



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
BUSINESS SCHOOL

TESIS DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-EMPRESA DE
TORTILLAS TRADICIONALES DE GUALO EN CIUDAD DE LOJA- ECUADOR”

AUTORA:

MARJORIE SAMANTA UZHO CUENCA

DIRECTORA:

Mgs. Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga

Loja – Ecuador

2022

CERTIFICACIÓN

Yo, Marjorie Samanta Uzho Cuenca, declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



Marjorie Samanta Uzho Cuenca

Yo, Mgs. Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga certifico que conozco la autora del presente trabajo siendo la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

Mgs. Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga

Directora de Tesis

Resumen

Este trabajo de titulación refiere a un plan de negocios para la creación de una microempresa de tortillas tradicionales de gualo en la Ciudad de Loja-Ecuador. Una idea que surgió por la necesidad de la población de la Ciudad de Loja de un producto que cada vez está siendo consumido de forma ambulante, teniendo una gran acogida por la población, durante las ferias libres.

Existen varias razones, las tortillas tradicionales de gualo tienen su historia, muchos antepasados las elaboran por el motivo de reunirse con la familia mientras obtienen el producto y además por sus nutrientes de gran alimentación para la persona. Sin embargo, en nuestra ciudad conocemos este producto gracias a las personas ambulantes que vienen desde Saraguro para dar a deleitar este producto único y delicioso para el paladar de la población.

Por ende, este estudio realizado da a conocer varios factores claves como; el mercado, donde se demostró que su demanda es amplia y la oferta donde se localizó personas ambulantes vendiendo en mercados en la Ciudad de Loja que ofrecían este producto y a un excelente precio. De igual manera se realiza un estudio técnico, que permite ver el tamaño, ubicación e ingeniería del proyecto, además la infraestructura para el proyecto.

La metodología que se utilizó para realizar la investigación es el método inductivo que ayudo a la recopilación de datos sobre casos específicos, el método deductivo para la recopilación de información en fuentes secundarias y la realización del estudio de mercado y segmentación del mercado. De igual manera, las técnicas usadas fueron la observación directa, la encuesta, utilizada para observar aspectos relacionados como la competencia, comercialización, distribución, publicidad, presentación, que tiene las tortillas tradicionales de gualo en la ciudad de Loja-Ecuador.

Finalmente, con la investigación realizada y los datos obtenidos de los diferentes puntos de la evaluación financiera, se concluye que el proyecto de la microempresa de las tortillas tradicionales de gualo de 5 unidades, con un contenido de 150gr, es rentable.

Palabras Clave: Plan, negocios, microempresa, comercialización, producción.

Abstract

This work refers to a business plan to create a Traditional Micro-Business of Gualo Tortillas Making in the city of Loja, Ecuador. An idea arose from the need of the population in the City of Loja for a product that is being every time consumed in an itinerant way, having a great demand by the population, during the free fairs.

There are several reasons, the traditional gualo tortillas have their history; many ancestors make them for family meetings while they obtain the product, also for the great variety of nutrients that it provided to the person. However, in our city, we know this product thanks to the itinerant people who come from Saraguro to delight us with this unique and delicious product for the population's palate.

Therefore, this study reveals several key factors such as; the market, where it shown that; its demand is wide and the supply was itinerant people located selling in markets of the City of Loja that offered this product at an excellent price. In the same way, a technical study carried out, which allows seeing the size, location, and engineering of the project, as well as the infrastructure for the project.

The methodology used to carry out the research is the inductive method that helped collect data from specific cases, the deductive method for collecting information from secondary sources and conducting market research and market segmentation. Similarly, the techniques used were direct observation, the survey, used to observe related aspects such as competition, marketing,

distribution, advertising, and presentation, which has the traditional gualo tortillas in the city of Loja-Ecuador.

Finally, with the research carried out and the data obtained from the different points of the financial evaluation, it has concluded that the micro-business project of traditional gualo tortillas of five units per package, with a content of 150gr each, is profitable.

Keywords: Plan, business plan, micro-business, marketing, production.

Agradezco profundamente a Dios por bendecirme en esta vida, por guiarme a lo largo de esta meta, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad que se ha presentado durante esta trayectoria.

Gracias a mis padres: Teresa y Wilmer, mi esposo Fredy y mi hijo Héctor por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis metas, por los buenos consejos, valores y principios engendrados, por ayudarme a vencer los miedos y salir adelante.

Gracias a mi hermana Jhoana y mi cuñado José por haberme apoyado en mi carrera moralmente y económicamente. Gracias a ustedes este sueño no se hubiera cumplido.

Gracias a mi hermana Margoth por apoyarme y, ayudarme durante este periodo, siempre voy a estar agradecida contigo por la ayuda tan grande que me ha brindado. Es un amor grande de hermanas que tenemos gracias a nuestros padres. Siempre agradecida con ustedes y con Dios por brindarles salud, trabajo y dinero en sus vidas.

Agradezco a nuestros docentes de Business School de la Universidad Internacional del Ecuador, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de la profesión, de manera especial, a la Ing. Silvia Jaramillo Luzuriaga tutora de este gran proyecto quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, haberme brindado el apoyo para desarrollarme profesionalmente y seguir cultivando mis valores.

Att.

Marjorie Samanta Uzho Cuenca

A mis padres Wilmer y Teresa quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo, valentía, de no temer las adversidades que se encuentra en esta vida, porque Dios siempre está conmigo bendiciéndome.

A mi esposo Fredy por haber sido mi apoyo a lo largo de esta carrera universitaria y sobretodo mi cómplice y, acompañante de esta vida y de este proyecto, por su gran amor y confianza, por enseñarme a vencer los miedos, permitieron que logre culminar mi carrera profesional, además nuestro gran motivo My Little Héctor, mi niño hermoso gracias por ser esa gran inspiración y superación a terminar mi carrera universitaria, desde tu llegada nos haz enseñado muchas cosas hermosas, eres mi pequeño y por ti estamos cumpliendo todos estos grandes sueños para darte un mejor futuro.

A mi hermana Jhoana y mi cuñado José que son mi ejemplo de lucha y dedicación, quien como ellos trabajadores, fuertes y de grandes valores saben apoyarme y comprenderme, los quiero mucho y siempre los llevo en mi corazón por su apoyo y consejos durante mi vida.

A mi hermana Margoth, por ti no hubiera sido posible culminar este sueño, con su fuerza y ayuda he logrado esta gran meta, siempre te llevare en mi corazón y en mi mente por todo lo que has hecho por mí y mi hijo Héctor, como tu segundo hijo, eres la segunda mamá para mi pequeño.

Att.

Marjorie Samanta Uzho Cuenca

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE
TORTILLAS TRADICIONALES DE GUALO EN CIUDAD DE LOJA-ECUADOR**

Resumen.....	iii
Abstract	v
Índice de Tablas	xiii
Índice de Ilustraciones	xix
Índice de Anexos.....	xxiii
Introducción	1
Fundamentación Teórica.....	3
Marco referencial	3
Marco Conceptual.....	8
Metodología utilizada	32
Métodos.....	32
Técnicas.....	33
Población y muestra.....	34
Capítulo I	37
1.1 Análisis e interpretación de los resultados de las 382 encuestas a las familias de la Ciudad de Loja; y, 8 entrevistas a la competencia directa.....	37
1.2 Tabulación, análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las 382 familias de las diferentes parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.....	38
1.3 Tabulación, análisis e interpretación de la encuesta aplicada a vendedores ambulantes de Tortillas Tradicionales de Gualo.....	59
Capítulo II.....	73

Estudio de mercado	73
2.1 Promedio de consumo:	74
2.2 Análisis de la demanda.....	75
2.2.1 Demanda potencial.....	75
2.2.2 Demanda actual o real.....	76
2.2.3 Demanda efectiva.....	77
2.3 Análisis de la oferta	79
2.3.1 Promedio de ventas	79
2.3.2 Proyección de la oferta.....	80
2.3.3 Balance de la oferta y la demanda	81
2.4 Plan de Comercialización.....	82
2.4.1 Producto:	82
2.4.2 Precio	85
2.4.3 Plaza o distribución.....	86
2.4.4 Promociones.....	87
2.4.5 Publicidad	88
Capítulo III.....	90
Estudio Técnico	90
3.1 Localización de la planta	90
3.1.1 Macro localización:.....	92
3.1.2 Micro localización	93
3.2 Tamaño del proyecto	94
3.2.1 Capacidad instalada	94

3.2.2	Capacidad utilizada.....	96
3.3	Ingeniería del proyecto	99
3.3.1	Materia prima para utilizarse en el proyecto de tortillas tradicionales de gualo: 99	
3.3.2	Maquinaria y equipo:	99
3.3.3	Herramientas para utilizar:.....	102
3.3.4	Equipo de seguridad y aseo:	105
3.4	Infraestructura física:	107
3.4.1	Distribución de la planta:	107
3.4.2	Proceso de producción	109
3.4.3	Descripción del proceso productivo:	109
3.4.4	Flujo de procesos:	110
Capítulo IV	112
Estudio administrativo	112
4.1	Base legal:	112
4.2	Organización administrativa:	113
4.2.1	Niveles jerárquicos:	114
4.2.2	Organigramas:.....	115
4.3	Manual de funciones:	120
Capítulo V	125
Estudio financiero	125
5.1	Inversiones	126
5.1.1	Inversión en activos fijos	126

5.1.2	Inversión en activos diferidos	136
5.1.3	Inversión en activo circulante o capital de trabajo.....	138
5.1.4	Resumen de la inversión	153
5.1.5	Financiamiento de la inversión	154
5.1.6	Análisis de costos.....	155
Capítulo VI.....		171
Evaluación financiera		171
6.1	Flujo de caja	171
6.2	Valor actual neto (VAN)	173
6.3	Periodo de recuperación del capital	174
6.1	Relación beneficio – costo	176
6.2	Tasa interna de retorno	177
6.3	Análisis de sensibilidad	178
Conclusiones y recomendaciones		182
Referencias.....		185
Anexos		193

Índice de Tablas

Tabla 1. Competencia	34
Tabla 2. Población	35
Tabla 3. Nivel de ingresos mensuales.....	38
Tabla 4. Consumo de tortillas	39
Tabla 5. Tipo de Tortillas.....	40
Tabla 6. Consumo de tortillas de gualo mensual	41
Tabla 7. Presentación de la tortilla de gualo	42
Tabla 8. Características del producto.....	43
Tabla 9. Precio que paga por las tortillas de gualo	44
Tabla 10. Precio que paga por las tortillas de gualo	45
Tabla 11. Adquieren las tortillas de gualo	46
Tabla 12. Promociones al adquirir tortillas de gualo	47
Tabla 13. Medio de comunicación.....	48
Tabla 14. Beneficios de las tortillas de gualo	49
Tabla 15. Disposición a adquirir el producto.....	50
Tabla 16. Presentación de las tortillas de gualo.....	51
Tabla 17. Precio dispuesto a pagar	52
Tabla 18. Promociones por adquisición de tortillas de gualo	53
Tabla 19. Lugar de adquisición de las tortillas de gualo.....	54
Tabla 20. Medios de comunicación para recibir información	55
Tabla 21. Radio.....	56
Tabla 22. Horario de preferencia de la radio	57

Tabla 23. Redes sociales	58
Tabla 24. Ubicación de puesto para venta de tortillas de gualo.....	59
Tabla 25. Tiempo de elaboración de tortillas de gualo	60
Tabla 26. Calificación de la actividad.....	61
Tabla 27. Capacitación.....	62
Tabla 28. Bioseguridad y normas	63
Tabla 29. Características	64
Tabla 30. Precios por las tortillas de gualo	65
Tabla 31. Herramientas para elaborar las Tortillas de Gualo	66
Tabla 32. Envoltura para las Tortillas de Gualo	67
Tabla 33. Cantidad de Tortillas de Gualo	68
Tabla 34. Precio a vender de las Tortillas de Gualo	69
Tabla 35. Incremento de ventas	70
Tabla 36. Promociones de compra.....	71
Tabla 37. Medios de comunicación	72
Tabla 38. Consumo per cápita mensual	74
Tabla 39. Demanda potencial	75
Tabla 40. Demanda real	76
Tabla 41. Demanda efectiva	77
Tabla 42. Resumen de las demandas	78
Tabla 43. Promedio de ventas	79
Tabla 44. Proyección de la oferta	80
Tabla 45. Proyección de la demanda insatisfecha	81

Tabla 46. Producción	95
Tabla 47. Capacidad Instalada	96
Tabla 48. Capacidad utilizada.....	97
Tabla 49. Porcentaje de participación en el mercado	98
Tabla 50. Distribución de la planta	108
Tabla 51. Simbología	111
Tabla 52. Simbología	111
Tabla 53. Simbología organigrama estructural	117
Tabla 54. Gerente general-Contadora	121
Tabla 55. Asesor jurídico	122
Tabla 56. Obreros.....	123
Tabla 57. Chofer - Vendedor	124
Tabla 58. Maquinaria	126
Tabla 59. Depreciación maquinaria	127
Tabla 60. Herramientas, muebles y enseres de producción	128
Tabla 61. Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción.....	129
Tabla 62. Equipos de oficina	129
Tabla 63. Depreciación de equipos de oficina	130
Tabla 64. Equipos de computación	131
Tabla 65. Depreciación 1 equipos de computación	131
Tabla 66. Depreciación 2 equipos de computación	132
Tabla 67. Muebles y enseres de administración	133
Tabla 68. Depreciación muebles y enseres de administración	133

Tabla 69. Vehículo.....	134
Tabla 70. Depreciación vehículo	134
Tabla 71. Resumen de depreciaciones de activos fijos.....	135
Tabla 72. Resumen de activos fijos	136
Tabla 73. Activos diferidos.....	137
Tabla 74. Amortización	137
Tabla 75. Materia prima directa.....	138
Tabla 76. Incremento materia prima directa	139
Tabla 77. Mano de obra directa	139
Tabla 78. Incremento mano de obra directa.....	140
Tabla 79. Materia prima indirecta.....	141
Tabla 80. Incremento materia prima indirecta	141
Tabla 81. Servicios básicos de producción	142
Tabla 82. Incremento servicios básicos de producción	142
Tabla 83. Servicios básicos de la administración	143
Tabla 84. Incremento servicios básicos de la administración.....	144
Tabla 85. Indumentaria del personal.....	144
Tabla 86. Indumentaria del personal.....	145
Tabla 87. Sueldos y salarios administrativos	146
Tabla 88. Incremento sueldos y salarios administrativos	146
Tabla 89. Sueldo al personal de ventas	147
Tabla 90. Incremento sueldo al personal de ventas	147
Tabla 91. Suministros de oficina	148

Tabla 92. Incremento suministros de oficina	149
Tabla 93. Útiles de aseo	149
Tabla 94. Incrementos útiles de aseo	150
Tabla 95. Publicidad	151
Tabla 96. Incremento publicidad	151
Tabla 97. Combustible y mantenimiento	151
Tabla 98. Incremento combustible y mantenimiento.....	152
Tabla 99. Resumen del activo circulante	153
Tabla 100. Resumen de la inversión	153
Tabla 101. Financiamiento de la inversión	154
Tabla 102. Amortización	154
Tabla 104. Presupuesto proyectado	156
Tabla 105. Clasificación de los costos	160
Tabla 106. Costo unitario de producción	163
Tabla 107. Precio unitario de venta	163
Tabla 108. Ingreso por venta	164
Tabla 109. Estado de pérdidas y ganancias	165
Tabla 110. Datos punto de equilibrio.....	166
Tabla 111. Flujo de caja.....	172
Tabla 112. Valor actual neto.....	174
Tabla 113. Período de recuperación del capital	175
Tabla 114. Relación beneficio - costo.....	176
Tabla 115. Tasa interna de retorno	177

Tabla 116. Análisis de sensibilidad con el incremento del 42,08% los costos	179
Tabla 117. Análisis de sensibilidad con la disminución en los ingresos de un -28,04%	180

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Historia de la tortilla tradicional de gualo	3
Ilustración 2. Gualo o Walo	4
Ilustración 3. Historia del maíz	5
Ilustración 4. Presentación del Gualo	6
Ilustración 5. Nivel de ingresos mensuales	38
Ilustración 6. Consumo de tortillas	39
Ilustración 7. Tipo de tortillas	40
Ilustración 8. Consumo de tortillas de gualo mensual	41
Ilustración 9. Presentación de la tortilla de gualo	42
Ilustración 10. Características del producto	43
Ilustración 11. Precio que paga por las tortillas de gualo	44
Ilustración 12. Precio que paga por las tortillas de gualo	45
Ilustración 13. Adquieren las tortillas de gualo	46
Ilustración 14. Promociones al adquirir tortillas de gualo	47
Ilustración 15. Medio de comunicación	48
Ilustración 16. Beneficios de las tortillas de gualo	49
Ilustración 17. Disposición a adquirir el producto	50
Ilustración 18. Presentación de las tortillas de gualo	51
Ilustración 19. Precio dispuesto a pagar	52
Ilustración 20. Promociones por adquisición de tortillas de gualo	53
Ilustración 21. Lugar de adquisición de las tortillas de gualo	54
Ilustración 22. Medios de comunicación para recibir información	55

Ilustración 23. Radio.....	56
Ilustración 24. Horario de preferencia de la radio	57
Ilustración 25. Redes sociales.....	58
Ilustración 26. Ubicación de puesto para venta de tortillas de gualo.....	59
Ilustración 27. Tiempo de elaboración de tortillas de gualo.....	60
Ilustración 28. Calificación de la actividad.....	61
Ilustración 29. Capacitación.....	62
Ilustración 30. Bioseguridad y normas	63
Ilustración 31. Características.....	64
Ilustración 32. Precios por las tortillas de gualo	65
Ilustración 33. Herramientas para elaborar las Tortillas de Gualo	66
Ilustración 34. Envoltura para las Tortillas de Gualo	67
Ilustración 35. Cantidad de Tortillas de Gualo	68
Ilustración 36. Precio a vender de las Tortillas de Gualo	69
Ilustración 37. Incremento de ventas	70
Ilustración 38. Promociones de compra.....	71
Ilustración 39. Medios de comunicación	72
Ilustración 40. Envoltura.....	82
Ilustración 41. Etiqueta	83
Ilustración 42. Logotipo.....	84
Ilustración 43. Marca	85
Ilustración 44. Distribución Directa.....	86
Ilustración 45. Distribución canal corto.....	86

Ilustración 46. Mayor cantidad del producto	87
Ilustración 47. Descuentos en el precio	88
Ilustración 48. Página de Facebook	89
Ilustración 49. Página de Instagram.....	89
Ilustración 50. Macro localización.....	93
Ilustración 51. Micro localización	94
Ilustración 52. Molino para granos secos y húmedo.....	100
Ilustración 53. Refrigerador industrial.....	101
Ilustración 54. Balanza digital	102
Ilustración 55. Mesa de acero inoxidable	102
Ilustración 56. Tanque Rotoplas	103
Ilustración 57. Percha metálica.....	103
Ilustración 58. Tazón de acero inoxidable	103
Ilustración 59. Comal de barro.....	104
Ilustración 60. Tambor de plástico 10cm x 1.....	104
Ilustración 61. Parrilla.....	104
Ilustración 62. Bandeja de acero inoxidable.....	105
Ilustración 63. Cucharas medidoras.....	105
Ilustración 64. Gorro desechable	105
Ilustración 65. Tapabocas	106
Ilustración 66. Guantes	106
Ilustración 67. Delantal.....	106
Ilustración 68. Plano de la empresa	108

Ilustración 69. Organigrama estructural	116
Ilustración 70. Organigrama funcional	118
Ilustración 71. Organigrama posicional	119
Ilustración 72. Punto de equilibrio año 1	168
Ilustración 73. Punto de equilibrio año 5	170

Índice de Anexos

Anexo 1. Resumen del proyecto	193
Anexo 2. Modelo de la encuesta a las familias de la Ciudad de Loja	194
Anexo 3. Encuesta a los vendedores ambulantes de la Ciudad de Loja	201
Anexo 4. Formulario de Google para la realización de las encuestas	206

Introducción

Las Tortillas Tradicionales de Gualo más que un alimento saludable es una tradición. El maíz gualo es el principal ingrediente para empezar una gran elaboración de producto con la familia, permitiendo a las familias compartir momentos únicos e inolvidables.

En el medio se puede encontrar diversas tortillas como: las tortillas de papa, tortillas de trigo, tortillas de maduro, tortillas de gualo y de verde. Sin embargo, su preparación es fácil de obtener, se necesita de varios instrumentos y sobre todo de la ayuda de las personas para obtener el producto, por lo que se propone la creación de una microempresa de Tortillas Tradicionales de Gualo en la Ciudad de Loja-Ecuador.

El presente proyecto consta de 6 capítulos, el primer capítulo se realiza el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las 382 encuestas aplicadas a las familias de la Ciudad de Loja: además las 8 encuestas que se realizó a los vendedores ambulantes o comerciantes.

El segundo capítulo se realiza el estudio de mercado, se analiza la demanda potencial, actual, efectiva y la oferta en el mercado para obtener el balance de la oferta y la demanda de ello, también se realiza el planteamiento del plan de comercialización de la empresa, como el producto, precio, plaza y promoción.

El tercer capítulo se realiza el estudio técnico, dando a conocer la macro y micro localización de la planta con el tamaño del proyecto, luego de ello, se conoce la capacidad instalada y utilizada, a su vez, se tiene la ingeniería del proyecto como la materia prima, la maquinaria y

equipo, herramienta a utilizar y los equipos de seguridad y aseo. Además, encontramos la infraestructura física como la distribución de la planta, proceso de producción y el flujo de procesos.

El cuarto capítulo se da a conocer el estudio administrativo, planteando la base legal para la constitución de la empresa, también se determina la organización administrativa por medio de los organigramas complementando con los manuales de funciones para todo el personal para la empresa.

El quinto capítulo se empieza a desarrollar el estudio financiero, donde se detalla cada una de las inversiones tanto en activos fijos, diferidos y circulantes, cada uno de ellos con su respectiva depreciación de los años de vida útil del proyecto; además, se conoce el financiamiento de la inversión, conociendo los valores a pagar a la entidad financiera por el préstamo adquirido, finalmente, se analiza los costos, se dividen en costos fijos y variables, con ello se procede a obtener el precio de venta al público y lo fundamental los ingresos por ventas durante los 5 años de operación de la empresa.

El sexto capítulo, se analiza los datos obtenidos anteriormente por medio de la evaluación financiera, donde se tiene el análisis de flujo de caja, periodo de recuperación del capital, relación beneficio-costos, la tasa interna de retorno y el análisis de sensibilidad, para conocer si el proyecto es rentable o no.

Finalmente, se llega a las conclusiones y recomendaciones en base a los resultados obtenidos durante el proyecto realizado.

Fundamentación Teórica

Marco referencial

- Antecedentes de la historia de la tortilla tradicional de gualo

Ilustración 1. Historia de la tortilla tradicional de gualo



Fuente: (Gualán, 2018)

Ecuador, considerado como un país intercultural y plurinacional posee 14 nacionalidades indígenas, mismas que habitan en la región Costa, Sierra y Amazonia. Entre éstas, se encuentra la nacionalidad indígena kichwa, que contiene 18 pueblos que habitan en los valles y páramos del callejón interandino (Gualán, Tamy Gualán pasión a mi labor, 2018).

La ciudad de Loja, bondadosa tanto por su clima, como hidrografía, su población es muy pujante dedicada a las faenas agrícolas y ganaderas, artesanales, culturales entre otros. El producto que más se produce es la caña de azúcar. Le siguen maíz, arroz, trigo, papa, soya, aceite de palma, papa dulce y yuca (El Comercio, 2019).

Las tortillas de gualo es un alimento ancestral, en Saraguro predomina la preparación de este platillo, aunque también es común en otros sectores. En Loja sobresale una receta que no

pierde vigencia, principalmente en los sectores rurales, donde nuevas generaciones aprenden el arte de elaborarlo.

Se lo encuentra en Saraguro, al igual que en otros sectores, como el barrio La Era, de la parroquia El Tambo, en el cantón Catamayo. En la Ciudad de Loja también es posible encontrar este plato. La emprendedora Rosa Burí menciona que las tortillas de gualo tienen aún aceptación por ser un alimento natural y nutritivo, cualquier hora del día es ideal para consumirlas. Se las puede acompañar con café o leche (La Hora Loja, 2020).

Por lo general, los Saraguros llevan las tortillas como fiambre para consumirlo durante las jornadas de pastoreo. “Es un carbohidrato saludable, que se prepara de forma natural y que da energía”, dice la emprendedora Ana Lozano (GDA, 2019).

- **Gualo o Walo**

Ilustración 2. Gualo o Walo



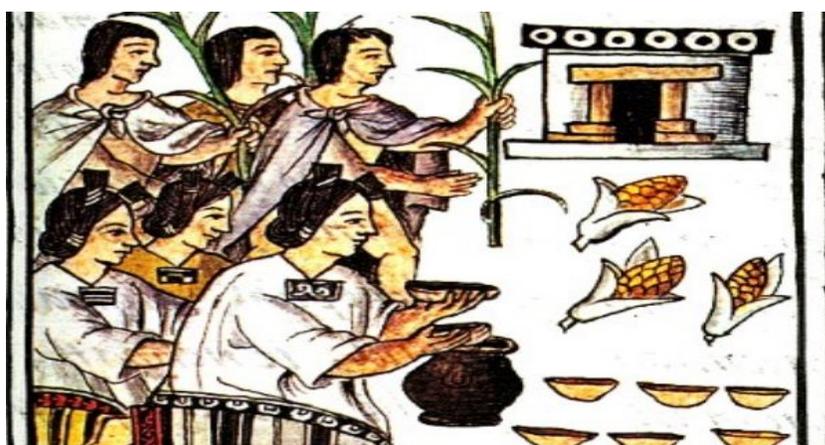
Fuente: (Gualán, 2018)

Walo es un término kichwa que se utiliza para referirse a un producto que está en un punto medio, entre maduro y seco. Por eso, para elaborar esta tortilla, las familias cosechan los choclos cuando el maizal empieza a secarse (GDA, 2019).

El maíz cuyo significado kichwa es zara se ha constituido en la base para elaborar diversos platos típicos de esta comunidad, como: Mote, chuchuga, máchica; coladas de maíz molido con leche, zambo o frutas; sopas combinadas con papas, granos y otros productos del lugar. A dichos preparados se incluye humitas, tamales y tortillas (Gualán, Tamyá Gualán pasión a mi labor, 2018).

- **Historia del maíz**

Ilustración 3. Historia del maíz



Fuente: (Pliego, 2020)

Su nombre proviene del vocablo taíno mahís, que traduce literalmente “lo que sustenta la vida”.

El maíz es originario del continente americano.

Fue cultivado por primera vez por los pueblos originarios del Eje Neovolcánico mexicano (Tehuacán) hace aproximadamente 10.000 años. Los olmecas y los mayas también lo utilizaban. Hace alrededor de 2.500 años se esparció por el continente entero, convirtiéndose en el alimento clave de las distintas culturas precolombinas.

Además, sustentó una red de comercio basada en sus variedades y sus excedentes. Luego de la llegada de los conquistadores europeos, el maíz llegó a Europa y fue introducido así a otras regiones del mundo, dado que es una especie capaz de tolerar diversos climas (Uriarte, 2020).

- **¿Por qué es importante el maíz?**

El maíz constituye un alimento central en numerosas culturas, especialmente americanas, y ha sido clave en el combate del hambre en el mundo desde su exportación a Europa y otros continentes.

En África ha sido aceptado a grado tal que ya muchos países lo consideran parte de su gastronomía típica, ya que es una planta muy noble que se da en diversos climas y suelos (Uriarte, 2020).

- **Presentación del Gualo**

Ilustración 4. Presentación del Gualo



Fuente: (Unknow, 2015)

La elaboración de las tortillas se necesita de ingredientes naturales sin mucho componente como el maíz gualo, mantequilla, harina, huevos, sal, azúcar, leche y quesillo o queso para darle el sabor requerido.

Después, para su elaboración, se necesita de tiempo y habilidad, se empieza por la mezcla de los ingredientes hasta llegar al punto fijo, es decir tener una masa determinada para empezar a darle forma. Según la tradición gastronómica, se requiere de tiempo y habilidad en las manos para

darle forma a este delicioso plato. Sin embargo, últimamente se utiliza aros o moldes para proporcionar al producto la presentación exacta, ahorrar tiempo y expender en el mercado. Se culmina el paso con el asado del producto.

Otro de los componentes importantes es el tiesto de barro que debe ser colocado en la hornilla con bastante leña o carbón para que tome la temperatura respectiva. Una vez caliente se coloca la tortilla sin necesidad de aceite, agua u otro líquido simplemente con el calor se va dorando hasta tomar el color amarillo característico de este alimento. El tiempo depende según la cantidad de fuego que se coloque a la hornilla (Gualán, Tamyá Gualán pasión a mi labor, 2018).

Marco Conceptual

Estudio de mercado

Un estudio de mercado es una investigación utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones.

Este tipo de estudio es especialmente útil para analizar aspectos como hábitos de compra, región de operación, requerimientos de productos o análisis de la competencia para asegurar el buen desempeño del negocio (Infoautónomos, 2022).

Análisis de la demanda

Es el proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo. Las técnicas de análisis se utilizan para abrir camino a un mercado exitosamente y generar los resultados esperados. También permiten conocer si las ganancias esperadas servirán para expandir las operaciones comerciales (Torres, 2022).

Demanda potencial

La Demanda Potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias. También es la hipótesis respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto y se forma a partir de demandas individuales.

Las Variables que determinan la demanda potencial son:

- Las determinantes genéricas de la demanda: precios, renta y preferencias.
- El esfuerzo comercial realizado en su máxima intensidad, para modificar las preferencias de los consumidores.
- En la demanda futura hay que tener en cuenta el transcurso del tiempo.

- La evolución de la industria.

Fórmula:

$$D_p = N * P * Q$$

D_p = Demanda potencial

N = Número de compradores

P = Precio mercado y que están dispuestos a pagar

Q = Cantidad promedio consumo per cápita

(Pazmiño, 2018)

Demanda actual

Es la suma total de los bienes o servicios vendidos en un período. La demanda debe medirse en las magnitudes apropiadas, por ejemplo, número de atenciones médicas al año, kilos de alimento al mes, litros de agua potable al día, etc. El método más utilizado para la estimación de la demanda es a través del consumo individual, esto es, per cápita o familiar. Al multiplicar el consumo individual por la población de referencia se obtiene la demanda total por el bien o servicio en cuestión (Blogger, 2017).

Demanda efectiva

Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas del producto. También es aquella que llega a materializarse. Así, el ofertante puede fabricar cien unidades de su mercancía, pero si solo vende sesenta esa será la demanda efectiva.

La demanda efectiva de un país es igual a su demanda agregada(DA) que es la suma de todos los bienes y servicios producidos en un periodo determinado (Westreicher, Economipedia, 2022).

Promedio uso anual

El promedio es un número representativo que puede obtenerse a partir de una lista de cifras. Usualmente se relaciona con el concepto de media aritmética. Se obtiene sumando los valores de los 12 meses y dividiéndolos para 12. Sin embargo, en un sentido más amplio, un promedio es una especie de término medio en el que se encuentra una situación (Westreicher, Economipedia, 2022).

Proyección de la demanda

El pronóstico de la demanda es estimar las ventas de un producto durante determinado periodo futuro. Los ejecutivos calculan primero la demanda en toda la industria o mercado para luego predecir las ventas de los productos de la compañía en ellos. Es necesario abordar que toda empresa funciona considerando dos elementos la oferta y la demanda (Mondragon, 2017).

Análisis de la oferta

Con el análisis de la oferta se pretende determinar la cantidad del bien que los productores, constituidos en competencia, están en capacidad de ofrecer al mercado, así como las condiciones en las que estarían dispuestos a hacer dicho ofrecimiento.

Mientras más conocimiento se obtenga de los competidores, se tendrán mejores elementos de juicio para diseñar las estrategias de comercialización que aumenten el éxito para dichos productos en el mercado.

Factores que determinan la oferta:

- Precio del producto
- Disponibilidad de insumos y sus precios
- Intromisión en el mercado
- Competencia (Sy Corvo, 2021).

Promedio de ventas

Es una herramienta utilizada por los dueños de negocios para ayudar con el pronóstico a largo plazo y tener una mejor idea de cómo sus negocios se están realizando. A menudo utilizado como base para el establecimiento de metas y objetivos, el promedio de ventas diarias es fácil de resolver, y hace que la medición de tu desempeño de ventas diario sea una tarea fácil (Ferguson, 2018).

Proyección de la oferta

La producción que se pone a disposición de los demandantes se ve afectada por variables que también deben ser analizadas gradualmente, explicando la oferta histórica hasta llegar a concluir con la magnitud de la oferta actual y la información necesaria para proyectar la oferta futura.

Cabe recordar que en el caso de los pequeños y medianos productores, el conocimiento de la oferta y, en especial, del tipo de competencia existente en el mercado, es tanto o más importante que conocer y cuantificar la demanda. La razón es que deberá compartir el mercado junto a otros productores (Sánchez, 2015).

Plan de comercialización

Es un documento escrito en el cual se desarrollan los planes o proyectos comerciales a realizar en una empresa durante un periodo de tiempo determinado. Habitualmente se realiza un plan anual de marketing en el que las empresas desarrollan las estrategias para ese ejercicio.

Las divergencias entre unos planes comerciales y otros pueden ser muy importantes, ya que variará el tamaño de la empresa, el tipo y cantidad de productos o servicios que se pretende comercializar (González A. , 2018).

Producto-servicio

Hay que tener claro qué es lo que vende nuestra empresa, es importante para saber cuáles son los aspectos clave que debemos tener en cuenta en nuestras estrategias de marketing. Además, es fácil identificar un jabón como un producto y una corte de pelo como un servicio. Pero, ¿y los restaurantes? venden comida, que es un producto, pero esencialmente son un servicio.

El Producto sirve para que tu equipo entienda y defina cuáles atributos y características tiene lo que se está ofreciendo (Guest Author, 2017).

Precio

El precio es un concepto económico y supone el valor final al que el consumidor adquirirá el producto o servicio en un mercado concreto. Fijar el precio de un producto no es tarea fácil y son muchas las dudas que surgen a cualquier emprendedor a la hora de establecer el precio de sus productos (Nuño, 2017).

Plaza

Este es el responsable, específicamente, por cómo el cliente llega hasta ti, a tus productos y servicios. Las preguntas para definir de la mejor forma posible la plaza, son:

- ¿Dónde suele tu público buscar tus productos y servicios?
- En el caso de los establecimientos físicos (punto de venta), ¿cuáles son los tipos específicos?
- En el caso de los establecimientos virtuales y online, ¿cuáles (e-commerce, catálogo, redes sociales)?
- ¿Cómo tu empresa puede ingresar a los mejores y más efectivos canales de distribución?

Promoción-publicidad

La promoción tiene el sentido de promover tu marca y soluciones, hacer que el mensaje de marketing de tu marca llegue a los oídos correctos.

Transformar tu empresa, de mera desconocida, en posible solución a las necesidades y deseos de un cliente.

- ¿Cuándo y dónde puedes transmitir, de forma efectiva, tus mensajes de marketing acerca de tu negocio a tu público objetivo?
- ¿Cuáles son los mejores canales (TV, radio, internet, impresos) y acciones de relaciones públicas para presentar tus soluciones a tus posibles clientes?
- ¿Tu mercado es estacional (huevos de pascua, árboles de navidad)? ¿Cuál, entonces, debe ser el calendario para aprovechar las oportunidades y aumentar las ventas y promociones?
- ¿Cómo hace la promoción de sus productos y servicios tu competencia?
- ¿Cuál es la influencia de ellos sobre tus acciones?

Estas interrogantes ayudarán a direccionar sus esfuerzos de manera más efectiva para lograr que conozcan lo que tienes para ofrecer y pasen a considerarlo en su decisión de compra (Borragini, 2017).

Estudio técnico

Es muy importante analizar el tamaño óptimo de la planta y el número de consumidores que tendrá la empresa en la creación de una estructura, para así poder ser capaz de soportar una demanda si algo malo pasa. Finalmente se elabora un análisis de la inversión para conocer la factibilidad económica del producto en el mercado (Euroinnova, 2019).

Localización del proyecto

Es importante analizar cuál es el sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipo, etc. El objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio.

Factores: Se debe analizar los diferentes factores dentro del análisis macro y micro de la localización del proyecto.

Macro localización

Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto. Los factores más importantes a considerar para la localización a nivel macro son:

- **Costo de Transporte de Insumos y Productos:** Se trata de determinar si, la localización quedara cerca del insumo o del mercado. La comparación se debe hacer tomando en cuenta pesos, distancias y tarifas vigentes.
- **Disponibilidad y Costos de los Insumos:** Considerando la cantidad de productos para satisfacer la demanda, se debe analizar las disponibilidades y costos de la materia prima en diferentes zonas.
- **Recurso humano:** Existen industrias, cuya localización se determina sobre la base de la mano de obra, esto es cuando se utilizan un gran porcentaje de esta y el costo es muy bajo.
- **Políticas de Descentralización:** Se hacen con el objeto de descongestionar ciertas zonas y aprovechar recursos de materia prima que ofrecen el lugar geográfico.

Micro localización

Es la selección de un sitio específico dentro del área geográfica donde se establecerá el domicilio comercial del proyecto para realizar sus actividades comerciales. En la localización a nivel micro se estudian aspectos más particulares a los terrenos ya utilizados (Bucci, 2020).

Entre los factores a considerar están:

- Vías de Acceso
- Transporte de Mano de Obra
- Energía Eléctrica
- Agua
- Calidad de mano de obra
- Instalaciones para el Equipo y Maquinaria.
- Sistema de Comercialización.
- Tipo de Producto o Servicio.
- Evaluación de los Terrenos: a) Superficie disponible b) Topografía c) Costo del Terreno d) Tipo de Suelo e) Vías de Comunicación f) Servicios Públicos g) Transporte h) Uso del Suelo (Aula fácil, 2022).

Tamaño del proyecto

La determinación del tamaño de la planta industrial (empresa), está dado por la capacidad instalada de producción de bienes y/o servicios de la misma, dicha capacidad de producción es expresada en términos de productos elaborados por ciclo, turno, año, según el sistema adoptado para trabajar (Compean, 2022).

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta en su incidencia sobre el nivel del costo que se calculen y, por lo tanto, sobre esta estimación sobre la rentabilidad que podría generar su implementación.

Capacidad instalada

Es definida como el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular puede lograr durante un período de tiempo establecido. Para ello, se deben tener en consideración el equipamiento, la planta física o instalaciones y los recursos de capital con el que cuentan.

Cuando se habla de la capacidad instalada es necesario considerar los siguientes aspectos:

- Los costos
- Su utilización
- La eficiencia
- El rendimiento o productividad de su uso

Estos factores ayudan a definir la magnitud de la infraestructura que es una función directa de la cantidad de producción que puede proporcionarse (Pacheco, 2022).

El uso de la capacidad instalada dependerá de las cantidades de bienes o servicios que se producen. En otras palabras, depende de la ocupación de la infraestructura para generar aquellos productos para los cuales se diseñó.

Capacidad utilizada

Un bajo uso de la capacidad instalada significa subutilización de la infraestructura y por ende mayor costo por unidad. Este elemento es determinante en la competitividad del producto o servicio frente a otros competidores en el mercado. En general se habla de un sobredimensionamiento frente al tamaño real de la demanda.

Se tiene en cuenta cuál es efectivamente la producción máxima que cada sector puede lograr con la capacidad instalada actual. Tiene en cuenta criterios técnicos, como el aprovechamiento potencial de las plantas productivas empleando el máximo de turnos posibles y las interrupciones necesarias para el mantenimiento apropiado (Jara, 2015).

Estructura organizativa de la empresa

Todas las organizaciones deben tener una estructura organizacional según las tareas o actividades que pretenda hacer, a través de una adecuada estructura que le permita fijar sus funciones, y áreas con la intención de producir productos o servicios mediante un correcto orden que facilite la consecución de los objetivos empresariales.

En la estructura organizacional intervienen una serie de elementos como son los siguientes:

- Número de trabajadores.
- Ubicación geográfica.
- Nivel de desarrollo del producto o servicio.
- Grado de control de calidad del producto.
- Relación de autoridad central o descentralización (García, 2018).

Organización legal

El tipo de estructura legal que se seleccione para la empresa nueva puede ser crucial para su éxito. La habilidad para tomar decisiones con rapidez, competir en el mercado y obtener el capital cuando sea necesario, se relaciona en forma directa con la estructura legal de la empresa.

Las tres estructuras legales más populares para las pequeñas empresas son:

- **Empresa unipersonal:** Si eres el único propietario de tu empresa y nunca la has registrado legalmente, tienes una empresa unipersonal. Casi no hay costos iniciales y la preparación de impuestos es fácil.
- **Sociedad de Responsabilidad Limitada (LLC):** La empresa ofrece más protecciones y separaciones a las empresas que las empresas individuales. Tus ganancias y pérdidas no están sujetas a impuestos a nivel corporativo (preparar una declaración de impuestos es tan fácil como en una empresa unipersonal).
- **Corporación:** Los accionistas de una corporación no son responsables por ninguna deuda incurrida o por juicios emitidos contra la corporación. Las corporaciones pueden recaudar fondos adicionales vendiendo acciones en la corporación (Salas, 2021).

Organización administrativa

La “Organización” es la segunda etapa del proceso administrativo, en esta se crea un sistema de control organizado para lograr las metas y objetivos establecidos en la etapa de planeación y gestión, la premisa acerca de que es organización en el proceso administrativo todo proceso debe tomar decisiones y de planeación, dividir el trabajo, atribuir responsabilidades a las personas y establecer mecanismos de comunicación y coordinación son decisiones de organización.

Esta se basa en principios que deben seguirse para obtener un mejor desempeño de su concepto y funcionabilidad:

- **Objetivo**

Todas las actividades establecidas en la organización deben relacionarse con los objetivos y los propósitos de la empresa, la existencia de un puesto o área sólo es justificable si sirve para alcanzar realmente los objetivos.

- **Especialización**

El trabajo de una persona debe limitarse hasta donde sea posible, a la ejecución de una sola actividad; mientras más específico y menor campo de acción tenga un individuo, mayor será su eficiencia y destreza.

- **Jerarquía**

Es necesario establecer centros de autoridad de los que emane la comunicación necesaria para lograr los planes, en los cuales la autoridad y la responsabilidad fluyan desde el más alto ejecutivo hasta el nivel más bajo

- **Unidad de mando**

Al determinar un centro de autoridad y decisión para cada función, debe asignarse un sólo jefe, y que los subordinados no deberán reportarse más que a un sólo jefe.

- **Difusión**

La obligación de cada puesto que cubre autoridad y responsabilidad debe publicarse y ponerse por escrito a disposición de todos aquellos miembros de la empresa que tengan relación con el mismo.

- **Equilibrio**

En toda estructura existe la necesidad del equilibrio aplicación de los principios o técnicas debe estar equilibrada para asegurar eficacia global de la estructura para cumplir los objetivos de la empresa (Euroinnova Business School, 2020).

Niveles jerárquicos

Estos niveles de dirección que suelen disgregarse en tres niveles que también son descritos por Charles. W. L. Hill

- **Alta dirección o nivel corporativo:** Está compuesto por el presidente (CEO), otros altos directivos y el personal corporativo. Estos individuos ocupan la cima de la jerarquía en el proceso de toma de decisiones dentro de la organización.
- **Dirección media o gerentes de negocios:** El gerente de negocios es el director de la división. El rol estratégico de estos gerentes es traducir las declaraciones y objetivos de la dirección y del nivel corporativo en estrategias concretas para negocios individuales.
- **Dirección de nivel operacional gerentes funcionales:** Los gerentes funcionales son responsables de las funciones u operaciones específicas de negocios (recursos humanos, compras, desarrollo de productos, servicio al cliente, etcétera) que constituyen una empresa o una de sus divisiones (Melara, 2021).

Para el buen funcionamiento de una organización debe contar con una estructura jerárquica bien definida respecto al nivel ejecutivo, nivel operativo y nivel técnico o funcional.

Organigrama

Un organigrama representa la estructura jerárquica de la empresa, los cargos y funciones y las líneas oficiales de comunicación. El organigrama de una empresa dependerá de su naturaleza y dimensión, pero siempre debe promover la interacción y comunicación entre las áreas de la empresa. Existen varios organigramas para representar:

- **Organigrama funcional o estructural**

Es un organigrama vertical que configura la estructura organizativa a partir de las funciones. Parte de un CEO o líder y, posteriormente, se divide en áreas o departamentos. Se ordena según las capacidades de cada empleado con el objetivo de que todas las áreas funcionen bajo el enfoque global de la empresa y evitar inconvenientes que afecten a la productividad.

- **Organigrama Matricial**

Esta estructura combina distribuciones verticales y horizontales. Por un lado, los puestos de trabajo y departamentos se dividen según las funciones. Y, por otro lado, se encuentran las divisiones de la organización. La jerarquía se divide en dos líneas independientes que cuentan con los mismos derechos.

- **Organigrama mixto**

El organigrama mixto fusiona el organigrama horizontal y el vertical. Parte de un área principal que actúa como líder y se despliega de arriba hacia abajo con las diferentes áreas.

De forma horizontal se despliegan los departamentos que componen cada área. Este tipo de organigrama es común en organizaciones de gran tamaño, con elevado número de empleados y divisiones.

- **Organigrama circular**

El organigrama circular tiene como eje de la estructura a la persona o departamento de mayor jerarquía. Y en torno a este se despliegan los demás componentes, de dentro hacia afuera. Esta estructura evita las jerarquías directas y favorece la integración entre áreas.

- **Organigrama vertical o lineal**

Representa la estructura de arriba hacia abajo, el CEO o líder está en la parte superior y subordina el resto de las áreas y empleados. Es una estructura algo más rígida en cuanto su autoridad y responsabilidad.

El organigrama vertical es de los más utilizados debido a su sencillez y a que se basa en la jerarquía para desarrollar la distribución. Se adapta a organizaciones de distintos tamaños (Endalia, 2020).

Manual de funciones

Es un instrumento de trabajo que emite un conjunto de normas y tareas que deben realizar todos quienes conforman la empresa y que desarrollan actividades específicas, en su elaboración debe estar basado de acuerdo a los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas (Ramos Huancani, 2018).

Estudio financiero

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 (Anzil, 2022).

Inversiones

Es la aplicación de recursos financieros destinados a incrementar los activos fijos o financieros de una entidad. Ejemplo: maquinaria, equipo, obras públicas, bonos, títulos, valores, etc. Comprende la formación bruta de capital fijo (FBKF) y la variación de existencias de bienes generados en el interior de una economía. También son una especie de combinación de recursos financieros, laborales y materiales que se asignan para aumentar el capital, así como para expandir, reequipar o modernizar la producción (Marcos, 2022).

Activos fijos

Este grupo está formado por todos aquellos bienes y derechos propiedad del negocio que tienen cierta permanencia o fijeza y se han adquirido con el propósito de usarlos y no de venderlos; naturalmente que cuando se encuentren en malas condiciones o no presten un servicio efectivo, sí pueden venderse o cambiarse.

Los principales bienes y derechos que forman el Activo fijo, son:

- Terrenos Edificios
- Mobiliario y equipo
- Equipo de entrega o de reparto
- Maquinaria
- Depósitos en garantía
- Acciones y valores

Activos diferidos

Está representado por las inversiones cuyos beneficios se obtendrán en varios periodos (años).

Este grupo tiene la característica de que incluye valores intangibles (no los podemos tocar). Los principales gastos pagados por anticipado que forman el Activo diferido o Cargos diferidos, son:

- Gastos de instalación
- Papelería y útiles
- Propaganda o publicidad
- Primas de seguros

- Rentas pagadas por anticipado Intereses pagados por anticipado

Activos circulantes o capital de trabajo

Este grupo está formado por todos los bienes y derechos del negocio que están en rotación o movimiento constante y que tienen como principal característica la fácil conversión en dinero efectivo.

El orden en que deben aparecer las principales cuentas en el Activo circulante, en atención a su mayor y menor grado de disponibilidad es el siguiente:

- Caja
- Bancos
- Mercancías Clientes
- Documentos por cobrar
- Deudores diversos (Del Moral, 2022).

Financiamiento de la inversión

La financiación corresponde entonces a la obtención de dinero que puede ser destinado, por ejemplo, al presupuesto de una obra o proyecto. Igualmente, puede servir para pagar a proveedores o empleados.

El financiamiento permite a las personas y a las compañías realizar fuertes inversiones. Así, a futuro devolverán el crédito obtenido, incluso de manera distribuida en el tiempo. Aunque la desventaja es que suelen cobrarse intereses.

La financiación puede clasificarse de varias maneras. Primero, según su procedencia:

- **Fondos ajenos:** Conocido como deuda. Es el capital de fuentes externas, como bancos o personas particulares. Un ejemplo de este tipo de financiamiento son los préstamos bancarios.
- **Fondos propios:** Son los aportes de los socios de la empresa. Para obtener más recursos de este tipo, se puede realizar, por ejemplo, una oferta pública de adquisición. De ese modo, nuevos inversores podrían animarse a comprar una participación en el capital social de la firma (Westreicher, Economipedia.com, 2020).

Capital social

Es el conjunto de dinero, bienes y derechos patrimoniales, todos susceptibles de ser valorados económicamente, que los socios aportan a una sociedad mercantil, bien en el momento de su constitución, bien en algún momento del futuro.

Al constituir una sociedad mercantil, la ley establece que los socios deben realizar una aportación económica a la empresa (capital inicial): puede constar tanto de dinero como de aportaciones en especie, que se registrarán en la contabilidad como pasivos (Carrasco, 2021).

Capital ajeno

También llamada fondo ajeno, no es más que todo dinero o recurso económico proveniente del exterior que no se origina por la empresa. Por ejemplo: los préstamos bancarios pedidos o los créditos a largo plazo. Esto puede resultar del financiamiento para una actividad de administración, de recursos o para compra de materia prima (Euroinnova, 2022).

Análisis de costos

Es el proceso de identificación de los recursos necesarios para llevar a cabo la labor o proyecto del voluntario. El análisis de costo determina la calidad y cantidad de recursos necesarios. Entre otros factores, analiza el costo del proyecto en términos de dinero. Con frecuencia, los voluntarios

suponen que cuentan con los recursos necesarios y que el costo es tan bajo que no es necesario realizar el análisis (Juárez, 2022).

Evaluación financiera

Se deben utilizar métodos adecuados de evaluación de inversiones con el fin de que se tomen decisiones acertadas en cuanto a la destinación de los recursos correspondientes a cada una de las posibilidades de inversión.

Las principales funciones que cumple esta evaluación son:

- Determinar hasta donde todos los costos pueden ser cubiertos oportunamente, de tal manera que contribuya a diseñar el plan de financiamiento.
- Medir la rentabilidad de la inversión de fondos.
- Proporcionar a los portadores de los fondos, elementos responsables de juicio que hacer una comparación del proyecto con otras alternativas o con otras oportunidades de inversión.

Flujo de caja

El flujo de caja se refiere a la información sobre los recursos que genera una empresa, tanto los flujos de entrada como de salida, en un periodo de tiempo específico. Se utiliza para indicar la acumulación neta de activos líquidos durante un periodo concreto.

Tipos de flujo de caja:

- **Flujo de caja operativo.**

Cantidad de dinero en efectivo que entra y sale de la empresa mediante las operaciones directamente relacionadas con el ejercicio de su actividad, sin tener en cuenta los costes de financiación.

- **Flujo de caja de inversión.**

Cantidad de dinero ingresada o gastada según las inversiones de la empresa, generalmente en productos financieros que se pueden convertir fácilmente en liquidez, así como en la compra de bienes inmuebles e inmovilizado tangible e intangible.

- **Flujo de caja financiero.**

Movimientos en efectivo de las inversiones financieras de la empresa relacionadas con su actividad, como el pago de los créditos o el efectivo recibido de la emisión de acciones.

Se calcula agregando el beneficio neto a las amortizaciones realizadas en el periodo, a través de la siguiente fórmula básica:

Flujo de caja = Beneficios netos + Amortizaciones + Provisiones + Cuentas por pagar – Cuentas por cobrar

Si el estado de flujo de efectivo es positivo, indica que los ingresos de la empresa han sido mayores que los gastos, pero si es negativo significa que ha gastado más de lo que ha ingresado (Urzúa, 2022).

Valor actual neto

Es la técnica de valoración económica más popular y sofisticada probablemente sea el enfoque del VAN que consiste en el descuento de todos los flujos de efectivo futuros (tanto de entrada como de salida) resultantes del proyecto de innovación con una determinada tasa de descuento y luego sumarlos juntos.

El VAN es un indicador de evaluación desde una perspectiva costo beneficio puesto que muestra el resultado de la riqueza excedente que genera un proyecto luego de haber solventado todos sus costos y la rentabilidad esperada en un determinado horizonte de tiempo.

Este indicador, como su nombre lo indica requiere que se incorpore el valor cronológico del dinero al cálculo, aplicando la actualización de los flujos de los períodos futuros para traerlos al momento presente. De esa manera, todos los flujos estarán en unidades monetarias del mismo período y serán perfectamente sumables y a esa suma de los flujos anuales en unidades monetarias del momento actual se denomina Valor actual Neto (VAN).

$$\text{Valor actual neto VAN} = F_0 + \frac{F_1}{(1+k)^n} + \frac{F_1}{(1+k)^n}$$

F₀= Inversión inicial o inversión en el período 0

F₁ = Flujo neto financiero en el período 1

k= Tasa de descuento

n= Número del período del flujo

Período de recuperación del capital

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial.

Para calcular el PRI se usa la siguiente fórmula:

$$\text{PRI} = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial.

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión (Conexión ESAN, 2017).

Relación costo beneficio

La Relación Beneficio – Costo es el coeficiente entre el Valor Presente de los Ingresos y el Valor Presente de los Egresos, los cuales son calculados bajo la misma metodología que el VPN. Esta relación mide cuántas unidades monetarias genera de ingresos un proyecto de inversión por cada unidad monetaria de egresos.

Si la Relación Beneficio – Costo es superior a 1, los ingresos del proyecto cubren los egresos, por lo que es viable financieramente y genera ganancias para sus inversionistas; si ésta es menor a 1, los ingresos del proyecto no alcanzan a cubrir los egresos, por lo que no es viable financieramente y causa pérdidas a sus inversionistas (Profima, 2018).

Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) ha sido uno de los criterios de decisión más apetecidos para la toma de decisiones financieras, no solamente a efectos de aceptar o rechazar inversiones, sino a efectos de ordenar alternativas mutuamente excluyentes con el fin de seleccionar la “mejor”.

El procedimiento para su cálculo es encontrar la tasa de descuento (k) que anula la suma de la suma de los flujos de fondos, para ello debe resolverse la siguiente expresión:

$$F_0 + \frac{F_1}{(1+r)^1} + \frac{F_2}{(1+r)^2} \dots = 0$$

Donde r es la Tasa interna de rendimiento que anula el VAN.

A continuación, se desarrolla la fórmula para el cálculo manual de la TIR a partir de la fórmula del VAN, de una forma más sencilla, para ello debe resolverse la siguiente expresión:

$$TIR = tn + (tm - tn) \left[\frac{(VAN +)}{(VAN +) - (VAN -)} \right]$$

Dónde:

tn=tasa de descuento menos

t_m = tasa de descuento mayor

VAN_+ = Valor Actual Neto positivo

VAN_- = Valor Actual Neto negativo

Los criterios de aceptación o rechazo de un proyecto de acuerdo a su Tasa interna de retorno y considerando la tasa de descuento elegida para la actualización de los flujos, son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que la tasa de descuento (rendimiento mínimo exigido por el inversor más el costo promedio del capital ajeno), el proyecto de inversión se acepta.
- Si la TIR es menor que la tasa de descuento (rendimiento mínimo exigido por el inversor más el costo promedio del capital ajeno), el proyecto de inversión se rechaza.

La TIR al igual que el VAN, se basa en un análisis prospectivo (proyecciones de ingresos, costos y gastos) y ponderado (cálculo de la tasa de descuento).

(González M. F., 2017)

Análisis de sensibilidad

Es una herramienta a través de la cual se estudia los cambios que se producen en una variable cuando se introducen ciertas variaciones en el modelo financiero. El análisis de sensibilidad también es conocido como análisis hipotético, ya que resulta fundamental para determinar cómo los diferentes valores que puede adoptar una variable independiente afectan a una variable dependiente.

La falta de certidumbre sobre algunas de las variables económicas en su comportamiento futuro, obliga a quienes evalúan proyectos de inversión a realizar el análisis de sensibilidad.

La fórmula del análisis de sensibilidad es la siguiente:

$$\text{Análisis de sensibilidad} = ((\text{VANn} - \text{VANE}) / \text{VANE}) \times 100$$

Dónde:

- **VANn**: hace referencia al valor actual neto nuevo.
- **VANE**: hace referencia al valor actual neto que se tenía antes de realizar el cambio en la variable que se está midiendo (Software DELSOL, 2022).

Metodología utilizada

Métodos

Los métodos más adecuados para el desarrollo de esta investigación serán:

- **Método inductivo**

Es una forma de razonar partiendo de una serie de observaciones particulares que permiten la producción de leyes y conclusiones generales. El uso del razonamiento inductivo fue y es de gran importancia en el trabajo científico en general, ya que consiste en la recolección de datos sobre casos específicos y su análisis para crear teorías o hipótesis (Arrieta, 2018).

Este método ayudará a la recopilación de datos sobre casos específicos y su análisis para crear teorías o también hipótesis, el cual permitirá partir con el planteamiento del tema de investigación, para llegar a las generalizaciones en cuanto al desarrollo de los mismos y poder llegar a la conclusión si la hipótesis planteada en el proyecto fue rechazada o aceptada.

- **Método deductivo**

Es una forma razonar y explicar la realidad partiendo de leyes o teorías generales hacia casos particulares. Es una forma jerárquica de razonamiento, ya que se parte de generalizaciones, que poco a poco se aplican a casos particulares. Esto hace al método deductivo muy útil para producir conocimiento de conocimientos anteriores (Arrieta, 2018).

Este método, en la presente investigación, servirá para recabar la información pertinente tomada de ciertas fuentes secundarias (encuestas – entrevistas) previamente tabuladas, analizadas e interpretadas, para así poder realizar y completar el proceso de segmentación del mercado y posteriormente determinar los resultados correspondientes al proyecto.

Técnicas

- **LA OBSERVACION DIRECTA**

Es un método de recolección de datos sobre un individuo, fenómeno o situación particular. Se caracteriza porque el investigador se encuentra en el lugar en el que se desarrolla el hecho sin intervenir ni alterar el ambiente, ya que de lo contrario los datos obtenidos no serían válidos (Cajal, 2021).

La observación directa ayudará a conocer el comportamiento de una persona o de un grupo de personas en una situación determinada, también será utilizada para observar aspectos relacionados como la competencia, comercialización, distribución, publicidad, presentación, que tiene este tipo de producto la tortilla tradicional de gualo en la ciudad de Loja-Ecuador.

- **ENCUESTA 1**

Es una herramienta para conocer las características de un grupo de personas. Puede tratarse de variables económicas, como el nivel de ingresos (cuantitativa), o de otro tipo, como las preferencias políticas (cualitativo). Para realizar una encuesta, el investigador debe elaborar un formulario de preguntas. Estas dependerán de los objetivos del estudio (Westreicher, Economipedia, 2020).

En la presente investigación se aplicará a 382 encuestas a las familias de la ciudad de Loja-Ecuador, con el fin de obtener información real acerca de la idea de negocio en investigación, además para conocer si consumirían el producto a ofrecer.

- **ENCUESTA 2**

Es un intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación que se da entre dos o más personas. Todas las personas presentes en una entrevista dialogan sobre una cuestión determinada (Editorial Etecé, 2020).

Durante el proceso de la investigación se llevará a cabo la entrevista con los comerciantes ambulantes y la investigadora en la ciudad de Loja-Ecuador. A continuación, tenemos una lista de las personas entrevistadas que realizan las tortillas tradicionales de gualo en la Ciudad de Loja donde no poseen un registro sanitario y este producto no es comercializado en centros comerciales.

Tabla 1. Competencia

N°	Nombre	Sector
1	Ana Lozana	San Sebastián
2	Neicer Erazo	Las Pitas
3	Ana Lucía Sarango	San Pedro, La Pradera, Esteban Godoy, La Tebaida
4	Delia Consoló	San Pedro
5	Zoila Carrera	La Pradera
6	Sisa Saca	La Tebaida
7	Fabiola Sánchez	Las Pitas
8	Mariana Medina	San Sebastián

Elaborado por: La Autora

Población y muestra

En el proceso de investigación, se debe determinar la población que será el objeto del estudio, el mismo que se determinará teniendo en cuenta una primera segmentación demográfica (familias) y una segunda segmentación geográfica (Ciudad de Loja).

En base a la información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se obtiene a partir del censo poblacional 2010, que en la Ciudad de Loja es de 170.280 habitantes, y para el 2021 da un total de 227.045 habitantes los cuáles se dividen para 4, que es el número de integrantes por familia, obteniendo un total de 56.761 familias, con una tasa de crecimiento poblacional del

2.65%. Además, para establecer cuantas encuestas por parroquia, se realiza el cálculo de la proporción de encuestas que es el resultado de la división del número de encuestas y el total de la población, ese resultado se lo multiplica por las familias de cada parroquia, como se demuestra en la siguiente tabla.

Tabla 2. Población

Parroquia	Población 2010	Población 2021	Familias 4 Integrantes	Número de encuesta $c = \frac{n}{N}$
El Valle	30.695	40.928	10.232	69
Sucre	69.388	92.519	23.130	155
El Sagrario	15.162	20.216	5.054	34
San Sebastián	55.035	73.382	18.346	123
TOTAL	170.280	227.045	56.761	382

Fuente: INEC
Elaborado: La Autora

Tamaño de la muestra

En base a la información obtenida en la población, se procede a calcular el tamaño de la muestra, mediante la aplicación de la siguiente fórmula matemática:

Fórmula:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{e^2(N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

Simbología:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza (95% = 1,96 tabla de distribución anual)

p= Probabilidad de que el evento ocurra = 0,5

q= Probabilidad de que el evento no ocurra = 0,5

N = Población = 56.761

e²= Margen de error = 0,05 = 5%

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{e^2(N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 56.761}{0.05^2(56.761 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{54.513}{0.13940 + 0.9604}$$

$$n = \frac{54.513}{1.0998}$$

n = 382 Encuestas demandantes

Capítulo I

1.1 Análisis e interpretación de los resultados de las 382 encuestas a las familias de la Ciudad de Loja; y, 8 entrevistas a la competencia directa.

El presente capítulo reside en tabular, analizar e interpretar los datos obtenidos de las 382 encuestas aplicadas a las familias de la Ciudad de Loja; y, la entrevista a la competencia indirecta, que corresponde a los vendedores ambulantes que ofrecen las tortillas de gualo en los distintos lugares de la Ciudad de Loja.

Mediante la recopilación de los datos designados, permitieron conocer los gustos, preferencias y opiniones de las diferentes familias encuestadas.

La información obtenida de las encuestas sirve para la realización del estudio de mercado a lo que se refiere a la proyección de la demanda, oferta y la demanda insatisfecha; también permite crear el plan de comercialización, elaborando estrategias relacionadas con el producto, precio, plaza, promoción y publicidad.

1.2 Tabulación, análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las 382 familias de las diferentes parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.

1. ¿Cuál es el nivel de ingresos mensuales en su familia?

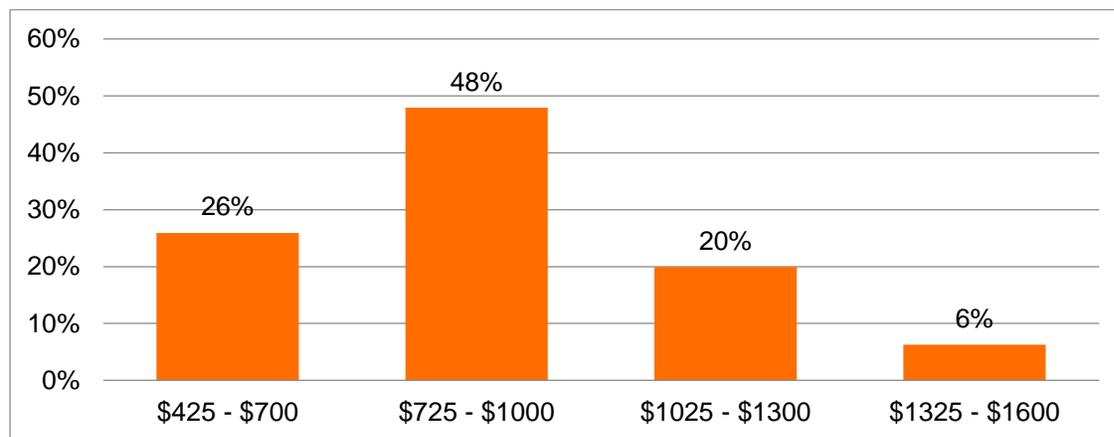
Tabla 3. Nivel de ingresos mensuales

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$425 - \$700	99	26%
\$725 - \$1000	183	48%
\$1025 - \$1300	76	20%
\$1325 - \$1600	24	6%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 5. Nivel de ingresos mensuales



Fuente: Tabla 3

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De las 382 familias encuestadas en la Ciudad de Loja, se obtuvo el 48% entre \$725-\$1000, mientras que el 26% tiene entre \$425-\$700, el 20% tiene entre \$1025-\$1300, y el 6% está entre \$1325-\$1600. De acuerdo con los resultados obtenidos, se conoce que la mayoría de las familias se encuentra que sus ingresos mensuales están dentro de la canasta básica familiar.

2. ¿Usted y su familia consumen tortillas?

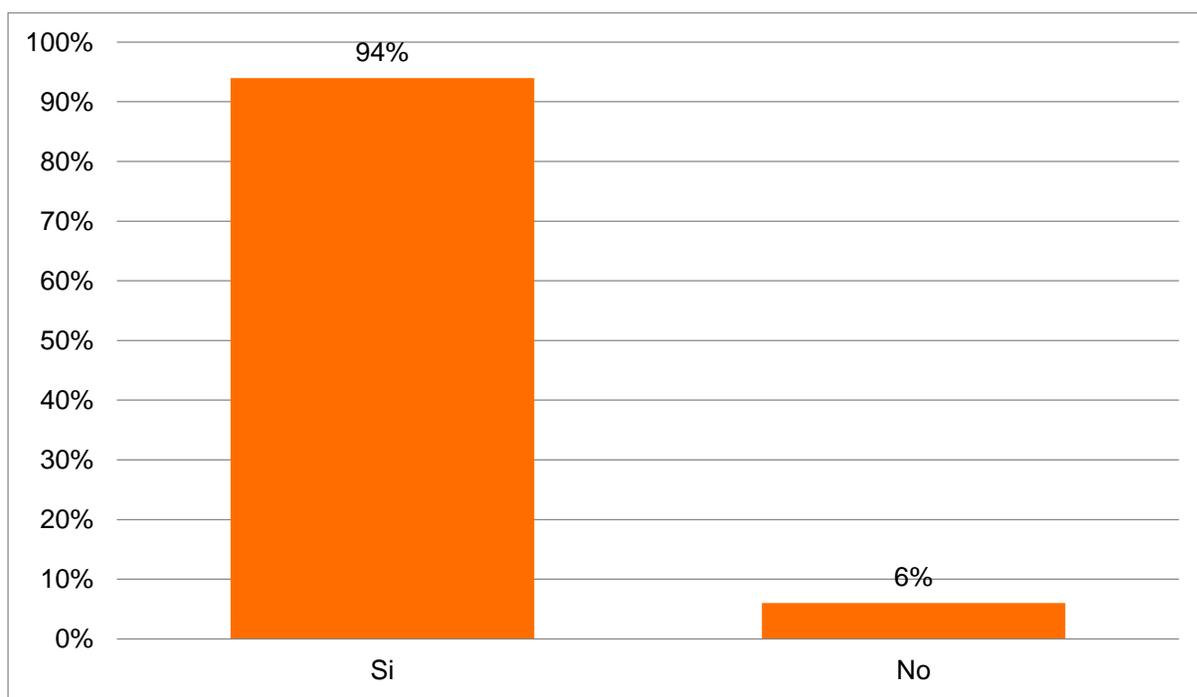
Tabla 4. Consumo de tortillas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	359	94
No	23	6
Total	382	100

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 6. Consumo de tortillas



Fuente: Tabla 4

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Según la encuesta aplicada a las familias de la Ciudad de Loja, se conoce que hay un 94% Si, y en contraste el 6% que no consumen. Las familias manifestaron que consumen tortillas porque son muy deliciosas, por costumbre, por alimento, y mientras que las familias que dieron a conocer lo contrario dijeron que no son higiénicas, para poder consumir en aquellos lugares.

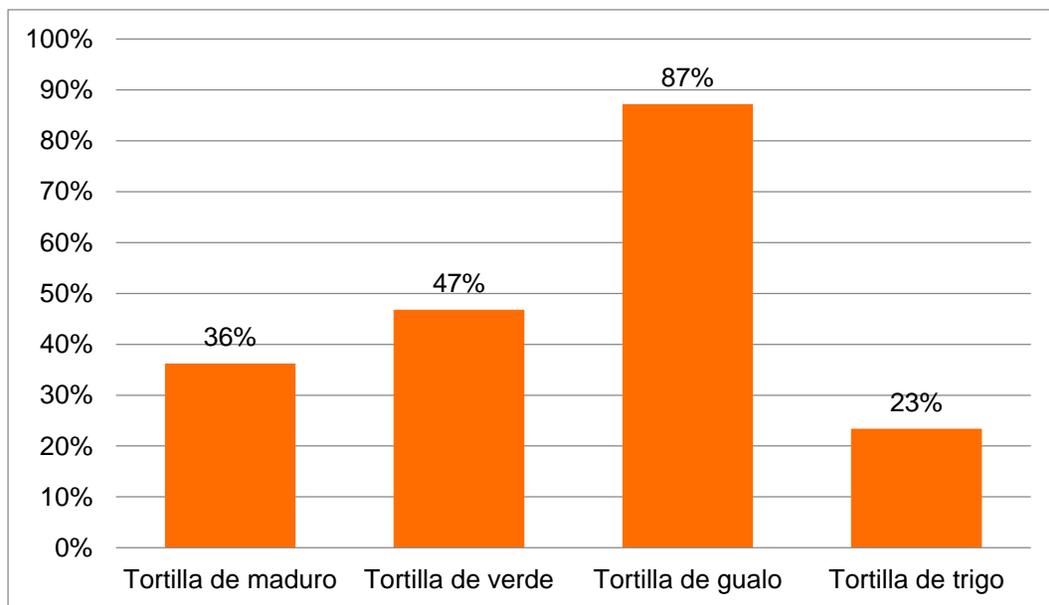
3. ¿Qué tipo de tortillas consume usted y su familia?

Tabla 5. Tipo de Tortillas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Tortilla de maduro	130	36%
Tortilla de verde	168	47%
Tortilla de gualo	313	87%
Tortilla de trigo	84	23%

Fuente: Encuestas a las familias
Elaboración: La Autora

Ilustración 7. Tipo de tortillas



Fuente: Tabla 5
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De las familias encuestadas de la Ciudad de Loja, el 87% consumen Tortilla de Gualo, seguido tenemos un 47% en Tortilla de verde, también hay un 36% en tortilla de maduro y un 23% en tortilla de trigo. Acorde a los resultados las familias si consumen las tortillas de gualo porque son conocidas en la familia, visitan los mercados, son muy ricas y nutritivas.

4. ¿Cuántas tortillas tradicionales de gualo consume usted y su familia mensualmente?

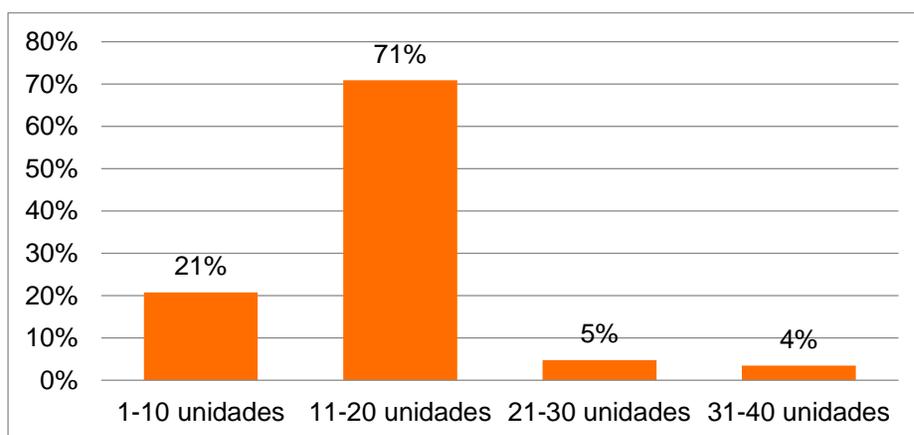
Tabla 6. Consumo de tortillas de gualo mensual

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1-10 unidades	65	21%
11-20 unidades	222	71%
21-30 unidades	15	5%
31-40 unidades	11	4%
Total	313	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 8. Consumo de tortillas de gualo mensual



Fuente: Tabla 6

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados indican que el 71% de las familias que consumen tortillas de gualo, compran entre 11-20 unidades, siendo el porcentaje más relevante, seguido por el 21% compran entre 1-10 unidades, luego un 5% entre 21-30 unidades y solo un 4% consume entre 31-40 unidades. Por lo tanto, se conoce que el nivel de consumo se concentra entre 11-20 unidades mensuales, por razón de poco consumo y porque no les gusta tanto; y además con los porcentajes de 5% y 4% es porque las familias consumen cada fin de semana ya sea en su hogar o en las plazas de mercados, por nutrición y por su sabor.

5. ¿En qué presentación (envoltura) compra usted y su familia las tortillas de gualo?

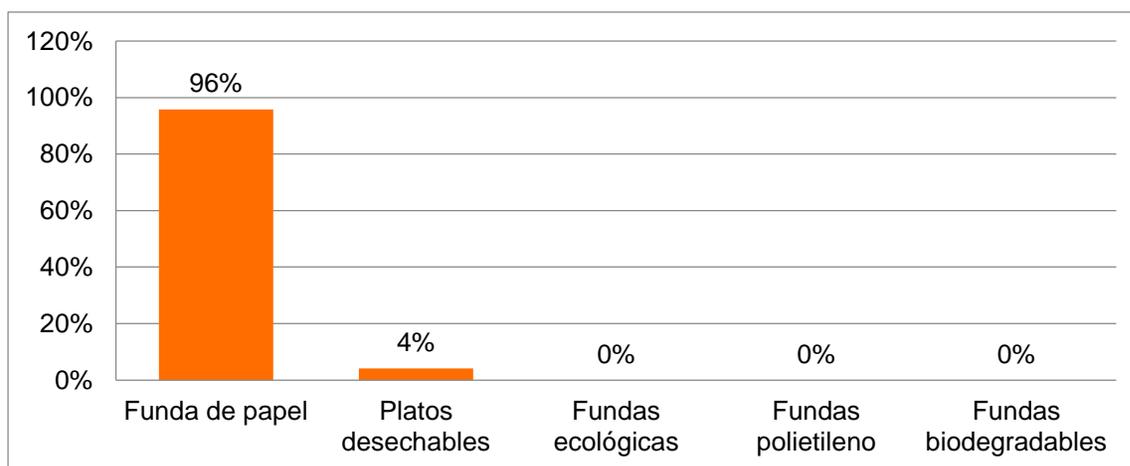
Tabla 7. Presentación de la tortilla de gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Funda de papel	300	96%
Platos desechables	13	4%
Fundas ecológicas	0	0%
Fundas polietileno	0	0%
Fundas biodegradables	0	0%
Total	313	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 9. Presentación de la tortilla de gualo



Fuente: Tabla 7

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos indican que el 96% de las familias que consumen tortilla de gualo, lo compran en la presentación que es funda de papel, luego tenemos un mínimo valor de 4% en platos desechables y de las fundas ecológicas, polietileno y biodegradables no han sido compradas. Las familias dieron a conocer que en la presentación que compran las tortillas de gualo es en funda de papel porque son económicas, también desde hace mucho tiempo venden en esa presentación y además ayuda a mantener la textura de las tortillas.

6. ¿Cuándo usted y su familia adquieren las tortillas de gualo se fija en?

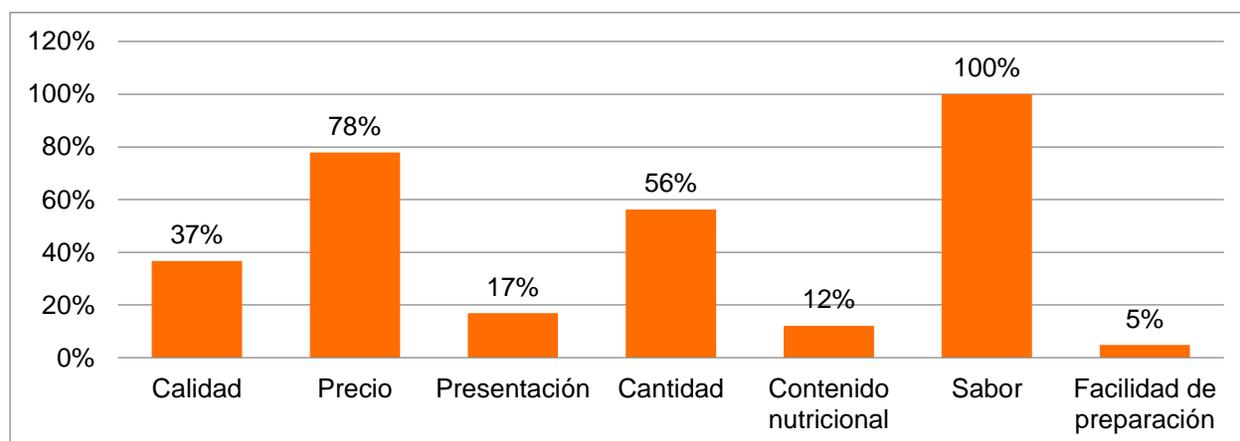
Tabla 8. Características del producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	115	37%
Precio	244	78%
Presentación	53	17%
Cantidad	176	56%
Contenido nutricional	38	12%
Sabor	313	100%
Facilidad de preparación	15	5%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 10. Características del producto



Fuente: Tabla 8

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos, el 100% de las familias encuestadas se fijan en el sabor del producto, la siguiente característica es el precio con un 78%, luego tenemos el 56% en cantidad, también tenemos un 37% en calidad, seguido tenemos un 17% en presentación, también hay un 12% en contenido nutricional y finalmente tenemos un 5% en facilidad de preparación del producto. Por lo tanto, se comprende que lo más importante para los compradores al momento de adquirir la tortilla de gualo es el sabor porque en ello está la tradición de muchas familias.

7. ¿Cómo considera usted y su familia los precios que paga por las tortillas de gualo?

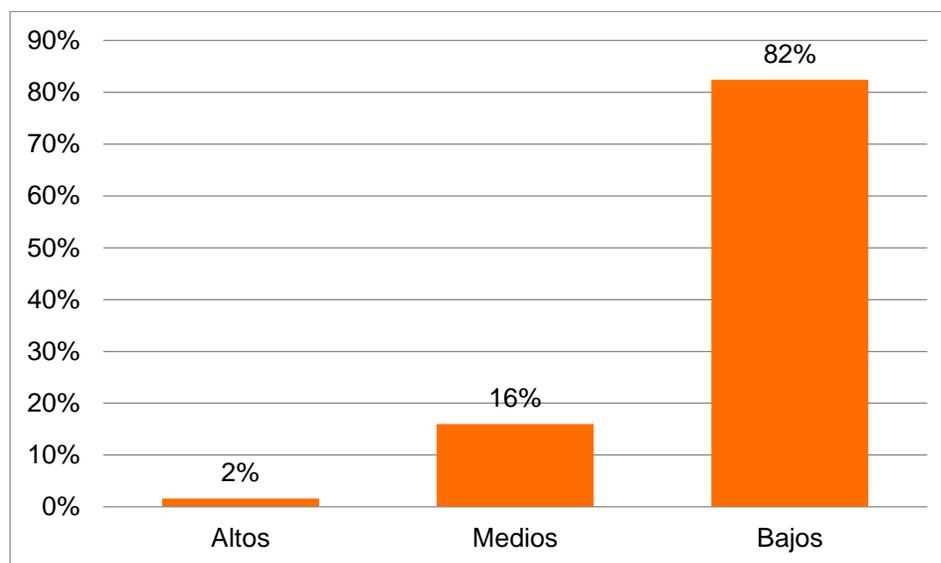
Tabla 9. Precio que paga por las tortillas de gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Altos	5	2%
Medios	50	16%
Bajos	258	82%
Total	313	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 11. Precio que paga por las tortillas de gualo



Fuente: Tabla 9

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Las respuestas obtenidas señalan que los consumidores el precio que pagan de la tortilla de gualo son bajos con un 82%, luego tenemos un 16% en medios y finalmente un 2% en altos. Se conoce que el precio que pagan por las tortillas de gualo es bajo porque son precios fijos que los vendedores mantienen.

8. ¿Qué precio paga por las tortillas de gualo?

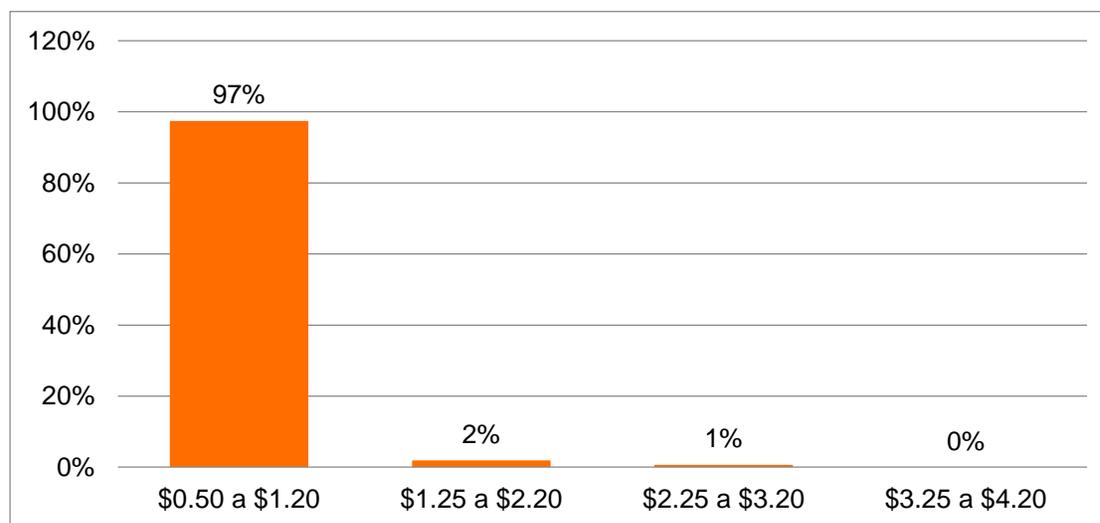
Tabla 10. Precio que paga por las tortillas de gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$0.50 a \$1.20	305	97%
\$1.25 a \$2.20	6	2%
\$2.25 a \$3.20	2	1%
\$3.25 a \$4.20	0	0%
Total	313	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 12. Precio que paga por las tortillas de gualo



Fuente: Tabla 10

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Las respuestas obtenidas señalan que las familias de la Ciudad de Loja que consumen las tortillas de gualo pagan entre \$0.50 a \$3.00 con un 97%, siendo la opción más seleccionada por las familias, también está el 2% entre \$1.25 a \$2.20 y finalmente tenemos como mínimo valor el 1% entre \$2.25 a \$3.20 y como 0% entre \$3.25 a \$4.20. Se conoce con ello que el precio que mayormente pagan es el rango 1, entre \$0.50 a \$1.20.

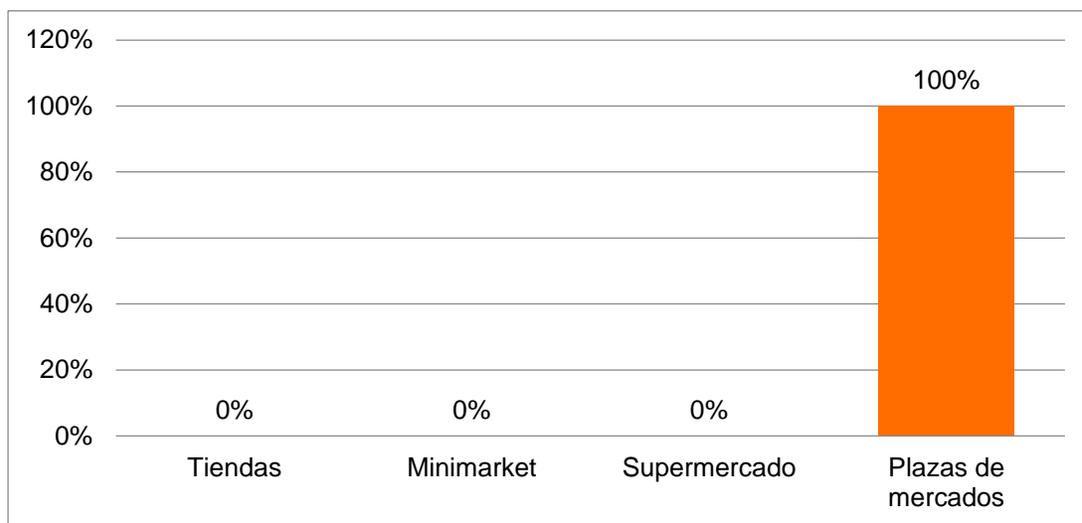
9. ¿En qué lugar usted y su familia adquieren las tortillas de gualo?

Tabla 11. Adquieren las tortillas de gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	0	0%
Minimarket	0	0%
Supermercado	0	0%
Plazas de mercados	313	100%
Total	313	100%

Fuente: Encuestas a las familias
Elaboración: La Autora

Ilustración 13. Adquieren las tortillas de gualo



Fuente: Tabla 11
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Los datos obtenidos de las encuestas aplicadas indican que las familias de la Ciudad de Loja adquieren las tortillas de gualo en plazas de mercados con un 100% porque siempre han vendido ahí de forma ambulante y pocas veces en festivales. Por lo tanto, el supermercado, minimarket y tiendas no han sido adquiridos.

10. ¿Existe promociones al momento de adquirir las tortillas de gualo?

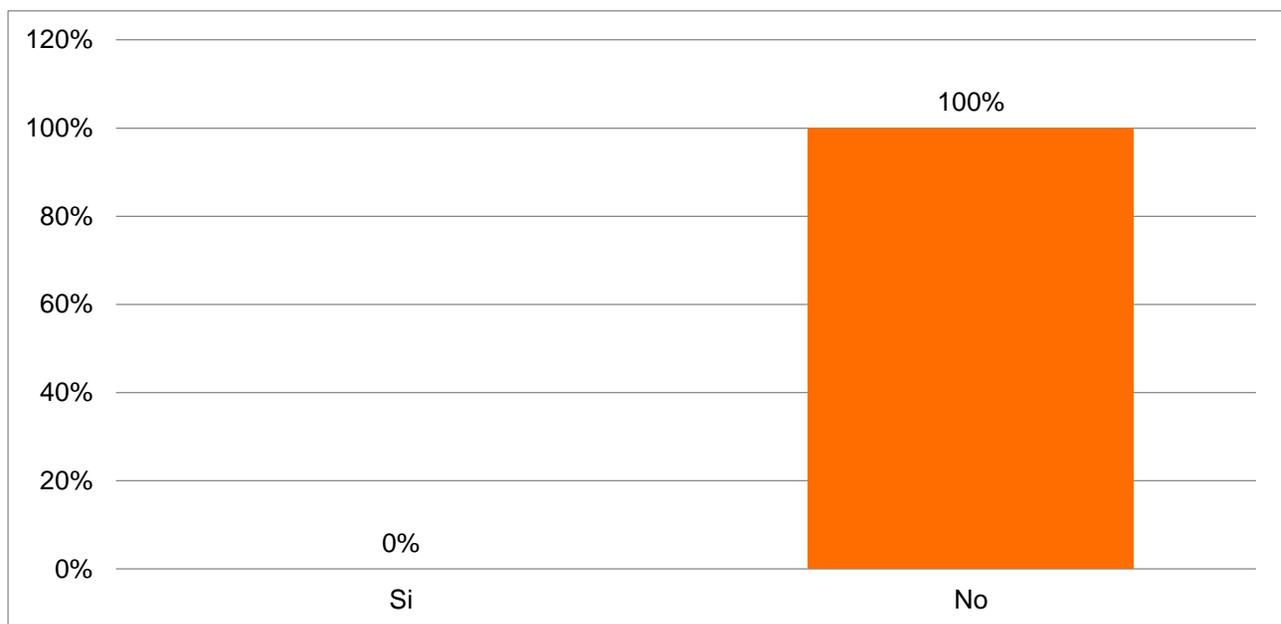
Tabla 12. Promociones al adquirir tortillas de gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	313	100%
Total	313	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 14. Promociones al adquirir tortillas de gualo



Fuente: Tabla 12

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

En la presente pregunta, el 100% de las familias encuestadas dijeron que no dan promociones al momento de adquirir las tortillas de gualo porque no les convienen a los vendedores ambulantes por los precios que venden, y en contraste tenemos un 0% Si.

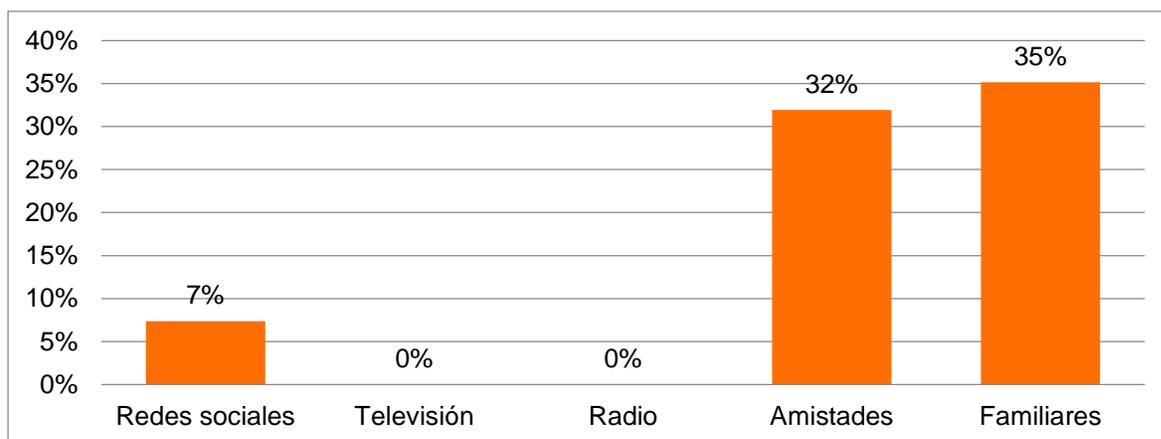
11. ¿A través de qué medio de comunicación se enteró sobre las tortillas de gualo que comercializan en la ciudad de Loja?

Tabla 13. Medio de comunicación

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	23	7%
Televisión	0	0%
Radio	0	0%
Amistades	100	32%
Familiares	110	35%
Desconocidos	80	26%
Total	313	100%

Fuente: Encuestas a las familias
Elaboración: La Autora

Ilustración 15. Medio de comunicación



Fuente: Tabla 13
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Las familias encuestadas mencionan que conocen de la existencia de las tortillas de gualo, gracias a los familiares dando un 35%, seguidamente tenemos a las amistades con un 32%, luego tenemos un 7% en redes sociales y finalmente esta el 0% en televisión y radio. Dieron a conocer que se enteran de las tortillas de gualo hablando entre familias y amistades para referir quien tiene buena preparación y buenos precios.

12. ¿Conoce usted y su familia los beneficios de la tortilla de gualo?

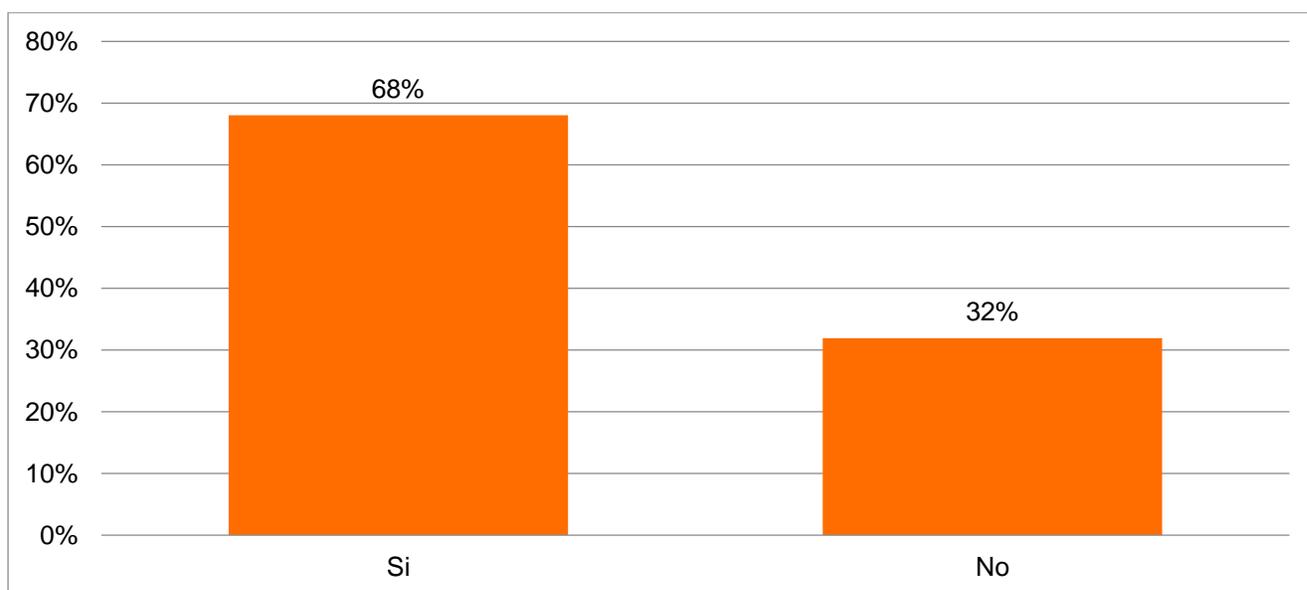
Tabla 14. Beneficios de las tortillas de gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	213	68%
No	100	32%
Total	313	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 16. Beneficios de las tortillas de gualo



Fuente: Tabla 14

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De las familias encuestadas, el 68% si conoce los beneficios de las tortillas de gualo, y el restante el 32% no tiene conocimiento sobre los beneficios. Por lo tanto, la mayoría de las familias de la Ciudad de Loja si conocen los beneficios de las tortillas de gualo una de las razones es que son nutritivas y saludables para la persona.

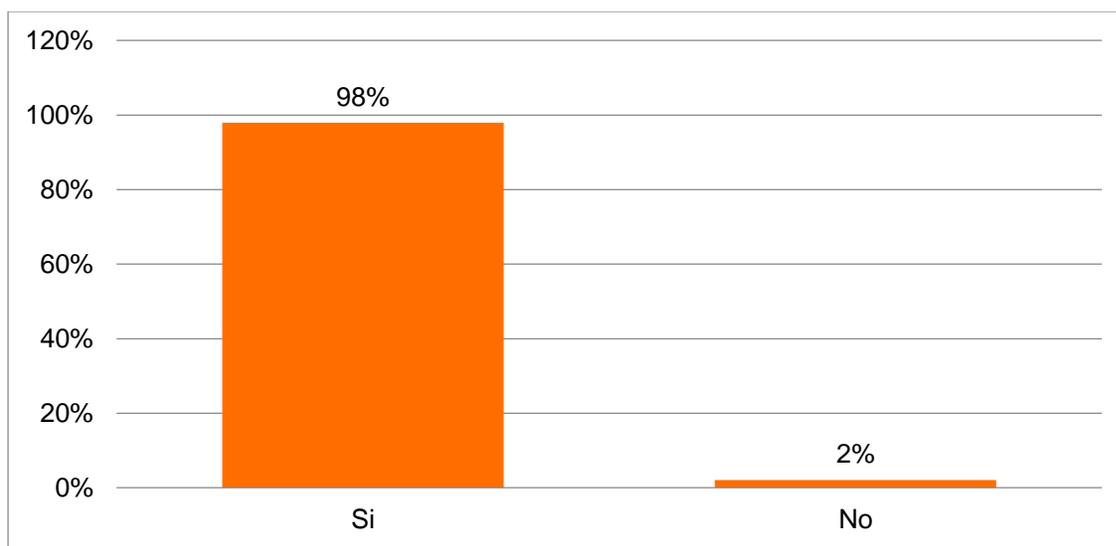
13. ¿Si se implementará una microempresa dedicada a la comercialización de Tortillas de Gualo en la ciudad de Loja, estaría dispuesto a adquirir el producto usted y su familia?

Tabla 15. Disposición a adquirir el producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	198	63%
No	115	37%
Total	313	100%

Fuente: Encuestas a las familias
Elaboración: La Autora

Ilustración 17. Disposición a adquirir el producto



Fuente: Tabla 15
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

El 98% de las familias de la Ciudad de Loja, tienen la disposición de adquirir las tortillas de gualo, mientras que el 2% dijeron que no están interesadas en adquirir el producto. Los datos indican que existe una gran aceptación con respecto a la implementación de una microempresa dedicada a la comercialización de tortillas de gualo en la Ciudad de Loja, siendo favorable para el proyecto.

14. ¿En qué presentación (envoltura) le gustaría adquirir las tortillas de gualo?

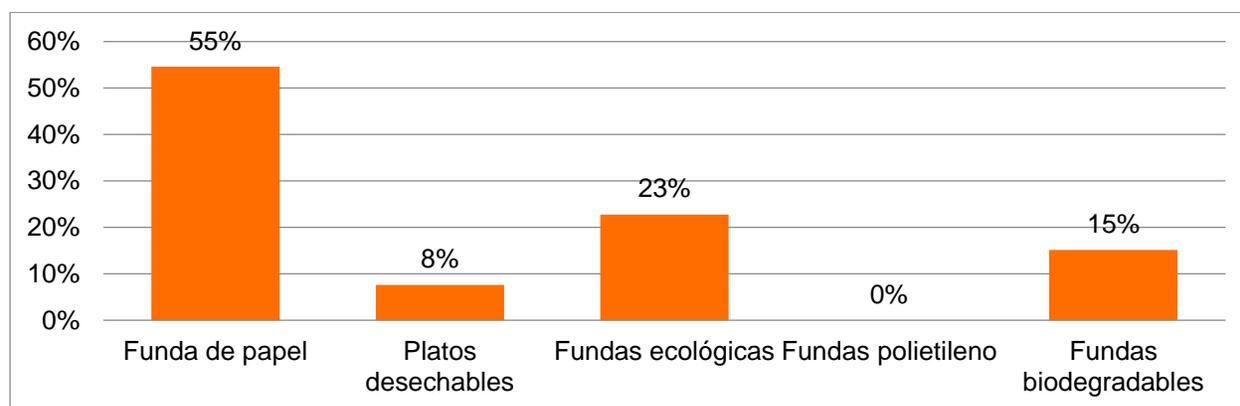
Tabla 16. Presentación de las tortillas de gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Funda de papel	108	55%
Platos desechables	15	8%
Fundas ecológicas	45	23%
Fundas polietileno	0	0%
Fundas biodegradables	30	15%
Total	198	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 18. Presentación de las tortillas de gualo



Fuente: Tabla 16

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas indican que el 55% de las familias encuestadas prefieren que la presentación de las tortillas de gualo sea en funda de papel porque mantiene al producto en buena textura y no se necesita conservantes para mantener el producto, luego tenemos un 23% en fundas ecológicas, seguido de ello un 15% en fundas biodegradables, también un 8% en platos desechables y por ultimo un 0% en fundas polietileno. Por lo tanto, los resultados dan a conocer que la presentación de funda de papel tiene mayor aceptación por parte de las familias de la Ciudad de Loja.

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de tortillas de gualo de 5 unidades?

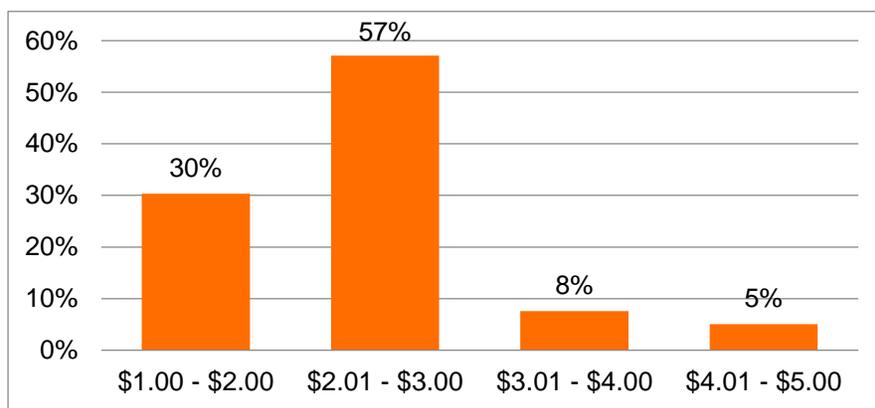
Tabla 17. Precio dispuesto a pagar

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$1.00 - \$2.00	60	30%
\$2.01 - \$3.00	113	57%
\$3.01 - \$4.00	15	8%
\$4.01 - \$5.00	10	5%
Total	198	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 19. Precio dispuesto a pagar



Fuente: Tabla 17

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los datos de la gráfica señalan que el 57% de las familias encuestadas pagaría por una bolsa de 10 unidades de tortillas de gualo un precio que está en el rango de \$2.01- \$3.00; también contamos con un 30% entre \$1.00- \$2.00, luego tenemos un 8% de \$3.01- \$4.00 y por ultimo tenemos un 5% entre \$4.01- \$5.00. De modo que el precio con mayor aceptación en el mercado es el que está entre \$2.01- \$3.00 dieron a conocer las familias que se debe valorar la mano de obra, la materia prima que se utiliza para poder dar un buen valor al producto.

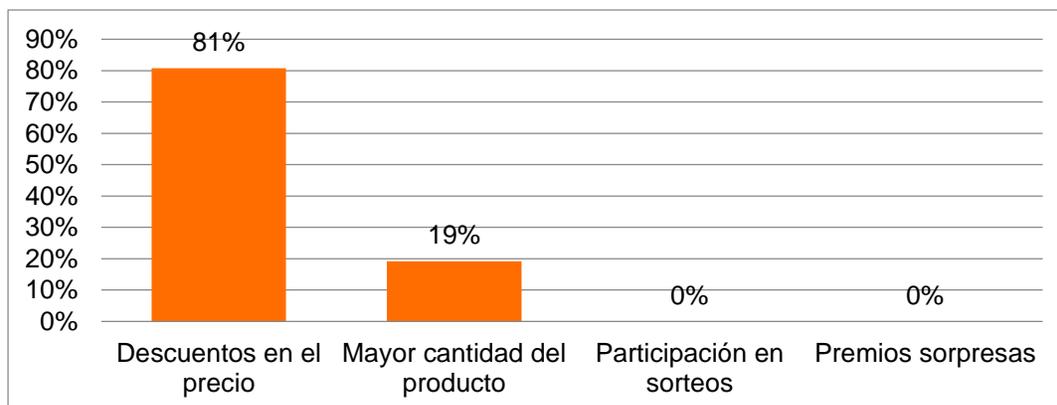
16. ¿Qué promociones le gustaría recibir por la adquisición de las tortillas de gualo? (Si adquieren 50 unidades)

Tabla 18. Promociones por adquisición de tortillas de gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos en el precio	160	81%
Mayor cantidad del producto	38	19%
Participación en sorteos	0	0%
Premios sorpresas	0	0%
Total	198	100%

Fuente: Encuestas a las familias
Elaboración: La Autora

Ilustración 20. Promociones por adquisición de tortillas de gualo



Fuente: Tabla 18
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Según los datos obtenidos, el 81% indica que le gustaría recibir descuentos en el precio, los cuales mencionaron que les gustaría tener descuentos por la primera compra y mayor cantidad de las tortillas de gualo, seguido tenemos el 19% que prefieren mayor cantidad del producto, y obtuvimos un 0% en participación en sorteos y premios sorpresas del producto. Por lo tanto, los resultados indican que son preferibles los descuentos en el precio como parte de la estrategia de promoción del producto.

17. ¿Dónde le gustaría adquirir las tortillas de gualo?

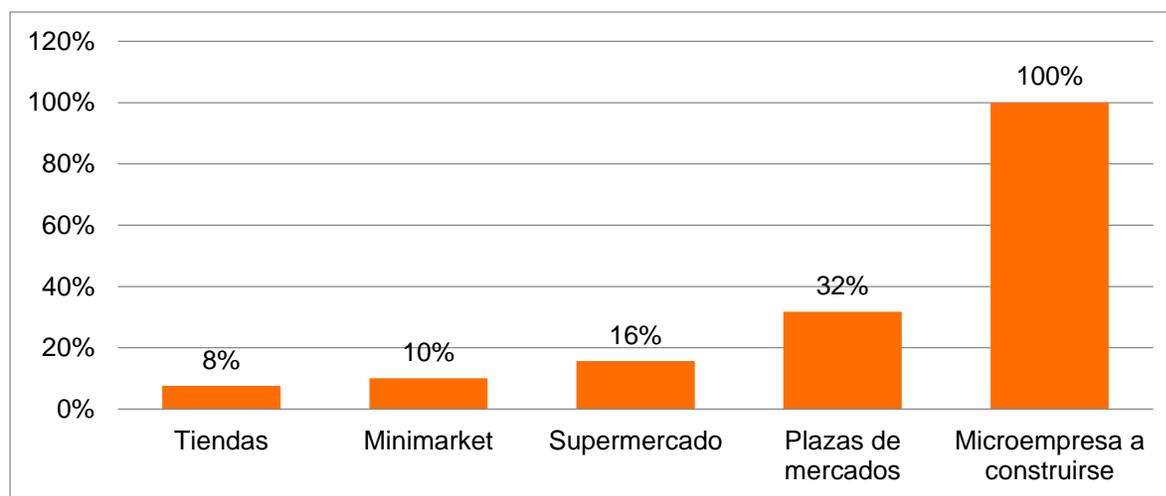
Tabla 19. Lugar de adquisición de las tortillas de gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	15	8%
Minimarket	20	10%
Supermercado	31	16%
Plazas de mercados	63	32%
Microempresa a construirse	198	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 21. Lugar de adquisición de las tortillas de gualo



Fuente: Tabla 19

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Los resultados indican que el 100% de las familias encuestadas les gustaría adquirir las tortillas de gualo en la Microempresa a constituirse, seguido por el 32% que indica que prefiere las plazas de mercados, también el 16% en Supermercado, luego un 10% en minimarket y el 8% en tiendas. Por ello, los resultados dan a conocer que es más factible que las tortillas de gualo esté disponible en la microempresa a constituirse para poder comprar cualquier día de la semana sin esperar una plaza de mercado.

18. ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre las tortillas de gualo a comercializarse?

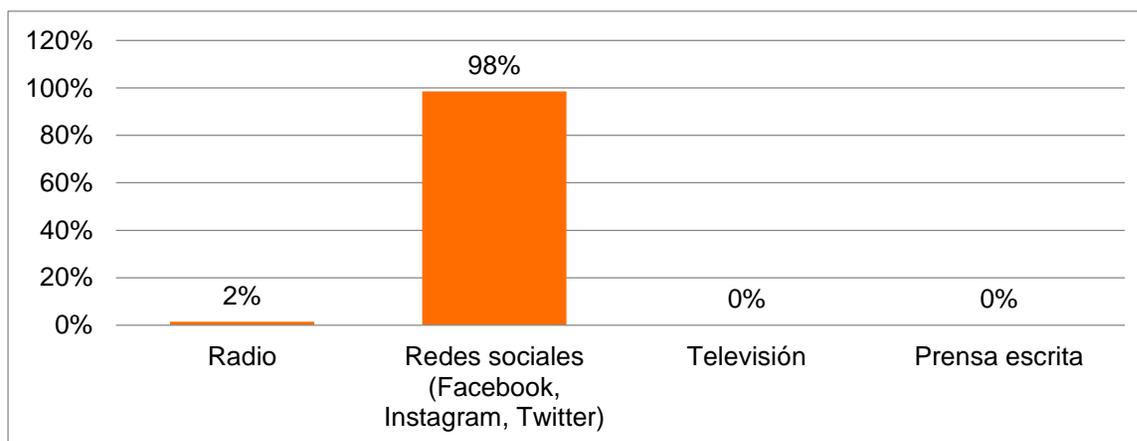
Tabla 20. Medios de comunicación para recibir información

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Radio	3	2%
Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter)	195	98%
Televisión	0	0%
Prensa escrita	0	0%
Total	198	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 22. Medios de comunicación para recibir información



Fuente: Tabla 20

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

En la presente pregunta, el 98% de los encuestados indica que les gustaría recibir información del producto por medio de las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter), siendo el porcentaje con mayor aceptación. Por otra parte, el 2% prefiere la radio, y el 0% en televisión y prensa escrita. Por lo tanto, se llega a conocer que el mejor medio de comunicación para dar a conocer las tortillas de gualo es en redes sociales, acoplándose la ciudadanía a la tecnología de hoy en día.

19. ¿Si su respuesta de la pregunta 18 es Radio, indique en que emisora y en que horario?

Seleccione una respuesta.

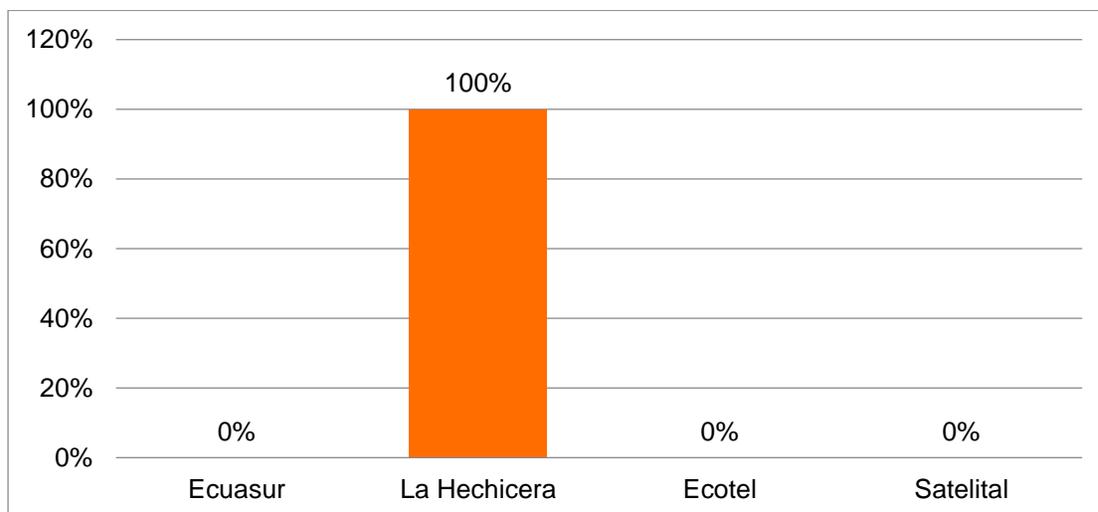
Tabla 21. Radio

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Ecuasur	0	0%
La Hechicera	3	100%
Ecotel	0	0%
Satelital	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 23. Radio



Fuente: Tabla 21

Elaboración: La Autora

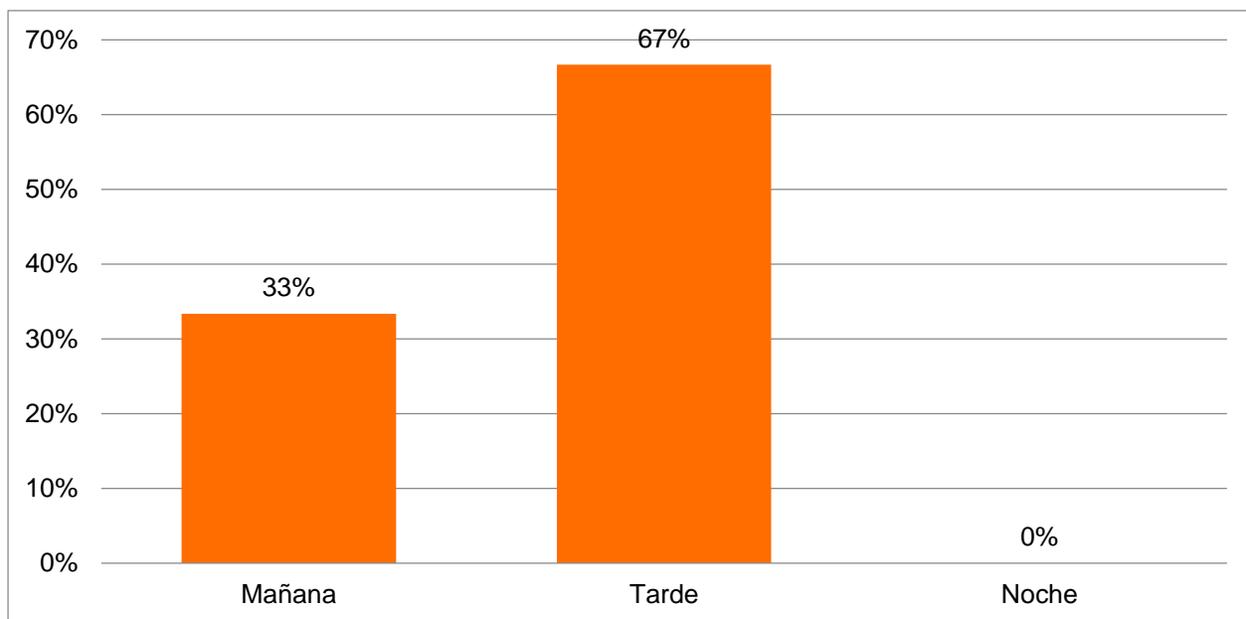
Análisis e interpretación:

De las personas que seleccionaron la radio como medio de comunicación para informarse acerca de las tortillas de gualo, el 100% quisiera que fuera por la emisora la hechicera y luego tenemos como 0% en Ecuasur, Ecotel y Satelital. Por lo tanto, la mayor aceptación la tiene la emisora La Hechicera para la difusión de las tortillas de gualo en la radio.

Tabla 22. Horario de preferencia de la radio

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	1	33%
Tarde	2	67%
Noche	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas a las familias
 Elaboración: La Autora

Ilustración 24. Horario de preferencia de la radio

Fuente: Tabla 22
 Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Los datos indican que el horario de preferencia con respecto a la radio es el 67% en la Tarde y el 33% en la Mañana, mientras que un 0% en la Noche. Esto da a conocer que prefieren el horario de la mañana y tarde para recibir información de las tortillas de gualo porque se encuentran en su hogar u oficina.

20. ¿Si la respuesta de la pregunta 18 es Redes Sociales, indique en que medio online prefiere ver los anuncios del producto? Seleccione una respuesta.

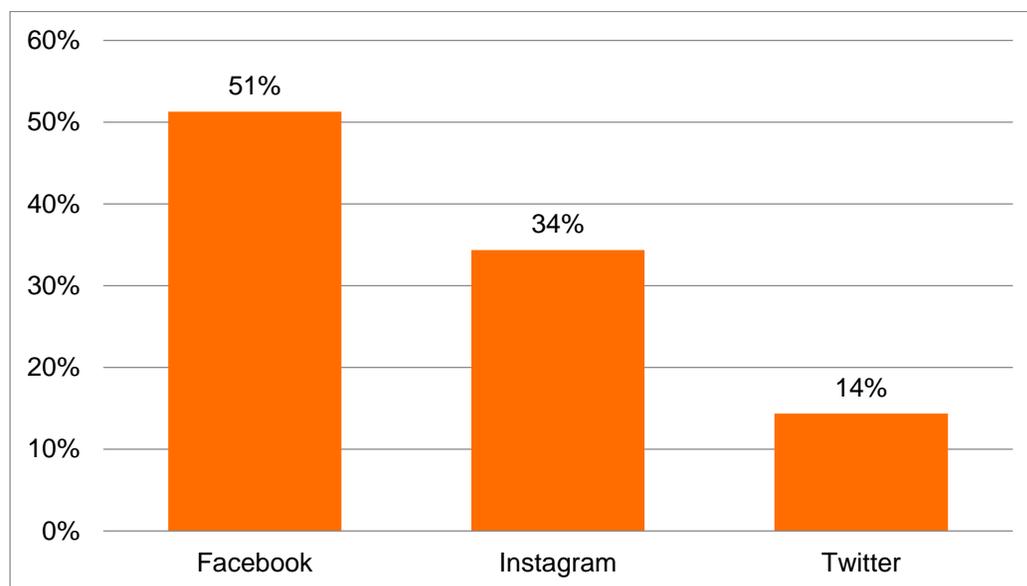
Tabla 23. Redes sociales

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	100	51%
Instagram	67	34%
Twitter	28	14%
Total	195	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Ilustración 25. Redes sociales



Fuente: Tabla 23

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Con respecto a los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a las familias de la Ciudad de Loja que quieren obtener información del producto por medio de las redes sociales, el 51% prefiere que sea por medio de Facebook, seguido por Instagram en un 34%, Twitter con un 14%. Por lo tanto, los datos dan a conocer que la red social que sería mejor para la difusión de información de las tortillas de gualo es en Facebook.

1.3 Tabulación, análisis e interpretación de la encuesta aplicada a vendedores ambulantes de Tortillas Tradicionales de Gualo

1. ¿En qué lugar se encuentra ubicado (a) para la venta de tortillas de gualo?

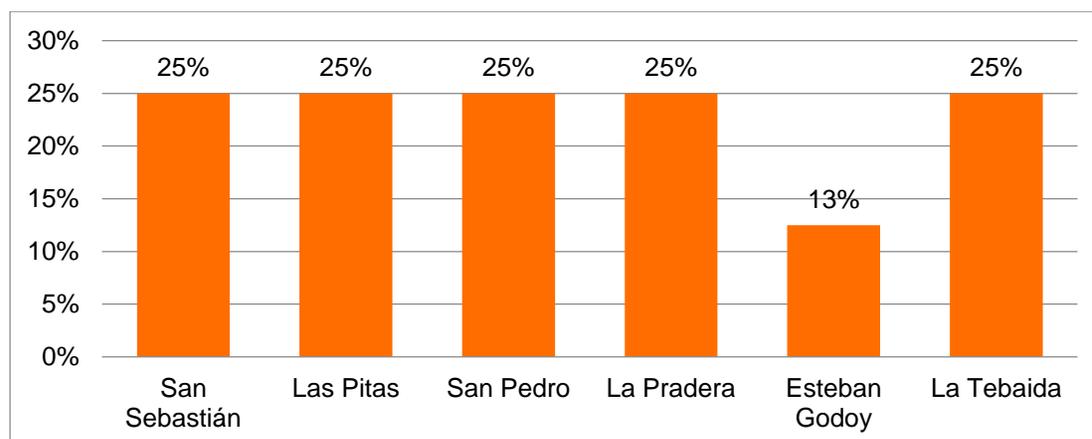
Tabla 24. Ubicación de puesto para venta de tortillas de gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
San Sebastián	2	25
Las Pitas	2	25
San Pedro	2	25
La Pradera	2	25
Esteban	1	13
Godoy	1	13
La Tebaida	2	25

Fuente: Encuestas a vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 26. Ubicación de puesto para venta de tortillas de gualo



Fuente: Tabla 24

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De las encuestas realizadas a los 8 vendedores ambulantes de la Ciudad de Loja se conoce que el 25% de ellos ofrecen las Tortillas Tradicionales de Gualo en varias plazas de mercados que es en San Sebastián, Las Pitas, San Pedro, La Pradera y la Tebaida, luego tenemos un 13% en Esteban Godoy. Por lo tanto, se observa que los vendedores ambulantes venden en varias plazas de mercados durante la semana en la Ciudad de Loja.

2. ¿Cuántos años lleva usted elaborando las Tortillas Tradicionales de Gualo?

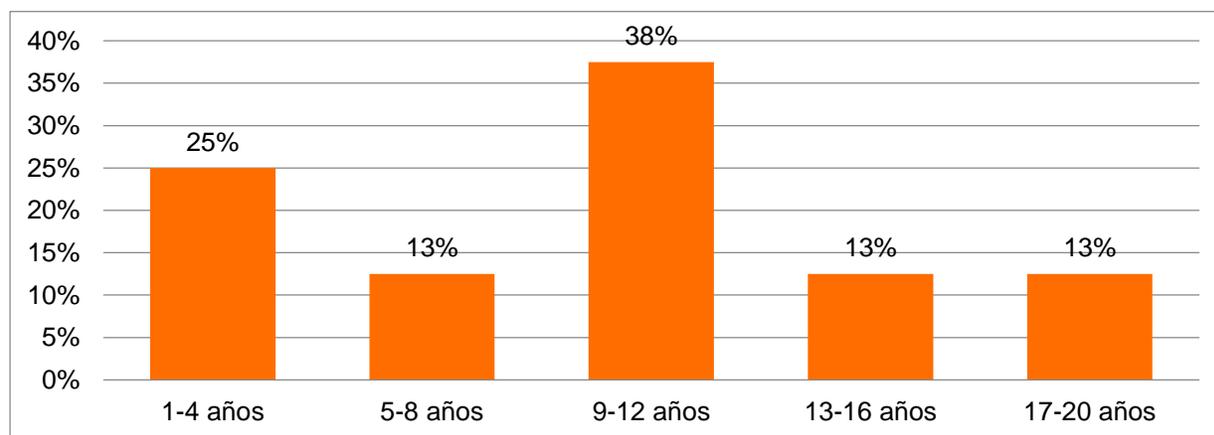
Tabla 25. Tiempo de elaboración de tortillas de gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1-4 años	2	25%
5-8 años	1	13%
9-12 años	3	38%
13-16 años	1	13%
17-20 años	1	13%
Total	8	100%

Fuente: Encuestas a los vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 27. Tiempo de elaboración de tortillas de gualo



Fuente: Tabla 25

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Acorde a los resultados obtenidos sobre los años que llevan elaborando las tortillas tradicionales de gualo tenemos el 38% de 9-12 años que tienen mayor experiencia elaborando las tortillas de gualo, luego tenemos un 25% en 1-4 años, también por igual porcentaje tenemos un 13% en las opciones de 5-8 años, 13-16 años y de 17-20 años. Esto da a conocer que una gran parte de los vendedores ambulantes que realizan tortillas de gualo llevan vendiendo de 9 a 12 años en la Ciudad de Loja.

3. ¿Cómo considera usted las actividades que viene realizando dentro de la elaboración de Tortillas de Gualo?

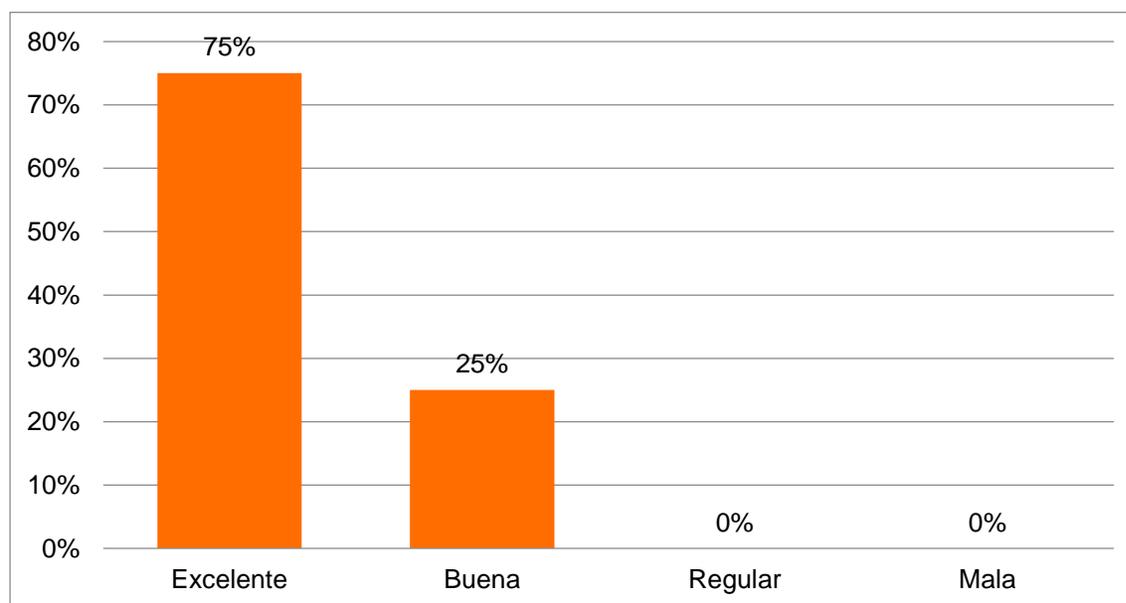
Tabla 26. Calificación de la actividad

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	6	75%
Buena	2	25%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Encuestas a los vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 28. Calificación de la actividad



Fuente: Tabla 26

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Dado a los resultados obtenidos se conoce que dentro de las actividades que han venido realizando los vendedores ambulantes dentro de lo que es la elaboración de Tortillas de Gualo, el 75% es Excelente y el restante que es un 25% en Buena. Por lo tanto, da a conocer que la gestión que realizan los vendedores ambulantes es factible.

4. ¿Ha ingresado algún tipo de capacitación para mejorar su desempeño laboral en la comercialización del producto?

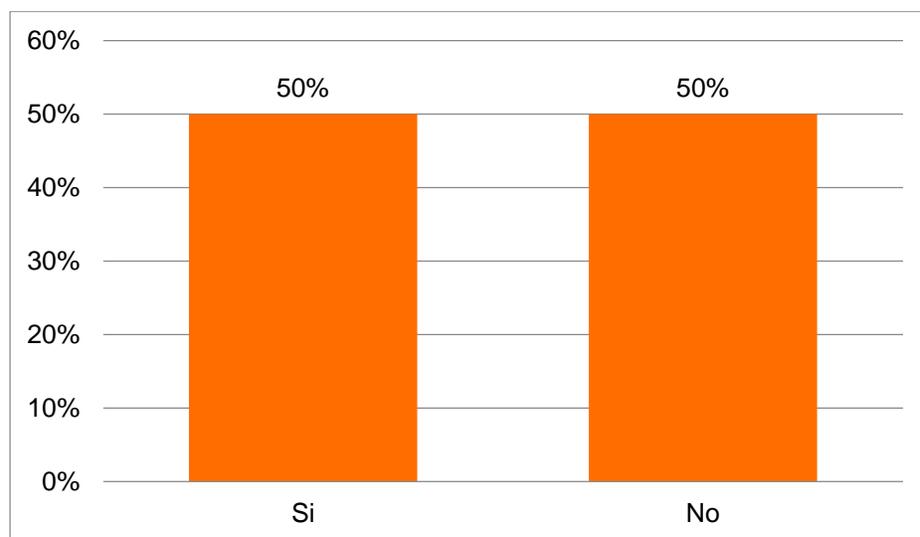
Tabla 27. Capacitación

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	50%
No	4	50%
Total	8	100%

Fuente: Encuestas a vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 29. Capacitación



Fuente: Tabla 27

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De las entrevistas realizadas a los vendedores ambulantes dieron a conocer el 50% Si han tomado capacitaciones para mejorar el desempeño laboral, atención al cliente en la comercialización de las tortillas de gualo, y en contraste tuvimos un 50% porque los vendedores ambulantes no tienen suficiente tiempo para tomar estos cursos y además no tienen el interés de conocer otros temas.

5. ¿Qué bioseguridad y normas cumplen los comerciantes ambulantes para asegurar que el producto sea de calidad?

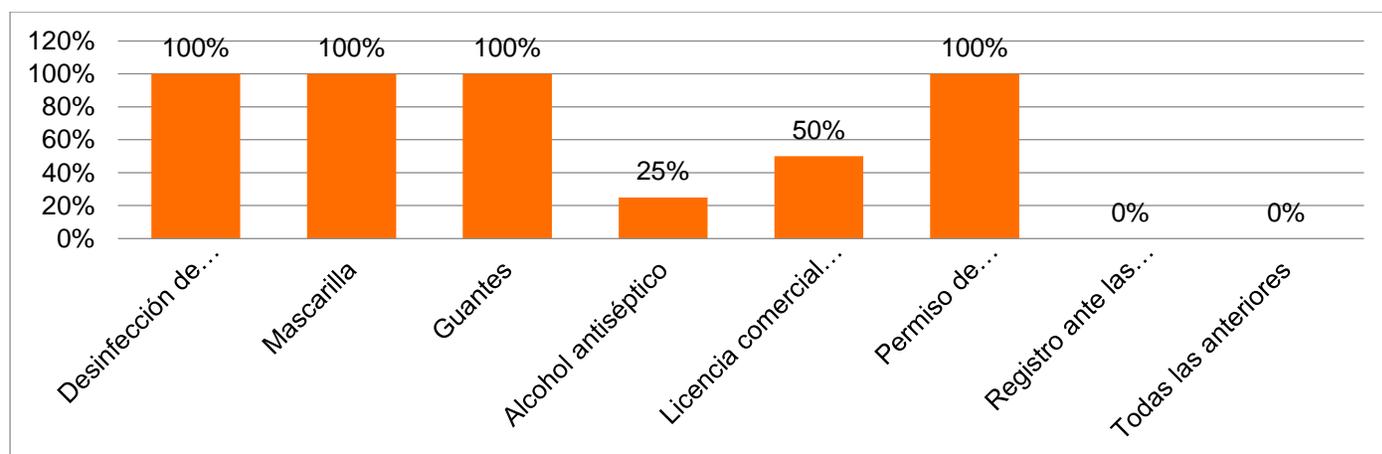
Tabla 28. Bioseguridad y normas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Desinfección de manos	8	100%
Mascarilla	8	100%
Guantes	8	100%
Alcohol antiséptico	2	25%
Licencia comercial o funcional	4	50%
Permiso de instalación o uso de suelo	8	100%
Registro ante las autoridades comerciales correspondientes	0	0%
Todas las anteriores	0	0%

Fuente: Encuestas a vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 30. Bioseguridad y normas



Fuente: Tabla 28

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Los vendedores ambulantes dieron a conocer que la bioseguridad y normas que cumplen son la desinfección de manos, mascarilla, guantes y permiso de instalación o uso de suelo el 100% para poder comercializar las tortillas de gualo a la ciudadanía de Loja en el puesto asignado, también está el 50% en licencia comercial o funcional, luego un 25% en alcohol antiséptico.

6. ¿En que se caracteriza la producción de tortillas de gualo a los demás competidores?

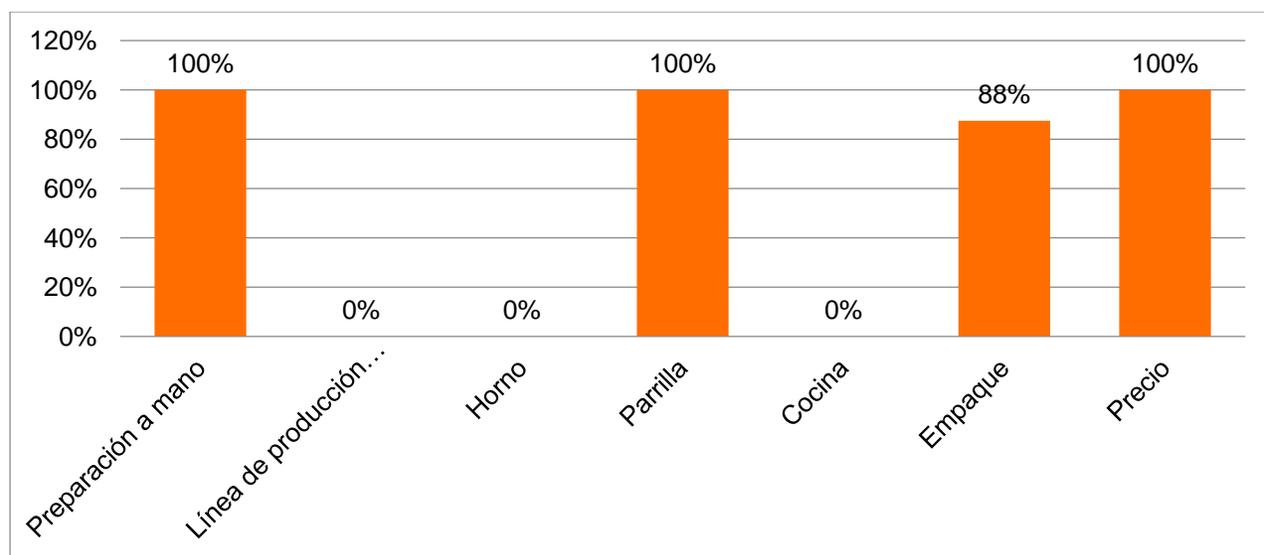
Tabla 29. Características

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Preparación a mano	8	100%
Línea de producción automática	0	0%
Horno	0	0%
Parrilla	8	100%
Cocina	0	0%
Empaque	7	88%
Precio	8	100%

Fuente: Encuestas a vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 31. Características



Fuente: Tabla 29

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Acorde a los resultados obtenidos dieron a conocer los vendedores ambulantes que se caracteriza la producción de sus tortillas de gualo a los demás competidores el 100% en lo que es Preparación a mano, parrilla y precio, dieron a conocer que es depende donde realizan las tortillas de gualo y las tradiciones que se lleva, también hay un 88% en lo que se refiere a empaque ya que es esencial mantener las tortillas de gualo con una excelente textura para el consumidor.

7. ¿Cómo considera los precios que mantiene por las tortillas de gualo?

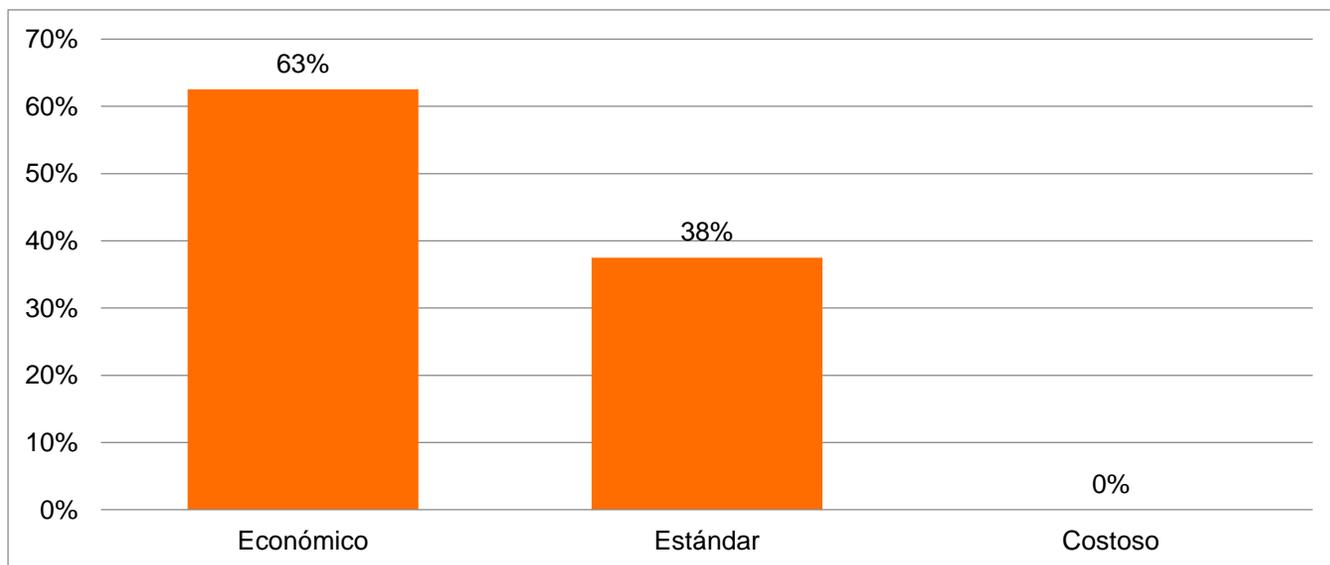
Tabla 30. Precios por las tortillas de gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Económico	5	63%
Estándar	3	38%
Costoso	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Encuestas a vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 32. Precios por las tortillas de gualo



Fuente: Tabla 30

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Los vendedores ambulantes de las tortillas de gualo supieron manifestar en un 63% precios económicos, seguido a ello el 38% estándar y por último de 0% costoso, por lo tanto, los precios en su mayoría son económicos porque han ido llevando esos precios desde mucho antes, aunque actualmente han subido 10ctvs a las tortillas porque hoy en día han subido las cosas para poder producir las tortillas de gualo.

8. ¿Cuenta con todas las herramientas adecuadas para elaborar las Tortillas Tradicionales de Gualo?

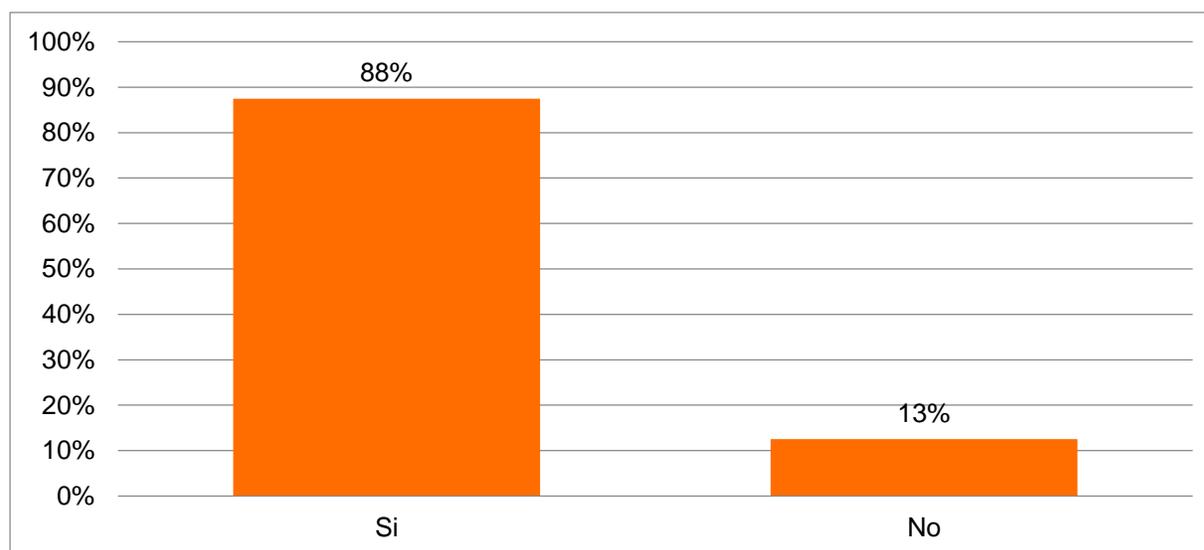
Tabla 31. Herramientas para elaborar las Tortillas de Gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	88%
No	1	13%
Total	8	100%

Fuente: Encuestas a vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 33. Herramientas para elaborar las Tortillas de Gualo



Fuente: Tabla 31

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Los vendedores dieron a conocer el 88% que, si cuentan con las herramientas adecuadas para poder elaborar las tortillas de gualo como la parrilla, molde mediano circular, carbón o leña, maíz gualo y fundas de papel, y luego se obtuvo un 13% que no cuentan con todas las herramientas porque se les dificultad movilizarse a las plazas de mercado con todas las herramientas para la elaboración de ellas.

9. ¿En qué envoltura venden las Tortillas de Gualo?

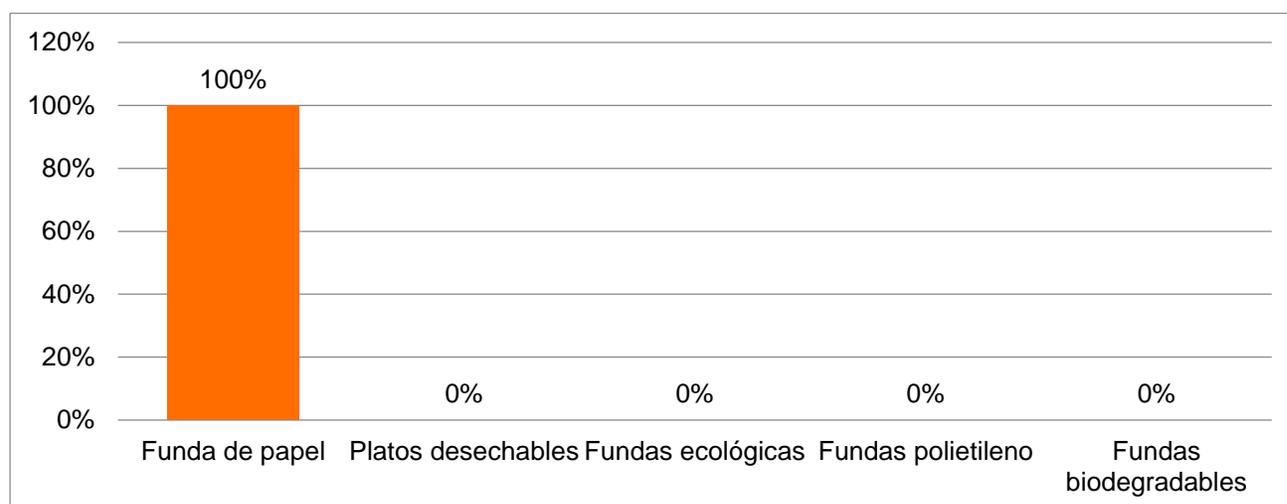
Tabla 32. Envoltura para las Tortillas de Gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Funda de papel	8	100%
Platos desechables	0	0%
Fundas ecológicas	0	0%
Fundas polietileno	0	0%
Fundas biodegradables	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Encuestas a vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 34. Envoltura para las Tortillas de Gualo



Fuente: Tabla 32

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

La oferta de las tortillas de gualo en los vendedores ambulantes, el 100% indicó que la presentación (envoltura) más demandada es la se ofrece en funda de papel, por lo tanto, deja a los platos desechables, fundas ecológicas, fundas polietileno y fundas biodegradables con un porcentaje del 0%. Por lo tanto, mencionaron que ofrecen en esa envoltura para ayudar a mantener la textura de las tortillas de gualo.

10. ¿Qué cantidad de Tortillas de Gualo vende mensualmente?

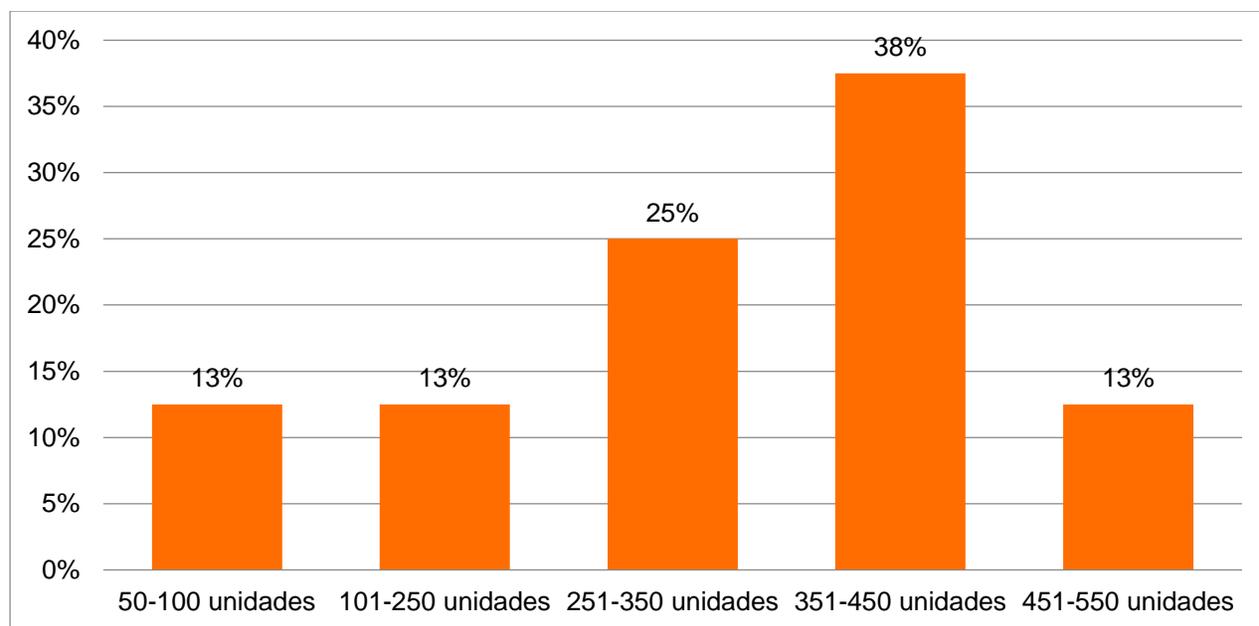
Tabla 33. Cantidad de Tortillas de Gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
50-100 unidades	1	13%
101-250 unidades	1	13%
251-350 unidades	2	25%
351-450 unidades	3	38%
451-550 unidades	1	13%
Total	8	100%

Fuente: Encuestas a vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 35. Cantidad de Tortillas de Gualo



Fuente: Tabla 33

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Los vendedores ambulantes que ofertan las tortillas de gualo actualmente, el 38% indicó que vende mensualmente entre 351-450 unidades, luego tenemos un 25% entre 251-350 unidades, en porcentajes iguales del 13% están las opciones de 50-100 unidades, 101-250 unidades y 451-550 unidades. Por lo tanto, se conoce que existen excelentes ventas de tortillas de gualo mensualmente.

11. ¿En qué precio vende las tortillas de gualo?

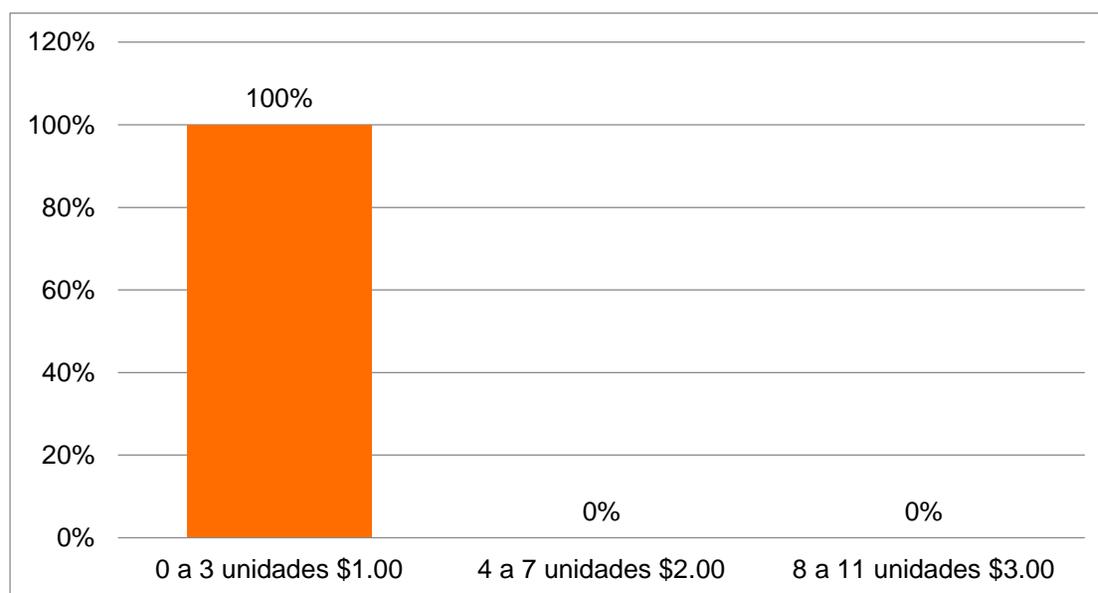
Tabla 34. Precio a vender de las Tortillas de Gualo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
0 a 3 unidades \$1.00	8	100%
4 a 7 unidades \$2.00	0	0%
8 a 11 unidades \$3.00	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Encuestas a vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 36. Precio a vender de las Tortillas de Gualo



Fuente: Tabla 34

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Los vendedores ambulantes señalaron en un 100% que el precio que venden las tortillas de gualo de 0 a 3 unidades es de \$1.00, en porcentajes de 0% están las opciones de 4 a 7 unidades \$2.00 y 8 a 11 unidades \$3.00. Por lo tanto, se llega a conocer que el precio que es mayormente dado es de \$1.00 por 0 a 3 unidades.

12. ¿Qué porcentaje de ventas ha incrementado en los años 2019-2020-2021?

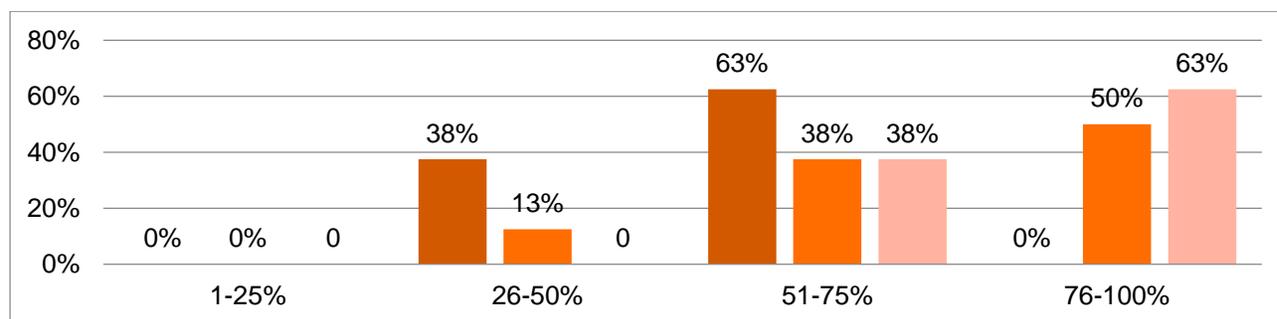
Tabla 35. Incremento de ventas

Detalle	Años			Porcentaje		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
1-25%	0	0	0	0%	0%	0
26-50%	3	1	0	38%	13%	0
51-75%	5	3	3	63%	38%	38%
76-100%	0	4	5	0%	50%	63%
Total	8	8	8	100%	100%	1

Fuente: Encuestas a vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 37. Incremento de ventas



Fuente: Tabla 35

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Con respecto a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los vendedores ambulantes, acerca del incremento de ventas que han tenido por la venta de tortillas de gualo en los años 2019, 2020 y 2021, tenemos que en el año 2019 hay un porcentaje de 63% en 51-75% y también hay un porcentaje de 38% en 26-30%, luego tenemos en el año 2020 un 50% en 76-100%, también un 38% en 51-75% y un 13% de 26-50%, por último, en el año 2021 tenemos un 63% en 76-100% y un 38% en 51-75%. Dieron a conocer que en el primer año no hubo tanto incremento por la bioseguridad que se debía tomar por el COVID-19, luego en el siguiente año empezaron a funcionar mejor las cosas llevando las normas y bioseguridad para que consumen las tortillas de gualo de manera segura.

13. ¿Dan promociones por la compra de 50 unidades de tortillas de gualo?

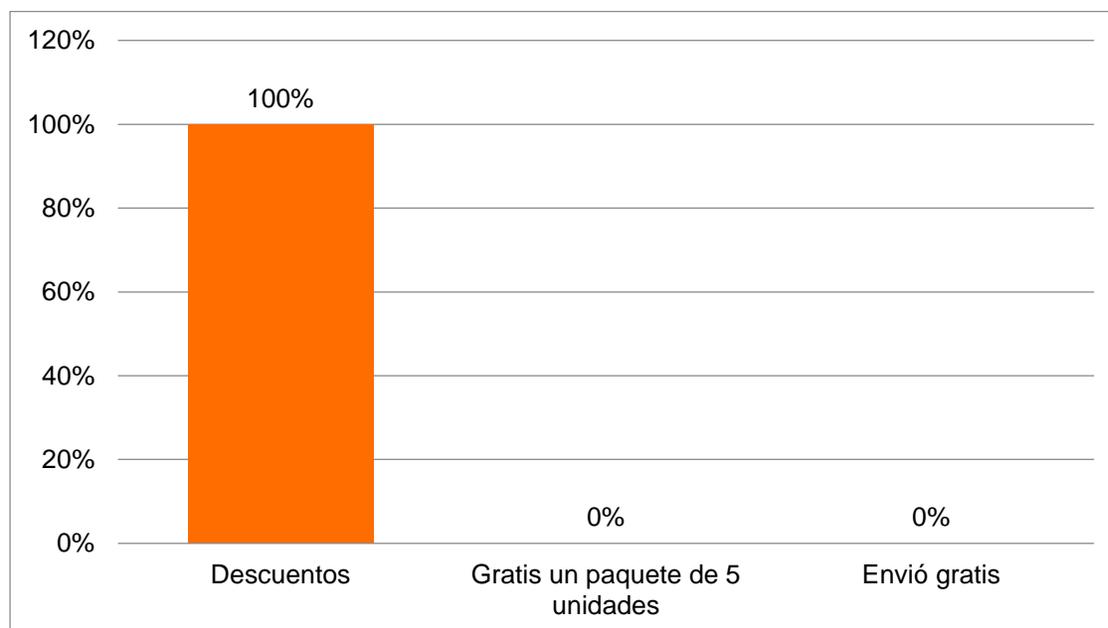
Tabla 36. Promociones de compra

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	8	100%
Gratis un paquete de 5 unidades	0	0%
Envío gratis	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Encuestas a vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 38. Promociones de compra



Fuente: Tabla 38

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

El 100% de los vendedores ambulantes encuestados señalaron que por la compra de 50 unidades de tortillas de gualo dan descuentos, también tenemos como 0% en las opciones de gratis un paquete de 5 unidades y envío gratis. Por lo tanto, los vendedores entregan descuentos dando la tercera unidad por la mitad de precio.

14. ¿Cuáles son los medios de comunicación que da a conocer las tortillas de gualo?

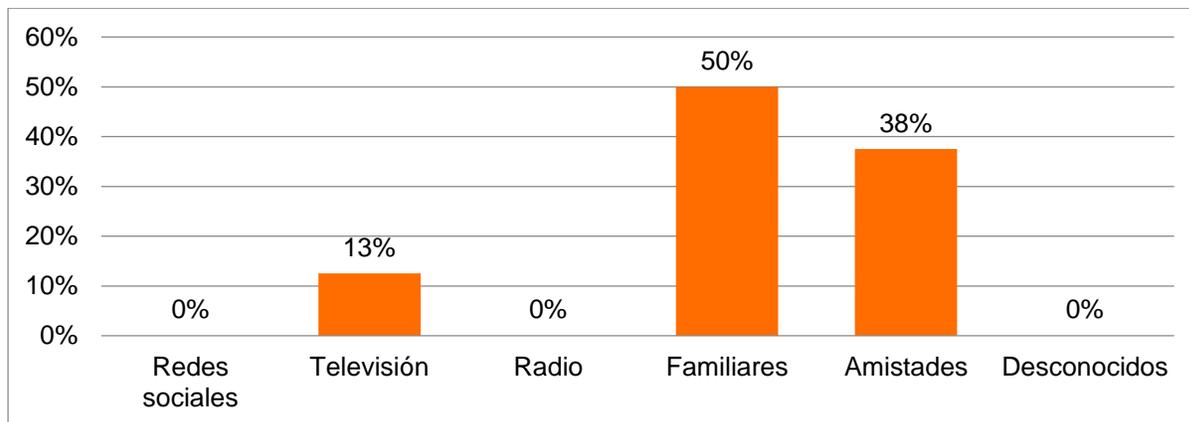
Tabla 37. Medios de comunicación

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	0	0%
Televisión	1	13%
Radio	0	0%
Familiares	4	50%
Amistades	3	38%
Desconocidos	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Encuestas a vendedores ambulantes

Elaboración: La Autora

Ilustración 39. Medios de comunicación



Fuente: Tabla 39

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Los vendedores encuestados dieron a conocer que el medio de comunicación que dan a conocer sobre las tortillas de gualo es por medio de los familiares con el 50%, seguido de ello están las amistades con el 38%, luego tenemos la televisión en 13%, y como porcentaje de 0% están las redes sociales, radio y desconocidos. Por lo tanto, dieron a conocer que muchos de sus consumidores saben de las tortillas de gualo por los familiares o también amistades que tienen las personas que van a consumir.

Capítulo II

Estudio de mercado

Un estudio de mercado radica en una investigación con respecto a la respuesta del mercado al cual se dirige un producto o servicio, con el objetivo de realizar un análisis que permita evaluar la demanda y poder establecer precios logrando así buenas estrategias comerciales, de tecnología, ventas y otros factores. Por medio de esta herramienta se podrá analizar varios aspectos como hábitos de compra y los requerimientos con respecto a los productos, para así entender mejor el panorama comercial al que se enfrenta la empresa al momento de realizar sus operaciones.

En el presente capítulo se otorga el estudio de mercado para las Tortillas Tradicionales de Gualo en la Ciudad de Loja, en donde se calcula la demanda tanto potencial, real y efectiva, así también como su oferta en términos de promedio de ventas y la demanda insatisfecha del mercado. Información que se obtuvo de las encuestas aplicadas a las 382 familias de la Ciudad de Loja.

También se realiza el plan de comercialización para las tortillas tradicionales de gualo, en el que se toma en cuenta los componentes del marketing como el producto, precio, plaza y promoción, los mismos que son analizados, y se realiza la propuesta en base a la información obtenida de las encuestas aplicadas a las familias de la Ciudad de Loja.

Con el estudio de mercado también se realiza el estudio técnico, permitirá obtener la localización del proyecto y la determinación del tamaño como la capacidad instalada y la capacidad utilizada.

2.1 Promedio de consumo:

El consumo per cápita o consumo promedio por persona, es uno de los indicadores que se utilizan para estimar cuanto será el promedio de uso de un producto o servicio dentro de un mercado específico, y en un determinado periodo.

Tabla 38. Consumo per cápita mensual

Alternativas	Xm	Frecuencia	Periodo	Consumo anual unidades
1-10 unidades	5,5	65		4290
11-20 unidades	15,5	222		41292
21-30 unidades	25,5	15	12	4590
31-40 unidades	35,5	11		4686
TOTAL	82	313		54858

Fuente: Tabla 6

Elaboración: La Autora

$$CPA = \frac{\text{Consumo anual}}{\text{Número de encuestas}} = \frac{5485}{313} = 175 \text{ Consumo anual por familia}$$

Según los resultados obtenidos de la tabla 6, dado a los resultados de la encuesta acerca de las cantidades de consumo de las tortillas de gualo, demuestran que las tortillas de gualo se consumirían desde 1 unidad hasta 40 unidades, obteniéndose la media, y frecuencia. Esta frecuencia se obtuvo multiplicando por la media, el resultado obtenido se lo multiplico por el periodo de meses, dando como resultado un uso anual de 54858 unidades de tortillas de gualo.

Finalmente obtuvimos el consumo promedio anual en unidades por familias, el cual se calculó dividiendo el resultado de uso anual por el número de encuestadas dispuestos a adquirir el producto, obteniendo así un resultado de 175 tortillas de gualo que consumirían anualmente cada familia.

2.2 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda es el proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo.

2.2.1 Demanda potencial

La demanda potencial es la cantidad total de productos, bienes o servicios requeridos por la población determinada de acuerdo a las necesidades de cada persona o empresas, y con ello se basa en la posibilidad de los ingresos futuros de los consumidores. Las empresas persiguen principalmente conocer el nivel de demanda que tendrá en un determinado sector o mercado económico aquel producto que se pretenda ingresar al mercado para la ciudadanía.

Tabla 39. Demanda potencial

AÑO	NUMERO DE FAMILIAS	DEMANDANTES POTENCIALES
	2,65%	94%
2021	56761	53344
2022	58265	54757
2023	59809	56208
2024	61394	57698
2025	63021	59227
2026	64691	60796
Total	363943	342031

Fuente: Tabla 2

Elaboración: La Autora

La demanda potencial se calcula para 5 años de vida útil del proyecto, se proyecta para el 2026 una cantidad de 363943 familias en la Ciudad de Loja, con un incremento del 2.65% anual. Los

demandantes potenciales, corresponden al 94%, los mismos que para el año 1 o 2022 son de 54757, llegando al 2026 con 60796 familias que pueden ser demandantes del producto.

El porcentaje de 94% se obtuvo de la tabla 2, en el que se conoce que las familias de la Ciudad de Loja si consumen las tortillas de gualo; el mismo porcentaje se aplica al número de familias desde el año 2021 hasta el 2026, es lo que dura el producto. Se obtiene la demanda potencial al multiplicar el número de familias por el porcentaje de demandantes potenciales, por ejemplo, para el año 2021, se multiplica $56761 * 94\%$, dando como resultado 53344.

2.2.2 Demanda actual o real

La demanda real hace referencia al análisis que procura determinar el volumen, tanto de bienes como de servicios, que el consumidor o los clientes están dispuestos a pagar y adquirir el producto.

Tabla 40. Demanda real

AÑO	DEMANDANTES POTENCIALES	DEMANDANTES REALES
	94%	87%
2021	53344	46509
2022	54757	47741
2023	56208	49006
2024	57698	50305
2025	59227	51638
2026	60796	53006
Total	342031	298205

Fuente: Tabla 37 y 5
Elaboración: La Autora

Para realizar la demanda real se toma como base a las demandantes potenciales, obtenidos de la tabla 5 donde la cifra resultante se la multiplico por los demandantes reales por cada año, es decir el 87%, cifra que procede de la aplicación de las encuestas con respecto a qué tipo de tortillas consume con su familia, dando como resultado que para el año 2021 serán 46509 familias que

demandaran el producto, llegando a incrementarse esta cantidad para el año 2026, aproximadamente a 53006 familias demandantes.

2.2.3 Demanda efectiva

La demanda efectiva es la cantidad de uno o varios productos que los consumidores pueden y desean adquirir. Además, es aquella que llega a materializarse, así, el ofertante puede fabricar las unidades que prospecta en el proyecto.

Tabla 41. Demanda efectiva

AÑOS	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA
	87,19%	63%
2021	46509	29421
2022	47741	30200
2023	49006	31001
2024	50305	31822
2025	51638	32666
2026	53006	33531
Total	298205	188641

Fuente: Tabla 38 y 15
Elaboración: La Autora

En cuanto a la demanda efectiva, se utilizó la información de la tabla 15 sobre la proyección de familias en la Ciudad de Loja del 2021 a 2026 con un aumento anual de 87.19%. Mientras que la demanda efectiva se la obtiene de la tabla 38 con respecto a la disposición de consumir el producto, la cual muestra el 63% de respuestas positivas. Por ende, aquel porcentaje se lo multiplica por la proyección de familias en la Ciudad de Loja, obteniéndose así la demanda efectiva. Este procedimiento se lo realizó para todos los años de estudio desde el 2021 hasta el 2026.

2.1.1 Resumen de las demandas

El pronóstico de la demanda es evaluar las ventas de un producto durante un determinado periodo futuro. Las empresas calculan primero la demanda en toda la industria o mercado para luego predecir las ventas de los productos.

Tabla 42. Resumen de las demandas

AÑOS	POBLACIÓN FAMILIA	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA PROYECTADA TORTILLAS DE GUALO
	2,65%	94%	87%	63%		
2021	56761	53344	46509	29421		5156436
2022	58265	54757	47741	30200		5293081
2023	59809	56208	49006	31001		5433348
2024	61394	57698	50305	31822		5577332
2025	63021	59227	51638	32666	175	5725131
2026	64691	60796	53006	33531		5876847
TOTAL	363943	342031	298205	188641		33062174

Fuente: Tabla 36, 37, 38, 39

Elaboración: La Autora

Este cuadro consiste en lo obtenido desde la tabla 36 hasta la 39, para así poder obtener la demanda proyectada de tortillas de gualo. Para calcular se toma el consumo promedio anual obtenido de 175 tortillas de gualo anuales por familia en la Ciudad de Loja, resultado que se multiplica por la demanda efectiva, obteniendo un total de 33062174 tortillas de gualo que se demandaran a lo largo de todos los años de estudio.

2.3 Análisis de la oferta

El análisis de la oferta, tiene como finalidad establecer las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretende vender en el mercado. La oferta es la cantidad de productos que se colocan a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precios, tiempos y lugares.

2.3.1 Promedio de ventas

El promedio de ventas la utilizan los dueños de negocios para ayudar con el pronóstico a largo plazo y tener una mejor idea de cómo su negocio está funcionando. Además, es utilizado como base para el establecimiento de metas y objetivos.

Tabla 43. Promedio de ventas

Cantidad En Unidades	Xm	FRECUENCIA	TORTILLAS Mensuales	PERIODO DE Mensual	TORTILLAS ANUAL
50-100 unidades	75,00	1	75,00		900
101-250 unidades	175,50	1	175,50		2106
251-350 unidades	300,50	2	601,00		7212
351-450 unidades	400,50	3	1201,50	12	14418
451-550 unidades	500,50	1	500,50		6006
TOTAL	1452,00	8	2553,50		30642

Fuente: Tabla 31

Elaboración: La Autora

Para calcular el promedio de ventas se toma los datos de la tabla 31, con ello se pudo obtener el Xm que es el promedio de las opciones de la cantidad en unidades, por ejemplo, para 50 – 100 unidades, se debe sumar $50 + 100 = 150$, y se divide para 2, obteniendo así 75, el mismo procedimiento se aplica en las demás opciones. La frecuencia se la obtiene de la tabla 31 en la que se conoce la cantidad de unidades que venden los vendedores ambulantes en las plazas de

mercados en la Ciudad de Loja mensualmente. Luego de ello se procede a multiplicar el X_m por la frecuencia, seguido de la multiplicación del periodo mensual, que corresponde a 12 meses, dando un total de 900 para la primera opción y con ese procedimiento para las demás opciones. El promedio de ventas proyectado anual es de 30642, considerando 12 meses en el año, en las mismas que se venderían 2553.50 unidades de tortillas de gualo.

2.3.2 Proyección de la oferta

La proyección de la oferta tiene la finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con determinado bien o servicio. Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección.

El presente proyecto se calcula en base a 5 años de vida útil, con una tasa de crecimiento poblacional de 68% %, la cual se la calculó en base al porcentaje de incremento de ventas de la competencia de tres años (2019-2020-2021), ya que, si existe una relación entre ellos, si se incrementara la población, también se incrementa la oferta.

Tabla 44. Proyección de la oferta

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO	OFERTA TOTAL ANUAL
2021		30642
2022		51543
2023		86700
2024	68%	145839
2025		245315
2026		412645
TOTAL		972684

Fuente: Tabla 33, 41
Elaboración: La Autora

La proyección de la oferta se la calcula con base al total del promedio de ventas de las tortillas de gualo valor de 30642 en el año 2021 llegando a 412645 en el año 2026. Los datos para la oferta anual se la toma de la tabla anterior, siendo el total de la demanda proyectada de tortillas de gualo, con una tasa de crecimiento poblacional de 68%, por lo que se obtiene que para los 5 años del proyecto la proyección de la oferta anual total es de 972684.

2.3.3 Balance de la oferta y la demanda

Entre la oferta y demanda se obtiene el equilibrio al precio cuando la cantidad demandada y la cantidad ofrecida son iguales. Es decir, el equilibrio de la oferta y la demanda se logra cuando la cantidad que desean adquirir los compradores es igual a la que desean vender los productores.

Tabla 45. Proyección de la demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2021	5156436	30642	5125794
2022	5293081	51543	5241538
2023	5433348	86700	5346648
2024	5577332	145839	5431493
2025	5725131	245315	5479816
2026	5876847	412645	5464202
TOTAL	33062174	972684	32089490

Fuente: Tabla 40, 42
Elaboración: La Autora

Para calcular la demanda insatisfecha primeramente se obtiene la diferencia entre la demanda proyectada tomado los datos de la (tabla 40) y también la oferta proyectada de la (tabla 42), obtenidos en las tablas anteriores, por ejemplo, para el año 2021, se resta 5156436 – 30642, dando un total de 5125794, y así sucesivamente para todos los años proyectados, por lo que se obtiene que para los 5 años del proyecto la oferta anual es de 32089490.

2.4 Plan de Comercialización

El plan de comercialización en la representación por escrito, establecen los planes comerciales de la empresa para un periodo determinado, por lo general este plan varía según el tipo de negocio o empresa, y además los productos o servicios que ofrece y los objetivos propuestos en el proyecto a desarrollar.

Para la realización del plan de comercialización para las tortillas tradicionales de gualo, se ha tomado en cuenta el Marketing Mix: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

2.4.1 Producto:

Un producto es el bien o servicio obtenido al final de la cadena productiva, o sea, a partir de la transformación de materias primas en bienes elaborados o en servicios que prestar.

El producto que se ofrecerá serán las Tortillas Tradicionales de Gualo, el mismo que se presentara en una funda de papel, con un contenido de 5 unidades.

- Envoltura

Es una estructura flexible que se emplea para almacenar productos. Además, el envase es cualquier recipiente, lata, caja o envoltura propia y conveniente para el producto.

Ilustración 40. Envoltura



Elaboración: La Autora

La envoltura que tendrá el producto las Tortillas Tradicionales de Gualo será en una funda de papel, en la que se guardaran 5 unidades y para ser trasladado será en caja de cartón. El cartón presentara las medidas que se establecen en la ilustración 39. Se recalca que tanto la funda de papel y el cartón llevara el logo de la empresa.

- Etiqueta

La etiqueta es la impresión que envuelve al producto en una cinta de información útil para el cliente, con la que podrá diferenciar, clasificar, describir y conocer características como el modo de empleo o fecha de elaboración/caducidad, y cumplir con las regulaciones normativas y reglamentarias de cada industria/sector sobre el producto que va a consumir el cliente.

Ilustración 41. Etiqueta



La etiqueta de las fundas de papel de las tortillas de gualo especifica la cantidad de tortillas que lleva, los ingredientes y el envasado que muestra la manera correcta de conservar el producto. Además, incluye información importante para el cliente como la fecha de caducidad, número de lote y el precio de venta al público.

- Logotipo

El logotipo es un diseño gráfico que representa la imagen corporativa e identidad visual de una marca o empresa. Además, tiene dimensiones, colores, formas y disposiciones específicas y reguladas del nombre de una empresa o institución.

Ilustración 42. Logotipo



Elaborado: La Autora

En el logotipo incluye 2 tortillas de gualo, un maíz y el nombre de la marca, los cuales, en conjunto, buscan transmitir la tradición del producto, el cual es las tortillas de gualo, que conserva la calidad en su mesa y el año de su creación.

- Marca

La marca es un símbolo, cuya principal función es diferenciar y hacer únicos a los productos y/o servicios de una empresa frente al resto de competidores.

Ilustración 43. Marca

TORTILLAS DE GUALO
DOÑA TERE

CAJIDAD EN SU MESA

2022

Elaboración: La Autora

La marca tiene un estilo elegante, sus colores es blanco y negro. El nombre TORTILLAS DE GUALO es referente al producto y DOÑA TERE, es una mezcla del nombre Teresa. Además, cuenta con la descripción del producto en la parte inferior junto con el año de creación de la empresa.

2.4.2 Precio

El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio al momento de ofrecerlo a los consumidores y, por tanto, el valor monetario que los consumidores deben pagar a cambio de obtenerlo. Para determinar el precio se usan dos métodos: Método de costos y método de promedio de mercado.

El precio de venta al público por la funda de papel de tortillas de gualo, con un contenido de 150 gr, es de un dólar con cero dos centavos (\$1,02). Luego estas fundas van dentro de una caja de cartón para las personas que compren al por mayor el peso es de 20kg, llevando su promoción correspondiente.

2.4.3 Plaza o distribución

La plaza o distribución son los caminos que recorre el producto hasta llegar al consumidor o cliente. Existen distintos tipos de canales de distribución, la diferencia entre ellos está en la cantidad de intermediarios que hay entre el productor y el usuario final que son la distribución directa, canal corto y canal largo.

Ilustración 44. Distribución Directa



Elaboración: La Autora

En el primer canal de distribución es un canal directo, en el que se realiza la venta de las tortillas de gualo directamente a los clientes finales, sin que existan intermediarios, siendo así la empresa por implementarse la única responsable de la entrega del producto al cliente.

Ilustración 45. Distribución canal corto



Elaboración: La Autora

El segundo canal de distribución es un canal corto en el que la empresa por implementarse vende a intermediarios mayoristas y minoristas, para que después estas empresas procedan a realizar la venta al cliente final.

2.4.4 Promociones

La Promoción es un elemento del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, también incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal.

De acuerdo con las respuestas obtenidas de las encuestas aplicadas a las familias de la Ciudad de Loja, se plantea la siguiente promoción:

- Por la compra de 50 unidades de tortillas de gualo, se obsequiará una caja de 5 unidades.

Ilustración 46. Mayor cantidad del producto



Elaboración: La Autora

- Por la compra de una funda de papel de 5 unidades de tortillas de gualo, se hace el descuento de 0.25 ctvs. (Pague 4 y lleve 5)

Ilustración 47. Descuentos en el precio



Elaboración: La Autora

2.4.5 Publicidad

La publicidad forma parte de nuestras vidas ya sea en las calles, en los centros comerciales, dentro de nuestras casas, en el periódico, en las revistas, en el celular, en la Internet. Hacia donde se vaya o mire están ahí las publicidades de las empresas que realizan sobre su producto o servicio. También es una estrategia de mercadotecnia para alcanzar con el objetivo de la empresa e incentivar al cliente a comprar.

La publicidad se la realiza en base a las respuestas obtenidas de las encuestas aplicadas a las familias de la Ciudad de Loja, se propone las siguientes opciones para la respectiva publicidad y difusión del producto, se realizará la creación de las cuentas en Facebook e Instagram.

Ilustración 48. Página de Facebook



Elaboración: La Autora

Ilustración 49. Página de Instagram



Elaboración: La Autora

Capítulo III

Estudio Técnico

El estudio técnico consiste en determinar los costos en los que se incurrirán al implementarlo, además se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable. Finalmente, con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

En el presente capítulo se conoce la localización de la planta, factores, la macro localización y micro localización, se analizan la disponibilidad de los recursos, como la materia prima, mano de obra calificada, maquinaria, transporte, etc. También se detalla la ingeniería del proyecto, mostrando los recursos y el proceso necesario que la empresa necesite, detallando la distribución de las áreas.

La información obtenida en este capítulo nos sirve para el estudio administrativo, ya que se podrá definir los requerimientos de la empresa con respecto al personal que se necesita. Además, se establece el tamaño del proyecto, conociendo la capacidad instalada y la capacidad utilizada en el desarrollo del proyecto, valores que nos sirven para elaborar parte del estudio y evaluación financiera del proyecto.

3.1 Localización de la planta

La localización tiene como objeto analizar los diferentes lugares donde va hacer posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer un lugar que ofrece los máximos beneficios, mejores costos, donde se obtenga la máxima ganancia si es una empresa privada o el mínimo costo si se trata de

un proyecto social. Este proceso es clava pues influirá en los objetivos empresariales, siendo una localización que cubra todos los procesos que realizará la empresa.

Factores

- **Mano de obra**

La mano de obra son las personas las que trabajan en la empresa, o aportan su esfuerzo al proceso de producción, por ello son las que reciben el pago o sueldo.

Al ser una microempresa, se necesitará empleados tanto para manejar vehículos, ayudantes de cocina y empaque, y además los visitantes quienes van a dar a conocer las tortillas tradicionales de gualo a los vendedores minoristas y mayoristas.

- **Materia prima**

La materia prima, es todo bien que es transformado durante un proceso de producción hasta convertirse en un bien de consumo para la ciudadanía.

Al ser una microempresa, las tortillas tradicionales de gualo será el producto a comercializar, por lo que se llevará a los vendedores mayoristas y minoristas según los pedidos recaudados, para que así satisfagan las necesidades de los clientes.

- **Transporte**

El transporte se convierte en un elemento fundamental a lo largo de la cadena de suministro y, particularmente, del proceso logístico.

La empresa se ubicará en el centro de la ciudad de Loja, para que el transporte tenga acceso al garaje de carga y luego retorno a los distintos lugares de la Ciudad de Loja, y además estar al alcance de las personas, para que puedan consumirlo o llevar a casa.

- **Servicios básicos**

Los servicios públicos de suministro (agua, electricidad y gas) son fundamentales y desempeñan un papel fundamental en el desarrollo económico y social para la empresa. La empresa donde va a hacer ubicada cuenta con todos los servicios básicos necesarios para la implementación de la empresa en la localidad, antes mencionados, con esto se puede garantizar que las actividades a realizar serán de la mejor manera.

- **Ambientales**

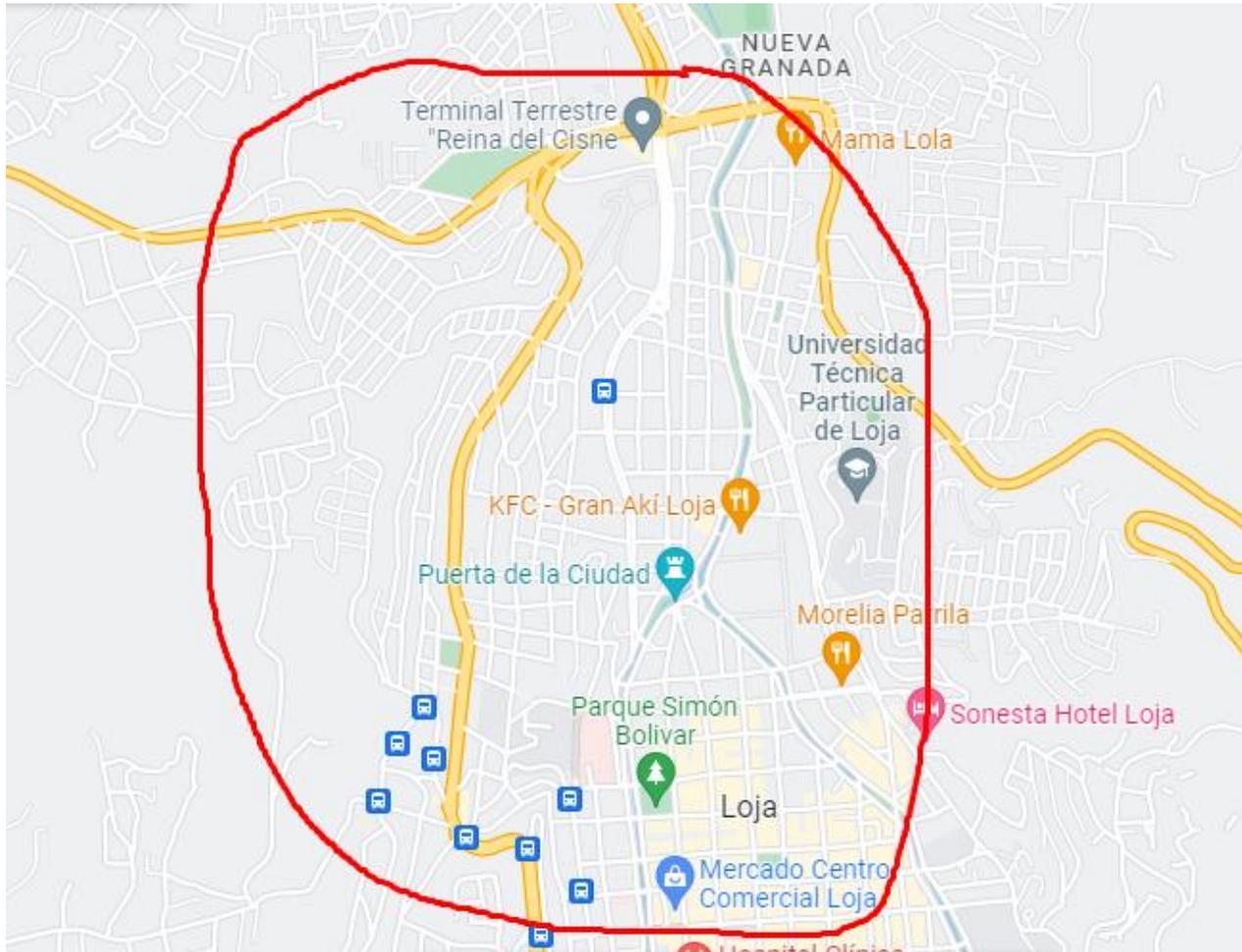
El aspecto ambiental es un elemento que deriva de la actividad empresarial de la organización (sea producto o servicio) y que tiene contacto o puede interactuar con el medio ambiente.

La empresa se alineará a los objetivos que aborden estrategias de evitar el impacto negativo al medio ambiente, el cual su proceso no produce contaminación, ya que la maquinaria utilizada para moler y cocinar las tortillas de gualo no produce gases nocivos que puedan afectar al ambiente. Sin embargo, existirá contaminación al momento de distribuir el producto por el dióxido de carbono emitido por los medios de transporte, los mismos que aumentan la huella del carbono en la atmósfera. La elaboración de las tortillas tradicionales de gualo contará con registro sanitario y con un empaque biodegradable.

3.1.1 Macro localización:

La macro localización o macro zona, consiste en decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio. Tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Debe ser un lugar que cubra las exigencias o requerimientos del proyecto.

La microempresa “TORTILLAS DE GUALO DOÑA TERE” estará ubicada en el sector occidental de la Ciudad de Loja del Ecuador, donde se podrá obtener todo lo necesario para las operaciones que va a tener la empresa, pues cuenta con servicios básicos, excelente estado de vías terrestres para comercializar a diferentes puntos de la Ciudad de Loja.

Ilustración 50. Macro localización

Fuente: Google Maps (2022)

3.1.2 Micro localización

Es donde la empresa se ubicará indefinidamente, es decir el domicilio comercial de la empresa. Su determinación se generará en base a factores de disponibilidad de recursos para poder realizar las actividades productivas o requeridas para el negocio.

Para poder definir la micro localización de la empresa se tomó en consideración el estudio de mercado, donde las familias de la Ciudad de Loja manifestaron que les gustaría adquirir el producto en la Microempresa a constituirse, Plazas de mercados y Supermercados. Por lo tanto,

se encuentra planificado que la comercializadora quedará ubicada en el sector occidental de la ciudad de Loja, Av. Manuel Carrión Pinzano y Benjamín Pereira Gamba.

Ilustración 51. Micro localización



Fuente: Google Maps (2022)

3.2 Tamaño del proyecto

3.2.1 Capacidad instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de una empresa; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, etc.

La capacidad instalada se centra en la máquina moladora de maíz, la cual puede procesar 5 quintales o 500 Kg por hora de maíz, también se conoce que cada funda de papel de tortillas de gualo de 5 unidades cuenta con 100 gramos y una caja de 50 unidades contiene 5000 gramos o 0.15kg. Al dividir los 500 Kg que procesa la maquinaria para el contenido que necesita cada caja de tortillas de gualo (0,15 Kg), se llega a la cantidad de 450 cajas de producción por hora en base a la capacidad de la maquinaria.

Tabla 46. Producción

PRODUCCIÓN	450	POR HORA DE TRABAJO
HORAS LABORABLES	8	HORAS DIARIAS
PRODUCCIÓN DIARIA	3600	UNIDADES
DIAS LABORABLES	250	DIAS DEL AÑO
PRODUCCIÓN ANUAL	900000	UNIDADES

Elaboración: La Autora

El proyecto toma en cuenta una jornada de trabajo de 8 horas laborales, en las que se producen 450 cajas de tortillas de gualo de 5 unidades, obteniendo una producción diaria de 3600 unidades. Al año se toman 250 días laborables, el mismo que son obtenidos de los 365 días calendario menos los fines de semana, ya que la jornada laboral es sólo de lunes a viernes, obteniendo 261 días, a este resultado se le restan los feriados obligatorios, siendo 11 en total, llegando al resultado de 250 días. Por lo tanto, se obtiene así una producción anual de 900000 unidades y 180000 cajas de tortillas de gualo, siendo este valor el 100% de la capacidad de producción de la empresa con en base a la maquinaria utilizada.

Tabla 47. Capacidad Instalada

Año	Demanda insatisfecha	Capacidad	Capacidad
		instalada/producción en unidades	instalada/producción en cajas
2021	5125794	900000	180000
2022	5241538	900000	180000
2023	5346648	900000	180000
2024	5431493	900000	180000
2025	5479816	900000	180000
2026	5464202	900000	180000

Fuente: Tabla 43

Elaboración: La Autora

La capacidad instalada/producción en unidades es el resultado de la producción diaria por los días laborables del año, y se mantiene constante para todos los años de vida útil del proyecto, siendo la capacidad de 900000 unidades de tortillas de gualo, y además obtenemos la capacidad instalada/producción en cajas que se obtiene dividiendo la producción en unidades por los 5 días laborables de la semana que da resultado 180000 cajas de tortillas de gualo que se mantiene constante para todos los años del proyecto, la demanda insatisfecha se la toma de la tabla 43, la misma que muestra una incrementación anual.

3.2.2 Capacidad utilizada

La capacidad utilizada mide el nivel de capacidad de utilización en la industria, empresas eléctricas y minería. El mercado observa el grado de utilización de la capacidad total para comprender tendencias en la producción, en la actividad económica general, en las condiciones de las empresas manufactureras y en la inflación.

Tabla 48. Capacidad utilizada

Año	Unidades			Cajas		
	Capacidad instalada	% capacidad instalada	Capacidad utilizada	Capacidad instalada	% capacidad instalada	Capacidad utilizada
2021	900000	80%	720000	180000	80%	144000
2022	900000	80%	720000	180000	80%	144000
2023	900000	80%	720000	180000	80%	144000
2024	900000	80%	720000	180000	80%	144000
2025	900000	80%	720000	180000	80%	144000
2026	900000	80%	720000	180000	80%	144000

Fuente: Tabla 45

Elaboración: La Autora

La capacidad utilizada en unidades se calcula en base al potencial real de capacidad de producción de la empresa, cuyo resultado se mantiene constante de 900000 del 2021 al 2026, al igual que el porcentaje de la capacidad instalada que es de 80% por todos los años del proyecto. Partiendo de ello la capacidad utilizada, se obtuvo al multiplicar la capacidad instalada, por el porcentaje de esta, el cual dio de resultado para el año 2021 al 2026 de 720000 unidades de tortillas de gualo. El mismo procedimiento es aplicado a todos los años de vida útil del proyecto.

Siguiente de ello para obtener la capacidad instalada en cajas se toma de la tabla (43) lo que es en producción en cajas, cuyo resultado se mantiene constante de 180000 del 2021 al 2026, también el porcentaje de la capacidad instalada que es de 80% se mantiene constante al igual que en unidades.

Luego tenemos la capacidad utilizada en cajas, se obtuvo al multiplicar la capacidad instalada, por el porcentaje de esta, el cual dio de resultado para el año 2021 al 2026 de 144000 cajas de tortillas de gualo y es aplicado para todos los años de vida útil.

Tabla 49. Porcentaje de participación en el mercado

Año	Unidades			Cajas		
	Demanda insatisfecha	Capacidad utilizada	Porcentaje de participación en el mercado	Demanda insatisfecha	Capacidad utilizada	Porcentaje de participación en el mercado
2021	5125794	720000	14,05%	5125794	144000	2,81%
2022	5241538	720000	13,74%	5241538	144000	2,75%
2023	5346648	720000	13,47%	5346648	144000	2,69%
2024	5431493	720000	13,26%	5431493	144000	2,65%
2025	5479816	720000	13,14%	5479816	144000	2,63%
2026	5464202	720000	13,18%	5464202	144000	2,64%

Fuente: Tabla 45 y 46
Elaboración: La Autora

Luego de los datos obtenidos de las anteriores tablas se procede a conocer cuál es el porcentaje de participación en el mercado del producto, para los años proyectados. Primeramente, calculamos para las unidades que se va a obtener, calculando al dividir la capacidad utilizada para la demanda insatisfecha. Por ende, desde el año 2021 al 2026, se va disminuyendo ya que en el 2022 tiene un 14.05% y al 2026 tiene un 13.18% de participación en el mercado, siendo este un porcentaje que llevaría la demanda insatisfecha de las tortillas de gualo en la Ciudad de Loja.

También calculamos para las cajas que se va a obtener en los años de vida útil del proyecto, lo cual, desde el año 2021 al 2026, se va disminuyendo ya que en el 2022 tiene un 2.81% y al 2026

tiene un 2.64% de participación en el mercado por cajas, siendo este un porcentaje que llevaría la demanda insatisfecha de las tortillas de gualo en la Ciudad de Loja.

3.3 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto es cuando se tiene un proyecto en mente y es necesario definir los recursos que se necesitarán para los planes y tareas que este requerirá. Además, permite conocer toda la información que se necesita, como maquinaria, presupuestos, flujo de caja, entre otros.

3.3.1 Materia prima para utilizarse en el proyecto de tortillas tradicionales de gualo:

La materia prima es todo bien que es transformado durante un proceso de producción hasta convertirse en un bien de consumo para la población.

- **Gualo:** El gualo es un término quichua que se utiliza para referirse a un producto conocido como maíz que está en un punto medio, entre maduro y seco.

3.3.2 Maquinaria y equipo:

En maquinaria y equipo abarca los distintos aspectos referentes a la seguridad al momento de utilizar la maquinaria y el mantenimiento de las instalaciones y los equipos en el lugar de trabajo. El empleador debería examinar el modo en que los trabajadores utilizan la maquinaria, y contar con un programa de mantenimiento adecuado para asegurar que la maquinaria se mantenga en buenas condiciones para el uso de ello.

Para la obtención del producto final, es necesaria la utilización de maquinaria de tipo industrial que permita realizar una producción a gran escala, optimizando así el tiempo. La maquinaria y equipos necesarios para la producción son los siguientes:

➤ **Molino industrial para granos secos y húmedos**

Ilustración 52. Molino para granos secos y húmedo



Fuente: https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-514277030-maquina-moledora-de-maiz-0024-_JM#position=1&search_layout=stack&type=item&tracking_id=0c5e1e30-3114-41da-a343-5f9692fcc40c

Características:

- Molino para granos secos y húmedo Importado
- Marca Osnox
- Molino de platos
- Grosor de molido ajustable
- Funciona con 110 y 220 voltios
- Diseño moderno y de Lujo
- Equipo pesado 70 libras
- 5 quintales hora de maíz

➤ **Refrigerador**

Ilustración 53. Refrigerador industrial



Fuente: <https://www.invercorp-peru.com/linea-de-refrigeracion/congeladores-profesionales-de-acero/cs-40/>

Características:

- Capacidad 40FT3 1133lt
- Rango de operación $-2^{\circ}\text{C} \leftrightarrow -18^{\circ}\text{C}$
- Acabado interior y exterior Acero Inoxidable
- Puertas 2
- Niveles 4
- Iluminación Lámpara de 32 W
- Enfriamiento Aire Forzado
- Refrigerante R-404 A
- Volts 220 V / 60 Hz
- Peso aproximado 254 kg

➤ **Balanza digital gramera 7kg**

Ilustración 54. Balanza digital



Fuente: https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-512998645-grande-balanza-digital-gramera-para-cocina-_JM

Características:

- Empieza su conteo desde 0,1kg a 7kg
- Pesa en Gramos u Onzas
- Funciona con 2 pilas AA (incluidas)
- Precio \$5.00
- Diseño ideal para cocina

3.3.3 Herramientas para utilizar:

Ilustración 55. Mesa de acero inoxidable



Fuente: <https://www.tramontina.com.br/es/p/68712715-247-mesa-con-respaldo-de-acero-inoxidable-con-entrepano-inferior-1500x700mm>

Ilustración 56. Tanque Rotoplas



Fuente: https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-427702326-tanque-rotoplast-elevado-600-ltros-_JM?quantity=1#position=1&type=item&tracking_id=5c7c665d-9e33-438f-8068-5f4bf0cd6fce

Ilustración 57. Percha metálica



Fuente: <https://gondolasyperchas.ec/product/percha-metalica/>

Ilustración 58. Tazón de acero inoxidable



Fuente: <https://www.amazon.com/-/es/Reemplazo-inoxidable-compatible-Sunbeam-mezcladoras/dp/B00KB7EJCC>

Ilustración 59. Comal de barro

Fuente: <https://www.cocinadelirante.com/tips/como-curar-un-comal-de-barro>

Ilustración 60. Tambor de plástico 10cm x1

Fuente: <https://www.perlesandco.es/Tambor-para-bordar-12-cm-x1-p-92682.html>

Ilustración 61. Parrilla

Fuente: <https://cilindroperuano.com/producto/parrilla-premium-grande-2-en-1/>

Ilustración 62. Bandeja de acero inoxidable

Fuente: <https://www.fishersci.es/shop/products/stainless-steel-instruments-trays/p-8000040>

Ilustración 63. Cucharas medidoras

Fuente: <https://www.amazon.com/-/es/medidoras-inoxidable-cucharada-estadounidenses-ingredientes/dp/B07H3QRCZD?th=1>

3.3.4 Equipo de seguridad y aseo:

Ilustración 64. Gorro desechable

Fuente: <https://www.dentalix.com/es/vari0s-gorro-desechable-tnt-vari0s-colores-100-uds>

Ilustración 65. Tapabocas



Fuente: <https://biriden.com/es/consumibles/tapabocas>

Ilustración 66. Guantes



Fuente: <https://www.liverpool.com.mx/tienda/pdp/caja-con-1000-guantes-de-nitrilo-queen/1114864249>

Ilustración 67. Delantal



Fuente: <https://www.regalospublicitarios.com/delantal-cocina-en-algodon-kitab>

3.4 Infraestructura física:

La infraestructura de una empresa es todo lo que conforma sobre las instalaciones, estructuras y servicios básicos sobre las cuales yace la construcción de los ambientes de recepción de insumos, producción, comercialización, oficinas de administración y otros servicios. La infraestructura física o bien se compra o también se alquila dependiendo del análisis de las implicaciones técnicas y financieras.

3.4.1 Distribución de la planta:

La distribución de la planta es la ordenación física de los elementos que constituye una instalación ya sea industrial o de servicios, con esta ordenación se da los espacios necesarios para el almacenamiento, colaboradores directos e indirectos y todas las actividades que se realice en la instalación.

La distribución de la planta, consiste en un espacio de 150 m², donde todas las áreas y diferentes oficinas se distribuirán desde el área administrativa, hasta producción, incluyendo un espacio para el almacenaje del producto, un área verde, área de carga para el respectivo embarque y además servicios higiénicos para los empleados.

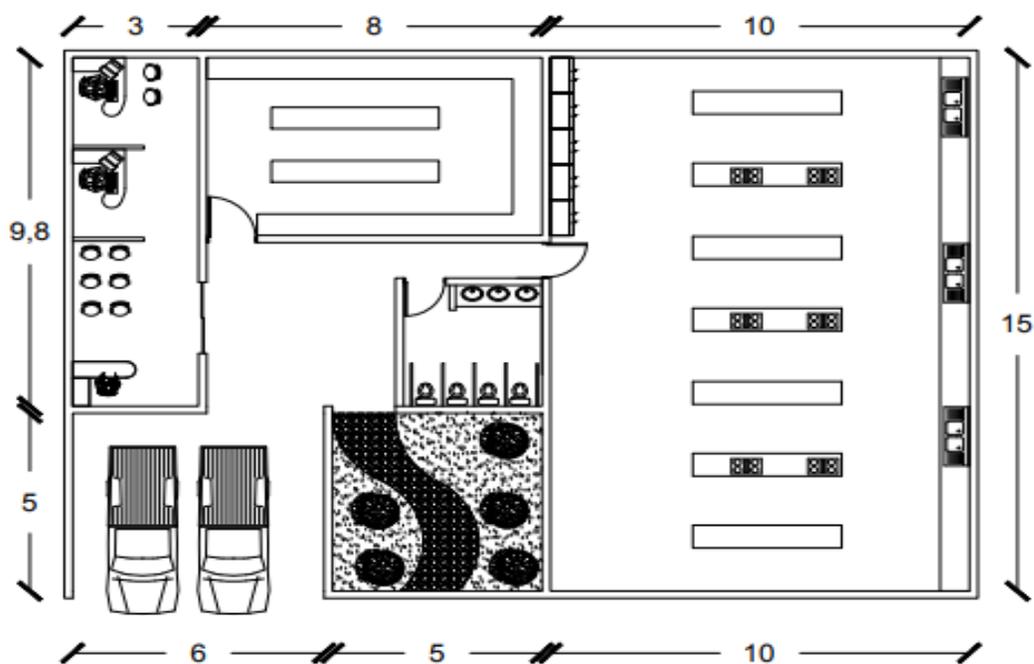
En la siguiente tabla se da a conocer la distribución de la planta en metros cuadrados de las áreas de la empresa:

Tabla 50. Distribución de la planta

ÁREA	ESPACIO
ÁREA ADMINISTRATIVA	15 m ²
ÁREA DE PRODUCCIÓN (COCINA)	75 m ²
ÁREA DE ALMACENAMIENTO (BODEGA)	20 m ²
ÁREA VERDE	5 m ²
ÁREA DE CARGA	10 m ²
SERVICIOS HIGIÉNICOS	10 m ²
CORREDOR	15 m ²
TOTAL	150 m²

Elaboración: La Autora

Ilustración 68. Plano de la empresa



PLANTA
ESC 1:100

Elaboración: La Autora

3.4.2 Proceso de producción

El proceso de producción es un conjunto de actividades relacionadas a la transformación de recursos productivos en bienes y/o servicios. Su objetivo es la satisfacción de la demanda.

3.4.3 Descripción del proceso productivo:

1. Compra de la materia prima

La compra de la materia prima, el maíz gualo (ni tan maduro, ni tan seco), se los realizará a la Sra. Tatiana Guamán, en el mercado mayorista de la Ciudad de Loja, de manera diaria (de lunes a viernes).

2. Recepción de la materia prima

La recepción de la materia prima será en la empresa directamente, por parte de la comerciante del mercado mayorista, la cual entregará la materia prima a las 8 a.m. en costales.

3. Preparación de la maquinaria

Se preparará la maquinaria verificando la limpieza de cada máquina y equipo, para que estén listos para su uso.

4. Molido del maíz gualo:

Al obtener el maíz gualo, se procede a moler el choclo bien fino, tomando un tiempo de 1 hora por cada 5 quintales de maíz.

5. Preparación de las tortillas de gualo:

Al obtener ya el maíz molido se procede a disolver la manteca de cerdo y batir huevos en una bandeja, realizar una crema con la mantequilla y el azúcar. Luego de tener esta mezcla se agrega el choclo molido, la sal y los huevos. Batir bien la masa hasta que este suave.

6. Elaboración del producto final:

Posteriormente, de obtener esta mezcla se realiza las tortillas una a una dando forma con el molde circular, en el centro se debe poner queso desmenuzado con sal y manteca de color. Al obtener la forma se procede a cocer las tortillas en un tiesto de arcilla previamente calentado en una parrilla con carbón encendido entre 3 a 5 minutos de ambos lados y finalmente se pasa a la parrilla y se deja entre 3 a 4 minutos y así obtener la presentación perfecta para los clientes.

7. Empaque en las fundas de papel de las tortillas de gualo:

Al terminar la elaboración de las tortillas tradicionales de gualo, se procede a empaquetar en las fundas de papel las 5 unidades correspondientes por cada bolsa, para luego ser sellado.

8. Empaque en las cajas de las tortillas de gualo:

Para las personas que realizan la compra al por mayor de 50 unidades, se procede a tomar 10 fundas de papel de 5 unidades y se las ubica en sus respectivas cajas, sellándolas al final con su respectiva promoción.

9. Almacenamiento:

Se almacenan las cajas de tortillas de gualo en la bodega, hasta su venta. El almacenamiento se hará con el método FIFO (First in – First out), conocido también como PEPS (Primero en entrar – Primero en salir), para asegurar que los primeros productos elaborados, sean a su vez los primeros en venderse por las fechas de caducidad que tienen.

3.4.4 Flujo de procesos:

El diagrama de flujo, es una representación gráfica de cada proceso que lleva símbolos diferentes y contiene una breve descripción de cada etapa de procesos. Los símbolos del flujo de procesos están unidos entre sí con sus respectivas flechas que indican para donde se direccionan.

A continuación, se muestra el flujo de procesos para la elaboración de las tortillas de gualo de 50 unidades.

Tabla 51. Simbología

N°	ACTIVIDAD	SIMBOLOGÍA				TIEMPO
						
1	Compra de materia prima					30 min.
2	Recepción de materia prima					30 min.
3	Preparación de maquinaria					30 min.
4	Preparación del producto					60 min.
5	Elaboración del producto final					180 min.
6	Empaque en fundas de papel					50 min.
7	Empaque en cajas					40 min.
8	Almacenamiento					60 min
TOTAL						480 min. (8 horas)

Elaboración: La Autora

Tabla 52. Simbología

SIMBOLOGÍA	
	OPERACIÓN
	TRASLADO
	REVISIÓN / INSPECCIÓN
	ALMACENAMIENTO

Elaboración: La Autora

Capítulo IV

Estudio administrativo

El estudio administrativo consiste en una estructura organizativa de la empresa que proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. También se encuentra el organigrama y el manual de funciones de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales.

En el presente capítulo se detallan los referentes administrativos y legales de la empresa, mencionando el objeto social, tiempo de duración, la organización administrativa y legal, domicilio de la empresa, se elaboran los organigramas, tanto estructurales como funcionales y posicionales, también se elabora el manual de funciones que describe los requerimientos de los puestos de trabajo de la empresa para así llevar una correcta administración del talento humano. Con la información obtenida se elabora parte del estudio financiero, pues se definen los salarios de los trabajadores, datos útiles para definir sobre la inversión a realizar en el proyecto.

4.1 Base legal:

Las bases legales se relacionan con la constitución de la empresa, y la base legal se debe seguir para poder iniciar las operaciones bajo el marco de la ley. A continuación, se presenta, el objeto social, el tiempo de duración y el domicilio de la empresa dedicada a la producción de Tortillas de Gualo en la Ciudad de Loja.

- **Nombre, nacionalidad y domicilio del socio o los socios que conforman la empresa**

Marjorie Samanta Uzho Cuenca, con cédula de identidad 115054892-1, nacionalidad ecuatoriana, domicilio en la Ciudad de Loja.

Teresa de Jesús Cuenca Paladines, con cédula de identidad 110141457-9, nacionalidad ecuatoriana, domicilio Cantón Catamayo.

- **Razón social:**

La empresa se funda bajo el nombre de “TORTILLAS DE GUALO DOÑA TERE”

- **Objeto social:**

El objeto social de la empresa “TORTILLAS DE GUALO DOÑA TERE” es la producción y comercialización de tortillas de gualo en la Ciudad de Loja. Por lo tanto, la empresa podrá realizar contratos civiles y mercantiles, relacionados con su objeto social.

- **Tiempo de duración:**

El presente proyecto tendrá una duración de 5 años, que serán considerados a partir de su constitución como empresa en el Registro Mercantil, y cuente con su respectiva autorización de la Superintendencia de Compañías, se estima una duración del 2021 al 2026.

- **Domicilio:**

La empresa estará ubicada en la occidental, de la Ciudad de Loja, siguiendo la vía para llegar al terminal terrestre de Loja, y que está ubicada al frente de la Funeraria Sueño Eterno, en la Av. Manuel Carrión Pinzano y Benjamín Pereira Gamba, sus coordenadas son -3.990141, -79.209851.

4.2 Organización administrativa:

La organización administrativa son los métodos y procedimientos puestos en práctica para ordenar, controlar y dirigir una empresa a través de sus departamentos, recursos y procesos que tiene la empresa, con el fin de poder alcanzar sus metas u objetivos.

4.2.1 Niveles jerárquicos:

- **Nivel legislativo:**

En el nivel legislativo se encuentran principales funciones como: legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización, también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y opcional para la empresa.

La junta general de socios está conformada por la Sra. Marjorie Samanta Uzho Cuenca y la Sra. Teresa de Jesús Cuenca Paladines.

- **Nivel ejecutivo:**

Es el segundo mando de la organización, donde es el responsable del manejo de la organización, su función es hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Este nivel es importante porque se encarga en manejar planes, programas, métodos y otras técnicas administrativas de alto en la empresa.

El nivel ejecutivo está conformado por la Sra. Marjorie Samanta Uzho Cuenca.

- **Nivel asesor:**

Este nivel no tiene autoridad en mando, únicamente puede aconsejar, informar, preparar proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que cuenta la empresa.

El nivel asesor está conformado por la Abg. Nicollette Armijos.

- **Nivel operativo:**

Este nivel es el más importante de la empresa y también el responsable directo sobre las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización del producto. Los que corresponden a este nivel tienen el segundo grado de autoridad y es responsable sobre el cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando pueden delegar

autoridad, mas no responsabilidad.

En el departamento de producción está conformado por los obreros: el Sr. Antonio Macas, la Srta. Emily Rojas y la Sra. Glenda Uzho; en el departamento de marketing y ventas lo conforma el Sr. Patricio Vegas; y el departamento financiero la Ing. María Tamayo.

4.2.2 Organigramas:

El organigrama es una representación gráfica de la estructura jerárquica y funcional de una organización. Además, ayuda mucho a las personas que se incorporan a la empresa. Debe ser claro, concreto y ordenado para que pueda ser comprendido.

- **Organigrama estructural:**

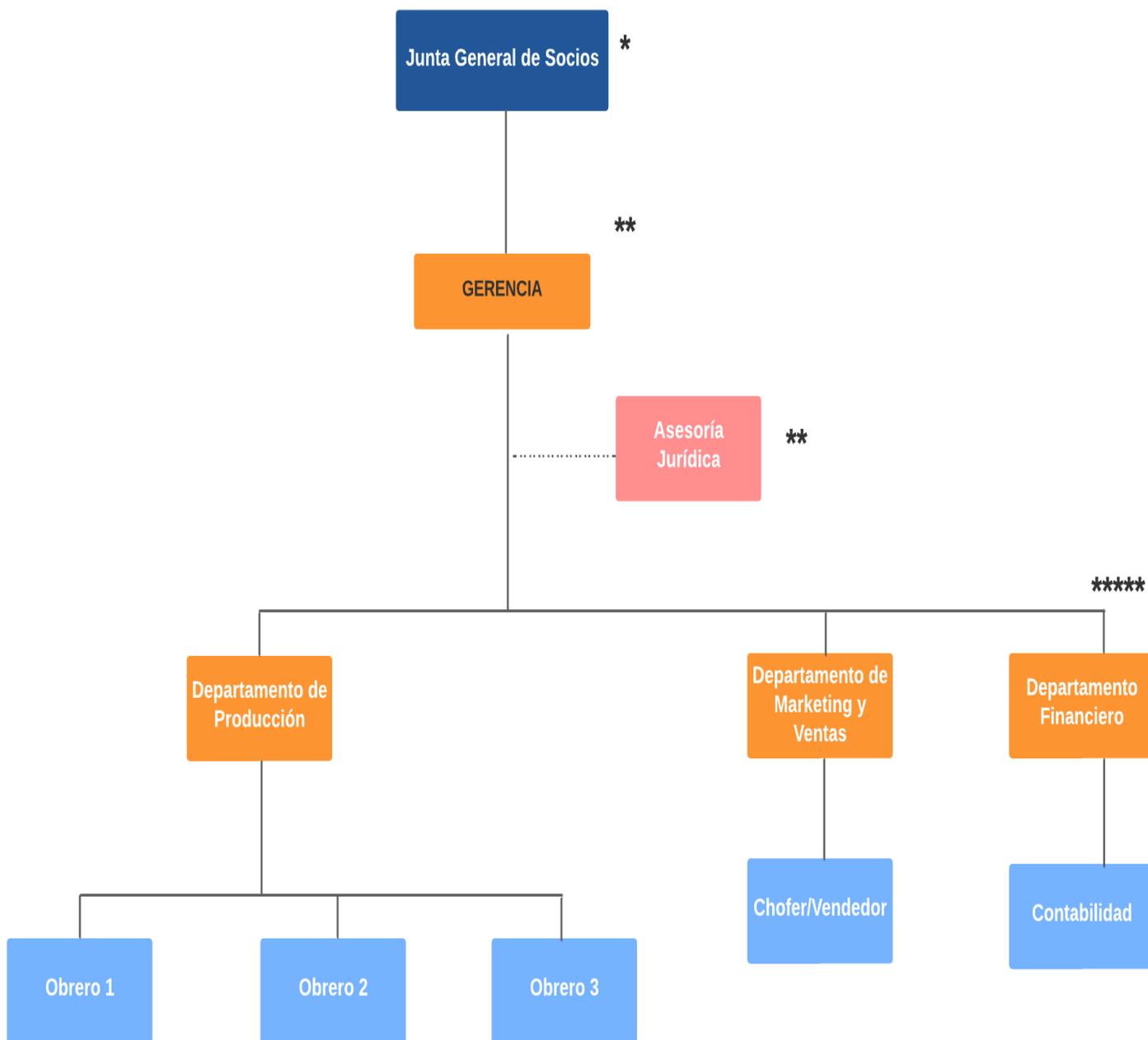
Es un organigrama vertical que configura la estructura organizativa a partir de las funciones y, además se ordena según las capacidades de cada empleado con el objetivo de que todas las áreas funcionen bajo el enfoque global de la empresa. (Ver ilustración N° 68)

- **Organigrama funcional:**

Es aplicable en una organización con crecimiento exponencial, con el fin de abarcar nuevas áreas y necesidades administrativas para un buen funcionamiento de las actividades de la empresa. Este organigrama tiene muy bien definido los departamentos donde cada miembro del equipo tiene asignado sus propias funciones. (Ver ilustración N°69)

- **Organigrama posicional:**

El organigrama posicional permite conocer de forma objetiva, la distribución del personal, se detalla de mejor manera el número de cargos, remuneración recibida y el nombre de cada empleado que pertenece a la empresa. (Ver ilustración N°70)

Ilustración 69. Organigrama estructural

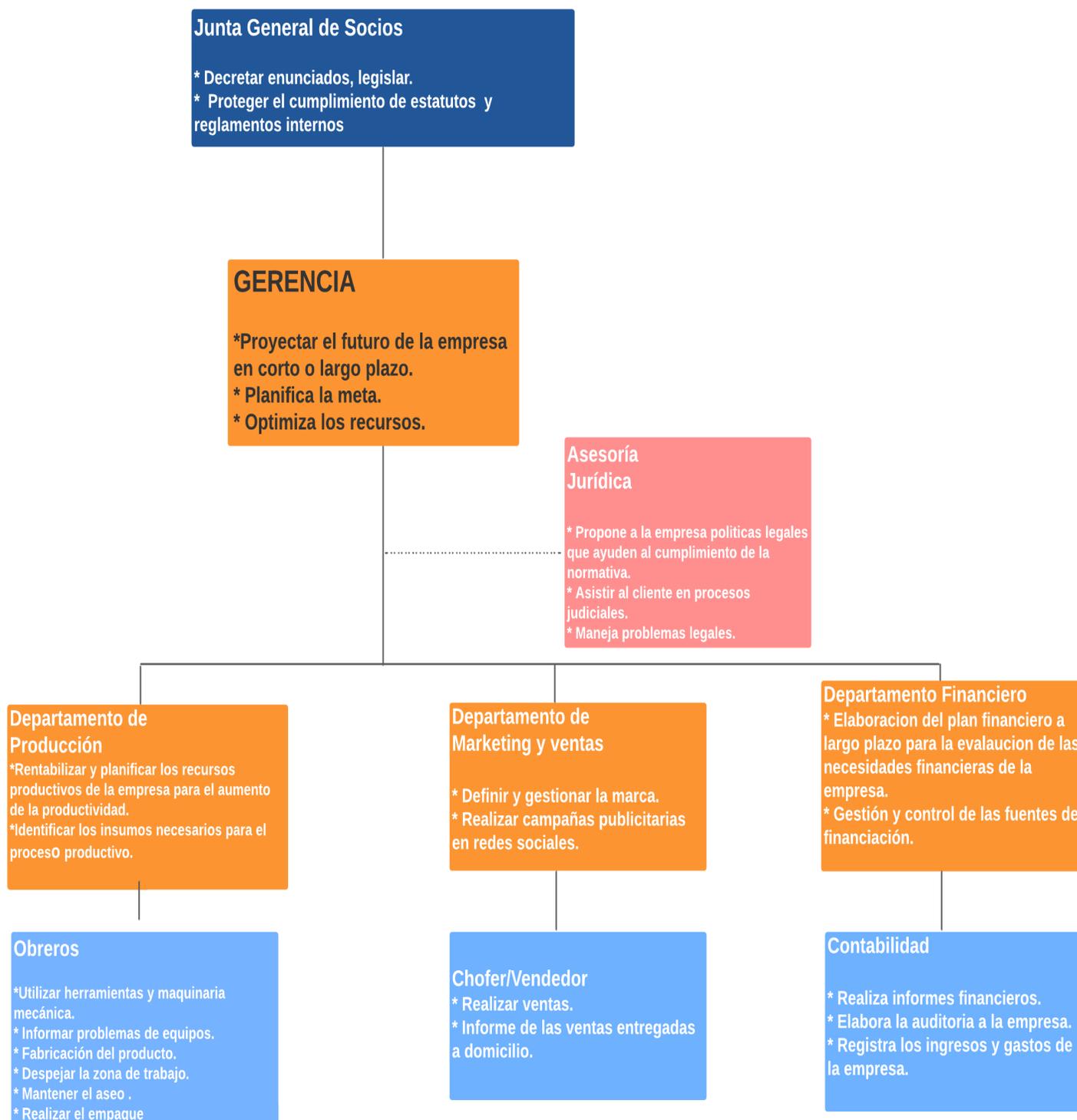
Elaboración: La Autora

Tabla 53. Simbología organigrama estructural

SIMBOLOGÍA	
*	Nivel legislativo
**	Nivel ejecutivo
***	Nivel asesor
****	Nivel de apoyo
*****	Nivel operativo
—————	Línea de mando
-----	Línea de asesoría

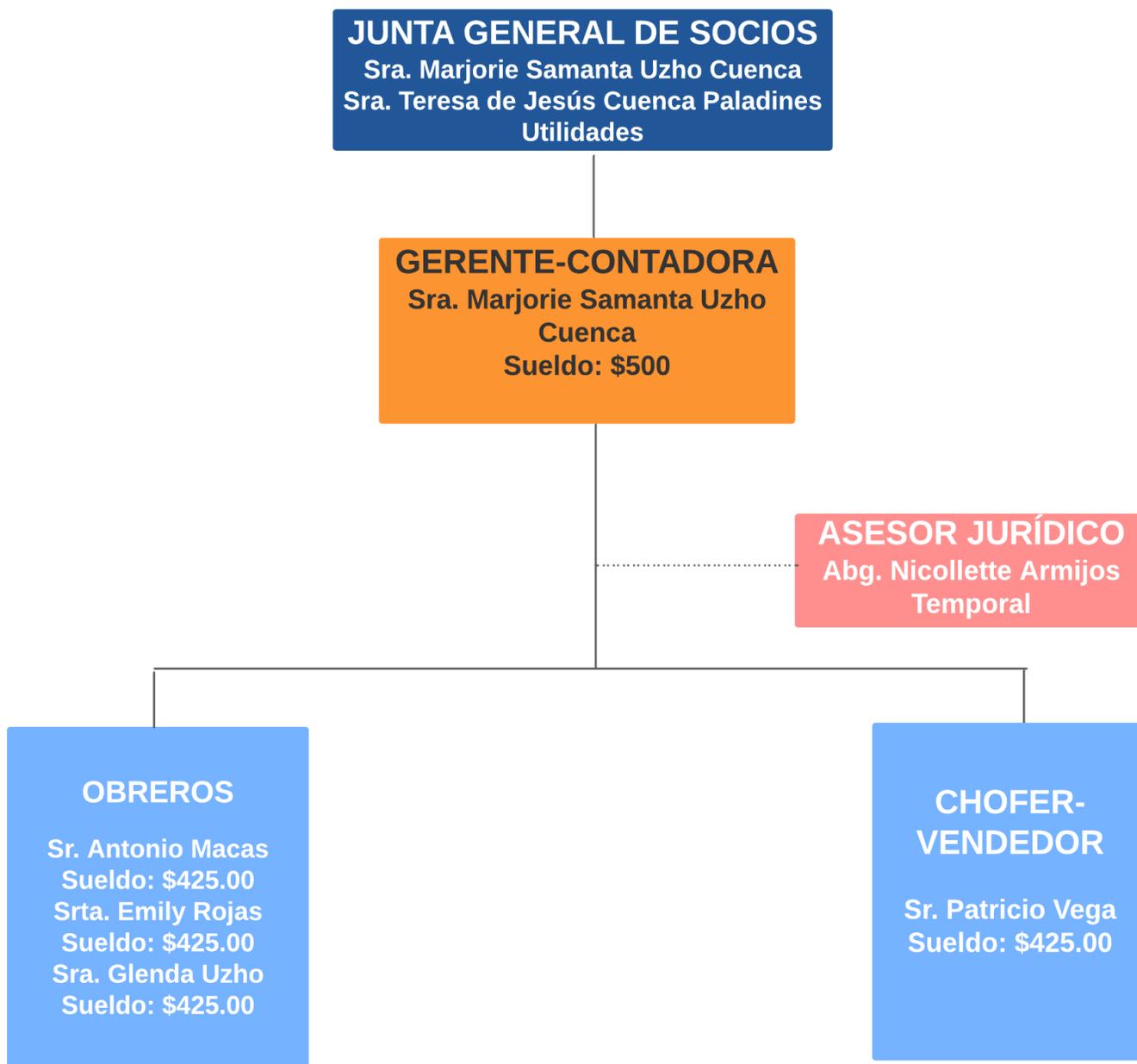
Elaboración: La Autora

Ilustración 70. Organigrama funcional



Elaboración: La autora

Ilustración 71. Organigrama posicional



Elaboración: La Autora

4.3 Manual de funciones:

El manual de funciones ayuda a comunicar al ocupante de un cargo sus funciones, responsabilidades y requisitos del cargo y permiten establecer normas de coordinación entre cargos. Este manual organiza eficazmente el trabajo y elimina desequilibrios en cargas de trabajo, omisiones o duplicidad de funciones.

Tabla 54. Gerente general-Contadora

CÓDIGO:	001
TÍTULO DEL CARGO:	Gerente general - Contadora
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
Planeamiento, dirección, coordinación, y supervisión de actividades profesionales, técnicas, y administrativas en una institución de gran complejidad. Realizar actividades como digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la compañía. Lleva la contabilidad de la empresa como los libros contables, informes para gerencia y directivos.	
FUNCIONES TÍPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificación, organización y supervisión general de las actividades desempeñadas por la empresa. • Definir a donde se va a dirigir la empresa en un corto, mediano y largo plazo. • Tomar decisiones críticas, cuando se trata de asuntos centrales. • Motivar, supervisar y mediar entre el equipo de trabajo. • Estudiar los diferentes asuntos financieros, administrativos, de marketing, etcétera. • Elaborar el balance de los ingresos y gastos en el libro contable de la empresa. • Elaborar informes financieros, declaraciones de impuestos y registro de ingresos y egresos. • Elaborar inventarios y administrar los recursos financieros. 	
INTERFAZ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el personal que gestiona en la empresa. • Clientes. • Proveedores. 	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
EDUCACIÓN:	Administración de empresas, economía, negocios internacionales o afines.
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> • 2 años en cargos similares. • Capacidad de liderar. • Manejo profesional del idioma inglés. • Visión empresarial.



Elaboración: La Autora

Tabla 55. Asesor jurídico

CÓDIGO:	002	
TÍTULO DEL CARGO:	Asesor jurídico. (Temporal)	
NATURALEZA DEL TRABAJO:		
<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la correcta y adecuada aplicación de la normativa vigente en cada una de las actuaciones realizadas por la empresa. • Asesorar a la dirección sobre las disposiciones legales que rigen el sector de actividad de la compañía. 		
FUNCIONES TÍPICAS:		
<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la correcta constitución de cualquier tipo de sociedad o estructura jurídica y la redacción de los documentos de cualquier naturaleza que para ello se requiera. • Negociar y elaborar todo tipo de contratos mercantiles, civiles y laborales (compraventa, préstamos, pólizas, etc.) • Trazar la estrategia de defensa legal de la empresa ante las potenciales infracciones legales por parte del empresario o de la empresa. • Controlar y solucionar las situaciones de desequilibrio patrimonial. • Realizar trámites y gestiones ante organismos públicos, registros, notarías, etc. • Asesorar en la aplicación de normas de cualquier tipo. • Cualquier otro servicio legal que pueda necesitar la empresa o el empresario. 		
INTERFAZ:		
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el personal que gestiona en la empresa. • Clientes. • Proveedores. 		
REQUISITOS MÍNIMOS:		
EDUCACIÓN:	Abogacía, Jurisprudencia o carreras afines. Conocimiento del Código del Trabajo del Ecuador.	
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> • 2 años en cargos similares. • Facilidad de expresión. • Comprensión oral. 	

Elaboración: La Autora

Tabla 56. Obreros

CÓDIGO:	003	
TÍTULO DEL CARGO:	Obreros.	
NATURALEZA DEL TRABAJO:		
<p>Manipulación de la materia prima y la maquinaria para el proceso productivo, transporte y almacenamiento de cajas del producto.</p>		
FUNCIONES TÍPICAS:		
<ul style="list-style-type: none"> • Seguir instrucciones de supervisores para realizar labores manuales. • Informar de problemas con equipos o condiciones poco seguras. • Proporcionar materias primas a la maquinaria de producción. • Montar mercancías en líneas de producción. • Supervisar el proceso de producción. • Llevar a cabo controles básicos de calidad y pruebas. • Almacenar las mercancías y materias primas correctamente en el almacén. • Embalar las mercancías a enviar. • Limpieza de zonas de obras de suciedad y maquinaria. 		
INTERFAZ:		
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el personal que gestiona en la empresa. • Clientes. • Proveedores. 		
REQUISITOS MÍNIMOS:		
EDUCACIÓN:	Bachillerato	
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> • 1 año en cargos similares. • Organizado. • Puntual • Responsable • Hábil 	

Elaboración: La Autora

Tabla 57. Chofer - Vendedor

CÓDIGO:	004
TÍTULO DEL CARGO:	Chofer-Vendedor.
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
Movilización y entrega del producto, para lo cual se sirven de motocicletas, vehículos, vans, camiones y bicicletas para recoger, llevar y entregar el producto a nuestros clientes.	
FUNCIONES TÍPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> ● Cargar los paquetes a ser entregado. ● Establecer la ruta más eficiente para realizar la entrega de paquetes. ● Inspeccionar los vehículos antes de su salida. ● Conducir el vehículo siguiendo las rutas preestablecidas. ● Entregar paquetes. ● Llevar un registro de los paquetes entregados. ● Reportar emergencias, retrasos o accidentes. ● Realizar reparaciones menores en el vehículo. 	
INTERFAZ:	
<ul style="list-style-type: none"> ● Todo el personal que gestiona en la empresa. ● Clientes. ● Proveedores. 	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
EDUCACIÓN:	Licencia de conducción profesional.
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> ● 1 año en cargos similares. ● Organizado. ● Puntual. ● Responsable. ● Amable. ● Orientación en servicio al cliente.

Elaboración: La Autora



Capítulo V

Estudio financiero

El estudio financiero es el que determina las características económicas que tiene el proyecto de negocio, donde se debe conocer la inversión de capital de trabajo como los mecanismos de financiación de recursos, una inversión inicial, los flujos netos operacionales o también llamados flujos de caja, la vida útil del proyecto y la de descuento.

El presente capítulo trata acerca del plan de inversión del proyecto, tanto como en los activos fijos; como maquinaria y equipo, herramientas, muebles u enseres de producción, equipo de oficina, equipo de computación, muebles y enseres de administración y vehículo. Activos diferidos; estudio preliminar, constitución legal, permiso de funcionamiento y el periodo de recuperación. También está el activo circulante; materia prima directa, materia prima indirecta, mano de obra directa, servicios básicos de producción, servicios básicos de administración, sueldo al personal de ventas, suministros de oficina, útiles de aseo, publicidad y el combustible y mantenimiento.

Los resultados obtenidos dentro del estudio financiero, permite conocer los costos y gastos que cuenta la empresa, y generar el presupuesto proyectado. Además, con esta información se da a conocer el costo unitario de producción para determinar el precio de venta al público, también como el punto de equilibrio de la empresa. Toda esta información también sirve para desarrollar la evaluación financiera.

5.1 Inversiones

Las inversiones financieras son de largo y corto plazo, siendo la adquisición de derechos sobre determinados activos, para en un futuro pueda generar una gran ganancia para la empresa. Es una serie de actividades en relación al financiamiento, ahorro u otorgamiento del efectivo para la utilización de la empresa en actividades que tenga que realizar.

5.1.1 Inversión en activos fijos

Son los activos que se utilizan en la parte empresarial como los bienes inmuebles, la compra de locales comerciales, inversión en maquinaria o también el material de oficina para los que conforman la empresa. También se encuentra las inversiones de dinero en valores, bonos o acciones emitidas por empresas asociadas.

5.1.1.1 Maquinaria

La maquinaria es necesaria para la producción de las tortillas de gualo que consiste en un molino para granos secos y húmedos, dos refrigeradoras industriales y dos balanzas digitales gramera, valor que asciende de \$670,00, y se deprecian a un 10% anual como se da a conocer a continuación:

Tabla 58. Maquinaria

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Molino para granos secos y húmedos	1	\$250,00	\$250,00
Refrigerador industrial	2	\$400,00	\$800,00
Balanza digital gramera	2	\$20,00	\$40,00
TOTAL		\$670,00	\$1.090,00

Elaboración: La Autora

Tabla 59. Depreciación maquinaria

Valor del activo		\$ 1.090,00		
Años de vida útil		10	Depreciación	10%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$1.090,00		\$ 98,10	\$ 981,00
1	\$ 981,00		\$ 98,10	\$ 882,90
2	\$ 882,90		\$ 98,10	\$ 784,80
3	\$ 784,80		\$ 98,10	\$ 686,70
4	\$ 686,70		\$ 98,10	\$ 588,60
5	\$ 588,60	\$ 109,00	\$ 98,10	\$ 490,50
6	\$ 490,50		\$ 98,10	\$ 392,40
7	\$ 392,40		\$ 98,10	\$ 294,30
8	\$ 294,30		\$ 98,10	\$ 196,20
9	\$ 196,20		\$ 98,10	\$ 98,10
10	\$ 98,10		\$ 98,10	\$ -0,00

Elaboración: La Autora

5.1.1.2 Herramientas, muebles y enseres de producción

En las herramientas, muebles y enseres de producción es de suma importancia para la elaboración de las tortillas de gualo, consiste en tres mesas de acero inoxidable, un tanque Rotoplas, cuatro perchas metálicas, un tazón de acero inoxidable, dos comales de barro, tres tambores de plástico, una parrilla, tres bandejas de acero inoxidable y dos cucharas medidoras., tiene un valor de \$985,00 los mismos que se deprecian en un 10% al año y se mencionan en las siguientes tablas:

Tabla 60. Herramientas, muebles y enseres de producción

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mesa de acero inoxidable	3	\$80,00	\$240,00
Tanque Rotoplas	1	\$70,00	\$70,00
Percha metálica	4	\$50,00	\$200,00
Tazón de acero inoxidable	1	\$35,00	\$35,00
Comal de barro	2	\$10,00	\$20,00
Tambor de plástico	3	\$8,00	\$24,00
Parrilla	1	\$350,00	\$350,00
Bandeja de acero inoxidable	3	\$10,00	\$30,00
Cucharas medidoras	2	\$8,00	\$16,00
TOTAL		\$621,00	\$985,00

Elaboración: La Autora

Tabla 61. Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción

Valor del activo		\$ 985,00			
Años de vida útil		10		Depreciación	10%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL	
0	\$ 985,00		\$ 88,65	\$ 886,50	
1	\$ 886,50		\$ 88,65	\$ 797,85	
2	\$ 797,85		\$ 88,65	\$ 709,20	
3	\$ 709,20		\$ 88,65	\$ 620,55	
4	\$ 620,55		\$ 88,65	\$ 531,90	
5	\$ 531,90	\$ 98,50	\$ 88,65	\$ 443,25	
6	\$ 443,25		\$ 88,65	\$ 354,60	
7	\$ 354,60		\$ 88,65	\$ 265,95	
8	\$ 265,95		\$ 88,65	\$ 177,30	
9	\$ 177,30		\$ 88,65	\$ 88,65	
10	\$ 88,65		\$ 88,65	\$ 0,00	

Elaboración: La Autora

5.1.1.3 Equipos de oficina

Los equipos de oficina consisten en dos teléfonos celulares Samsung que sirve para poder comunicarse con los clientes, proveedores, con un valor de \$250,00 y obteniendo un total de \$500,00, y una depreciación de 10% anual, se lo puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 62. Equipos de oficina

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Teléfono celular	2	\$250,00	\$500,00
	TOTAL	\$250,00	\$500,00

Elaboración: La Autora

Tabla 63. Depreciación de equipos de oficina

Valor del activo		\$ 500,00		
Años de vida útil		10	Depreciación	10%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$ 500,00		\$ 45,00	\$ 450,00
1	\$ 450,00		\$ 45,00	\$ 405,00
2	\$ 405,00		\$ 45,00	\$ 360,00
3	\$ 360,00		\$ 45,00	\$ 315,00
4	\$ 315,00		\$ 45,00	\$ 270,00
5	\$ 270,00	\$ 50,00	\$ 45,00	\$ 225,00
6	\$ 225,00		\$ 45,00	\$ 180,00
7	\$ 180,00		\$ 45,00	\$ 135,00
8	\$ 135,00		\$ 45,00	\$ 90,00
9	\$ 90,00		\$ 45,00	\$ 45,00
10	\$ 45,00		\$ 45,00	\$ -

Elaboración: La Autora

5.1.1.4 Equipos de computación

En los equipos de computación, se encuentran las computadoras junto con su impresora, la depreciación que tiene es de 33,33% anual, representa la vida útil de 3 años, es por ello que la empresa realiza una reinversión para el año 4 hasta cumplir los 5 años de vida útil del proyecto, de los mismos equipos. Son fundamentales para las actividades para la gerente – contadora, ambos equipos tienen un valor de \$500,00. En la reinversión de los restos de años es de la misma depreciación del primer año proyectada por el Banco Central. A continuación, la información se encuentra visible en las siguientes tablas:

Tabla 64. Equipos de computación

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora con impresora	2	\$500,00	\$1.000,00
Subtotal	2	\$500,00	\$1.000,00
Reinversión de computadoras con impresora	2	\$516,90	\$1.033,80
Subtotal	2	\$516,90	\$1.033,80
TOTAL		\$1.016,90	\$2.033,80

Elaboración: La Autora

Tabla 65. Depreciación 1 equipos de computación

Valor del activo		\$ 1.000,00		
Años de vida útil		3	Depreciación	33,33%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$1.000,00		\$ 222,22	\$ 666,67
1	\$ 666,67		\$ 222,22	\$ 444,44
		\$ 333,33		
2	\$ 444,44		\$ 222,22	\$ 222,22
3	\$ 222,22		\$ 222,22	\$ -0,00

Elaboración: La Autora

Tabla 66. Depreciación 2 equipos de computación

Valor del activo		\$ 1.033,80		
Años de vida útil		3	Depreciación	33,33%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$1.033,80		\$ 229,73	\$ 689,20
1	\$ 689,20		\$ 229,73	\$ 459,47
		\$ 344,60		
2	\$ 459,47		\$ 229,73	\$ 229,73
3	\$ 229,73		\$ 229,73	\$ -

Elaboración: La Autora

5.1.1.5 Muebles y enseres de administración

Los muebles y enseres de administración son de suma importancia para la empresa, se puede encontrar los escritorios, las sillas y archivadores contando con un valor de \$456,00. La depreciación dentro de estos artículos es de 10% anual. A continuación, se encuentra más detallada la información en las siguientes tablas:

Tabla 67. Muebles y enseres de administración

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio ejecutivo	1	\$80,00	\$80,00
Escritorios sencillo	1	\$50,00	\$50,00
Sillas giratorias	2	\$25,00	\$50,00
Sillas	12	\$13,00	\$156,00
Archivadores	3	\$40,00	\$120,00
TOTAL		\$208,00	\$456,00

Elaboración: La Autora

Tabla 68. Depreciación muebles y enseres de administración

Valor del activo		\$ 456,00		
Años de vida útil		10	Depreciación	10%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$ 456,00		\$ 41,04	\$ 410,40
1	\$ 410,40		\$ 41,04	\$ 369,36
2	\$ 369,36		\$ 41,04	\$ 328,32
3	\$ 328,32		\$ 41,04	\$ 287,28
4	\$ 287,28		\$ 41,04	\$ 246,24
5	\$ 246,24	\$ 45,60	\$ 41,04	\$ 205,20
6	\$ 205,20		\$ 41,04	\$ 164,16
7	\$ 164,16		\$ 41,04	\$ 123,12
8	\$ 123,12		\$ 41,04	\$ 82,08
9	\$ 82,08		\$ 41,04	\$ 41,04
10	\$ 41,04		\$ 41,04	\$ -0,00

Elaboración: La Autora

5.1.1.6 Vehículo

En la empresa se contará con un vehículo tipo moto, modelo Thunder Bolt, que ayudará en la movilización de los productos a entregar para las familias de la Ciudad de Loja e incluso a puntos de venta. El valor del vehículo es de \$1000,00, el mismo que se deprecia al 20% por ser un bien.

A continuación, en las siguientes tablas se detalla:

Tabla 69. Vehículo

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Moto Thunder Bolt	1	\$1.000,00	\$1.000,00
	TOTAL	\$1.000,00	\$1.000,00

Elaboración: La Autora

Tabla 70. Depreciación vehículo

Valor del activo		\$ 1.000,00		
Años de vida útil		5	Depreciación	20%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$1.000,00		\$ 160,00	\$ 800,00
1	\$ 800,00		\$ 160,00	\$ 640,00
2	\$ 640,00		\$ 160,00	\$ 480,00
3	\$ 480,00	\$ 200,00	\$ 160,00	\$ 320,00
4	\$ 320,00		\$ 160,00	\$ 160,00
5	\$ 160,00		\$ 160,00	\$ -

Elaboración: La Autora

5.1.1.7 Resumen de depreciaciones de activos fijos

Como se conoce, el valor de cada activo con el pasar el tiempo va disminuyendo, y esto varía de acuerdo con el entorno de los bienes y su utilidad. En la tabla 71 se aprecia los activos fijos ascienden a un valor total de \$6.064,80, con una depreciación anual total de todos los activos de \$884,75 y finalmente el valor del salvamento es de \$1.593,68.

Tabla 71. Resumen de depreciaciones de activos fijos

ACTIVOS	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR SALVAMENTO
Maquinaria y equipo	\$1.090,00	10	\$ 109,00	\$ 98,10	\$ 490,50
Herramientas, muebles y enseres de producción	\$ 985,00	10	\$ 98,50	\$ 88,65	\$ 443,25
Equipo de oficina	\$ 500,00	10	\$ 50,00	\$ 45,00	\$ 225,00
Equipo de computación	\$1.000,00	3	\$ 333,33	\$ 222,22	\$ -0,00
Equipo de computación reinversión	\$1.033,80	3	\$ 344,60	\$ 229,73	\$ 229,73
Muebles y enseres de administración	\$ 456,00	10	\$ 45,60	\$ 41,04	\$ 205,20
Vehículo	\$1.000,00	5	\$ 200,00	\$ 160,00	\$ -
TOTAL	\$6.064,80	51	\$ 1.181,03	\$ 884,75	\$1.593,68

Fuente: Tabla 64, 65, 66, 67, 68, 69 y 70

Elaboración: La Autora

5.1.1.8 Resumen de activos fijos

A continuación, se visualiza un resumen de la totalidad de los activos fijos, que representan el valor total de inversión para la empresa.

Tabla 72. Resumen de activos fijos

ACTIVOS	VALOR DEL ACTIVO
Maquinaria y equipo	\$1.090,00
Herramientas, muebles y enseres de producción	\$ 985,00
Equipo de oficina	\$ 500,00
Equipo de computación	\$1.000,00
Equipo de computación reinversión	\$1.033,80
Muebles y enseres de administración	\$ 456,00
Vehículo	\$1.000,00
TOTAL	\$6.064,80

Fuente: Tabla 71

Elaboración: La Autora

5.1.2 Inversión en activos diferidos

Los activos diferidos son gastos que se llegan a pagar anticipadamente, sin ser utilizados, y va acorde con su empleo, lo cual es indispensable que la empresa sepa contabilizar este activo.

Para la empresa, se tomará en cuenta los diferentes servicios para la constitución de la empresa como el estudio preliminar, la constitución legal y el permiso de funcionamiento, estos activos no son utilizados de forma directa, son necesarios para que pueda operar la empresa sin ningún inconveniente.

Los valores fueron obtenidos luego de realizar las respectivas averiguaciones en las entidades como en el Municipio de Loja y el departamento de la Jefatura de Higiene Municipal, dieron a conocer que los valores exactos se dan al momento de realizar las declaraciones.

En el permiso de funcionamiento se considera la obtención del RUC, permiso de los bomberos, compra de hojas valoradas y el registro en el Municipio de Loja. Todo esto por un valor de \$600,00.

Tabla 73. Activos diferidos

DETALLE	VALOR TOTAL
Estudio preliminar	\$ 100,00
Constitución legal	\$ 200,00
Permiso de funcionamiento	\$ 300,00
TOTAL	\$ 600,00

Elaboración: La Autora

Tabla 74. Amortización

DESCRIPCIÓN	VALOR DEL ACTIVO	PERIODO DE RECUPERACIÓN	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Activo diferido	\$ 600,00	5	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00

Fuente: Tabla 73

Elaboración: La Autora

La amortización se elabora para el periodo de 5 años que dura el proyecto, por lo tanto, se divide el valor total del activo diferido corresponde a \$120,00, obteniendo así el resultado constante para cada año.

5.1.3 Inversión en activo circulante o capital de trabajo

El activo circulante se considera un bien o recursos de la empresa que se pueda convertir en líquido en menos de un año o a corto plazo. Como se conoce el capital de trabajo que es el activo corriente como efectivo, inversiones a corto plazo, la cartera e inventarios de la empresa.

En la inversión del capital de trabajo se considera la materia prima directa e indirecta, la mano de obra directa, servicios básicos de producción y administrativos, indumentaria para el personal de ventas, los sueldos y salarios administrativos y personal de ventas, los suministros de oficina, útiles de aseo, la publicidad, combustible y mantenimiento del vehículo a usar de la empresa.

5.1.3.1 Materia prima directa

La materia prima directa es el material que se transformará para llegar al producto final, que corresponde al maíz gualo molido. Dando como resultado producir al año 144000 cajas de 10 fundas de tortillas de gualo, con un total de 150 gr de tortillas de gualo, por lo tanto, se necesitarán 610 quintales de maíz gualo. Cada quintal contiene 45359.24 gramos, por lo que cada quintal abastece a 1000 cajas de tortillas de gualo. El quintal de maíz gualo cuesta \$60.00, obteniendo un valor mensual de \$3.050,00 y anualmente de \$36.600,00

Tabla 75. Materia prima directa

ESPECIFICACIONES	AÑO 1 (144000 cajas 100gr)			
	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Quintales de maíz gualo	610	\$ 60,00	\$ 3.050,00	\$ 36.600,00
TOTAL	610	\$ 60,00	\$ 3.050,00	\$ 36.600,00

Elaboración: La Autora

Tabla 76. Incremento materia prima directa

AÑOS	VALOR TOTAL	
		3,38%
1	\$	36.600,00
2	\$	37.837,08
3	\$	39.115,97
4	\$	40.438,09
5	\$	41.804,90

Fuente: Tabla 75
Elaboración: La Autora

5.1.3.2 Mano de obra directa

La mano de obra directa se refiere a los obreros que se dedican a transformar la materia prima en el producto final. En la elaboración de las tortillas de gualo se requieren 3 obreros, que recibirán una remuneración que corresponde al salario básico unificado, más los beneficios de ley que exigen, como se presenta a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 77. Mano de obra directa

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
	OBREROS	
Sueldo Básico Unificado	\$	425,00
Décimo Tercero	\$	35,42
Décimo Cuarto Sueldo	\$	35,42
Vacaciones 24 quincenas	\$	17,71
Aporte Patronal 12,15%	\$	51,64
Fondos de reserva 8,33%	\$	35,40
TOTAL REMUNERACIÓN	\$	600,58
# de empleados		3
TOTAL MENSUAL	\$	1.801,75
TOTAL ANUAL	\$	21.620,94

Elaboración: La Autora

Al tener el valor del sueldo básico unificado de Ecuador, el décimo tercero se obtiene al dividir el sueldo a pagar para 12 meses dando un valor de \$35,42; para el décimo cuarto sueldo se divide el valor del salario básico de valor \$425,00 para 12 meses; luego las vacaciones se calculan dividiendo el sueldo a pagar para 24 quincenas; el aporte patronal corresponde al 12,15% del sueldo y los fondos de reserva es de 8,33% del sueldo; y finalmente se realiza una suma de todos los valores para obtener el total de la remuneración.

La remuneración mensual de los 3 obreros es de \$1.801,75, por lo tanto, al año se tiene un valor de \$21.620,94. Respecto al incremento de la mano de obra directa se la realiza con el valor de inflación anual del Banco Central del Ecuador que corresponde al 3.38% y también en base al total anual de la mano de obra directa con un valor de \$21.620,94.

Tabla 78. Incremento mano de obra directa

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 21.620,94
2	\$ 22.351,73
3	\$ 23.107,22
4	\$ 23.888,24
5	\$ 24.695,66

Fuente: Tabla 77
Elaboración: La Autora

5.1.3.3 Materia prima indirecta

En la materia prima indirecta es el material que se va a utilizar durante el proceso de producción del obrero o fabricante, en este caso, se requieren bolsas de papel para empacar las tortillas de gualo y las cajas de cartón para guardar las 50 fundas de tortillas de gualo.

Para la materia prima indirecta se compra al por mayor, dado así el precio de las bolsas de papel de \$0.01 y las cajas de cartón de \$0.02. Para empaquetar se necesitan 72.000 unidades de bolsas de papel, ya que cada caja contiene 50 unidades por lo tanto producen 72.000,00 cajas anuales.

Tabla 79. Materia prima indirecta

ESPECIFICACIONES	AÑO 1 (144000 cajas 100gr)			
	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Bolsas de papel (precio por mayor)	72.000	\$ 0,01	\$ 60,00	\$ 720,00
Cajas de cartón (precio por mayor)	72.000,00	\$ 0,02	\$ 120,00	\$ 1.440,00
TOTAL	144.000	\$ 0,03	\$ 180,00	\$ 2.160,00

Elaboración: La Autora

El valor anual de la materia prima indirecta es de \$2.160,00, el mismo que se proyecta para los cinco años de vida útil del proyecto con una tasa de inflación de 3,38%

Tabla 80. Incremento materia prima indirecta

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 2.160,00
2	\$ 2.233,01
3	\$ 2.308,48
4	\$ 2.386,51
5	\$ 2.467,17

Fuente: Tabla 79

Elaboración: La Autora

5.1.3.4 Servicios básicos de producción

En los servicios básicos de producción está el agua potable y la energía eléctrica; mayoritariamente se registra un consumo de energía eléctrica por el uso del molino de granos secos o húmedos, como maquinaria principal para la elaboración de las tortillas de gualo. A continuación, tenemos los precios por unidad, mensuales y anuales en la siguiente tabla:

Tabla 81. Servicios básicos de producción

ESPECIFICACIONES	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Agua Potable m3	12	80	\$ 0,86	\$ 10,32	\$ 68,80
Energía eléctrica kW/h	100	300	\$ 0,15	\$ 15,00	\$ 45,00
	TOTAL		\$ 1,01	\$ 25,32	\$ 113,80

Elaboración: La Autora

El valor total de los servicios básicos de producción mensualmente es de \$26,62 y anualmente es de \$113,80. En el incremento obtenemos el valor anual para los siguientes años de vida útil del proyecto, se usa la tasa de inflación del 3,38%.

Tabla 82. Incremento servicios básicos de producción

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 113,80
2	\$ 117,65
3	\$ 121,62
4	\$ 125,73
5	\$ 129,98

Fuente: Tabla 81

Elaboración: La Autora

5.1.3.5 Servicios básicos de administración

En servicios básicos de administración para la parte administrativa, se reduce el consumo de agua potable y de energía eléctrica, el plan de teléfono celular y un plan de internet, a continuación, tenemos un detalle de estos servicios:

Tabla 83. Servicios básicos de la administración

ESPECIFICACIONES	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANNUAL
Agua Potable m3	15	30	\$ 0,86	\$ 12,90	\$ 25,80
Energía	20	100	\$ 0,15	\$ 3,00	\$ 15,00
Plan de teléfono celular	1	12	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 144,00
Plan internet	1	12	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
			\$ 33,01	\$ 47,90	\$ 424,80

Elaboración: La Autora

El valor total mensual de los servicios básicos de la administración asciende a \$47,90 y anualmente a \$424,80. El incremento se realiza en base a la tasa de inflación anual de 3,38% y tomando el primer valor anual.

Tabla 84. Incremento servicios básicos de la administración

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 424,80
2	\$ 439,16
3	\$ 454,00
4	\$ 469,35
5	\$ 485,21

Fuente: Tabla 83

Elaboración: La Autora

5.1.3.6 Indumentaria del personal

La indumentaria del personal son los implementos necesarios para que la mano de obra directa y los obreros, realicen las actividades productivas de forma adecuada.

Dentro de la indumentaria del personal se encuentra los gorros desechables, guantes, tapabocas, que son un solo uso y ayuda a llevar una correcta higiene dentro de la empresa sobre todo en la zona de producción. Además, se usan los delantales para la protección de los 3 obreros.

Tabla 85. Indumentaria del personal

ESPECIFICACIONES	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Gorro desechable x 100	3	8	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 24,00
Guantes x 100	3	8	\$ 4,00	\$ 12,00	\$ 32,00
Tapabocas x 50	3	15	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 45,00
Delantal	3	6	\$ 6,00	\$ 18,00	\$ 36,00
TOTAL			\$ 16,00	\$ 48,00	\$ 137,00

Elaboración: La Autora

En la indumentaria del personal el precio anual es de \$137,00 a la empresa, cuyo valor se proyecta para el resto de los años de vida útil del proyecto, con una tasa de inflación del 3,38% y dando así para el año 5 un valor de \$156,48.

Tabla 86. Indumentaria del personal

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 137,00
2	\$ 141,63
3	\$ 146,42
4	\$ 151,37
5	\$ 156,48

Fuente: Tabla 85
Elaboración: La Autora

5.1.3.7 Sueldos y salarios administrativos

Corresponde un valor monetario al personal administrativo, en el caso de la empresa comprende a el gerente y contadora. A los sueldos se les adiciona los beneficios de ley, obteniendo así la remuneración y su total anual para este personal.

Tabla 87. Sueldos y salarios administrativos

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
	GERENTE	CONTADORA
Sueldo Básico Unificado	\$ 500,00	\$ 450,00
Décimo Tercero	\$ 41,67	\$ 37,50
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 35,42	\$ 35,42
Vacaciones	\$ 20,83	\$ 18,75
Aporte Patronal 12,15%	\$ 5,75	\$ 5,18
Fondos de reserva 8,33%	\$ 41,65	\$ 37,49
TOTAL REMUNERACIÓN	\$ 645,32	\$ 584,33
# de empleados	1	1
TOTAL MENSUAL	\$ 645,32	\$ 584,33
TOTAL ANUAL	\$ 7.743,80	\$ 7.011,92

Elaboración: La Autora

El incremento se calcula del total anual de todos los cargos, como el gerente y contadora, para luego multiplicar este resultado por el 3,38% que es la tasa de inflación, por lo que desde el año 1 se obtiene un valor de \$14.755,72 y para el año 5 se incrementa a \$16.854,14.

Tabla 88. Incremento sueldos y salarios administrativos

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 14.755,72
2	\$ 15.254,46
3	\$ 15.770,06
4	\$ 16.303,09
5	\$ 16.854,14

Fuente: Tabla 87

Elaboración: La Autora

5.1.3.8 Sueldo al personal de ventas

El personal de ventas está conformado por el chofer - vendedor de la empresa, cuyo objetivo es repartir el producto por diferentes partes de la Ciudad de Loja; tiene los beneficios de ley, también con una remuneración de \$633,38 mensual y anual con un valor de \$7.605,92, valor que se proyecta para el resto de años de vida útil del proyecto con una inflación del 3,38% y obteniendo para el año 5 \$8.687,56.

Tabla 89. Sueldo al personal de ventas

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
	CHOFER- VENDEDOR	
Sueldo Básico Unificado	\$	450,00
Décimo Tercero	\$	37,50
Décimo Cuarto Sueldo	\$	35,42
Vacaciones	\$	18,75
Aporte Patronal 12,15%	\$	54,68
Fondos de reserva 8,33%	\$	37,49
TOTAL REMUNERACIÓN	\$	633,83
# de empleados		1
TOTAL MENSUAL	\$	633,83
TOTAL ANUAL	\$	7.605,92

Elaboración: La Autora

Tabla 90. Incremento sueldo al personal de ventas

AÑOS	VALOR TOTAL	
		3,38%
1	\$	7.605,92
2	\$	7.863,00
3	\$	8.128,77
4	\$	8.403,52
5	\$	8.687,56

Fuente: Tabla 89

Elaboración: La Autora

5.1.3.9 Suministros de oficina

En suministros de oficina es todos los materiales necesarios para los departamentos administrativos, para así el personal pueda desarrollar sus actividades sin dificultad.

Tabla 91. Suministros de oficina

ESPECIFICACIONES	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Tinta impresora	2	4	\$ 2,30	\$ 4,60	\$ 9,20
Lápiz (caja x 24)	1	2	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 6,00
Esferos (caja x 24)	1	2	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 10,00
Resaltadores	2	4	\$ 0,30	\$ 0,60	\$ 1,20
Sellos	1	2	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 6,00
Papel bond (resma x 500)	4	8	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 20,00
Grapadora	1	2	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 5,00
Grapas x 100	2	4	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 4,00
Perforadora	1	2	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 6,00
Clips x 100	2	4	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 4,00
Agenda	1	2	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 8,00
Cuaderno espiral x 100 hojas	2	4	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 4,00
Archivador	3	6	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 18,00
Talonario de facturas	1	2	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 4,00
TOTAL	24	48	\$ 33,60	\$ 52,70	\$ 105,40

Elaboración: La Autora

El valor total anual de los suministros de oficina es de \$105,40, valor que sirve para obtener el incremento de los restos de años de vida útil del proyecto, de igual manera tomando la tasa de inflación de 3,38%, dando un valor para el año 5 de \$120,39.

Tabla 92. Incremento suministros de oficina

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 105,40
2	\$ 108,96
3	\$ 112,65
4	\$ 116,45
5	\$ 120,39

Fuente: Tabla 91

Elaboración: La Autora

5.1.3.10 Útiles de aseo

Los útiles de aseo permiten que la empresa se mantenga en un excelente nivel de higiene ante los clientes y para el personal, promoviendo un buen clima laboral para todos. En la empresa se utilizan los siguientes útiles de aseo que se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 93. Útiles de aseo

ESPECIFICACIONES	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANNUAL
Escoba	1	2	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 3,00
Recogedor	1	2	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 3,00
Basurero	4	4	\$ 8,00	\$ 32,00	\$ 32,00
Trapeador	1	3	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 15,00
Balde para trapeador	1	2	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 10,00
Cloro (galón)	2	25	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 87,50
Esponja de lavar	2	25	\$ 0,30	\$ 0,60	\$ 7,50
Jabón líquido de tocadador 1 lt	1	10	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 25,00
Gel desinfectante 1 lt	1	10	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 25,00
Papel higiénico x 24	1	12	\$ 9,75	\$ 9,75	\$ 117,00
Pediluvio acero	1	2	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 12,00
TOTAL	16	97	\$ 45,55	\$ 73,35	\$ 337,00

Elaboración: La Autora

El valor total de los útiles de aseo es de \$337,00, valor que sirve para realizar la proyección, tomando la tasa de inflación de 3,38% y obteniendo para el año 5 un valor de \$384,92.

Tabla 94. Incrementos útiles de aseo

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 337,00
2	\$ 348,39
3	\$ 360,17
4	\$ 372,34
5	\$ 384,92

Fuente: Tabla 93

Elaboración: La Autora

5.1.3.11 Publicidad

La publicidad es una herramienta del marketing, y es muy fundamental para una empresa realizar publicidad de los productos o servicios a vender al público.

La publicidad para las tortillas de gualo se hará por medio de las redes sociales como Facebook e Instagram, esto es en base a las respuestas de las encuestas realizadas a las familias de la Ciudad de Loja, donde se espera llegar a alrededor de 1000 personas de manera anual, e Instagram se espera llegar a 300 personas anualmente. Aplicando el método CPC (coste por clic) que nos va permitir aumentar el tráfico en las páginas web de la empresa y reducir el coste por adquisición, este método tiene un precio que por cada clic de \$0.03 por Facebook y \$0.10 por Instagram, el precio va a variar dependiendo el tipo de post que tenemos, letras y hasta cuando queremos la publicidad rotar por estos medios. El precio mensual utilizando Facebook Ads e Instagram es de \$50,00 y su precio anual es de \$50,00 para ambas redes. La proyección se realiza en base a la inflación de 3,38% para ir conociendo su incremento por los años de vida útil que tiene el proyecto.

Tabla 95. Publicidad

ESPECIFICACIONES	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Redes Sociales (Facebook e Instagram)	1	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
TOTAL	1	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00

Elaboración: La Autora

Tabla 96. Incremento publicidad

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 50,00
2	\$ 51,69
3	\$ 53,44
4	\$ 55,24
5	\$ 57,11

Fuente: Tabla 95

Elaboración: La Autora

5.1.3.12 Combustible y mantenimiento

Las presentes especificaciones que incide la empresa son por el vehículo (moto), el mismo que necesita de diésel para funcionar correctamente por el recorrido que realizara para la entrega de las tortillas de gualo, además cambios de aceite y mantenimiento general de forma mensual.

Tabla 97. Combustible y mantenimiento

ESPECIFICACIONES	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Gasolina Extra o Eco país (galón)	5	20	\$ 1,75	\$ 8,75	\$ 35,00
Cambio de aceite	1	2	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 40,00
Mantenimiento	1	3	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 30,00
TOTAL	7	25	\$ 31,75	\$ 38,75	\$ 105,00

Elaboración: La Autora

Para el mantenimiento del vehículo se tendrá una inversión de \$105,00 anuales, los mismos que se proyectan para los demás años del proyecto, de igual manera con una tasa de inflación del 3,38% obteniendo como resultado en el año 5 de \$119,93.

Tabla 98. Incremento combustible y mantenimiento

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 105,00
2	\$ 108,55
3	\$ 112,22
4	\$ 116,01
5	\$ 119,93

Fuente: Tabla 97

Elaboración: La Autora

5.1.3.13 Resumen del activo circulante o capital de trabajo

A continuación, tenemos la recapitulación de todos los activos que corresponden al activo circulante o capital de trabajo, el mismo que da un valor mensual de \$2.126,27 y también un valor anual de \$23.096,04, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 99. Resumen del activo circulante

DETALLE	TABLA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima Directa	75	\$ 3.050,00	\$ 36.600,00
Materia Prima Indirecta	79	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Mano de Obra Directa	77	\$ 1.801,75	\$ 21.620,94
Servicios Básicos de producción	81	\$ 25,32	\$ 113,80
Servicios Básicos de administración	83	\$ 47,90	\$ 424,80
Indumentaria del personal	85	\$ 48,00	\$ 137,00
Sueldos y salarios administrativos	87	\$ 1.229,64	\$ 14.755,72
Sueldo al personal de ventas	89	\$ 633,83	\$ 7.605,92
Suministros de oficina	91	\$ 52,70	\$ 105,40
Útiles de aseo	93	\$ 73,35	\$ 337,00
Publicidad	95	\$ 50,00	\$ 50,00
Combustible y mantenimiento	97	\$ 38,75	\$ 105,00
TOTAL		\$ 2.126,27	\$ 23.096,04

Fuente: Tabla 75, 79, 77, 81, 83, 85, 87, 89, 91, 93, 95 y 97

Elaboración: La Autora

5.1.4 Resumen de la inversión

En el siguiente resumen de la inversión corresponde a todos los activos calculados, como el total del activo fijo, el activo diferido y el total mensual del activo circulante.

Tabla 100. Resumen de la inversión

DETALLE	TABLA N.º	VALOR
Activo Fijo	72	\$ 6.064,80
Activo Diferido	74	\$ 600,00
Activo Circulante	99	\$ 2.126,27
TOTAL		\$ 8.791,07

Fuente: Tabla 72, 74 y 99

Elaboración: La Autora

5.1.5 Financiamiento de la inversión

El valor total del financiamiento de la inversión es de \$8.791,07, los mismos que está financiado por el 54% un valor de \$4.791,07 por el aporte de los socios, y lo restante el 46% que corresponde a \$4.000,00 que será respaldado por un préstamo en una entidad financiera.

Tabla 101. Financiamiento de la inversión

CAPITAL	VALOR	PORCENTAJE
Préstamo	\$ 4.000,00	46%
Aporte de los socios	\$ 4.791,07	54%
Total Inversión	\$ 8.791,07	100%

Elaboración: La Autora

A continuación, la tabla de la amortización del préstamo solicitado a la Cooperativa Policía Nacional con un valor de \$4.000,00, el cual tiene un plazo de cinco años, en pagos semestrales y con una tasa de interés del 13,00%.

Tabla 102. Amortización

AÑO	SEMESTRE	AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDOS	CAPITAL REDUCIDO
0	0				\$ 4.000,00
1	1	\$ 400,00	\$ 260,00	\$ 660,00	\$ 3.600,00
	2	\$ 400,00	\$ 234,00	\$ 634,00	\$ 3.200,00
2	3	\$ 400,00	\$ 208,00	\$ 608,00	\$ 2.800,00
	4	\$ 400,00	\$ 182,00	\$ 582,00	\$ 2.400,00
3	5	\$ 400,00	\$ 156,00	\$ 556,00	\$ 2.000,00
	6	\$ 400,00	\$ 130,00	\$ 530,00	\$ 1.600,00
4	7	\$ 400,00	\$ 104,00	\$ 504,00	\$ 1.200,00
	8	\$ 400,00	\$ 78,00	\$ 478,00	\$ 800,00
5	9	\$ 400,00	\$ 52,00	\$ 452,00	\$ 400,00
	10	\$ 400,00	\$ 26,00	\$ 426,00	\$ -

Fuente: Tabla 101

Elaboración: La Autora

5.1.6 Análisis de costos

El análisis de costos permite identificar los recursos considerados como costos o gastos dentro del proyecto, para elaborar un presupuesto y conocer si el negocio es rentable y es considerado en llevarlo a marcha.

5.1.6.1 Presupuesto proyectado

Para la elaboración del presupuesto proyectado se determinaron los costos de producción, gastos administrativos, gastos de venta, gastos financieros, otros gastos y gastos de operación para obtener los costos totales. También se detalla el incremento hasta el año 5 con una tasa de inflación de 3,38% definida para el año 2022.

Tabla 103. Presupuesto proyectado

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	\$ 36.600,00	\$ 37.837,08	\$ 39.115,97	\$ 40.438,09	\$ 41.804,90
Mano de obra directa	\$ 21.620,94	\$ 22.351,73	\$ 23.107,22	\$ 23.888,24	\$ 24.695,66
TOTAL DE COSTO PRIMO	\$ 58.220,94	\$ 60.188,81	\$ 62.223,19	\$ 64.326,33	\$ 66.500,56
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
Materia prima indirecta	\$ 2.160,00	\$ 2.233,01	\$ 2.308,48	\$ 2.386,51	\$ 2.467,17
Servicios básicos de la planta de producción	\$ 113,80	\$ 117,65	\$ 121,62	\$ 125,73	\$ 129,98
Indumentaria de personal	\$ 137,00	\$ 141,63	\$ 146,42	\$ 151,37	\$ 156,48
Depreciación maquinaria y equipo	\$ 98,10	\$ 98,10	\$ 98,10	\$ 98,10	\$ 98,10
Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción	\$ 88,65	\$ 88,65	\$ 88,65	\$ 88,65	\$ 88,65
TOTAL GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	\$ 2.597,55	\$ 2.679,04	\$ 2.763,27	\$ 2.850,36	\$ 2.940,39
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 60.818,49	\$ 62.867,84	\$ 64.986,46	\$ 67.176,69	\$ 69.440,95

GASTOS DE OPERACIÓN

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios de administración	\$ 14.755,72	\$ 15.254,46	\$ 15.770,06	\$ 16.303,09	\$ 16.854,14
Suministros de oficina	\$ 105,40	\$ 108,96	\$ 112,65	\$ 116,45	\$ 120,39
Útiles de aseo	\$ 337,00	\$ 348,39	\$ 360,17	\$ 372,34	\$ 384,92
Servicios básicos de administración	\$ 424,80	\$ 439,16	\$ 454,00	\$ 469,35	\$ 485,21
Depreciación equipos de oficina	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00
Depreciación equipos de computación	\$ 222,22	\$ 222,22	\$ 222,22	\$ 229,73	\$ 229,73
Depreciación muebles y enseres de administración	\$ 41,04	\$ 41,04	\$ 41,04	\$ 41,04	\$ 41,04
Amortización de los activos diferidos	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 16.051,18	\$ 16.579,24	\$ 17.125,14	\$ 17.697,01	\$ 18.280,44
GASTOS DE VENTA					
Sueldos al personal de ventas	\$ 7.605,92	\$ 7.863,00	\$ 8.128,77	\$ 8.403,52	\$ 8.687,56
Publicidad	\$ 50,00	\$ 51,69	\$ 53,44	\$ 55,24	\$ 57,11

Depreciación del vehículo	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Combustible y mantenimiento	\$ 105,00	\$ 108,55	\$ 112,22	\$ 116,01	\$ 119,93
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 7.920,92	\$ 8.183,24	\$ 8.454,42	\$ 8.734,78	\$ 9.024,60
GASTOS FINANCIEROS					
Interés del préstamo	\$ 494,00	\$ 390,00	\$ 286,00	\$ 182,00	\$ 78,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 494,00	\$ 390,00	\$ 286,00	\$ 182,00	\$ 78,00
OTROS GASTOS					
Amortización del capital	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
TOTAL OTROS GASTOS	\$ 800,00				
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 25.266,10	\$ 25.952,48	\$ 26.665,56	\$ 27.413,78	\$ 28.183,04
TOTAL PRESUPUESTO COSTOS TOTALES	\$ 86.084,59	\$ 88.820,32	\$ 91.652,03	\$ 94.590,48	\$ 97.623,99

Fuente: Tabla 71,74, 99 y 102

Elaboración: La Autora

5.1.6.2 Clasificación de los costos

Los costos que lleva la empresa no son iguales durante todo el tiempo de operación, pueden que sean fijos o variables. Los costos fijos es el valor monetario que tiene que ser resuelto independiente si se da durante la actividad de la empresa, mientras el costo variable depende del volumen de producción que tenga la empresa.

En la siguiente tabla obtuvimos la clasificación de los costos fijos o variables para los años del proyecto en este caso es del año 1 al año 5.

Tabla 104. Clasificación de los costos

DETALLE	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE								
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
COSTO PRIMO										
Materia prima directa		\$ 36.600,00		\$ 37.837,08		\$ 39.115,97		\$ 40.438,09		\$ 41.804,90
Mano de obra directa	\$ 21.620,94		\$ 22.351,73		\$ 23.107,22		\$ 23.888,24		\$ 24.695,66	
TOTAL DE COSTO PRIMO	\$ 21.620,94	\$ 36.600,00	\$ 22.351,73	\$ 37.837,08	\$ 23.107,22	\$ 39.115,97	\$ 23.888,24	\$ 40.438,09	\$ 24.695,66	\$ 41.804,90
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN										
Materia prima indirecta		\$ 2.160,00		\$ 2.233,01		\$ 2.308,48		\$ 2.386,51		\$ 2.467,17
Servicios básicos de planta de producción		\$ 113,80		\$ 117,65		\$ 121,62		\$ 125,73		\$ 129,98
Indumentaria de personal	\$ 137,00		\$ 141,63		\$ 146,42		\$ 151,37		\$ 156,48	
Depreciación maquinaria y equipo	\$ 98,10		\$ 98,10		\$ 98,10		\$ 98,10		\$ 98,10	
Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción	\$ 88,65		\$ 88,65		\$ 88,65		\$ 88,65		\$ 88,65	
TOTAL GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	\$ 323,75	\$ 2.273,80	\$ 328,38	\$ 2.350,65	\$ 333,17	\$ 2.430,11	\$ 338,12	\$ 2.512,24	\$ 343,23	\$ 2.597,16
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 21.944,69	\$ 38.873,80	\$ 22.680,11	\$ 40.187,73	\$ 23.440,38	\$ 41.546,08	\$ 24.226,36	\$ 42.950,34	\$ 25.038,90	\$ 44.402,06
GASTOS DE OPERACIÓN										

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Sueldos y salarios de administración	\$ 14.755,72		\$ 15.254,46		\$ 15.770,06		\$ 16.303,09		\$ 16.854,14	
Suministros de oficina	\$ 105,40		\$ 108,96		\$ 112,65		\$ 116,45		\$ 120,39	
Útiles de aseo	\$ 337,00		\$ 348,39		\$ 360,17		\$ 372,34		\$ 384,92	
Servicios básicos de administración		\$ 424,80		\$ 439,16		\$ 454,00		\$ 469,35	\$ 485,21	
Depreciación equipos de oficina	\$ 45,00		\$ 45,00		\$ 45,00		\$ 45,00		\$ 45,00	
Depreciación equipos de computación	\$ 222,22		\$ 222,22		\$ 222,22		\$ 229,73		\$ 229,73	
Depreciación muebles y enseres de administración	\$ 41,04		\$ 41,04		\$ 41,04		\$ 41,04		\$ 41,04	
Amortización de los activos diferidos	\$ 120,00		\$ 120,00		\$ 120,00		\$ 120,00		\$ 120,00	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 15.626,38	\$ 424,80	\$ 16.140,08	\$ 439,16	\$ 16.671,14	\$ 454,00	\$ 17.227,66	\$ 469,35	\$ 17.795,22	\$ 485,21

GASTOS DE VENTA

Sueldos al personal de ventas	\$ 7.605,92		\$ 7.863,00		\$ 8.128,77		\$ 8.403,52		\$ 8.687,56
Publicidad	\$ 50,00		\$ 51,69		\$ 53,44		\$ 55,24		\$ 57,11
Depreciación del vehículo	\$ 160,00		\$ 160,00		\$ 160,00		\$ 160,00		\$ 160,00
Combustible y mantenimiento		\$ 105,00		\$ 108,55		\$ 112,22		\$ 116,01	\$ 119,93

TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 7.815,92	\$ 105,00	\$ 8.074,69	\$ 108,55	\$ 8.342,21	\$ 112,22	\$ 8.734,78	\$ -	\$ 9.024,60	\$ -
GASTOS FINANCIEROS										
Interés del préstamo	\$ 494,00		\$ 390,00		\$ 286,00		\$ 182,00		\$ 78,00	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 494,00	\$ -	\$ 390,00	\$ -	\$ 286,00	\$ -	\$ 182,00	\$ -	\$ 78,00	\$ -
OTROS GASTOS										
Amortización del capital	\$ 800,00		\$ 800,00		\$ 800,00		\$ 800,00		\$ 800,00	
TOTAL OTROS GASTOS	\$ 800,00	\$ -								
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 24.736,30	\$ 529,80	\$ 25.404,77	\$ 547,71	\$ 26.099,34	\$ 566,22	\$ 26.944,43	\$ 469,35	\$ 27.697,83	\$ 485,21
TOTAL PRESUPUESTO COSTOS TOTALES	\$ 46.680,99	\$ 39.403,60	\$ 48.084,88	\$ 40.735,44	\$ 49.539,73	\$ 42.112,30	\$ 51.170,79	\$ 43.419,68	\$ 52.736,72	\$ 44.887,27
TOTAL PRESUPUESTO COSTOS FIJOS Y VARIABLES	\$ 86.084,59		\$ 88.820,32		\$ 91.652,03		\$ 94.590,48		\$ 97.623,99	

Fuente: Tabla 104

Elaboración: La Autora

5.1.6.3 Costo unitario de producción

Dentro del costo unitario de producción se relaciona con el costo total del número de unidades producidas durante un periodo determinado, aquí se calcula de manera anual y se obtuvo en el año 1 un valor de \$0.60 y para el año 5 un valor de \$0.68. Su fórmula es:

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{\text{Costo Total de Producción}}{\text{Número de Unidades Producidas}}$$

Tabla 105. Costo unitario de producción

AÑOS	COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN
1	\$ 86.084,59	144000	\$ 0,60
2	\$ 88.820,32	144000	\$ 0,62
3	\$ 91.652,03	144000	\$ 0,64
4	\$ 94.590,48	144000	\$ 0,66
5	\$ 97.623,99	144000	\$ 0,68

Fuente: Tabla 79 y 104

Elaboración: La Autora

5.1.6.4 Precio de venta al público

El precio de venta al público se calcula tomando los valores obtenidos anteriormente en el costo de producción, incrementando el margen de utilidad del 50% para todos los años de vida útil del proyecto y finalmente se obtiene el P.V.P con un valor de \$0.90 en el primer año y para el año cinco un valor de \$1.02.

Tabla 106. Precio unitario de venta

AÑOS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	MARGEN DE UTILIDAD	P.V.P.
1	\$ 0,60	50%	\$ 0,90
2	\$ 0,62	50%	\$ 0,93
3	\$ 0,64	50%	\$ 0,95
4	\$ 0,66	50%	\$ 0,99
5	\$ 0,68	50%	\$ 1,02

Fuente: Tabla 106

Elaboración: La Autora

5.1.6.5 Ingresos por venta

El ingreso por venta se obtiene multiplicando las unidades producidas por el precio de venta al público (P.V.P). En este caso, las unidades producidas es el mismo valor de 144000 para todos los años y el P.V.P cambia cada año porque anteriormente el costo de producción varia para todos los años. Entonces el ingreso por ventas incrementa del año 1 que corresponde a \$129.126,89 y, al año 5 a \$146.435,99.

Tabla 107. Ingreso por venta

AÑOS	UNIDADES PRODUCIDAS	P.V.P.	INGRESO POR VENTAS
1	144000	\$ 0,90	\$ 129.126,89
2	144000	\$ 0,93	\$ 133.230,48
3	144000	\$ 0,95	\$ 137.478,04
4	144000	\$ 0,99	\$ 141.885,71
5	144000	\$ 1,02	\$ 146.435,99

Fuente: Tabla 107

Elaboración: La Autora

5.1.6.6 Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias corresponde a un estado financiero donde indica los ingresos y egresos de la empresa de forma anual, para ir conociendo si al final el ejercicio contable se obtiene una ganancia o pérdida en la empresa.

Con la información obtenida anteriormente de los costos e ingresos, se realiza el estado de pérdidas y ganancias, donde se observa una utilidad líquida mayor a \$20.000,00 para todos los años del proyecto, el mismo que se da a conocer en la siguiente tabla:

Tabla 108. Estado de pérdidas y ganancias

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	\$129.126,89	\$133.230,48	\$137.478,04	\$141.885,71	\$146.435,99
(+) Valor residual					\$ 1.181,03
TOTAL DE INGRESOS	\$129.126,89	\$133.230,48	\$137.478,04	\$141.885,71	\$147.617,02
EGRESOS					
(-) Costos de producción	\$ 60.818,49	\$ 62.867,84	\$ 64.986,46	\$ 67.176,69	\$ 69.440,95
(-) Gastos de operación	\$ 25.266,10	\$ 25.952,48	\$ 26.665,56	\$ 27.413,78	\$ 28.183,04
TOTAL DE EGRESOS	\$ 86.084,59	\$ 88.820,32	\$ 91.652,03	\$ 94.590,48	\$ 97.623,99
UTILIDA BRUTA	\$ 43.042,30	\$ 44.410,16	\$ 45.826,01	\$ 47.295,24	\$ 49.993,03
(-)15% Distribución utilidad	\$ 6.456,34	\$ 6.661,52	\$ 6.873,90	\$ 7.094,29	\$ 7.498,95
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 36.585,95	\$ 37.748,64	\$ 38.952,11	\$ 40.200,95	\$ 42.494,08
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 9.146,49	\$ 9.437,16	\$ 9.738,03	\$ 10.050,24	\$ 10.623,52
UTILIDAD LIQUÍDA ANTES DE RESERVA	\$ 27.439,46	\$ 28.311,48	\$ 29.214,08	\$ 30.150,71	\$ 31.870,56
(-) 10% Reserva legal	\$ 2.743,95	\$ 2.831,15	\$ 2.921,41	\$ 3.015,07	\$ 3.187,06
UTILIDAD LIQUIDA	\$ 24.695,52	\$ 25.480,33	\$ 26.292,68	\$ 27.135,64	\$ 28.683,50

Fuente: Tabla 108 y 104
Elaboración: La Autora

5.1.6.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio de una empresa es cuando los ingresos cubren los gastos fijos y variables que tienen durante su periodo de activación. Esto da a conocer que, si se vende lo mismo que gastas, no se gana ni se pierde, además permite conocer la rentabilidad que tiene.

El punto de equilibrio para el proyecto de tortillas de gualo es calculado en función a las ventas y capacidad instalada para el año 1 y para el año 5, utilizando las siguientes formulas:

$$\text{Punto de equilibrio en función de las ventas} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ventas totales}}}$$

Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$= \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

Para calcular el punto de equilibrio, se obtiene primeramente los datos de las tablas de costos fijos totales, costos variables totales y las ventas totales para aplicar las fórmulas.

Tabla 109. Datos punto de equilibrio

DATOS	AÑO 1	AÑO 5
Costos Fijos Totales (CFT)	\$ 46.680,99	\$ 52.736,72
Costos Variables Totales (CVT)	\$ 39.403,60	\$ 44.887,27
Ventas Totales (VT)	\$129.126,89	\$147.617,02

Fuente: Tabla 105 y 109
Elaboración: La Autora

5.1.6.7.1 Punto de equilibrio para el año 1

a) En función a las ventas:

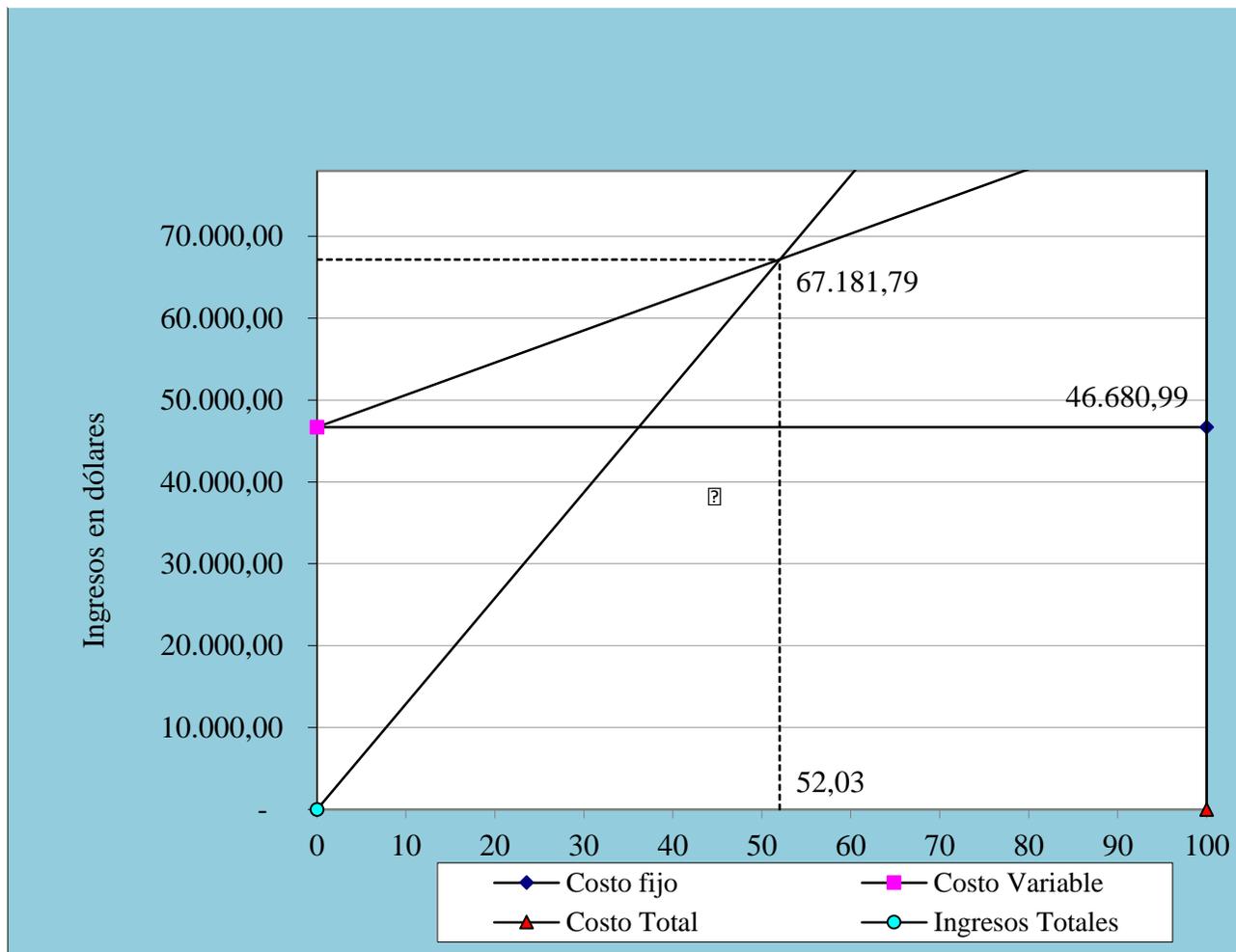
$$P.E.Ventas = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}} = \frac{\$46.680,99}{1 - \frac{\$39.403,60}{\$129.126,89}} = \frac{\$46.680,99}{1 - 0,3051} = \frac{\$46.680,99}{0,6949} = \$67.176,56$$

b) En función a la capacidad instalada:

$$P.E.Capacidad instalada = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100 = \frac{\$46.680,99}{\$129.126,89 - \$39.403,60} \times 100$$

$$= \frac{\$46.680,99}{\$89.723,29} \times 100 = 0.5203 \times 100 = 52,03\%$$

Ilustración 72. Punto de equilibrio año 1



Fuente: Tabla 110

Elaboración: La Autora

Para el año uno, respecto a los ingresos se debe obtener por el valor de \$67.176,56 para cubrir tanto los gastos fijos como los gastos variables, llevando este el punto de equilibrio en función a las ventas, después de este valor se empezará a generar ganancias para la empresa Tortillas de Gualo Doña Tere. Igualmente, en relación a la capacidad instalada, se demuestra que la empresa deberá trabajar en un 52.03% para poder lograr el punto de equilibrio idóneo, con ello demuestra que las operaciones realizadas serán positivas para la empresa y las utilidades serán de manera eficiente.

5.1.6.7.2 Punto de equilibrio para el año 5

a) En función a las ventas:

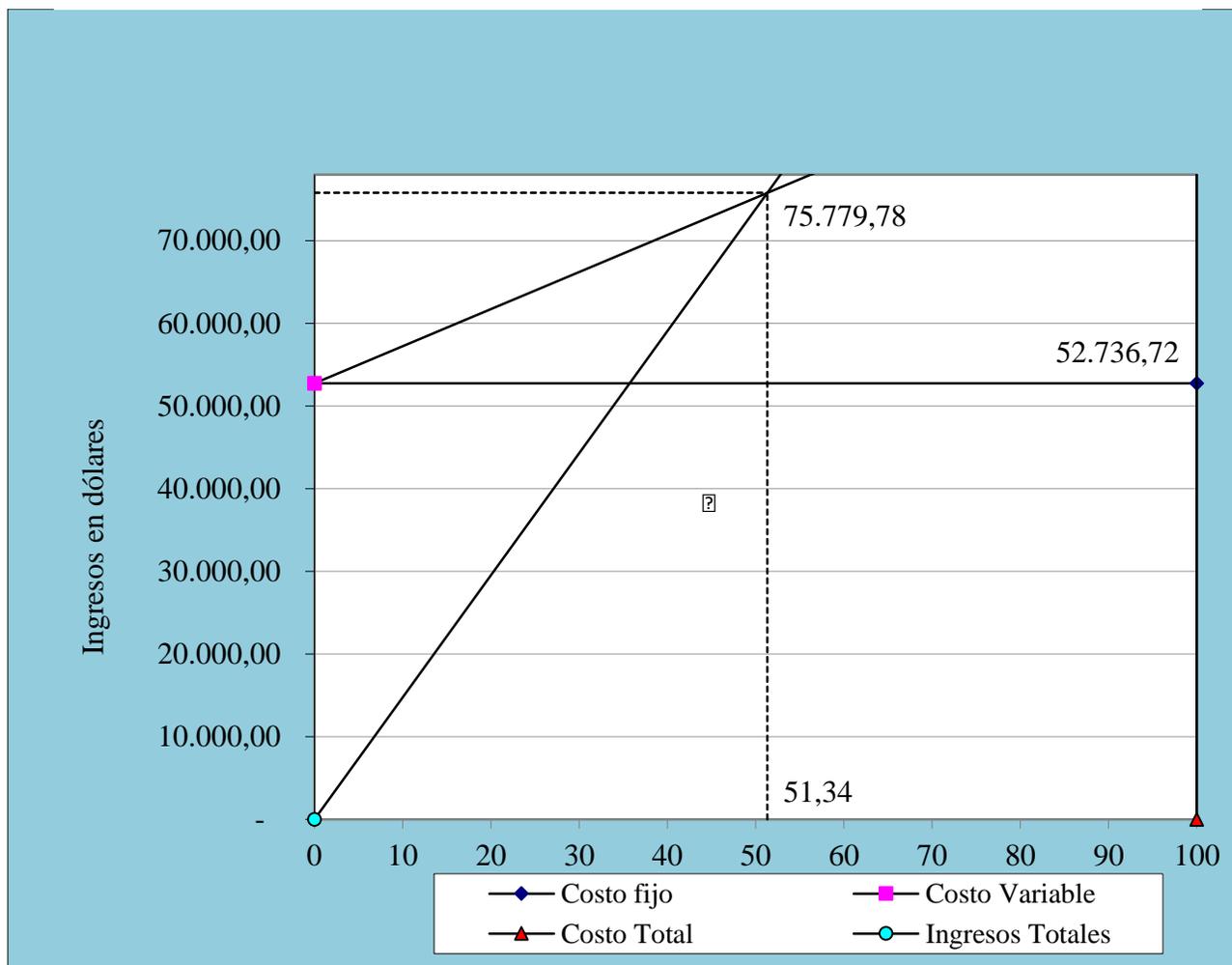
$$P.E.Ventas = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}} = \frac{\$52.736,72}{1 - \frac{\$44.887,27}{\$147.617,02}} = \frac{\$52.736,72}{1 - 0,3041} = \frac{\$52.736,72}{0,6959} = \$75.779,78$$

b) En función a la capacidad instalada:

$$P.E.Capacidad\ instalada = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100 = \frac{\$52.736,72}{\$147.617,02 - \$44.887,27} \times 100$$

$$= \frac{\$52.736,72}{\$102.729,75} \times 100 = X \times 100 = 51,34\%$$

Ilustración 73. Punto de equilibrio año 5



Fuente: Tabla 110

Elaboración: La Autora

Así mismo para el año cinco, es necesario obtener los ingresos cuyo valor es de \$75.779,78 para poder cubrir los gastos fijos y gastos variables, siendo aquello el punto de equilibrio en función a las ventas, una vez superado este valor, se obtendría ganancias para la empresa. Acorde a la capacidad instalada, esta debe ser de 51.34% para llegar al punto equilibrio.

Capítulo VI

Evaluación financiera

La evaluación financiera es la parte final del análisis de factibilidad de un proyecto, permite estimar los costos de inversión, costos de operación y mantenimiento y sobre todo los ingresos, con ello se puede determinar el grado de rentabilidad que tendrá el proyecto.

En este capítulo, se realiza el análisis de varios puntos, tales como: el estado de pérdidas y ganancias, flujo de caja, el valor actual neto (VAN), el periodo de recuperación del capital, la relación beneficio-costos, la tasa interna de retorno, el análisis de sensibilidad con el incremento de los costos y el análisis de sensibilidad con la disminución en los ingresos. Todo esto permiten conocer los resultados del proyecto y sobre todo los alcances de las decisiones tomadas.

6.1 Flujo de caja

El flujo de caja da a conocer los ingresos y egresos que ha venido teniendo la empresa en un periodo determinado, se lo elabora de manera anual. Cuando se trata de un proyecto de inversión que se hace desde un inicio, en el año 0 se observa el capital financiero y propio, como también el valor de la inversión en capital fijo, diferido y circulante.

Las ventas se registran desde el año 1 que empieza a producir la empresa, entonces, esto da a conocer los costos de producción y de operación, también se debe repartir las utilidades, pagar impuestos, disminuir la amortización del activo diferido y las depreciaciones para finalmente obtener el total del flujo de caja neto, dando un valor positivo para todos los años de operación, como se puede ver a continuación en la tabla 111

Tabla 110. Flujo de caja

DESCRIPCIONES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas Totales		\$129.126,89	\$133.230,48	\$137.478,04	\$141.885,71	\$146.435,99
Valor Residual						\$1.181,03
Capital Financiero	\$4.000,00					
Capital Propio	\$4.791,07					
TOTAL DE INGRESOS	\$8.791,07	\$129.126,89	\$133.230,48	\$137.478,04	\$141.885,71	\$147.617,02
EGRESOS						
Activo Fio	\$6.064,80					
Activo Diferido	\$600,00					
Activo Corriente	\$2.126,27					
Costo de Producción		\$ 60.818,49	\$62.867,84	\$64.986,46	\$67.176,69	\$69.440,95
Costo de Operación		\$25.266,10	\$25.952,48	\$26.665,56	\$27.413,78	\$28.183,04
TOTAL DE EGRESOS	\$8.791,07	\$86.084,59	\$88.820,32	\$91.652,03	\$94.590,48	\$97.623,99
UTILIDAD BRUTA		\$43.042,30	\$44.410,16	\$45.826,01	\$47.295,24	\$49.993,03
(-) 15% de Reparto de utilidad		\$6.456,34	\$6.661,52	\$6.873,90	\$7.094,29	\$7.498,95
(-) 25% de Impuesto a la renta		\$9.146,49	\$9.437,16	\$9.738,03	\$10.050,24	\$10.623,52

UTILIDAD		\$27.439,46	\$28.311,48	\$29.214,08	\$30.150,71	\$31.870,56
(+) Amortización Diferido		\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00
(+) Depreciaciones		\$884,75	\$884,75	\$884,75	\$884,75	\$884,75
TOTAL FLUJO DE CAJA NETO	\$ -	\$28.444,21	\$29.316,22	\$30.218,83	\$31.155,46	\$32.875,30

Fuente: Tabla 74, 100, 101 y 110

Elaboración: La Autora

6.2 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) indica la rentabilidad del proyecto, donde los resultados pueden ser los siguientes:

- **VAN < 0** = El proyecto no es rentable dada a que la inversión que ha tenido en el es mayor que los ingresos que se obtiene por la venta.
- **VAN = 0** = El proyecto se considera rentable cuando el BNA es igual a la inversión realizada.
- **VAN = 0** = El proyecto es rentable y genera beneficios por su venta.

Para obtener el VAN se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Flujos netos actualizados} - \text{Inversión}$$

Tabla 111. Valor actual neto

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	\$ 8.791,07	13,00%	
1	\$ 28.444,21	0,884955752	\$ 25.171,87
2	\$ 29.316,22	0,783146683	\$ 22.958,90
3	\$ 30.218,83	0,693050162	\$ 20.943,16
4	\$ 31.155,46	0,613318728	\$ 19.108,23
5	\$ 32.875,30	0,542759936	\$ 17.843,40
TOTAL	\$160.801,09		\$ 106.025,56

Fuente: Tabla 101 y 111

Elaboración: La Autora

VAN = Flujos netos actualizados – Inversión = \$106.025,56 - \$8.791,07 = \$97.234,49

Aplicando la fórmula del VAN se obtiene que el valor actual neto es mayor a 0, dando a conocer de una vez realizado el proyecto, se podrá obtener un beneficio, dando una inversión rentable porque se recupera el capital y además se obtiene ganancias para la empresa.

6.3 Periodo de recuperación del capital

El periodo de recuperación del capital permite conocer el tiempo necesario para poder recuperar el capital de la inversión dada, su fórmula es:

Período de recuperación del capital (PCR)

$$= \frac{\text{Total flujo de caja (TFC)} - \text{Inversión inicial (II)}}{\text{Flujo de caja (último año)FC}}$$

Tabla 112. Período de recuperación del capital

AÑO	FLUJO NETO
0	\$ 8.791,07
1	\$ 28.444,21
2	\$ 29.316,22
3	\$ 30.218,83
4	\$ 31.155,46
5	\$ 32.875,30
TOTAL	\$ 160.801,09

Fuente: Tabla 112

Elaboración: La Autora

Resolución de la fórmula:

$$PRC = \frac{TFC - II}{FC} = \frac{\$160.801,09 - \$8.791,07}{\$32.857,30} = \frac{\$152.010,02}{\$32.857,30} = 4,62$$

4,62 → **4 años**0,62 * 12 = 7,49 → **7 meses**0,49 * 30 = 15 → **15 días**

El resultado obtenido indica que el número (4) son los años, a los decimales (0,62) se los multiplica para 12 que representa los meses, y el resultado se toma solo el valor entero, luego los decimales resultantes, se multiplica por 30 que son los días; dando como resultado que se recuperara la inversión en 4 años, 7 meses y 15 días.

6.1 Relación beneficio – costo

La relación beneficio – costo también es conocido como el índice neto de rentabilidad en la empresa y el valor lo obtenemos al dividir el valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos (VAN) entre el valor actual de los costos de inversión o costos totales (VAC).

Tabla 113. Relación beneficio - costo

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACION	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
			13,00%		
1	\$ 129.126,89	\$ 86.084,59	0,884955752	\$ 114.271,58	\$ 76.181,06
2	\$ 133.230,48	\$ 88.820,32	0,783146683	\$ 104.339,01	\$ 69.559,34
3	\$ 137.478,04	\$ 91.652,03	0,693050162	\$ 95.279,18	\$ 63.519,45
4	\$ 141.885,71	\$ 94.590,48	0,613318728	\$ 87.021,17	\$ 58.014,11
5	\$ 147.617,02	\$ 97.623,99	0,542759936	\$ 80.120,61	\$ 52.986,39
			TOTAL	\$ 481.031,54	\$ 320.260,35

Fuente: Tabla 108, 111 y 112

Elaboración: La Autora

La fórmula es la siguiente:

$$\text{Relación beneficio} - \text{costo} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}} = \frac{\$481.031,54}{\$320.260,35} = \$1.50$$

El resultado obtenido indica que los ingresos superan los egresos, dando a conocer que por cada dólar (\$1,00) invertido se obtiene una utilidad de \$0.50, dado así que el proyecto es rentable.

6.2 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno es la tasa de descuento con la que el VAN se iguala a cero y nos permite ver si es viable invertir en un determinado negocio. Se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = \text{Tasa menor (Tm)} + \text{Diferenciade tasas (Dt)} + \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$TIR = 326,38 + 0,01 + \left(\frac{0,01}{0,01 - (0,26)} \right) = 326,38 + 0,01 + \left(\frac{0,01}{0,27} \right)$$

$$= 326,38 + 0,01 * 0,0419 = 326,38 + 0,00041920 = 326,38$$

De acuerdo con el resultado obtenido, se acepta el proyecto, porque la tasa interna de retorno es igual a la tasa de descuentos de los flujos.

Tabla 114. Tasa interna de retorno

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0		326,38%	\$8.791,07	326,39%	\$8.791,07
1	\$28.444,21	0,234532577	6671,09	0,2345270762	6670,94
2	\$29.316,22	0,055005529	1612,55	0,0550029494	1612,48
3	\$30.218,83	0,012900589	389,84	0,0128996809	389,81
4	\$31.155,46	0,003025608	94,26	0,0030253244	94,26
5	\$32.875,30	0,000709604	23,33	0,0007095205	23,33
		TOTAL	8791,08	TOTAL	8790,81
		VAN+	0,01	VAN-	-0,26

Fuente: Tabla 112

Elaboración: La Autora

6.3 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una herramienta importante, permite determinar cómo los diferentes valores que puede adoptar una variable independiente afectan a una variable dependiente, con ello se podrá predecir cuáles serán los resultados que se obtendrá del proyecto.

Para calcular se lo realiza en una primera instancia con un incremento en los costos y después con disminución en los ingresos. Las formulas son las siguientes:

$$TIR = Tm + Dt * \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$Diferencia\ de\ TIR = TIR\ original - Nueva\ TIR$$

$$\% Variación = \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ original} \times 100$$

$$Sensibilidad = \frac{\% Variación}{Nueva\ TIR}$$

Hay que tomar en cuenta los siguientes puntos al obtener el resultado:

- Si el coeficiente es mayor que uno el proyecto es sensible, o sea que los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es menor que uno el proyecto no es sensible, o sea que los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a uno, no hay efecto sobre el proyecto, o sea que el proyecto es indiferente a los cambios.

Tabla 115. Análisis de sensibilidad con el incremento del 42,08% los costos

AÑO	COSTOS ORIGINALES	COSTOS TOTALES ORIGINALES	INGRESOS ORIGINALES	NUEVO FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		42,08%			75,93%		75,94%	
0						\$8.791,07		\$ 8.791,07
1	\$ 86.084,59	\$ 122.308,99	\$ 129.126,89	\$6.817,90	0,56840789	3875,35	0,5683756	3875,127716
2	\$ 88.820,32	\$ 126.195,91	\$ 133.230,48	\$7.034,57	0,323087529	2272,78	0,3230508	2272,523244
3	\$ 91.652,03	\$ 130.219,20	\$ 137.478,04	\$7.258,84	0,1836455	1333,05	0,1836142	1332,826131
4	\$ 94.590,48	\$ 134.394,15	\$ 141.885,71	\$7.491,57	0,104385551	782,01	0,1043618	781,8334373
5	\$ 97.623,99	\$ 138.704,17	\$ 147.617,02	\$8.912,85	0,059333571	528,83	0,0593167	528,6811586
					TOTAL	8792,03	TOTAL	8790,991687
					VAN+	0,96	VAN-	-0,08

Fuente: Tabla 114
Elaboración: La Autora

$$TIR = Tm + Dt * \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = 75,93 + 0,01 * \left(\frac{0,96}{0,96 - 0,08} \right)$$

$$= 75,93 + 0,01 * 1,03 = 75,93 + 0,010339519 = 75,94$$

$$Diferencia\ de\ TIR = TIR\ original - Nueva\ TIR = 326,38 - 75,94 = 249,68$$

$$\% \text{Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR original}} \times 100 = \frac{249,68}{326,38} \times 100 = 76,50\%$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{Variación}}{\text{Nueva TIR}} = \frac{76,50\%}{75,94} = 1,01$$

El resultado indica que no hay efecto sobre el proyecto, o sea que el proyecto es indiferente a los cambios.

Tabla 116. Análisis de sensibilidad con la disminución en los ingresos de un -28,04%

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	INGRESOS TOTALES ORIGINALES -28,04%	COSTOS TOTALES	NUEVO FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 75,96%	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 75,97%	VAN MAYOR
0					87	\$ 8.791,07		\$ 8.791,07
1	\$ 129.126,89	\$ 92.919,71	\$86.084,59	\$6.835,12	0,56831098	3884,471825	0,568278684	3884,251078
2	\$ 133.230,48	\$ 95.872,65	\$88.820,32	\$7.052,33	0,32297737	2277,744064	0,322940663	2277,485193
3	\$ 137.478,04	\$ 98.929,20	\$91.652,03	\$7.277,17	0,183551585	1335,736282	0,183520295	1335,508573
4	\$ 141.885,71	\$ 102.100,96	\$94.590,48	\$7.510,48	0,104314381	783,4514677	0,104290672	783,2733954
5	\$ 147.617,02	\$ 106.225,21	\$97.623,99	\$8.601,22	0,059283008	509,9059959	0,059266166	509,761128
					TOTAL	8791,309634	TOTAL	8790,279368
					VAN+	0,24	VAN-	-0,79

Fuente: Tabla 115

Elaboración: La Autora

$$\begin{aligned}
 TIR &= Tm + Dt * \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = 75,96 + 0,01 * \left(\frac{0,24}{0,24 - (-0,79)} \right) \\
 &= 75,96 + 0,01 * 1,791 = 75,96 + 0,017906319 = 75,97
 \end{aligned}$$

$$\text{Diferencia de TIR} = TIR\ original - Nueva\ TIR = 326,38 - 75,97 = 250,40$$

$$\% \text{Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{TIR\ original} \times 100 = \frac{250,40}{326,38} \times 100 = 0,77\%$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{Variación}}{Nueva\ TIR} = \frac{0,77\%}{75,97} = 0,010$$

El resultado indica que el proyecto no es sensible, o sea que los cambios no afectan la rentabilidad de la empresa.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Al finalizar el proyecto se llegaron a las siguientes conclusiones:

- Por medio del estudio de mercado sobre los análisis e implementación de métodos y técnicas de recolección de datos en las familias de la Ciudad de Loja se conoció que las tortillas más demandadas son las tortillas de gualo, tendrán una gran acogida por parte de las familias por su alimentación nutritiva a la persona, dando así una gran demanda insatisfecha en el mercado.
- Por otro lado, el estudio técnico reflejó que la capacidad instalada será de un 80% siendo así su capacidad utilizada que representa la capacidad real de la empresa de las tortillas de gualo, logrando de esta manera en el año 2021 al 2026 producir 144.000 cajas de tortillas de gualo.
- Mediante el estudio administrativo, se concluye que la empresa tendrá dos socios y laborará 4 personas, cada persona con su total experiencia, capacidad y estudios requeridos para el puesto a ofrecer en la empresa de las Tortillas de Gualo Doña Tere. De igual manera se realizaron los respectivos manuales de funciones que deben cumplir al momento de selección de futuros empleados para la empresa.
- El estudio financiero representa los recursos necesarios para la constitución de la empresa, lo cual, se da a conocer que el total de la inversión es de \$8.791,07, valor que será financiado en un 46% por parte de la entidad financiera (Coop. Policía Nacional) dando un valor de \$4000,00 para llevar a cabo el proyecto y la otra parte en un 54% el aporte por parte de los socios.
- Por último, la evaluación financiera es necesaria para conocer la rentabilidad del proyecto, además si será factible las operaciones que tendrá la empresa en el transcurso del tiempo dado en el proyecto. Por ende, dio a conocer que el proyecto si será factible, pues su Valor

Actual Neto (VAN) es mayor a 0, dando a conocer que se podrá obtener un beneficio, dando una inversión rentable porque se recupera el capital y además se obtiene ganancias para la empresa; así mismo, la Tasa interna de retorno es de 326,38 lo que nos indica que es igual a la tasa de descuentos de los flujos. Además, la recuperación del capital invertido se dará en 4 años, 7 meses y 15 días.

Recomendaciones

- Se recomienda realizar publicidad que llame la atención a las familias de la Ciudad de Loja, proporcionando información sobre lo saludable que es consumir las tortillas de gualo. Los cuáles deberían ser publicados por el medio de redes sociales como Facebook e Instagram para interactuar con las familias en sus gustos y sobre todo información de las tortillas de gualo. Además, con la publicidad visualizar promociones y ofertas al comprar grandes cantidades del producto a parte de sus beneficios.
- Para el estudio técnico, es necesario actualizar los datos sobre los costos de producción de las tortillas de gualo, para obtener un beneficio en la empresa y permitir dar excelentes precios y competitivos en el mercado de la Ciudad de Loja.
- En el estudio administrativo, mantener informados a todos los miembros de la empresa, en las decisiones de corto o largo plazo. Dar capacitaciones al personal, para que conozcan de nuevas herramientas y tengan mayor experiencia al momento de elaborar en la empresa.
- Se recomiendan llevar los estados financieros muy cuidadosamente, para lograr controlar si existiera el cambio de costos o gastos porque llegaría afectar al proyecto si existe variaciones en sus cuentas. Todo esto para tener una mayor rentabilidad y mayor oportunidad en el mercado.
- Finalmente, en la evaluación financiera se recomiendan que en el flujo de caja que se registran las ventas desde el año 1 que empieza a producir la empresa hasta el año 5 que dura el proyecto se mantenga de esa manera para que no exista variaciones en los precios.

Referencias

- 3PLS. (08 de 01 de 2020). *3PLS*. Obtenido de ¿Qué es la etiqueta de un producto?: <https://3pls.cl/que-es-la-etiqueta-de-un-producto/>
- Acción consultores. (2022). *Comercialización*. Obtenido de <http://www.cca.org.mx/cca/cursos/administracion/artra/comerc/recur/opprocREC.htm>
- Alfonzo, Y. (s.f.). *Microeconomía*. Obtenido de Equilibrio de la oferta y la demanda: <https://www.queeseconomia.site/equilibrio-de-la-oferta-y-la-demanda/#:~:text=y%20la%20demanda-,El%20mercado%20alcanza%20el%20equilibrio%20al%20precio%20cuando%20la%20cantidad,que%20desean%20vender%20los%20productores.>
- Anzil, F. (2022). *Zona Económica*. Obtenido de Estudio Financiero: <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Arrieta, E. (2018). *Diferenciador*. Obtenido de Método inductivo y deductivo: <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Aula fácil. (2022). *Aula fácil*. Obtenido de Localización del Proyecto: <https://www.aulafacil.com/cursos/organizacion/gestion-de-proyectos/localizacion-del-proyecto-119692>
- Blogger. (23 de 12 de 2017). *Blogger*. Obtenido de Apuntes de preparación y evaluación de proyectos: <https://proyectos.ingenotas.com/2010/12/demanda-actual-y-proyectada.html>
- Borragini, H. (08 de 07 de 2017). *Rockcontent*. Obtenido de Mezcla de mercadotecnia: conoce las 4P's del marketing y sus aplicaciones a los negocios.: <https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>
- Bucci, C. (25 de 05 de 2020). *UNTREF*. Obtenido de DISEÑO, EVALUACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS: <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/imprescindible-para-tu-proyecto-una-buena-localizaci%C3%B3n#:~:text=La%20Microlocalizaci%C3%B3n%20es%20la%20selecci%C3%B3n,dentro%20de%20la%20regi%C3%B3n%20elegida.>
- Cajal, A. (2021). *Lifeder*. Obtenido de Observación directa: características, tipos y ejemplo: <https://www.lifeder.com/observacion-directa/>
- Cañas, C. A. (07 de 2013). *Planing Consultores gerenciales*. Obtenido de El concepto de la capacidad instalada: https://planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf

- Carlos, J. (25 de 05 de 2013). *Blogger*. Obtenido de Microlocalización y Macrolocalización: <http://cuadromicroymacrolocalizacion.blogspot.com/2013/05/cuadro-comparativo-micro-localizacion-y.html>
- Carrasco, E. (17 de 02 de 2021). *Stoel order*. Obtenido de ¿Qué es el capital social? Capital social de una empresa: <https://www.stelorder.com/blog/capital-social/>
- Compean, U. (2022). *SCRIBD*. Obtenido de Determinación Del Tamaño Del Negocio o Empresas e Instalaciones Físicas: <https://es.scribd.com/doc/68026932/Determinacion-del-tamano-del-negocio-o-empresas-e-instalaciones-fisicas>
- Conexión ESAN . (26 de 02 de 2019). *Esan Graduate school of business*. Obtenido de La importancia del transporte de productos en logística: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/la-importancia-del-transporte-de-productos-en-logistica#:~:text=El%20transporte%20se%20convierte%20en,muy%20susceptible%20a%20elementos%20externos.>
- Conexión ESAN. (24 de 01 de 2017). *Esan Business*. Obtenido de El PRI: uno de los indicadores que más llama la atención de los inversionistas: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas#:~:text=El%20per%20C3%ADodo%20de%20recuperaci%C3%B3n%20de,s er%C3%A1%20cubierta%20la%20inversi%C3%B3n%20inicial.>
- Del Moral, M. &. (06 de 03 de 2022). *Ejemplo de.com*. Obtenido de Clasificación Del Activo: https://www.ejemplode.com/46-contabilidad/959-clasificacion_del_activo.html
- Editorial Etecé. (25 de 09 de 2020). *Concepto*. Obtenido de Entrevista: <https://concepto.de/entrevista/>
- El Comercio. (29 de 03 de 2019). *El Comercio*. Obtenido de La Agricultura se enfoca en apenas nueve productos: <https://www.elcomercio.com/tendencias/ambiente/agricultura-nueve-productos-biodiversidad-planeta.html>
- Endalia. (06 de 07 de 2020). *Employer branding*. Obtenido de El valor estratégico del organigrama de empresa: claves y modelos: <https://www.endalia.com/news/organigrama-empresa/#:~:text=en%20la%20actualidad,-,Organigrama%20funcional%20o%20estructural,los%20especialistas%20en%20el%20departamento.>

- Equipo editorial, Etecé. (29 de 08 de 2020). *Concepto.de*. . Obtenido de Producto: <https://concepto.de/producto/>.
- Euroinnova. (2019). *Euroinnova formación*. Obtenido de Fuentes de financiamiento: <https://www.euroinnova.ec/blog/fuentes-de-financiamiento-que-son#:~:text=La%20fuente%20de%20financiaci%C3%B3n%20de,ser%C3%A1n%20necesarios%20unos%20recursos%20financieros.>
- Euroinnova. (2022). *International online education*. Obtenido de Conoce qué es capital ajeno para las empresas: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-capital-ajeno#tipos-de-capital>
- Euroinnova Business School. (31 de 12 de 2020). *Aprende que es organizacion en el proceso administrativo*. Obtenido de Eureka Formación: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-organizacion-en-el-proceso-administrativo>
- Euroinnova International Online Education*. (2022). Obtenido de Blog de que es la demanda actual: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-la-demanda-actual#demanda-actual-iquestqueacute-es>
- Ferguson, D. (01 de 02 de 2018). *Cuida tu dinero*. Obtenido de Cómo calcular el promedio de ventas diarias: <https://www.cuidatudinero.com/13075180/como-calcular-el-promedio-de-ventas-diarias>
- Ferguson, D. (01 de 02 de 2018). *Cuida tu dinero*. Obtenido de Cómo calcular el promedio de ventas diarias: <https://www.cuidatudinero.com/13075180/como-calcular-el-promedio-de-ventas-diarias>
- Ferrari, F. J. (2022). *Economipedia*. Obtenido de Materia prima: <https://economipedia.com/definiciones/materia-prima.html>
- Galán, J. S. (30 de 08 de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de Demanda potencial: <https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html#:~:text=La%20demanda%20potencial%20es%20un,un%20determinado%20bien%20o%20servicio.>
- García, I. (11 de 01 de 2018). *Emprende pyme.net*. Obtenido de La estructura organizativa de la empresa: <https://www.emprendepyme.net/la-estructura-organizativa-de-la-empresa.html>
- GDA. (12 de 05 de 2019). Las tortillas de walo son una tradición gastronómica lojana.
- Giraldo, V. (23 de 08 de 2019). *Rock content*. Obtenido de Descubre qué es la publicidad, para qué sirve y cómo influye en la sociedad: <https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/>

- González, A. (15 de 02 de 2018). *Emprende pyme.net*. Obtenido de Plan de comercialización: <https://www.emprendepyme.net/plan-de-comercializacion.html>
- González, M. F. (2017). *Gestión financiera empresarial*. Obtenido de Criterios de evaluación financiera: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14357/1/Cap.5%20Criterios%20de%20evaluaci%C3%B3n%20financiera.pdf>
- Grapsas, T. (22 de 11 de 2017). *Rock Content*. Obtenido de ¿Qué es Plaza en la mezcla de mercadotecnia y por qué es tan importante?: <https://rockcontent.com/es/blog/plaza-en-el-marketing/#:~:text=Son%20los%20caminos%20que%20recorre,los%20minoristas%20y%20los%20mayoristas.>
- Gualán, T. (23 de 07 de 2018). *Tamya Gualán pasión a mi labor*. Obtenido de Elaboración de tortillas de maíz de walo: <https://tamya900477721.wordpress.com/2018/08/23/elaboracion-de-tortillas-de-maiz-walo/>
- Guest Author. (08 de 12 de 2017). *Rockcontent*. Obtenido de Producto vs Servicios. ¿Cómo diferenciarlos?: <https://rockcontent.com/es/blog/producto-o-servicio/>
- HLC Sistemas. (06 de 01 de 2020). *HLC Ingeniería y Construcción*. Obtenido de ¿Qué es ingeniería de proyectos?: <https://www.hlcsac.com/noticias/que-es-ingenieria-de-proyectos/>
- Infoautónomos. (19 de 04 de 2022). *Guía para realizar un estudio de mercado*. Obtenido de <https://www.infoautonomos.com/estudio-de-mercado/breve-guia-para-estudio-de-mercado/>
- ISO 14001:2015. (23 de 04 de 2018). *ISO*. Obtenido de ¿Qué son los aspectos ambientales?: <https://www.nueva-iso-14001.com/2018/04/que-son-los-aspectos-ambientales/>
- Jara, L. (03 de 11 de 2015). *Observatorio económico social UNR*. Obtenido de Utilización de la Capacidad Instalada en la Industria: <https://observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>
- Jara, L. (03 de 11 de 2015). *Observatorio Económico Social UNR*. Obtenido de Acceso Estadístico, Actividad Económica, Indicadores: <https://observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria->

- Mtra. Maria Elvira López Parra, M. J. (04 de 2008). *Itson.mx*. Obtenido de Estudio administrativo... un apoyo en la estructura organizacional: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>
- Nuño, P. (04 de 04 de 2017). *Emorende pyme.net*. Obtenido de El precio del producto: <https://www.emprendepyme.net/el-precio-del-producto.html>
- Nuño, P. (24 de 11 de 2017). *Emprendepyme.net*. Obtenido de ¿Qué es una marca?: <https://www.emprendepyme.net/que-es-una-marca.html>
- Organización Internacional del Trabajo. (2022). *Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de Maquinaria, instalaciones y equipos: <https://www.ilo.org/global/topics/labour-administration-inspection/resources-library/publications/guide-for-labour-inspectors/machinery-plant-equipment/lang--es/index.htm>
- Organización Internacional del Trabajo. (2022). *Servicios públicos (agua; gas; electricidad)*. Obtenido de <https://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/utilities-water-gas-electricity/lang--es/index.htm>
- Pacheco, J. (12 de 04 de 2022). *Web y empresas*. Obtenido de Capacidad Instalada (Qué es, Diseño, Calculo y Cuantificación).: <https://www.webyempresas.com/capacidad-instalada/>
- Pazmiño, H. (2018). *Ecotec*. Obtenido de Desarrollo y evaluacion de PROYECTOS II: https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2018B1_ADM381_01_86745.pdf
- Peralta, M. P. (2015). *Crece mujer de Banco de Estado*. Obtenido de ¿Cómo asignarle el precio a un producto o servicio de nuestro emprendimiento?: <https://www.crecemujer.cl/capacitacion/comienzo-un-negocio/como-asignarle-el-precio-un-producto-o-servicio-de-nuestro#:~:text=El%20precio%20es%20el%20valor,pagar%20a%20cambio%20de%20o btenerlo.>
- Pliego, E. (18 de 06 de 2020). *Panorama cultural.com.co*. Obtenido de El maíz: su origen, historia y expansión: <https://panoramacultural.com.co/gastronomia/3676/el-maiz-su-origen-historia-y-expansion>
- Profima. (12 de 03 de 2018). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Obtenido de <https://www.profima.co/blog/finanzas-corporativas/39-evaluacion-financiera-de-proyectos>

- Quiroa, M. (2022). *Economipedia*. Obtenido de Mano de obra: <https://economipedia.com/definiciones/mano-de-obra.html>
- Ramos Huancani, W. (2018). *Repositorio Institucional Universidad Mayor de San Andrés*. Obtenido de La importancia del manual de funciones y procedimientos en la estructura de las empresas: <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/26559#:~:text=El%20Manual%20de%20Funciones%2C%20es,normas%20y%20que%20resumen%20el>
- Salas, K. (21 de 12 de 2021). *Camino financiero*. Obtenido de ¿Cuál es la mejor estructura legal para una pequeña empresa?: <https://www.caminofinancial.com/es/la-mejor-formacion-legal-para-una-pequena-empresa/>
- Sánchez, J. (23 de 01 de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Determinación y proyección de la demanda: <https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html>
- Software DELSOL. (2022). Obtenido de Análisis de sensibilidad: <https://www.sdelsol.com/glosario/analisis-de-sensibilidad/>
- Sy Corvo, H. (20 de 02 de 2021). *Lifeder*. Obtenido de Análisis de la oferta: <https://www.lifeder.com/analisis-oferta/.Cop>
- Thompson, I. (06 de 2010). *MarketingIntensivo.com*. Obtenido de ¿Qué es Promoción?: <https://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>
- Torres, D. (19 de 04 de 2022). *Hubspot*. Obtenido de Qué es un análisis de la demanda y cómo hacerlo en tu empresa (incluye ejemplos): <https://blog.hubspot.es/sales/analisis-demanda#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20la%20demanda%20es%20el%20proceso%20de%20entender,y%20generar%20los%20resultados%20esperados>.
- Unknow. (08 de 07 de 2015). *Comidas típicas de Loja*. Obtenido de Tortillas de gualo: <http://saboresdemiloja.blogspot.com/2015/07/tortillas-de-gualo.html>
- Uriarte, J. M. (09 de 03 de 2020). *Caracteristicas.co*. Obtenido de Maíz: <https://www.caracteristicas.co/maiz/>
- Urzúa, F. (30 de 03 de 2022). *CHIPAX*. Obtenido de ¿Qué es el flujo de caja y cuál es su importancia?: <https://www.chipax.com/blog/que-es-el-flujo-de-caja-y-cual-es-su-importancia/>
- Westreicher, G. (23 de 02 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Encuesta: <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

Westreicher, G. (25 de 04 de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de Financiación o financiamiento: <https://economipedia.com/definiciones/financiacion-o-financiamiento.html>

Westreicher, G. (20 de 11 de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de Demanda efectiva: <https://economipedia.com/definiciones/demanda-efectiva.html>

Westreicher, G. (2022). *Economipedia*. Obtenido de Demanda efectiva: <https://economipedia.com/definiciones/demanda-efectiva.html>

Westreicher, G. (2022). *Economipedia*. Obtenido de Promedio: <https://economipedia.com/definiciones/promedio.html>

Zambrana, G. C. (26 de 04 de 2017). *Mailxmail.com*. Obtenido de Proyección de oferta y demanda. Estudio de mercado: http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h

Anexos

Anexo 1. Resumen del proyecto

Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-EMPRESA DE TORTILLAS TRADICIONALES DE GUALO EN CIUDAD DE LOJA- ECUADOR”

Objetivos de la investigación:

Objetivo General.

- ✚ Elaborar un plan de negocios para la creación de una micro-empresa de tortillas tradicionales de gualo en la ciudad de Loja-Ecuador.

Objetivos Específicos.

- ✚ Realizar un estudio de mercado para establecer la oferta y demanda, gustos y preferencias de los clientes con relación a las tortillas tradicionales de gualo en la ciudad de Loja-Ecuador.
- ✚ Elaborar un estudio técnico para determinar, el tamaño, localización e ingeniería de la investigación.
- ✚ Determinar un estudio administrativo y legal para la micro-empresa de tortillas tradicionales de gualo.
- ✚ Determinar los presupuestos de costos e ingresos para establecer el monto de inversión y determinar las fuentes de financiamiento.
- ✚ Realizar la evaluación financiera que demuestre la rentabilidad del proyecto, para una mejora en la toma de decisiones, a través de los indicadores financieros como son: valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación de capital, relación beneficio costo, y análisis de sensibilidad.

Anexo 2. Modelo de la encuesta a las familias de la Ciudad de Loja



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Como estudiante de la escuela de Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Internacional del Ecuador, permítase completar la siguiente encuesta que contribuye al siguiente proyecto de *“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-EMPRESA DE TORTILLAS TRADICIONALES DE GUALO EN CIUDAD DE LOJA-ECUADOR”* como parte del trabajo de titulación.

1. ¿Cuál es el nivel de ingresos mensuales en su familia?

- () \$425 - \$700
- () \$725 - \$1000
- () \$1025 - \$1300
- () \$1325 - \$1600

2. ¿Usted y su familia consumen tortillas?

- () SI
- () NO

Porque.....

3. ¿Qué tipo de tortillas consume usted y su familia?

- Tortilla de maduro
- Tortilla de verde
- Tortilla de Gualo
- Tortilla de Trigo

Porque.....

4. ¿Cuántas tortillas tradicionales de gualo consume usted y su familia mensualmente?

- 1-10 Unidades
- 11-20 Unidades
- 21-30 Unidades
- 31-40 Unidades

Porque.....

5. ¿En qué presentación (envoltura) compra usted y su familia las tortillas de gualo?

- Funda de papel
- Platos desechables
- Fundas ecológicas
- Fundas polietileno
- Fundas biodegradables

Porque.....

6. ¿Cuándo usted y su familia adquieren las tortillas de gualo se fija en?

- Calidad
- Precio
- Presentación

- Cantidad
- Contenido nutricional
- Sabor
- Facilidad de preparación

Porque.....

7. ¿Cómo considera usted y su familia los precios que paga por las tortillas de gualo?

- Altos
- Medios
- Bajos

Porque.....

8. ¿Qué precio paga por las tortillas de gualo?

- \$0.50 a \$1.20
- \$1.25 a \$2.20
- \$2.25 a \$3.20
- \$3.25 a \$4.20

Porque.....

9. ¿En qué lugar usted y su familia adquieren las tortillas de gualo?

- Tiendas
- Minimarket
- Supermercado
- Plazas de mercados

Porqué.....

10. ¿Existe promociones al momento de adquirir las tortillas de gualo?

SI

NO

Porqué.....

11. ¿A través de qué medio de comunicación se enteró sobre las tortillas de gualo que comercializan en la ciudad de Loja?

Redes sociales

Televisión

Radio

Amistades

Familiares

Desconocidos

Porqué.....

12. ¿Conoce usted y su familia los beneficios de la tortilla de gualo?

SI

NO

Porqué.....

13. ¿Si se implementará una microempresa dedicada a la comercialización de Tortillas de Gualo en la ciudad de Loja, estaría dispuesto a adquirir el producto usted y su familia?

SI

NO

Porqué.....

14. ¿En qué presentación (envoltura) le gustaría adquirir las tortillas de gualo?

- Funda de papel
- Platos desechables
- Fundas ecológicas
- Fundas polietileno
- Fundas biodegradables

Porque.....

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de tortillas de gualo de 10 unidades?

- \$1.00 - \$2.00
- \$2.01 - \$3.00
- \$3.01 - \$4.00
- \$4.01 - \$5.00

Porque.....

16. ¿Qué promociones le gustaría recibir por la adquisición de las tortillas de gualo? (Si adquieren 50 unidades)

- Descuentos en el precio
- Mayor cantidad del producto
- Participación en sorteos
- Premios sorpresas

Porqué.....

17. ¿Dónde le gustaría adquirir las tortillas de gualo?

- Tiendas
- Minimarket

Supermercado

Plazas de mercados

Porqué.....

18. ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre las tortillas de gualo a comercializarse?

Radio

Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter)

Televisión

Prensa escrita

Porqué.....

19. ¿Si su respuesta de la pregunta 18 es Radio, indique en que emisora y en que horario?

Seleccione una respuesta.

Ecuasur

La Hechicera

Ecotel

Satelital

Horario

Mañana

Tarde

Noche

20. ¿Si la respuesta de la pregunta 18 es Redes Sociales, indique en que medio online prefiere ver los anuncios del producto? Seleccione una respuesta.

Facebook

Instagram

Twitter

21. ¿Si la respuesta de la pregunta 18 es Televisión, indique en que canal y en que horario? Marque una sola respuesta.

Ecotel Tv

Plus Tv

Uv Televisión

Horario

Mañana

Tarde

Noche

22. ¿Si la respuesta de la pregunta 18 es prensa, indique en qué periódicos y cuantas veces a la semana? Marque una sola respuesta.

La Hora

Ecotel Press

Crónica

Horario

Todos los días

Fines de semana

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3. Encuesta a los vendedores ambulantes de la Ciudad de Loja

:

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Estimado/a permítase completar la siguiente encuesta que contribuye al proyecto de “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-PRESA DE TORTILLAS TRADICIONALES DE GUALO EN CIUDAD DE LOJA-ECUADOR” Me dirijo a usted para solicitarle de manera muy comedida la información requerida para el desarrollo del presente proyecto, es por ello que aplicó la siguiente encuesta:

1. ¿En qué lugar se encuentra ubicado (a) para la venta de tortillas de gualo?

- () San Sebastián
- () Las Pitas
- () San Pedro
- () La Pradera
- () Esteban Godoy
- () La Tebaida

2. ¿Cuántos años lleva usted elaborando las Tortillas Tradicionales de Gualo?

- () 1 -4 años
- () 5 – 8 años
- () 9 – 12 años

13 – 16 años

17 – 20 años

3. ¿Cómo considera usted las actividades que viene realizando dentro de la elaboración de Tortillas de Gualo?

Excelente

Buena

Regular

Mala

4. ¿Ha ingresado algún tipo de capacitación para mejorar su desempeño laboral en la comercialización del producto?

Si

No

Porque.....

5. ¿Qué bioseguridad y normas cumplen los comerciantes ambulantes para asegurar que el producto sea de calidad?

Desinfección de manos

Mascarilla

Guantes

Alcohol antiséptico

Licencia Comercial o funcionamiento

Permiso de instalación o uso de suelo

Registro ante las autoridades comerciales correspondientes

Todas las anteriores

6. ¿En que se caracteriza la producción de tortillas de gualo a los demás competidores?

- () Preparación a mano
- () Línea de producción automática
- () Horno
- () Parrilla
- () Cocina
- () Empaque
- () Precio

7. ¿Cómo considera los precios que mantiene por las tortillas de gualo?

- () Económico
- () Estándar
- () Costoso

Porque.....

8. ¿Cuenta con todas las herramientas adecuadas para elaborar las Tortillas Tradicionales de Gualo?

- () Si
- () No

Cuales.....

9. ¿En qué envoltura venden las Tortillas de Gualo?

- () Funda de papel
- () Platos desechables
- () Fundas ecológicas
- () Fundas polietileno

() Fundas biodegradables

Porque.....

10. ¿Qué cantidad de Tortillas de Gualo vende mensualmente?

() 50 – 100 unidades

() 101 – 250 unidades

() 251 – 350 unidades

() 351 – 450 unidades

() 451 – 550 unidades

11. ¿En qué precio vende las tortillas de gualo?

Unidades	Precio	Resultado
0 a 3 Unidades	\$1.00	
4 a 7 Unidades	\$2.00	
8 a 11 Unidades	\$3.00	

12. ¿Qué porcentaje de ventas ha incrementado en los años 2019-2020-2021?

Detalle	Años		
	2019	2020	2021
1-25%			
26-50%			
51-75%			
76-100%			

13. ¿Dan promociones por la compra de 50 unidades de tortillas de gualo?

() Descuentos

() Gratis un paquete de 5 unidades

Envió gratis

14. ¿Cuáles son los medios de comunicación que da a conocer las tortillas de gualo?

Redes sociales

Televisión

Radio

Familiares

Amistades

Desconocidos

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4. Formulario de Google para la realización de las encuestas

