



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
“HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA”
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA PRODUCCIÓN DE TORTILLAS
DE QUINUA EN EL BARRIO TENIENTE HUGO ORTIZ DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA**

*Trabajo de Graduación presentado como requisito para optar por el Título
de Técnico Superior o Tecnólogo en: Administración de Empresas*

AUTOR: Celia Fernanda Guillén Carrillo
TUTOR: Dr. Augusto Calvopiña

Quito, 5 julio de 2019

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del proyecto de grado presentada por la Srta. Celia Fernanda Guillén Carrillo, para optar por el título de Tecnología en Administración de Empresas, una vez revisado el contenido de la propuesta con el tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA PRODUCCIÓN DE TORTILLAS DE QUINUA EN EL BARRIO TENIENTE HUGO ORTIZ DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”**

Doy fe que el trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente:

Dr. Augusto Calvopiña

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El proyecto de grado titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a la producción de tortillas de quinua en el barrio Teniente Hugo Ortiz del Distrito Metropolitano de Quito, ha sido desarrollado en base a una investigación meticulosa, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme se demuestra con las citas que se incorporan en la netgrafía.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de este proyecto de grado

Quito, 5 de julio del 2019

Celia Fernanda Guillén Carrillo

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a Dios, quien me ha llenado de fe y sabiduría, a mi hijo quien es el motor de mi vida, que con paciencia ha sabido entenderme y juntos hemos atravesado circunstancias de lejanía, quizá en este momento no entienda completamente, pero todo el esfuerzo, malas noches e incluso madrugadas, ha sido por él, mi mayor motivación y por quien me levanto cada día para ser mejor y brindarle todo lo que el merece.

A mis padres y mi abuelita a quienes amo profundamente por su amor y compañía durante todo este tiempo y que estuvieron siempre apoyándome cuando los necesité, especialmente con el cuidado y crianza de mi hijo y que, gracias a ellos, la educación y cuidado que le han brindado hoy es un niño de bien y nos sentimos muy orgullosos.

A mi esposo quien estuvo conmigo en momentos de tensión, por todos esos detalles que me ha sabido brindar cuando lo he necesitado.

Y a los docentes que estuvieron acompañándome durante todo este proceso de aprendizaje tan valioso para mi vida como profesional y a todos los que permitieron hacer realidad este gran sueño de ser una administradora de empresas.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial, al doctor Augusto Calvopiña, quién me ha ayudado con sus conocimientos a reforzar lo antes impartido por los docentes del Instituto Superior Honorable Consejo Provincial de Pichincha. A mi familia que con su apoyo permanente en mi vida han impulsado mi motivación para cumplir con mis deberes y responsabilidades para llegar fortalecida a esta etapa final de la carrera.

A mi padre el Ingeniero Oscar Guillén quien con paciencia y sabiduría me ha sabido guiar con sus conocimientos y consejos en el la elaboración de mi trabajo.

Índice	
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
Índice	vi
Índice	ix
Lista de cuadros	x
Lista de gráficos	xii
RESUMEN	1
RESUMEN	2
TEMA	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
JUSTIFICACIÓN	4
OBJETIVOS GENERAL	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
CAPÍTULO I	6
1. MARCO TEÓRICO	6
1.1. LAS EMPRESAS	6
1.1.1. Las empresas según su actividad	6
1.1.2. Las empresas según su capital	7
1.1.3. Las empresas por el número de personas	7
1.1.4. Las empresas según su escala	7
1.1.5. Las empresas según el marco jurídico	8
1.2. MICROEMPRESA	9
1.2.1. Definición	9
1.2.2. El emprendedor de la microempresa	9
1.2.3. La actividad microempresarial	9
1.2.4. Características de la microempresa	10
1.3. LA QUINUA	10
1.3.1. Origen	10
1.3.2. Características	10
1.3.3. Variedades de la quinua	11
1.3.4. Propiedades de la quinua	11
1.3.5. Importancia del consumo de la quinua	11

1.4.	TORTILLA	16
1.4.1.	Etimología	16
1.4.2.	Historia	16
1.4.3.	Técnicas para la elaboración de tortillas.....	16
1.2.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	17
1.2.1.	El estudio de factibilidad debe conducir a:.....	18
1.2.2.	Estudio de factibilidad se puede esperar:	18
1.2.3.	Características del estudio de factibilidad	19
1.2.4.	Elementos de un estudio de factibilidad	19
1.2.5.	Beneficios de realizar un estudio de factibilidad del mercado	21
1.2.6.	Estudio técnico	21
1.2.7.	Estudio Administrativo.....	22
1.2.8.	Estudio legal	22
1.2.9.	Estudio financiero.....	23
1.3.	DEFINICIONES CONCEPTUALES	23
CAPÍTULO II	26
2.	DIAGNÓSTICO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN.....	26
2.1.	DEFINICIÓN.....	26
2.2.	TIPOS DE INFORMACIÓN	26
2.3.	OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	26
2.4.	SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	27
2.4.1.	Variables de Segmentación	27
2.5.	DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	28
2.6.	CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	29
2.7.	DISEÑO DE LA ENCUESTA	30
2.6.1.	Resultados de la encuesta	31
2.6.2.	Resultados de la encuesta	40
2.8.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	42
2.9.	PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	42
2.9.1.	Producto.....	42
2.9.2.	Precio	43
2.9.3.	Plaza	44
2.9.4.	Promoción.....	44
CAPÍTULO III	45
3.	ESTUDIO TÉCNICO	45
3.1.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	45
3.3.1.	Objetivo	45

3.3.2.	Macro localización	46
3.3.3.	Micro localización	46
3.2.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	46
3.3.	TAMAÑO DEL PROYECTO	47
3.4.	DIMENSIONES DEL MERCADO.....	47
3.5.	LA CAPACIDAD DE FINANCIAMIENTO.....	48
3.5.1.	Equipos para utilizar	48
3.5.2.	Disponibilidad de insumos	48
3.6.	LA DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL MERCADO	48
3.7.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA TORTILLA DE QUINUA	48
3.8.	PROCESO DE PRODUCCIÓN DE TORTILLAS DE QUINUA.....	50
3.9.	DESCRIPCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA.....	51
3.9.1.	Descripción de los insumos, herramientas y materiales	52
3.9.2.	Descripción de los recursos humanos.....	53
CAPÍTULO IV.....		54
3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO – LEGAL.....		54
4.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL		54
4.1.1.	Logotipo	54
4.2. FILOSOFÍA INSTITUCIONAL		54
4.2.1.	Misión.....	54
4.2.2.	Visión	55
4.2.3.	Valores.....	55
4.3. ORGANIZACIÓN (ORGANIGRAMA).....		56
4.4. PERFILES Y FUNCIONES DEL TALENTO HUMANO.....		57
4.4.1.	Contador: Perfil y funciones.....	57
4.4.2.	Administrador: Perfil y funciones	58
4.4.3.	Técnico en producción: Perfil y funciones	59
4.4.4.	Técnico en Mercadotecnia: Perfil y funciones	60
4.5. CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA.....		60
4.5.1.	Trámites para la constitución.....	60
4.5.2.	Requisitos para constituir una microempresa.....	61
CAPÍTULO V		64
5. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA		64
5.1.	PRESUPUESTO INICIAL	64
5.2.	PRESUPUESTO MAQUINARIA	64
5.3.	PRESUPUESTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN	64

5.4.	PRESUPUESTO EQUIPO DE OFICINA	65
5.5.	PRESUPUESTO MATERIA PRIMA	65
5.6.	PRESUPUESTO SUELDOS Y SALARIOS	65
5.7.	PRESUPUESTO GASTOS OPERATIVOS	66
5.8.	INGRESO POR VENTAS	66
5.9.	INGRESOS POR VENTAS	67
5.10.	INVERSIÓN INICIAL	68
5.11.	COSTOS	69
5.12.	COSTOS	70
5.13.	PROYECCIÓN DE COMPRAS	72
5.14.	PROYECCIÓN DE COMPRAS	74
5.15.	PROYECCIÓN DE COMPRAS	75
5.16.	BALANCE DE RESULTADOS	76
5.17.	FLUJO DE CAJA	77
5.18.	CÁLCULO DEL VAN	78
5.19.	CÁLCULO DE LA TIR	78
CONCLUSIONES		79
RECOMENDACIONES		80
REFERENCIAS		81
1.	81
BIBLIOGRAFÍA		81
2.	NEBGRAFIA	81
ANEXOS		83
1.	ENCUESTA	83
2.	FORMULARIO PARA PERMISO DE OCUPACIÓN	84

Lista de cuadros

Tabla 1 Variable geográfica y demográfica	28
Tabla 2 Resultados de censo de población 2010	29
Tabla 3 Resultados censo por barrio 2010.....	29
Tabla 4 Pregunta 1 encuesta	31
Tabla 5 Pregunta 2 encuesta	32
Tabla 6 Pregunta 3 encuesta	33
Tabla 7 Pregunta 4 encuesta	33
Tabla 8 Pregunta 5 encuesta	34
Tabla 9 Pregunta 6 encuesta	35
Tabla 10 Pregunta 7 encuesta	36
Tabla 11 Pregunta 8 encuesta	37
Tabla 12 Pregunta 9 encuesta	38
Tabla 13 Pregunta 10 encuesta	39
Tabla 14 Resultados de la encuesta	40
Tabla 15 Producto 1 Producto tortillas de quinua unidad	43
Tabla 16 Producto 2 tortilla e quinua en funda de 10 u.....	43
Tabla 17 Precio tortillas por unidad	43
Tabla 18 Precio tortilla de fundas de 10 unidades.....	44
Tabla 19 Localización del proyecto.....	45
Tabla 20 Tortillas por unidades	47
Tabla 21 Tortillas en paquetes de 10 unidades.....	47
Tabla 22 Insumos	52
Tabla 23 Equipos	52
Tabla 24 Materiales	52
Tabla 25 Perfil del contador	57
Tabla 26 Perfil del Administrador	58
Tabla 27 Perfil del técnico en producción	59
Tabla 28 Perfil técnico en mercadotecnia.....	60
Tabla 29 Presupuesto inicial.....	64
Tabla 30 Presupuesto maquinaria.....	64
Tabla 31 Presupuesto de equipo de computación.....	64
Tabla 32 Presupuesto equipo de oficina	65
Tabla 33 Presupuesto materia prima	65
Tabla 34 Presupuesto sueldos y salarios.....	65
Tabla 35 Presupuesto gastos operativos	66
Tabla 36 Ingreso por ventas.....	66
Tabla 37 Ingreso de ventas producto de 125, 150 y 200 gramos	67
Tabla 38 Inversión inicial	68
Tabla 39 Costos -Proyección de compras.....	69
Tabla 40 Costos	70
Tabla 41 Proyección de compras.....	74
Tabla 42 Proyección de compras.....	75
Tabla 43 Balance de resultados	76
Tabla 44 Flujo de caja	77
Tabla 45 Cálculo del VAN	78
Tabla 46 Cálculo de la TIR.....	78

Lista de gráficos

Ilustración 1 Pregunta 1 encuesta	31
Ilustración 2 Pregunta 2 encuesta	32
Ilustración 3 Pregunta 3 encuesta	33
Ilustración 4 Pregunta 4 encuesta	34
Ilustración 5 Pregunta 5 encuesta	35
Ilustración 6 Pregunta 6 encuesta	36
Ilustración 7 Pregunta 7 encuesta	37
Ilustración 8 Pregunta 8 encuesta	37
Ilustración 9 Pregunta 9 encuesta	38
Ilustración 10 Pregunta 10 encuesta	39
Ilustración 11 Macro localización	46
Ilustración 12 Proceso de producción de las tortillas de quinua	50
Ilustración 13 Descripción infraestructura	51
Ilustración 14 Organigrama	56
Ilustración 15 Requisitos para solicitar RUC	61

RESUMEN

El presente estudio de factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a la producción de tortillas de quinua en el barrio Teniente Hugo Ortiz del Distrito Metropolitano de Quito, Provincia de Pichincha se ha desarrollado considerando varios estudios entre los cuales constan: el estudio de mercado, el estudio técnico – administrativo y el estudio financiero.

El documento se estructura en cinco capítulos:

En el primer capítulo se ha desarrollado un marco teórico en el que analizamos dos temáticas; una relacionada a lo que es la microempresa y la microempresa de alimentos, se investiga definiciones que permitan orientar el tema planteado en este proyecto y la segunda temática relacionada con el estudio de factibilidad que comprende los diferentes análisis en función del producto cuyo objetivo es analizar la viabilidad del producto, es decir, si será bien recibido por el público objetivo.

En el segundo capítulo se efectúa un estudio de mercado el mismo que ha permitido determinar la población, segmentar el mercado, calcular la muestra y posteriormente realizar el diseño de la encuesta que se aplicó a las 155 personas con la que demostramos la demanda potencial, la demanda real, la demanda efectiva y la demanda insatisfecha en relación a los gustos y preferencias que existen por las tortillas de quinua.

En el tercer y cuarto capítulo aborda el aspecto técnico administrativo, aquí se expone la ingeniería de la planta donde se determina la macro y micro localización en donde se indica que la empresa estará ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, barrio Teniente Hugo Ortiz calle Diego Mejía; además, la ingeniería del proyecto hace referencia a la descripción del producto, tamaño de proyecto, dimensiones de mercado la capacidad de financiamiento, equipos a utilizar, disponibilidad de insumos proceso productivo en donde se detallan las etapas a seguir para obtener el producto terminado “tortillas de quinua” con su correspondiente flujograma; además en el estudio administrativo legal que comprende el cuarto capítulo se estructura el nombre o razón

social de la microempresa “Las Tortillas de Mamá” la misión, visión, valores, la filosofía el organigrama estructural con los perfiles y funciones del talento humano.

En el quinto capítulo se hace un estudio y evaluación financiera en el que establecemos los costos y los ingresos que proyectamos tener y a su vez calculamos los indicadores como el VAN y el TIR , que determinan la rentabilidad del proyecto.

El estudio se finaliza con la formulación de conclusiones y recomendaciones.

TEMA

Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a la producción de tortillas de quinua en el barrio Teniente Hugo Ortiz del Distrito Metropolitano de Quito, Provincia de Pichincha.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El barrio Teniente Hugo Ortiz es un sector con alto nivel de crecimiento poblacional y comercial, el desarrollo constante incide directamente en la cobertura de servicios que demanda la población, obviamente con necesidades que requieren ser satisfechas.

En este contexto, se evidencia que en esta área geográfica del Distrito Metropolitano de Quito no se cuenta con microempresas que se dediquen a brindar productos de alimentación como el propuesto en este proyecto, esto se debe fundamentalmente a que las personas que han desarrollado emprendimientos a partir de algún tipo de negocio se han centrado a producir comida rápida conocida en el argot gastronómico como “comida chatarra”, esta realidad ha sido evidenciada por varios consumidores y ha motivado a que demanden de los productores de comida nuevas alternativas alimenticias, esta es una razón que ha motivado mi interés de incursionar en esta propuesta de crear una microempresa que se dedique a la producción de tortillas de quinua en el sector.

Además, es necesario señalar que la falta de ingresos económicos en la mayoría de la población dificulta el mejoramiento de la calidad de vida por lo que la creación de la microempresa se constituirá con la finalidad de generar empleos.

JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de este proyecto permitirá poner en práctica mis conocimientos y realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción de tortillas de quinua con valor agregado (innovación) en el barrio Teniente Hugo Ortiz del Distrito Metropolitano de Quito en la Provincia de Pichincha.

Esta investigación dará a conocer el grado de aceptación que puede tener este producto; así mismo, permitirá establecer las características de los clientes y la demanda del producto.

Se estudiará cada uno de los componentes y elementos necesarios para hacer posible la apertura de la microempresa, es decir iniciar el negocio, el lugar y el capital necesario para lograrlo, generando plazas de trabajo para mano de obra local, considerando que se va a aportar de manera efectiva al desarrollo socio económico y productivo de este importante sector de la ciudad de Quito y al mejoramiento de la calidad de vida de todos los involucrados sumada a la proyección de obtener rentabilidad para la microempresa

Este proyecto beneficiará a todas aquellas personas sean estas, amas de casa, madres y padres de familia, jóvenes, personas de la tercera edad, niñas y niños que sienten la necesidad de mejorar su alimentación con productos de origen natural.

OBJETIVOS GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad que permita determinar si el proyecto estudio de factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a la producción de tortillas de quinua en el barrio Teniente Hugo Ortiz del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de pichincha es factible desarrollar.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Estructurar un marco teórico que permita fundamentar la elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de la microempresa de tortillas de quinua.

2. Realizar un estudio de mercado para establecer la oferta y la demanda de las tortillas que quinua en el sector del barrio Teniente Hugo Ortiz.
3. Establecer la estructurar y el funcionamiento de la microempresa da la elaboración de tortillas de quinua.
4. Desarrollar un estudio y evaluación financiera que permita determinar la rentabilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. LAS EMPRESAS

Constituyen unidades económicas organizadas, donde las personas identifican una oportunidad de introducir un producto o servicio, e invierten capital y trabajo, con el fin de obtener rentabilidad personal y económica, para aportar al desarrollo social. (Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-empresas>).

1.1.1. Las empresas según su actividad

- **Producción:** Es la empresa donde las actividades están ubicadas en el campo agrícola, pecuario y acuícola. Es decir, actividades donde explotamos la tierra, la crianza de ganado y la crianza de peces y/o vegetales en piscinas, respectivamente.
- **Comercio:** Es la empresa especializada en revender el producto, sin haberlo transformado.
- **Servicio:** Es la empresa que utiliza una habilidad personal, principalmente de carácter intangible (atención, información, despacho) en muchos casos con apoyo de algún equipo.
- **Artesanal:** Es la empresa donde utilizan fundamentalmente la habilidad manual, apoyado con algún equipo o máquina y cuyo resultado es un objeto tangible.
- **Extracción:** Es la empresa dedicada a la explotación de los recursos naturales, en los que no intervino la mano del hombre, como: las minas, la pesca, la explotación de los bosques.
- **Fabricación:** Es la empresa donde se transforma la materia prima y convertimos en nuevo objeto. La fabricación es artesanal o industrial, es decir, con apoyo de equipos pequeños o gran maquinaria.

1.1.2. Las empresas según su capital

- **Públicas:** Son aquellas empresas que tienen un capital total o mayoritario del Estado **Privadas:** Son aquellas empresas que tienen un capital total o mayoritario que pertenecen a los particulares.
- **Mixtas:** son aquellas empresas que tienen un capital perteneciente al estado y a los particulares (Recuperado Luis Torres Rodríguez 7 FUNDACIÓN AVANZAR, Creación y Formalización de la Microempresa).

1.1.3. Las empresas por el número de personas

- **Unipersonales:** son aquellas empresas constituidas por una sola persona. Por lo general encontramos en las microempresas y de conformidad a la nueva Ley Orgánica de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada.
- **Pluripersonales:** son aquellas empresas que están regidas por la ley de compañías que exigen la participación de dos o más socios.

1.1.4. Las empresas según su escala

- **Microempresas:** es la más pequeña de la escala empresarial, que no sobrepasa los USD 20.000 y los 10 trabajadores.
- **Artesanía:** es aquella que tiene un capital máximo de USD 62.500 y no más de 20 trabajadores, incluyendo operarios y aprendices.
- **Pequeña industria:** es aquella que tiene un capital máximo de USD 350.000, excluido terreno y edificio.
- **Empresas Unipersonales:** es aquella que tiene un capital de 10 salarios básicos unificados (USD 2.000 desde enero de 2008 hasta que haya otra elevación de salario).

- **Compañía de responsabilidad limitada:** su capital mínimo es de USD 5 000 (desde 1 de noviembre de 2006).
- **Compañías anónimas y de economía mixta:** su capital mínimo es de USD 10 000 (desde 1 de noviembre de 2006).
- **Compañías extranjeras:** su capital mínimo es de USD 30 000 (desde 1 de noviembre de 2006) (Recuperado Luis Torres Rodríguez, pág. 8 Creación y Formalización de la Microempresa) (Torres, Luis, 2010: p.37).

1.1.5. Las empresas según el marco jurídico

- **Empresas mercantiles:** Son aquellas que se constituyen para realizar actos de comercio y que previamente deben cumplir con solemnidades que exige el código de comercio y la ley de compañías, como son: escritura pública de constitución de la compañía; aprobación en la Superintendencia de Compañías; depósito de un monto de dinero en una cuenta bancaria; inscripción en el Registro Mercantil; afiliación a una de las Cámaras; obtener RUC y Patente Municipal.
- **Empresas unipersonales de responsabilidad limitada:** Son personas jurídicas, conformadas por una persona natural, que no está prohibida por ley para ejercer actos de comercio y que aporta con un capital de 10 salarios básicos unificados (USD 2.000 a enero de 2008). No pueden realizar actividades bancarias, de seguros, captación de dineros, actividades a que se refieren las leyes de Mercado de Valores o instituciones financieras. Empresas Civiles: son aquellas que requieren de un acto civil, en el que intervienen una o más personas ante un Juez de lo Civil o un Notario Público, para realizar cualquier acto de comercio no prohibido por la ley. Empresas de hecho: son aquellas que se constituyen sin necesidad de cumplir ninguna solemnidad para su constitución y realizan actividades de comercio permitidas por la ley. Estas empresas no obstante necesitan cumplir requisitos para su funcionamiento como el RUC y la Patente Municipal.

- Constituyen unidades económicas organizadas, donde las personas identifican una oportunidad de introducir un producto o servicio, e invierten capital y trabajo, con el fin de obtener rentabilidad personal y económica, para aportar al desarrollo social. (Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-empresas>).

1.2. MICROEMPRESA

1.2.1. Definición

Cuando hablamos de la microempresa estamos hablando de una unidad de producción en menor escala que puede ser operada por una persona natural o jurídica y que puede ampliar sus servicios a actividades de comercio y/o servicios que tiene como de 1 a 15 empleados máximo, el propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios; además constituye una importante fuente de ingresos. (Recuperado <https://www.derechoecuador.com/microempresa>).

Es la organización económica de carácter civil, compuesta por recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio y servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos y de realización personal. Su capital no supera los US\$ 20 000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio. (Recuperado <https://www.derechoecuador.com/microempresa>).

1.2.2. El emprendedor de la microempresa

Es el propietario-administrador (hombre o mujer), que, con sus propios recursos, gran iniciativa y fuerza de carácter, crea una organización económica de largo plazo, rentable y sostenible en el tiempo. Sus objetivos son alcanzar la libertad, la independencia económica familiar y la auto realización.

1.2.3. La actividad microempresarial

Es una constante en la actividad productiva del país. La parte mayoritaria de la población económicamente activa, siempre ha estado desarrollando actividades artesanales, comercio minorista y producción agrícola.

(Fuente: Fundación Avanzar, Luis Torres Rodríguez Creación y Formalización de la microempresa, pág. 6)

1.2.4. Características de la microempresa

- La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y subsistencia.
- Su compromiso con la comunidad, la responsabilidad por su ámbito territorial y la naturaleza.
- La ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros.
- La no discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros;
- La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la autoresponsabilidad.
- La prevalencia del trabajo sobre los recursos materiales; de los intereses colectivos sobre los individuales; y, de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.

1.3. LA QUINUA

1.3.1. Origen

La quinua es una planta andina procedente de los alrededores del lago Titicaca, ubicado en Perú y Bolivia. La quinua fue cultivada y utilizada por las civilizaciones prehispánicas, y reemplazada por los cereales a la llegada de los españoles, a pesar de constituir un alimento básico de la población de ese entonces.

Los incas llamaban a la quinua “la madre de todos los cereales” y la consideraban sagrada. Ha sido consumida por miles de años en Sudamérica, aunque comenzó a ser considerada como un “superalimento” en años recientes.

1.3.2. Características

La quinua es una planta herbácea originaria de la América Andina, específicamente de la hoya del Titicaca, entre Perú y Bolivia, lugar donde se encuentran la mayor cantidad de variedades y se cultiva desde épocas preincaicas.

1.3.3. Variedades de la quinua

Como otros alimentos en grano, la quinua presenta diferentes colores. La quinua blanca es la más conocida y la que más se comercializa, seguida de la quinua roja y la negra, aunque también existen otras variedades menos frecuentes como la naranja o la morada (Recuperado de: <https://andina.pe/.../noticia-en-peru-hay-unas-3000-variedades-quinua-informa-universidad-agraria-455576.aspx>).

1.3.4. Propiedades de la quinua

- Posee un alto nivel de proteínas, puede contener hasta un 23%.
- Está compuesta por: minerales (calcio, hierro, magnesio), vitaminas (C, E, B1, B2 y niacina) y fósforo.
- Es rica en aminoácidos, que influyen en el desarrollo cerebral.
- Su contenido en grasa es rico en Omega 6.

1.3.5. Importancia del consumo de la quinua

La quinua es un gran alimento por ser completo en sus nutrientes, aporta proteínas de alta calidad, aceites saludables, fibra, almidón, vitaminas y minerales especialmente importantes para los niños entre ellos el calcio, hierro, fósforo, magnesio, potasio y zinc.

- **Es enormemente nutritiva**

La quinua es un grano que se cultiva para utilizar sus semillas comestibles. Técnicamente no es un cereal, sino un “pseudocereal”.

Actualmente, se puede conseguir quinua y productos hechos con ella en todo el mundo, especialmente en tiendas de comida saludable y restaurantes que ponen énfasis en la comida natural.

Contenido de nutrientes en 185 gr de quinua		
Cantidad gr	% CDR	Nutrientes
8 gr		proteína
5 gr		fibra.
	58 %	manganeso.
	28 %	fósforo.
	19 %	folato
	18 %	cobre
	15 %	hierro
	13 %	zinc
	9 %	potasio
	Más del 10 %	vitaminas B1, B2 y B6
Pequeñas cantidades de calcio, vitamina B3 (niacina) y vitamina E Esto incluye 222 calorías con 39 gramos de carbohidratos y 4 gramos de grasa También contiene una cantidad mínima de ácidos grasos omega-3		
CDR = Cantidad diaria recomendada		

El año 2013, de hecho, fue denominado “Año Internacional de la Quinua” por las Naciones Unidas como un reconocimiento a su gran valor nutritivo y potencial a contribuir a la seguridad alimentaria mundial.

- **Contiene dos potentes sustancias bioactivas: la quercetina y el kaempferol**

Los efectos saludables de los alimentos “reales” van más allá de las vitaminas y minerales con las que todos somos familiares. Hay miles de nutrientes extra que también son extremadamente saludables.

Esto incluye, por ejemplo, a los flavonoides, que son antioxidantes vegetales que tienen una gran serie de efectos beneficiosos para la salud.

Hay dos flavonoides que han sido particularmente bien estudiados, la quercetina y el kaempferol, y ambos pueden encontrarse en la quinua en grandes cantidades.

Estas importantes moléculas han demostrado efectos antiinflamatorios, antivirales, anticancerígenos y antidepresivos, al menos en estudios animales. E incluyendo quinua en la dieta se eleva significativamente la ingesta total de estos y otros nutrientes.

- **Es muy rica en fibra, más que la mayoría de los cereales**

Un estudio centrado en cuatro variedades de quinua encontró un rango de entre 10 y 16 gramos de fibra por cada 100 gramos de quinua cruda.

Esto equivale a entre 17 y 27 gramos por taza, lo cual es muy alto: más del doble de la mayoría de los cereales.

Desafortunadamente, la mayoría de la fibra que contiene es insoluble, la cual no tiene los mismos beneficios que la soluble. Así y todo, el contenido de fibra soluble es de 2,5 gramos por taza (o 1,5 gramos cada 100 gramos), lo cual es bastante decente.

Hay numerosos estudios que muestran que la fibra soluble puede ayudar a reducir los niveles de azúcar en sangre, a bajar el colesterol, elevar la sensación de saciedad y ayudar a la pérdida de peso.

- **Es perfecta para la gente que posee intolerancia al gluten**

Una dieta libre de gluten puede ser saludable, siempre y cuando se base en alimentos que naturalmente no contienen gluten. Los problemas surgen cuando las personas consumen productos “libres de gluten” hechos con almidones refinados.

Estos alimentos no son mejores que sus contrapartes con gluten, porque la comida chatarra libre de gluten todavía es comida chatarra.

Varios investigadores han planteado a la quinua como ingrediente viable para aquellas personas que buscan seguir una dieta libre de gluten, pero no quieren abandonar el pan o la pasta.

El uso de quinua en lugar de ingredientes típicos libres de gluten, como tapioca refinada, papas, maíz o harina de arroz, puede aumentar considerablemente el valor antioxidante y nutriente de la dieta

- **Contiene un alto nivel de proteínas**

Las proteínas están hechas de aminoácidos, algunos de los cuales son llamados “esenciales” porque el organismo no puede producirlos y necesita incorporarlos por lo que consume.

La quinua es una excelente fuente de proteínas: contiene más cantidad y mejor calidad de proteínas que la mayoría de los cereales y alta en todos los aminoácidos esenciales que el cuerpo humano necesita.

- **Tiene un índice glucémico bajo**

El índice glucémico mide cuán rápido los alimentos elevan los niveles de azúcar en la sangre. Se sabe que consumir alimentos altos en índice glucémico puede estimular el hambre y contribuir a la obesidad.

Así, también se los relaciona con muchas de las enfermedades crónicas tan comunes actualmente, como la diabetes y los problemas cardíacos.

El índice glucémico de la quinua es de 53, lo cual es considerado bajo por lo cual no es una buena elección en dietas bajas en hidratos de carbono, al menos en grandes cantidades.

- **Es alta en minerales que las personas no incorporan de manera suficiente, en especial magnesio**

La alimentación actual tiende a ser pobre en algunos minerales que el cuerpo necesita, especialmente magnesio, potasio, zinc y (en especial para las mujeres) hierro.

La quinua es rica en estos mismos cuatro minerales, particularmente en magnesio. Una taza cubre aproximadamente el 30 % del requerimiento diario.

El problema es que la quinua también contiene una sustancia llamada ácido fítico, que puede reducir la absorción de estos minerales.

Sin embargo, remojando la quinua antes de cocinarla se puede reducir el contenido de este ácido y hacer que sus minerales sean más biodisponibles.

La quinua es también alta en oxalatos, los cuales reducen la absorción del calcio y pueden causar problemas en individuos con cálculos renales.

- **Podría beneficiar ampliamente la salud metabólica**

Teniendo en cuenta su alta cantidad de nutrientes, tiene sentido que la quinua pueda llevar a mejoras en la salud metabólica.

Dos estudios, uno en humanos y otros en ratas, mostraron que la quinua puede mejorar la salud metabólica. Esto incluye los niveles de azúcar en sangre y de triglicéridos.

- **Está llena de antioxidantes**

Los antioxidantes son importantes porque neutralizan los radicales libres y se cree que ayudan a combatir el envejecimiento y muchas enfermedades.

1.4.TORTILLA

1.4.1. Etimología

Origen, historia o formación

Este vocablo en su etimología procede del sustantivo «torta» y del sufijo «illa» que indica como valor diminutivo.

1.4.2. Historia

El origen de la tortilla en Mesoamérica se remonta antes del año 500 a. C. Por ejemplo, en la región de Oaxaca se tienen evidencias de que la tortilla empezó a utilizarse al final de la Etapa de Villas (1500 a 500 a. C.), se sabe esto porque las planchas de arcilla utilizadas para su cocimiento aparecieron en ese entonces. Las civilizaciones precolombinas de Mesoamérica usaban el maíz como su alimento base al igual que la sociedad moderna de esta misma región.

Las primeras crónicas de Indias, describen a la *tortilla mesoamericana* como *pan de maíz*, incluso la primera traducción al español en la crónica de Francisco López de Gómara del nombre de la ciudad de "Tlaxcala" fue usada como: .."*Tlaxcallan, quiere decir pan cocido o casa de pan; pues se coge allí más centli que por los alrededores*" Actualmente la toponimia de Tlaxcala se deriva del náhuatl: tlaxcalli tlán: lugar de tortilla. (Recuperado de: <http://romotortilla.com/historia-de-la-tortilla/>).

La tortilla, especialmente la de harina, ha sido parte de la dieta de astronautas preparada especialmente para misiones espaciales, pues ha sido preferida sobre el pan tostado por la cantidad de migajas que este último produciría y dejaría flotar en el espacio interior de la nave.

1.4.3. Técnicas para la elaboración de tortillas

Desde épocas inmemoriales, las tortillas de maíz que se consumen en México fueron hechas a mano. En México y Centroamérica se emplea el verbo *tortear* con la acepción de "hacer tortillas de maíz aplanando la bola de masa" No sólo la confección de las tortillas propiamente dicha de las tortillas sino también la nixtamalización del maíz y la molienda del nixtamal para producir la masa se realizaba exclusivamente con trabajo

humano y herramientas milenarias (metates con metlapiles para moler la masa, comales para cocer la tortilla).

Instrucciones para elaborar tortillas de quinua:

1. Moler la quinua.
2. Mezclar la harina de quinua con agua tibia hasta tener una masa suave y húmeda, no debe quedar muy seca ya que las tortillas no tendrían mucha flexibilidad, procura que quede húmeda pero que siga siendo manejable.
3. Añadir la sal e integrar a la masa.
4. Calentar el “comal” o sartén plano.

Las tortillas, una vez que van saliendo del comal, tradicionalmente se colocan dentro de una canasta fabricada de fibras secas del tallo de la planta del maíz conocida como chiquihuite y se recubren con una pequeña manta de tela bordada para conservar su calor conocida como servilleta.

De hecho, el diámetro de la tortilla, chico, mediano o grande, puede ser un factor que le da cualidades a ciertas comidas

1.2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa preoperativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.

El estudio de factibilidad dentro del ciclo del proyecto. Fuente: Miranda

1.2.1. El estudio de factibilidad debe conducir a:

- Determinación plena e inequívoca del proyecto a través del estudio de mercado, la definición del tamaño, la ubicación de las instalaciones y la selección de tecnología.
- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.
- Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología/lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos.
- Identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto.
- Definición de términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos y construcciones civiles principales y complementarias.
- Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación y ambientales.
- Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto.

1.2.2. Estudio de factibilidad se puede esperar:

O abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable, conveniente u oportuno; o mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgirán de los analistas representantes de las alternas fuentes de financiación, o de funcionarios estatales de planeación en los diferentes niveles, nacional, sectorial, regional, local o empresarial. En consecuencia, los objetivos de cualquier estudio de factibilidad se pueden resumir en los siguientes términos:

1. Verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha.
2. Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.

Corroboración de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico, social o ambiental de asignar recursos hacia la producción de un bien o la prestación de un servicio. (Recuperado de: <http://www.labormx.com/estudio-factibilidad.html>).

1.2.3. Características del estudio de factibilidad

Entre los objetivos más importantes de un estudio de factibilidad se encuentra:

- Determinar la viabilidad de un negocio, producto o servicio.
- Formular el modelo de negocio para cada etapa del proyecto.
- Investigar un área para conocer sus características.
- Determinar el nivel de demanda.
- Conocer las necesidades del público objetivo.
- Conocer la opinión del público objetivo sobre la idea del nuevo producto.
- Determinar las herramientas y tecnología utilizada para la ejecución del proyecto
- Establecer el proceso y los proveedores según las herramientas seleccionadas.

El estudio de factibilidad se enfoca en un mercado existente con características como género, nivel adquisitivo y costumbres de consumo, por lo que se interesa en saber el punto exacto para colocar un negocio que sea próspero.

1.2.4. Elementos de un estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad debe realizarse antes de comenzar un plan de negocios, ya que permite obtener mejores resultados. Este método se encarga de evaluar los siguientes elementos:

- 1. Producto.** - El objetivo es analizar la viabilidad del producto, es decir, si será bien recibido por el público objetivo. Para esto, es necesario pedir la opinión de las personas. En muchas ocasiones las empresas crean productos pensando en gustos personales y necesidades, pero no en la de los compradores potenciales, que son los que utilizarán el producto.

La recolección de datos puede ser a partir de un focus group o de una encuesta a una muestra objetivo. Al terminar el proceso deben analizarse y compararse las respuestas. Si son negativas, es necesario hacer un ajuste del producto. Por último, realiza una entrevista con personas expertas con el fin de obtener información valiosa para tu modelo de negocio.

- 2. Mercado.** - Uno de los objetivos de realizar un estudio de factibilidad del mercado es comprender la forma en la que se mueve el mercado que se quiere abarcar, sus características, ventajas y desventajas. Para crear una estrategia funcional es necesario evaluar elementos como la competencia, los clientes, proveedores y posibles obstáculos.

Antes de dirigir todos sus esfuerzos a un mercado específico, las empresas deben analizar si cuentan con factores como:

- Que sea un mercado nuevo o en crecimiento.
- Dividido, dependiendo del número de competencia.
- Que no se encuentre saturado.

Si el mercado no cuenta con estos elementos, es necesario realizar un ajuste para mejorar las estrategias o desistir en la competencia. Realiza una encuesta de mercado para obtener conocer esta información.

- 3. Administración.** - El resultado final de realizar un estudio de factibilidad del mercado es analizar si las habilidades y recursos con lo que una empresa cuenta son suficientes para poder operar de forma adecuada.

Un empresario que saber ser líder puede identificar y aceptar cuando es necesario hacer un ajuste en los equipos. Para esto es necesario evaluar las habilidades con las que se cuenta y encontrar qué es lo que hace falta para conseguir a la persona adecuada para el puesto.

Cada integrante del equipo debe tener claras las actividades que debe realizar, los beneficios que obtendrá y el papel que desempeñará.

- 4. Economía.** - El último elemento que conforma el estudio de factibilidad del mercado es el plan financiero. El objetivo es tener clara la cantidad de inversión que se necesita para comenzar un proyecto. Generalmente, existen gastos previos como compra de insumos, desarrollo de productos, gastos legales, etc.

Al realizar un análisis podrás tener el control de los gastos indispensables para la operación.

Las empresas nuevas deben considerar los gastos frecuentes que se realizarán de forma permanente como servicios de luz, agua, publicidad, etc. Aunque aún no operes en un establecimiento o cuentas con empleados, lo recomendable es incluir la renta del lugar y sueldo para tener una idea de los gastos futuros. (Recuperado de: <http://www.labormx.com/estudio-factibilidad.html>).

1.2.5. Beneficios de realizar un estudio de factibilidad del mercado

Entre los principales beneficios de un estudio de factibilidad del mercado se encuentran: Confirmar que existe un mercado adecuado para que tu producto pueda satisfacer una necesidad.

- Determinar la disponibilidad de recursos para la inversión.
- Mostrar la viabilidad técnica del producto.
- Organizar los recursos financieros y humanos para la ejecución adecuada del proyecto.

Un estudio de factibilidad del mercado es una herramienta que te ofrece una guía para tomar mejores decisiones cuando tienes el plan de emprender un nuevo negocio. La información que se obtiene puede determinar el éxito o fracaso del negocio y ayudarte a saber si deberías realizar o la inversión. (Recuperado de: <http://www.labormx.com/estudio-factibilidad.html>).

1.2.6. Estudio técnico

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

El estudio técnico debe responder a unos interrogantes:

¿El cómo?

¿El cuándo?

¿El dónde?

Y con qué se va a elaborar el producto o a prestar el servicio.

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005).

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Baca, 2010) (Recuperado de: admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html).

1.2.7. Estudio Administrativo

El estudio administrativo consistirá en determinar la organización que la empresa deberá considerar para su establecimiento.

Así tendrá presente la planificación estratégica, estructura organizacional, legalidad, fiscalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento, etc. Se trata de realizar un análisis para la obtención de la información pertinente para determinar los aspectos organizacionales del proyecto, procedimientos administrativos, laborales, aspectos legales, ecológicos, fiscales. (Recuperado de: <https://es.over-blog.com/Estudio-administrativo-en-que-consiste-y-otros-aspectos-interesantes-1228321767-art257005.html>).

1.2.8. Estudio legal

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma

en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

Como puede apreciarse, este estudio debe adelantarse en las etapas iniciales de la formulación y preparación, ya que un proyecto, altamente rentable, puede resultar no factible por una norma legal. Es indispensable, pues, darles una consideración adecuada a esos aspectos jurídicos antes de avanzar en la realización de estudios e incurrir en altos costos en términos de recursos y tiempo de preparación. (Recuperado de: <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-legal-y-la-formulacion-y-la.html>).

1.2.9. Estudio financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc. (Recuperado de: <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>).

1.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

Dentro de la ejecución de este proyecto, se encontrará varios términos los cuales son importantes conocer su significado, los cuales se detalla a continuación:

- **Factibilidad:** Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

- **Proyecto:** El término proyecto hace referencia a la planificación o concreción de un conjunto de acciones que se van a llevar a cabo para conseguir un fin determinado, unos objetivos concretos.
- **Emprendedor:** Un emprendedor es una persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios y en base a ello organiza una serie de recursos con el fin de darle inicio a un proyecto empresarial.
- **Sal:** Sustancia blanca, cristalina, muy soluble en el agua, que abunda en la naturaleza en forma de grandes masas sólidas o disuelta en el agua del mar y en la de algunas lagunas y manantiales; se emplea como condimento, para conservar y preparar alimentos, para la obtención del sodio y sus compuestos, etc., y generalmente se presenta en polvo de cristales pequeños.
- **Demanda insatisfecha:** Aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.
- **Mercado:** Está formado por todos los consumidores o compradores potenciales de un producto. El tamaño de este, desde una perspectiva, guarda una estrecha relación con el número de compradores que existirían para una oferta.
- **Tortilla:** Comida que se prepara con huevo batido al que se pueden añadir otros ingredientes y se fríe o se cuaja en una sartén con un poco de aceite dándole forma redonda u ovalada.
- **Quinoa:** La quinoa es una planta, concretamente un cereal.
- **Proveedor:** Que se dedica a proveer o abastecer de productos necesarios a una persona o empresa.
- **Demanda:** Es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir.

- **Oferta:** Es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta.
- **Producto:** Se define como cualquier bien o servicio que satisface las necesidades y deseos del consumidor. Algunos productos son tangibles (productos físicos) y otros intangibles (servicios).

CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

2.1. DEFINICIÓN

Un Estudio de mercado es una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto.

A través del estudio de mercado, se analiza y observa un sector en concreto en el que la empresa quiere entrar a través de la producción de un bien o de la prestación de un servicio. Para ello, necesita de conclusiones precisas acerca del entorno en el que se quiere desenvolver y el resultado que tendría una entrada en él dadas las características del bien o servicio en el que han trabajado. Toda la información obtenida supondrá una previsión de la empresa, útil a la hora de plantear una inversión o la entrada a un mercado.

Mediante la observación de la misma, se plantean las posibilidades de éxito que tendría operar en ella con un bien o servicio ofrecido en particular. (Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>).

2.2. TIPOS DE INFORMACIÓN

- Las fuentes primarias son también llamadas fuentes de primera mano. Son aquellos recursos documentales que han sido publicados por primera vez, sin ser filtrados, resumidos, evaluados o interpretados por algún individuo.
- Las fuentes secundarias tienen como principio recopilar, resumir y reorganizar información contenida en las fuentes primarias. Fueron creadas para facilitar el proceso de consulta, agilizando el acceso un mayor número de fuentes en un menor tiempo (Replinger, 2017).

2.3. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

- Identificar el segmento de la población a la que estará orientada nuestro servicio.

- Cuantificar la demanda potencial y la oferta existente para establecer la demanda insatisfecha
- Elaborar un plan de comercialización que permita competir en el mercado.

2.4. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

“La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos”. (Leon, 2015)

2.4.1. Variables de Segmentación

- **Segmentación geográfica:** La segmentación geográfica hace referencia a la división del mercado tomando en cuenta las diferencias geográficas entre un lugar y otro, a la hora de distribuir los productos o servicios. La segmentación geográfica ayuda a recopilar y analizar información de acuerdo a la ubicación física de las personas.

Esta clase de segmentación es una importante fuente de datos para la comercialización, para saber los lugares indicados para vender o realizar campañas de publicidad.

Las empresas consideran importante la segmentación geográfica cuando la ubicación de los clientes es diferente, para ello, debe considerar las diferencias culturales que existen entre una zona y otra a la hora de envasar, transportar y distribuir el producto.

- **La segmentación demográfica:** Consiste en dividir el mercado en grupos más pequeños, este tipo de segmentación toma en cuenta variables como la edad, ingresos, grado de estudios, nacionalidad, raza, religión, ocupación, etc.

Esta segmentación le ayuda a las organizaciones a comprender con exactitud el comportamiento del consumidor, lo que a su vez les ayuda a desempeñarse mejor.

Los atributos demográficos como la edad, el sexo, el género, la religión y la formación académica juegan un papel importante en la investigación. Ya sea con el objetivo de lanzar un nuevo producto, introducir cambios o implementar nuevos servicios.

Esto ayuda a las empresas a tener un mejor desempeño que sus competidores. (Recuperado de: <https://www.questionpro.com/es/Segmentacion-geografica.html>).

Tabla 1 Variable geográfica y demográfica

VARIABLE GEOGRÁFICA Y DEMOGRÁFICA			
VARIABLES GEOGRÁFICAS		VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
Cantón	Quito	Sexo	Hombres y Mujeres
Sector	Teniente Hugo Ortiz	Hogar	Hogares con jóvenes y adultos
Zona	Urbana		

Elaborado por: Fernanda Guillén

- **Segmentación socioeconómica:** Indican un estado o situación del consumidor, como el nivel de ingresos, la ocupación y el nivel de estudios. Constituyen criterios objetivos para clasificar o dividir mercados. Suelen combinarse para determinar la clase social. Sirven también para explicar el comportamiento del consumidor.

2.5. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

Conforme se establece con la información obtenida del Censo Poblacional 2010, ejecutado por el INEN, en el proceso de investigación de mercado se considera la población mujeres y hombres con edades comprendidas de 16 a 65 años que buscan una opción alimenticia basada en un producto sano en el barrio Teniente Hugo Ortiz del Distrito Metropolitano de Quito.

Población de la ciudad de Quito; referente poblacional del Distrito Metropolitano de Quito, ciudad en la que se posicionará la microempresa y de la cual se tomará la referencia del barrio objeto de estudio.

Tabla 2 Resultados de censo de población 2010

Resultados Censo de Población 2010	
Pichincha	
Quito	
Total	2.239.191
Mujeres	1.150.380
Hombres	1.088.811

Fuente. INEC. Censo 2010

Población del Barrio Teniente Hugo Ortiz, objeto de estudio para determinar segmento de mercado.

Tabla 3 Resultados censo por barrio 2010

Resultados censo de Población 2010	
Quito	
Barrio Teniente Hugo Ortiz	
Total	18.500
Mujeres	9.520
Hombres	8.980

Fuente. INEC. Censo 2010

2.6. CÁLCULO DE LA MUESTRA

La fórmula estadística que se utilizó para el cálculo de la muestra en la ciudad de Quito es la siguiente:

n= Número de la muestra.

Z= Es el porcentaje de datos que se abarca.

P y q= Variabilidad positiva y variabilidad negativa respectivamente.

N= Tamaño del universo.

E= Margen de error en este caso se utilizó un margen de error del 8%.

$$N = \frac{N * PQ}{(N - 1) \left[\frac{E^2}{K^2} \right] + PQ}$$

$$N = \frac{18500 * 0.25}{(18500 - 1) \left[\frac{0.08^2}{2^2} \right] + 0.25}$$

$$N = \frac{4625}{(18500) \left[\frac{0.0064}{4} \right] + 0.25}$$

$$N = \frac{4625}{(18499)[0.0016] + 0.25}$$

$$N = \frac{4625}{29,8484}$$

$$N = 154,9496$$

$$N = 155$$

La aplicación de la fórmula dio como resultado 155 personas a encuesta.

2.7. DISEÑO DE LA ENCUESTA

En el presente estudio se ha recolectado datos mediante la utilización de una encuesta, para conocer las opiniones de las personas, utilizando preguntas específicas. **VER ANEXO**

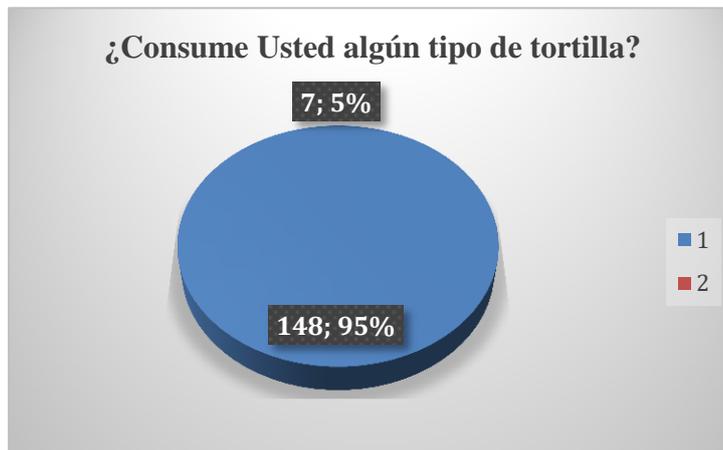
2.6.1. Resultados de la encuesta

1. ¿Consume Usted algún tipo de tortilla?

Tabla 4 Pregunta 1 encuesta

SI	NO
148	7
95%	5%

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén



Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

Análisis e Interpretación

Los investigados dicen que en un 95% consumen algún tipo de tortilla, un 5% dice que no. Podemos ver que las familias investigadas consumen en un porcentaje alto este producto.

2. ¿Con qué frecuencia consume tortillas?

Tabla 5 Pregunta 2 encuesta

DIARIA	SEMANTAL	MENSUAL
2	99	54
1%	64%	35%

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

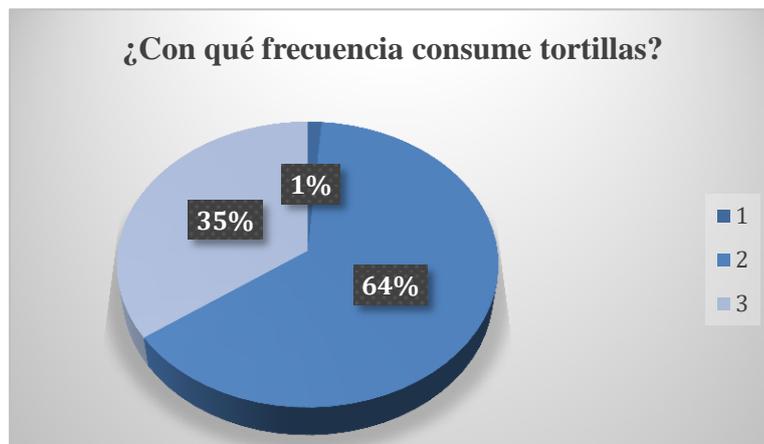


Ilustración 2 Pregunta 2 encuesta

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

Análisis e Interpretación

Sobre la frecuencia con que consumen tortillas el 64% dice semanalmente y el 35% dice mensualmente. Esta información permite apreciar que hay una alta frecuencia de consumo de este producto.

3. ¿Cuántas fundas de tortillas compra regularmente al mes?

Tabla 6 Pregunta 3 encuesta

1-2	3-4	5-6
7	30	118
5%	19%	76%

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

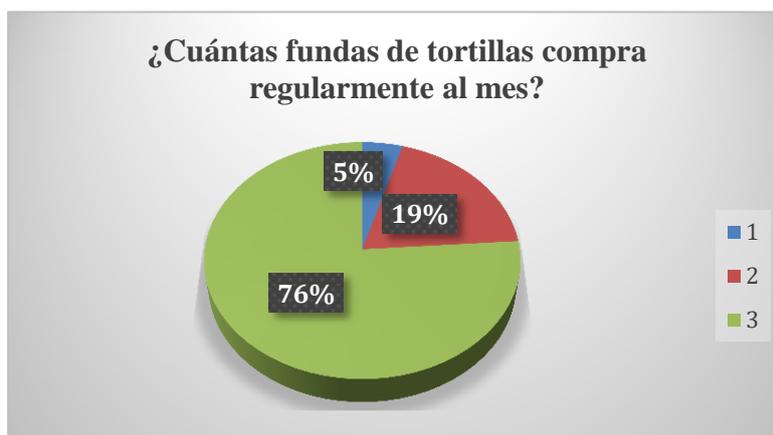


Ilustración 3 Pregunta 3 encuesta

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

Análisis e Interpretación

Los investigados dicen que en un 76% consumen de 5 a 6, un 19% de 3 a 4 y apenas un 5% de 1 a 2. Podemos ver que las familias investigadas consumen en mayor porcentaje de 5 a 6.

4. ¿Cómo compra las tortillas para consumirlas?

Tabla 7 Pregunta 4 encuesta

FRITAS	EMPAQUETADAS FRITAS	EMPAQUETADAS PARA FREIR
85	21	51
54%	13%	33%

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

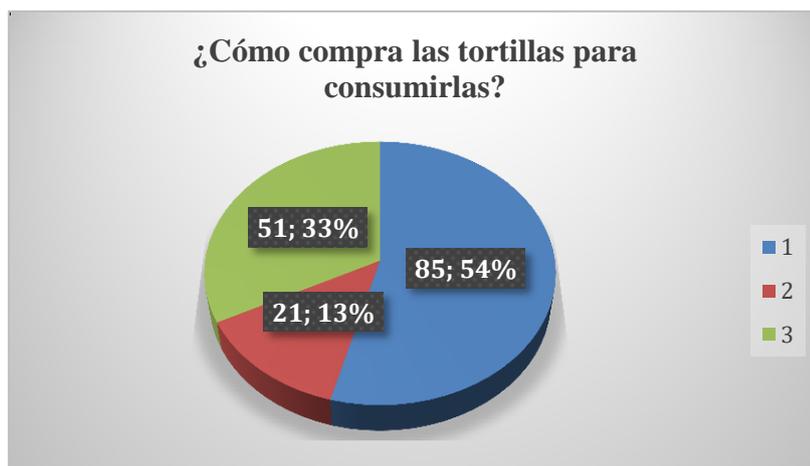


Ilustración 4 Pregunta 4 encuesta

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

Análisis e Interpretación

Los investigados dicen que en un 54% consumen fritas el 33% empaquetadas para freír ya penas un 13 empaquetadas fritas. Podemos ver que las familias encuestadas prefieren consumir tortillas ya fritas.

5. ¿En dónde habitualmente compraría las tortillas?

Tabla 8 Pregunta 5 encuesta

SUPERMERCADO	TIENDAS	PUESTO INFORMAL
47	2	106
30%	1%	69%

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

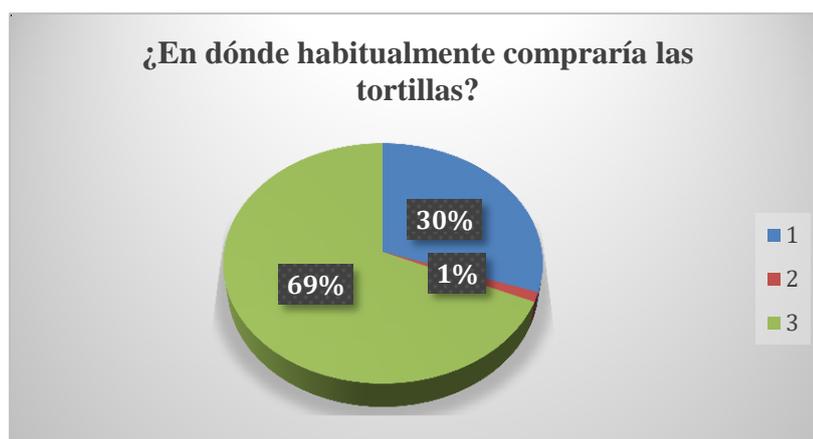


Ilustración 5 Pregunta 5 encuesta

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

Análisis e Interpretación

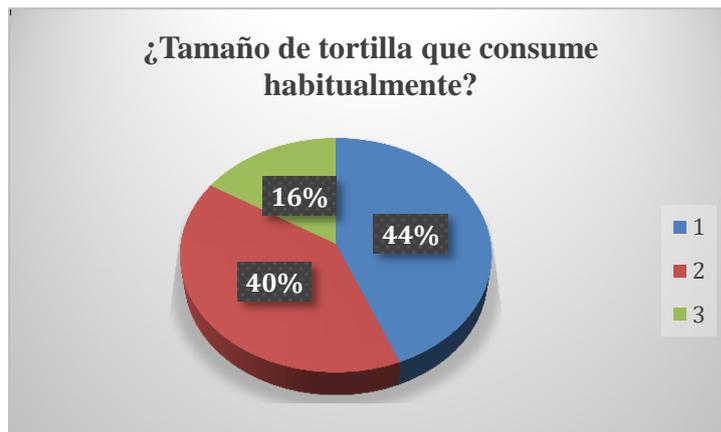
El 69% prefiere comprar en puestos informales, un 30% en el supermercado y el 1% en tiendas. Podemos ver que los investigados prefieren comprar el producto en puestos informales.

6. ¿Tamaño de tortilla que consume habitualmente?

Tabla 9 Pregunta 6 encuesta

PEQUEÑAS	MEDIANA	GRANDES
68	62	25
44%	40%	16%

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén



Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

Análisis e Interpretación

Con respecto a esta pregunta el 44% consume pequeñas, el 40% medianas y apenas el 16% grandes. Por lo que podemos apreciar que los investigados prefieren consumir el producto pequeño.

7. Según el tamaño de tortilla y precio por funda de 10 unidades. ¿Cuál compra habitualmente?

Tabla 10 Pregunta 7 encuesta

PEQUEÑAS 1,00	MEDIANAS 2,00	GRANDES 3,00
67	72	16
43%	47%	10%

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén



Ilustración 7 Pregunta 7 encuesta

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

Análisis e Interpretación

Con respecto a esta pregunta el 47% consume la mediana de \$2.00, el 43% las pequeñas de \$1.00 y apenas el 10% consume las grandes de \$3.00. Por lo que podemos apreciar que los investigados prefieren consumir el producto pequeño.

BAJO	MEDIO	ALTO
17	6	132
11%	4%	85%

8. Importancia de la presentación y el empaque al momento de comprar

Tabla 11 Pregunta 8 encuesta

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

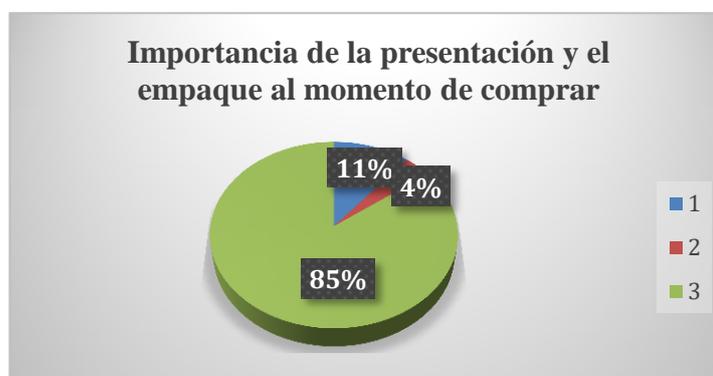


Ilustración 8 Pregunta 8 encuesta

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

Análisis e Interpretación

Con respecto a esta pregunta el 85% considera alto la importancia de la presentación y empaque del producto, el 11% lo considera bajo y apenas el 4% medio. Por lo que podemos apreciar que los investigados tienen un alto interés porque el producto esté bien presentado y empacado.

9. ¿Le gustaría consumir tortillas de quinua?

Tabla 12 Pregunta 9 encuesta

SI	NO
143	12
92%	8%

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

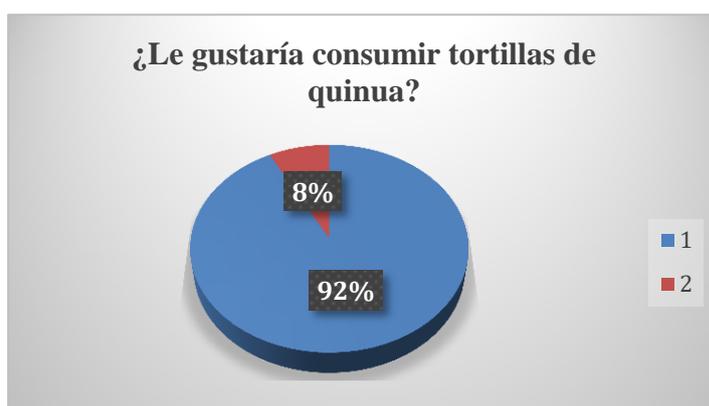


Ilustración 9 Pregunta 9 encuesta

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

Análisis e Interpretación

Con respecto a esta pregunta el 92% consumiría mi producto y apenas el 8% no. Pudiendo apreciar que los investigados consumirían este producto en un porcentaje muy alto.

10. ¿Le gustaría que las tortillas de quinua tengan algún acompañamiento al momento de consumirla?

Tabla 13 Pregunta 10 encuesta

MIEL DE ABEJA	MIEL DE PANELA	MERMELADAS
98	35	22
63%	23%	14%

Fuente: Encuesta - Elaborado por: Fernanda Guillén



Ilustración 10 Pregunta 10 encuesta

Fuente: Encuesta - Elaborado por: Fernanda Guillén

Análisis e Interpretación

Con respecto a esta pregunta el 63% contestó que le gustaría la miel, el 23% la panela y apenas el 14% mermelada. Pudiendo apreciar que a los investigados les gustaría más la miel de abeja para este producto.

2.6.2. Resultados de la encuesta

Tabla 14 Resultados de la encuesta

N°	VARIABLE PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA			ANÁLISIS
1	¿Consume Usted algún tipo de tortilla?	Si	148	95%	El 95% sí consume algún tipo de tortilla.
		No	7	5%	
2	¿Con qué frecuencia consume tortillas?	Diariamente	2	1%	El 64% consume el producto de las tortillas semanalmente, siendo un porcentaje bastante alto.
		Semanalmente	99	64%	
		Mensualmente	54	35%	
3	¿Cuántas fundas de tortillas compra regularmente al mes?	1-2	7	5%	Resultado favorable 76% compra de 5 a 6 fundas con tortillas para consumir y un 19% compra de 3 a 4 fundas al mes
		3-4	30	19%	
		5-6	118	76%	
4	¿Cómo compra las tortillas para consumirlas?	Fritas	85	54%	El 54% indica que le gusta consumir el producto ya frito.
		Empaquetadas fritas	21	13%	
		Empaquetadas para freír	51	33%	
5	¿En dónde compraría las tortillas?	Supermercado	47	30%	El 69% de los encuestados indica que consume en puestos informales, desplazando a los supermercados y tiendas con un porcentaje alto.
		Tiendas	2	1%	
		Puestos informales	106	69%	
6	¿Tamaño de tortilla que consume habitualmente?	Pequeña	68	44%	Se establece con estos indicadores que los consumidores prefieren tortillas pequeñas y medianas
		Mediana	62	40%	
		Grande	25	16%	
7	Según el tamaño de tortilla y precio por	Pequeña	1,00	43%	El 47% comprar la funda pequeña y el
		Mediana	2,00	47%	

	funda de 10 unidades. ¿Cuál compra habitualmente?	Grande	3,00	10%	43% mediana a los precios que corresponden \$2,00 y 1,00 respectivamente
8	Importancia de la presentación y el empaque al momento de comprar	Baja	17	11%	Los resultados obtenidos permiten determinar el alto porcentaje de importancia que le da el consumidor a la presentación y al empaque de las tortillas
		Media	6	4%	
		Alta	132	85%	
9	¿Le gustaría consumir tortillas de quinua?	Si	143	92%	Indicador altamente favorable que permite establecer que microempresa podría entrar en el mercado
		No	12	8%	
10	¿Le gustaría que las tortillas de quinua tengan algún acompañamiento al momento de consumirla?	Miel de abeja	98	63%	El resultado me permite conocer que el consumidor de tortillas desea un valor agregado como la miel de abeja el momento de consumir mi producto.
		Miel de panela	35	23%	
		Mermelada	22	14%	

Fuente: Encuesta - **Elaborado por:** Fernanda Guillén

2.8. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para conocer la demanda del proyecto se ha determinado la población a quien va orientado mi producto, lo cual es de 18.500 personas (niños, adultos y tercera edad).

Esta cantidad la segmentaremos tomando en cuenta únicamente a las personas que son económicamente activas; y, en relación a la aceptación del producto conforme a la encuesta realizada se determina el porcentaje de aceptación de 95%.

Segmentación 25% = 14800

$$14800 \times 95\% = 14060$$

- Demanda potencial 14060 personas
- Oferta real existente en el sector 0 ventas
- Demanda insatisfecha 14060 personas
- Oferta del proyecto

$$\frac{13172 \times 100}{14060} = \mathbf{93,68}$$

2.9. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

La propuesta de creación de la microempresa incluye el plan de comercialización que definitivamente debe estar sustentado mediante la aplicación de la técnica del Marketing Mix que analizará las 4 “P” que son producto, precio, plaza y promoción

2.9.1. Producto

El producto que se va a producir son las tortillas de quinua en varios tamaños y con valor agregado conforme se obtuvo los resultados de la encuesta orientada a los posibles consumidores.

Objetivo:

Lograr que el producto de tortillas de quinua llegue a ser reconocido en el mercado local y nacional.

Estrategias:

- Ofrecer un producto de excelente calidad con alto valor nutritivo.
- Entregar el producto de acuerdo a las normas de calidad que sea higiénico, saludable y apetitoso.

Producto 1

Tabla 15 Producto 1 Producto tortillas de quinua unidad

Producto	Tamaño	Diámetro	Calorías
Tortilla de quinua	Pequeña	8 cm	17 Kcal
Tortilla de quinua	Mediana	10 cm	23 Kcal
Tortilla de quinua	Grande	12 cm	29,7 Kcal

Elaborado por: Fernanda Guillén

Producto 2

Tabla 16 Producto 2 tortilla de quinua en funda de 10 u.

Producto	Tamaño	Diámetro	Calorías
Tortilla de quinua fundas 10 u.	Pequeña	8 cm	17 Kcal
Tortilla de quinua fundas 10 u.	Mediana	10 cm	23 Kcal
Tortilla de quinua fundas 10 u.	Grande	12 cm	29,7 Kcal

Elaborado por: Fernanda Guillén

2.9.2. Precio

Para determinar el precio se considerará los insumos que se requieren para la elaboración final del producto en sus diferentes presentaciones conforme se determinó en el estudio de mercado.

Producto 1.

Tabla 17 Precio tortillas por unidad

Producto	Tamaño	Diámetro	Calorías	Precio
Tortilla de quinua	Pequeña	8 cm	17 Kcal	0,10
Tortilla de quinua	Mediana	10 cm	23 Kcal	0,20
Tortilla de quinua	Grande	12 cm	29,7 Kcal	0,30

Elaborado por: Fernanda Guillén

Producto 2.

Tabla 18 Precio tortilla de fundas de 10 unidades

Producto	Tamaño	Diámetro	Calorías	Precio
Tortilla de quinua fundas 10 u.	Pequeña	8 cm	17 Kcal	1,00
Tortilla de quinua fundas 10 u.	Mediana	10 cm	23 Kcal	2,00
Tortilla de quinua fundas 10 u.	Grande	12 cm	29,7 Kcal	3,00

Elaborado por: Fernanda Guillén

2.9.3. Plaza

El emprendimiento que se orientará a la producción y comercialización de tortillas de quinua, estará ubicado en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito y de manera específica en el Barrio Teniente Hugo Ortiz, calle Diego Mejía.

2.9.4. Promoción

Cuando se trata de promocionar mi producto, lo más importante hoy en día es necesario considerar varios elementos que le de legitimidad al emprendimiento como:

Hojas volantes, dípticos, trípticos, afiches, además, un comunicado de prensa, redes sociales (Facebook, Instagram, Whatsap, Snapchat) Twiter), páginas web, comunicados de radio y televisión entre los más conocidos. En estos medios de información lo que se pretende es asegurar un proceso de información orientado a dar a conocer a los potenciales clientes las ofertas en relación a productos que se ofrecerán con valores publicitarios.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.3.1. Objetivo

Analizar las diferentes alternativas de ubicación espacial del proyecto.

La localización tiene por objetivo, analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, buscando establecer un lugar que ofrezca los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, al ser una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.

MICROEMPRESA		LAS TORTILLAS DE MAMÁ
Ubicación:	Provincia:	Pichincha
	Cantón:	Quito
	Zona:	Distrito Metropolitano de Quito
	Barrio:	Teniente Hugo Ortiz (sector sur de la ciudad)
Organización	Microempresa Independiente	
Numero de RUC:	1726596544001	

Tabla 19 Localización del proyecto

Elaborado por: Fernanda Guillén

3.3.2. Macro localización

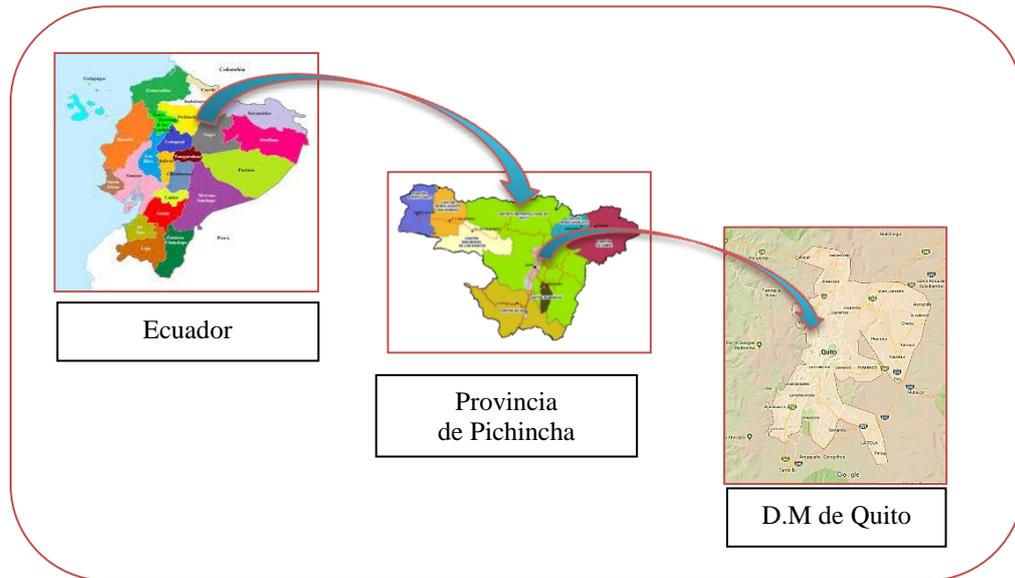


Ilustración 11 Macro localización

Elaborado por: Fernanda Guillén

3.3.3. Micro localización

Barrio Teniente Hugo Ortiz

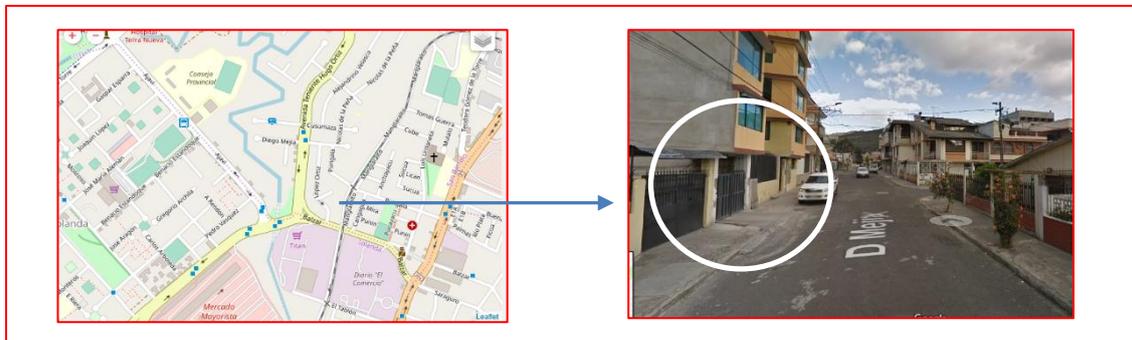


Ilustración 12 Micro localización

Elaborado por: Fernanda Guillén

3.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

La microempresa posicionará en el mercado el producto tortillas de quinua que es un superalimento que no puede faltar en tu lista de la compra, no solo por su delicioso sabor sino por sus múltiples beneficios para la salud. Esta semilla proviene de los Andes y es rica en vitaminas y minerales por lo que la estoy orientando como producto principal del emprendimiento que estoy fomentando.

Producto 1 Tortillas de quinua por unidades

Tabla 20 Tortillas por unidades

Producto	Tamaño	Diámetro	Calorías
Tortilla de quinua	Pequeña	8 cm	17 Kcal
Tortilla de quinua	Mediana	10 cm	23 Kcal
Tortilla de quinua	Grande	12 cm	29,7 Kcal

Elaborado por: Fernanda Guillén

Producto 2, tortillas de quinua en paquetes de 10 unidades

Tabla 21 Tortillas en paquetes de 10 unidades

Producto	Tamaño	Diámetro	Calorías
Tortilla de quinua fundas de 10 u.	Pequeña	8 cm	17,25 Kcal
Tortilla de quinua fundas de 10 u.	Mediana	10 cm	23 Kcal
Tortilla de quinua fundas de 10 u.	Grande	12 cm	29,7 Kcal

Elaborado por: Fernanda Guillén

3.3. TAMAÑO DEL PROYECTO

Los factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta que se implementará con la propuesta del proyecto es una tarea que estará limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento.

3.4. DIMENSIONES DEL MERCADO

De acuerdo con el segmento del mercado que se obtuvo mediante el estudio de mercado, se determina la cantidad de productos a producir y así el tamaño de la planta, se puede también basar tanto en la demanda presente y en la futura.

3.5. LA CAPACIDAD DE FINANCIAMIENTO

Esta segunda variable que condiciona el tamaño del proyecto es la capacidad de financiamiento que tendré para el proyecto; hay que tener en cuenta que el proyecto no solo se puede desarrollar con recursos propios, sino que también es posible acudir a las diferentes fuentes de financiamiento que propone el sector financiero del país, pero siempre teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:

3.5.1. Equipos para utilizar

Esta otra variable condicionante del tamaño tiene que ver con ciertos procesos tecnológicos que exigen un volumen mínimo de producción que puede ser superior las necesidades y programación del proyecto, de tal manera que los costos de operación tienen que ser bajos de tal manera que pueda implementar el proyecto.

3.5.2. Disponibilidad de insumos

Esta otra variable determinante del tamaño, y nos obliga analizar la oferta actual y futura de los insumos más importantes, con el fin de conocer a corto y largo plazo su existencia; además se debe evaluar la posibilidad de emplear insumos sustitutos si el proyecto lo permite.

Por lo tanto, debemos tener seguridad de conseguir las materias primas en cualquier momento para darle confiabilidad al proyecto y así poder definir con toda seguridad su tamaño.

3.6. LA DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL MERCADO

Igualmente, se debe tener en cuenta la ubicación geográfica de los consumidores y / clientes del proyecto, para pensar en:

- Una sola unidad productiva para atender todo el mercado.

3.7. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA TORTILLA DE QUINUA

- 1. Comprar quinua de producción orgánica**

2. Limpiar quinua
3. Moler quinua
4. Preparar ingredientes
5. Mezclar ingredientes (mantequilla, royal y agua tibia) con la harina de quinua.
6. Elaborar masa para tortillas.
7. Se efectúa primer control de calidad (se determina si la masa presenta las condiciones adecuadas para iniciar proceso de producción de tortillas si no presenta problemas pasa al siguiente punto caso contrario se repite la elaboración de la masa.
8. Se elabora la tortilla de quinua, mientras alcanza su consistencia.
9. Se prepara cocina y paila de barro para proceder a tostar la tortilla.
10. Se procede a tostar.
11. Se saca tortilla tostada.
12. Si el cliente desea para consumir en el local se pone en plato si desea para llevar se empaqueta.

3.8. PROCESO DE PRODUCCIÓN DE TORTILLAS DE QUINUA

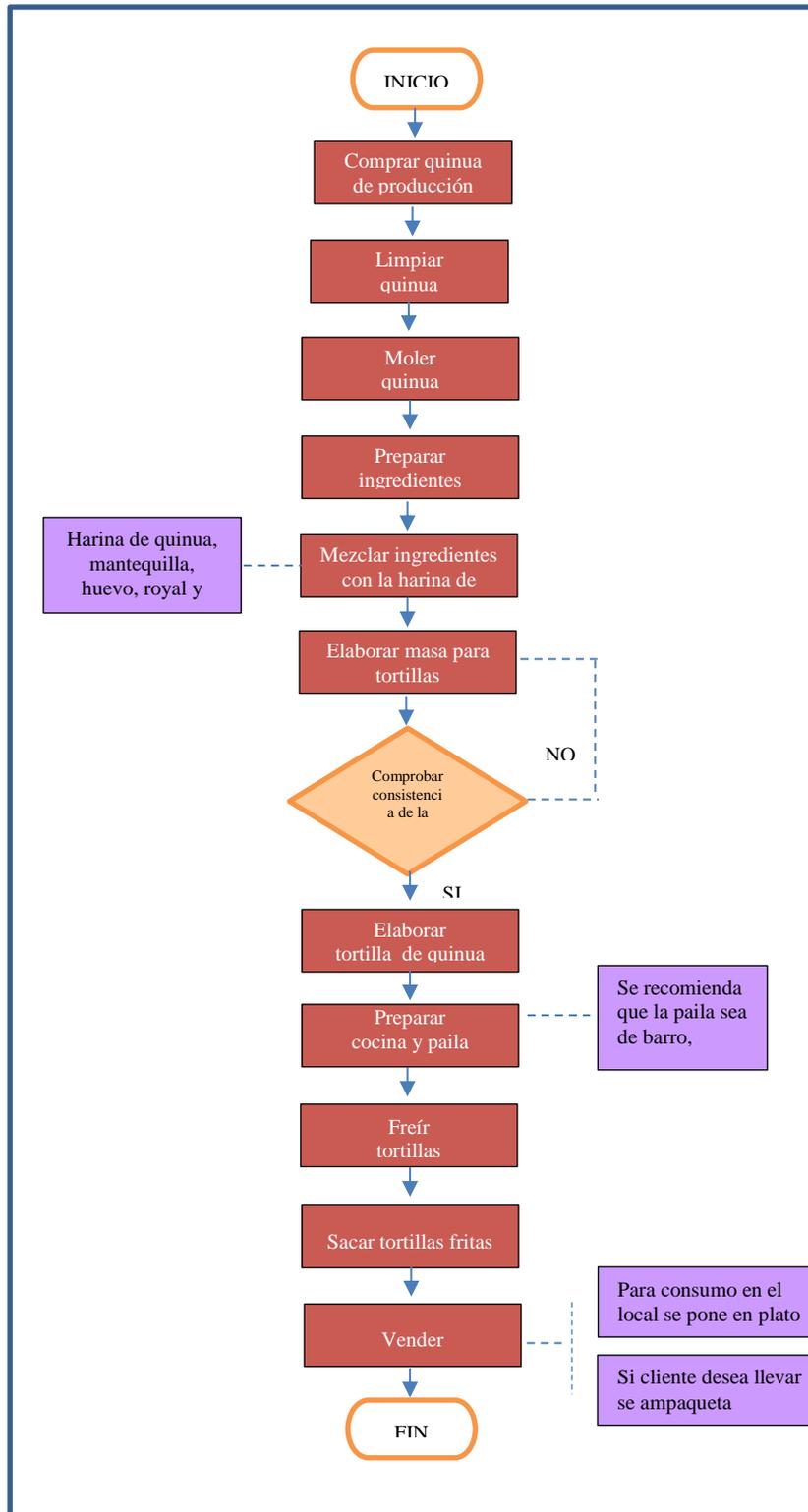


Ilustración 12 Proceso de producción de las tortillas de quinua

Elaborado por: Fernanda Guillén

3.9. DESCRIPCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA

La infraestructura está constituida por un área administrativa en la que se instalará:

- Administración
- Recepción y secretaria
- Contabilidad y pagaduría
- Bodega
- Área de producción
- Área de comercialización y venta



Ilustración 13 Descripción infraestructura

Elaborado por: Fernanda Guillén

3.9.1. Descripción de los insumos, herramientas y materiales

Tabla 22 Insumos

Insumos		
Detalle	Características	Costo
Quinoa	Quintal	USD 60
Huevos	cubeta	USD 1,15
Sal	Fundas de 2Kg	USD 2,00

Elaborado por: Fernanda Guillén

Tabla 23 Equipos

Equipos				
Detalle	Características	Dimensiones	Vida útil	Costo
Cocina	Industrial	Alto 1.15 m Ancho 0.95 cm Largo 1.30 m	10 años	USD 150
Refrigerador	Doméstico	Alto 1.15 m Ancho 0.95 cm Largo 1.30 m	10 años	USD 1000

Elaborado por: Fernanda Guillén

Tabla 24 Materiales

Materiales				
Detalle	Características	Dimensiones	Vida útil	Costo
Sartén	De teflón	30 cm diámetro	10 años	USD 500
Paila	De barro	50 cm diámetro	10 años	USD 1000
Cucharas	De madera	35 cm largo	10 años	USD 500

Elaborado por: Fernanda Guillén

3.9.2. Descripción de los recursos humanos

En la microempresa que se está estructurando se requiere personal que ponga en marcha el negocio:

- **Mano de obra directa:** Son las personas que intervienen directamente en el proceso operativo de la empresa, es decir los que transforman la materia prima en productos, aquí está el operario.
- **Mano de obra indirecta:** Son aquellas personas que no tienen relación directa con la producción del producto, por ejemplo: el vendedor, la administradora, contadora.

CAPÍTULO IV

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO – LEGAL

4.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

El nombre de la microempresa con la que ofertará el producto es novedoso: **“Las Tortillas de Mamá”**, lo mismo que permitirá marcar la diferencia con la competencia.

4.1.1. Logotipo

El logotipo de mi microempresa está inspirado en los varios colores: el amarillo que simboliza a la quinua y representa la felicidad de mi familia al conocer que podremos abrir un negocio familiar y a futuro tener variedad de productos a base de la quinua; el color verde por esperanza y el tomate combinado con blanco al ser un color cálido atrae visualmente a todas las personas.



4.2. FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

“Las Tortillas de Mamá” tiene una visión clara de sustentabilidad, busca el bienestar social, económico y ambiental, ofertará productos de calidad para todos los clientes que confían en nuestra honestidad y responsabilidad para producir las mejores tortillas a base de quinua como la mejor alternativa nutricional para toda la población de Quito.

4.2.1. Misión

Somos una microempresa que entrega al consumidor un producto elaborado en buenas condiciones de higiene, altamente nutritivo y de buena calidad con la finalidad de satisfacer las necesidades alimenticias de las familias.

4.2.2. Visión

Posicionarse en el mercado como una microempresa líder en el mercado de producción de tortillas.

4.2.3. Valores

- **Honestidad:** nuestro comportamiento se fundamenta en la justicia, integridad, honradez indica la sinceridad y transparencia con la que actúa la microempresa frente a la comunidad.
- **Responsabilidad:** ejercer dentro de los valores morales y normas éticas conducta apropiada para facilitar la atención y servicio al cliente.
- **Trabajo de equipo:** favorece el compañerismo, la humildad, la disponibilidad y la comunicación entre todos quienes desempeñamos nuestras actividades para brindar un buen servicio y atención a nuestros clientes.
- **Creatividad e innovación:** favorece un ambiente donde se facilita la generación e implementación de nuevas ideas y reconocimientos, fortaleciendo a la microempresa que tiene la capacidad de responder a los cambios de lo que rodea.

4.3. ORGANIZACIÓN (ORGANIGRAMA)

Con la finalidad de generar un trabajo organizado y asegurar la eficiente administración de los recursos es indispensable fortalecer la estructura organizacional con criterios microempresariales, para el efecto se propone la siguiente estructura:

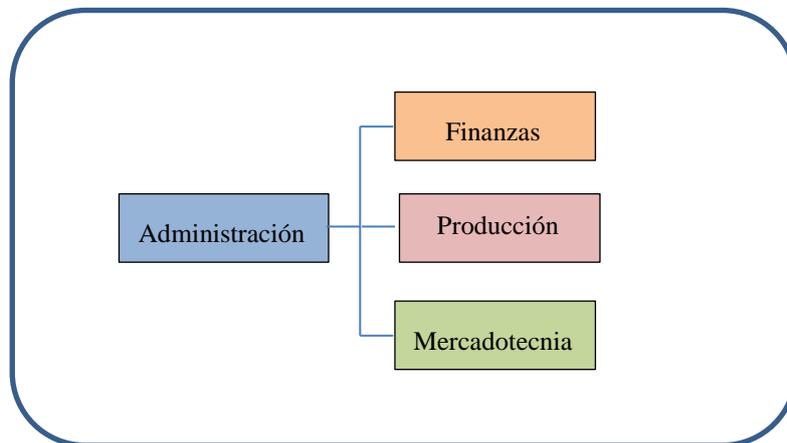


Ilustración 14 Organigrama

Elaborado por: Fernanda Guillén

4.4. PERFILES Y FUNCIONES DEL TALENTO HUMANO

4.4.1. Contador: Perfil y funciones

Tabla 25 Perfil del contador

2. ADMINISTRADORA	
1. CONTADORA	
DEPENDENCIA	Finanzas
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Gerente
PERSONAL A CARGO	Ninguno
MISIÓN DEL CARGO	El cargo por desempeñar es organizar, dirigir y controlar el área contable de la empresa.
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ordenar diariamente todos los comprobantes de ingresos, gastos y reportes de la propuesta ✓ Recibir, revisar y poner el visto bueno en los reportes diarios de caja, producción e inventarios de la microempresa ✓ Clasificar los comprobantes de contabilidad y completar los documentos soporte ✓ Llevar al día el libro de bancos, y efectuar las correspondientes conciliaciones bancarias mensuales en los primeros días de cada mes ✓ Llevar los libros de compras, ventas documentos por cobrar, por pagar, y los kárdex de activos fijos y de inventarios ✓ Llevar el libro de vencimientos de cuentas acreedoras, ✓ Tipiar los trabajos que se le asignen ✓ Todas las demás funciones inherentes a su función y a las que se le encarguen 	
RESPONSABILIDADES	Llevar y dirigir la contabilidad de la empresa, efectuar cobros y pagos, y, preparar periódicamente los estados financieros de la empresa.
REQUISITO	Tomar curso sobre economía popular y solidaria

Elaborado por: Fernanda Guillén

DEPENDENCIA	Gerencia
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Ninguna
PERSONAL A CARGO	Todo el personal
MISIÓN DEL CARGO	Representar legalmente a la microempresa y ejercer sus funciones de acuerdo a las disposiciones de la Asamblea General.
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Es el encargado de planificar, organizar, dirigir y controla todos los procesos que se diseñen, desarrollen y ejecuten. ✓ Liderar los procesos que tienen que ver con la nueva microempresa (administrativo, producción, comercialización y control) ✓ Abrir y cerrar cuentas bancarias, Adquirir insumos, materiales, equipo y maquinaria de acuerdo con lo planificado ✓ Generar reportes administrativos y la información financiera a los interesados ✓ Certificar los documentos de la microempresa ✓ Los demás deberes que se dictaren o que le dieran la asamblea. 	
RESPONSABILIDADES	Es el responsable de la operatividad de la microempresa
REQUISITO	Tomar curso sobre economía popular y solidaria

4.4.2. Administrador: Perfil y funciones

Tabla 26 Perfil del Administrador

Elaborado por: Fernanda Guillén

4.4.3. Técnico en producción: Perfil y funciones

Tabla 27 Perfil del técnico en producción

3. TÉCNICO EN PRODUCCIÓN	
DEPENDENCIA	Producción
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Gerente
PERSONAL A CARGO	Productores
MISIÓN DEL CARGO	Es el encargado de facilitar la asistencia técnica para la producción del producto de la microempresa.
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsable del proceso productivo del producto (tortillas de quinua) ✓ Capacitar a las socias de la microempresa en los procesos productivos ✓ Implementar buenas prácticas de manufactura (BPM) ✓ Control de calidad en el ingreso de la producción. ✓ Preparación y presentación de información técnica, productiva, operativa y reportes administrativos, acerca de su gestión, ante el Administrador de la microempresa ✓ Establecer el proceso de almacenamiento de los productos obtenidos, comercializarlo o industrializarlo. ✓ Las demás funciones que le asignare el Gerente para asegurar una producción de calidad y costos bajos. 	
RESPONSABILIDADES	Es el responsable de la producción de las tortillas de quinua.
REQUISITO	Tomar curso sobre economía popular y solidaria

Elaborado por: Fernanda Guillén

4.4.4. Técnico en Mercadotecnia: Perfil y funciones

Tabla 28 Perfil técnico en mercadotecnia

4. TÉCNICA EN MERCADOTECNIA	
DEPENDENCIA	Mercadotecnia
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Gerente
PERSONAL A CARGO	Ninguno
MISIÓN DEL CARGO	Es el encargado de generar procesos de gestión, estudios de mercado, análisis de competencia, promoción de la microempresa, difusión y distribución del producto.
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
	<ul style="list-style-type: none">✓ Responsable del proceso de planear las actividades de la empresa, en relación con el precio, la promoción, distribución y ventas del producto✓ Definir el producto con base a las preferencias del consumidor✓ Crear intercambio entre (microempresa-consumidor) para satisfacer los objetivos de los clientes y de la propia organización.✓ Las demás funciones que le asigne el Gerente para asegurar una producción de calidad y costos bajos.
RESPONSABILIDADES	Es el responsable de establecer los objetivos del área para potenciar, precio, producto, plaza y distribución del producto en el mercado.
REQUISITO	Tomar curso sobre economía popular y solidaria

Elaborado por: Fernanda Guillén

4.5. CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA

4.5.1. Trámites para la constitución

- **Acta Constitutiva:**

Para la constitución de la microempresa se ha tomado en cuenta el tipo de organización que mejor se adapte a las actividades; es así que consideró aplicar la Compañía de Responsabilidad Limitada y que una vez constituida legalmente podrá funcionar para la producción y comercialización de tortillas.

- **Organización Legal:**

Según la ley de Compañías, art. 92 y art.95 establece que la Compañía de Responsabilidad Limitada está conformada por no menos de dos personas y un máximo de quince personas que hacen el comercio bajo una razón social o una

denominación objetiva, en caso de excederse tendrán que transformarse en otra clase de microempresa o disolverse.

De acuerdo con la siguiente microempresa estará integrada por un solo propietario quien ejercerá el rol de Administrador para que mediante la Notaria Publica del Distrito Metropolitano de Quito sea suscrito el contrato social el cual comprenderá las normas y estatutos correspondientes, los cuales posteriormente serán aprobados por la Superintendencia de Compañías y su inscripción en el Registro Mercantil.

Se llama de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa.

4.5.2. Requisitos para constituir una microempresa

1. Emisión del Registro Único del Contribuyente (Recuperado de: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>)

 FICHA DE REQUISITOS				
REQUISITOS GENERALES PARA IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE (PERSONA NATURAL) O REPRESENTANTE LEGAL DE LA SOCIEDAD EN INSCRIPCIÓN O ACTUALIZACIÓN DEL RUC				
Nombre del Requisito	Detalle del Requisito	Características Especifica del Ciudadano	Forma de presentación	Características del Requisito
Documento de identificación	Cédula de identidad	Ecuatoriano / Extranjero Residente	Original	Son válidas las cédulas: reemplastadas, que se encuentren perforadas, siempre y cuando no afecte la integridad del documento. Sin huella para analfabetos o personas con discapacidad. Se podrá aceptar la ficha índice dactilar, certificados provisionales vigentes emitidos por el Registro Civil, certificados biométricos, o tarjeta consular siempre que en estos documentos se pueda identificar la firma del contribuyente. No se aceptan cédulas ilegibles, caducadas, que no tengan un periodo de vigencia o refieran hasta la muerte del titular, cédulas de menor de edad cuando la persona ya sea mayor de edad
	Pasaporte ecuatoriano	Ecuatoriano / Extranjero Residente	Original y copia para inscripción y solo original para actualización	No se aceptan pasaportes caducados. El pasaporte debe incluir aquellas hojas que identifiquen al contribuyente
	Pasaporte + Visa	Extranjero no residente	Original y copia para inscripción y solo original para actualización	No se aceptan pasaportes caducados. El pasaporte debe incluir aquellas hojas que identifiquen al contribuyente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto visas de turista o transeúnte. No se aceptan visas pre aprobadas
	Credencial o Certificado de refugiado	Extranjero no residente	Original y copia para inscripción y solo original para actualización	Para el caso de refugiados se solicita en lugar del pasaporte y visa la credencial o certificado emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, no se acepta la credencial caducada (la credencial provisional de refugiado es válida por tres (3) meses).
Documento migratorio	Documento que acredite la condición migratoria regular en el territorio insular	Ecuatoriano / Extranjero Residente / Extranjero no residente	Original y copia del documento vigente que acredite la condición migratoria regular	Aplica exclusivamente para los trámites realizados en la Provincia de Galápagos
Certificado de votación	Certificado de votación, Certificado de exención; o, Certificado de pago de multa por no sufragar	Ecuatoriano	Original	Cuando sea obligatorio el voto, se verificará la obligación de haber cumplido con el mismo mediante la información que consta en los medios electrónicos que dispone el SRI, en caso de no disponer de esta información de manera electrónica, se exigirá la presentación de este documento.

Ilustración 15 Requisitos para solicitar RUC

2. Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos.

- Formulario Declarativo de Ocupación.
- Copia del certificado de Visto Bueno de Planos.
- Copia de la memoria técnica y/o formulario declarativo aprobada y sellada en V.B.P.
- Copia de los planos SCI aprobados y sellados.
- Certificado de instalación del sistema de detección y alarma en conformidad con NFPA 72.
- Documento declarativo donde se especifique la entrega a cada unidad de vivienda de Extintores, Ventilaciones y Calentamiento de Agua.
- Certificado de tratamiento intumescente a la estructura metálica y/o madera vista.
- Certificado de las puertas corta fuego RF-60 mín.
- Certificado de las Pruebas de Presión o hermeticidad del sistema de supresión con agua.
- Certificado de Instalación de Presurización de Gradadas.
- Certificado de Instalación de Pararrayos.
- Declaración de cumplimiento VBP, instalación, funcionamiento y certificados de instalación. **Ver Anexo.** (Recuperado de: <https://www.bomberosquito.gob.ec/images/pdf/prevencion/pocupacion.pdf>).

3. Obtención de patente municipal de comerciante.

1. Formulario de inscripción de patente.
2. Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
3. Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
4. Copia del RUC en el caso que lo posea.
5. Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
6. Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas

7. Si el trámite lo realiza una tercera persona:

- Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave. (Recuperado de: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/34066-requisitos-para-sacar-la-patente-municipal-de-quito>).

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1. PRESUPUESTO INICIAL

A. Muebles y Enseres			
Concepto	Cantidad	P. unitario	P. total
Escritorios comunes	2	40,00	80,00
Escritorio secretaria	2	40,00	80,00
Silla giratoria	2	100,00	200,00
Archivadores	1	90,00	90,00
Sillas sencillas	4	50,00	200,00
TOTAL			650,00

Tabla 29 Presupuesto inicial

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.2. PRESUPUESTO MAQUINARIA

B. Maquinaria y Equipo			
Concepto	Cantidad	P. unitario	P. total
Cocina Industrial	1	150,00	150,00
Tanque de gas industrial	2	60,00	120,00
Mesa de acero inoxidable	1	250,00	250,00
Sartenes	2	12,00	24,00
Utensilios de cocina (juegos)	1	50,00	100,00
Refrigerador	1	600,00	600,00
TOTAL			1014,00

Tabla 30 Presupuesto maquinaria

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.3. PRESUPUESTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Tabla 31 Presupuesto de equipo de computación

C. Equipos de computación			
Concepto	Cantidad	P. unitario	P. total
Equipo de computo	2	750,00	1500,00
Impresora multifuncional	1	250	250,00
TOTAL			1750,00

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.4. PRESUPUESTO EQUIPO DE OFICINA

Tabla 32 Presupuesto equipo de oficina

D. Equipos de oficina			
Concepto	Cantidad	P. unitario	P. total
Telefax	1	120,00	120,00
TOTAL			120,00

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.5. PRESUPUESTO MATERIA PRIMA

Tabla 33 Presupuesto materia prima

E. Materia prima			
Concepto	Cantidad	P. unitario	P. total
Quinoa	2 qq	40,00	80,00
Aceite	1 (5 litros)	15,00	15,00
TOTAL			95,00

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.6. PRESUPUESTO SUELDOS Y SALARIOS

Tabla 34 Presupuesto sueldos y salarios

F. Sueldos y Salarios		
No. Trabajadores	Descripción de trabajo	Sueldo
1	Administrador (a)	394,00
1	Técnica en Finanzas	394,00
1	Técnica en Producción	394,00
1	Técnica en Mercadotecnia	394,00
TOTAL, SUELDO MENSUALES		1.576,00

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.7. PRESUPUESTO GASTOS OPERATIVOS

Tabla 35 Presupuesto gastos operativos

F. Gastos operativos	
Descripción	Sueldo
Energía Eléctrica	10,00
Agua potable	10,00
Consumo telefónico	15,00
Internet	30,00
Permisos y patentes	250,00
Publicidad	100,00
TOTAL	445,00

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.8. INGRESO POR VENTAS

Tabla 36 Ingreso por ventas

GASTOS	
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	
Muebles y Enseres	650,00
Maquinaria y Equipo	1014,00
Equipos de computación	1750,00
Equipos de oficina	120,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	3.534,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
	Gasto mensual
Materia prima	95,00
Sueldos y Salarios	1.576,00
Gastos operativos	445,00
SUBTOTAL	2.116
Total Inversión inicial	5.650,00

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.9. INGRESOS POR VENTAS

Tabla 37 Ingreso de ventas producto de 125, 150 y 200 gramos

PRODUCTO 1 125 gr		INGRESOS VENTAS			
Producto	Presentación	\$ Valor	Ventas/día	Ventas/me s	TOTAL
Tortillas de Quinoa	Unidades	0,10	90	2700	270,00
Tortillas de Quinoa	Paquetes 10 U	1,00	15	450	450,00
TOTAL INGRESOS					920,00

PRODUCTO 2 150 gr		INGRESOS VENTAS			
Producto	Presentación	\$ Valor	Ventas/día	Ventas/me s	TOTAL
Tortillas de Quinoa	Unidades	0,20	120	3600	720,00
Tortillas de Quinoa	Paquetes 10 U	2,00	25	750	1.500,00
TOTAL INGRESOS					2.220,00

PRODUCTO 3 200gr		INGRESOS VENTAS			
Producto	Presentación	\$ Valor	Ventas/día	Ventas/me s	TOTAL
Tortillas de Quinoa	Unidades	0,30	130	3900	1.170,00
Tortillas de Quinoa	Paquetes 10 U	3,00	32	960	2.880,00
TOTAL INGRESOS					4.050,00

Elaborado por: Fernanda Guillén

INGRESOS TOTAL 920,00+2.220,00+4.050,00 = 7.190

5.10. INVERSIÓN INICIAL

Tabla 38 Inversión inicial

ACTIVO	VALOR ORIGINAL
Muebles y enseres	650
Maquinaria y equipo	1.014
Equipos de computación	1.750
Equipos de oficina	120
TOTALES	3.534,00
CAPITAL DE TRABAJO UN MES	4.388,67
TOTAL INVERSION	7.922,67

el capital de trabajo no se deprecia
pasa al flujo de caja

copiar de arriba hacia abajo

ACTIVO	VALOR ORIGINAL	% DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION PROYECTADA 5 años	SALDO EN LIBROS CONTABLES	saldo en libros igual valor del activo menos depreciación total
Muebles y enseres	650	10,00	65,00	325,00	325,00	
Maquinaria y equipo	1.014	10,00	101,40	507,00	507,00	
Equipos de computación	1.750	33,00	577,50	2.887,50	-1.137,50	
Equipos de oficina	120	10,00	12,00	60,00	60,00	
TOTALES	3.534,00		755,90	3.779,50	-245,50	Valor de rescate de los activos pasa al flujo

DEPRECIACIONES 755,90
AMORTIZACIONES 0,00

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.11. COSTOS

Tabla 39 Costos -Proyección de compras

PROYECCION DE COMPRAS

COMPRAS					
DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Presentación 1 125 gramos	78.850,00	90.677,50	104.279,13	125.134,95	150.161,94
Quinoa	78.850,00	90.677,50	104.279,13	125.134,95	150.161,94
Huevos	78.850,00	90.677,50	104.279,13	125.134,95	150.161,94
Sal	78.850,00	90.677,50	104.279,13	125.134,95	150.161,94
Otros	78.850,00	90.677,50	104.279,13	125.134,95	150.161,94
PRECIO COMPRA					
Quinoa	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02
Huevos	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
Sal	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
Otros	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
TOTAL COMPRAS	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05
Total Quinoa	\$1.577,00	\$1.813,55	\$2.085,58	\$2.502,70	\$3.003,24
Total Huevos	\$788,50	\$906,78	\$1.042,79	\$1.251,35	\$1.501,62
Total Sal	\$788,50	\$906,78	\$1.042,79	\$1.251,35	\$1.501,62
Total Otros	\$788,50	\$906,78	\$1.042,79	\$1.251,35	\$1.501,62
COMPRA TOTAL (1)	\$3.942,50	\$4.533,88	\$5.213,96	\$6.256,75	\$7.508,10
Presentación 2 150 gramos	83.990,00	96.588,50	111.076,78	133.292,13	159.950,56
Quinoa	83.990,00	96.588,50	111.076,78	133.292,13	159.950,56
Huevos	83.990,00	96.588,50	111.076,78	133.292,13	159.950,56
Sal	83.990,00	96.588,50	111.076,78	133.292,13	159.950,56
Otros	83.990,00	96.588,50	111.076,78	133.292,13	159.950,56
PRECIO COMPRA					
Quinoa	\$0,03	\$0,03	\$0,03	\$0,03	\$0,03
Huevos	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02
Sal	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
Otros	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
TOTAL COMPRAS	\$0,07	\$0,07	\$0,07	\$0,07	\$0,07
Total Quinoa	\$2.519,70	\$2.897,66	\$3.332,30	\$3.998,76	\$4.798,52
Total Huevos	\$1.679,80	\$1.931,77	\$2.221,54	\$2.665,84	\$3.199,01
Total Sal	\$839,90	\$965,89	\$1.110,77	\$1.332,92	\$1.599,51
Total Otros	\$839,90	\$965,89	\$1.110,77	\$1.332,92	\$1.599,51
COMPRA TOTAL (2)	\$5.879,30	\$6.761,20	\$7.775,37	\$9.330,45	\$11.196,54
Presentación 3 200 gramos	93.270,00	107.260,50	123.349,58	148.019,49	177.623,39
Quinoa	93.270,00	107.260,50	123.349,58	148.019,49	177.623,39

Huevos	93.270,00	107.260,50	123.349,58	148.019,49	177.623,39	
Sal	93.270,00	107.260,50	123.349,58	148.019,49	177.623,39	
Otros	93.270,00	107.260,50	123.349,58	148.019,49	177.623,39	
PRECIO COMPRA						
Quinoa	\$0,04	\$0,04	\$0,04	\$0,04	\$0,04	
Huevos	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02	
Sal	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	
Otros	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	
TOTAL COMPRAS	\$0,08	\$0,08	\$0,08	\$0,08	\$0,08	
Total Quinoa	\$3.730,80	\$4.290,42	\$4.933,98	\$5.920,78	\$7.104,94	
Total Huevos	\$1.865,40	\$2.145,21	\$2.466,99	\$2.960,39	\$3.552,47	
Total Sal	\$932,70	\$1.072,61	\$1.233,50	\$1.480,19	\$1.776,23	
Total Otros	\$932,70	\$1.072,61	\$1.233,50	\$1.480,19	\$1.776,23	
COMPRA TOTAL (3)	\$7.461,60	\$8.580,84	\$9.867,97	\$11.841,56	\$14.209,87	
COMPRAS Unidades producidas	256.110,00	294.526,50	338.705,48	406.446,57	487.735,88	
COMPRAS TOTALES	\$17.283,40	\$19.875,91	\$22.857,30	\$27.428,76	\$32.914,51	\$120.359,87 pasa al PyG

PAGO

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)	
PAGO CREDITO (1)	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	
PAGO CREDITO (2)	\$0,00	\$0,001	\$0,001	\$0,001	\$0,001	
TOTAL PAGO	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,25

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.12. COSTOS

Tabla 40 Costos

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Presentación 1 125 gramos					
Ventas diarias unidades	313	345	400	450	500
ventas mes unidades	6.571	8.901	10.320	11.610	12.900
VENTAS año(Unidades)	78.850,00	90.677,50	104.279,13	125.134,95	150.161,94
VENTAS CONTADO (Unidades)	78.850,00	90.677,50	104.279,13	125.134,95	150.161,94
VENTAS CREDITO (Unidades)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PRECIO VENTA CONTADO sin iva	\$0,10	\$0,10	\$0,10	\$0,10	\$0,10
PRECIO VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL VENTA CONTADO	\$7.885,00	\$9.067,75	\$10.427,91	\$12.513,50	\$15.016,19
TOTAL VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Presentación 2 150 gramos					
Ventas diarias unidades	333	350	410	460	510
ventas mes unidades		9.030	10.578	11.868	13.158

	6.999				
VENTAS año(Unidades)	83.990,00	96.588,50	111.076,78	133.292,13	159.950,56
VENTAS CONTADO (Unidades)	83.990,00	96.588,50	111.076,78	133.292,13	159.950,56
VENTAS CREDITO (Unidades)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PRECIO VENTA CONTADO sin iva	\$0,20	\$0,20	\$0,20	\$0,20	\$0,20
PRECIO VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL VENTA CONTADO	\$16.798,00	\$19.317,70	\$22.215,36	\$26.658,43	\$31.990,11
TOTAL VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Presentación 3 200 gramos					
Ventas diarias unidades	370	400	450	500	525
ventas mes unidades	7.773	10.320	11.610	12.900	13.545
VENTAS año(Unidades)	93.270,00	107.260,50	123.349,58	148.019,49	177.623,39
VENTAS CONTADO (Unidades)	93.270,00	107.260,50	123.349,58	148.019,49	177.623,39
VENTAS CREDITO (Unidades)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PRECIO VENTA CONTADO sin iva	\$0,30	\$0,30	\$0,30	\$0,30	\$0,30
PRECIO VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL VENTA CONTADO	\$27.981,00	\$32.178,15	\$37.004,87	\$44.405,85	\$53.287,02
TOTAL VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
VENTAS TOTALES	\$52.664,00	\$60.563,60	\$69.648,14	\$83.577,77	\$100.293,32

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.13. PROYECCIÓN DE COMPRAS

COMPRAS

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Presentación 1 125 gramos	78.850,00	90.677,50	104.279,13	125.134,95	150.161,94
Quinua	78.850,00	90.677,50	104.279,13	125.134,95	150.161,94
Huevos	78.850,00	90.677,50	104.279,13	125.134,95	150.161,94
Sal	78.850,00	90.677,50	104.279,13	125.134,95	150.161,94
Otros	78.850,00	90.677,50	104.279,13	125.134,95	150.161,94
PRECIO COMPRA					
Quinua	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02
Huevos	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
Sal	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
Otros	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
TOTAL COMPRAS	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05
Total Quinua	\$1.577,00	\$1.813,55	\$2.085,58	\$2.502,70	\$3.003,24
Total Huevos	\$788,50	\$906,78	\$1.042,79	\$1.251,35	\$1.501,62
Total Sal	\$788,50	\$906,78	\$1.042,79	\$1.251,35	\$1.501,62
Total Otros	\$788,50	\$906,78	\$1.042,79	\$1.251,35	\$1.501,62

COMPRA TOTAL (1)	\$3.942,50	\$4.533,88	\$5.213,96	\$6.256,75	\$7.508,10
Presentación 2 150 gramos	83.990,00	96.588,50	111.076,78	133.292,13	159.950,56
Quinua	83.990,00	96.588,50	111.076,78	133.292,13	159.950,56
Huevos	83.990,00	96.588,50	111.076,78	133.292,13	159.950,56
Sal	83.990,00	96.588,50	111.076,78	133.292,13	159.950,56
Otros	83.990,00	96.588,50	111.076,78	133.292,13	159.950,56
PRECIO COMPRA					
Quinua	\$0,03	\$0,03	\$0,03	\$0,03	\$0,03
Huevos	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02
Sal	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
Otros	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
TOTAL COMPRAS	\$0,07	\$0,07	\$0,07	\$0,07	\$0,07
Total Quinua	\$2.519,70	\$2.897,66	\$3.332,30	\$3.998,76	\$4.798,52
Total Huevos	\$1.679,80	\$1.931,77	\$2.221,54	\$2.665,84	\$3.199,01
Total Sal	\$839,90	\$965,89	\$1.110,77	\$1.332,92	\$1.599,51
Total Otros	\$839,90	\$965,89	\$1.110,77	\$1.332,92	\$1.599,51
COMPRA TOTAL (2)	\$5.879,30	\$6.761,20	\$7.775,37	\$9.330,45	\$11.196,54
Presentación 3 200 gramos	93.270,00	107.260,50	123.349,58	148.019,49	177.623,39
Quinua	93.270,00	107.260,50	123.349,58	148.019,49	177.623,39
Huevos	93.270,00	107.260,50	123.349,58	148.019,49	177.623,39
Sal	93.270,00	107.260,50	123.349,58	148.019,49	177.623,39
Otros	93.270,00	107.260,50	123.349,58	148.019,49	177.623,39
PRECIO COMPRA					

Quinua	\$0,04	\$0,04	\$0,04	\$0,04	\$0,04
Huevos	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02
Sal	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
Otros	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
TOTAL COMPRAS	\$0,08	\$0,08	\$0,08	\$0,08	\$0,08
Total Quinua	\$3.730,80	\$4.290,42	\$4.933,98	\$5.920,78	\$7.104,94
Total Huevos	\$1.865,40	\$2.145,21	\$2.466,99	\$2.960,39	\$3.552,47
Total Sal	\$932,70	\$1.072,61	\$1.233,50	\$1.480,19	\$1.776,23
Total Otros	\$932,70	\$1.072,61	\$1.233,50	\$1.480,19	\$1.776,23
COMPRA TOTAL (3)	\$7.461,60	\$8.580,84	\$9.867,97	\$11.841,56	\$14.209,87
COMPRAS Unidades producidas	256.110,00	294.526,50	338.705,48	406.446,57	487.735,88
COMPRAS TOTALES	\$17.283,40	\$19.875,91	\$22.857,30	\$27.428,76	\$32.914,51

PAGO

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
PAGO CREDITO (1)	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05
PAGO CREDITO (2)	\$0,00	\$0,001	\$0,001	\$0,001	\$0,001
TOTAL PAGO	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.14. PROYECCIÓN DE COMPRAS

Tabla 41 Proyección de compras

CARGO	N° de personas	Sueldo mes	Categorización	Sueldo anual	Sueldo anual con beneficios
Administrador (a)	1	\$ 394,00	A	\$ 4.728,00	\$ 6.382,80
Técnica en Finanzas	1	\$ 394,00	P	\$ 4.728,00	\$ 6.382,80
Técnica en Producción	1	\$ 394,00	P	\$ 4.728,00	\$ 6.382,80
Técnica en Mercadotecnia	1	\$ 394,00	P	\$ 4.728,00	\$ 6.382,80
Total				\$	25.531,20

Gastos de producción	mes	año
Capacitación	\$20,00	\$240,00
Servicios Básicos	\$35,00	\$420,00
Mantenimiento	\$10,00	\$120,00
Otros	\$10,00	\$120,00
		\$900,00
-	\$0,00	\$0,00
TOTAL		\$900,00

Gastos administración	mes	año
Conexión a Internet	\$30,00	\$360,00
Otros del personal	\$10,00	\$120,00
Consumo de Suministros Computación	\$15,00	\$180,00
Consumo de Suministros Oficina	\$10,00	\$120,00
TOTAL		\$780,00

gastos ventas	mes	año
Publicidad	\$100,00	\$1.200,00
Promociones	\$87,75	\$1.053,00
Otros	\$16,67	\$200,00
TOTAL		\$2.453,00

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.15. PROYECCIÓN DE COMPRAS

Tabla 42 Proyección de compras

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Gastos de producción por unidad	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Unidades producidas	256.110	294.527	338.705	406.447	487.736
Gastos de producción en USD	\$900,00	\$1.035,00	\$1.190,25	\$1.428,30	\$1.713,96
-	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL GASTOS DE PRODUCCIÓN	\$900,00	\$1.035,00	\$1.190,25	\$1.428,30	\$1.713,96

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Gastos administrativos por año	\$780,00	\$780,00	\$780,00	\$780,00	\$780,00
TOTAL ADMINISTRACIÓN	\$780,00	\$780,00	\$780,00	\$780,00	\$780,00

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Publicidad anual	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Promociones	1.053	1.211	1.393	1.672	2.006
Otros	200	200	200	200	200
TOTAL VENTAS	\$2.453,28	\$2.611,27	\$2.792,96	\$3.071,56	\$3.405,87
TOTAL	\$4.133,28	\$4.426,27	\$4.763,21	\$5.279,86	\$5.899,83

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.16. BALANCE DE RESULTADOS

Tabla 43 Balance de resultados

CUENTAS	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
VENTAS	\$ 52.664,00	\$ 60.563,60	\$ 69.648,14	\$ 83.577,77	\$ 100.293,32
(-) MATERIA PRIMA	\$ 17.283,40	\$ 19.875,91	\$ 22.857,30	\$ 27.428,76	\$ 32.914,51
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 35.380,60	\$ 40.687,69	\$ 46.790,84	\$ 56.149,01	\$ 67.378,81
GASTOS OPERACIONALES	\$ 29.664,48	\$ 29.957,47	\$ 30.294,41	\$ 30.811,06	\$ 31.431,03
(-) REMUNERACIONES	\$ 25.531,20	\$ 25.531,20	\$ 25.531,20	\$ 25.531,20	\$ 25.531,20
(-) GASTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 900,00	\$ 1.035,00	\$ 1.190,25	\$ 1.428,30	\$ 1.713,96
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 2.453,28	\$ 2.611,27	\$ 2.792,96	\$ 3.071,56	\$ 3.405,87
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 755,90				
(-) INTERÉS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) DEPRECIACIÓN ANUAL	\$ 755,90	\$ 755,90	\$ 755,90	\$ 755,90	\$ 755,90
(-) AMORTIZACIÓN	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) U.A.I.P	\$ 4.960,22	\$ 9.974,32	\$ 15.740,53	\$ 24.582,06	\$ 35.191,89
(-) IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES 33,7%	\$ 1.671,59	\$ 3.361,35	\$ 5.304,56	\$ 8.284,15	\$ 11.859,67
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 3.288,63	\$ 6.612,97	\$ 10.435,97	\$ 16.297,90	\$ 23.332,22

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.17. FLUJO DE CAJA

Tabla 44 Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
INGRESOS						
RECUPERACIÓN DE VENTAS		\$ 52.664,00	\$ 60.563,60	\$ 69.648,14	\$ 83.577,77	\$ 100.293,32
VALOR DE RECUPERACIÓN DE LOS ACTIVOS						\$ - 245,50
RECUPERACIÓN CAPITAL DE TRABAJO						\$ 4.388,67
CRÉDITO RECIBIDO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS	\$ -	\$ 52.664,00	\$ 60.563,60	\$ 69.648,14	\$ 83.577,77	\$ 104.436,49
EGRESOS						
INVERSIÓN FIJA Y DIFERIDA	\$ 3.534,00					
INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4.388,67					
PAGO MATERIA PRIMA		\$ 17.283,40	\$ 19.875,91	\$ 22.857,30	\$ 27.428,76	\$ 32.914,51
REMUNERACIONES		\$ 25.531,20	\$ 25.531,20	\$ 25.531,20	\$ 25.531,20	\$ 25.531,20
GASTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 900,00	\$ 1.035,00	\$ 1.190,25	\$ 1.428,30	\$ 1.713,96
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00
GASTOS DE VENTAS		\$ 2.453,28	\$ 2.611,27	\$ 2.792,96	\$ 3.071,56	\$ 3.405,87
IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES		\$ 1.671,59	\$ 3.361,35	\$ 5.304,56	\$ 8.284,15	\$ 11.859,67
PAGOS DE INTERES Y CAPITAL		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$ 7.922,67	\$ 48.619,47	\$ 53.194,73	\$ 58.456,27	\$ 66.523,96	\$ 76.205,20
FLUJO NETO DEL EFECTIVO	\$ -7.922,67	\$ 4.044,53	\$ 7.368,87	\$ 11.191,87	\$ 17.053,80	\$ 28.231,29

Elaborado por: Fernanda Guillén

5.18. CÁLCULO DEL VAN

Tabla 45 Cálculo del VAN

FACTOR DE DESCUENTO= $\frac{1}{(1 + 0,25)^n}$
--

AÑOS	FLUJO	FACTOR DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO
0	\$ -7.922,67	1	\$ -7.922,67
1	\$ 4.044,53	0,8	\$ 3.235,62
2	\$ 7.368,87	0,64	\$ 4.716,08
3	\$ 11.191,87	0,512	\$ 5.730,24
4	\$ 17.053,80	0,4096	\$ 6.985,24
5	\$ 28.231,29	0,32768	\$ 9.250,83
TOTAL	\$ 59.967,70		\$ 21.995,34

Elaborado por: Fernanda Guillén

Interpretación del VAN:

El VAN del proyecto es \$21.995,34 dólares y por ser positivo el proyecto es viable. Esto quiere decir que recuperamos la inversión de \$7.922,67, recuperamos el 25% de rentabilidad esperada por el inversionista y tenemos un excedente de \$21.995,34 dólares

5.19. CÁLCULO DE LA TIR

Tabla 46 Cálculo de la TIR

	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)	Total
FLUJO NETO	\$ -7.922,67	\$ 4.044,53	\$ 7.368,87	\$ 11.191,87	\$ 17.053,80	\$ 28.231,29	\$ 59.967,70

El valor de la TIR es del 92,92%

Elaborado por: Fernanda Guillén

Interpretación de la TIR:

La máxima tasa de descuento que logra que el VAN se iguale a cero es de 92,92%. El proyecto es viable financieramente puesto que la TIR es superior a la tasa de descuento del VAN

CONCLUSIONES

- Según la investigación desarrollada a través de documentos, textos y páginas web que contiene información referente al tema propuesto se concluye que la creación de la microempresa es factible y se puede pasar a la segunda fase de financiamiento.
- A través de la investigación de mercado se ha logrado determinar mediante la aplicación de una encuesta que en el sector en el que se instalará la microempresa productora de tortillas de quinua sí existe una demanda respecto al producto que vamos a ofertar.
- Según el estudio técnico se ha determinado que el lugar apropiado para el funcionamiento de este negocio es en el Barrio Teniente Hugo Ortiz, y que el producto a elaborar son tortillas hechas a base de quinua en presentación de unidades de 125 gramos, 150 gramos y 200 gramos con precios de \$0.10, \$0.20 y \$0.30 respectivamente; y en paquetes de 10 de 125 gramos, 150 gramos y 200 con precios de \$1.00, \$2.00, y \$3.00.
- Según el estudio administrativo se proyecta crear una microempresa familiar en la que trabajarán 4 personas y el administrador será el promotor del proyecto.
- Según el análisis y evaluación financiera se puede apreciar que con una inversión de \$7.922,67 se prevé una utilidad de \$3288.63 en el primer año. Además, el VAN es superior a la inversión y la TIR del 92,92% ratifica la rentabilidad de esta microempresa.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda crear este negocio porque los estudios de factibilidad, técnico, administrativo y financiero, determinan que es viable.
2. Como todo negocio, para el éxito y crecimiento de esta microempresa se deben ofrecer productos de calidad.
3. La atención es uno de los elementos fundamentales para la fidelización de la clientela, en consecuencia, este negocio debe preocuparse por la excelente atención.
4. En el futuro debe pensarse en ampliar el negocio con productos afines a las tortillas.

REFERENCIAS

1. BIBLIOGRAFÍA

BOUCHER, Francois, (2008). *Manual de comercialización en la empresa rural* - Gobierno del Estado de Chiapas, Comisión Europea, IICA.

OSTERTAG, G., (1999). *Identificación y evaluación de oportunidades de mercado para pequeños productores rurales* CIAT, COSUDE, CIID y BID.

GUILLÉN, Oscar (2013). *Manual de Gestión en la Administración*,

2. NEBGRAFIA

<http://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>

<http://www.gestiopolis.com/herramientas-de-planeacion-administrativa/>

www.consultores.com

www.gestiopolis.com

www.monografias.com

www.alipso.com

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/23/lirest...htm>.

www.portafolio.com.co

www.virtual.unal.edu.com

www.integraconsulting.com.mx

<https://www.questionpro.com/blog/es/factibilidad-del-mercado/>

<http://direccionestrategica.itam.mx/ES/el-estudio-de-factibilidad-un-paso-previo-al-plan-de-negocios/>

www.gerentes.com

www.degerencia.com

www.PlanNegocios.com

<https://www.gestiopolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/>

<https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-herramientas/>

<http://tiposde.info/tipos-de-organigramas/>

<http://quinua.pe/quinua-caracteristicas/>

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

<https://www.bomberosquito.gob.ec/images/pdf/prevencion/pocupacion.pdf>

<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/34066-requisitos-para-sacar-la-patente-municipal-de-quito>

ANEXOS

1. ENCUESTA

N.	VARIABLE PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	
1	¿Consume Usted algún tipo de tortillas?	Si	
		No	
2	¿Con qué frecuencia consume tortillas?	Diariamente	
		Semanalmente	
		Mensualmente	
3	¿Cuántas fundas de tortillas compra regularmente al mes?	1-2	
		3-4	
		5-6	
4	¿Cómo compra las tortillas para consumirlas?	Fritas	
		Empaquetadas fritas	
		Empaquetadas para freír	
5	¿En dónde habitualmente compraría las tortillas?	Supermercado	
		Tiendas	
		Puestos informales	
6	¿Tamaño de tortilla que consume habitualmente?	Pequeña	
		Mediana	
		Grande	
7	Según el tamaño de tortilla y precio por funda de 10 unidades. ¿Cuál compra habitualmente?	Pequeña	
		Mediana	
		Grande	
8	¿Qué importancia le da a la presentación y al empaque de las tortillas?	Baja	
		Media	
		Alta	
9	¿Le gustaría consumir tortillas de quinua?	Si	
		No	
10	¿Le gustaría que las tortillas de quinua tengan algún acompañamiento el momento de consumirlas?	Miel de abeja	
		Miel de panela	
		Mermelada	

2. FORMULARIO PARA PERMISO DE OCUPACIÓN

Quito, [REDACTED]

DECLARACIÓN PERMISO DE OCUPACIÓN

Yo [REDACTED] solicitante del Permiso de Ocupación del proyecto [REDACTED] ubicado en el predio [REDACTED] en la siguiente dirección [REDACTED] declaro ante el Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito CB-DMQ que:

- La construcción se ha realizado conforme con lo aprobado en el VISTO BUENO DE PLANOS N° [REDACTED] del [REDACTED]
- Los sistemas contra incendio están instalados en su totalidad.
- Los sistemas contra incendios están funcionando correctamente.
- Todos los certificados de las instalaciones presentados son auténticos.

Conozco que en caso de que la información consignada no sea verídica el CB-DMQ iniciará las acciones legales correspondientes.

Para la inspección del CB-DMQ garantizo el acceso a todas las instalaciones del proyecto y el acompañamiento de una persona que conozca el funcionamiento de los sistemas contra incendios ubicados.

Atentamente

.....
Nombre [REDACTED]
Cédula [REDACTED]