



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE HUMMUS DE GARBANZO EN EL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado(a) en
Administración de Empresas

Autor

Arias Guerrero Orlando Patricio

Tutora

Econ. Mercedes Galarraga C. MBA.

QUITO – ECUADOR

2023



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE HUMMUS DE GARBANZO EN EL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado(a) en
Administración de Empresas

Autor

Orlando Patricio Arias Guerrero

Tutora

Econ. Mercedes Galarraga C. MBA.

QUITO – ECUADOR

2023

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

Yo, Orlando Patricio Arias Guerrero, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de negocios para la producción y comercialización de hummus de garbanzo en el Distrito Metropolitano de Quito”, como requisito para optar al grado de Licenciado 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 Quito, a los días del mes de de 2023, firmo conforme:

Autor: Orlando Patricio Arias Guerrero

Firma: 

Número de Cédula: 0927836098

Dirección: Pichincha, Quito, La Mariscal, Diego de Almagro y la Pinta. Correo

Electrónico: orlando.arias.guerrero@gmail.com

Teléfono: 0993621976

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HUMMUS DE GARBANZO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.” presentado por Orlando Patricio Arias Guerrero, para optar por el Título de Licenciado(a) 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 de los Lectores que se designen.

Quito, 10 de febrero del 2023

.....
Econ. Mercedes Galarraga C. MBA.

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 Licenciado(a) en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito,..... de.....2003



.....

Orlando Patricio Arias Guerrero
0927836098

APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HUMMUS DE GARBANZO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, previo a la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, de de 2023

Ing. Ivanna Sánchez

Nombres completos
LECTOR

Ing. Andrés Palacios

Nombres completos
LECTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a mi madre, ya me enseñó a perseverar en la vida y luchar a pesar de tantas dificultades que se presenten, para alcanzar mis sueños.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a la Vida, a mis padres, hermanos, a mis maestros, a la Familia Echeverría Castro, por haberme dado el impulso necesario y oportuno para estudiar y crecer como ser humano, y a pesar de todas las dificultades que ha implicado trabajar y estudiar simultáneamente, sé que es posible mientras una persona se fije como meta su crecimiento personal.

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	ii
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL	iii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	v
APROBACIÓN LECTORES.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
INDICE DE CONTENIDOS.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	xvii

CAPÍTULO I..... 1

1 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN..... 1

1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	1
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO	1
<i>Fundamentación del Producto.</i>	1
<i>Tabla de características del producto o servicio</i>	3
1.3 MERCADO	4
<i>Público objetivo de su producto o servicio</i>	4
Categorización de sujetos	4
Estudio de Segmentación	5
Plan de muestreo	8
1.4 DEMANDA POTENCIAL	29
1.5 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	32
<i>Análisis del micro ambiente</i>	32
<i>Análisis del macro ambiente</i>	35
<i>Proyección de la oferta.</i>	38
1.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	39
1.7 DISEÑO DE MARCA (BRANDING).....	41
1.8 MARKETING MIX.....	42
1.9 PLAN DE COMUNICACIÓN	43
1.10 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	45
1.11 SEGUIMIENTO DE CLIENTES.....	46
1.12 MERCADOS ALTERNATIVOS	46

CAPÍTULO II..... 47

2 OPERACIONES.....	47
2.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	47
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	47
<i>Descripción de instalaciones, equipos y personas.</i>	50
<i>Tecnología a aplicar</i>	52
<i>Factores que afectan las operaciones</i>	52
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	55
<i>Capacidad de Producción Futura.</i>	56
2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	56

2.5 CALIDAD	59
<i>Método de Control de Calidad</i>	59
2.3 NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO	60
<i>Seguridad e higiene ocupacional</i>	60
CAPÍTULO III	62
3 ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	62
3.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	62
3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	62
<i>Visión de la Empresa</i>	62
<i>Misión de la Empresa</i>	62
<i>Objetivos y estrategias</i>	62
3.3 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	67
<i>Organización Interna</i>	67
3.4 <i>Descripción de puestos</i>	69
3.5 CONTROL DE GESTIÓN	72
<i>Indicadores de gestión</i>	72
NECESIDADES DE PERSONAL	73
CAPÍTULO IV	74
4 JURÍDICO LEGAL	74
4.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	74
4.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	74
4.3 REGISTROS DE MARCAS	76
CAPÍTULO V	80
5 EVALUACIÓN FINANCIERA	80
5.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	80
5.2 PLAN DE INVERSIONES	80
<i>Capital de trabajo</i>	82
5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	83
<i>Mano de Obra</i>	83
<i>Depreciación</i>	84
<i>Proyección de la depreciación</i>	85
<i>Detalle de Costos</i>	85
<i>Fuente: Investigación propia</i>	86
<i>Elaborado por: El autor</i>	87
<i>Proyección de Costos</i>	87
<i>Detalle de Gastos</i>	89
<i>Proyección Gastos</i>	90
5.4 PLAN DE FINANCIAMIENTO	91
<i>Forma de financiamiento</i>	91
5.5 CÁLCULO DE INGRESOS	91
<i>Proyección de Ingresos</i>	92
5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO	93
5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	97
5.8 FLUJO DE CAJA	98
5.9 EVALUACIÓN FINANCIERA	99
<i>Indicadores</i>	99

Valor Actual Neto (VAN)	99
Tasa Interna de Retorno (TIR)	100
Beneficio Costo	100
Período de Recuperación	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Especificaciones del producto	3
Tabla 2 Categorización del sujeto	4
Tabla 3 Dimensión conductual	5
Tabla 4 Dimensión geográfica	5
Tabla 5 Dimensión demográfica	6
Tabla 6 Fuentes de investigación primarias	10
Tabla 7 Fuentes de investigación secundaria	11
Tabla 8 Conocimiento del garbanzo	15
Tabla 9 Frecuencia del consumo de garbanzo	16
Tabla 10 Consumo de proteína	17
Tabla 11 Presentación del envase	19
Tabla 12 Precio del producto	20
Tabla 13 Características del producto	22
Tabla 14 Tipo de envase	23
Tabla 15 Adquisición del producto	25
Tabla 16 Conocimiento del garbanzo	26
Tabla 17 Medios de comunicación	28
Tabla 18 Proyección de la demandan por personas	30
Tabla 19 Análisis PESTEL	37
Tabla 20 Proyección de la oferta	38
Tabla 21 Demanda insatisfecha	40
Tabla 22 Estrategias del Marketing Mix	43
Tabla 23 Plan de publicidad	44
Tabla 24 Dimensión del plano	52
Tabla 25 Ritmo de producción	53
Tabla 26 Inventario de materia prima para 1.600 unidades	54
Tabla 27 Trabajadores	55
Tabla 28 Proyección de capacidad de producción	56
Tabla 29 Descripción de Equipos	57
Tabla 30 Matriz FODA	63
Tabla 31 Matriz EFE	64
Tabla 32 Matriz EFI	65
Tabla 33 Organización estructural	67
Tabla 34 Organigrama funcional	68
Tabla 35 Descripción de Gerente administrativo	69
Tabla 36 Descripción del cargo asistente de marketing y ventas	70
Tabla 37 Descripción del cargo para operario	71
Tabla 38 Indicadores de gestión	72
Tabla 39 Proyección de cargos	73
Tabla 40 Plan de inversión	80
Tabla 41 Capital de trabajo	82
Tabla 42 Mano de obra	83
Tabla 43 Depreciaciones	84
Tabla 44 Depreciación	84

Tabla 45	Proyección de depreciación.....	85
Tabla 46	Detalles de costos	86
Tabla 47	Promedio de inflación actual.....	87
Tabla 48	Proyección de costes	88
Tabla 49	Detalle de gastos.....	89
Tabla 50	Proyección de gastos	90
Tabla 51	Plan de financiamiento	91
Tabla 52	Determinación de precio de venta.....	91
Tabla 53	Cálculo de ingreso	92
Tabla 54	Proyección en ventas.....	93
Tabla 55	Datos de punto de equilibrio	94
Tabla 56	Valor de punto de equilibrio.....	95
Tabla 57	Flujo de resultados proyectado.....	97
Tabla 58	Flujo de caja	98
Tabla 59	Periodo de recuperación	102

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	7
Figura 2	8
Figura 3 <i>Interpretación y análisis de la pregunta uno</i>	15
Figura 4	16
Figura 5 <i>Interpretación y análisis de la pregunta tres</i>	18
Figura 6 <i>Interpretación y análisis de la pregunta cuatro</i>	19
Figura 7 Interpretación y análisis de la pregunta cinco	21
Figura 8 <i>Interpretación y análisis de la pregunta seis</i>	22
Figura 9 <i>Interpretación y análisis de la pregunta siete</i>	24
Figura 10 <i>Interpretación y análisis de la pregunta ocho</i>	25
Figura 11 Interpretación y análisis de la pregunta nueve	27
Figura 12 Interpretación y análisis de la pregunta diez.....	28
Figura 13 <i>Estadística de la proyección de la demanda</i>	31
Figura 14 Cinco fuerzas de Porter	33
Figura 15 Análisis PESTEL	36
Figura 16 <i>Estadística de la proyección la oferta</i>	39
Figura 17 <i>Estadística de la Demanda insatisfecha</i>	40
Figura 18 <i>Logotipo de la empresa</i>	41
Figura 19 <i>Logo del producto</i>	42
Figura 20 Canales de distribución	45
Figura 21 Mapa de procesos.....	47
Figura 22 Flujograma de procesos	48
Figura: 23 <i>Descripción del proceso</i>	49
Figura 24 Ubicación de la empresa	50
Figura 25 Esquema de la planta.....	51
Figura 26 <i>Capacidad estimada de producción</i>	55
Figura 27 Check-list	60
Figura: 28 Estrategias.....	66
Figura 29 Disposiciones generales	74
Figura: 30 Proceso de registro de la marca	77
Figura: 31 Registro de la marca	78
Figura: 32 Punto de equilibrio.....	96

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE HUMMUS DE GARBANZO
EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

AUTOR: Orlando Patricio Arias Guerrero

TUTOR: Econ. Mercedes Galarraga C. MBA.

RESUMEN EJECUTIVO

EcuaConservas es una empresa innovadora de productos orgánicos, que ayuda a mejorar los hábitos alimenticios de los consumidores con productos de calidad. En este plan de negocio se utilizó herramientas de investigación cuantitativas y cualitativas para recopilar información de manera eficiente que ayuden a mejorar los resultados del proyecto. Para conocer los gustos, aceptación, nivel de consumo, precio del producto, se aplicó una encuesta en la parroquia La Mariscal Sucre ubicada en el centro norte del Distrito Metropolitano de Quito, donde se aplicó el cálculo de la muestra y dio como resultado a 384 encuestas que se aplicó a través de Microsoft Forms. Se conoce la demanda potencial con la frecuencia de consumo de garbanzo mensual. Se detalla los equipos que tendrá la empresa EcuaConservas para la producción de hummus de garbanzo, su estructura funcional contará con 3 personas en la apertura de sus operaciones. Se recolecta información necesaria jurídica legal para la apertura de la empresa constituida por SAS. EcuaConservas contará con una estructura financiera a bases de indicadores proyectados que estimarán los costos, gastos, y ventas del proyecto. El plan de inversión para la creación de la empresa es de 24.9558,14 con recursos propios. Donde VAN cuenta con un valor de 73.946,60, y la TIR cuenta con un porcentaje de 96%, con estos resultados se demuestra que el proyecto es viable.

Palabras claves:(EcuaConservas, producción, comercialización)

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**THEME: BUSINESS PLAN FOR
THE PRODUCTION AND
MARKETING OF HUMMUS
GARBANZO IN THE
METROPOLITAN DISTRICT OF
QUITO.**

AUTHOR: Orlando Patricio Arias Guerrero

TUTOR: Econ. Mercedes Galarraga C. MBA.

ABSTRACT

EcuaConservas is an innovative company of organic products, which helps to improve the eating habits of consumers with warm products. In this business plan, quantitative and qualitative research tools were used to collect information efficiently that help improve the results of the project. To know the tastes, acceptance, level of consumption, price of the product, a survey was applied in the La Mariscal Sucre parish located in the north center of the Metropolitan District of Quito, where the calculation of the sample was applied and resulted in 384 surveys that were applied through Microsoft Forms. The potential demand is known with the frequency of monthly chickpea consumption. The equipment that the company EcuaConservas will have for the production of chickpea hummus is detailed, its functional structure will have 3 people at the opening of its operations. Necessary legal information is collected for the opening of the company constituted by SAS. EcuaConservas will have a financial structure based on projected indicators that will estimate the costs, expenses, and sales of the project. The investment plan for the creation of the company is 24,9558.14 with own resources. Where VAN has a value of 73,946.60, and the IRR has a percentage of 96%, these results show that the project is viable.

Keywords: (EcuaConservas, production, marketing)

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo demostrar los conocimientos adquiridos en la carrera de administración de empresas, en el cual se realizara un proyecto formativo para la producción y comercialización de hummus de garbanzo en el Distrito Metropolitano de Quito, este proyecto innovador irrumpirá en el mercado ecuatoriano y quiteño ya que atenderá a un público que está en búsqueda y aceptación de un producto que ayudará a mejorar sus hábitos alimenticios de manera saludable. Adicional este proyecto busca contribuir de alguna manera a la reactivación de la economía generando auto empleo.

Descripción de los capítulos

Capítulo I “Mercado y Comercialización” en este capítulo se detalla las características del producto que se comercializará, se conocerá el mercado al que se quiere ingresar, se aplicará herramientas de investigación que ayuden a recolectar información para conocer la demanda, oferta y demanda insatisfecha.

Capítulo II “Operaciones” se detalla la descripción del proceso de producción de la empresa EcuConservas, su capacidad de producción, instalaciones, equipos y personas para la producción de hummus de garbanzo Enel Distrito Metropolitano de Quito.

Capítulo III “Organización y gestión” muestra la estructura organizacional de la empresa de la empresa, misio, visión, organigrama funcional y estructural, y la descripción de cada uno de los puestos.

Capítulo IV “Jurídico Legal” en este capítulo se muestra la forma jurídica legar para la constitución de la empresa, se detalla los requisitos para su apertura.

Capítulo V “Evaluación financiera” en este capítulo se detalla el plan de inversión, costos, gastos, ingresos, proyecciones para la viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

1 Mercado y Comercialización

1.1 Objetivo del Capítulo

Investigar el mercado objetivo en el Distrito Metropolitano de Quito. Desde el punto de vista del plan de negocio aterrizar en el actual vacío de la oferta, utilizando instrumentos de investigación para levantar información de una manera más eficiente.

1.2 Antecedentes investigativos del producto

Fundamentación del Producto.

El garbanzo es una legumbre saludable que cuenta con grandes fuentes de nutrientes, su origen viene de Turquía, se extendió por todo el Mediterráneo, hasta la actualidad que se conoce en todo el mundo. (Azcoytia, 2012)

Actualmente el garbanzo a nivel global ha ido en aumento, muchos continentes como Asia, Europa, América, consumen esta legumbre ya que es una proteína rica en vitaminas y minerales. Que ayuda al correcto funcionamiento del cuerpo. (Garzón, 2021)

La producción de garbanzo a nivel mundial representa el 20%, ya que es considerado una legumbre con un alto porcentaje de nutrientes. Su demanda en el mercado global cada vez es más consumida y es la tercera legumbre más consumida en el mundo, según datos de investigación del mercado mundial de garbanzo y la OMS. (Garzón, 2021)

En el Ecuador el consumo de garbanzo tiene cada vez más aceptación, ya que es conocida por su gran contenido proteínico que ayuda a mantener una dieta equilibrada, mejorando los hábitos alimenticios de los ecuatorianos. La mayor producción de garbanzo en Ecuador está situada en la provincia de Santa Elena, zona rural de Limoncito. (Hidalgo, 2022)

Quito ciudad cosmopolita, tiene más aceptación del consumo de esta legumbre, se sabe que este grano de la familia de las leguminosas tiene gran importancia en la dieta de los ciudadanos, ya que aporta nutrientes saludables que ayudan a cuidar su salud alimenticia.

El garbanzo es utilizado en comidas, como hummus de garbanzo, menestras, sopas y muchos platos más. Esta legumbre tiene una gran demanda por su diversidad alimenticia en el mercado. (Hernández, 2020)

Hummus en Árabe significa garbanzo, es una crema o pasta elaborado a base de garbanzos cocinados, ajo, ajonjolí, limón, aceite de olivo. Además, es un alimento que puede ser consumido por familias, deportistas y personas veganas, cuenta con un alto nivel de nutrientes como vitaminas, proteínas y minerales. (Hernández, 2020)

El aporte nutricional del hummus favorece al cuerpo, ya que contiene grandes cantidades de vitaminas B, ácido fólico, hierro, fosforo, potasio, calcio, magnesio y zinc. Estos minerales ayudan a mejorar y a proteger distintos órganos del cuerpo para su correcto funcionamiento, regula los niveles de azúcar en la sangre lo cual lo hace beneficioso para personas diabéticas. (Renata, 2016)

Este alimento es muy beneficioso para la salud de las personas que consumen este tipo de producto rico en sabor, vitaminas y minerales. ya que el hummus ayuda a disminuir la fatiga, estrés, irritabilidad, ansiedad. Además, su consumo produce serotonina hormona de la felicidad que controla el estado de ánimo y genera sensación de bienestar. (Verónica, 2014)

Tabla de características del producto o servicio

Tabla 1

Especificaciones del producto

No	Características	Nutrientes	Beneficios
1	Garbanzo	Proteína, fibra, ácido fólico, vitaminas (A, B1, B2, B3, B6, B9, C, E y K)	Protege la salud del corazón. Gan nivel de energía al cuerpo. Fortalece la musculatura. Efectos antidepresivos. Mejora el funcionamiento del cuerpo.
2	Tiamina	Vitaminas B6 y B12, ácidos grasos esenciales omega 6 y omega 9, minerales como hierro, calcio, zinc.	Mejora los niveles de azúcar en la sangre. Promueven la función mental en las personas con la enfermedad de Alzheimer. Ayuda a las personas con insuficiencia cardíaca.
3	Limón	Vitamina C y P, potasio, flavonoides o ácido cítrico.	Ayuda a eliminar líquidos y sustancias tóxicas retenidas en el organismo. Previene infecciones en la garganta Previene problemas respiratorios
4	Aceite de olivo	Antioxidantes fenólicos, como la vitamina E.	Disminuye el colesterol Reduce la aparición de trombosis y previene la aparición de diabetes
5	Ajo	Manganeso, la vitamina B6, la vitamina C y el selenio.	Eficaz antibiótico Combate el resfriado Fortalece el sistema inmunológico
6	Comino	Magnesio, vitamina E, potasio, fósforo, calcio, hierro y vitamina A.	Combate el deterioro celular debido a sus antioxidantes Ayuda a reducir los niveles de triglicéridos Ayuda a aumentar las defensas del cuerpo
7	Sal	Sodio, calcio, hierro, fósforo.	Favorece una correcta digestión Ayuda a alcalinizar el cuerpo Alivia los dolores musculares

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.3 Mercado

Este producto de consumo alimenticio estará dirigido al mercado del Distrito Metropolitano de Quito, parroquia la Mariscal Sucre, estimulando en las personas el deseo de comer mejor y mejorar su salud.

Público objetivo de su producto o servicio

Este producto está dirigido a la población económicamente activa del Distrito Metropolitano de Quito, es decir personas de 18 a 65 años de edad, que quieran mejorar sus hábitos alimenticios y estén interesados en mejorar su salud. (INEC, 2022)

Categorización de sujetos

La categorización del sujeto nos permitirá determinar un análisis cualitativo de la investigación para el plan de negocios.

Tabla 2

Categorización del sujeto

Categoría	Sujeto
¿Quién compra?	Adultos de 18 a 65 años
¿Quién usa o consume?	Toda la familia
¿Quién decide?	Adultos de 18 a 65
¿Quién influye?	Nutricionista

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Estudio de Segmentación

El estudio de segmentación nos permitirá determinar estrategias para conocer el mercado donde con más efectividad, para ello se utilizará la dimensión conductual, la dimensión geográfica y la demográfica:

Tabla 3

Dimensión conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad	Fisiológica. Seguridad
Tipo de compra	Alimentación y salud
Relación con la marca	No
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 4

Dimensión geográfica

Variable	Descripción	No. Habitantes
País	Ecuador	18.067.722
Región	Sierra	7'847.136
Provincia	Pichincha	3'116.111
Ciudad	Quito	2'239.191
Parroquia	La Mariscal Sucre	12.843

Fuente: Ecuadorencifras estadísticas (INEC, 2020)

Elaborado por: El autor

Tabla 5*Dimensión demográfica*

Variables	Descripción	No Habitantes
Edad	18-65	9.442
Sexo	Hombres	6.229
	Mujeres	6.614

Fuente: Ecuadorencifras estadísticas (INEC,2020)**Elaborado por:** El autor

Mapa de la parroquia La Mariscal Sucre

En esta investigación se muestran imágenes de la parroquia La Mariscal Sucre, ubicada en el centro norte del Distrito Metropolitano de Quito, es una de las 32 parroquias urbanas de la ciudad y sus limitaciones son las siguientes; Iñaquito por el norte, Belisario Quevedo por el noroeste, San Juan por el sureste y por la parroquia del Itchimbía al sur y este. (Quito, 2021)

La parroquia en términos viales está delimitada al norte por la avenida Francisco de Orellana, al oeste por la avenida 10 de Agosto, al este por la avenida 12 de Octubre y al sur por la avenida Patria. También conocida como la Zona, donde se encuentra con una gran afluencia turística, ya que esta parroquia cuenta con restaurantes, hoteles, bares, discotecas, etc. (Quito, 2021)

Figura 1

Mapa de la parroquia La Mariscal

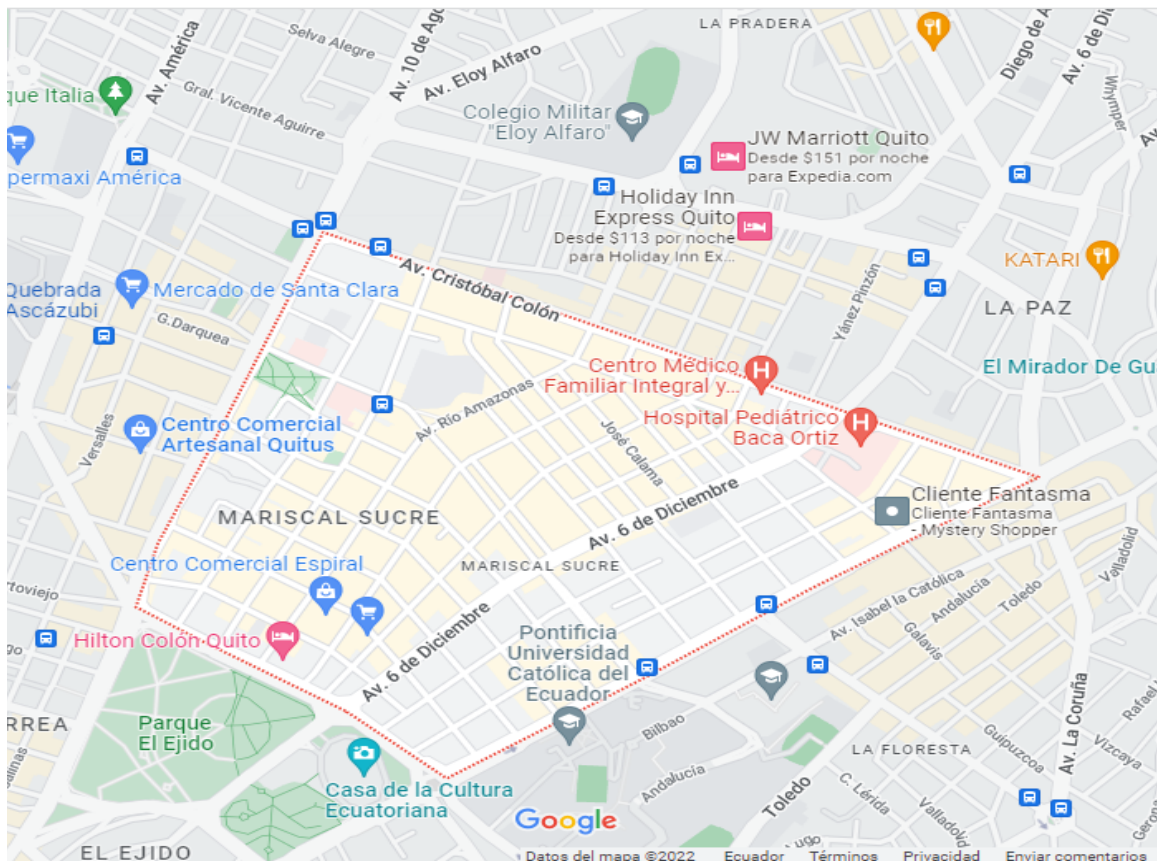


Fuente: Urbanocotidiano (Quito mariscal-sucre, 2009)

Elaborado por: Municipio de Quito

Figura 2

Límites de la parroquia La Mariscal



Fuente: Google.com.ec (Google maps, 2022)

Elaborado por: Google

Plan de muestreo

Formula de la muestra

$$n = \frac{K^2 p q N}{E^2 (N-1) + K^2 p q}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra	¿?
K= Nivel de confiabilidad del 95%	1,96.
P= Probabilidad de ocurrencia	0.5%
Q= Probabilidad de no ocurrencia	0.5%
N= Población	9.442
E= Margen de error	5%

Desarrollo de la formula

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 9.442}{0,05^2 \times (9442 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3.84 \times 0.25 \times 9.442}{2.5 \times 9441 + 3.84 \times 0,25}$$

$$n = \frac{9.064.32}{23.603.46}$$

$$n = 384$$

Para el plan de negocios de hummus de garbanzo, la muestra dio como resultado que hay que encuestar a 384 personas.

Desarrollo de instrumentos

Se determino que, para obtener resultados confiables se aplicara una encuesta para recolectar información concreta del público objetivo del nicho de mercado al que se quiere llegar.

Fuente primaria

Como fuente primaria se utilizará una encuesta, para tener datos precisos de la investigación del plan de negocios y determinar el mercado al que se quiere llegar.

Tabla 6

Fuentes de investigación primarias

Objetivo de la información	Tipos de información	Fuentes	Instrumentos
Beneficios del Hummus de garbanzo	Fuente primaria	Libros, artículos científicos	Biblioteca, internet
Precio dispuesto a pagar	Fuente primaria	Clientes potenciales	Encuesta
Determinar preferencia de los consumidores	Fuente primaria	Clientes potenciales	Encuesta
Determinar el mercado potencial	Fuente primaria	Clientes potenciales	Encuesta
Determinar la segmentación de la población	Fuente primaria	Clientes potenciales	INEC

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias nos brindaran información de fondo para la argumentación del plan de negocios.

Tabla 7

Fuentes de investigación secundaria

Objetivo de la información	Tipos de información	Instrumentos
Información científica en el plan de negocios	Fuente secundaria	Revistas, artículos científicos, libros, diarios, etc.
Información relacionada al estudio de mercado	Fuente secundaria	Revistas, artículos científicos, libros, diarios, etc.
Análisis económico del proyecto	Fuente secundaria	Revistas, artículos científicos, libros, diarios, etc.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Diseño de la encuesta

Esta encuesta es de carácter confidencial y su propósito es conocer su importante opinión, esta encuesta es realizada con fines investigativos, por favor se solicita que responda con sinceridad.

Preguntas de la encuesta

1. ¿Conoce usted el garbanzo?

Si

No

2. ¿Con que frecuencia consume garbanzo?

Cuatro veces al mes

Seis veces al mes

Seis veces al mes

3. ¿Le gustaría consumir una proteína vegetal que le ayude al buen funcionamiento de su organismo?

Si

No

4. ¿Cuál de estas presentaciones de envases le gustaría adquirir un producto alimenticio a base de garbanzo?

Envase de 300gr

Envase de 400gr

Envase de 500gr

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto a base de garbanzo, que tenga vitaminas y minerales y que le ayuda a mejorar su salud?

\$ 5.00

\$ 5.50

\$ 6.00

Mas de 6 dólares

6. ¿Qué características son importantes cuando compra un producto de consumo alimenticio?

Precio

Marca

Calidad

7. ¿En qué tipo de envase le gustaría adquirir un producto de consumo alimenticio?

Envase de vidrio

Envase de plástico

Sachet

8. ¿Como le resultaría más fácil adquirir un producto de consumo alimenticio?

Local

Supermercados

Página web

9. ¿Ha escuchado a familiares conocidos mencionar del producto de consumo alimenticio hummus de garbanzo?

Si

No

10. ¿A Través de que medios le gustaría recibir mayor detalle e información de un producto de alimentación?

Página web

Redes sociales

Correo en general

Publicidad tradicional

Resultados análisis e interpretación de la encuesta

Para determinar el análisis se tiene en cuenta que la muestra es de 384, numero de encuestados para levantar información acerca de la investigación. Cabe mencionar que la encuesta se realizó a través de Microsoft from.

1. ¿Conoce usted el garbanzo?

Tabla 8

Conocimiento del garbanzo

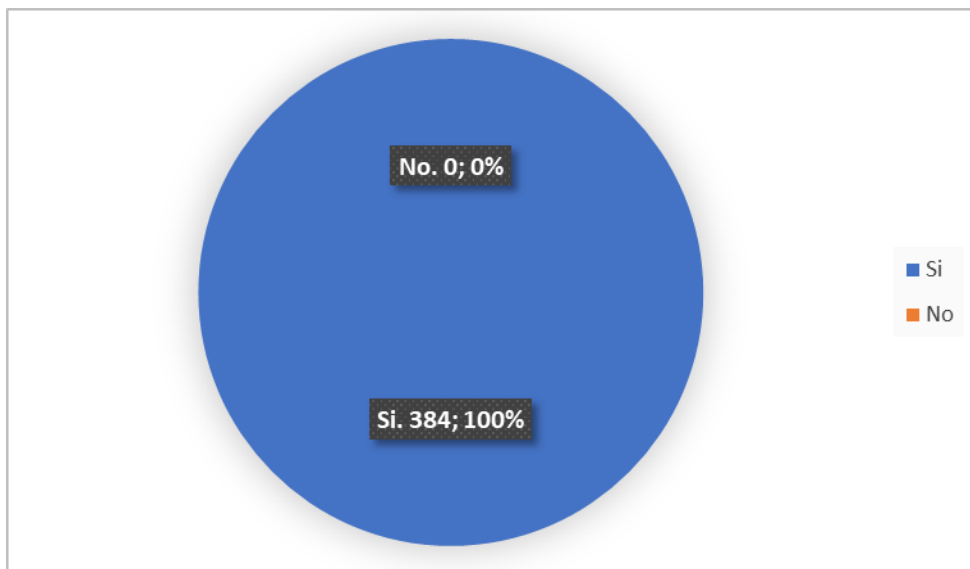
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 3

Interpretación y análisis de la pregunta uno



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

En la pregunta uno nos muestra los resultados de si como el garbanzo, con 384 encuestados que representa el 100% nos dicen que si conocen el garbanzo y con 0 encuestados que representan el 0% nos dicen que no lo conocen. Con esta pregunta se conocerá el potencial del producto en el mercado.

2. ¿Con que frecuencia consume garbanzo?

Tabla 9

Frecuencia del consumo de garbanzo

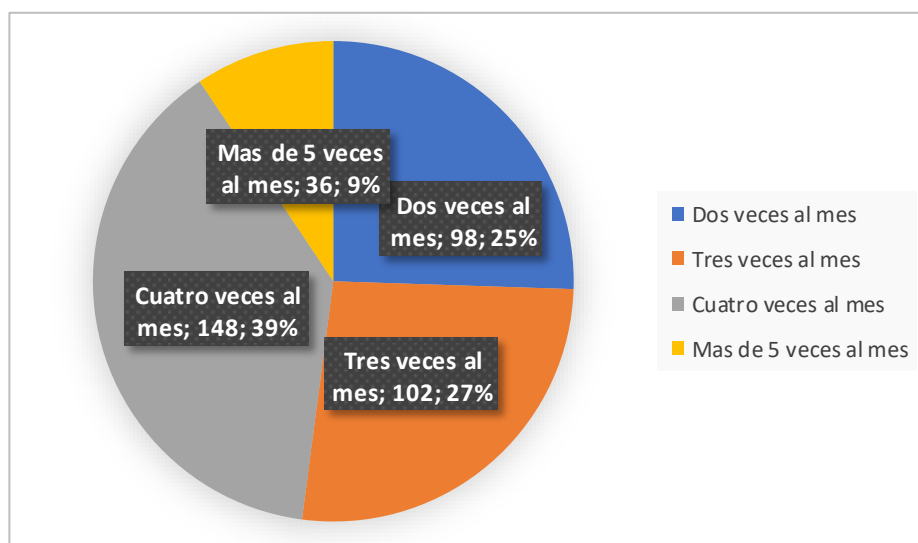
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Dos veces al mes	98	25%
Tres veces al mes	102	27%
Cuatro veces al mes	148	39%
Ma de 5 veces al mes	36	36%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 4

Interpretación y análisis de la pregunta dos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Los resultados de la pregunta dos nos dice que el 39% de los encuestados que representan 148 personas consumen garbanzo cuatro veces al mes, y que el 27% que representa 102 consumen garbanzo tres veces al mes, el 25% que representa 98 personas consumen garbanzo dos veces al mes y que el 9% que representa 36 personas consumen más de cinco veces al mes garbanzo.

Con esta información se establecerá el análisis de la demanda potencial para comercialización de hummus de garbanzo.

3. ¿Le gustaría consumir una proteína vegetal que le ayude al buen funcionamiento de su organismo?

Tabla 10

Consumo de proteína

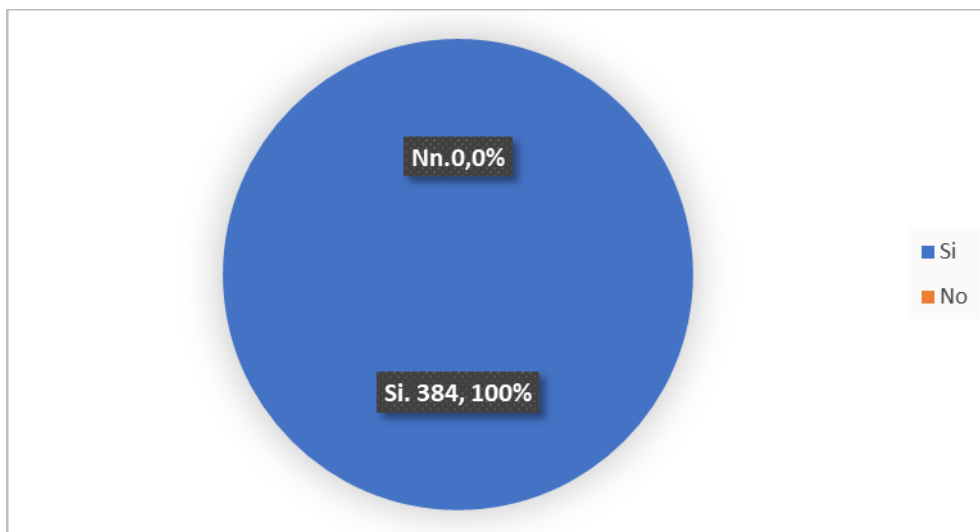
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 5

Interpretación y análisis de la pregunta tres



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

En los resultados de esta pregunta nos mostró que el 100% se los encuestados que representan 384, les gustaría una proteína que le ayude al mejor funcionamiento de su organismo, teniendo 0% de respuesta negativa. Estos resultados ayudaran a la empresa a conocer la importancia del valor nutricional en las personas.

4. ¿Cuál de estas presentaciones de envases le gustaría adquirir un producto alimenticio a base de garbanzo?

Tabla 11

Presentación del envase

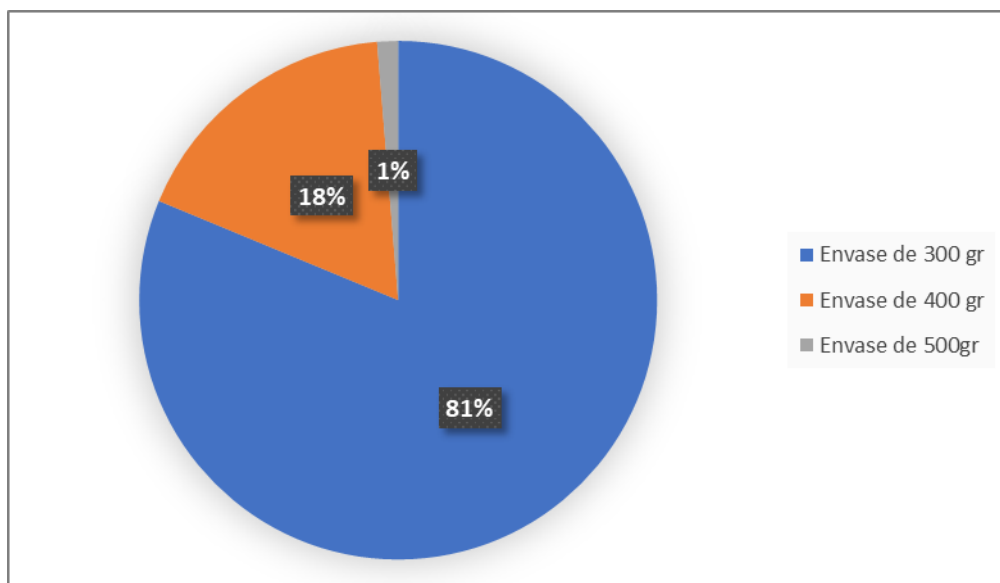
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Envase de 300 gr	312	81%
Envase de 400 gr	67	18%
Envase de 500 gr	5	1%
Total	394	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 6

Interpretación y análisis de la pregunta cuatro



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Los resultados mostrados en esta pregunta nos dicen que el 81% que representa 312 personas, nos dice que les gustaría una presentación de 250 gr de un producto a base de garbanzo, mientras el 18% que representa 67 personas nos dice que les gustaría un envase de 300gr, y el 1% que representa 5 personas, nos dice que les gustaría en un envase de 500 gr. Lo cual se determinó que el producto Garba su envase será de 250gr.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto a base de garbanzo, que tenga vitaminas y minerales y que le ayuda a mejorar su salud?

Tabla 12

Precio del producto

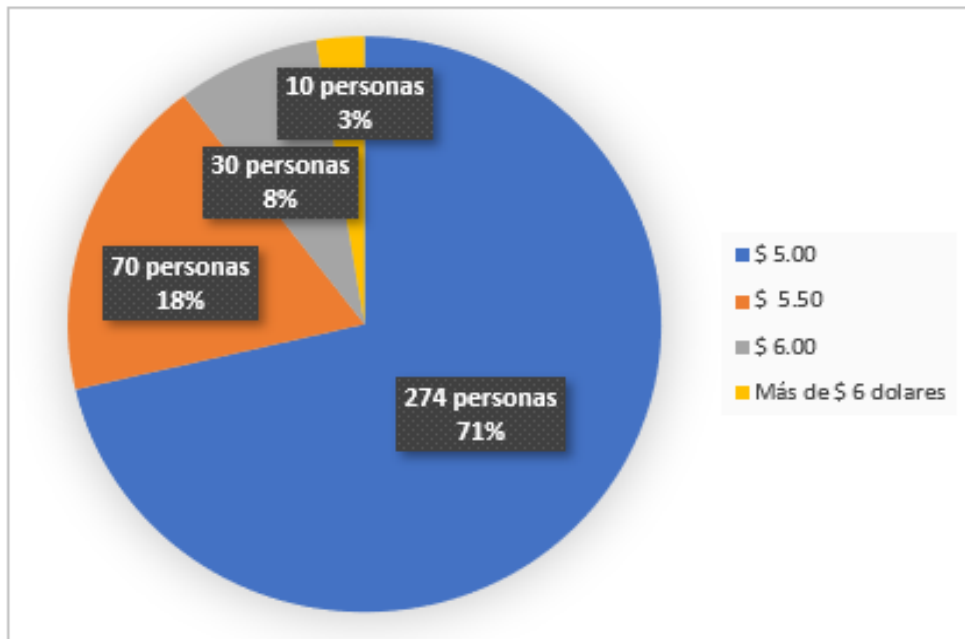
Variable	Frecuencia	Porcentaje
5.00	274	71%
5.50	70	18%
6.00	30	8%
Mas de 6 dólares	10	3%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 7

Interpretación y análisis de la pregunta cinco



Fuente: Encuesta

Elaborada por: El autor

Análisis e interpretación

En esta pregunta nos dio como resultado que el 71% que representa 274 personas les gustaría pagar \$5.00 dólares por el producto, el 18% que representa 70 personas dice que les gustaría pagar \$5.50 dólares, el 8% que representa 30 personas les gustaría pagar \$6.00 dólares y el 3% que representa 10 personas le gustaría pagar más de 6 dólares.

Esta pregunta nos permitió determinar el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por un producto a base de garbanzo que mejorar su salud.

6. ¿Qué características son importantes cuando compra un producto de consumo alimenticio?

Tabla 13

Características del producto

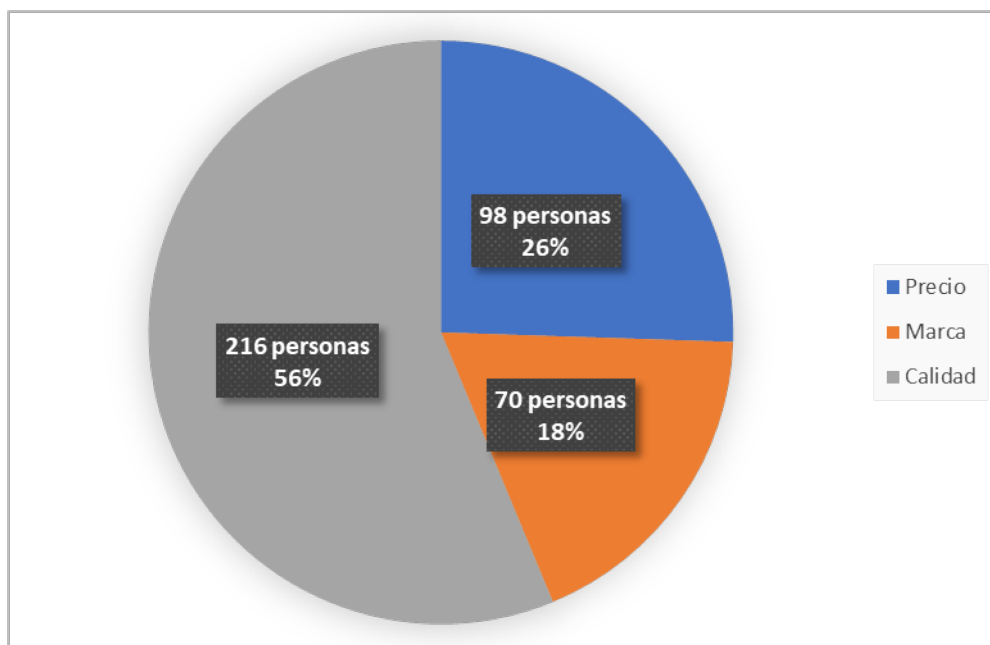
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	98	26%
Marca	70	18%
Calidad	216	56%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 8

Interpretación y análisis de la pregunta seis



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Los resultados de esta pregunta nos muestran que el 56% que representa 216 personas dicen que la característica más importante para consumir un alimento es la calidad, el 26% que representa 98 personas dice que lo más importante es el precio y el 18% que representa 70 personas dice que lo más importante es la marca.

Esta pregunta ayudo a direccionarnos para conocer la importancia del producto de nuestro producto en el mercado.

7. ¿En qué tipo de envase le gustaría adquirir un producto de consumo alimenticio?

Tabla 14

Tipo de envase

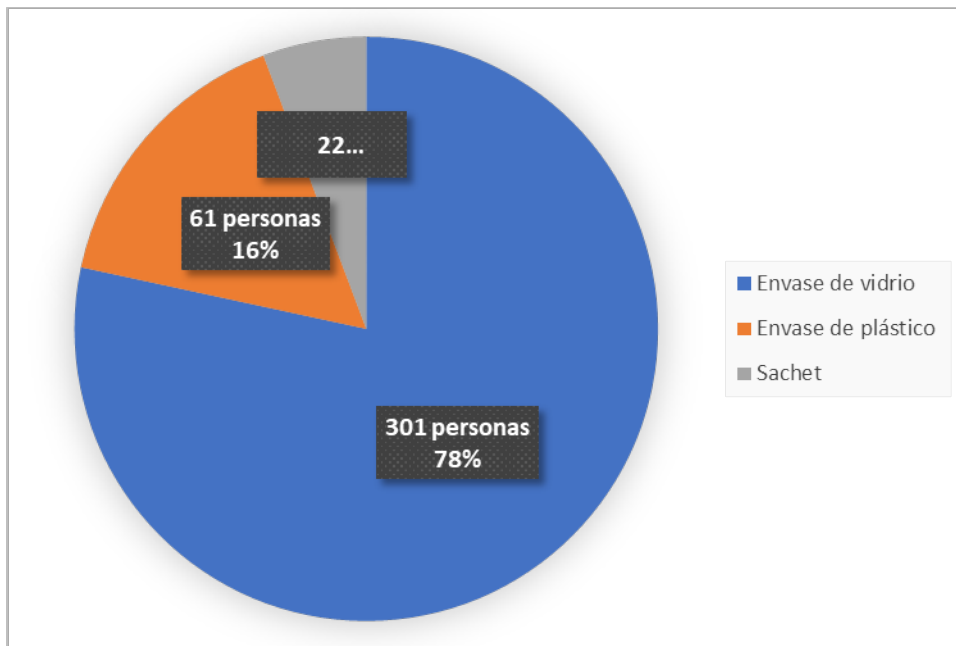
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Envase de vidrio	301	78%
Envase de plástico	61	16%
Sachet	22	6%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 9

Interpretación y análisis de la pregunta siete



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Los resultados de esta pregunta muestran que el 78% que representan 301 personas nos dicen que les gustaría un producto de consumo alimenticio en envase de vidrio, el 16% que representa 61 personas nos dice que les gustaría el producto de consumo alimenticio en envase de plástico, mientras el 6% que representa 22 personas les gustaría el producto en sachet.

Esta pregunta ayudo a la empresa a determinar el envase en que se comercializara Garba, hummus de garbanzo.

8. ¿Como le resultaría más fácil adquirir un producto de consumo alimenticio?

Tabla 15

Adquisición del producto

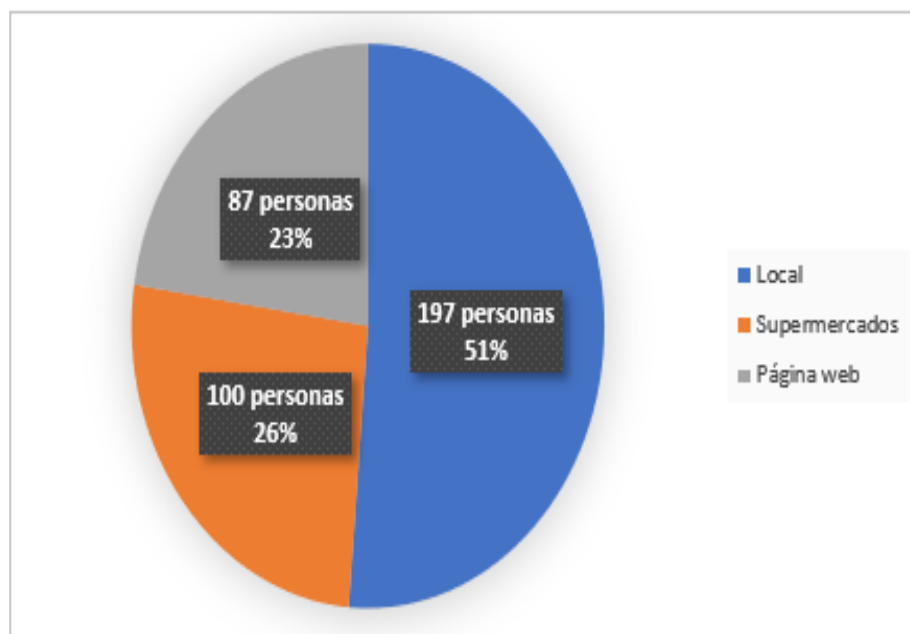
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Local	197	51 %
Supermercados	100	26 %
Página web	87	26 %
Total	384	100 %

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 10

Interpretación y análisis de la pregunta ocho



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis

Los resultados que nos dio esta pregunta son, 51% que representa 197 personas nos dice le gustaría acceder al producto en local físico, mientras el 26% que representa 100 personas le gustaría adquirir el producto en supermercados y el 23% que representa 87 personas le gustaría adquirir el producto en la página web. En base a los resultados EcuConservas tendrá su producto en local físico en la parroquia de la Mariscal Sucre centro norte del Distrito Metropolitano de Quito.

9. ¿Ha escuchado a familiares conocidos mencionar del producto de consumo alimenticio hummus de garbanzo?

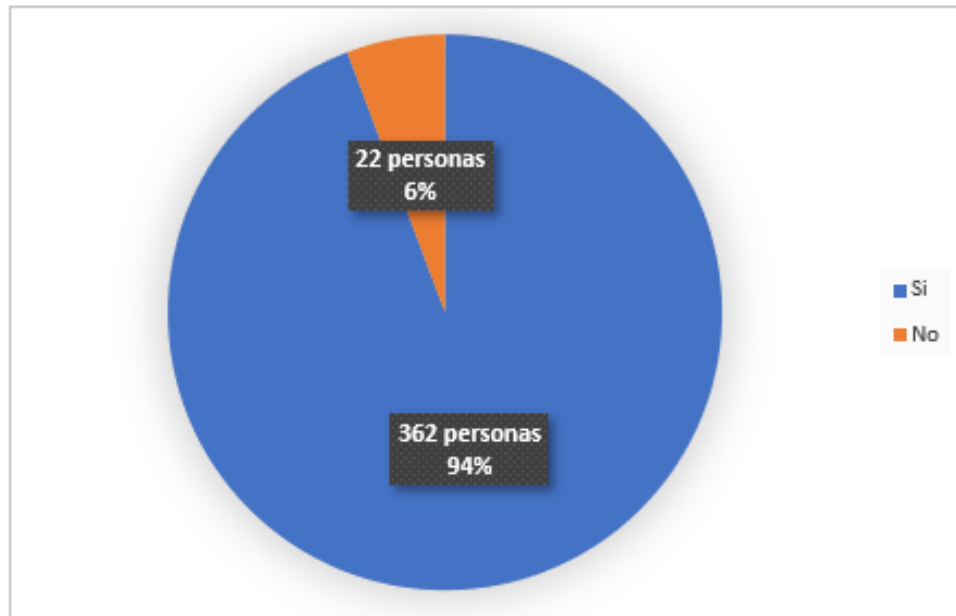
Tabla 16

Conocimiento del garbanzo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	362	94 %
No	22	6 %
Total	384	100 %

Figura 11

Interpretación y análisis de la pregunta nueve



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis

Los resultados que mostro la pregunta nueve los dice que el 94% que representa 362 personas han escuchado del producto hummus de garbanzo, mientras el 6% que representa 22 personas nos dicen que no han escuchado del producto hummus de garbanzo. Esta pregunta es de gran importancia porque conoceremos si el consumidor conoce el producto hummus de garbanzo.

10. ¿A Través de que medios le gustaría recibir mayor detalle e información de un producto de alimentación?

Tabla 17

Medios de comunicación

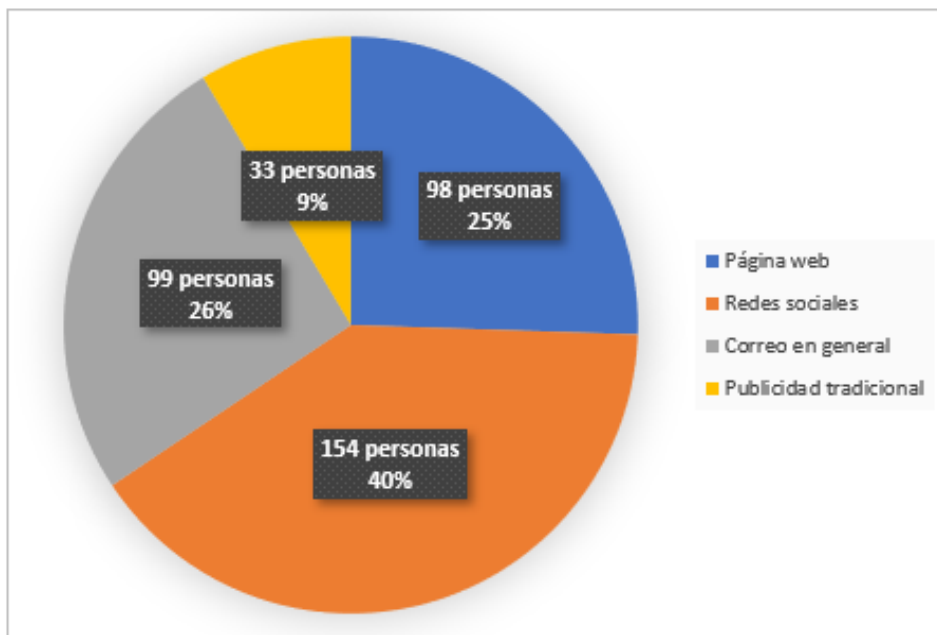
<i>Variable</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Página web	98	25 %
Redes sociales	154	40 %
Correo en general	99	26 %
Publicidad tradicional	33	9 %
Total	384	100 %

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 12

Interpretación y análisis de la pregunta diez



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis

Los resultados que nos dio la pregunta diez acerca de que medios de comunicación le gustaría recibir información del producto a comercializar, tenemos que el 40% que representa 154 personas quieren recibir información a través de redes sociales, el 26% que representa 99 personas nos dicen que les gustaría recibir información en correo electrónico, el 25% que representa 98 personas les gustaría recibir información a través de página web y el 9% que representa 33 personas le gustaría recibir información en medios tradicionales. Con estos datos se podrá hacer el plan de comunicación para el producto Garba hummus de garbanzo.

1.4 Demanda Potencial

Al conocer la demanda potencial se tendrá información importante de la acogida del producto en el mercado, además se tendrá información de como medir el volumen de ventas de “Garba hummus de garbanzo”, para dicha información se aplicará la fórmula de la demanda potencial. (Galan, 2020)

Formula:

$$Q = n \cdot p \cdot q$$

Q= Demanda potencian	¿?
n= Cantidad de compradores o consumidores potenciales	9.442.00
p= Precio promedio del producto	\$ 5.00
q= Cantidad de consumo	15.288.00

Calculo

$$Q = 9.442 * 5.00 * 15.288$$

$$Q = \$721.746.48 \quad \text{Demanda total}$$

Proyección de la demanda por personas

Para la proyección de la demanda por persona, se estima el 1.4% del crecimiento poblacional en el Distrito Metropolitano de Quito según censo poblacional INEC 2010, por la cantidad posibles consumidores de la parroquia La Mariscal Sucre 9.442.

Tabla 18

Proyección de la demandan por personas

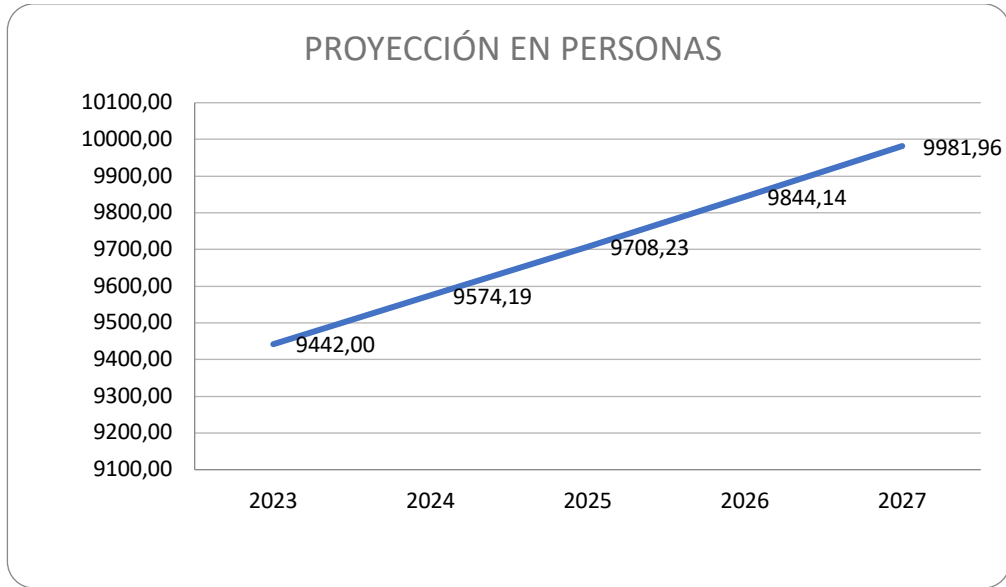
Años	Tasa Crecimiento Poblacional de Quito	Demanda en personas
2023		9442,00
2024		9574,19
2025	1,4%	9708,23
2026		9844,14
2027		9981,96

Fuente: Censo poblacional (INEC, 2010)

Elaborado por: El autor

Figura 13

Estadística de la proyección de la demanda



Fuente: Gestión de investigación

Elaborado por: El autor

Demanda en unidades

La demanda en unidad se estimó con la frecuencia de consumo de garbanzo de 183.456 según la encuesta realizada, por la tasa de crecimiento poblacional de Quito 1.4% según informes del INEC 2010(Ecuador en cifras)

Tabla 19

Demanda en unidades

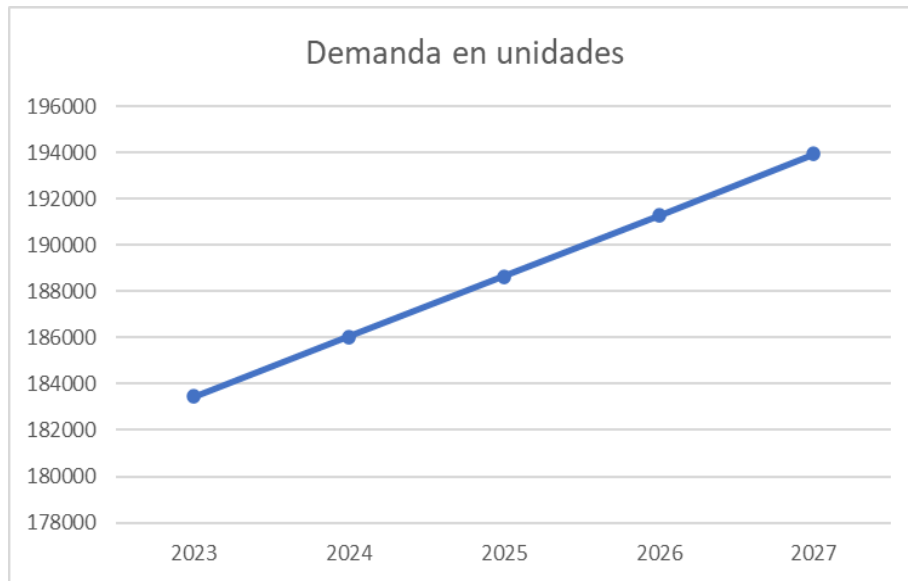
Años	Tasa crecimiento	Demanda en unidades anuales
2023	1,4%	183456
2024		186024
2025		188629
2026		191270
2027		193947

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Figura: 14

Demanda en unidades



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.5 Análisis del Macro y Micro Ambiente

Análisis del micro ambiente

Para el análisis del microambiente de la producción de hummus de garbanzo, se aplicó las 5 fuerzas de Porter que ayudaran conocer el mercado y la competitividad del sector que esta apuntado la empresa. (Bello, 2022)

Figura 15

Cinco fuerzas de Porter



Fuente: (Michael Porter,1985)

Elaborado por: El autor

Amenaza de entrada de nuevos competidores

Alta

Un fuerte competidor serán las empresas que se dedican a la producción y comercialización de conservas, serian competidores directos que pueden abordar la demanda con tranquilidad, ya que están establecidas en el mercado y cuentan con la producción masiva de productos alimenticios.

La empresa EcuConservas identifico sus competidores directos, para la elaboración de conservas y estas son:

- Gustadina
- Snob

Estas empresas llevan muchos años en el sector alimenticio, con una marca establecida en el mercado.

Lo que busca EcuConservas, es entrar al mercado potencial de productos alimenticios orgánicos, ayudando a sus consumidores a una mejor su alimentación y nutrición.

Rivalidad entre competidores existentes

Alta

Existe mucha rivalidad entre empresas que llevan mucho tiempo en el mercado, por lo cual tienden a hacer competencia desleal, manipulando precios y bajando la calidad de sus productos.

En el caso de EcuConservas contamos con productos de consumo alimenticio orgánicos de excelente calidad.

Amenazas de productos sustitutos

Baja

En el mercado existen muchos productos sustitutos que son de fácil adquisición, pero no son tan confiables, ya que no tienen las mismas propiedades y su calidad es muy baja.

En caso de escasez de las materias primas para la producción de hummus de garbanzo, se tendría un plan estratégico que permitirá que no haya desabasto de las materias primas. En extremo que no se consiga se sustituirá con productos de plastas leguminosas.

Poder de negociación del proveedor

Alta

Los proveedores juegan un papel muy importante, ya que ellos se encargan del suministro de la materia prima, para la producción del producto que se quiere comercializar. Por ello EcuConservas contará con varios proveedores que se entregarán del suministro suficiente de materia prima, adicional se establecerá convenios de pago con los proveedores para que se pueda operar con tranquilidad en las actividades de la empresa.

Poder de negociación del cliente

Alta

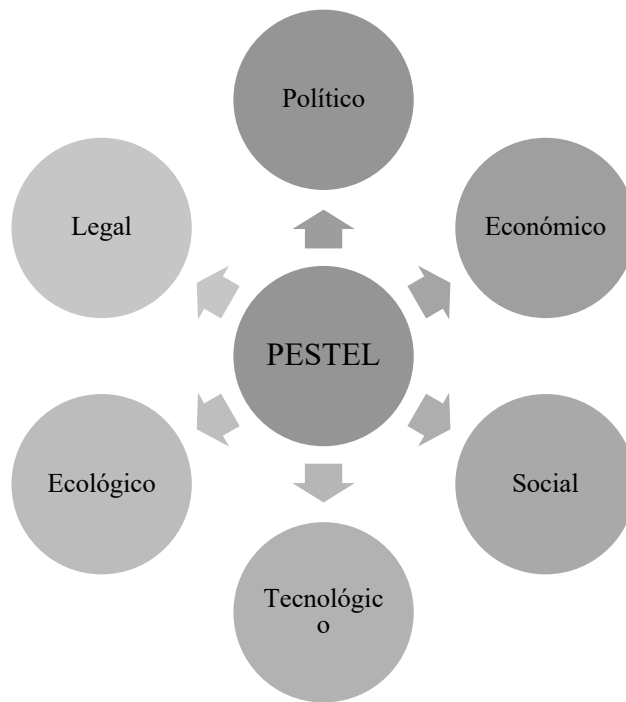
Para EcuConservas los clientes son muy importantes, por lo tanto, la propuesta de valor es diferenciarnos de la competencia, con un producto sano orgánico y de calidad, que ayude a mejorar los hábitos alimenticios del cliente. Además se contará con un plan de marketing para que la marca se reconozca.

Análisis del macro ambiente

Se aplicará el análisis PESTEL, para conocer el entorno externo de la empresa EcuConservas, este análisis ayuda a identificar factores políticos, económicos, socio-cultura, tecnológicos, ecológicos y legal, que afecten las operaciones de la empresa. (Barroeta, 2020)

Figura 16

Análisis PESTEL



Fuente: Análisis PESTEL (V.K. Narayanan y Liam Fahey, 1969)

Elaborado por: El autor

Tabla 20**Análisis pastel**

Factor	Oportunidades	Amenazas
Política	Creación de empresa sin precio de constitución (SAS).	Incremento de impuestos arancelarios en las importaciones.
Económico	Estimulación de la economía en los sectores estratégicos.	Incremento de la inflación en el país.
Social	Desarrollo urbano y vivienda.	Aumento de tasa de desempleo. Aumento de la violencia y el hurto.
Tecnológico	Desarrollo de nuevas tecnologías para la producción de hummus de garbanzo.	Falta de conocimiento de las nuevas tecnologías a aplicar.
Ecológico	La planta de garbanzo es muy resistente a la sequía.	Lento crecimiento de la planta.
Legal	Ágil creación de empresa, para emprendedores.	Si la empresa no cumple con las políticas internas y externas, y con los debidos permisos para ejercer actividad comercial puede ser clausurada.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Proyección de la oferta.

La proyección de la oferta permitirá a EcuConservas conocer la cantidad del producto que se está ofertando, además se conoce que la oferta juega un papel muy importante en el mercado, ya que ayuda a determinar el precio del producto en el nicho que se quiere aterrizar. (Pedrosa, 2015)

Para la proyección de la oferta se tomó en cuenta la tasa de crecimiento anual del sector alimenticio del Distrito Metropolitano de Quito de 4% según informes de la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad junio 2022. (Competitividad, 2022)

Adicional se hizo una investigación de campo para determinar el número de ofertantes de hummus de garbanzo en la parroquia, se conoció que hay dos ofertantes del producto, uno de ellos es un restaurante hindú que se llama SHER E PUNJAB, y el otro es un establecimiento de cómoda vegana que se llama IDENTIDADNATURAL. La cantidad que ellos venden se detalla en la tabla, estos datos permitirán realizar la proyección de la oferta.

Tabla 21

Proyección de la oferta

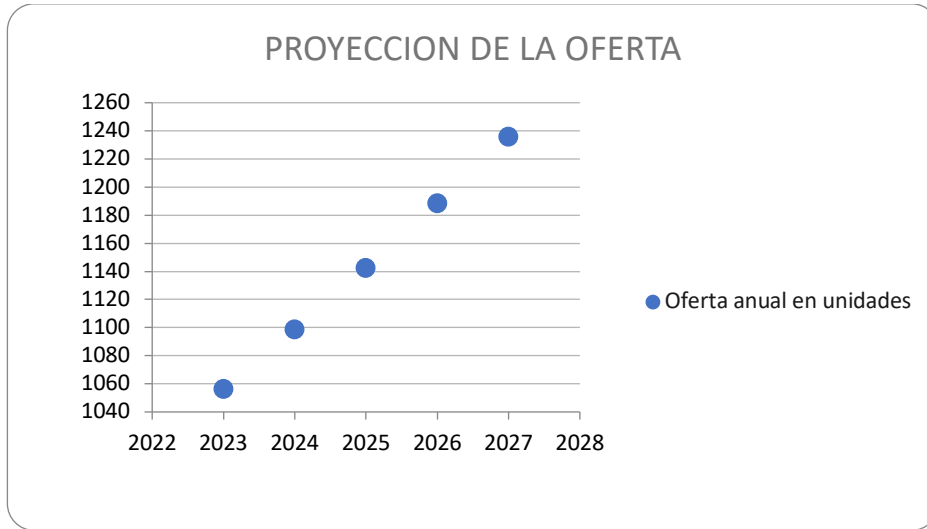
PROYECCION DE LA OFERTA		
Años	Tasa Crecimiento Alimenticio	Oferta en unidades
2023		1056
2024		1098
2025	4%	1142
2026		1188
2027		1235

Fuente: Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad, 2022

Elaborado por: El autor

Figura 17

Estadística de la proyección la oferta



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.6 Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda insatisfecha permitirá conocer, si el consumidor poblidamente esté dispuesto a adquirir el producto. Adicional se podrá cubrir el mercado vacío que existe. (Balladarez, 2018)

Tabla 22

Demanda insatisfecha

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA			
AÑOS	DEMANDA EN UNIDADES	OFERTA EN UNIDADES	DPI EN UNIDADES
2023	183456	1056	182400
2024	186024	1098	184926
2025	188629	1142	187487
2026	191270	1188	190082
2027	193947	1235	192712

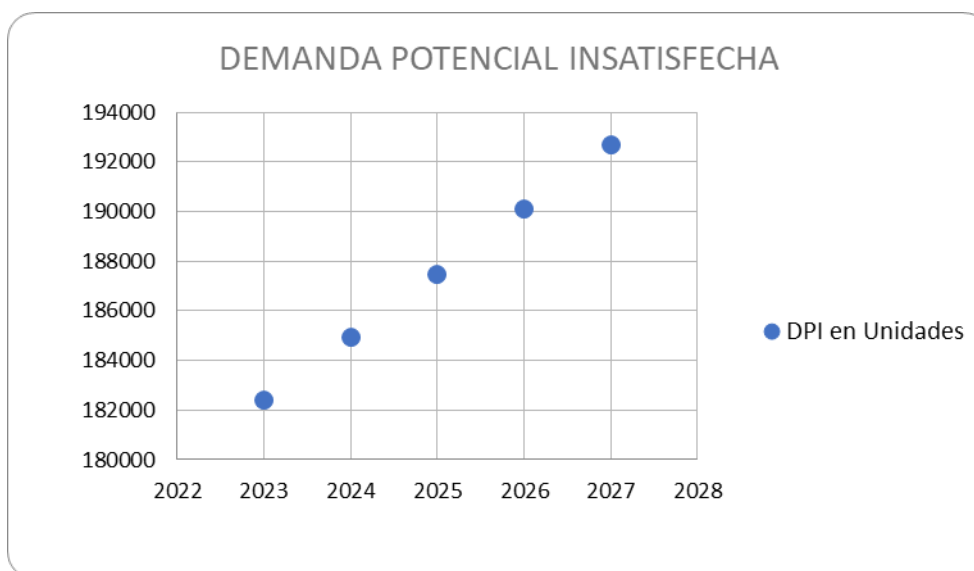
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

EcuaConservas cubrirá el 10.5% de la demanda insatisfecha anual, tomando en cuenta la capacidad de producción de la empresa.

Figura 18

Estadística de la Demanda insatisfecha



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.7 Diseño de marca (branding)

Presentación de la marca

EcuConservas es una empresa dedicada la producción y comercialización de conservas orgánicas en la ciudad de Quito.

Figura 19

Logotipo de la empresa



Fuente: Investigación propia

Elaborado pro: El autor

Logo del producto

Garba es nombre comercial del hummus de garbanzo que se va a comercializar en el distrito metropolitano de Quito. Se utilizó las primeras cinco letras de la palabra garbanzo, dándonos como resultado el nombre del producto que se utilizará para su venta.

Figura 20

Logo del producto



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Diferenciación del producto

Garba se diferencia por ser un producto de consumo alimenticio alto en nutrientes y vitaminas, orgánico que ayuda a una mejor alimentación de los consumidores.

1.8 Marketing mix

El Marketing mix ayudara a la empresa EcuConservas analizar el comportamiento de los consumidores, determinando estrategias que satisfagan las necesidades de los clientes que ayuden alcanzar las metas de la empresa. Para ello se aplicará las 4 p del Marketing mix, que son: producto, precio, plaza y promoción. (Silva, 2020)

Estrategias del Marketing mix

El marketing mix ayudará hacer un análisis de la empresa, para determinar cómo se promocionará el producto.

Tabla 23

Estrategias del Marketing Mix

Elementos	Estrategias
Producto	Garba es un producto hecho de garbanzo, que ayuda a los consumidores a mejorar sus hábitos alimenticios, mejorando su salud. Además, es un producto orgánico envasado al vacío para seguridad de los consumidores.
Precio	El precio de venta al público se establecerá a través de la encuesta que se realizó, este valor permitirá cubrir los costes de la empresa.
Plaza	Para establecer la atención al público se contará con local físico en la parroquia del sector de la Mariscal Sucre, centro norte del Distrito Metropolitano de Quito.
Promoción	Las promociones estarán dirigidas a través de página web, redes sociales, medios tradicionales.

Fuente: investigación propia

Elaborado por: El autor

1.9 Plan de comunicación

El plan de comunicación de la empresa EcuConservas permitirá establecer estrategias para informar sobre el producto al público objetivo en el mercado y posesionar la marca. (Guijarro, 2020)

Tabla 24*Plan de publicidad*

Elementos	Medios	Responsable	Presupuesto anual	Frecuencia mensual
Publicidad en línea	Twitter Página web Tienda virtual Facebook Instagram			
Descuentos eventos y promociones.	Redes sociales Volantes Vallas publicitarias	Departamento Marketing	\$400.00 Monto establecido en la tabla de gastos de ventas.	Frecuencia mensual de 2 veces
Publicidad por medios tradicionales.	Radio Anuncios en diarios			

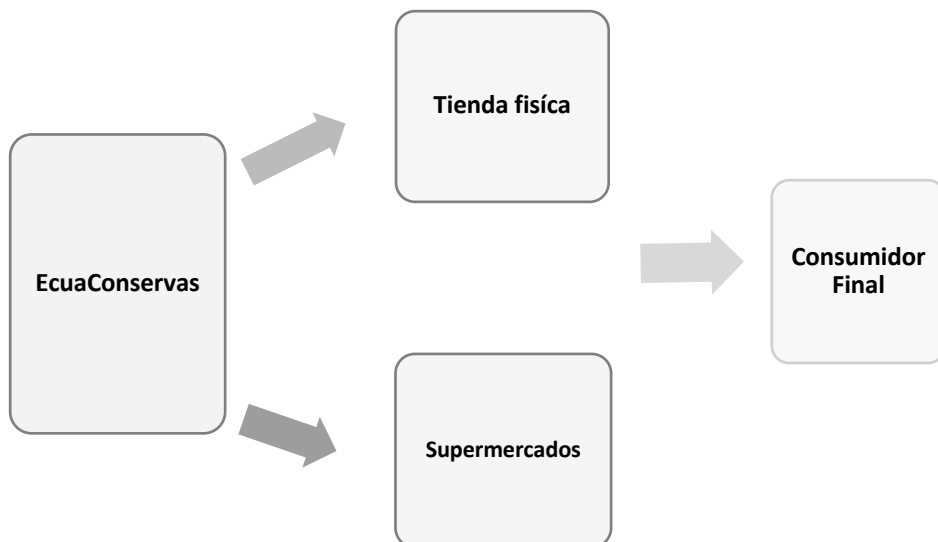
Fuente: Gestión de investigación**Elaborado por:** El autor

1.10 Canales de distribución

Para EcuConservas los canales de distribución son muy importantes ya que ayudan ampliar el mercado y a expandir el número de clientes. Entre los medios de distribución a utilizar en la empresa, está la tienda física que estará ubicada en la parroquia de la Mariscal Sucre y supermercados que se encuentren en la zona de la parroquia. (López, 2019)

Figura 21

Canales de distribución



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.11 Seguimiento de clientes

Después de que una persona realice la compra de nuestro producto, se volverá nuestro cliente. EcuConservas realizara un seguimiento al cliente, realizando una encuesta de satisfacción del producto y como fue la atención al adquirir “Garba” hummus de garbanzo. (Krastz, 2021)

Esta estrategia permitirá a la empresa conocer más de sus clientes al momento de adquirir el producto, además ayudara identificar falencias y corregirlas, teniendo en cuenta la mejora continua de su producto ya que para EcuConservas la calidad es muy importante para la satisfacción de sus clientes.

1.12 Mercados alternativos

El mercado alternativo para EcuConservas, será expandir el portafolio de productos de orgánicos en la ciudad de Quito, ya que en el mercado de conservas orgánicas hay vacíos que se pueden llevar con productos innovadores que ayuden al consumidor a mejorar su estilo de alimentación, con productos que estén enfocados a mejorar la salud. Siendo estos productos de excelente calidad, ricos en vitaminas y minerales.

A continuación, se presentarán los productos que se tendrá en cuenta para el mercado alternativo.

Hummus de chochos

Queso crema al ajo

Champiñones en conservas

Chimichurri, etc.

CAPÍTULO II

2 Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

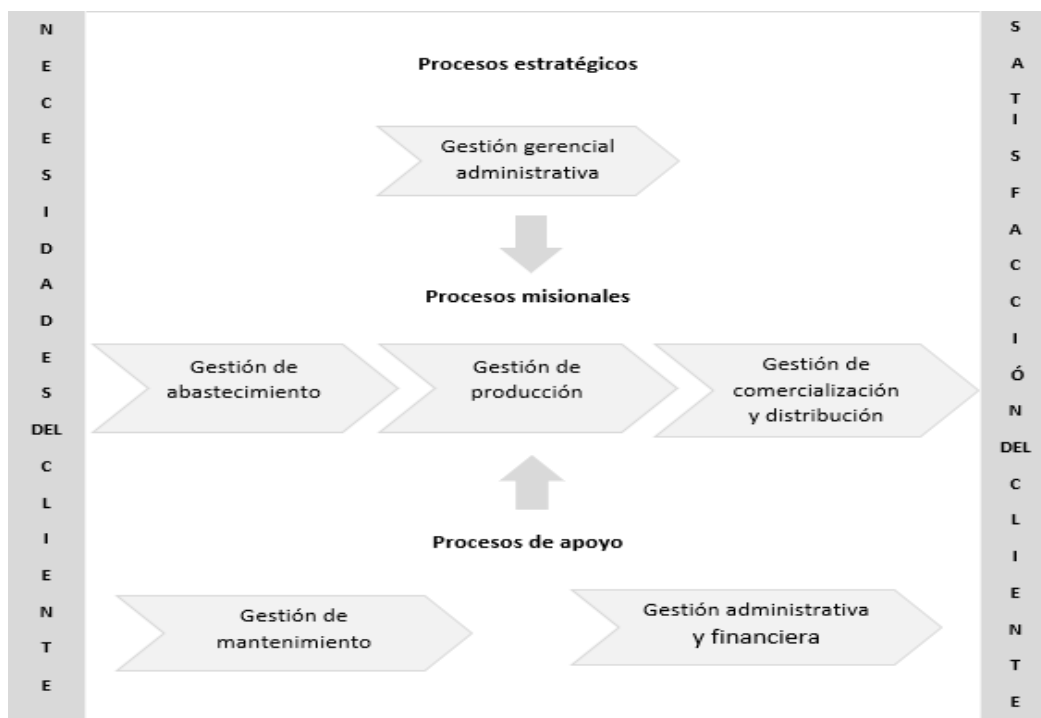
El objetivo del presente capítulo es identificar la capacidad de producción y conocer los recursos y equipamiento que necesita la empresa para la elaboración de hummus de garbanzo, con la finalidad de cubrir la demanda insatisfecha en el mercado.

2.2 Descripción del proceso

Se determinará una serie de pasos con su respectivo mapa de procesos que ayudaran a la empresa en la elaboración del hummus de garbanzo, teniendo en cuenta que cada paso tendrá su descripción y su tiempo en la producción del producto.

Figura 22

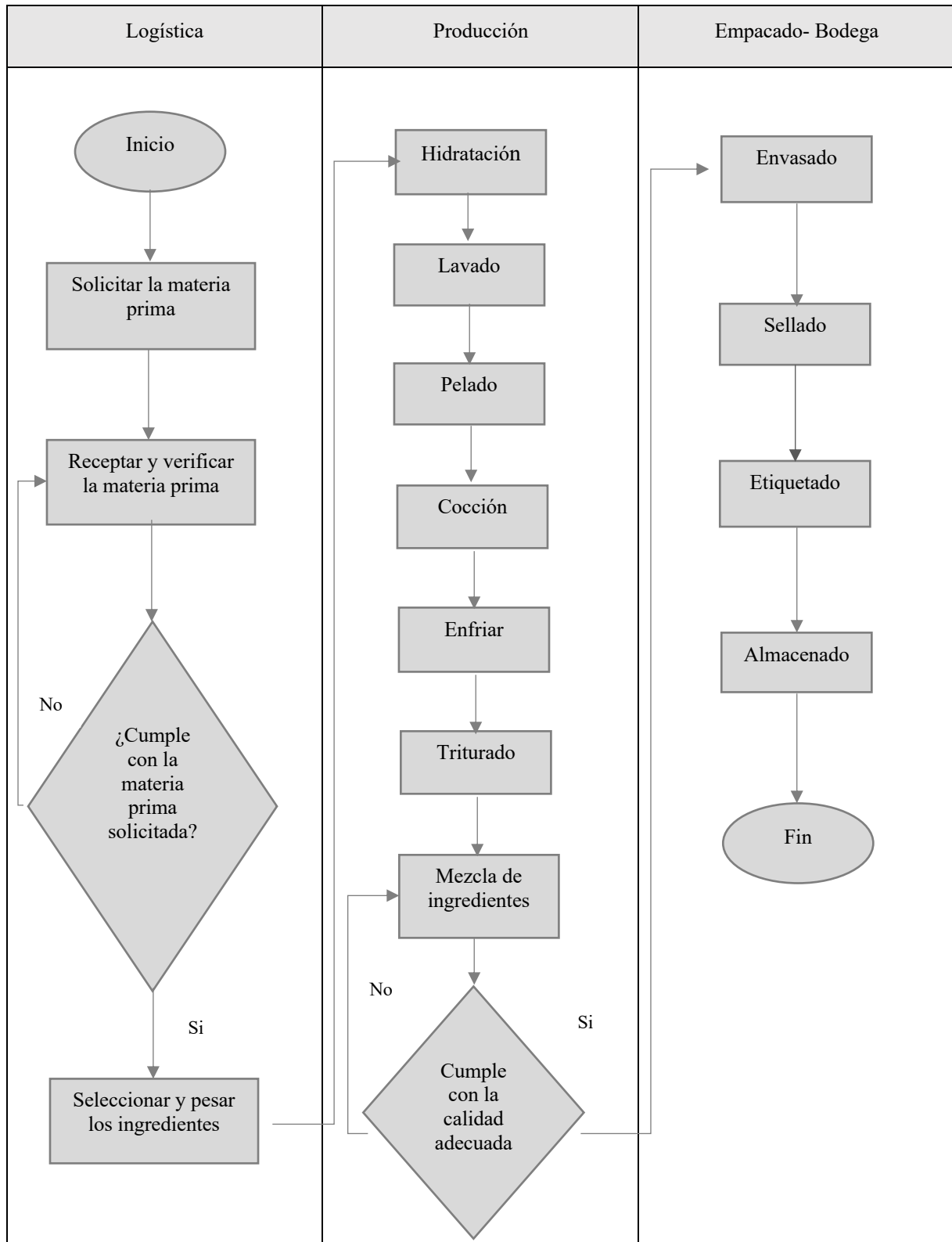
Mapa de procesos



Fuente: Investigación propia

Elaborado pro: El autor

Figura 23 Flujoograma de procesos



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Descripción del proceso de producción

En el proceso de producción se identifica claramente las actividades para la elaboración de humus de garbanzo “Garba”, se dispone visualizar en la siguiente tabla su respectivo proceso.

Figura: 24

Descripción del proceso

No.	Actividad	Descripción2	Insumos y/o Bienes a utilizar
1	Hidratación	Para esta etapa se hidrata el garbanzo por 12 horas con abundante agua.	Recipiente de acero inoxidable
2	Lavado	Pasadas las horas de hidratación, se procede a lavar el garbanzo tres veces.	Colador de acero inoxidable
3	Pelado	Una vez lavado y secado se pela el garbanzo.	Recipiente de acero inoxidable
4	Cocción	Se cocina el garbanzo por 2 horas	Cocina industrial
5	Enfriamiento	Se procede a enfriar el garbanzo al ambiente.	Bandeja de acero inoxidable
6	Triturado	Una vez frio el garbanzo procese a triturar.	Licadora industrial
7	Mescla de ingredientes	En esta etapa se procede a mezclar los ingredientes.	Recipiente de acero inoxidable
8	Envasado y etiquetado	Una vez mezclados los ingredientes se procede a envasar y etiquetar.	Envasadora al vacío
9	Almacenamiento	Se almacena a temperatura de refrigeración.	Refrigerador 2.8 grados

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Producción de hummus de garbanzo

Para la producción hummus de garbanzo (1 frasco de 300 gr) se requiere de 200 gr de garbanzo, un diente de ajo, 0.42 gr de sal fina, 0.50 gr de comino molido, 0.62 gr de tiamina, jugo de medio limón 0.32 ml, 0.75 ml de aceite de oliva, 20 ml de agua.

Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Instalaciones

EcuConservas se localizará en la parroquia de la Mariscal Sucre en la ciudad de Quito, en las calles Diego de Almagro y la Pinta. El área de la empresa es de 110 m², en las cuales se lleva a cabo sus actividades de producción, almacenaje, administración y venta.

Figura 25

Ubicación de la empresa



Fuente: (Google maps, 2022)

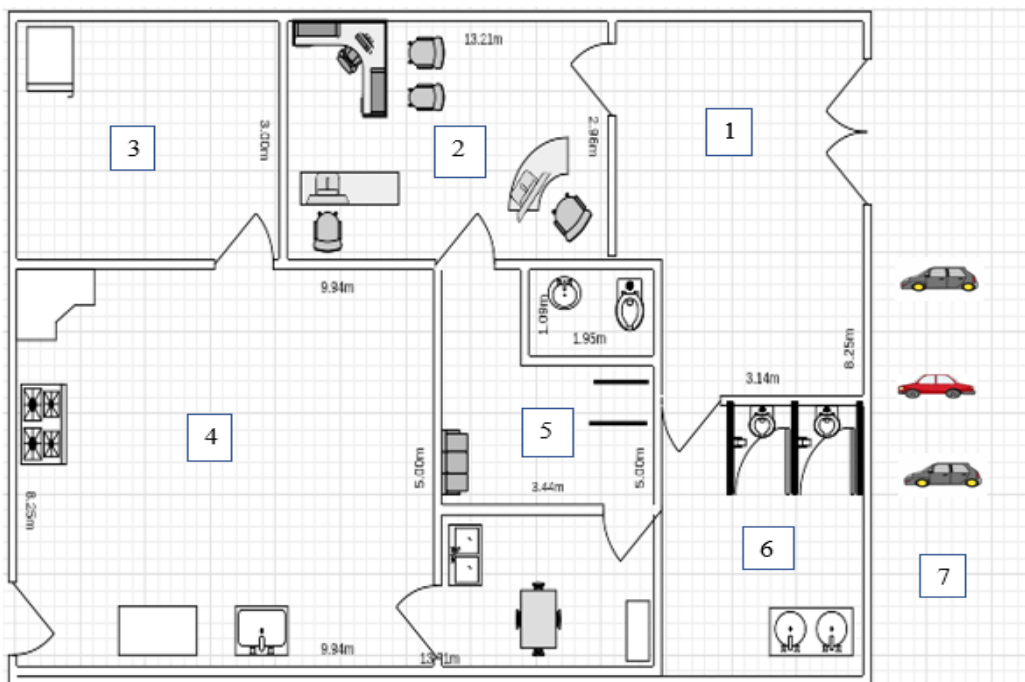
Elaborado por: Google maps

Descripción de instalación

A continuación, se muestra el esquema tentativo de cómo están las áreas para que la empresa “EcuConservas” comience sus actividades comerciales, teniendo en cuenta las distintas áreas señaladas para su uso.

Figura 26

Esquema de la planta



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 25

Dimensión del plano

No	Espacio	Área (m2)
1	Recepción 8	8
2	Administración	22
3	Bodega	20
4	Producción	45
5	Vestidores	10
6	Baño	6
7	Parqueadero	14
Instalación de EcuConservas		110

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tecnología a aplicar

EcuConservas implementara en el segundo año de estar en el mercado maquinarias que ayuden a optimizar los tiempos de producción, y a facilitar los procesos en la empresa, teniendo siempre en cuenta la calidad de sus productos.

Factores que afectan las operaciones

Ritmo de producción

El ritmo de producción permitirá conocer, cuanto tiempo se tarde en la elaboración del producto, además ayudará a optimizar tiempos y verificar el rendimiento de las operaciones de la empresa, para así cubrir la demanda y exigencia de nuestros clientes.

Tabla 26*Ritmo de producción*

Actividad	No de personas	Tiempo promedio	Tiempo normal	Ritmo de trabajo
Recepción de materia prima	1	20 minutos	30 minutos	Diario
Selección y pesado	1	30 minutos	20 minutos	Diario
Hidratación	1	30 minutos	20 minutos	Diario
Lavado y pelado	1	30 minutos	60 minutos	Diario
Cocción	1	60 minutos	120 minutos	Diario
Enfriamiento	1	30 minutos	45 minutos	Diario
Triturado	1	20 minutos	30 minutos	Diario
Mescla	1	15 minutos	20 minutos	Diario
Envasado y etiquetado	1	20 minutos	15 minutos	Diario
Almacenamiento	1	15 minutos	20 minutos	Diario

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El autor

Nivel de inventario promedio

Para EcuConservas un muy importante llevar un control de inventario, ya que permitirá conocer el stock de las materias primas y de sus productos que comercializa, siendo un producto alimenticio sin preservantes, se utilizará el método “PEPS” primero en entrar, primero en salir, este método ayudará a una mejor rotación por lotes del producto, a continuación, se detalla el inventario de la materia prima que se utilizará en la producción

de hummus de garbanzo, teniendo en cuenta 1600 unidades de acuerdo a la capacidad de producción mensual.

Tabla 27

Inventario de materia prima para 1.600 unidades

Concepto	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Garbanzo	320 kg	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Ajo	1 k	\$ 6,60	\$ 79,20
Sal	1,8k	\$ 5,40	\$ 64,80
Comino	0,80 k	\$ 6,25	\$ 75,00
Tiamina	2 k	\$ 30,25	\$ 363,00
Jugo de limón	512 ml	\$ 10,10	\$ 121,20
Aceite de olivo	1,2 lt	\$ 38,55	\$ 462,60
Total costos		\$ 447,15	\$ 5.365,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Número de trabajadores

La empresa iniciara sus actividades con 3 personas, 2 administrativas y 1 operativas, que trabajaran 8 horas diarias según la empresa requiera, estas personas aportaran con sus conocimientos para que la empresa pueda comenzar a realizar sus actividades económicas, adicional se tiene previsto aumentar el numerero de trabajadores según el crecimiento de la demanda.

Tabla 28

Trabajadores

No personas	Actividad
1	Gerente administrador
1	Operario de producción
1	Persona de Marketing y ventas
Total 3	

Fuente: investigación propia

Elaborado por: El autor

2.3 Capacidad de Producción

La capacidad de producción es la capacidad máxima que la empresa EcuConservas tendrá en la elaboración de su producto, se hará una estimación de la capacidad de producción, teniendo en cuenta que puede variar en su incremento de producción.

Figura 27

Capacidad estimada de producción

10 Unidades por hora	
<u>8</u> Horas	
80 Unidades diarias	
1 Por 1 personas	80 Unidades diarias
	<u>5</u> Por días
	400 Semanales
	<u>4</u> Por 4 semanas
	1.600 Unidades mensuales
	<u>12</u> Por 12 meses
	19.200 Unidades al año

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Capacidad de Producción Futura.

La capacidad de producción a futuro se calcula con la capacidad de producción de la empresa, por la tasa de crecimiento del sector alimenticio, según la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad de Quito del 4%, teniendo en cuenta la proyección de 5 años.

Tabla 29

Proyección de *capacidad de producción*

Años	Tasa del sector alimenticio	Proyección anual
2023	4%	19200
2024	4%	19968
2025	4%	20767
2026	4%	21597
2027	4%	22461

Fuente: (Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad, 2022)

Elaborado por: El autor

2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

Se detalla los equipos para la elaboración de humus de garbanzo con su correspondiente costo, y para que se utiliza cada uno de estos equipos.

Tabla 30*Descripción de Equipos*

DESCRIPCIÓN	EQUIPOS	CARACTERÍSTICAS DEL EQUIPO	COSTO (USD)
Refrigerador		Refrigerador 2 puertas de vidrio 1335 litros	\$400.00
Balanza		Capacidad de peso 300 a 500 kg	\$60.00
Mesa de acero inoxidable		Mesa de 1.30 x50 de acero inoxidable	\$120.00
Recipiente de acero inoxidable		Recipiente de acero inoxidable de 10 litros para hidratar el garbanzo.	\$60.00

<p>Colador de acero inoxidable</p>		<p>Colador de acero inoxidable 60 centímetros para lavar el garbanzo</p>	<p>\$35.00</p>
<p>Cocina industrial</p>		<p>Cocina industrial de 3 quemadores</p>	<p>\$300.00</p>
<p>Bandeja de acero inoxidable</p>		<p>Bandeja de acero inoxidable de 1 x50 meto</p>	<p>\$35.00</p>
<p>Licadora industrial</p>		<p>Licadora industrial de 5 litros Para la tritución y mezcla del producto.</p>	<p>\$250.00</p>
<p>Olla de acero inoxidable</p>		<p>Olla de 50 litros de acero inoxidable</p>	<p>\$40.00</p>

Máquina de envasado		Máquina de envasado al vacío 220 VT.	\$1500.00
---------------------	---	--------------------------------------	-----------

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

2.5 Calidad

Método de Control de Calidad.

Para EcuConservas la calidad es muy importante ya que garantiza la correcta fabricación del producto que se quiere lanzar al mercado, se utilizarán para el control de calidad un Check-list, mismos que estarán en el área de almacenaje y área de producción, permiten que se cumplan los procesos y estándares de calidad. (Silva L. , 2022)

Figura 28

Check-list

Lista de chequeo en la producción y distribución del producto				
Orden de producción:			Lote:	
Responsable:			Fecha:	
LISTA DE EVALUACIÓN				
Detalle	Cumplimiento		Área	Observación
	Si	No		
Personal capacitado	X		Producción	S/N
Materia prima en buen estado	X		Compras	S/N
Producción a tiempo	X		Producción	S/N
Maquinaria en buen estado		X	Producción	Fallo en la estufa de cocina industrial
Productos empacados y almacenados en buenas condiciones	X		Producción	S/N
Residuos desechados a tiempo	X		Compras	S/N
Firma Evaluador		Firma Responsable		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

2.3 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

Seguridad e higiene ocupacional

La seguridad ocupación es muy importante para EcuConservas, ya que ayudara a prevenir futuros accidentes, en las actividades de sus colaboradores, las instalaciones estarán debidamente señaladas para su correcta visibilidad de los colaboradores, así prevenir riesgos a futuro. (Gonzalez, 2022)

Reglas de seguridad e higiene:

- Obligatoriedad de los elementos de Protección Personal, dependiendo del área de trabajo:
- Área de producción: Guantes, protector de cabello, delantal, alcohol antiséptico.
- No obstaculizar salidas de emergencia, extintores de incendio, botiquín y elementos eléctricos.
- No obstaculizar la visibilidad de señales de seguridad.
- No correr en áreas antideslizantes ni obstaculizar el paso.
- Reportar y cambiar las iluminaciones dañadas.
- Conocer donde se encuentran las salidas de emergencia
- Mantener limpia el área de trabajo
- Lavarse las manos regularmente con agua y con jabón antes y después de realizar sus actividades laborales

EcuaConservas vela por la seguridad ocupacional de sus colaboradores, previniendo accidentes laborales, al ejercer sus actividades de producción.

CAPÍTULO III

3 Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo

Definir el propósito, visión, misión y estructura organizacional de la empresa EcuConservas, mediante una filosofía empresarial administrativa de recursos humanos, y análisis organizacional que permitan cumplir con los objetivos de la empresa.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

Se establecerá un análisis estratégico de la empresa “EcuConservas”, con la finalidad de hacer un estudio interno y externo para conocer toda la información que se debe utilizar en la creación de la empresa.

Visión de la Empresa

Para el 2026 ser reconocida como una marca líder en el mercado de conservas, ofreciendo productos, naturales, orgánicos, valorados por su calidad, sabor y aroma.

Misión de la Empresa

Somos una empresa dedicada la producción y comercialización de conservas, con productos orgánicos de calidad, que garantiza bienestar en la alimentación de nuestros consumidores y satisfagan los gustos y necesidades de cada uno de nuestros clientes.

Objetivos y estrategias

Análisis FODA, comprende la observación de los factores internos (fortalezas y debilidades) y los factores externos (amenazas y oportunidades).

Tabla 31

Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Calidad del producto terminado	Falta de experiencia en el sector alimenticio
Producto con beneficios para la salud	Falta de contactos y vinculaciones
Conocimiento del sector	Se cuenta con un solo producto
Capacidad de producción	No contar con base de datos de proveedores y clientes
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Existencia de competidores	Productos sustitutos en el mercado
Consumo del producto para todas las edades	Cambio de precio en la materia prima
Demanda creciente del producto	Crisis sanitaria, tasa elevada de contagios con enfermedades respiratorias
Aceptación del producto	Aumento del comercio informal

Fuente: (Albert Humphrey, 1965)

Elaborado por: El autor

Matriz EFE

Atraves de esta matriz se elaborarán estrategias para minimizar los riesgos externos de la empresa.

Tabla 32*Matriz EFE*

Factores	Valor	Calificación	Ponderación
Fortalezas			
Calidad del producto terminado	0,15	4	0,6
Producto con beneficios para la salud	0,15	3	0,45
Conocimiento del sector	0,15	3	0,45
Capacidad de producción	0,15	3	0,45
Debilidades			
Falta de experiencia en el sector alimenticio	0,1	2	0,2
Falta de contactos y vinculaciones	0,1	2	0,2
Se cuenta con un solo producto	0,1	1	0,1
No contar con base de datos de proveedores y clientes	0,1	2	0,2
Valor ponderado	1		2,65

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El autor**Matriz EFI**

Esta matriz ayudara a entender la situación interna real de la empresa, además se podrá tomar decisiones que ayuden al crecimiento del mercado.

Tabla 33

Matriz EFI

Factores	Valor	Calificación	Ponderación
Oportunidades			
Existencia de competidores	0,16	4	0,64
Consumo del producto para todas las edades	0,14	3	0,42
aceptación creciente del producto	0,13	2	0,26
Acogida del producto, ya que es un producto natural	0,15	3	0,45
Amenazas			
Productos sustitutos en el mercado	0,16	4	0,64
Cambio de precio en la materia prima	0,12	2	0,24
Crisis sanitaria, tasa elevada de contagios con enfermedades respiratorias	0,14	2	0,28
Valor ponderado	1		2,93

Fuente: Investigación propia

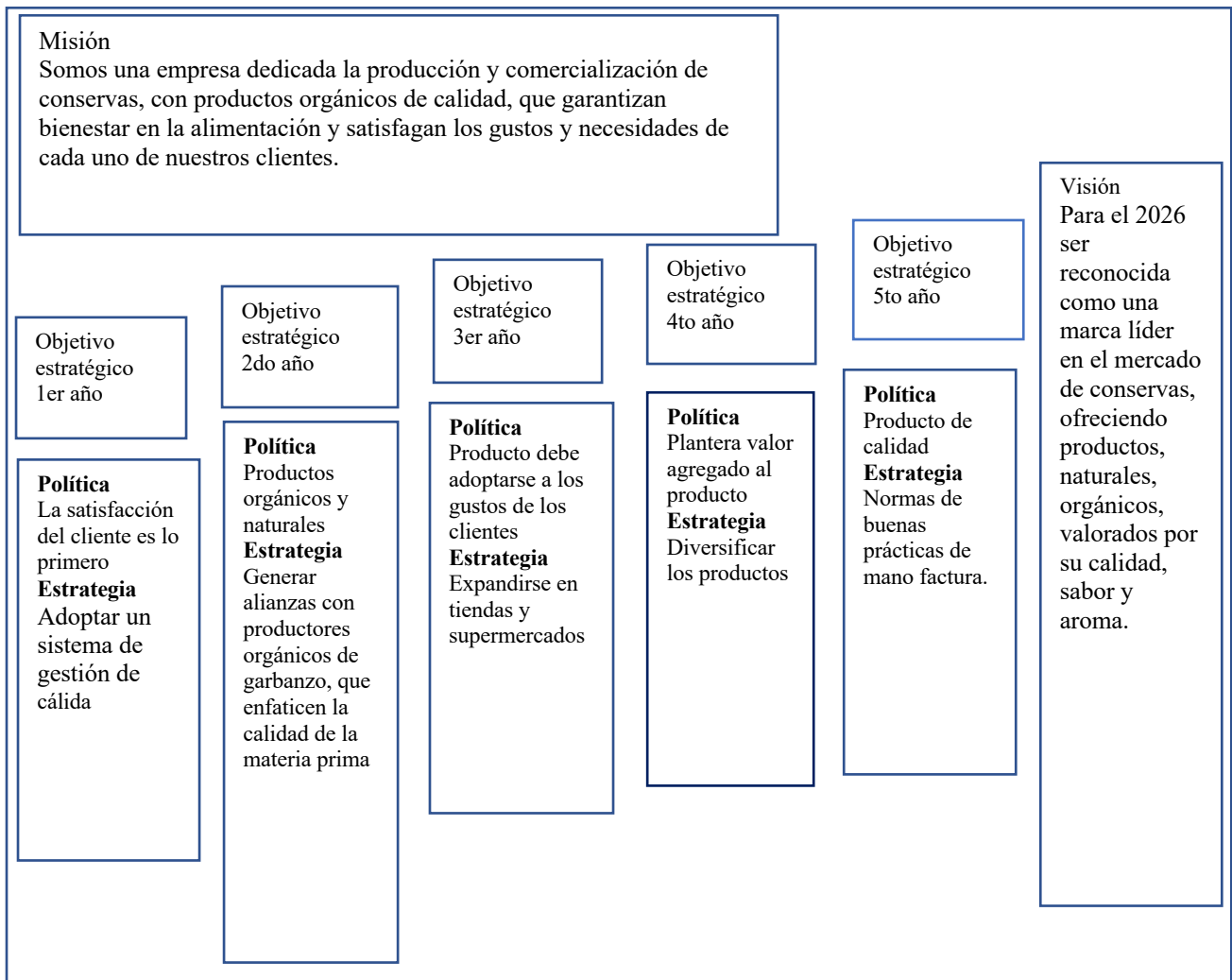
Elaborado por: El autor

Mapa estratégico de EcuConservas

En el gráfico siguiente se presenta la propuesta para el despliegue de objetivos y estrategias para el período de cinco años, encaminadas a alcanzar la visión empresarial:

Figura: 29

Estrategias



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

3.3 Organización Funcional de la Empresa

Organización Interna

EcuConservas tiene su organigrama funcional interno de forma vertical, esto quiere decir que está por orden jerárquico, permitiéndole delimitar y conocer las distintas funciones que tiene cada persona en la empresa.

Tabla 34

Organización estructural

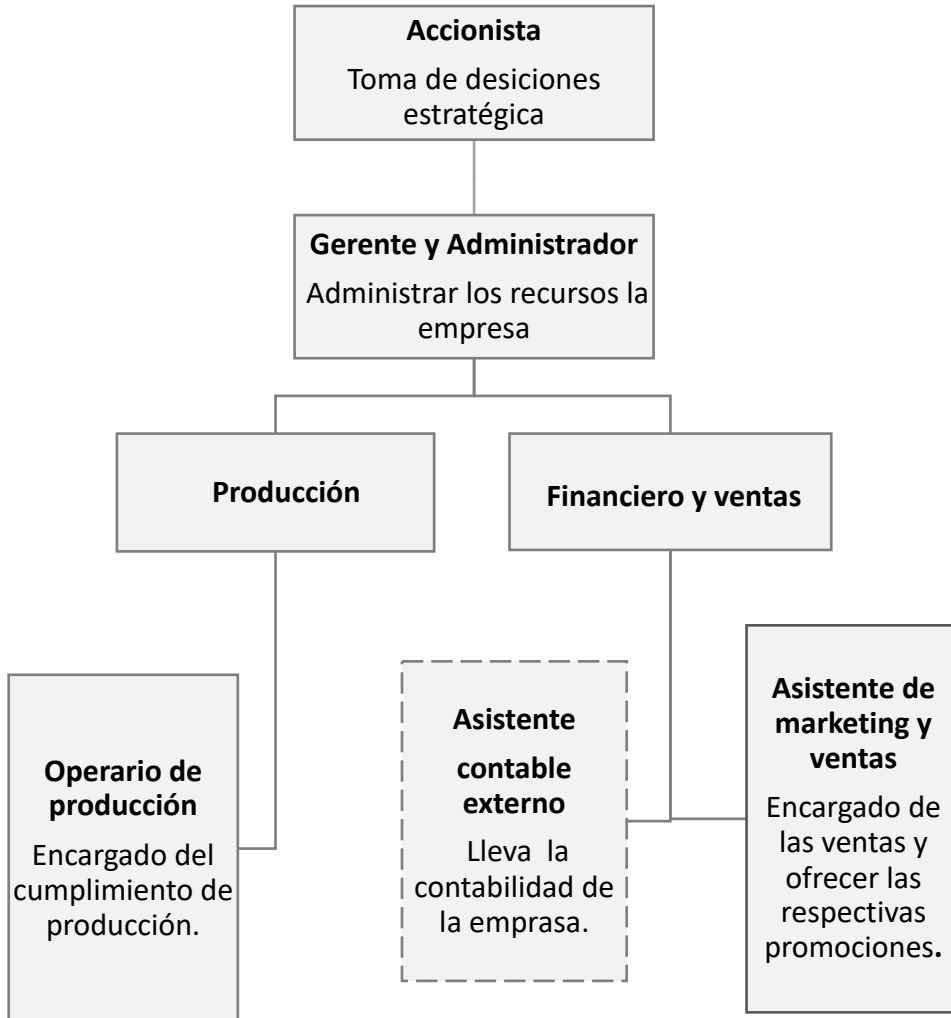


Fuente: Gestión de investiga

Elaborado por: El autor

Organigrama funcional

Tabla 35 Organigrama funcional



Organigrama funcional

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

3.4 Descripción de puestos.

En la descripción del puesto de cada persona se detallará las correspondientes funciones, tomando en cuenta la jerarquía de cada uno de los puestos de la empresa EcuConservas.

Descripción de los cargos

Tabla 36

Descripción de Gerente administrativo

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
<i>Puesto</i>	<i>Gerente general administrativo</i>
<i>Jefe inmediato superior</i>	<i>Accionistas</i>
<i>Supervisa a</i>	<i>Operarios, vendedores</i>
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
<p>Tiene por responsabilidad dirigir y administrar los recursos la empresa, toma de decisiones estratégicas y la supervisión del cumplimiento de los planes y actividades, cumplir con las proyecciones de ventas, para asegurar la eficiencia de las operaciones.</p>	
III FUNCIONES	
<p>Administrar la empresa Evaluar los objetivos con indicadores Realizar alianzas estratégicas con los proveedores Negociar con los representantes de puntos de venta importantes (supermercados) Elaborar la planificación estratégica de la organización para cumplir con los objetivos Aprobar los requerimientos de otras áreas del negocio Aprobar los egresos y firmar los cheques y pagos Desarrollar presupuestos para los distintos departamentos Cumplir con la productividad y la calidad de los productos Hacer seguimiento de las actividades proyectadas Planificar la cuota de venta de los vendedores</p>	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
<i>Título profesional</i>	<i>Ingeniero industrial, ingeniero en alimentos, ingeniero en administración de empresas</i>
<i>Experiencia</i>	<i>Mínimo 2 años en cargos similares</i>

<i>Habilidades</i>	<i>Conocimientos y competencias gerenciales</i> <i>Habilidades de liderazgo</i> <i>Dominio de prácticas y procedimientos administrativos</i> <i>Conocimientos contables y administrativas</i> <i>Competencias en negociación</i> <i>Conocimiento de paquete office</i>
<i>Formación</i>	<i>Título de tercer nivel</i> <i>Conocimiento y manejo administrativo</i>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 37

Descripción del cargo asistente de marketing y ventas

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
<i>Puesto</i>	<i>Asistente de marketing y ventas</i>
<i>Jefe inmediato superior</i>	<i>Gerente administrativo</i>
<i>Supervisa a</i>	<i>N/A</i>
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Realizar las ventas y ofrecer las respectivas promociones, monitoreo en redes sociales, Proyección de ventas y estrategias de ventas.	
III FUNCIONES	
Ofrecer a los clientes el producto y sus presentaciones Brindar una atención de calidad a los clientes Realizar el cobro de los productos y su registro en caja Resolver las dudas de los clientes Gestionar las promociones y ventas Cumplir con la cuota de venta	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
<i>Título profesional</i>	<i>Marketing o carreras comerciales</i>
<i>Experiencia</i>	<i>Mínima de 1 año en ventas</i>
<i>Habilidades</i>	<i>Capacidad para comunicarse con facilidad</i>

<i>Formación</i>	<i>Habilidades y manejo de técnicas de Negociación y ventas Titulo de tercer nivel, habilidades en ventas</i>
------------------	---

Fuente: Gestión de investigación

Elaborado por: El Autor

Tabla 38

Descripción del cargo para operario

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
<i>Puesto</i>	<i>Operario</i>
<i>Jefe inmediato superior</i>	<i>Gerente administrativo</i>
<i>Supervisa a</i>	<i>N/A</i>
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Cumplir con los procesos productivos para la elaboración del producto	
III FUNCIONES	
Recibir la materia prima de los proveedores Control de bodega e inventarios Manejar la maquinaria y equipos a su cargo Cuidar y supervisar el buen uso de los equipos y herramientas a su cargo Conocer las normas de seguridad e higiene de la empresa Cumplir con la producción establecida Reportar novedades o requerimientos	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
<i>Título profesional</i>	<i>Bachiller</i>
<i>Experiencia</i>	<i>Mínimo 1 año en cargos similares</i>
<i>Habilidades</i>	<i>Capacidad de trabajo bajo presión, proactivo, facilidad de comunicación</i>
<i>Formación</i>	<i>Segundo nivel Conocimientos en seguridad y salud ocupacional</i>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

3.5 Control de Gestión

Los indicadores de gestión permitirán a la empresa EcuConservas medir valores cuantitativos del rendimiento de la empresa, Además esta herramienta ayudara a lograr los objetivos propuestos, a continuación, se detalla los indicadores a utilizar por la empresa.

Indicadores de gestión

Tabla 39

Indicadores de gestión

Área de implementación	Nombre del indicador	Fórmula	Meta	Frecuencia
Gerencia Administrativa	Eficiencia presupuestaria	$\frac{\text{Presupuestos ejecutados}}{\text{Presupuestos programados}} * 100\%$	Cumplir al menos el 90% de lo planificado	Mensual
	Mejoramiento de competencia del personal	$\frac{\text{No de cursos realizados}}{\text{No de cursos planificados}} * 100\%$	Contar con el 90% del personal capacitado	Anual
Departamento Financiero	Punto de Equilibrio	Costos fijos/ Margen de contribución	Verificar si la empresa es rentable	Anual
	Periodo de recuperación de la inversión	Monto inicial/ Flujo efectivo por periodo	Contar con un crecimiento del 90% de margen de la inversión	Anual
Departamento de Marketing y Ventas	Eficiencia comercial	$\frac{\text{No de ventas realizadas}}{\text{No de ventas esperadas}} * 100\%$	Obtener el 90% de eficiencia en ventas	Anual
	Rentabilidad clientes	$\frac{\text{Clientes satisfechos}}{\text{Monto promedio de compra}} * 100\%$	Logar al menos el 95% se satisfacción de nuestros clientes	Mensual
Departamento de Producción	Índice de productividad	$\frac{\text{No de unidades producidas}}{\text{Horas hombre}} * 100\%$	Optimizar tiempo de producción en un 80%	Mensual
	Eficiencia de utilización de maquinaria	$\frac{\text{Capacidad utilizada}}{\text{Capacidad disponible}} * 100\%$	Mantenimiento de maquinaria al 100%	Mensual

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Necesidades De Personal

EcuaConservas, para realizar sus actividades está conformada por 3 personas las cuales, cada una iniciara con un contrato indefinido, con tres meses de prueba, con todas las prestaciones que dicta la ley del trabajador, cabe mencionar que la parte contable de la empresa se llevara a cabo con una empresa de servicios profesionales externa, se plantea esta necesidades para poder cumplir con los objetivos y metas propuestas de la empresa, A continuación, se detalla una proyección del crecimiento del personal que se contratara en la empresa a 5 años, de acuerdo al crecimiento de las ventas en el mercado.

Tabla 40

Proyección de cargos

Cargos	2023	2024	2025	2026	2027
Gerente Administrativo	1	1	1	1	1
Marketing y ventas	1	1	2	2	3
Operario	1	1	2	2	3
Total personal	3	3	5	5	7

Fuente: Gestión de Investigación

Elaborado por: El autor

CAPÍTULO IV

4 Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo

Identificar los requerimientos legales y permisos necesarios para la apertura y constitución la empresa EcuConservas ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito.

4.2 Determinación de la forma jurídica

La empresa EcuConservas estará constituida como Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), conformada por un socio y ubicada en la parroquia la Mariscal Sucre, centro norte de Quito.

EcuConservas en el marco legal está constituida de la siguiente manera.

Figura 30

Disposiciones generales

Disposiciones Generales

Art (...) Limitación de responsabilidad. - La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables limitadamente hasta por el monto de sus respectivos aportes. Salvo que, en sede judicial, se hubiere desestimado la personalidad jurídica de la sociedad por acciones simplificada, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en las que incurra la sociedad.

Art (...) Personalidad jurídica. - La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Art (...) Constitución de la sociedad por acciones simplificada. - La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado que se inscribirá en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, momento desde el cual adquiere vida jurídica. El documento constitutivo deberá contener los requisitos mínimos para la constitución de una sociedad por acciones simplificada, expresados en esta Ley para este tipo de compañías. Los Intendentes de Compañías, en sus respectivas jurisdicciones, tendrán la competencia para el registro y control de este tipo de sociedades. De acuerdo con la reglamentación expedida por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, la sociedad por acciones simplificadas también podrá constituirse por vía electrónica.

Art (...) Valor nominal y capital mínimo. - Las acciones de una sociedad por acciones simplificada tendrán el valor nominal de un dólar o múltiplos de un dólar de los Estados Unidos de América. La sociedad por acciones simplificada no tendrá un requerimiento de capital mínimo.

Fuente: Ley orgánica de emprendimiento e innovación 2020

Elaborado por: El autor

Requisitos para constituir una Sociedad por Acciones Simplificadas.

Requisitos

Certificado electrónico del accionista

Reserva de la denominación

Contrato pagado o escritura.

Nombramiento(s).

Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es.

- a. Tipo de solicitante
- b. Nombre completo
- c. Número de identificación
- d. Correo electrónico
- e. Teléfono convencional y/o teléfono celular
- f. Provincia
- g. Ciudad
- h. Dirección
- i. Copia(s) de cedula o pasaporte

Para la creación y funcionamiento de la empresa se necesita realizar lo siguiente según la Ley de Compañías del Ecuador (2017):

- Reserva del nombre de la empresa en la Superintendencia de Compañías.
- Elaboración del contrato social y estatuto empresarial
- Apertura de cuenta de integración de capital.
- Notarización de la reserva del nombre y estatuto empresarial para obtener la escritura pública.
- Aprobación de escritura pública en la SUPERCIAS.
- Publicación de resolución en prensa nacional.
- Obtención de permisos municipales.
- Inscripción en el registro mercantil.
- Realización de junta de accionistas.
- Obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC).
- Inscripción del nombramiento del administrador en el Registro Mercantil.

- Envío de carta de la SUPERCIAS al banco para el acceso a la cuenta de integración.

En Ecuador también puede realizarse la constitución de la empresa vía internet, la cual se lleva a cabo en la página de la SUPERCIAS y se maneja con los siguientes pasos:

- Realización de solicitud de constitución
- Pago por servicios notariales y registrales
- Generación de escrituras y nombramientos
- Inscripción en el Registro Mercantil de la escritura de constitución y nombramientos
- Generación del RUC
- Registro de fin de trámite y documentos.

Patentes y marcas

Además, para el registro de la marca en el SENADI (Servicio Nacional de Derechos intelectuales) se necesita:

- Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- Ingresar los datos solicitados por el SENADI para apertura un casillero virtual en su sitio web.
- Realización de la solicitud en línea de la búsqueda fonética
- Generar el comprobante y cancelar USD 16,00 en una entidad bancaria
- Escaneo y envío de comprobantes de pago escaneados.
- Recepción de informe de búsqueda fonética
- Una vez que la búsqueda muestre que no existe coincidencia o registros similares se solicita el registro de signos distintivos.
- Se ingresan los datos vía web
- Se genera el comprobante de pago y se cancela un valor de USD 208,00

4.3 Registros de marcas

Para EcuConservas es de gran importancia el registro de la marca, ya que se evitará que los productos y a marca puedan ser plagiadas en el mercado.

La SENADI es la entidad encargada de garantizar la adquisición de ejercicio de los derechos de propiedad intelectual de conformidad con el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos. (SENADI, 2022)

Figura: 31

Proceso de registro de la marca

Proceso de registro de marca

1. Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
2. Seleccionar PROGRAMA/SERVICIOS
3. Ingresar opción CASILLERO VIRTUAL
4. Llenar los datos que solicita el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural poner los datos con número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica colocar los datos con el RUC de la empresa)
5. Una vez que haya dado este procedimiento, llega al correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
6. Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, e ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
7. Ingresar el usuario y contraseña
8. Ingresar a la opción PAGOS
9. Opción TRAMITES EN LINEA
10. Opción GENERAR COMPROBANTE
11. Se despliega una plantilla para llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingresar el código 1.1.10.)
12. Ingresar los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
13. Imprimir el comprobante
14. Realizar pago en línea de la búsqueda fonética (Manual de uso) por un valor de \$ 16,00.
15. Imprimir y escanear los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
16. Enviar vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que se desea verificar.
17. Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

Fuente: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>

Elaborado por: El autor

Figura: 32

Registro de la marca

Registro de marca

18. Una vez verificado en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.
 19. Ingresar a solicitudes en línea con su usuario y contraseña
 20. Opción REGISTRO
 21. Del listado escoger la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS
 22. Y proceder a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca.
 23. Después de haber ingresado los datos
 24. Botón GUARDAR
 25. Botón VISTA PREVIA
 26. Botón GENERAR COMPROBANTE DE PAGO, que tiene un costo de \$208,00
 27. Cancelar al Banco del Pacífico
 28. Icono INICIO DE PROCESO.
-

Fuente: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>

Elaborado por: El autor

Requisitos para la obtención de la patente municipal

La patente municipal es un certificado obligatorio que permite a las empresas ejercer su actividad económica y definir los derechos exclusivos de la marca.

Los requisitos necesarios para obtener la patente son:

- Copia del RUC
- Copias de los documentos de Constitución (Escritura, Estatutos, Acuerdo Ministerial)
- Copia del Nombramiento del Representante Legal
- Copia de Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal
- Formulario de inscripción en el RAET (Registro de Actividades Económicas para la Gestión Tributaria)
- Formulario del Acuerdo para uso de Medios Electrónicos El proceso para la obtención de la patente municipal se realiza en línea desde la página oficial de Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (MDMQ).
- Ingresar a la página MDMQ pam.quito.gob.ec
- Servicios en línea
- LUAE en línea
- Ingresar usuario y contraseña
- Llenar todos los campos con los datos correspondiente
- Generar el comprobante de pago (1.5 x mil)
- Realizar el pago y posterior a eso se habilita la impresión de

Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE) Además, se requiere la obtención del permiso del cuerpo de bomberos. Al respecto, el Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito (GADDMQ) verifica las condiciones de seguridad humana y equipos contra incendio previo al otorgamiento del permiso de funcionamiento, para eso se requiere:

- Ingresar a www.gob.ec
- Tramites en línea
- Descargar y llenar el formulario de solicitud de inspección
- Registrar, crear usuario y contraseña
- Ingresar en formato digital documentos solicitados
- Recibir respuesta del trámite mediante un correo electrónico

Una vez realizado la solicitud de inspección al cuerpo de bomberos, en el lapso de 3 días hábiles dicha entidad delega a un funcionario para la inspección y emisión de permiso de bomberos.

Registro sanitario

Para que la empresa inicie sus actividades de elaboración de humus de garbanzo, según la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) al ser un producto alimenticio requiere del Registro Sanitario para alimentos procesados donde se especifica las características como: el proceso, vida útil, formas de conservación.

El procedimiento para la obtención del registro sanitario se lo realiza mediante la página www.controlsanitario.gob.ec y seguir los siguientes pasos:

- Ingresar a la página www.controlsanitario.gob.ec
- Servicios en línea
- Recepción de documentos
- Seleccionar el tipo de trámite (Registro Sanitario)
- Subir documentos solicitados (RUC, LUAE, C.C. REPRESENTANTE LEGAL Y NOMBRE DEL PRODCUTO CON SUS CARACTERISTICAS)

CAPÍTULO V

5 Evaluación financiera

5.1 Objetivos del capítulo

Desarrollar el análisis financiero del plan de negocios, que permita conocer los costos, gastos y ventas del proyecto, y ayuden a determinar la rentabilidad de la empresa EcuConservas.

5.2 Plan de inversiones

En el plan de inversión se considera los rubros iniciales necesarios para la creación de la empresa “EcuConservas” encargada de la producción y comercialización de hummus de garbanzo, se visualizará la descripción de instalaciones, equipos, herramientas y cálculos de la producción para su apertura.

Tabla 41

Plan de inversión

PLAN DE INVERSIÓN				
Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total	Totales USD
	Local			\$ 1.500,00
1	Instalaciones y remodelaciones	\$ 800,00	\$ 800,00	
1	Arriendo local	\$ 700,00	\$ 700,00	
	Muebles y enseres			\$ 750,00
2	Escritorio para oficina	\$ 110,00	\$ 220,00	
2	Silla ergonómica	\$ 75,00	\$ 150,00	
2	Archivadores	\$ 50,00	\$ 100,00	
4	Sillas de espera	\$ 40,00	\$ 160,00	
2	Extintores	\$ 60,00	\$ 120,00	
	Maquinaria y equipo			\$ 3.250,00
1	Refrigerador	\$ 400,00	\$ 400,00	
1	Licuada industrial	\$ 250,00	\$ 250,00	
3	Estanterías	\$ 100,00	\$ 300,00	
1	Maquina envasadora al vacío	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
2	Mesa de acero inoxidable	\$ 120,00	\$ 240,00	

1	Balanza de mesa	\$ 60,00	\$ 60,00	
1	Cocina industrial	\$ 300,00	\$ 300,00	
1	Purificador de agua	\$ 100,00	\$ 100,00	
2	Ollas de 50 litros	\$ 50,00	\$ 100,00	
	Herramientas			\$ 250,00
1	Bandeja de acero inoxidable	\$ 60,00	\$ 60,00	
1	Kits de utensilios de cocina	\$ 50,00	\$ 50,00	
2	Basureros	\$ 30,00	\$ 60,00	
1	Colador industrial	\$ 30,00	\$ 30,00	
1	Recipiente de acero inoxidable	\$ 50,00	\$ 50,00	
	Equipos de oficina			\$ 312,00
1	Teléfono inalámbrico	\$ 60,00	\$ 60,00	
1	Teléfono celular	\$ 120,00	\$ 120,00	
1	Dispensador de agua	\$ 22,00	\$ 22,00	
1	Cámara de seguridad	\$ 60,00	\$ 60,00	
1	Sumadora eléctrica	\$ 50,00	\$ 50,00	
	Equipos de computación			\$ 1.885,00
2	Computador portátil	\$ 800,00	\$ 1.600,00	
1	Impresora	\$ 250,00	\$ 250,00	
1	Regulador de voltaje	\$ 35,00	\$ 35,00	
	Gastos de constitución de la empresa			\$ 2.291,22
1	Constitución jurídica S.A.S	\$ -	\$ -	
1	RUC	\$ -	\$ -	
1	Firma electrónica	\$ 54,88	\$ 54,88	
1	LUAE	\$ -	\$ -	
1	Patente municipal	\$ 196,00	\$ 196,00	
1	ARCSA permiso de funcionamiento	\$ 340,34	\$ 340,34	
1	Permiso del cuerpo de bomberos	\$ 200,00	\$ 200,00	
1	Registro sanitario	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
1	Capital de trabajo			\$ 14.690,25
1	Capital de trabajo	\$ 14.719,92		
	TOTAL PLAN DE INVERCION			\$ 24.779,47

Fuente: Investigación propia

Elaborado pro: El autor

Capital de trabajo

Se mostrará el capital de trabajo de la empresa EcuConservas, con la finalidad que se encuentre detallado los recursos económicos que se utilizará, adicional se contara con una proyección de 3 tres meses para su apertura.

Tabla 42

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
Descripción	Valor mensual	Valor trimestral	Totales USD
COSTOS DIRECTOS			\$ 3.136,73
Materia prima directa	\$ 447,15	\$ 1.341,45	
Mano de obra directa	\$ 598,43	\$ 1.795,28	
COSTOS INDIRECTOS			\$ 3.047,70
Materia prima indirecta	\$ 480,00	\$ 1.440,00	
Servicios básicos	\$ 129,20	\$ 389,70	
Arriendo producción	\$ 350,00	\$ 1.050,00	
Materiales de protección	\$ 28,00	\$ 84,00	
Materiales de limpieza	\$ 28,00	\$ 84,00	
TOTAL			\$ 6.184,43
	GASTOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 7.065,83
Suministro de oficina	\$ 40,00	\$ 120,00	
Sueldos y salarios	\$ 1.795,28	\$ 4.259,44	
Gastos servicios básicos oficina	\$ 80,00	\$ 420,00	
Internet	\$ 40,00	\$ 120,00	
Gastos arriendo	\$ 350,00	\$ 1.050,00	
Pago de servicio profesional	\$ 50,00	\$ 150,00	
GASTOS DE VENTA			\$ 1.560,00
Publicidad	\$ 400,00	\$ 1.200,00	
Comisión	\$ 120,00	\$ 360,00	
TOTAL GASTOS			\$ 8.625,83
TOTAL COSTOS+GASTOS			\$ 14.810,25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: el autor

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

A continuación, se detalla los cálculos de los costos y gastos con sus respectivas protecciones que tendrá la empresa EcuConservas, adicional se mostrará los rublos financieros de venta.

Mano de Obra

Este cálculo permitirá conocer los valores que se incurrirá en la mano de obra del producto.

Tabla 43

Mano de obra

Personal	Salarios	Otros ingresos	Aporte personal 9,45%	Imp. Renta	Total descuentos	Valor a pagar
Operario	\$450,00	\$0,00	\$ 42,53	\$0,00	\$ 42,53	\$ 407,48
Marketing y ventas	\$450,00	\$120,00	\$ 42,53	\$0,00	\$ 42,53	\$ 407,48
Gerente administrativo	\$900,00	\$0,00	\$ 85,05	\$0,00	\$ 85,05	\$ 814,95
Totales	Total	\$120,00	\$ 170,10	\$0,00	\$ 170,10	\$ 1.6229,90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 44

Provisiones

Personal	Provisiones				Total provisiones	Costo mano de obra
	Decimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Vacaciones	Aporte patronal 12,15%		
Operario	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 18,75	\$ 54,68	\$ 148,43	\$ 593,43
Marketing y ventas	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 18,75	\$ 54,68	\$ 148,43	\$ 593,43
Gerente administrativo	\$ 75,00	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 109,35	\$ 296,85	\$ 1.196,85
Total mensual nomina	Total	\$ 112,50	\$ 75,42	\$ 219,92	\$ 598,63	\$ 2.933,53

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Depreciación

La depreciación permitirá conocer el desgaste de los activos que cuenta la empresa.

Tabla 45

Depreciación

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y enseres	10 años	\$ 750,00	10%	\$ 75,00
Maquinaria y equipos	10 años	\$ 3.250,00	10%	\$ 325,00
Herramientas - Utensilios	10 años	\$ 250,00	10%	\$ 25,00
Equipos de oficina	10 años	\$ 312,00	10%	\$ 31,20
Equipos de computación	3 años	\$ 1.885,00	33%	\$ 628,27
TOTAL		\$ 6.447,00		\$ 1.084,47

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Proyección de la depreciación

La proyección de la depreciación, permitirá conocer los valores de la vida útil de del bien que cuenta la empresa.

Tabla 46

Proyección de depreciación

Detalle del bien	Proyección Año 1	Proyección Año 2	Proyección Año 3	Proyección Año 4	Proyección Año 5
Muebles y enseres	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 64,00	\$ 64,00	\$ 64,00
Maquinaria y equipos	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00
Herramientas - Utensilios	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Equipos de oficina	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 43,20	\$ 43,20	\$ 43,20
Equipos de computación	\$ 628,27	\$ 628,27	\$ 628,27	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 1.084,47	\$ 1.084,47	\$ 1.119,47	\$ 491,20	\$ 491,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Detalle de Costos

Los detalles de costos permitirán conocer saber los valores que implica la producción y comercialización de hummus.

Tabla 47 *Detalles de costos*

Costos de producción					
Descripción de producto	Unidad de medida	Cantidad mensual	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Materia prima directa					
Garbanzo	Kg	320	\$ 0,22	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Ajo	Kilos	2	\$ 0,00	\$ 6,60	\$ 79,20
Sal	Kilos	1,8	\$ 0,00	\$ 5,40	\$ 64,80
Comino	Kilos	0,8	\$ 0,00	\$ 6,25	\$ 75,00
Tiamina	Kilos	1	\$ 0,02	\$ 30,25	\$ 363,00
Jugo de limón	Mililitros	512	\$ 0,01	\$ 10,10	\$ 121,20
Aceite de olivo	Litros	1,2	\$ 0,02	\$ 38,55	\$ 462,60
Total			\$ 0,28	\$ 447,15	\$ 5.365,80
Materia prima indirecta					
Envase de 120 g	Frasco	1600	\$ 0,25	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Etiquetas	Unidades	1600	\$ 0,05	\$ 80,00	\$ 960,00
Total			\$ 0,30	\$ 480,00	\$ 5.760,00
Mano de obra directa					
Operario de producción	Persona	1	\$ 0,37	\$ 598,43	\$ 7.181,10
Total			\$ 0,37	\$ 598,43	\$ 7.181,10
Servicios básicos					
Luz	KW	1300	\$ 0,09	\$ 117,00	\$ 1.404,00
Agua	M3	30	\$ 0,43	\$ 12,90	\$ 154,80
Total			\$ 0,52	\$ 129,90	\$ 1.558,80
Arriendo					
Arriendo local	M2	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Total			\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Costos indirectos					
Materiales de protección					
Guantes nitrilo	Caja de 50	2	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 84,00
Mascarillas N95	Caja de 50	2	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Overol	Unidad	2	\$ 8,00	\$ 16,00	\$ 192,00
Total			\$ 16,50	\$ 28,00	\$ 336,00
Materiales de limpieza					
Escobas	Unidad	2	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Trapeador	Unidad	2	\$ 2,30	\$ 4,60	\$ 55,20
Guantes de látex	Unidad	4	\$ 1,85	\$ 7,40	\$ 88,80
Desinfectante	Galón	2	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 144,00
Total			\$ 12,15	\$ 28,00	\$ 336,00
Depreciación					
Maquinaria y equipos				\$ 27,08	\$ 325,00
Herramientas - Utensilios				\$ 2,08	\$ 25,00
Total				\$ 29,17	\$ 350,00
Total costos de producción				\$ 2.090,64	\$ 25.087,70

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Proyección de Costos

Para la proyección de costos se consideró la tasa promedio de inflación de los últimos 5 años (0.66%), de acuerdo al Banco Central de Ecuador (2022).

Tabla 48

Promedio de inflación actual

Años	Porcentaje
2018	-0,22%
2019	0,27%
2020	-0,34%
2021	0,14%
2022	3,46%
Total	3,31%
Promedio	0,66%

Fuente: Banco Central del Ecuador (2023)

Elaborado por: El autor

Tabla 49*Proyección de costes*

Proyección de Costos						
Descripción	Valor mensual	Valor Año 1	Valor Año 2	Valor Año 3	Valor Año 4	Valor Año 5
Costos directos						
Materia prima directa	\$ 447,15	\$ 5.365,80	\$ 5.401,32	\$ 5.437,08	\$ 5.473,07	\$ 5.509,30
Mano de obra directa	\$ 598,43	\$ 7.181,10	\$ 7.228,64	\$ 7.276,49	\$ 7.324,66	\$ 7.373,15
Total costos directos	\$ 1.045,58	\$ 12.546,90	\$ 12.629,96	\$ 12.713,57	\$ 12.797,73	\$12.882,46
Costes indirectos						
Materia prima indirecta	\$ 480,00	\$ 5.760,00	\$ 5.798,13	\$ 5.836,51	\$ 5.875,15	\$ 5.914,05
Materiales de limpieza	\$ 28,00	\$ 336,00	\$ 338,22	\$ 340,46	\$ 342,72	\$ 344,99
Arriendo producción	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 4.227,80	\$ 4.255,79	\$ 4.283,97	\$ 4.312,33
Servicios Básicos	\$ 129,90	\$ 1.558,80	\$ 1.569,12	\$ 1.579,51	\$ 1.589,96	\$ 1.600,49
Equipos de protección	\$ 28,00	\$ 336,00	\$ 338,22	\$ 340,46	\$ 342,72	\$ 344,99
Depreciación	\$ 29,17	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
Total costos indirectos	\$ 1.045,07	\$ 12.540,80	\$ 12.621,50	\$ 12.702,74	\$12.784,52	\$12.866,83
Totales costos	\$ 2.090,64	\$ 25.087,70	\$ 25.251,46	\$ 25.416,31	\$ 25.582,25	\$25.749,29

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El autor

Detalle de Gastos

A continuación, se detalla los gastos administrativos de la empresa EcuConservas, para su funcionamiento.

Tabla 50

Detalle de gastos

Detalle de gastos					
Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia mensual de gastos	Valor mensual	Valor anual
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Suministro de oficina	Dólares	\$ 40,00	1,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Sueldos y salarios	Dólares	\$ 1.795,28	1,00	\$ 1.795,28	\$ 21.543,30
Servicios básicas oficina	Dólares	\$ 80,00	1,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Internet		\$ 40,00		\$ 40,00	\$ 480,00
Gastos arriendo	Dólares	\$ 350,00	1,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Pago de servicio profesional	Dólares	\$ 50,00	1,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Total gastos administrativos				\$ 2.315,28	\$ 28.263,30
DEPRECIACIONES					
Muebles y enseres	Dólares		0,00	\$ 6,25	\$ 75,00
Equipos de oficina	Dólares		0,00	\$ 2,60	\$ 31,20
Equipos de computación	Dólares		0,00	\$ 52,36	\$ 628,27
Total depreciaciones				\$ 61,21	\$ 734,47
GASTOS DE VENTA					
Publicidad	Dólares	\$ 400,00	1,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Comisión	Dólares	\$ 120,00	1,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Total gastos de venta				\$ 520,00	\$ 6.240,00
Totales gastos				\$ 2.936,48	\$ 35.237,77

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Proyección Gastos

Se detalla la proyección de gastos a 5 años, tomando en cuenta la tasa de inflación promedio de los últimos 5 años (0.66%) según datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 51

Proyección de gastos

Detalle	Proyección de gastos					
	Valor mensual	Valor año 1	Valor año 2	Valor año 3	Valor año 4	Valor año 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Suministro de oficina	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 483,04	\$ 486,11	\$ 489,19	\$ 492,29
Sueldos y salarios	\$ 1.795,28	\$ 21.543,30	\$ 21.679,88	\$ 21.817,33	\$ 21.955,66	\$ 22.094,86
Servicios básicos oficina	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ 1.449,13	\$ 1.458,32	\$ 1.467,56	\$ 1.476,87
Gastos arriendo	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 4.226,63	\$ 4.253,42	\$ 4.280,39	\$ 4.307,53
Pago de servicio profesional	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 603,80	\$ 607,63	\$ 611,48	\$ 615,36
Depreciaciones	\$ 61,21	\$ 734,47	\$ 739,13	\$ 743,81	\$ 748,53	\$ 748,53
Total gastos administrativos	\$ 2.416,48	\$ 28.997,77	\$ 29.181,62	\$ 29.366,63	\$ 29.552,81	\$ 29.735,43
GASTOS DE VENTA						
Publicidad	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 4.830,43	\$ 4.861,06	\$ 4.891,88	\$ 4.922,89
Comisión	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ 1.449,13	\$ 1.458,32	\$ 1.467,56	\$ 1.476,87
Total gastos de venta	\$ 520,00	\$ 6.240,00	\$ 6.279,56	\$ 6.319,37	\$ 6.359,44	\$ 6.399,76
Totales gastos	\$ 2.936,48	\$ 35.237,77	\$ 35.461,18	\$ 35.686,00	\$ 35.912,25	\$ 36.135,19

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.4 Plan de Financiamiento

El plan de financiamiento permitirá conocer y evaluar con que recursos contará la empresa para cubrir los gastos que se necesita para su funcionamiento.

Forma de financiamiento

La forma de financiamiento del proyecto será 96% con recursos propios y 4% en bienes materiales.

Tabla 52

Plan de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)
Recursos Propios	\$ 25.000,00	
Efectivo	\$ 24.000,00	96%
Bienes	\$ 1.000,00	4%
TOTAL	\$ 25.000,00	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.5 Cálculo de Ingresos

Los cálculos de ingresos permitirán a la empresa conocer los ingresos recibidos en su actividad comercial, se detalla la determinación de precio de venta y el cálculo de ingreso.

Tabla 53

Determinación de precio de venta

Producto	Materia Prima	Mano de Obra	Costos Indirectos de Fabricación	Costo Total mensual	Unidades	Costo Unitario	Margen de utilidad		Precio venta Unitario
							\$	%	
Hummus de garbanzo	\$447,15	\$598,43	\$1045,07	\$2.090,64	1600	\$1,31	\$1.544,29	74%	\$ 5,00
TOTAL				\$ 2.375,99	1600				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 54*Cálculo de ingreso*

Producto	Precio de venta unitario	Cantidad		Ingreso	
		Mensual	Anual	Mensual	Anual
Hummus de garbanzo	\$ 5,00	1600,00	19200,00	\$ 8.000,00	\$96.000,00

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El autor

Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos o ventas está estimada a 5 años, para el cálculo del incremento anual de la cantidad se aplicó la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia La Mariscal Sucre 1.4% según censo poblacional del INEC 2010, mientras que para el incremento del precio unitario se utilizó la tasa de inflación de los últimos 5 años 0.66% desacuerdo a datos del (Banco Central del Ecuador 2022).

Tabla 55*Proyección en ventas*

	Cantidad	Precio Unitario	Total año 1
	19200,0	\$ 5,00	\$ 96.000,00
	Cantidad	Precio Unitario	Total año 2
	19468,80	\$ 5,03	\$ 97.988,42
Hummus de garbanzo	Cantidad	Precio Unitario	Total año 3
	19741,36	\$ 5,07	\$100.018,02
	Cantidad	Precio Unitario	Total año 4
	20017,74	\$ 5,10	\$102.089,66
	Cantidad	Precio Unitario	Total año 5
	20297,99	\$ 5,13	\$104.204,21

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El autor

5.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permitirá evaluar y conocer el número de ventas que cubra los costos y gastos de la empresa en sus operaciones.

Fórmulas para calcular el punto de equilibrio

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

$$PE u = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

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

Donde:

Costos Variables (CV)

Costos Fijos (CF)

Costos Totales (CT)

Ingresos Totales (IT)

Número de unidades vendidas (UV)

Precio de venta unitario (PVU)

Costo Variable Unitario (CVU)

Tabla 56

Datos de punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTOS FIJOS MENSUALES	
Gastos administrativos	\$ 2.296,48
Arriendo	\$ 350,00
Depreciación	\$ 29,17
TOTAL	\$ 2.675,65
COSTOS VARIABLES UNIT	
Materia Prima (Unit)	\$ 0,28
Mano de obra directa	\$ 0,37
Costos indirectos	\$ 0,82
TOTAL	\$ 1,47
Precio de venta unitario	\$ 5,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

$$Q_e = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Prec. Vta. Unit} - \text{Costo Variable Unit}} = \frac{\$ 2.675,65}{\$ 3,53} = 758$$

Qe= cantidad de equilibrio

$$I_e = \text{Cantidad de equilibrio} \times \text{Precio Venta Unit}$$

$$I_e = \$ 3.789,52$$

Ie= ingreso de equilibrio

Tabla 57

Valor de punto de equilibrio

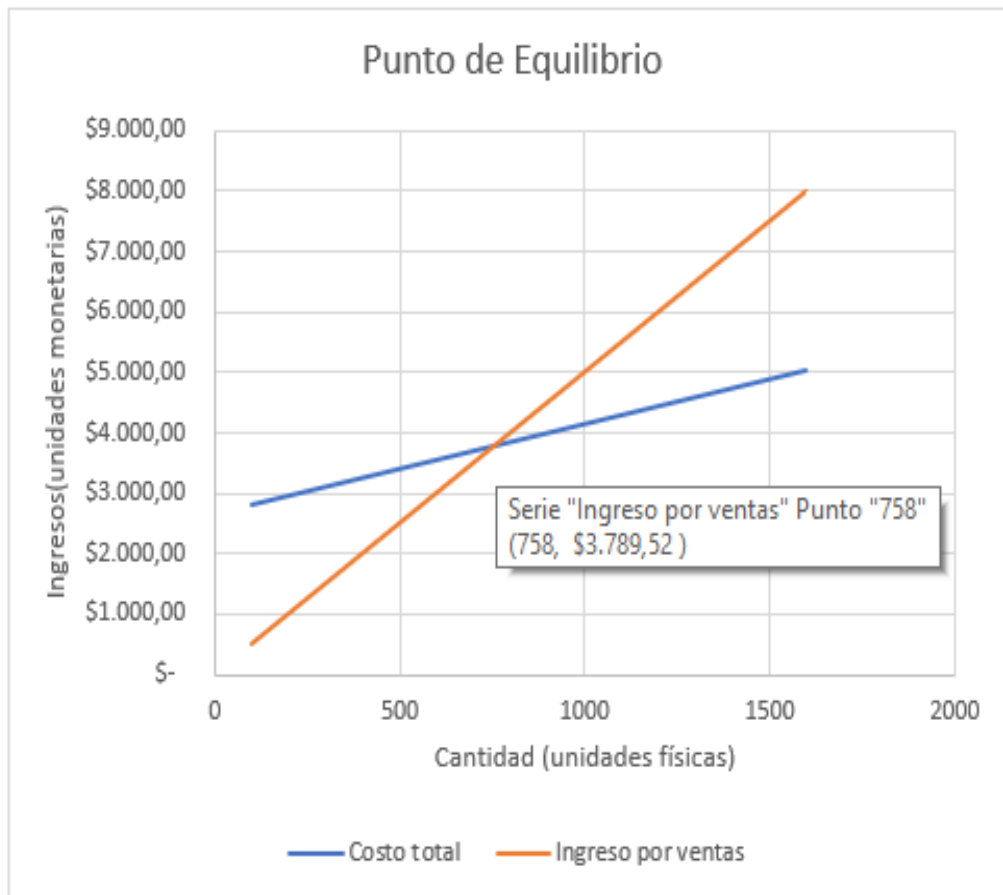
Unidades vendidas	Costo total	Ingreso por ventas	Costos fijos	Costos variables
100	\$ 2.822,61	\$ 500,00	\$ 2.675,65	\$ 146,97
200	\$ 2.969,58	\$ 1.000,00	\$ 2.675,65	\$ 293,93
300	\$ 3.116,55	\$ 1.500,00	\$ 2.675,65	\$ 440,90
400	\$ 3.263,52	\$ 2.000,00	\$ 2.675,65	\$ 587,87
500	\$ 3.410,48	\$ 2.500,00	\$ 2.675,65	\$ 734,84
600	\$ 3.557,45	\$ 3.000,00	\$ 2.675,65	\$ 881,80
700	\$ 3.704,42	\$ 3.500,00	\$ 2.675,65	\$ 1.028,77
758	\$ 3.789,52	\$ 3.789,52	\$ 2.675,65	\$ 1.113,87
800	\$ 3.851,39	\$ 4.000,00	\$ 2.675,65	\$ 1.175,74
900	\$ 3.998,35	\$ 4.500,00	\$ 2.675,65	\$ 1.322,70
1000	\$ 4.145,32	\$ 5.000,00	\$ 2.675,65	\$ 1.469,67
1100	\$ 4.292,29	\$ 5.500,00	\$ 2.675,65	\$ 1.616,64
1200	\$ 4.439,25	\$ 6.000,00	\$ 2.675,65	\$ 1.763,61
1300	\$ 4.586,22	\$ 6.500,00	\$ 2.675,65	\$ 1.910,57
1400	\$ 4.733,19	\$ 7.000,00	\$ 2.675,65	\$ 2.057,54
1500	\$ 4.880,16	\$ 7.500,00	\$ 2.675,65	\$ 2.204,51
1600	\$ 5.027,12	\$ 8.000,00	\$ 2.675,65	\$ 2.351,48
1600	\$ 5.027,12	\$ 8.000,00	\$ 2.675,65	\$ 2.351,48

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Figura: 33

Punto de equilibrio



Fuente: Investigación propia

Elaborado pro: El autor

Como se detalla en la gráfica se necesita vender 758 unidades de hummus de garbanzo mensual, con un valor de \$ 3.789,52 para alcanzar el punto de equilibrio,

5.7 Estado de Resultados Projectado

Permitirá a la empresa conocer de forma detallada el periodo financiero, las pérdidas y ganancias de la actividad económica que se dedica la empresa.

Tabla 58

Flujo de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 96.000,00	\$ 97.988,42	\$100.018,02	\$102.089,66	\$104.204,21
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 25.087,70	\$ 25.251,46	\$ 25.416,31	\$ 25.582,25	\$ 25.749,29
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 70.912,30	\$ 72.736,95	\$ 74.601,71	\$ 76.507,41	\$ 78.454,92
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$ 35.237,77	\$ 35.461,18	\$ 35.686,00	\$ 35.912,25	\$ 34.658,32
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 28.997,77	\$ 29.181,62	\$ 29.366,63	\$ 29.552,81	\$ 29.735,43
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.240,00	\$ 6.279,56	\$ 6.319,37	\$ 6.359,44	\$ 4.922,89
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 35.674,53	\$ 37.275,78	\$ 38.915,71	\$ 40.595,16	\$ 43.796,60
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 5.351,18	\$ 5.591,37	\$ 5.837,36	\$ 6.089,27	\$ 6.569,49
(=) UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN	\$ 30.323,35	\$ 31.684,41	\$ 33.078,35	\$ 34.505,89	\$ 37.227,11
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 7.580,84	\$ 7.921,10	\$ 8.269,59	\$ 8.626,47	\$ 9.306,78
(=) UTILIDAD NETA	\$ 22.742,51	\$ 23.763,31	\$ 24.808,76	\$ 25.879,41	\$ 27.920,33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.8 Flujo de Caja

El flujo de caja permitirá conocer la solvencia o capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones financieras en cada periodo de año.

Tabla 59

Flujo de caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES		\$ 96.000,00	\$ 97.988,42	\$ 100.018,02	\$ 102.089,66	\$104.204,21
Ingresos por venta		\$ 96.000,00	\$ 97.988,42	\$ 100.018,02	\$ 102.089,66	\$104.204,21
EGRESOS OPERACIONALES		\$ 60.325,47	\$ 60.712,64	\$ 61.102,31	\$ 61.494,50	\$ 61.884,48
Materia prima directa		\$ 5.365,80	\$ 5.401,32	\$ 5.437,08	\$ 5.473,07	\$ 5.509,30
Mano de Obra Directa		\$ 7.181,10	\$ 7.228,64	\$ 7.276,49	\$ 7.324,66	\$ 7.373,15
Costos indirectos de fabricación		\$ 12.540,80	\$ 12.621,50	\$ 12.702,74	\$ 12.784,52	\$ 12.866,83
Gastos de Administración		\$ 28.997,77	\$ 29.181,62	\$ 29.366,63	\$ 29.552,81	\$ 29.735,43
Gastos de Ventas		\$ 6.240,00	\$.279,56	\$ 6.319,37	\$ 6.359,44	\$ 6.399,76
FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$ 35.674,53	\$ 37.275,78	\$ 38.915,71	\$ 40.595,16	\$ 42.319,73
INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 24.898,47					
Aporte de capital	\$ 25.000,00					
EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 12.932,02	\$ 13.512,47	\$ 14.106,94	\$ 14.715,75	\$ 15.876,27
Pago de participación de utilidades		\$ 5.351,18	\$ 5.591,37	\$ 5.837,36	\$ 6.089,27	\$ 6.569,49
Pago 25% Impuesto a la Renta		\$ 7.580,84	\$ 7.921,10	\$ 8.269,59	\$ 8.626,47	\$ 9.306,78
FLUJO NO OPERACIONAL(D-E)	\$ 24.898,47	\$ 12.932,02	\$ 13.512,47	\$ 14.106,94	\$ 14.715,75	\$ 15.876,27
FLUJO NETO GENERAL (C-F)	\$ 24.898,47	\$ 22.742,51	\$ 23.763,31	\$ 24.808,76	\$ 25.879,41	\$ 26.443,47
DEPRECIACIONES		\$ 1.084,47	\$ 1.084,47	\$ 1.119,47	\$ 491,20	\$ 491,20
FLUJO NETO DE CAJA (G+H)	\$ 24.898,47	\$ 23.826,98	\$ 24.847,78	\$ 25.928,23	\$ 26.370,61	\$ 26.934,67

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.9 Evaluación financiera

La evaluación financiera permitirá a la empresa EcuConservas conocer la rentabilidad y beneficios a corto y largo plazo, permitiendo la toma de decisiones efectiva de la inversión.

Indicadores

Valor Actual Neto (VAN)

El van permitirá a EcuConservas conocer los periodos de pérdidas y ganancias, saber si es favorable invertir en la empresa.

Cálculo de la Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

$$\text{TMAR} = \text{INFLACIÓN} + \text{RIESGO} + (\text{INFLACIÓN} * \text{RIESGO})$$

$$\text{FÓRMULA TMAR} = I + R + (I * R)$$

$$\text{CÁLCULO } 0,66\% + 8,54\% + (0,66\% * 8,54\%)$$

$$\text{TMAR } 9,26\%$$

Fórmula para el cálculo de la VAN

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Donde:

I_0 = Inversión inicial

F_t = Flujos de efectivo en cada periodo

N = El número de períodos

K = TMAR global

$$VAN = \$73.408,96$$

El valor actual neto es de \$ 73.946,30 es decir que es positivo y conviene realizar la inversión.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno TIR, permitirá conocer la rentabilidad de la inversión de la empresa EcuConservas.

Formula de la TIR

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

El porcentaje de la TIR es de 96%, y el de TMAR es de 9,26, quiere decir que el proyecto se acepta, ya que la TIR es mayor que la TMAR.

Beneficio Costo

Con la ayuda de este indicador se podrá conocer la relación que existe entre los costos y beneficios de la empresa, proyectando el valor por cada dólar de inversión.

$$BC = \frac{IOP}{EOP}$$

Donde

BC= Beneficio costo

IOP= Ingresos operacionales proyectados

EOP= Egresos operacionales proyectados

$$IOP = 385204,191$$

$$EOP = 235821,0511$$

$$BC = \frac{385204,191}{235821,0511}$$

$$BC = 1.63$$

Por cada dólar que se invierte, se genera una ganancia de 0,63 centavos

Período de Recuperación

Con este indicador se conocerá el periodo de recuperación de la inversión para la empresa EcuConservas, se detalla la tabla del periodo de recuperación.

Tabla 60*Periodo de recuperación*

PERIODO DE RECUPERACIÓN	0	1	2	3	4	5
SALDO FINAL DE CAJA	\$24.898,47	\$23.826,98	\$24.847,78	\$25.928,23	\$26.370,61	\$ 26.934,67
SALDO FINAL DE CAJA ACTUALIZADO	\$24.898,47	\$21.807,89	\$20.815,02	\$19.879,56	\$18.505,41	\$ 17.299,55
SALDO FINAL DE CAJA ACUMULADO	\$24.898,47	\$ 3.090,58	\$17.724,44	\$37.604,00	\$56.109,41	\$ 73.408,96

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El autor

La inversión de proyecto será recuperada al 2do año, 1mes y 15 días.

BIBLIOGRAFÍA

- Azcoytia, C. (06 de 05 de 2012). <https://www.historiacocina.com/es/historia-de-los-garbanzos>.
- Balladarez, M. A. (02 de 06 de 2018). https://www.academia.edu/33676007/Determinaci%C3%B3n_de_la_demanda_Potencial_insatisfecha.
- Barroeta, M. R. (26 de 07 de 2020). <https://milagrosruizbarroeta.com/analisis-pestel/>.
- Bello, E. (07 de 02 de 2022). <https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>.
- Competitividad, S. d. (06 de 2022). <https://www.quito.gob.ec/index.php/secretarias/secretaria-de-desarrollo-productivo-y-competitividad>.
- Galan, J. S. (13 de 08 de 2020). <https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html>.
- Garzón, J. M. (09 de 2021). https://www.eeaoc.gob.ar/wp-content/uploads/2021/09/PE.garbanzoalta_2021-99-110.pdf.
- Gonzalez, L. (24 de 08 de 2022). <https://revistaseguridad360.com/destacados/que-es-la-seguridad-ocupacional/>.
- Guijarro, V. M. (21 de 10 de 2020). <https://www.iebschool.com/blog/elaborar-plan-comunicacion-9-pasos-comunicacion-digital/>.
- Hernández, H. (03 de 07 de 2020). <https://www.bonviveur.es/gastroteca/el-hummus-el-plato-oriental-que-ha-conquistado-el-mundo>.
- Hidalgo, A. B. (30 de 06 de 2022). https://redib.org/Record/oai_articulo3357651-manejo-agroecol%C3%B3gico-de-heliothis-en-el-cultivo-de-garbanzo-cicer-arietinum-en-el-limoncito-ecuador.
- INEC. (01 de 2022). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/sistema-estadisticas-laborales-empresariales/>.
- Krastz, E. (25 de 06 de 2021). <https://www.datacrm.com/blog/buen-seguimiento-a-clientes/>.
- López, C. (10 de 10 de 2019). <https://integratecnologia.es/la-innovacion-necesaria/la-importancia-de-los-canales-de-distribucion/>.
- Ludeña, J. A. (12 de 08 de 2021). <https://economipedia.com/definiciones/macroambiente-de-una-empresa.html>.
- Pedrosa, S. J. (9 de 10 de 2015). <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>.
- Quito, M. d. (14 de 10 de 2021). <https://www.quito.gob.ec/index.php/administracion-zonales/administracion-especial-turistica-la-mariscal>.
- Renata, S. (19 de 04 de 2016). <https://www.vogue.mx/belleza/bienestar/articulos/los-beneficios-del-hummus/6039>.
- SENADI. (2022). <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>.
- Silva, D. d. (01 de 09 de 2020). <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategia-marketing-mix/#:~:text=El%20marketing%20mix%20o%20mezcla,espa%C3%B1ol%20producto%2C%20precio%2C%20distribuci%C3%B3n%20y>.
- Silva, L. (23 de 06 de 2022). <https://blog-es.checklistfacil.com/control-de-calidad/>.
- Verónica, G. A. (18 de 03 de 2014). <https://www.abc.es/sociedad/20140318/abci-razonez-comer-hummus-beneficios-201403131243.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>.

