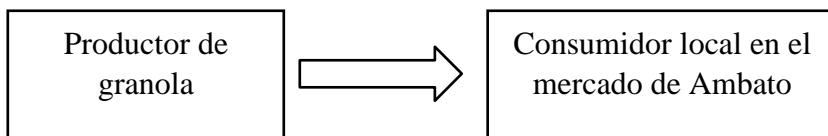


Imagen 2. Etiqueta  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: María Pacari

## 1.9. Canales de distribución

El canal de distribución es directo porque se venderá el producto al consumidor a través de un local comercial que se ubicará en un sitio adecuado en la ciudad, así mismo se utilizará el canal indirecto porque se venderá a través de distribuidores hacia el consumidor.

### *Canal directo*



### *Canal indirecto*

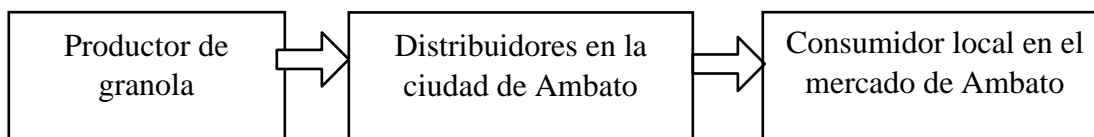


Gráfico 17. Canales de comercialización

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Pacari

## 1.10. Seguimiento de clientes

El seguimiento a clientes se efectuará a través de la aplicación de cuestionarios para medir la calidad en la atención, para ello es importante que el manejo de esta información se analice con el modelo SERVQUAL que mide la calidad de la atención, con esta actividad se está fidelizando al cliente por las estrategias que se tomará en las fallas que se presenten.

## 1.11. Especificar mercados alternativos

Los mercados alternativos que se tendrá como opción para este plan de negocios, es al resto de provincias que se ubican en la zona central como son: Cotopaxi, Chimborazo, Bolívar y Pichincha, ya que es un mercado potencial por la cantidad de la demanda que se encuentra en estas provincias.

## **CAPÍTULO II**

### **2. OPERACIONES**

#### **2.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO**

##### **Objetivo general**

Desarrollar los aspectos técnicos y operativos para la producción del producto

##### *Objetivos específicos*

Describir el proceso para la producción de la granola a base de quinua

Realizar la distribución de la planta con el fin de organizar los recursos

Investigar sobre los equipos necesarios para la operación en producción

#### **2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO**

Para la obtención de la granola a base de quinua, se siguió pasos establecidos de forma recurrente para finalmente producir este producto.

##### ***2.2.1. Descripción del proceso de transformación del bien o servicio***

El proceso de granola a base de quinua, se cumple con los siguientes pasos.

### ***Recepción de materia prima***

La materia prima se recibirá en la empresa, luego de realizar los pedidos con los proveedores locales y nacionales, para lo cual se cumple con la verificación del pedido en las hojas de control de la empresa.

### ***Revisar la materia prima de impurezas***

Una vez que se adquiere la materia prima en los mercados locales se procede a revisar que los ingredientes se encuentren en perfecto estado, sin impurezas y frescos.

### ***Preparación de la materia prima***

Se procede a rallar el coco, la parte de la pulpa y se reserva para más adelante. El proceso de trituración de la panela se realiza en este punto y se reserva aparte. La quinoa se procede a tostar con gotas de aceite para disminuir su dureza, aproximadamente por unos 10 minutos.

### ***Mezcla de ingredientes***

En un recipiente se procede a mezclar la avena, quinua, coco, ajonjolí, pasas, panela, se añade aceite y se revuelve por unos 20 minutos hasta que la mezcla se homogenice.

### ***Cocción de la mezcla***

Se procede a introducir al horno industrial por 45 minutos hasta que los ingredientes se tuesten y adquieran un color dorado.

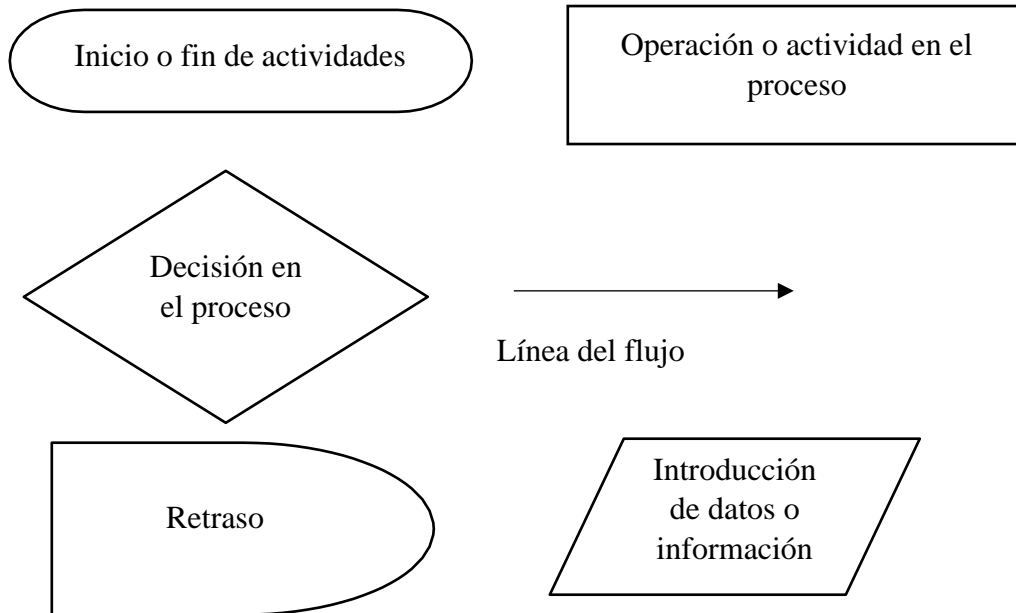
### ***Enfriado del producto***

En este paso el producto debe enfriarse para lo cual se espera entre 20 a 30 minutos.

## *Envasado de la granola*

A continuación, se envasa la granola para que el producto esté listo para distribuirse.

Para el flujograma del proceso de producción de la granola, se utilizan los siguientes símbolos con su significado.



### Flujograma de producción de granola

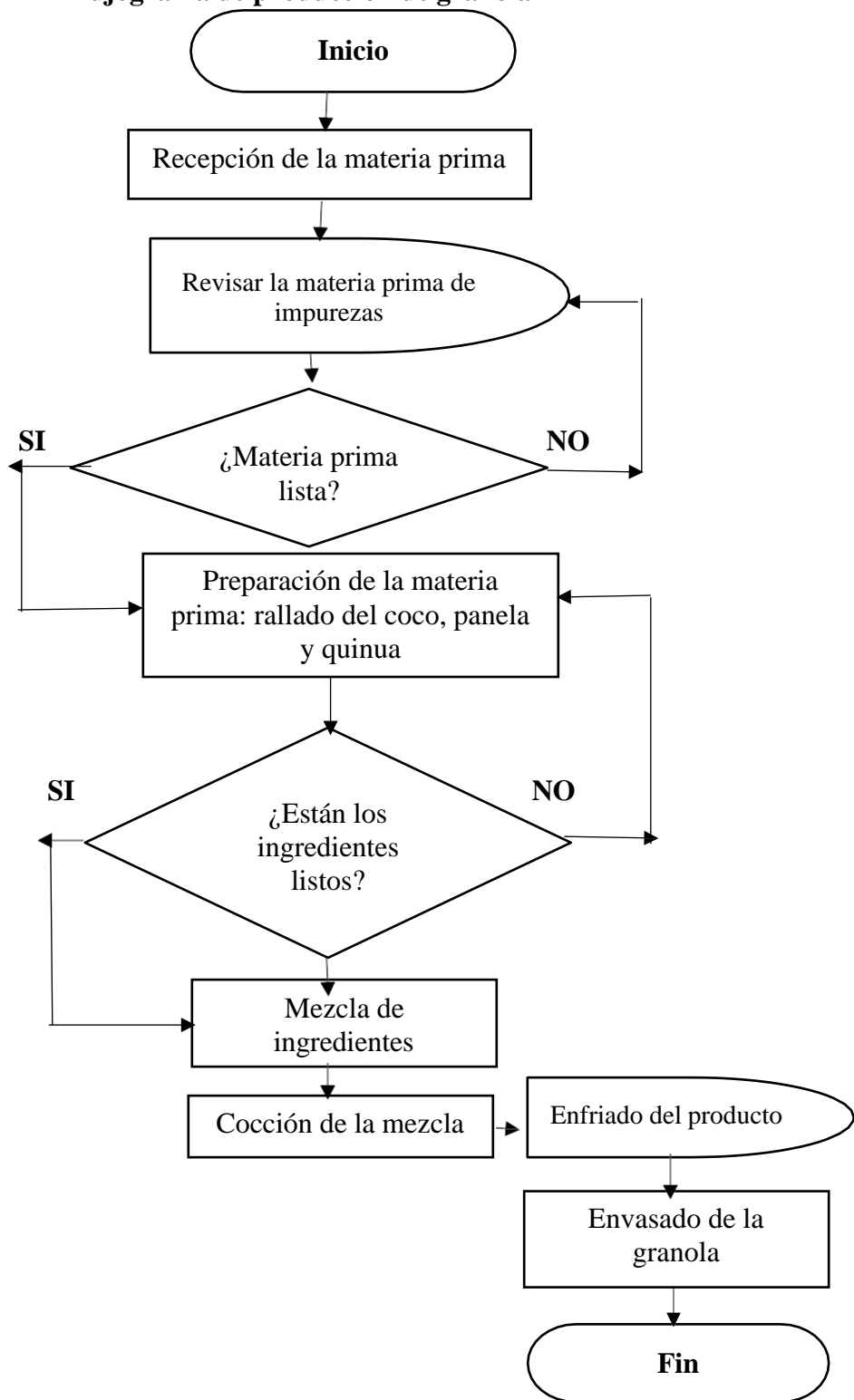







Gráfico 18 Flujograma  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

## Diagrama del proceso de fabricación de granola

**Tabla 40**

*Diagrama*

Departamento: Producción	Elaboración de granola	Símbolos del proceso				
Actividades	Tiempo					
	Hora-min.	Operación	Inspección	Demora	Almacenamiento	Transporte
Recepción de la materia prima	1 hora	●				
Revisar la materia prima de impurezas	1 hora		●			
Materia prima lista	0,30 min		●			
Preparación de la materia prima: rallado del coco, panela y quinua	1 hora	●				
Ingredientes listos	0,30 min		●			
Mezcla de ingredientes	20 min	●				
Cocción de la mezcla	45 min	●				
Enfriado del producto	0,30 min			●		
Envasado de la granola	1	●				
	6 horas 35 minutos					

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari



## Análisis

En el diagrama de proceso se tiene como resultado que la producción es de 6 horas 35 minutos para realizar todos los pasos de la producción de granola.

## Mapa de procesos

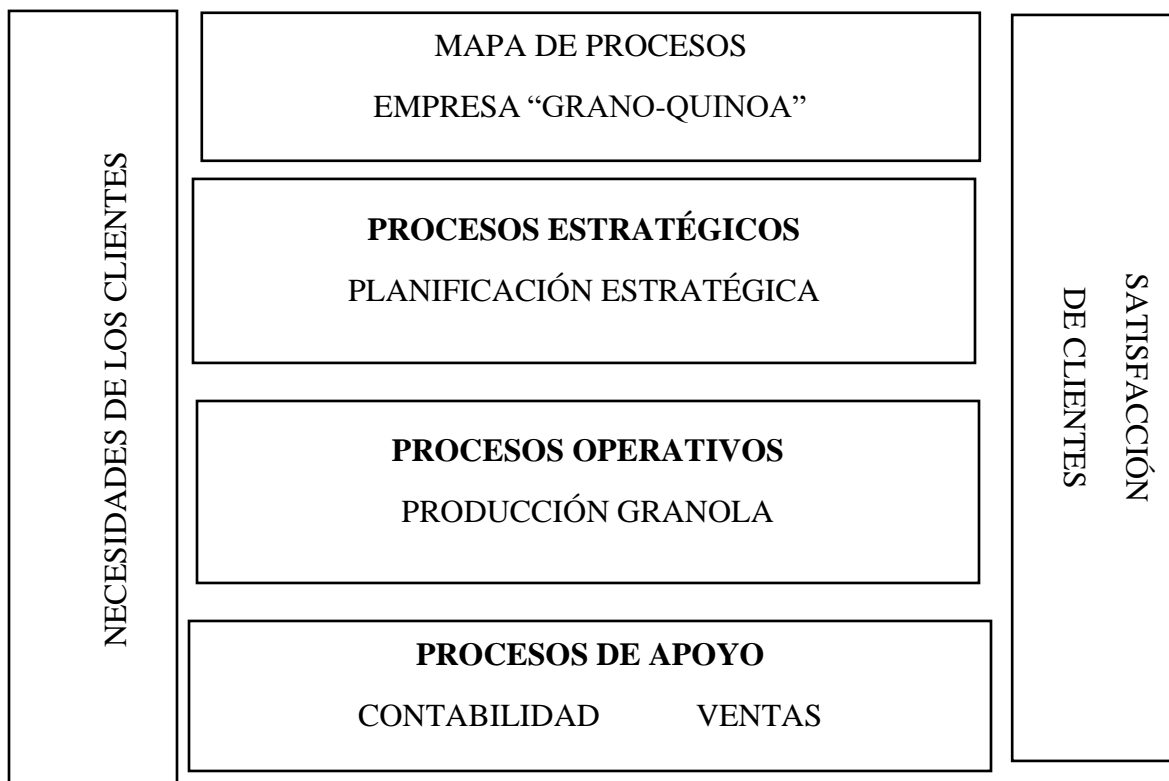


Gráfico 18. Mapa de procesos  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

En el mapa de procesos se establecen las entradas y las salidas, aquí consta el cliente con sus pedidos y la satisfacción que tiene al finalizar el servicio de la entrega de los productos. También en el mapa de procesos existen tres elementos, el primero es el referente al proceso de la planeación estratégica que contiene las gestiones que se realiza en la gerencia, producción y calidad, en el segundo elemento se encuentran los procesos operativos con la recepción de materia prima, la preparación del coco, la panela y la quinua, la mezcla, la cocción de los ingredientes y el envase del producto para posteriormente realizar la venta, el tercer elemento es el de apoyo y a través de aquello se realiza la administración, contabilidad y ventas. Con estos procesos bien llevados se podrá determinar de forma correcta la atención de los pedidos y entregarlos a tiempo.

### 2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas

Para la instalación del negocio, se estableció dos localizaciones y con los factores que se analizaron sirvió para observar cual es la correcta para este emprendimiento.

La primera dirección es en el cantón Ambato en la comunidad de Chibuleo debido a que ya existe el terreno, la segunda localización es en Santa Rosa por la facilidad de contar con otro terreno para la realización del proyecto.

**Tabla 41**

*Localización óptima*

Descripción de los factores	Peso	Ubicación 1 Comunidad de Chibuleo		Ubicación 2 Santa Rosa	
		Calificación para cada factor	Ponderación de cada factor	Calificación para cada factor	Ponderación de cada factor
Presencia de transporte público	0,3	6	1,8	6	1,8
Abundancia de agua	0,2	7	1,4	7	1,4
Luz eléctrica	0,2	7	1,4	7	1,4
Centros de acopio de materia prima	0,07	5	0,35	6	0,42
Presencia de trabajadores o mano de obra	0,11	6	0,66	6	0,66
Proximidad para realizar pagos bancarios	0,12	4	0,48	6	0,72
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>6,09</b>		<b>6,4</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

La ubicación número 2 en los resultados de la ponderación de cada factor, da en total 6,4 puntos en comparación a 6,09 puntos de la primera localización, debido a que tiene mayor acceso a transporte, agua, luz, mano de obra y mayor cercanía para las instituciones públicas y privadas para el pago de servicios y entidades financieras.

*Distribución de la planta*

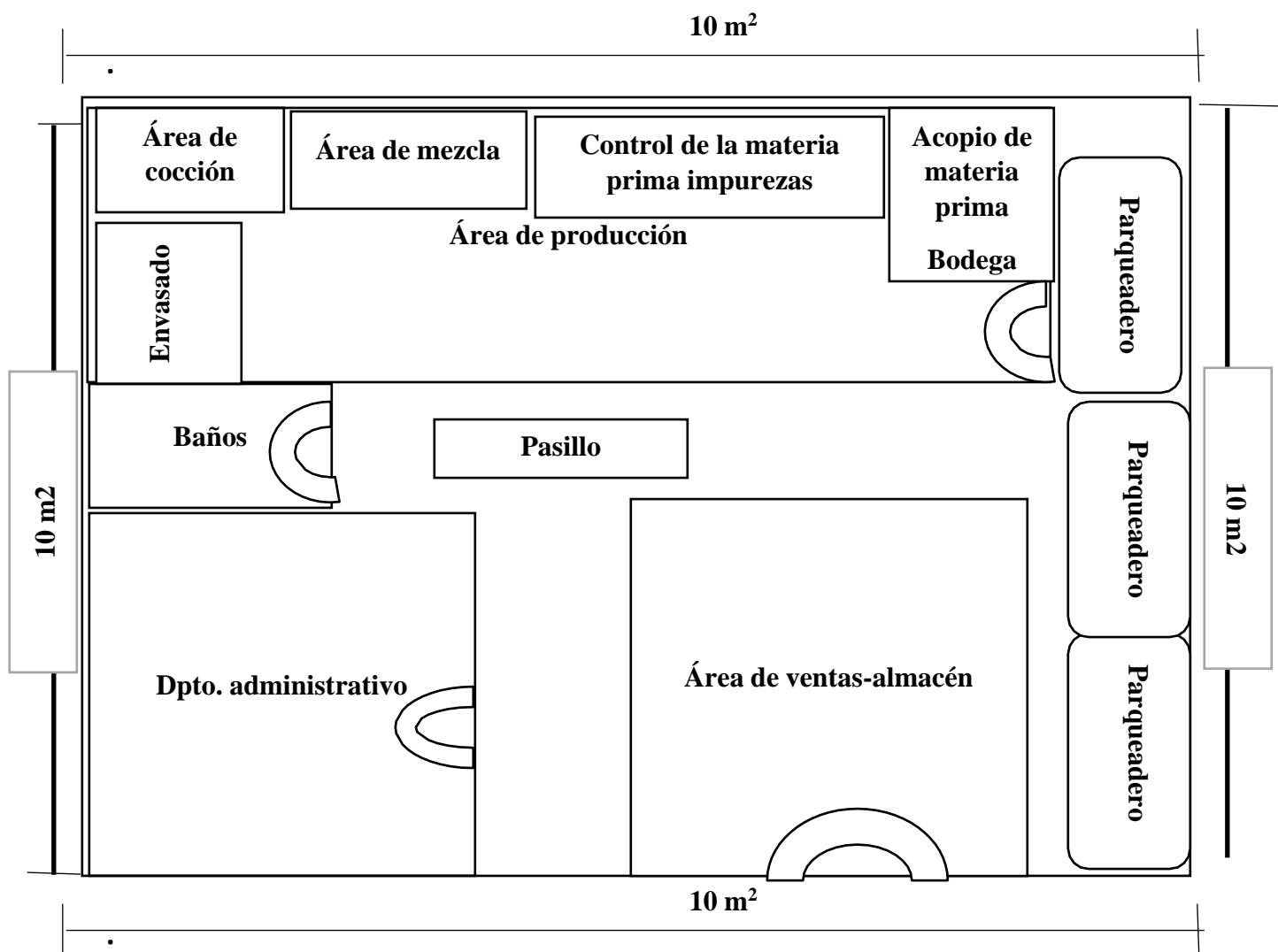


Gráfico 20 Distribución de la planta  
 Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Esperanza Pacari

Los metros que tiene la distribución son los siguientes:

**Tabla 42***Metros de las instalaciones*

Descripción	Metros cuadrados
Departamento Administrativo	20 m <sup>2</sup>
Área de ventas-almacén	20 m <sup>2</sup>
Baños	2 m <sup>2</sup>
Parqueadero	15 m <sup>2</sup>
Área de producción	43 m <sup>2</sup>
<b>Total</b>	<b>100</b>

**Equipos****Tabla 43***Equipos*

Actividad	Equipo	Velocidad nominal	Costo
Rallado de coco	Máquina ralladora de coco	304500 Kg/hora	\$ 2.800,00
Triturado de la panela	Molino pulverizador de panela	200 libras/hora	\$ 5.890,00
Tostado de la quinua	Tostadora semi industrial	50 Kg/hora	\$ 2.500,00
Mezcla de materia prima	Mezcladora granos	500 Kg/hora	\$ 2.500,00
Cocción de mezcla	Horno para granos	350 Kg/hora	\$ 2.000,00
<b>Total</b>			<b>\$15.690,00</b>

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Esperanza Pacari

**Personas****Tabla 44***Personas*

Actividad	Tiempo	Número de personas	Horas/hombre
Rallado de coco	2 horas	1	8 horas
Triturado de la panela	3 horas		
Tostado de la quinua	3 horas	1	8 horas
Mezcla de materia prima	4 horas		
Cocción de mezcla	4 horas	1	8 horas
Administrar el almacén y ventas	8 horas	1	8 horas
Venta de la granola en el mercado	8 horas	1	8 horas
Pagos a los empleados e impuestos	8 horas	1	8 horas
<b>Total</b>		<b>6</b>	

Fuente: Investigación de campo

El plan de negocios contará con 6 personas, que se encontrarán distribuidos en el departamento de producción con 3 personas, en el área de administrativa 1 persona, en el área de ventas 1 persona y 1 persona en el área de contabilidad.

### **2.2.3. Tecnología aplicar**

La tecnología aplicar dependerá del crecimiento del plan de negocio, al inicio del emprendimiento los equipos serán semi industriales y con el pasar del tiempo se adquirirá equipos con tecnología digital, especialmente en el área de producción y ventas para aumentar la capacidad de la oferta y de la entrega de productos.

### **2.2.4. Factores que afectan a las operaciones**

#### **Ritmo de producción**

El ritmo de producción se obtuvo con la siguiente fórmula:

$$R = \frac{\textit{Tiempo normal}}{\textit{Producción diaria}}$$

**Tabla 45**

*Ritmo de producción*

Actividad	Número de personas	Tiempo normal	Ritmo de trabajo
Rallado de coco	1	2 horas	0,137
Triturado de la panela		3 horas	0,205
Tostado de la quinua	1	3 horas	0,205
Mezcla de materia prima		4 horas	0,274
Cocción de mezcla	1	4 horas	0,274

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

## Análisis

El ritmo de producción es en minutos dependiendo de cada actividad, por ejemplo en el la actividad de rallado de coco se necesita como tiempo normal 2 horas es decir 120 minutos, este valor se divide para 876 unidades de granola que se realizarán de forma diaria, lo que da como resultado el valor de 0,137 minutos para las operaciones de esta actividad.

## Nivel de inventario promedio

El nivel de inventario promedio se obtuvo con el valor de los costos y gastos de forma aproximada, siendo \$ 0,70 que se multiplica por la cantidad de la demanda potencial insatisfecha

para el año 1, que es de 111.943 unidades de granola, por lo que el inventario anual tiene un valor de \$ 78.359,82.

## Número de trabajadores

**Tabla 46**

*Número de trabajadores*

Función	Tiempo	Número de personas	Puesto
Rallado de coco	8 horas/día	1	Obrero de producción. Puesto fijo
Triturado de la panela	8 horas/día		
Tostado de la quinua	8 horas/día	1	Obrero de producción. Puesto fijo
Mezcla de materia prima	8 horas/día		
Cocción de mezcla	8 horas/día	1	Obrero de producción. Puesto fijo
Administrar el almacén y ventas	8 horas/día	1	Gerente. Puesto fijo
Venta de la granola en el mercado	8 horas/día	1	Vendedor. Puesto fijo
Pagos a los empleados e impuestos	8 horas/día	1	Contador- Puesto fijo
<b>Total</b>		<b>6</b>	

Fuente: Investigación de campo

## 2.3. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

### 2.3.1. Capacidad de producción futura

La capacidad de producción futura se obtuvo de la tabla de la demanda potencial insatisfecha, se utilizará el 35% de la capacidad total, en la siguiente tabla se encuentran los valores anuales, mensuales y diarios de producción.

**Tabla 47**

*Capacidad de producción futura*

DPI Anual	DPI Mensual	DPI Diario
111943	9329	307
111653	9304	306
111516	9293	306
111679	9307	306
111590	9299	306

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

#### **Análisis**

La demanda potencial insatisfecha para el primer año es de 111.943, para el segundo año es de 111.653, para el tercer año es de 111.516, para el cuarto año es de 111.679 y para el quinto año es de 111.590. la demanda mensual se divide para 12 meses y para obtener la demanda diaria se dividió para 365, siendo para el primer año la producción de 307 unidades diarias.

## 2.4. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

### 2.4.1. Especificación de materia primas y grado de sustitución que puedan presentar

#### **Avena**

Es un cereal que ocupa el quinto lugar en el mundo en producción. Se cultiva entre los 2000 y 4000 msnm. y está compuesto por un 58% de hidratos de carbono, 10% de proteínas, vitamina E y otros minerales. Las propiedades de la avena se encuentran en el beneficio digestivo por su fibra soluble llamada betaglucano, la lecitina y fitoesteroles, que ayudan a bajar el colesterol, controlar el azúcar, equilibrar el sistema nervioso. El valor nutricional de

la avena es: calorías 350 kcal; proteínas 11,7 g; grasas 7,1g; hidratos de carbono 59,8 g; fibra 5,6 g; hierro y; calcio 79,6 mg (Carabajal, LLebeili, Rodríguez, & Gerez, 2020).

### **Quinua**

La quinua es un grano andino que se obtiene por el corte, trillado, pulido y clasificación. Su nombre científico es *Chenopodium quinoa* Willdenow. Este producto es una fuente mucho mayor de proteínas que los cereales y las gramíneas. Su contenido proteico se compone de aminoácidos como la isoleucina, leucina, fenilalanina, metionina, treonina, triptófano y valina (Vivar & Sánchez, 2020).

Su valor nutritivo es amplio y parte de ser un sustituto por la intolerancia a la lactosa, posee propiedades cicatrizantes, analgésicas y desinflamante, sobre todo de las vías urinarias. Su valor nutricional se encuentra en calorías 399 kcal; proteínas 16,5 gr; grasas 6,3 g; hidratos de carbono 69 gr; calcio 148 mg; hierro 13,2 mg; magnesio 249,6 mg; fósforo 383,7 mg; y zinc 4,4 mg (Hererra, Sánchez, Delfinio, & Oliva, 2013).

### **Pasas**

Las pasas son ricas en antioxidantes con alto contenido calórico por su elevado nivel de azúcares. Existen varias denominaciones como la de uva pasa, pasa de uva o simplemente pasa, que es el producto de la uva deshidratada parcialmente. Las propiedades de las pasas están compuestas por: 294 calorías; 1,8 g de proteínas; 0,7 g de lípidos; 67 g de carbohidratos; 59 g de azúcares; 6,1 g de fibra; 12 mcg de carotenos; 10 mcg de folato; 53 mg de sodio; 880 g de fósforo; 43 mg de magnesio; 2,4 mg de hierro, y; 2,2 mg de boro (Gutiérrez, Suero, & Espíndola, 2019).

### **Ajonjolí**

El ajonjolí es la semilla de la planta *Sesamum indicum* L. cuya característica es la de ser una oleaginosa muy utilizada en la elaboración de aceites. Esta semilla está compuesta por ácidos grasos insaturados, proteínas, fibras y almidones, con un importante contenido de omega 3 y omega 6, que son esenciales para disminuir los niveles de colesterol y triglicéridos, además



de regular el tránsito intestinal, potenciador del sistema cardiovascular y acción antioxidante (Merino, 2019).

Por su alto contenido en fibra y omega 3 y 6, tienen un gran efecto cardioprotector y de alto beneficio que actúa como prebiótico, favoreciendo la microbiota del intestino. Sus componentes son: calorías 601 kcal: proteínas 17,40 g; grasas 57,10 g; glúcidos 15,50 mg; fibra 3,20 mg; calcio 1471 mg; hierro 6,90 mg; vitaminas A 1,01 g; vitamina B1 0,79 mg; vitamina B2 0,25 ug; vitamina B3 4,52 mg (Gracias, 2019).

### **Coco**

El coco es un fruto del palmar cocotero *Cocos nucifera*, con alto contenido de fibra, altamente conocido en el mundo y que sirve como base para miles de recetas de cocina, productos de belleza y otros usos para la buena salud. La composición nutricional del coco se compone de vitamina C 39 mg; , vitamina B10,06 mg; vitamina B2 0,8 mg; potasio 398 mg; fósforo 110 mg; calcio 16 mg; hierro 4 mg; ácidos grasos polinsaturados 1 gr; monosaturados 4 gr; grasas saturadas 53 gr; vitamina C 4 mg; riboflavina 0.04 mg y 20 calorías (Valdovinos & otros, 2018).

### **Panela**

La panela es producto que se obtiene de la caña de azúcar (familia de las Gramineae), de cultivo en regiones tropicales y subtropicales. Contiene nutrientes como glucosa, fructosa, minerales y vitaminas. Su aporte a la alimentación humana es muy importante ya que suministra al cerebro y los músculos la energía necesaria para las actividades más exigentes (Rozo & Ortíz, 2020).

Los contenidos nutricionales de la panela se encuentran en 15% de fructosa, vitaminas A, B, C, D y E. Minerales como el hierro, calcio, fósforo, magnesio y zinc, teniendo directa relación con los aportes a la salud ósea y a la prevención de la anemia. La panela es un alimento fácilmente tolerado por los niños y evita la formación de gases intestinales. Una de las mayores ventajas de este producto es no tener aditivos químicos y conservar los nutrientes primarios de la caña de azúcar como aminoácidos, minerales y vitaminas que no se pierden en su proceso de elaboración (Guerrero & Escobar, 2015).

## **2.5. CALIDAD**

### 2.5.1. Método de control de calidad

Dos métodos de control de calidad se aplicarán en este emprendimiento, el primero es el diagrama de Pareto, que sirve para observar las causas de un problema y permite verificar la solución y el segundo método es la hoja de control, a través del cual se controla el proceso para mejorarlo (Alcalde, 2019).

#### Diagrama de Pareto

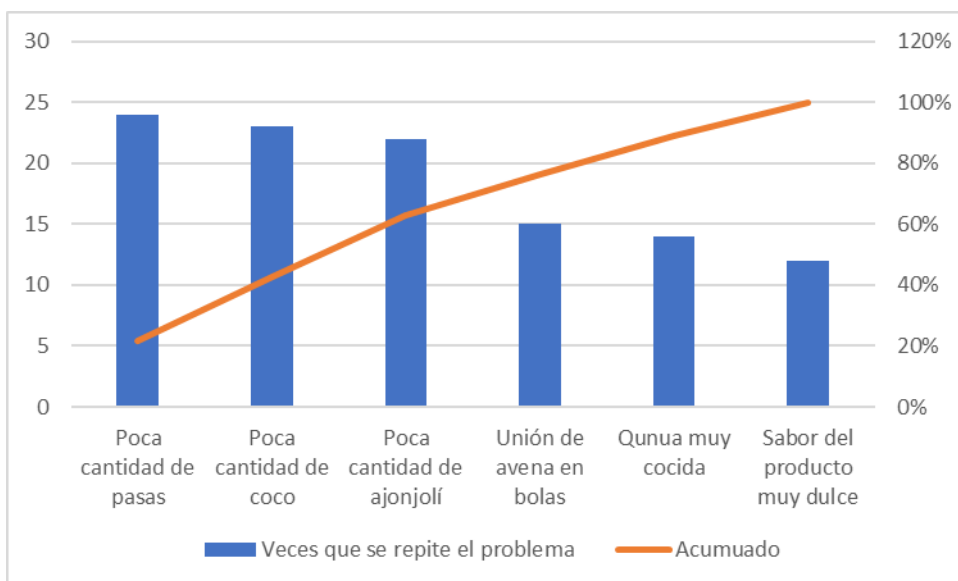


Gráfico 21 Diagrama de Pareto  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

#### Análisis

En el diagrama de Pareto se identificó que las tres causas que originan el problema son la cantidad de materia prima que no se está considerando en la mezcla, por lo que la decisión de mejora para la calidad de la mezcla debe tomarse en cuenta.

**Tabla 48***Causas frecuentes*

Causas frecuentes	Veces que se repite el problema	Porcentaje	Acumulado
Sabor del producto muy dulce	12	10,91%	10,91%
Poca cantidad de coco	23	20,91%	31,82%
Quinoa muy cocida	14	12,73%	44,55%
Unión de avena en bolas	15	13,64%	58,18%
Poca cantidad de pasas	24	21,82%	80,00%
Poca cantidad de ajonjolí	22	20%	100,00%
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo

**Hoja de control****Tabla 49***Hoja de control*

HOJA DE CONTROL			
Período: 1 al 5 de octubre 2021			
	LISTA DE VERIFICACIÓN	Parámetros de control	
	Coco totalmente rallado	250 gramos	
	Panela triturada uniformemente	200 gramos	
	Cantidad de pasas pesada	15 gramos	
	Cantidad de ajonjolí pesada	30 gramos	
	No cumple el parámetro	Cumplimiento medio De 200 gramos hasta 249	Cumplimiento total
	Menos de 190 gramos	gr.	250 gramos
Día de verificación			
1	185 gr.		
2		210 gr.	
3	190 gr.		
4			254 gr.
5	178 gr.		
6		235 gr.	
7	186 gr.		
8			257 gr.
9	176 gr.		
10	187 gr.		
Total de			
observaciones	6	2	2

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

## **Análisis**

En la hoja de control se determinó para el periodo del 1 al 5 de octubre 2021, se encontró que 6 de las observaciones en el control de la materia prima se encuentran en los rangos de no cumplimiento del parámetro, 2 observaciones son de cumplimiento medio y las 2 observaciones son de cumplimiento total. Por lo que se debe implementar un control en el peso de la materia prima.

## **2.6. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN**

El cumplimiento de las normas garantiza que las actividades se desarrollen sin que existan peligros para el personal, así como también para que se trabaje en un ambiente sin conflictos, donde todos conocen sus responsabilidades.

### ***2.6.1. Seguridad e Higiene ocupacional***

La seguridad ocupacional trata de la prevención y protección del personal que realiza sus actividades en determinada organización o lugar de trabajo. En cuanto a la higiene ocupacional, se trata de prevenir la salud de los trabajadores para mantener al personal en las mejores condiciones físicas y psicológicas para garantizar el mejor rendimiento de todos los involucrados en la empresa (Macías, 2019).

Cada vez son mayores las empresas que, sin necesidad de estar obligados por la ley, establecen diversos programas de gestión de la seguridad y la salud en el trabajo, en vista de que es la mejor manera de asegurar que sus colaboradores puedan rendir todas sus potencialidades, sin tener que lidiar con ausencias por permisos médicos o cubrir compensaciones económicas que afectarían gravemente la economía de la empresa (Jiménez, 2017).

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), establece que los trabajadores deben de realizar sus labores en un ambiente que proteja su integridad física, las enfermedades

ocupacionales y los accidentes laborales. Según la OIT, cada año se producen en el mundo 2,78 millones de muertes que está relacionadas con las actividades laborales, de esa cifra, 2,4 millones de muertes son exclusivamente de enfermedades laborales, que generan de manera adicional, enormes gastos y padecimientos de sus familiares por haber perdido al sostén económico de su núcleo familiar (Organización Internacional del Trabajo OIT, 2021).

### **Seguridad y salud de los trabajadores**

El Estado a través de distintos órganos e instituciones como el Ministerio de Trabajo, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, el Ministerio de Salud, entre otros, mediante leyes, reglamentos y demás disposiciones legales, establecen en base a la política nacional de seguridad y salud ocupacional, las disposiciones para que actúan coordinadamente los involucrados en la actividad productiva, sean empleadores, intermediarios o trabajadores para encontrar el mejor ambiente para planificar, identificar los riesgos, establecer acciones de prevención y control y velar por el cumplimiento de las partes en mantener la seguridad y salud de los trabajadores (Heredia, Benitez, & Marcillo, 2017).

Los registros que detallan los eventos de la seguridad y salud laboral en Ecuador, presentan para el año 2014 una tasa de mortalidad de 4,1 por cada 1000 habitantes, la misma que para el año 2019 alcanzó los 4,3 por cada 1000 habitantes, provocadas por enfermedades isquémicas del corazón y accidentes de transportes en carreteras, por citar las dos principales causas de las víctimas comprendidas entre los 30 y los 64 años de edad (Gómez, 2021).

Los diversos escenarios económicos que ha vivido el país en las últimas décadas, ha permitido que aumente la precarización laboral con tasas de empleo informal que están por el 46,7% en el año 2019. En estas circunstancias, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), a través del Seguro General de Riesgos del Trabajo, han aportado a mitigar los efectos de la siniestralidad laboral mediante la Resolución 741 de 1990 que establece criterios de concesión de prestaciones por accidentes y enfermedades de trabajo. En el año 2010 y 2011 se emitieron las Resoluciones 333 y 390, respectivamente, estableciendo la necesidad de

implementar sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo en los lugares de trabajo, para eliminar los riesgos laborales, con la obligatoriedad de reportarlos en caso de darse (Gómez, 2021).

En Ecuador la responsabilidad del Estado en garantizar la salud y seguridad ocupacional, se establece en la Constitución del País, y luego en la Ley Orgánica de Salud, mediante la gestión de la Dirección de Seguridad, Salud en el Trabajo y Gestión Integral de Riesgos, del Ministerio de Trabajo. Los lineamientos para una política nacional de prevención de salud y bienestar ocupacional, parten también de la Organización Mundial de la Salud (OMS), y de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Todos estos organismos han creado diversos instrumentos legales que permiten que los empleadores establezcan parámetros para una adecuada seguridad laboral, a la vez que también señalan obligaciones para los trabajadores en el cumplimiento de sus responsabilidades personales (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2019).

El Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, expedido mediante Decreto Ejecutivo 2393, del Seguro General de Riesgos del Trabajo, del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, establece diversas disposiciones para prevenir, disminuir o eliminar los riesgos del trabajo en un buen ambiente de trabajo, con responsabilidad de empleadores, intermediarios y trabajadores (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2019).

El Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, señala lo siguiente:

El Art 10, señala que las instituciones del sector público, las empresas privadas y los trabajadores colaborarán en aplicar este reglamento.

El Art. 11, señala que los empleadores del sector público y privado, están obligados a aplicar las normas vigentes de prevención de riesgos, que se encuentren en este y demás reglamentos;

adoptar medidas de prevención para evitar problemas de salud en los lugares de trabajo; mantener el espacio de trabajo, máquinas, herramientas y materiales en condiciones que no sean un peligro para sus trabajadores; mantener servicios de atención médica y de seguridad e higiene del trabajo en sus instalaciones; proveer vestimenta de trabajo adecuada; control médico y psicológico de sus colaboradores; capacitación permanente en prevención de riesgos laborales, y; reportar a las autoridades respectivas en caso de novedades que afecten a sus trabajadores o la colectividad (Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, 2019).

El Art. 13, obliga a los trabajadores a participar en la prevención y control de riesgos en sus áreas de trabajo; Asistir a los cursos de control, prevención, salvamento y socorro que se realicen en sus lugares de trabajo; usar correctamente los medios de protección personal, maquinarias y equipos de trabajo; informar oportunamente de las novedades que sean un riesgo para el personal; cuidar su higiene personal, no consumir bebidas alcohólicas ni otras sustancias tóxicas en las empresas ni asistir bajo los efectos de ellas; colaborar en investigaciones de accidentes de los que tengan conocimiento dentro de la empresa; acatar los dictámenes de la Comisión de Evaluación de las Incapacidades del IESS, sobre cambios y actividades laborales por riesgos de trabajo (Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, 2019).

El Art. 21, trata sobre la seguridad estructural de edificios y lugares de trabajo, para que ofrezcan buenas condiciones de seguridad en virtud de potenciales eventos naturales o de la propia actividad laboral. Este artículo abarca todas las características de las edificaciones, tanto en su diseño arquitectónico, en los materiales usados, el mobiliario de carácter ergonómico, la disposición física de las instalaciones y las especificaciones del trabajo a realizar en las diversas áreas. Los siguientes artículos de este Reglamento abarcan aspectos como el microclima interno, ruidos, vibraciones, iluminación de trabajo e iluminación de emergencias, radiaciones, seguridad individual y colectiva en manejo de cargas y pesos, y normas para un mejor ambiente de trabajo y otros riesgos químicos y biológicos (Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, 2019).



## **CAPÍTULO III**

### **3. Organización y Gestión**

#### **3.1. Objetivo del capítulo**

Establecer las necesidades de la organización y gestión de la empresa “Grano Quinoa” mediante la misión y la visión de la empresa

#### **3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos**

El análisis estratégico tiene su inicio con el estudio de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, se analiza el entorno para verificar cuales son las potencialidades de la empresa en el mercado (Cantón, 2019).

##### **3.2.1. Visión de la empresa**

“Al año 2026 la empresa Grano Quinoa se posicionará en el mercado entregando una granola de excelente sabor y nutritiva, a precio competitivo para alcanzar un crecimiento empresarial sustentable”

##### **3.2.2. Misión de la empresa**

“Grano Quinoa es una empresa ambateña que produce granola con productos libres de químicos, cumpliendo con las normas sanitarias, trabajando con honestidad y puntualidad hacia el cliente”

##### **3.2.3. Objetivos y estrategias**

**Tabla 50***Matriz FODA*

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
La granola es rica en sabor y nutritiva	Aumento de personas en el mercado que buscan fuentes de energía
El personal que trabaja en la empresa conoce de sus funciones	Incremento de personas que les gusta comer productos para la digestión
La empresa se encuentra funcionando en terreno propio	Se encuentra materia prima con los proveedores ecuatorianos
Canales de comunicación vertical establecidos directamente	Apoyo de leyes para productos innovadores y sanos
DEBILIDADES	AMENAZAS
No hay señales en la empresa para diferenciar los departamentos	Granola con otras mezclas en el mercado
Deficiente uso de los controles estadísticos de calidad	Presencia del covid-19 afecta a la economía
La marca "Grano Quinoa" no es renombrada en el mercado	Ingreso de granola de otros países por importaciones
Personal de producción es de bajo número	Política económica afecta a la empresa

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Esperanza Pacari

### **Factores Internos**

Los factores internos de la empresa “Grano Quinoa” son las debilidades y las fortalezas, que se producen internamente en la misma, dentro de las fortalezas el personal y el producto son importantes para el plan de negocios, puesto que la empresa se asienta en estos aspectos para que pueda competir, así mismo la forma de comunicarse es directa y esto contribuye a que se comprenda cada una de las funciones. En las debilidades la empresa se enfrenta a que el personal es en un número pequeño, por lo que es un aspecto que se puede cambiar a largo plazo, en cuanto a la marca no está bien posicionada, cuyos resultados tiene que mejorarse con las estrategias de marketing.

## Factores Externos

Se encuentran las oportunidades y las amenazas, en estos elementos las personas que se encuentran en el mercado son una reserva de la mano de obra y por lo tanto se encuentra mayor apoyo con el talento humano, también sobre los hábitos en el consumo de las personas ya que eso contribuye a que se gestione las ventas de mejor manera. Con estos antecedentes se procede a analizar que los objetivos estratégicos, se pueden orientar de la siguiente forma:

**Tabla 51**

*Cruce de variables*

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	La granola es rica en sabor y nutritiva	O1	Aumento de personas en el mercado que buscan fuentes de energía
F2	El personal que trabaja en la empresa conoce de sus funciones	O2	Incremento de personas que les gusta comer productos para la digestión
F3	La empresa se encuentra funcionando en terreno propio	O3	Se encuentra materia prima con los proveedores ecuatorianos
F4	Canales de comunicación vertical establecidos directamente	O4	Apoyo de leyes para productos innovadores y sanos
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	No hay señales en la empresa para diferenciar los departamentos	A1	Granola con otras mezclas en el mercado
D2	Deficiente uso de los controles estadísticos de calidad	A2	Presencia del covid-19 afecta a la economía
D3	La marca "Grano Quinoa" no es renombrada en el mercado	A3	Ingreso de granola de otros países por importaciones
D4	Personal de producción es de bajo número	A4	Política económica afecta a la empresa

La primera combinación es F1 O1 con esta unión se determinó que el objetivo estratégico es  
Desarrollar un programa de marketing para captar clientes con la marca “Granola Quinoa”.

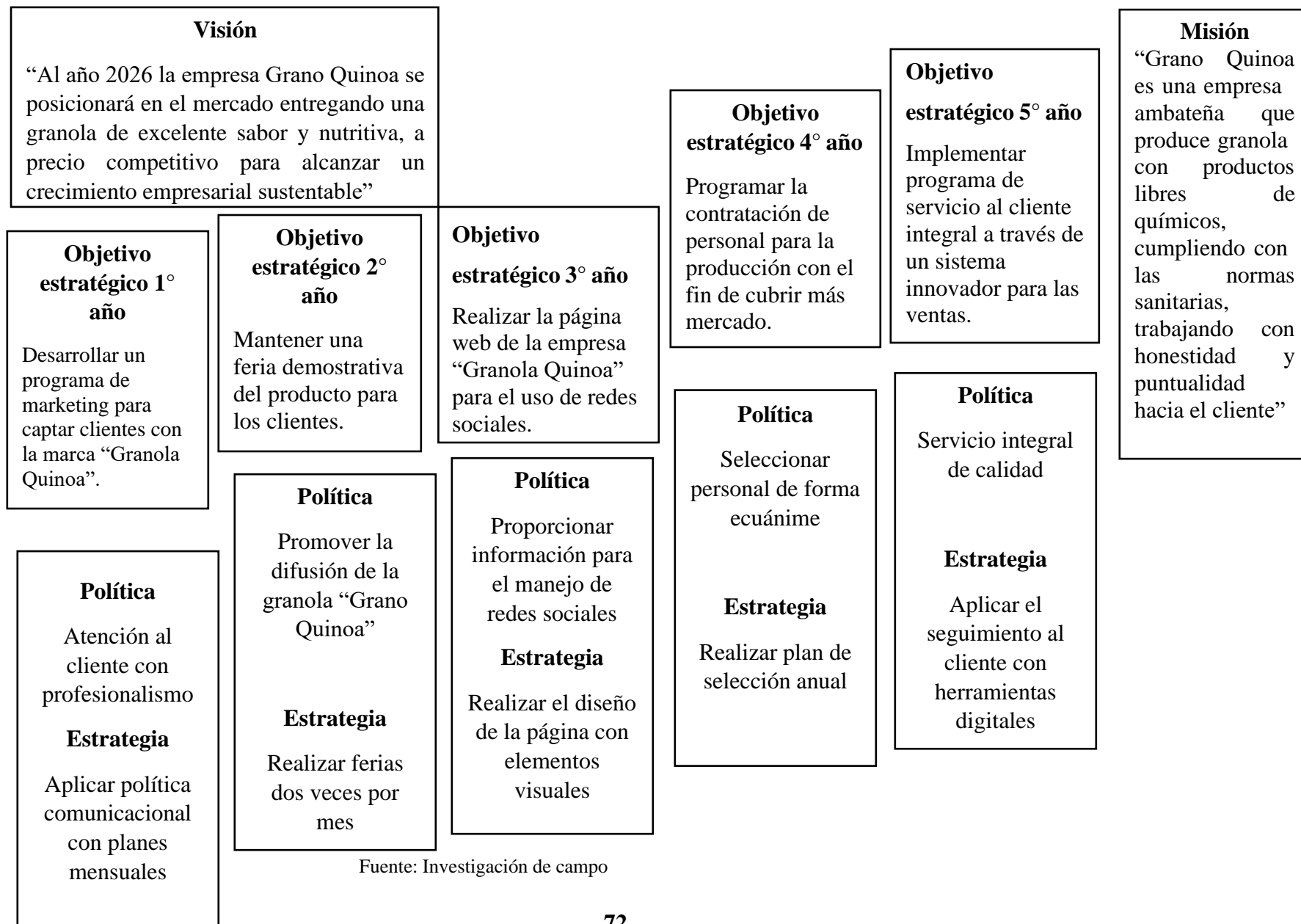
La segunda combinación es F3O3 con esta unión se tiene el objetivo: Mantener una feria demostrativa del producto para los clientes.

La tercera combinación es D3O2 con lo cual el objetivo es: Realizar la página web de la empresa “Granola Quinoa” para el uso de redes sociales.

La cuarta combinación es D4A1 se incrementará el personal para cubrir más mercado y contrarrestar a la competencia, con lo cual es objetivo es: Programar la contratación de personal para la producción con el fin de cubrir más mercado.

El quinto objetivo es el resultado de la unión de D3A2: Implementar programa de servicio al cliente integral a través de un sistema innovador para las ventas.

Gráfico 22 Objetivos y estrategias



Fuente: Investigación de campo

### 3.3. Organización Funcional de la empresa

La organización funcional es la aplicación de modelos que se aplican en la empresa con el fin de observar cómo es su conformación y estructura (Cano, 2019).

#### Organigrama Estructural

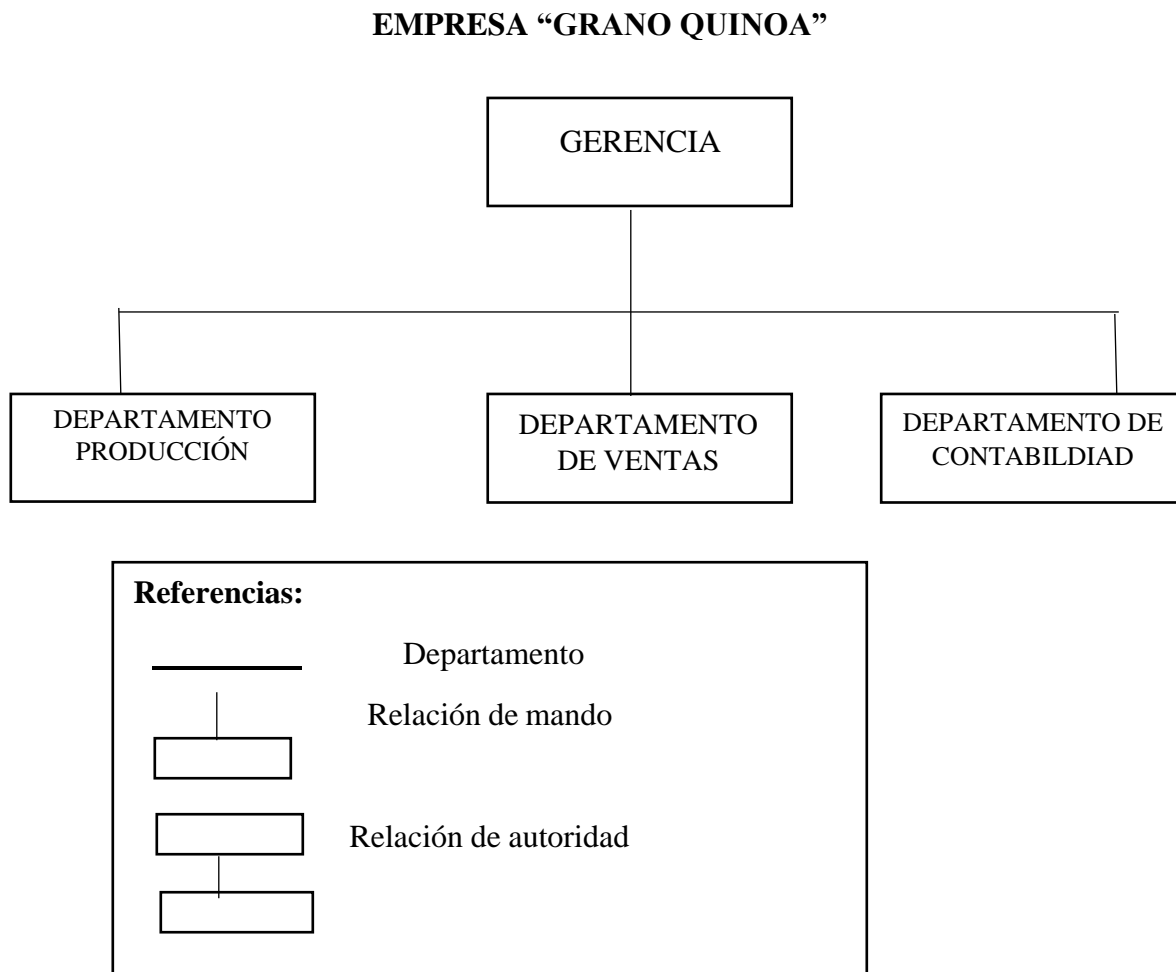


Gráfico 23 Organigrama Estructural empresa “Grano Quinoa”

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

## Organigrama Funcional

### EMPRESA “GRANO QUINOA”

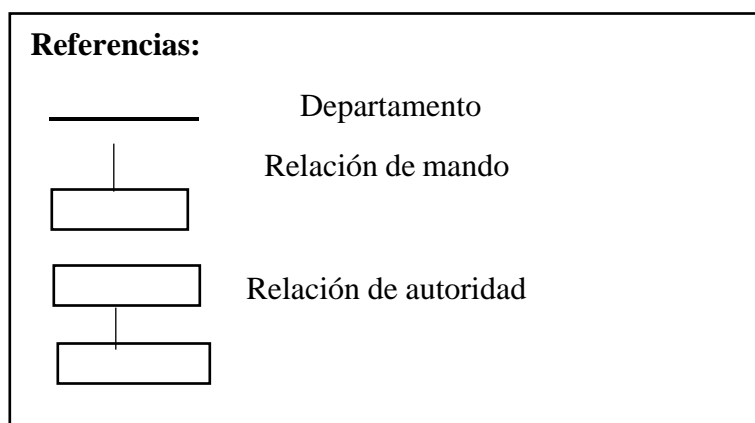
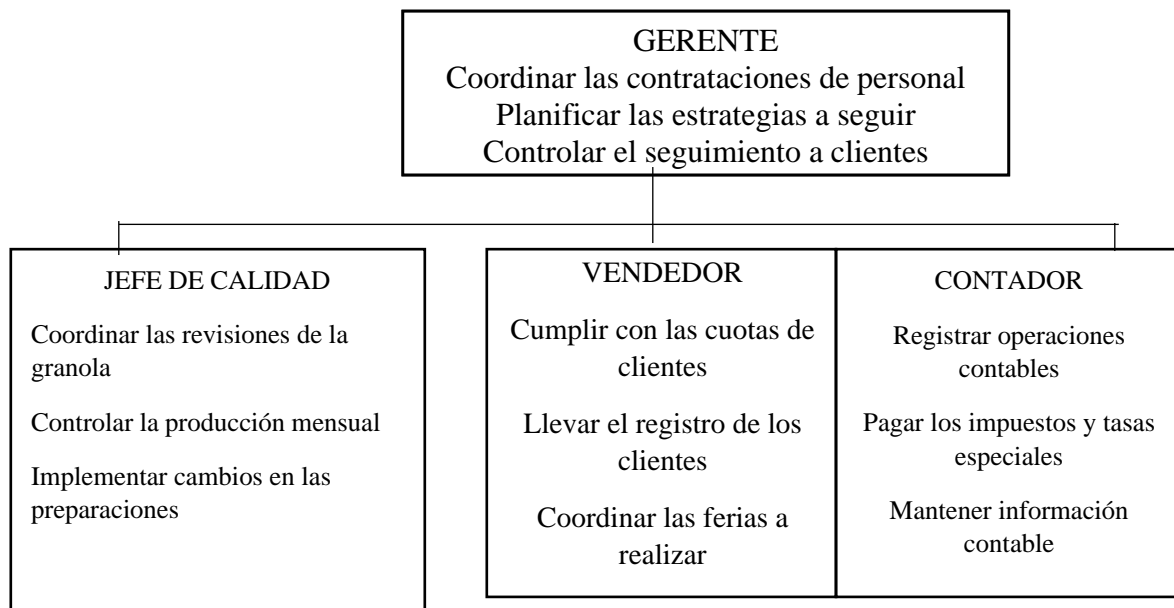


Gráfico 24 Organigrama Funcional empresa “Grano Quinoa”

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

### 3.3.2. Descripción de puestos

**Tabla 52**

*Puesto: Gerente*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto	Gerente
Jefe Inmediato superior	Ninguno
Supervisa a	Jefe de Calidad, Vendedor, Contador
<b>II. OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Coordinar la planificación y organización integral de la empresa "Grano Quinoa"	
<b>III. FUNCIONES:</b>	
Coordinar las contrataciones de personal	
Planificar las estrategias a seguir	
Controlar el seguimiento a clientes	
Comunicar las estrategias que se aplicarán en la empresa	
Informar de los cambios en las estrategias generales	
Implementar políticas de personal	
Cumplir con las metas de la empresa	
Implementar objetivos administrativos y de gestión	
Organizar las reuniones con el personal	
Dirigir planes y programas en la empresa	
<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional	Ingeniero (a) de Empresas Licenciado en Contabilidad y Auditoría Licenciado en Empresas
Experiencia	2 años en el puesto
Habilidades	Comunicativo Líder para dirigir equipos Decidido para los riesgos
Formación	Curso de Administración II Capacitación en Dirección Estratégica Curso de Herramientas Digitales



### Tabla 53

*Puesto: Contador (a)*

---

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto	Contador (a)
Jefe Inmediato superior	Gerente
Supervisa a	Ninguno

---

<b>II. OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Coordinar la planificación y organización de la contabilidad y finanzas de la empresa.	

---

<b>III. FUNCIONES:</b>	
Planificar el presupuesto anual	
Coordinar las reuniones con el personal y el Gerente sobre pagos	
Manejar el excel de contabilidad	
Cumplir con los informes de contabilidad	
Pagar los impuestos a tiempo	
Mantener el registro de los trabajadores de la empresa	
Informar a través de documentos al día sobre las finanzas de la empresa	
Planear los nuevos presupuestos para la empresa	

---

<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional	Contador (a) pública autorizada Licenciado en Contabilidad y Auditoría Licenciado en Finanzas
Experiencia	3 años en el puesto
Habilidades	Analítico Con pensamiento proactivo Asumir responsabilidades
Formación	Curso de Contabilidad I Capacitación sobre Excell II Curso de Herramientas Digitales

---

**Tabla 54***Puesto: Vendedor (a)*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto	Vendedor (a)
Jefe Inmediato superior	Gerente
Supervisa a	Ninguno
<b>II. OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Coordinar la planificación y organización de las ventas de la empresa	
<b>III.FUNCIONES: Planificar</b>	
las ventas de la empresa "Grano Quinoa"	
Atender a los clientes los pedidos al por menor y mayor	
Utilizar herramientas digitales	
Manejar la base de clientes registrados	
Implementar servicio de calidad hacia los clientes	
Utilizar las promociones para llegar a los clientes	
Indicar la combinación de la granola a los clientes	
Planear las visitas a futuro	
<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional	Ingeniero en Marketing Licenciado en Marketing y Negocios Licenciado en Administración
Experiencia	2 años en el puesto
Habilidades	Comunicativo Con pensamiento proactivo Responsable
Formación	Curso de Marketing Curso de Ventas directas Capacitación de Atención al cliente

## Tabla 55

*Puesto: Jefe de Calidad*

---

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto	Jefe de Calidad
Jefe Inmediato superior	Gerente
Supervisa a	Obreros de Producción 1 Obreros de Producción 2

---

<b>II. OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Planificar las funciones de la producción de granola y las necesidades de materia prima	

---

<b>III. FUNCIONES:</b>	
Cumplir la demanda requerida	
Planificar cuáles son los volúmenes de producción semanal	
Mantener el registro de producción diario	
Indicar las preparaciones al personal	
Mantener informado al personal sobre la cantidad de materia prima	
Registrar los cambios en la pizarra de producción	
Supervisar la calidad de la granola	
Mantener reuniones con el personal de producción con el fin de mejorar el producto	

---

<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional	Ingeniero en Alimentos
Experiencia	2 años en el puesto
Habilidades	Ser proactivo Ordenado Responsable
Formación	Curso de calidad Capacitación de Buenas prácticas de producción alimenticia Capacitación de Equipos de Trabajo

---

**Tabla 56***Puesto: Obrero de Producción 1*

---

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto	Obrero de Producción 1
Jefe Inmediato superior	Jefe de Calidad
Supervisa a	Ninguno

---

<b>II. OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Organizar los instrumentos y herramientas en la producción para cumplir la demanda que está planificada	

---

<b>III. FUNCIONES:</b>	
Revisar la materia prima que no se encuentra con impurezas	
Recibir la materia prima cuando llegue	
Registrar la cantidad de materia prima que recibe	
Ingresar los datos de materia prima en Excel	
Entregar las cantidades requeridas el Jefe de Calidad	
Cumplir con la revisión de la apagada de las máquinas	
Informar sobre las máquinas cuando no esté correcto el funcionamiento	
Asistir a las reuniones con el Jefe de Calidad para informar sobre el producto	

---

<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional	Ingeniero en Alimentos
Experiencia	1 año en el puesto
Habilidades	Ser proactivo
	Ordenado
	Responsable
Formación	Curso de calidad
	Capacitación de Buenas prácticas de producción alimenticia
	Capacitación de Equipos de Trabajo

---

**Tabla 57***Puesto: Obrero de Producción 2*

---

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto	Obrero de Producción 2
Jefe Inmediato superior	Jefe de Calidad
Supervisa a	Ninguno

---

<b>II. OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Organizar los instrumentos y herramientas en la producción para cumplir la demanda que está planificada	

---

<b>III. FUNCIONES:</b>	
Supervisar la calidad de materia prima que recibe	
Recibir la materia prima cuando le entreguen para la producción	
Registrar la cantidad de materia prima que recibe	
Ingresar los datos de materia prima en Excel	
Realizar la preparación de la materia prima	
Combinar la materia prima para la mezcla	
Revisar la mezcla de la granola	
Supervisar la cocción de la granola	

---

<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional	Ingeniero en Alimentos
Experiencia	1 año en el puesto
Habilidades	Ser proactivo
	Ordenado
	Responsable
Formación	Curso de calidad
	Capacitación de Buenas prácticas de producción alimenticia
	Capacitación de Equipos de Trabajo

---

### 3.4. Control de Gestión

#### 3.4.1. Indicadores de Gestión

**Tabla 58**

*Indicadores de gestión*

ÁREAS		INDICADORES
Administración	Eficiencia	Recursos utilizados/Tiempo de gestión
	Eficacia	Número de actividades cumplidas/Tiempo de gestión
	Cumplimiento de objetivos	Número de objetivos cumplidos/Total de objetivos
Ventas	Incremento de ventas	Cumplimiento de metas/Total de metas
	Incremento de clientes	Número de clientes nuevos/Total de clientes
	Rendimiento en ventas	Número de clientes concretados/Total de ventas
Contabilidad	Gestión	Cumplimiento de metas/Total de metas
	Control	Recursos planificados/Recursos Ejecutados
	Financieros	Rentabilidad neta/Inversión

### 3.5. Necesidades de Personal

En la empresa “Grano Quinoa” para los primeros años del plan de negocio en total son seis personas que se van a enlistar en la nómina, conformado por un Gerente-Administrador, un Contador (a), un Jefe de Calidad, dos Obreros de producción de granola y un vendedor (a), para los próximos años del plan de negocios se van a implementar dos personas más en producción para alcanzar los niveles máximos de producción.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. Jurídico legal**

#### **4.1 Objetivos del Capítulo**

Investigar la parte legal y jurídica con el fin de que la empresa cumpla con la legislación ecuatoriana

#### **4.2 Determinación de la forma jurídica**

Cualquier actividad comercial que se realice en Ecuador, necesita estar regulada por diversos instrumentos que otorgan los organismos de control, por lo que, el objetivo de este capítulo es establecer los requisitos que le obligue la ley. El Plan de negocios para la creación de una planta industrial procesadora de granola a base de quinua para la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua; debe de sujetarse a cumplir con los requisitos que le obliga el Servicio de Rentas Internas, la Agencia de Regulación y Control Sanitario, el GAD Municipalidad de Ambato y el Cuerpo de Bomberos de Ambato. Este plan de negocios comprende, por una parte, la producción de la granola de quinua y, por otra parte, la comercialización de este producto en la ciudad de Ambato, que a pesar que, son actividades de una misma empresa, requieren permisos diversos.

La decisión de emprender en cualquier rama de los negocios, es siempre un cúmulo de actividades que se deben realizar para poner la empresa dentro del marco legal. Ecuador tiene varios cuerpos legales que van desde lo tributario a lo ambiental para proteger la economía y la vida de los actores del negocio. Con la Ley de Economía Popular y Solidaria se incluyeron

diversos incentivos para los pequeños emprendedores, que se han ido incrementado a raíz de ella (Zamora, 2017).

Se señala que el Estado en su afán regulador realiza un papel central que puede facilitar la actividad o ponerla en dificultades, según la intencionalidad y las políticas económicas que repercuten directa e indirectamente en las empresas, sobre todo de las pequeñas que generalmente realizan un gran esfuerzo para no terminar quebrando. Cuando el gobierno fomenta la actividad empresarial, los emprendedores pueden alcanzar mejores rendimientos, considerando que se tiene facilidades de todo tipo para invertir recursos que generen mayores ventas, sin dejar de señalar las regulaciones legales que generan iguales expectativas (García, 2018).

### **La creación de la empresa**

Cualquier plan de negocios considera, por una parte, definir el producto a vender, con sus consideraciones obvias en cuanto a financiamiento, adquisición de maquinarias, equipos, insumos y colaboradores, así como la definición jurídica de su estructura para desarrollar de mejor manera la actividad, lograr mejores resultados finales y cumplir con el ordenamiento jurídico respectivo. En este escenario de identificar las mejores decisiones, se ha visto que el plan de negocios para la creación de una planta industrial procesadora de granola a base de quinua para la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, debe enmarcarse en la figura jurídica de Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS).

Las SAS están permitidas según la Ley de Modernización a la Ley de Compañías, Art 2, la cual es definida como una empresa de capitales de naturaleza mercantil sin importar sus actividades operacionales. Las características de estas empresas es que se facilita su creación con trámites simples y con bajo costo, existe mayor comodidad para ejercer la actividad comercial, puede estar constituida por una sola persona, tiene libertad legal para incorporar acuerdos comerciales con terceros y otros contratos que interesen a su actividad, que de otra manera no sería posible por impedimento legal, también con esta figura jurídica se puede acceder a créditos de manera menos complicada (Registro Oficial, 2020).



## **Procedimiento para constituir la Sociedad por Acciones Simplificadas**

- Ingresar a la web de la Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros:  
[www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)
- Crear usuario y clave para acceder al proceso trámite sector societario.
- Ingresar los datos de identificación del representante legal y de la empresa.
- Ingresar la solicitud de reserva de dominio de la empresa.
- Ingresar el documento legal de constitución de la empresa.
- Señalar el objeto social y actividad económica de la empresa a constituir.
- Acceder al documento de constitución de la empresa SAS (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2019).

### **4.3 Registros de marca**

La marca es un bien o servicio que generalmente tienen derecho de propiedad y que sirve para diferenciarse de otros de la misma clase que ofertan otras empresas en el mercado. La marca es una imagen, símbolo, logotipo, figura, etc. que encierran con formas, colores o sonidos una idea que representa un producto o servicio que tienen cualidades por las cuales es aceptado por los consumidores. La marca es un bien que ha sido creado para obtener un rédito económico u otra clase de beneficio, y que su propietario busca proteger en base a la reglamentación de su país o en otros donde rijan los convenios internacionales de protección de la propiedad (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2022).

Los derechos de marca tienen injerencia a nivel internacional si los países donde se comercializa el producto es miembro de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, de la cual Ecuador forma parte. Este organismo tiene a su cargo la Clasificación de Niza, que es un listado de las marcas que tienen el derecho de propiedad en sus países. Esta clasificación se actualiza anualmente por la información que proporciona cada país asociado, y sirve a la vez para que quienes desean legalizar una marca puedan acceder y verificar si su marca tiene otra similar que le imposibilite formalizar la suya (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2020).

## **Registro de la marca**

- En a la web: [www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)
- Acceder a la opción registro de marca.
- Ingresar la información solicitada de identificación del responsable de la marca y otros datos generales.
- Verificar que los datos de la marca que se solicita el registro no sean parte de otra registrada en la base Niza a la cual se accede vía internet.
- Ingresar los detalles de los signos distintivos de la marca a registrar.
- Generar y cancelar los USD. 208,00 por el trámite de registro.
- Obtener el registro de la marca que tiene duración de 10 años y que puede ser renovada (SENADI, 2020).

## **Permiso de Funcionamiento de la Agencia de Regulación y Control Sanitario**

- Acceder a la web: [permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec](http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec)
- Crear cuenta de usuario y registrar clave y usuario.
- Acceder al formulario de permiso de funcionamiento e ingresar los datos solicitados.
- Obtener la exoneración del pago por ser una microempresa.
- Recibir el permiso de funcionamiento de la ARCSA (Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria, 2021).

## **Notificación Sanitaria Simplificada de Alimentos Procesados de la ARCSA**

Según la ARCSA, la notificación sanitaria permite que en el país se consuman productos que cumplen con todas las normas de seguridad según la reglamentación vigente. Para la obtención de la notificación sanitaria el solicitante debe cumplir con la entrega de documentos que abarcan todo el proceso productivo y los ingredientes utilizados. La Notificación Sanitaria Simplificada, es una opción de rápida obtención que beneficia a los microempresarios, artesanos y organizaciones de la Economía Popular y Solidaria,

considerando que, el objetivo productivo es distinto a las empresas de mayor tamaño (Agencia Nacional de Regulación y Control Sanitario, 2022).

### **Trámite para obtener la Notificación Sanitaria Simplificada**

- Solicitar el formulario respectivo en la Dirección Zonal de ARCOSA.
- Ingresar los datos solicitados en el formulario que tienen relación al representante legal y a la actividad de la empresa.
- Adjuntar los documentos de materia prima y componentes del producto.
- Presentar los diseños de etiquetas, datos técnicos del envase y código de lote.
- Describir el proceso de elaboración del producto a regularizar.
- Generar el pago del valor del trámite que es de USD 104,50 y notificar el pago realizado.
- Recibir el certificado previo a la firma de un acta de entrega (Agencia Nacional de Regulación y Control Sanitario, 2022).

### **Registro Único de Contribuyentes RUC**

Según el Art. 1 de la Ley del Registro Único de Contribuyentes RUC, publicada en agosto del año 2004 y modificada el 20 de mayo del año 2016, el RUC es un registro que tienen la finalidad de identificar y registrar a los ciudadanos que generen recursos impositivos, y también para que sirva de fuente de información al Servicio de Rentas Internas (SRI), en sus tareas de administración tributaria (Departamento de Normativa Jurídica, 2016).

El RUC es el número de identificación que otorga el SRI a las personas naturales o jurídicas que realicen actividades económicas en el territorio ecuatoriano y que deban pagar impuestos. Es obligatorio para las empresas o emprendimientos, sin importar su condición jurídica, declarar sus actividades económicas según el régimen tributario al que estén sujetos, que puede ser el Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares RIMPE, o el Registro Único de Contribuyentes RUC (Servicio de Rentas Internas, 2022).

### **Trámite para la obtención en línea del Registro Único de Contribuyentes**

- Ingresar al portal web: [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).
- Aceptar términos y condiciones del sitio.
- Ingresar la información de identificación del contribuyente.
- Ingresar la información del establecimiento que representa.
- Detallar las actividades económicas que realiza el establecimiento.
- Verificar el resumen de la información ingresada que puede ser modificada y aceptarla.
- Recibir posteriormente en el correo electrónico un pedido de confirmación del trámite.
- El sistema en línea le informará si ha sido exitoso su solicitud.
- Se puede imprimir el certificado de RUC.

### **Patente Municipal de Funcionamiento**

La patente municipal es una obligación que tienen las personas que ejercen alguna actividad de lucro. Esta contribución municipal se paga anualmente. El Art. 547 del Código Orgánico de Organización Territorial COOTAD, establece que el impuesto de patentes municipales se pagará anualmente por parte de personas naturales o jurídicas que ejerzan su actividad en el territorio del GAD correspondiente. También se refiere al pago del 1.5 por mil sobre los valores de los activos totales declarados por la empresa, considerados en las patentes municipales (Registro Oficial Suplemento 3003, 2019).

### **Requisitos de Patente Municipal**

- Comprar el Formulario de Declaración Inicial de Actividad Económica en el GAD Municipalidad de Ambato.
- Ingresar los datos solicitados en el formulario.
- Adjuntar los documentos de identidad del responsable y la empresa.
- Adjuntar RUC.

- Adjuntar documentos de la creación de la empresa.
- Esperar que el GAD le extienda la patente.

### **Permiso del Cuerpo de Bomberos de Ambato**

- Solicitar la inspección de las instalaciones de la empresa.
- Recibir el informe favorable de inspección.
- Ingresar la solicitud del permiso de funcionamiento.
- Adjuntar los documentos de identificación del responsable y de la empresa.
- Cancelar el costo del permiso de funcionamiento que es de 144 dólares.
- Recibir el Permiso de Funcionamiento

## **CAPÍTULO V**

### **5. Evaluación Financiera**

#### **5.1. Objetivos del capítulo**

##### **Objetivo general**

Ejecutar los cálculos para el plan de negocios con el propósito de conocer si existe rentabilidad

##### *Objetivos específicos*

Calcular la inversión total del plan de negocios

Obtener los costos y gastos del plan de negocios para poder proyectar sus valores

Conocer el punto de equilibrio del negocio

#### **5.2. Plan de Inversiones**

En el plan de inversiones se detalla los requerimientos necesarios para el plan de negocios.

**Tabla 59**  
*Plan de Inversiones*

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total (USD)
	<b>Terreno de 600 metros en Santa Rosa</b>	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
	<b>Instalaciones y remodelaciones</b>	\$ 333,33	\$ 4.000,00
	Arreglos del local	\$ 333,33	\$ 4.000,00
	<b>instalaciones electricas</b>	\$ 150,00	\$ 1.800,00
	Arreglo de cableado	\$ 150,00	\$ 1.800,00
	<b>Muebles y Enseres</b>	\$ 895,00	\$ 1.790,00
2	Juegos de escritorio para oficinas	\$ 200,00	\$ 400,00
2	Sillas giratorias con espaldar	\$ 140,00	\$ 280,00
3	Estanterías de madera con vidrio	\$ 180,00	\$ 540,00
2	Archivadores con llave	\$ 150,00	\$ 300,00
2	Extintores para el fuego	\$ 45,00	\$ 90,00
1	Mesa de preparación	\$ 180,00	\$ 180,00
	<b>Herramientas - Utensillos</b>	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Recipiente de plástico para depósito de coc	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Recipiente contenedor de alimentos de 100	\$ 200,00	\$ 200,00
	<b>Maquinaria y Equipo</b>	\$ 15.690,00	\$ 15.690,00
	Máquina ralladora de coco	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00
	Molino pulverizador de panela	\$ 5.890,00	\$ 5.890,00
	Tostadora semi industrial	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
	Mezcladora granos	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
	Horno para granos	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
	<b>Vehículos</b>	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
1	Furgoneta cerrada para ventas	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
	<b>Equipo de computación</b>	\$ 630,00	\$ 980,00
2	Computadores	\$ 350,00	\$ 700,00
1	Impresora tinta continua	\$ 280,00	\$ 280,00
	<b>Equipo de oficina</b>	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Teléfono inalámbrico	\$ 50,00	\$ 50,00
	<b>Inventarios</b>	\$ 8.396,10	\$ 8.396,10
	<b>Costos de Constitución</b>	\$ 2.220,00	\$ 2.220,00
	Registro de la marca en ARCSA	\$ 430,00	\$ 430,00
	Trámite para obtener el RUC Ambato	\$ 50,00	\$ 50,00
	Trámite para obtener el Permiso de Bomberos	\$ 40,00	\$ 40,00
	Promoción y publicidad	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00
	<b>Capital de trabajo</b>		\$ 6.501,14
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 84.677,24</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

### 5.3. Cálculo de Costos y Gastos

#### 5.3.1. Mano de Obra

**Tabla 60**

*Mano de Obra (Producción)*

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Codigo	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
1	NN	JEFE DE CALIDAD	520000000062.	\$ 444,82	0,00	\$ 444,82	0,00	\$ 42,04	\$ 42,04	\$ 402,78
2	NN	OPERADOR 1	504153111413.	\$ 433,16	0,00	\$ 433,16	0,00	\$ 40,93	\$ 40,93	\$ 392,23
3	NN	OPERADOR 1	504153111413.	\$ 433,16	0,00	\$ 433,16	0,00	\$ 40,93	\$ 40,93	\$ 392,23
TOTALES				\$ 1.311,14	0,00	\$ 1.311,14	0,00	\$ 123,90	\$ 123,90	\$ 1.187,24

Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacac,	Total Provision	Costo MO
\$	49,60	\$ 2,22	\$ 2,22	\$ 37,07	\$ 37,07	0,00	\$ 18,53	\$ 146,72	\$ 549,50
\$	48,30	\$ 2,17	\$ 2,17	\$ 36,10	\$ 36,10	0,00	\$ 18,05	\$ 142,87	\$ 535,10
\$	48,30	\$ 2,17	\$ 2,17	\$ 36,10	\$ 36,10	0,00	\$ 18,05	\$ 142,87	\$ 535,10
\$	146,19	\$ 6,56	\$ 6,56	\$ 109,26	\$ 109,26	0,00	\$ 54,63	\$ 432,46	\$ 1.619,69
<b>COSTO MENSUAL MANO DE OBRA = \$ 1.619,69</b>									

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

En la tabla se observa que el costo de la mano de obra que interviene en el departamento de producción es de \$1.619,69 y es el total mensual que es el costo de la mano de obra.



**Tabla 61***Sueldos (Administración)*

Apellidos y nombres	Cargo	Codigo	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
			SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
NN	GERENTE	1910000000043.	\$ 500,00	0,00	\$ 500,00	0,00	\$ 47,25	\$ 47,25	\$ 452,75
NN	CONTADOR	1910000000012.	\$ 440,00	0,00	\$ 440,00	0,00	\$ 41,58	\$ 41,58	\$ 398,42
<b>TOTALES</b>			\$ 940,00	0,00	\$ 940,00	0,00	\$ 88,83	\$ 88,83	\$ 851,17

Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacac,	Total Provision	Costo MO
	\$ 55,75	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 0,00	\$ 20,83	\$ 164,92	\$ 570,42
	\$ 55,75	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 36,67	\$ 36,67	\$ 0,00	\$ 18,33	\$ 151,82	\$ 508,66
	\$ 111,50	\$ 4,70	\$ 4,70	\$ 78,33	\$ 78,33	\$ 0,00	\$ 39,17	\$ 316,73	\$ 1.079,07

**COSTO MENSUAL DEL SUELDO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO = \$ 1.079,07**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

El sueldo del personal que trabaja en el área de Administración es de \$ 1.079,07 de pagos mensuales que corresponde a las personas que se encuentran desempeñando en la gerencia y en la parte de contabilidad.

**Tabla 62**  
*Sueldos (Ventas)*

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Codigo	Ingresos			Descuentos		Valor a pagar	
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%		Total
1	NN	Vendedor	1930000000020.	\$ 435,49	0,00 \$	435,49	0,00 \$	41,15 \$	41,15 \$	394,34
TOTALES				\$ 435,49	0,00 \$	435,49	0,00 \$	41,15 \$	41,15 \$	394,34

Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacac,	Total Provision	Costo MO
	\$ 48,56	\$ 2,18	\$ 2,18	36,29	0,00	0,00 \$	18,15 \$	107,35 \$	460,53
	\$ 48,56	\$ 2,18	\$ 2,18	36,29	0,00	0,00 \$	18,15 \$	107,35 \$	460,53
<b>COSTO MENSUAL DEL SUELDO DEL PERSONAL DE VENTAS = \$</b>									<b>460,53</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

El valor total del personal de ventas es de \$460,53 mensuales, que se calcularon con las provisiones y el sueldo general unificado de conformidad con los parámetros de las políticas del país partiendo del sueldo básico.

### 5.3.2. Depreciación

**Tabla 63**

*Depreciación*

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y Enseres	10	\$ 1.790,00	10%	\$ 179,00
Herramientas - Utensillos	10	\$ 300,00	10%	\$ 30,00
Maquinaria y Equipo	10	\$ 250,00	10%	\$ 25,00
Vehículos	5	\$ 90,00	20%	\$ 18,00
Equipo de computación	3	\$ 15.690,00	33%	\$ 5.229,48
Equipo de oficina	10	\$ 2.800,00	10%	\$ 280,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 20.920,00</b>		<b>\$ 5.761,48</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

La depreciación anual es de \$ 5.761,48 que corresponde a todos los activos de la empresa, estos valores sirvieron para proyectar la depreciación en la siguiente tabla.

### 5.3.3. Proyección de la Depreciación

**Tabla 64**

*Proyección de la Depreciación*

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	\$ 179,00	\$ 179,00	\$ 179,00	\$ 179,00	\$ 179,00
Herramientas - Utensillos	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Maquinaria y Equipo	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Vehículos	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00
Equipo de computación	\$ 5.229,48	\$ 5.229,48	\$ 5.229,48	\$ -	\$ -
Equipo de oficina	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.761,48</b>	<b>\$ 5.761,48</b>	<b>\$ 5.761,48</b>	<b>\$ 532,00</b>	<b>\$ 532,00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

La depreciación se proyectó para los cinco años del plan de negocios, por lo que se obtuvo de forma mensual la misma.

### 5.3.4. Detalle de costos

**Tabla 65**

*Detalle de costos*

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costos anual
<b>Materia prima</b>				<b>\$ 4.380,64</b>	<b>\$ 52.567,67</b>
Avena	Libras	4730,39	\$ 0,40	\$ 1.892,15	\$ 22.705,86
Quinoa	Libras	4730,39	\$ 0,50	\$ 2.365,19	\$ 28.382,32
Pasas	Libras	616,45	\$ 0,20	\$ 123,29	\$ 1.479,49
Ajonjolí	Libras	205,48	\$ 0,10	\$ 20,55	\$ 246,58
Coco	Libras	2262,359	\$ 0,20	\$ 452,47	\$ 5.429,66
Panela	Libras	2262,36	\$ 0,10	\$ 226,24	\$ 2.714,83
<b>Mano de Obra</b>				<b>\$ 1.084,60</b>	<b>\$ 13.015,18</b>
Jefe de calidad	Unidad			\$ 549,50	\$ 6.594,01
Obrero de producción de granola 1	Unidad			\$ 535,10	\$ 6.421,16
Obrero de producción de granola 2	Unidad			\$ 535,10	\$ 6.421,16
<b>Costos Indirectos</b>				<b>\$ 296,58</b>	<b>\$ 3.559,00</b>
Agua potable para producción	M3	440,00	\$ 0,45	\$ 198,00	\$ 2.376,00
Energía eléctrica	Kw por hora	450,00	\$ 0,12	\$ 54,00	\$ 648,00
Suministros de materiales	Unidades	2,00	\$ 20,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Depreciación activos de producción	Mensual			\$ 4,58	\$ 55,00
<b>TOTALES</b>				<b>\$ 5.761,82</b>	<b>\$ 69.141,84</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

El valor total de los costos es de \$ 69.141,84 y está conformado por la materia prima para realizar la granola, la mano de obra que interviene en el proceso de la obtención de este producto y los costos indirectos que se suman para obtener el subtotal. Estos valores sirvieron de igual forma para obtener la proyección de los costos a los cinco años del plan de negocios que se observa en la tabla siguiente.

En la tabla de proyección de costos se determina para el segundo año el valor de incremento del 0,09% que es el valor de la inflación, tomada como promedio de los cinco años, este dato fue tomado del Banco Central del Ecuador, a lo cual los costos se incrementan cada año.

### 5.3.3. Proyección de costos

**Tabla 66**

*Proyección de costos*

Descripción	Costos			Costos			Costos			Costos									
	Costo	Costos		Total año 1		Costos	Total año 2		Costos		Total año 3		Costos	Total año 4		Costos		Total año 5	
	mensual	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables		
<b>Materia prima</b>	<b>\$ 4.380,64</b>	<b>\$ 4.380,64</b>	<b>\$ 52.567,67</b>	<b>\$ 5.176,41</b>	<b>\$ 62.116,96</b>	<b>\$ 5.274,77</b>	<b>\$ 63.297,18</b>	<b>\$ 5.374,99</b>	<b>\$ 64.044,09</b>	<b>\$ 5.858,73</b>	<b>\$ 70.304,81</b>								
Avena	\$ 1.892,15	\$ 1.892,15	\$ 22.705,86	\$ 1.928,11	\$ 23.137,27	\$ 1.964,74	\$ 23.576,88	\$ 2.002,07	\$ 23.855,08	\$ 2.182,26	\$ 26.187,07								
Quinoa	\$ 2.365,19	\$ 2.365,19	\$ 28.382,32	\$ 2.410,13	\$ 28.921,59	\$ 2.455,92	\$ 29.471,10	\$ 2.502,59	\$ 29.818,86	\$ 2.727,82	\$ 32.733,84								
Pasas	\$ 123,29	\$ 123,29	\$ 1.479,49	\$ 125,63	\$ 1.507,60	\$ 128,02	\$ 1.536,24	\$ 130,45	\$ 1.554,37	\$ 142,19	\$ 1.706,32								
Ajonjolí	\$ 20,55	\$ 20,55	\$ 246,58	\$ 20,94	\$ 251,27	\$ 21,34	\$ 256,04	\$ 21,74	\$ 259,06	\$ 23,70	\$ 284,39								
Coco	\$ 452,47	\$ 452,47	\$ 5.429,66	\$ 461,07	\$ 5.532,83	\$ 469,83	\$ 5.637,95	\$ 478,76	\$ 5.704,48	\$ 521,84	\$ 6.262,13								
Panela	\$ 226,24	\$ 226,24	\$ 2.714,83	\$ 230,53	\$ 2.766,41	\$ 234,91	\$ 2.818,97	\$ 239,38	\$ 2.852,24	\$ 260,92	\$ 3.131,06								
<b>Mano de Obra</b>	<b>\$ 1.084,60</b>	<b>\$ 1.084,60</b>	<b>\$ 13.015,18</b>	<b>\$ 1.650,47</b>	<b>\$ 19.805,63</b>	<b>\$ 1.681,83</b>	<b>\$ 20.181,94</b>	<b>\$ 1.713,78</b>	<b>\$ 20.420</b>	<b>\$ 1.868,02</b>	<b>\$ 22.416,28</b>								
Jefe de calidad	\$ 549,50	\$ 549,50	\$ 6.594,01	\$ 559,94	\$ 6.719,30	\$ 570,58	\$ 6.846,96	\$ 581,42	\$ 6.928	\$ 633,75	\$ 7.604,99								
Obrero de producción de granola	\$ 535,10	\$ 535,10	\$ 6.421,16	\$ 545,26	\$ 6.543,17	\$ 555,62	\$ 6.667,49	\$ 566,18	\$ 6.746	\$ 617,14	\$ 7.405,64								
Obrero de producción de granola	\$ 535,10	\$ 535,10	\$ 6.421,16	\$ 545,26	\$ 6.543,17	\$ 555,62	\$ 6.667,49	\$ 566,18	\$ 6.746	\$ 617,14	\$ 7.405,64								
<b>Costos Indirectos</b>	<b>\$ 296,58</b>	<b>\$ 44,58</b>	<b>\$ 252,00</b>	<b>\$ 3.559,00</b>	<b>\$ 45,34</b>	<b>\$ 256,79</b>	<b>\$ 3.625,58</b>	<b>\$ 46,12</b>	<b>\$ 261,67</b>	<b>\$ 3.693,42</b>	<b>\$ 46,91</b>	<b>\$ 266,64</b>	<b>\$ 3.762,55</b>	<b>\$ 47,71</b>	<b>\$ 271,70</b>	<b>\$ 3.832,99</b>			
Agua potable para producción	\$ 198,00	\$ 198,00	\$ 2.376,00	\$ 201,76	\$ 2.421,14	\$ 205,60	\$ 2.467,15	\$ 209,50	\$ 2.514,02	\$ 213,48	\$ 2.561,79								
Energía eléctrica	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 648,00	\$ 55,03	\$ 660,31	\$ 56,07	\$ 672,86	\$ 57,14	\$ 685,64	\$ 58,22	\$ 698,67								
Suministros de materiales	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 40,76	\$ 489,12	\$ 41,53	\$ 498,41	\$ 42,32	\$ 507,88	\$ 43,13	\$ 517,53								
Depreciación activos de producc	\$ 4,58	\$ 4,58	\$ 55,00	\$ 4,58	\$ 55,00	\$ 4,58	\$ 55,00	\$ 4,58	\$ 55,00	\$ 4,58	\$ 55,00								
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 5.761,82</b>	<b>\$ 1.129,18</b>	<b>\$ 4.632,64</b>	<b>\$ 69.141,84</b>	<b>\$ 1.695,81</b>	<b>\$ 5.433,20</b>	<b>\$ 85.548,16</b>	<b>\$ 1.727,95</b>	<b>\$ 5.536,43</b>	<b>\$ 87.172,53</b>	<b>\$ 1.760,69</b>	<b>\$ 5.641,62</b>	<b>\$ 88.226,72</b>	<b>\$ 1.915,73</b>	<b>\$ 6.130,44</b>	<b>\$ 96.554,08</b>			

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

### 5.3.6. Detalle de Gastos

**Tabla 67**

*Detalle de gastos*

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
<b>Sueldos al personal administrativo</b>				<b>\$ 1.079,07</b>	<b>\$ 12.948,88</b>
<b>Gastos administrativos</b>				<b>\$ 314,53</b>	<b>\$ 3.774,36</b>
Suministros de oficina	Unidades	\$ 2,00	15,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Combustibles-lubricantes	Unidades	\$ 2,55	25	\$ 63,75	\$ 765,00
Insumos	Unidades	\$ 0,02	9.329,00	\$ 186,58	\$ 2.238,96
Agua potable	M3	\$ 0,45	60,0	\$ 27,00	\$ 324,00
Energía eléctrica	KW/hora	\$ 0,12	60,0	\$ 7,20	\$ 86,40
<b>Depreciacione Activos administrativos</b>				<b>\$ 474,04</b>	<b>\$ 5.688,48</b>
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				<b>1.430,80</b>	<b>22.411,72</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldo vendedor	Unidad			\$ 460,53	\$ 5.526,37
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>				<b>0,00</b>	<b>\$ 5.526,37</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Intereses pagados	Mensual	\$ 229,17	1,00	\$ 229,17	\$ 2.750,00
<b>TOTAL GASTOS FINANCIERO</b>				<b>0,00</b>	<b>\$ 2.750,00</b>
<b>TOTAL DE GASTOS</b>				<b>\$ 2.120,50</b>	<b>\$ 30.688,09</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

El total de gastos asciende a \$ 30.688,09 y está sumado los valores que son administrativos, de ventas y financiero que se obtuvo de la tabla de amortización del préstamo.

### 5.3.4. Proyección de Gastos

**Tabla 68**

*Proyección de gastos*

Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables				
<b>Sueldos al personal administrativo</b>	<b>\$ 1.079,07</b>	\$ 1.079,07		\$ 12.948,88	\$ 1.099,58		\$ 13.194,91	\$ 1.120,47		\$ 13.445,61	\$ 1.141,76		\$ 13.701,08	\$ 1.163,45		\$ 13.961,40
Suministros de oficina	\$ 30,00		\$ 30,00	\$ 360,00		\$ 30,57	\$ 366,84		\$ 31,15	\$ 373,81		\$ 31,74	\$ 380,91		\$ 32,35	\$ 388,15
Combustibles-lubricantes	\$ 63,75		\$ 63,75	\$ 765,00		\$ 64,96	\$ 779,54		\$ 66,20	\$ 794,35		\$ 67,45	\$ 809,44		\$ 68,73	\$ 824,82
Insumos	\$ 186,58		\$ 186,58	\$ 2.238,96		\$ 190,13	\$ 2.281,50		\$ 193,74	\$ 2.324,85		\$ 197,42	\$ 2.369,02		\$ 201,17	\$ 2.414,03
Agua potable	\$ 27,00	\$ 27,00		\$ 324,00	\$ 27,51		\$ 330,16	\$ 28,04		\$ 336,43	\$ 28,57		\$ 342,82	\$ 29,11		\$ 349,33
Energía eléctrica	\$ 7,20	\$ 7,20		\$ 86,40	\$ 7,34		\$ 88,04	\$ 7,48		\$ 89,71	\$ 7,62		\$ 91,42	\$ 7,76		\$ 93,16
<b>Depreciación Activo administrativo</b>	<b>\$ 474,04</b>	\$ 474,04		\$ 5.688,48	<b>\$ 474,04</b>		\$ 5.688,48	\$ 474,04		\$ 5.688,48	\$ 474,04		\$ 5.688,48	\$ 474,04		\$ 5.688,48
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.867,64</b>	<b>\$ 1.587,31</b>	<b>\$ 280,33</b>	<b>\$ 22.411,72</b>	<b>\$ 1.608,47</b>	<b>\$ 285,66</b>	<b>\$ 22.729,46</b>	<b>\$ 1.630,02</b>	<b>\$ 291,08</b>	<b>\$ 23.053,24</b>	<b>\$ 1.651,98</b>	<b>\$ 296,61</b>	<b>\$ 23.383,17</b>	<b>\$ 1.674,36</b>	<b>\$ 302,25</b>	<b>\$ 23.719,37</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>																
Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables				
Sueldo vendedor	\$ 460,53	\$ 460,53		5.526,37	469,28		\$ 5.631,37	\$ 478,20		\$ 5.738,37	\$ 487,28		\$ 5.847,39	\$ 496,54		\$ 5.958,49
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 460,53</b>	<b>\$ 460,53</b>	<b>0</b>	<b>5.526</b>	<b>469</b>	<b>0</b>	<b>\$ 5.631,37</b>	<b>\$ 478,20</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 5.738,37</b>	<b>\$ 487,28</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 5.847,39</b>	<b>\$ 496,54</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 5.958,49</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>																
Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables				
Intereses pagados	\$ 229,17	\$ 229,17		\$ 2.750,00	\$ 192,37		\$ 2.308,43	\$ 151,52		\$ 1.818,29	\$ 106,19		\$ 1.274,23	\$ 55,86		\$ 670,33
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 229,17</b>	<b>\$ 229,17</b>	<b>0</b>	<b>\$ 2.750,00</b>	<b>\$ 192,37</b>	<b>0</b>	<b>\$ 2.308,43</b>	<b>\$ 151,52</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 1.818,29</b>	<b>\$ 106,19</b>	<b>0</b>	<b>\$ 1.274,23</b>	<b>\$ 55,86</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 670,33</b>
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 229,17</b>	<b>\$ 2.277,01</b>	<b>\$ 280,33</b>	<b>\$ 30.688,09</b>	<b>\$ 2.270,12</b>	<b>\$ 285,66</b>	<b>\$ 30.669,26</b>	<b>\$ 2.259,74</b>	<b>\$ 291,08</b>	<b>\$ 30.609,89</b>	<b>\$ 2.245,45</b>	<b>297</b>	<b>\$ 30.504,80</b>	<b>\$ 2.226,77</b>	<b>\$ 302,25</b>	<b>\$ 30.348,19</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Esperanza Pacari

El total de la proyección de gastos sirve para posteriormente conocer cuál es el punto de equilibrio para la empresa y para conocer los valores que inciden en el flujo de caja.

Se determinó que se va incrementando cada año y se obtuvo también con el aumento de 0,09% de la inflación de los últimos 5 años, este dato se investigó del Banco Central del Ecuador.

## 5.4. Plan de Financiamiento

### 5.4.1. Forma de financiamiento

**Tabla 69**

*Plan de financiamiento*

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
<b>Recursos Propios</b>	<b>69.677,24</b>	<b>100,00</b>	<b>82,29</b>
Efectivo	51.677,24	74,17	61,03
Bienes	18.000,00	25,83	21,26
<b>Recursos de terceros</b>	<b>15.000,00</b>	<b>100,00</b>	<b>17,71</b>
Préstamo bancario	15.000,00	100,00	17,71
<b>TOTAL</b>	<b>84.677,24</b>		<b>100,00</b>

## 5.5. Cálculo de ingresos

**Tabla 70**

*Cálculo de ingresos*

Productos	Materia Prima	Mano de Obra	Costos Indirectos	Costo Total (mensual)	Unidades (mensual)	Margen de utilidad %	Margen de utilidad \$	Precio de Venta Unitario
GRANOLA A BASE DE QUINOA	\$ 4.380,63	\$ 1.619,69	\$ 296,58	\$ 6.296,91	9.329	270,01%	\$ 17.002,04	\$ 2,50
<b>TOTALES</b>				<b>\$ 6.296,91</b>			<b>\$ 17.002,04</b>	<b>\$ 2,50</b>



### 5.1.1. PROYECCIÓN DE INGRESOS

**Tabla 71**

*Proyección de Ingresos*

Productos	Can	Precio Unit.	Total año 1	Can	Precio Unit.	Total año 2	Can	Precio Unit.	Total año 3	Can	Precio Unit.	Total año 4	Can	Precio Unit.	Total año 5
GRANOLA A BASE DE QUINOA	\$ 111.942,60	2,50	\$279.587,41	\$ 114.069,51	\$ 2,55	\$ 290.312,66	\$115.415,53	\$2,58	\$293.738,35	\$116.777,43	\$2,61	\$297.204,46	\$118.155,41	\$2,64	\$300.711,47
<b>TOTAL INGRESOS</b>			\$ 279.587,41			\$ 290.312,66			\$293.738,35			\$297.204,46			\$300.711,47

El total de los ingresos se va incrementando cada año.

### 5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

#### 1. EN UNIDADES MONETARIAS

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

$$PE\$ = \frac{\$ 47.295,46}{1 - \frac{\$ 67.346,12}{\$ 335.804,39}}$$

$$PE\$ = 59.160$$

## 2. EN UNIDADES FÍSICAS

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

$$PEU = \frac{\$ 47.295,46}{3 - 0,79}$$

$$PEU = 20.143$$

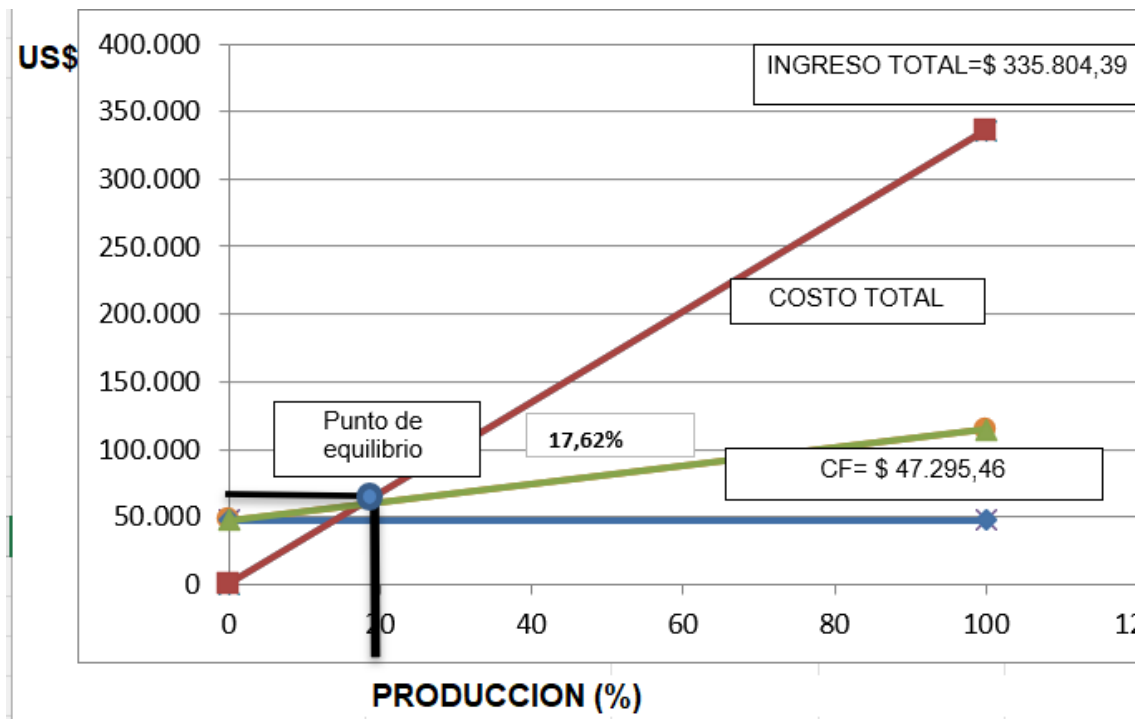
## 3. EN VALORES RELATIVOS (%)

$$PE\% = \frac{PE\$}{IT} \times 100$$

$$PE\% = \frac{\$ 59.160}{\$ 335.804,39} \times 100$$

$$PE\% = 17,62\%$$

## GRÁFICO



El punto de equilibrio gráfico es de 17,62%

## 5.7. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

**Tabla 72**

*Estado de Resultados Proyectado*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	335.804	348.686	352.801	356.964	361.176
(-) Costo de Ventas	83.954	85.548	87.172	88.226	96.554
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	251.851	263.139	265.629	268.738	264.622
(-) Gastos de venta	5.526	5.631	5.738	5.847	5.958
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	246.324	257.507	259.890	262.890	258.664
(-) Gastos Administrativos	22.412	22.729	23.053	23.383	23.719
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	223.913	234.778	236.837	239.507	234.945
(-) Gastos Financieros	2.750	2.308	1.818	1.274	670
(+) Otros Ingresos	0	0	0	0	0
(-) Otros Egresos	0	0	0	0	0
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	221.163	232.469	235.019	238.233	234.274
(-) 15% Participación trabajadores	33.174	34.870	35.253	35.735	35.141
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	187.988	197.599	199.766	202.498	199.133
(-) Impuesto a la renta	25.902	26.208	26.517	26.830	27.147
<b>(=) UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 162.085,98</b>	<b>\$ 171.390,90</b>	<b>\$ 173.248,72</b>	<b>\$ 175.667,69</b>	<b>\$ 171.986,34</b>

En el Estado de Resultados se observó que las utilidades van creciendo de un año tras otro, obteniéndose ganancias luego de que se descuentan todos los costos y gastos.

## 5.8. FLUJO DE CAJA

**Tabla 73**

*Flujo de Caja*

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 85.376,04</b>	<b>\$ 335.804,39</b>	<b>\$ 348.686,18</b>	<b>\$ 352.800,68</b>	<b>\$ 356.963,73</b>	<b>\$ 361.175,90</b>
Recursos propios	\$ 70.376,04					
Recursos de terceros	\$ 15.000,00					
Ingresos por ventas		\$ 335.804,39	\$ 348.686,18	\$ 352.800,68	\$ 356.963,73	\$ 361.175,90
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 111.891,58</b>	<b>\$ 113.841,82</b>	<b>\$ 115.895,69</b>	<b>\$ 117.387,54</b>	<b>\$ 126.231,28</b>
Materia prima directa		\$ 60.958,27	\$ 62.116,47	\$ 63.296,69	\$ 64.043,59	\$ 70.304,26
Mano de obra directa		\$ 19.436,34	\$ 19.805,63	\$ 20.181,94	\$ 20.420,08	\$ 22.416,28
Costos indirectos de fabricación		\$ 3.559,00	\$ 3.559,00	\$ 3.625,58	\$ 3.693,42	\$ 3.832,99
Gastos Administrativos		\$ 22.411,61	\$ 22.729,35	\$ 23.053,13	\$ 23.383,05	\$ 23.719,25
Gastos de Ventas		\$ 5.526,37	\$ 5.631,37	\$ 5.738,37	\$ 5.847,39	\$ 5.958,49
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)</b>	<b>\$ 85.376,04</b>	<b>\$ 223.912,81</b>	<b>\$ 234.844,36</b>	<b>\$ 236.904,99</b>	<b>\$ 239.576,19</b>	<b>\$ 234.944,62</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Créditos a contratarse a corto plazo						
Créditos a contratarse a largo plazo						
Aportes de capital						
Aportes para futura capitalización						
Recuperación de inversiones temporales						
Recuperación de otros activos						
Otros ingresos						
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 96.107,64</b>	<b>\$ 99.805,25</b>	<b>\$ 100.879,35</b>	<b>\$ 102.156,45</b>	<b>\$ 101.285,48</b>
Pago de créditos a largo plazo		\$ 2.506,39	\$ 2.731,96	\$ 2.977,84	\$ 3.245,84	\$ 3.537,97
Pago de participación de utilidades		\$ 33.174,42	\$ 34.870,40	\$ 35.252,83	\$ 35.734,92	\$ 35.141,14
Pago de interés en créditos a largo plazo		\$ 1.350,00	\$ 1.124,43	\$ 878,55	\$ 610,54	\$ 318,42
Reparto de impuestos						
Reparto de dividendos						
Adquisición de inversiones temporales						
Adquisición de activos fijos						
Pago de participación de utilidades		\$ 33.174,42	\$ 34.870,40	\$ 35.252,83	\$ 35.734,92	\$ 35.141,14
Pago de impuestos		\$ 25.902,41	\$ 26.208,05	\$ 26.517,31	\$ 26.830,21	\$ 27.146,81
Otros egresos						
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -96.107,64</b>	<b>\$ -99.805,25</b>	<b>\$ -100.879,35</b>	<b>\$ -102.156,45</b>	<b>\$ -101.285,48</b>
<b>G. FLUJO NETO GENERADO (C - F)</b>	<b>\$ 85.376,04</b>	<b>\$ 127.805,17</b>	<b>\$ 135.039,11</b>	<b>\$ 136.025,64</b>	<b>\$ 137.419,74</b>	<b>\$ 133.659,14</b>
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 7.200,35</b>	<b>\$ 7.200,35</b>	<b>\$ 7.200,35</b>	<b>\$ 7.200,35</b>	<b>\$ 7.200,35</b>
<b>I. SALDO FINAL DE CAJA (G + H)</b>	<b>\$ 85.376,04</b>	<b>\$ 135.005,52</b>	<b>\$ 142.239,46</b>	<b>\$ 143.225,98</b>	<b>\$ 144.620,09</b>	<b>\$ 140.859,49</b>

## 5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 5.9.1. Indicadores

#### 5.9.1. 2. Valor actual neto

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
F.	FLUJO NO OPERACIONAL (D	85.376	-96.108	-99.805	-100.879	-102.156
G.	<b>FLUJO NETO GENERADO (C \$</b>	85.376,04 \$	127.805,17 \$	135.039,11 \$	136.025,64 \$	137.419,74 \$
H.	SALDO INICIAL DE CAJA		7.200	7.200	7.200	7.200
I.	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)		135.006	142.239	143.226	144.620
	<b>FLUJO ACUMULADO</b>		135.006	277.245	420.471	565.091
	MESES DEL AÑO	12				

VAN = \$ 419.336,03

TIR = 60,00%

#### 5.9.1.3. Beneficio-costo

$$\frac{B}{C} = \frac{VAI}{VAC}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{\$669.949}{\$85.376}$$

$$\frac{B}{C} = 8$$

En los beneficios netos se toma en cuenta el valor del VAI que significa, el valor que se encuentra en el flujo neto generado, la suma de los 5 años, dividido para el VAC que es el valor de la inversión inicial, lo que da como resultado el valor de \$8,00.

#### **5.9.1.4. Periodo de Recuperación Payback**

$$\textit{Payback} = \frac{\textit{Inversión inicial (Io)}}{\textit{Valores del flujo de caja (F)}}$$

$$\textit{Payback} = \frac{\$ 85.376}{\$ 584.573}$$

$$\textit{Payback} = 7 \text{ Años}$$

El periodo de recuperación es de 7 años, o meses o días.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria. (Abril de 2021). *Obtención de Permiso de Funcionamiento*. Obtenido de [https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/05/IE-B.3.0-PF-02\\_Permiso-funcionamiento\\_V7.0.pdf](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/05/IE-B.3.0-PF-02_Permiso-funcionamiento_V7.0.pdf)
- Agencia Nacional de Regulación y Control Sanitario. (31 de Enero de 2022). *Notificación Sanitaria Simplificada*. Obtenido de <https://www.gob.ec/arcsa/tramites/notificacion-sanitaria-simplificada>
- Alcalde, P. (2019). *Calidad*. Madrid: Paraninfo.
- Bustamante, G. (2011). Aproximación al muestreo estadístico en investigaciones científicas. *Revista de actualización clínica*, 476-480.
- Cano, I. (2019). *La empresa como organización (CEAC)*. Madrid: Editex.
- Cantón, J. (2019). *Análisis Estratégico de Negocios*. s/n: Hiriyapa.
- Carabajal, J., LLebeili, Y., Rodríguez, A., & Gerez, C. (2020). Cultivos lácticos como potenciadores de compuestos bioactivos de avena. Cultivos iniciadores. *Revista Argentina de Microbiología*, 1-8.
- Chutkan, R. (2014). *La buena digestión*. Grijalvovital.
- Departamento de Normativa Jurídica. (20 de Mayo de 2016). *Ley de Registro Único de Contribuyentes RUC*. Obtenido de <file:///C:/Users/Orlando/Downloads/160520%20Ley%20del%20RUC.pdf>
- García, A. (2018). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Valencia: Educália.
- Gómez, A. (2021). Seguridad y Salud en el trabajo en Ecuador. *Archivos de Prevención de Riesgos Laborales*, 232-239.
- Gracias, L. (2019). Establecimiento y comercialización del cultivo de ajonjolí (*Sesamum indicum* L.) en las condiciones del municipio de el Carmen de Bolívar. *Ciencia Universalle*, 1-61.
- Guerrero, M., & Escobar, J. (2015). Eficiencia técnica de la producción de panela. *Revista de tecnología*, 107-116.
- Gutiérrez, A., Suero, E., & Espíndola, R. (2019). *Tecnología para la producción y calidad de pasas de uva*. Mendoza: INTA Ediciones.
- Heredia, P., Benitez, A., & Marcillo, J. (2017). Análisis de la normativa de Seguridad Ocupacional. *Publicando*, 3-15.



- Hererra, J., Sánchez, M., Delfinio, I., & Oliva, M. (2013). La quinua (*Chenopodium quinoa* Willd) un tesoro andino para el mundo. *Comentarios de Actualidad*, 11-114.
- Hoyo, A. (2019). *El precio del mercado. Ejemplos de aplicación en el análisis*. España: Ediciones Universidad Cantabria.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Análisis y Proyección de la Población Económicamente Activa (PEA) del Ecuador*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios\\_Socio-demograficos/Analisis%20y%20Proyeccion%20de%20la%20Poblacion%20Economicamente%20Activa%20\(PEA\)%20del%20Ecuador.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios_Socio-demograficos/Analisis%20y%20Proyeccion%20de%20la%20Poblacion%20Economicamente%20Activa%20(PEA)%20del%20Ecuador.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Información censal*. Obtenido de Tabulados censales: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Tabulados censales*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Jiménez, E. (2017). Evaluación financiera del sistema de seguridad y salud ocupacional en la empresa privada y su impacto económico - social. *Redalyc*, 1-15.
- León Rosero, D. P., & Noboa Guevara, L. E. (Julio de 2019). *Exportación de harina de quinua hacia Alemania de “la asociación de productores de quinua del Carchi” cantón espejo, previa importación de maquinaria para su producción*. Ibarra: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado el 13 de Mayo de 2021, de La Quinua: Cultivo milenario: <https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/144/1/TESIS%20FINAL%20DE%20Quinua%202018.pdf>
- Macías, M. (2019). Niveles de liderazgo y su relación con los programas de seguridad y salud ocupacional. *Revista San Gregorio*, 130-141.
- Merino, G. (23 de Agosto de 2019). *Repositorio Institucional UAEM*. Obtenido de Microencapsulado de aceite ajonjolí con mucílago de tamarindo como agente encapsulante: <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/104807>
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (10 de Octubre de 2019). *Política Nacional de Salud en el Trabajo 2019-2025*. Obtenido de [https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2019/10/Manual de Políticas-final.pdf](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2019/10/Manual%20de%20Políticas-final.pdf)
- Organización Internacional del Trabajo OIT. (22 de Abril de 2021). *Impulsar la justicia social. promover el trabajo decente*. Obtenido de [l/standards/subjects-covered-by-international-labour-standards/occupational-safety-and-health/lang--es/index.htm](https://www.oit.org/es/standards/subjects-covered-by-international-labour-standards/occupational-safety-and-health/lang-es/index.htm)

- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2020). *¿Qué derechos confiere el registro de marca?* Obtenido de <https://www.wipo.int/trademarks/es/>
- Registro Oficial. (10 de Diciembre de 2020). *Ley de Modernización a la Ley de Compañías*. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/7088488d-b53e-43f0-a0c4-9031d08fc8e8/LEY+DE+MODERNIZACIO%CC%81N+DE+LA+LEY+DE+COMPAN%CC%83I%CC%81AS.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=7088488d-b53e-43f0-a0c4-9031d08fc8e8>
- Registro Oficial Suplemento 3003. (31 de Diciembre de 2019). *Código Orgánico de Organización Territorial COOTAD*. Obtenido de <https://www.cpcs.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/cootad.pdf>
- Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo,. (10 de Octubre de 2019). Obtenido de <https://www.prosigma.com.ec/pdf/nlegal/Decreto-Ejecutivo2393.pdf>
- Risi, J., Rojas, W., & Pacheco, M. (2016). *Producción y mercado de la quinua en Bolivia*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA (Bolivia).
- Rozo, V., & Ortíz, M. (14 de Octubre de 2020). El abecedario de la Panela. *Revista UPB*, 30-31. Obtenido de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/ingenio/article/view/5076>
- SENADI. (31 de Enero de 2020). *¿Cómo registro una marca?* Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Serrano, V. A., & Quiroz, M. F. (2015). *Estudio de Factibilidad para la Producción y Exportación de una bebida a base de Quinua Orgánica hacia el Mercado Holandés en el periodo 2015 – 2020*. Universidad de Guayaquil.
- Servicio de Rentas Internas. (2022). *Registro Único de Contribuyentes (RUC)*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/RUC>
- Servicion Nacional de Derechos Intelectuales. (15 de Marzo de 2022). *¿Cómo registryro una marca?* Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. (2019). *Guía de Constitución de Sociedades por Acciones Simplicadas*. Obtenido de [https://portal.supercias.gob.ec/docs/manual\\_sas.pdf](https://portal.supercias.gob.ec/docs/manual_sas.pdf)
- Valdovinos, V., & otros, y. (2018). Propiedades fisicoquímicas y de procesamiento de la pulpa de coco (*Acrocomia aculeata*) para su aplicación como ingrediente en un producto alimenticio. *Investigación Agraria*, 51-57.
- Vivar, M., & Sánchez, L. (2020). Evaluación ex-post proyecto quinua y su impacto socioeconómico en las familias asociadas, Chimborazo - Ecuador. *Revista de Investigación en Agroproducción Sustentable*, 19-30.

Zamora, C. (2017). la importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador.  
*ESPACIOS*, 1-15.

## ANEXOS

### ENCUESTA DE GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL PRODUCTO

#### “GRANOLA A BASE DE QUINUA”



Tungurahua

**Instrucciones.** - En el siguiente cuestionario se presentan algunas preguntas que deben ser respondidas de conformidad a su criterio, por favor leerlas detenidamente.

**1. ¿Cuántas unidades de granola compra a la semana?**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

**2. ¿Qué le viene a la mente cuando piensa en los siguientes términos?**

Fibra \_\_\_\_\_

Digestión \_\_\_\_\_

Energía \_\_\_\_\_

Nutritivo \_\_\_\_\_

**3. Indique cuáles son los problemas que se encuentra con el producto de granola, indicando con 1 que es más importante y 5 es menos importante.**

- Los granos son duros
- Es muy caro
- No hay pasas en la granola
- El sabor es desagradable
- Poco contenido

**4. De la siguiente lista de características del producto de granola, indique en orden de importancia cuáles cree son importantes y los que no son importantes para usted. Siendo 1 más importante y 6 menos importante.**

- Tamaño ( )
- Precio ( )
- Sabor ( )
- Marca ( )
- Peso ( )
- Calidad ( )

**5. De la siguiente lista de marcas de granola, califique en orden de preferencia, siendo el 1 el de mayor preferencia y el 5 de menor preferencia.**

- Natures Heart ( )
- Ambateño ( )
- Delicia ( )
- Gramix ( )
- Croquitos ( )

**6. De los siguientes frutos secos ordene de acuerdo a su preferencia. Siendo 1 la más importante y 4 la menos importante**

- Pasas ( )
- Almendras ( )

Nueces ( )

Ajonjolí ( )

**7. Por favor indique la preferencia de establecimientos de compra de granola, siendo 1 de mayor preferencia y 5 de menor preferencia**

Tiendas de abarrotes del barrio ( )

Supermercados ( )

Locales de productos naturales ( )

Farmacias ( )

Mercados ( )

**8. ¿Si usted fuera vendedor cuáles serían sus palabras para vender la granola a base de quinua?**

---

---

**9. Por favor complete las siguientes frases:**

“El consumo de la granola es\_\_\_\_\_”

“La granola sirve para\_\_\_\_\_”

“Los componentes que tiene la granola son\_\_\_\_\_”

**10. ¿Estaría dispuesto a consumir granola con quinua si se vende este producto en el mercado?**

SI ( ) NO ( )

**11. De la siguiente lista de medios de comunicación marque en orden de importancia al que considere, siendo 1 de mayor importancia y 8 de menor importancia**

Radio ( ) Indique el nombre de la radio\_\_\_\_\_

Programa\_\_\_\_\_

Televisión ( ) RTS ( ) Programa\_\_\_\_\_

Ecuavisa ( )

Programa\_\_\_\_\_

TC Televisión ( ) Programa

---

	Teleamazonas	( )	Programa
<hr/>			
	Unimax	( )	Programa
<hr/>			
Redes sociales ( )	WhatsApp	( )	
	Youtube	( )	
	Instagram	( )	
	Twiter	( )	
	Facebook	( )	
Periódicos ( )	El Heraldó	( )	
	La Hora	( )	
	El Comercio	( )	
	El Universo	( )	
	Ambateño	( )	
	Telégrafo	( )	
Revistas ( )	Vistazo	( )	
	Líderes	( )	
	Diners	( )	
	Hola	( )	
	Hogar	( )	
Pancartas	( )	Especifique el lugar	
<hr/>			
Gigantografías	( )	Especifique el lugar	
<hr/>			
Vallas	( )	Especifique el lugar	
<hr/>			

**12. ¿Cuál es el horario al que accede a los medios de comunicación?**

- 6h00 am a 9h00 am ( )  
 9h00 am a 12h00 pm ( )  
 12h00 pm a 13h00 pm ( )

14h00 pm a 16h00 pm ( )17h00  
pm a 19h00 pm ( )20h00 pm a  
23h00 pm ( )24h00 pm en  
adelante ( )

#### Anexo fotográfico



Pueblo de Chibuleo





Esperanza Pacari con las plantas de Quinoa



Plantación de Quinoa



Terreno donde se instalará el emprendimiento