



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS -
PERSONAL**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE MAÍZ
TOSTADO EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS, SECTOR NORTE DE
QUITO 2018-2019**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS.**

AUTORES:

RIVERA SALCEDO EVELYN DAYANA

VERGARA INTRIAGO KARINA MARÍA

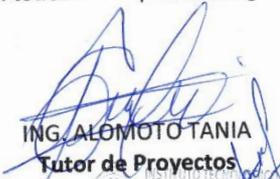
DIRECTORA DE TESIS: ING. TANIA ALOMOTO

QUITO, JUNIO 2019

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 28 de mayo del 2019

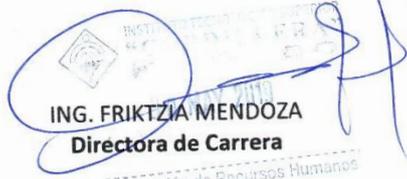
El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **RIVERA SALCEDO EVELYN DAYANA**, de la carrera de Administración de Recursos Humanos – Personal, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE MAÍZ TOSTADO EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL SECTOR NORTE DE QUITO 2018-2019**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.


ING. ALOMOTO TANIA
Tutor de Proyectos

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA


PSIC. FABIÁN JARA Humanos
Delegado Unidad de Titulación


ING. VANEGAS DIGNA
Lector de Proyectos


ING. FRIKTZIA MENDOZA
Directora de Carrera

Administración de Recursos Humanos

CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y
Logroño
Teléf.: 2255460 / 2269900
instituto@cordillera.edu.ec
www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño De 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Teléf.: 2430443 / Fax:
2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15-163
y Yacuambi (esq.)
Teléf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Teléf.: 2246036

CAMPUS 5 - YACUAMBI I

Yacuambi
De2-36 y
Bracamoros
Teléf.: 2249994

CAMPUS 6 - YACUAMBI II

Yacuambi
De1-122 y
Bracamoros
Teléf.: 2249994

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 28 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **VERGARA INTRIAGO KARINA MARIA**, de la carrera de Administración de Recursos Humanos – Personal, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE MAÍZ TOSTADO EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL SECTOR NORTE DE QUITO 2018-2019**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



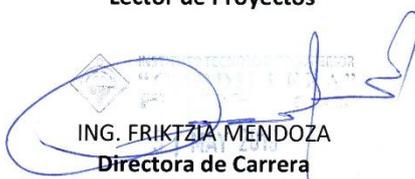
ING. ALOMOTO TANIA
Tutor de Proyectos



ING. VANEGAS DIGNA
Lector de Proyectos



CONSEJO DE CARRERA
PSIC. FABIAN JARA
Delegado Unidad de Titulación



ING. FRIKZIA MENDOZA
Directora de Carrera

Administración de Recursos Humanos

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBI I	CAMPUS 6 - YACUAMBI II
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléf.: 2255460 / 2269900 instituto@cordillera.edu.ec www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Teléf.: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15-163 y Yacuambi (esq.) Teléf.: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Teléf.: 2246036	Yacuambi Oe2-36 y Bracamoros. Teléf.: 2249994	Yacuambi Oe1-122 y Bracamoros. Teléf.: 2249994

DECLARATORIA

Declaramos que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se representaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autores vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a las que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



Evelyn Dayana Rivera Salcedo
C.I 1721908307

DECLARATORIA

Declaramos que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se representaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autores vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a las que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



K-M-V-I

Karina María Vergara Intriago
C.I 0804018299

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Evelyn Dayana Rivera Salcedo con cédula de ciudadanía **No. 1721908307** respectivamente, de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y distribución de maíz tostado en instituciones educativas, sector norte de Quito DMQ, 2018-2019.” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE Evelyn Dayana Rivera Salcedo

CEDULA 1721908307

Quito, 26 de abril de 2019

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Karina María Vergara Intriago con cédula de ciudadanía **No. 0804018299** respectivamente, de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y distribución de maíz tostado en instituciones educativas, sector norte de Quito DMQ, 2018-2019.” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE Karina María Vergara Intriago

CEDULA 0804018299

Quito, 26 de abril de 2019

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro agradecimiento al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, institución que con sus maestros nos ha permitido enriquecernos en conocimientos para un buen desarrollo personal y profesional, que a través de su dedicación y amor por lo que hacen nos encaminaron para lograr nuestra meta.

Agradecemos a los representantes de las empresas Hularuss Cía. Ltda., & Smart Cargo Cía. Ltda., donde laboramos por su constante apoyo y flexibilidad de tiempos para permitirnos lograr la culminación de nuestra carrera.

DEDICATORIA

A mí misma por todo el esfuerzo y dedicación que siempre me introduzco para conseguir todo lo que me proponga en esta vida.

Porque todos mis logros los elevo al cielo, gracias Dios por haberme dado la fortaleza en todo momento para poder cumplir con una meta más.

Karina Vergara

A Dios, porque hoy concluyendo una etapa en mi vida me demuestra su palabra “El tiempo de Dios es perfecto”

A mi familia por haberme inculcado los mejores valores para hoy llegar a ser una mujer con principios y con ganas de seguir luchando para cumplir mis objetivos.

A mi regalo más grande Matías Alexander, aquella personita que me motiva cada día a ser mejor ser humano para servirle de ejemplo, y que a futuro cumpla con todo lo que se proponga en su vida.

Dayana Rivera

ÍNDICE GENERAL

Declaratoria	i
Declaratoria	ii
Licencia De Uso No Comercial	iii
Licencia De Uso No Comercial	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Resumen Ejecutivo	xix
Abstract	xx
CAPÍTULO I.....	1
1. Introducción	1
1.01 Justificación	2
1.02 Antecedentes	3
CAPITULO II	5
2. Análisis Situacional.....	5
2.01 Ambiente Externo	5
2.01.01 Factor Económico.	5
2.01.01.01 Producto Interno Bruto.	5
2.01.01.02 Inflación	8
2.01.01.03 Tasa Activa	10
2.01.01.04 Tasa Pasiva	11
2.01.01.05 Empleo	12
2.01.01.06 Desempleo	13
2.01.01.07 Subempleo	13
2.01.02 Factor Político.	15
2.01.03 Factor Social.	16

2.01.04	Factor Legal.	17
2.01.04.01	Documentos solicitados para obtención de RUC.	18
2.01.04.02	Patente Municipal.	18
2.01.04.03	Cuerpo de Bomberos.	19
2.01.04.04	Permiso de Funcionamiento LUAE.	19
2.01.04.05	Registro Sanitario.	19
2.02	Entorno Local.....	20
2.02.01	Clientes.....	20
2.02.02	Proveedores.....	21
2.02.03	Competidores.	22
2.03	Análisis FODA.....	23
2.04	Propuesta Estratégica	24
2.04.01	Misión.	24
2.04.02	Visión.	25
2.04.03	Objetivos.	25
2.04.03.01	Objetivo General.....	25
2.04.03.02	Objetivos específicos	25
2.04.04	Principios y/o Valores.....	26
2.04.04.01	Principios.	26
2.04.04.02	Valores.....	26
2.04.05	Gestión Administrativa.	27
2.04.06	Gestión Operativa.....	33
2.04.07	Gestión Comercial.....	34
2.04.07.01	Marketing Mix.....	34
CAPITULO III.....		38
3.	Estudio de Mercado	38

3.01	Análisis del Consumidor	38
3.01.01	Determinación de la Población y Muestra.	38
3.01.01.01	Población.	38
3.01.01.02	Muestra.	40
3.01.02	Técnicas de Obtención de la Información.....	42
3.01.03	Encuesta.	42
3.01.04	Análisis de la Información.	42
	Encuesta A Bares	43
	Encuesta A Consumidores	53
3.02	Oferta	61
3.02.01	Oferta Histórica.....	61
3.02.02	Oferta Actual.....	61
3.02.03	Oferta Proyectada.....	62
3.03	Productos Sustitutos	62
3.04	Demanda	62
3.04.01	Demanda Histórica.....	63
3.04.02	Demanda Actual.....	63
3.04.03	Demanda Proyectada.....	64
3.05	Balance Oferta Demanda	64
3.05.01	Balance Actual.	65
3.05.02	Balance Proyectado.....	65
4.	Estudio Técnico.....	66
4.01	Tamaño del proyecto.....	66
4.01.01	Capacidad Instalada.	66
4.01.02	Capacidad Óptima.....	67
4.02	Localización	68

4.02.01	Macro-Localización	68
4.02.02	Localización Óptima	70
4.02.03	Micro-Localización	70
4.03	Ingeniería del producto	71
4.03.01	Definición del producto.....	72
4.03.02	Distribución de planta.	72
4.03.02.01	Códigos de cercanía.....	73
4.03.02.02	Código de razón.....	73
4.03.02.03	Matriz triangular.	74
4.03.03	Diseño de la planta	75
4.03.04	Proceso Productivo	76
4.03.05	Maquinaria y Equipo.....	80
CAPITULO V	82
5.	Estudio Financiero	82
5.01	Ingresos	82
5.01.01	Ingresos Operacionales.	82
5.01.01.01	Cálculo de Ingresos Operacionales.....	82
5.01.02	Ingresos no Operacionales.	84
5.02	Costos.....	84
5.02.01	Costos Directos.	84
5.02.01.01	Prima Directa (MPD).....	84
5.02.01.02	Mano de Obra Directa (MOD).....	85
5.02.02	Costos Indirectos de Fabricación (CIF).	86
5.02.03	Gastos Administrativos.....	87
5.02.04	Gastos de Ventas.....	88
5.02.05	Costos Financieros.	89

5.02.06	Costos Fijos.....	89
5.02.07	Costos Variables.	90
5.03	Inversiones	90
5.03.01	Inversión fija.	90
5.03.02	Activos Fijos.	91
5.03.03	Activos Nominales (Diferidos).	91
5.03.04	Capital de Trabajo	92
5.03.05	Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.	92
5.03.06	Amortización de Financiamiento (tabla de amortización).	93
5.03.07	Depreciaciones (tabla de depreciación).	93
5.03.08	Estado de Situación Inicial.....	94
5.03.09	Estado de Resultado	95
5.03.10	Flujo de Caja	96
5.04	Evaluación.....	97
5.04.01	Tasa de Descuento (TMAR).	97
5.04.02	Valor Actual Neto (VAN).....	97
5.04.03	Tasa Interna de Retorno (TIR)	98
5.04.04	PRI (Período de recuperación de la inversión).	98
5.04.05	Relación Costo Beneficio (RC/B).....	99
5.04.06	Punto de Equilibrio	100
5.04.06.01	Punto de Equilibrio en Unidades	100
5.04.07	Análisis de Índices Financiero	101
CAPITULO VI.....		103
6.	Análisis de Impactos	103
6.01	Impacto Ambiental.....	103
6.02	Impacto Económico	104

6.03	Impacto Productivo	104
6.04	Impacto Social.....	104
CAPITULO VII		106
7.	Conclusiones y recomendaciones	106
7.01	Conclusiones	106
7.02	Recomendaciones.....	107
Bibliografía		108
Anexos 1 Encuesta Bares		114
Anexos 2 Encuesta A Estudiantes.....		116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Tabla acumulada y Tasa de variación Sectores Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura y Comercio PIB 2008-2017	6
Tabla 2	Índice y Porcentaje de Inflación anual 2011-2018.....	9
Tabla 3	Tasa de interés activas efectivas - Enero 2019	10
Tabla 4	Tasas de Interés Pasiva por Instrumento.....	11
Tabla 5	Tasas de interés pasivas por plazo	11
Tabla 6	Tasa de empleo por ciudades 2014-2018.....	12
Tabla 7	Tasa de desempleo por ciudades 2014-2018.....	13
Tabla 8	Tasa de Subempleo por ciudades 2014-2018.....	13
Tabla 9	Número de personas con Diabetes-Ecuador	17
Tabla 10	Proveedores de Materia Prima	21
Tabla 11	Distribuidores del Producto	22
Tabla 12	Análisis FODA.....	23
Tabla 13	Plantilla del Personal.....	28
Tabla 14	Ficha de empleado-Coordinador	29
Tabla 15	Ficha de empleado-Vendedor	30
Tabla 16	Ficha empleado- Supervisor de Producción.....	31
Tabla 17	Ficha empleado-Asistente de Producción	32
Tabla 18	Descripción de Plaza.....	36
Tabla 19	Población Segmentada a nivel comercial.....	39
Tabla 20	Población Segmentada a nivel Estudiantil	39
Tabla 21	Datos de la Muestra Nivel Comercial	40
Tabla 22	Datos de la Muestra Nivel Estudiantil	40
Tabla 23	Tamaño del Negocio	43
Tabla 24	Propietario de Otros Negocios	44

Tabla 25. Venta de alimentos nutritivos	45
Tabla 26. Frecuencia de compra	46
Tabla 27 Otras comidas con maíz tostado	47
Tabla 28 Promedio de compra	48
Tabla 29 Vendería maíz tostado.....	49
Tabla 30 Implementación de comidas saludable	50
Tabla 31 Proveedores.....	51
Tabla 32 Satisfecho con los productos de su negocio.....	52
Tabla 33 Género.....	53
Tabla 34 Rango de edad.....	54
Tabla 35 Frecuencia en consumo.....	55
Tabla 36 Preferencia de alimentos	56
Tabla 37 Gasto en refrigerio	57
Tabla 38. Predisposición de consumo.....	58
Tabla 39 Tipos de guarnición.....	59
Tabla 40 Presentación del producto	60
Tabla 41 Oferta actual Bares.....	61
Tabla 42 Oferta Proyectada Bares.....	62
Tabla 43 Demanda actual Bares.....	63
Tabla 44 Demanda actual Estudiantes	63
Tabla 45 Globalización Demanda.....	64
Tabla 46 Demanda Proyectada Bares	64
Tabla 47 Balance actual Bares	65
Tabla 48 Balance actual Bares	65
Tabla 49 Capacidad instalada MOD	66
Tabla 50 Capacidad utilizada en guarniciones.....	67

Tabla 51 Capacidad utilizada real en guarniciones.....	68
Tabla 52 Macro localización.....	69
Tabla 53 Tabla Localización Óptima.....	70
Tabla 54 Código de cercanía.....	73
Tabla 55 Código de razones.....	73
Tabla 56 Distribución de la Planta por Dimensiones.....	76
Tabla 57 Costo Unitario de Producción.....	83
Tabla 58 Ingreso Operacional.....	83
Tabla 59 Proyección de Ventas.....	83
Tabla 60 Materia prima directa.....	85
Tabla 61 Costo Unitario (MOD).....	85
Tabla 62 Detalle de Costos Indirectos de Fabricación.....	86
Tabla 63 Costos Indirectos de Fabricación.....	86
Tabla 64 Rol de Pago Administrativo.....	87
Tabla 65 Gasto Arriendo.....	87
Tabla 66 Servicios Básicos.....	87
Tabla 67 Transporte.....	88
Tabla 68 Proyección Gastos Administrativos.....	88
Tabla 69 Rol de Pago Ventas.....	88
Tabla 70 Publicidad.....	89
Tabla 71 Proyección Gastos de Ventas.....	89
Tabla 72 Costos Fijos.....	90
Tabla 73 Costos Variables.....	90
Tabla 74 Activos Fijos.....	91
Tabla 75 Activos Diferidos.....	92
Tabla 76 Capital de trabajo.....	92

Tabla 77 Inversiones	93
Tabla 78 Depreciación	93
Tabla 79 Estado de Situación Inicial.....	94
Tabla 80 Estado de resultado proyectado.....	95
Tabla 81 Flujo de caja proyectado	96
Tabla 82 Tasa de Descuento	97
Tabla 83 Periodo de Recuperación	99
Tabla 84 Datos de Punto de Equilibrio	100
Tabla 85 Siglas Punto de Equilibrio	100
Tabla 86 Datos de Punto de Equilibrio	101
Tabla 87 Índices Financieros	102

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Crecimiento anual del PIB 2008-2017 Sectorial Agrícola y Comercio	7
Figura 2. Tendencia de la inflación periodo 2011-2018 – INEC.....	9
Figura 3. Comparación de la tasa de Empleo entre Quito y Guayaquil durante el periodo 2014-2018	12
Figura 4. Comparación de la tasa de Desempleo entre Quito y Guayaquil durante el periodo 2014-2018.	13
Figura 5. Comparación de la tasa de Subempleo entre Quito y Guayaquil durante el periodo 2014-2018.	14
Figura 6. Organigrama de la Empresa.....	28
Figura 7 Diagrama de Gestión Operativa.....	33
Figura 8 Logo de la Empresa	35
Figura 9 Slogan	36
Figura 10 Tamaño del negocio.....	43
Figura 11. Propietarios de otros negocios	44
Figura 12. Venta de alimentos nutritivos	45
Figura 13. Frecuencia de compra	46
Figura 14. Otras comidas con maíz tostado	47
Figura 15. Promedio de compra	48
Figura 16. Vendería maíz tostado	49
Figura 17. Implementación de comidas saludable	50
Figura 18. Proveedores.....	51
Figura 19 Satisfecho con los productos de su negocio	52
Figura 20 Género	53
Figura 21. Rango de edad	54
Figura 22. Frecuencia en consumo.....	55
Figura 23. Preferencia de alimentos.....	56

Figura 24. Gasto en refrigerio	57
Figura 25. Predisposición de consumo.....	58
Figura 26. Tipos de guarnición	59
Figura 27. Presentación del producto.....	60
Figura 28. Mapa de Quito	69
Figura 29 Ubicación zonal	71
Figura 30 Ubicación zonal	71
Figura 31 Matriz Triangular.....	74
Figura 32 Plano de planta.....	75
Figura 33 Elaboración del Maíz Tostado	78
Figura 34 Preparación del Chicharrón de cerdo.....	79
Figura 35 Maquinaria y equipo	80
Figura 36 Utensilios de cocina.....	81
Figura 37 Punto de equilibrio.....	101

RESUMEN EJECUTIVO

En el Ecuador existen alrededor de 29 tipos de maíz y al menos 18 de ellos se encuentran en la sierra el cual se conoce ser un cereal que posee varios nutrientes y vitaminas que ayudan a las personas que sufren estreñimiento, niveles elevados de colesterol y ayuda a combatir la ansiedad.

Desde el punto de vista económico se determina que el presente proyecto se encuentra enfocado en el área de comercialización es el sector agrícola, ganadero, caza, silvicultura y pesca.

Para conocer si el proyecto tendrá acogida se realizó un estudio de mercado aplicando dos encuestas diferentes, una de ellas dirigida a nuestros potenciales clientes a fin de obtener la oferta y demanda del producto a elaborar, y la otra a los consumidores para tener claro sus gustos y preferencias, que sumada a la demanda obtenida por los bares permite conocer el abastecimiento semanal adecuado a cada centro educativo.

Toda empresa debe contar con un manual de funciones el cual permite que cada colaborador realice su actividad acorde a lo establecido en los procesos de la microempresa, estas funciones son parte del perfil de cargo en donde se establece el propósito principal, las competencias requeridas, el nivel de educación, y posibles habilidades que tenga para el cargo laboral en que se va a desempeñar.

De acuerdo a la necesidad de la microempresa se estableció un organigrama de forma vertical, el cual permite tener un mayor control sobre el equipo de trabajo determinando los niveles jerárquicos necesarios para la correcta toma de decisiones. También es importante destacar que al ser un proyecto en desarrollo se optara por cargos de menos rango a fin de disminuir costos elevados.

ABSTRACT

In Ecuador there are about 29 types of corn and at least 18 of them are found in the mountains, which is known as a cereal. It contains several nutrients and vitamins that help people suffering from constipation, high cholesterol levels and helps fight anxiety.

From the economic point of view, it is determined that the present project is focused on the commercialization of the agricultural sector, livestock, hunting, forestry and fishing.

To know if the project will be hosted, a market study was carried out by applying 2 different surveys, one of them addressed to our potential clients in order to obtain the supply and demand of the product. The second survey, was address to consumers to be clear about their tastes and preferences, which added to the demand obtained by the bars, allows to adequately estimate the weekly supply to each educational center.

Every company must have a manual of functions which allows each employee to carry out their activity according to what is established in the processes of the microenterprise. These functions are part of the position's profile, where the main purpose established, the required competencies, the level of education, and possible skills you need for the job in which you are going to perform.

According to the need of the microenterprise, an organizational chart was established vertically, which allows greater control of the work team, determining the hierarchical levels necessary for the correct decision making. It is also important to point out that since it is a project in development, it will be opted for positions of lower rank in order to reduce high costs.

CAPÍTULO I

1. Introducción

El presente proyecto está enfocado al desarrollo de un emprendimiento que busca producir y distribuir un producto satisfactorio para los consumidores y al mismo tiempo que les proporcione un sin número de beneficios saludables.

Con la realización de este proyecto se busca desarrollar el espíritu emprendedor y al mismo tiempo incentivar a nuevas generaciones para llevar a cabo sus ideas las cuales les permita dar a conocer su potencial y a generar fuentes de desarrollo al país.

El consumir comida nutritiva tiene un alto desinterés por parte de la sociedad este mal proviene muchas veces desde el hogar por no inculcar a sus hijos a mantener un orden alimenticio saludable puesto que, en muchas ocasiones son partícipes de este mal hábito por la falta de tiempo que se tiene en la actualidad.

Por esta problemática se considera importante la creación de la microempresa dedicaba principalmente a la elaboración de un producto fácil de adquirir como lo es el maíz tostado con sus diferentes guarniciones de acuerdo al gusto de cada consumidor.

Finalmente, después de realizar el estudio de mercado se conoce la necesidad que tienen los bares institucionales por vender alimentos nutritivos para los estudiantes en razón de dar cumplimiento a los requisitos que exigen las autoridades de las instituciones educativas.

1.01 Justificación

Este proyecto de factibilidad nace a través de la identificación de los malos hábitos alimenticios que tienen los estudiantes. Sumak Sara desea combatir esta problemática mediante la distribución de un alimento nutritivo, buscando que los estudiantes de los centros educativos del sector norte de Quito adquieran el hábito de consumir maíz tostado, el cual les ayuda a la salud y al mismo tiempo, el alimentarse sanamente les permite tener un mejor desempeño en sus labores diarias.

Actualmente el promedio de vida de un ecuatoriano es de 77 años, edad que ha disminuido por la mala alimentación que existe al momento, este es el caso de las instituciones educativas en donde se permite la venta de comida principalmente chatarra, en lugar de fomentar el consumo de alimentos nutritivos enriquecedores de vitaminas y minerales que permitan un mejor desenvolvimiento en sus actividades diarias y al mismo tiempo a mantener las tradiciones del país.

Con la creación de esta microempresa la primera gestión administrativa es generar fuente de empleo dando cumplimiento a lo establecido en el Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida en el Objetivo 1 el cual indica “Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas” Sumak Sara transmitirá los valores inculcados por la carrera demostrando la ética profesional a la hora de tomar decisiones, reconociendo la importancia del Talento Humano y brindando los beneficios que por ley les corresponde a los colaboradores.

1.02 Antecedentes

El INIAP cuenta con nueve variedades de maíz que han sido seleccionadas con los agricultores de las diferentes zonas maiceras e investigadas en base a un esquema de mejoramiento que se ajuste a las necesidades y sistemas de producción de los agricultores de las diferentes zonas y en base a los recursos genético locales. (DiCYT, 2009)

La red de información sobre avances científicos y tecnológico DICYT expresa, que en el Ecuador existe alrededor de 29 diferentes tipos de maíz y que al menos 18 de ellas se encuentran en la Sierra de nuestro país, y el resto en la región litoral. Para la región sierra este producto es considerado más de uso comestible puesto que es consumido en diferentes presentaciones como choclo, tostado, mote, humitas etc.

Se conoce que el maíz es un cereal que posee varios nutrientes en vitaminas A, B y C, en fibra y sales minerales como potasio calcio y fósforo el cual se enfatiza por su riqueza en almidón y en menor medida en grasas y proteínas, por la fibra que contiene este cereal ayuda a las personas que sufren de estreñimiento, niveles elevados de colesterol y triglicéridos en la sangre, además de ayudar a curar infecciones a las vías urinarias, infecciones vesiculares, cálculos renales y la gota.

Mónica Pinto de la Universidad Tecnológica Equinoccial y Andrés Abad de la Escuela Politécnica Nacional en su investigación para la revista ciencias sociales y humanidades chakiñan sostienen que, el maíz es parte de la cultura ecuatoriana y se ha demostrado que su elaboración se la realiza más en los hogares y que la mayoría de ventas se las realizan en tiendas, bares escolares y vendedores ambulantes, por otro lado, esto lo lleva a estar estrechamente ligado con el turismo y gastronomía de nuestro país debido a que el tostado es acompañante indispensable de comidas tradicionales como la fritada y el hornado. Actualmente se los puede encontrar en varias presentaciones como son en los snacks, enlatados etc. Los cuales vienen

acompañados de distintas guarniciones de fácil adquisición que se los puede consumir a cualquier hora del día, también ayuda a quitar la ansiedad y, si no es consumido en exceso nos ayuda a controlar el peso.

En los últimos años ha elevado el interés de siembra de cereales en el Ecuador gracias a la progresiva internacional de consumir alimentos saludables para el organismo de las personas, sin embargo, sigue siendo una de menos categoría para la mayoría de entidades agrícolas por lo cual representa un porcentaje de producción mínimo para el país. Sin embargo, investigaciones anteriores expresa, que el maíz y otros cereales son procesados para obtener productos para nuestro consumo, tomando en cuenta que algunos de estos cereales no necesitan pasar por muchos procesos para obtener el producto terminado y consumirlos, tenemos el canguil el maíz tostado etc.

Con estos datos se observa que el maíz es un grano natural de origen ecuatoriano principalmente de Cayambe, que puede ser utilizado de diferentes presentaciones no solo como uso comestible sino también medicinalmente y donde podemos encontrar una gran acogida porque contamos con proveedores agricultores que viven del cultivo de este producto y las ventas canalizadas principalmente a la región sierra donde la rama gastronómica hace uso exclusivo de este producto.

CAPITULO II

2. Análisis Situacional

Con el objetivo de encontrar una definición acertada acerca del análisis situacional para definir con claridad el entorno de la empresa, se hace relevante conocer lo que ello involucra. “Es un método que lleva a la aplicación del procedimiento más adecuado para analizar lo que está ocurriendo cuando una organización se enfrenta con diferentes asuntos (asunto o cuestión: dificultad, falla, oportunidad, amenaza o riesgo que nos obliga a actuar)”. (Hanel & Hanel, 2004, pág. 16)

2.01 Ambiente Externo

2.01.01 Factor Económico.

Para el factor económico brevemente se puede decir que, “Son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de los bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas”. (Carvajal, 2014)

2.01.01.01 Producto Interno Bruto.

El PIB (Producto Interno Bruto) no es más que la suma total de todos bienes y servicios que produce un país (medidos en dólares \$USD), producidos por empresas nacionales y extranjeras, dentro del territorio nacional de dicho país, que se registran dentro de un determinado período de tiempo, generalmente un año. (Tejera, 2010)

Con el fin de determinar la factibilidad de implementar un proyecto para la creación de una microempresa encargada de la elaboración y distribución del maíz tostado en las distintas instituciones educativas en el sector norte de Quito se debe considerar el PIB tanto nacional como sectorial teniendo en cuenta el área de comercialización y el sector agrícola, ganadero, caza, silvicultura y pesca.

2.01.01.01 Producto Interno Bruto Sectorial

El PIB para un país es de vital importancia dado que en base a su clasificación sectorial expresar que, “El primario, dedicado a la transformación de los recursos naturales; el sector secundario, dedicado a la actividad artesanal y a la industria manufacturera; y el sector terciario, dedicado a ofrecer servicios a la sociedad, personas y otras empresas”. (SIELOCAL, 2014)

Tabla 1 *Tabla acumulada y Tasa de variación Sectores Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura y Comercio PIB 2008-2017*

Año	Agricultura, ganadería, caza y Silvicultura	Comercio	Tasas de variación (%) anual Agricultura, ganadería, caza y Silvicultura	Tasas de variación anual (%) Comercio
2008	4.813,5	6.742,8	0,8	10,8
2009	5.572,4	6.523,5	2,9	-3,9
2010	6.071,2	7.241,1	0,7	3,4
2011	6.702,4	8.399,8	7,5	5,8
2012	6.564,4	9.053,7	-0,5	4,7
2013	7.230,7	9.976,6	6,4	6,8
2014	8.121,5	10.544,8	5,9	3,5
2015	8.405,7	10.218,2	2,1	-0,7
2016	8.441,5	9.631,9	-0,2	-4,0
(sd)				
2017	8.533,1	9.960,1	4,4	5,4
(p)				

Fuente: Banco Central del Ecuador. (*) Incluye aproximación de decimales, (sd) semi-definitivo, (p) provisional.

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Por medio de la *Tabla 1* se puede observar el comportamiento del PIB durante el periodo 2008-2017, es notable el crecimiento que ha tenido la economía ecuatoriana durante la última década sobre todo en el sector comercio y el de Agricultura, ganadería, caza y Silvicultura, si observamos la *Figura 1* es notable como para el sector agrícola en los tres últimos años el incremento se mantuvo con una variación mínima en relación a años anteriores donde el porcentaje de la tasa de variación del PIB variaba considerablemente de un año a otro tal como se muestra en los datos desde el año 2008 hasta el 2012. Mientras que para el sector comercio la estabilidad se presentó durante el periodo 2010-2014, presentando una caída de hasta un -4% en el año 2016, y con una considerable tendencia a subir para el año 2017.

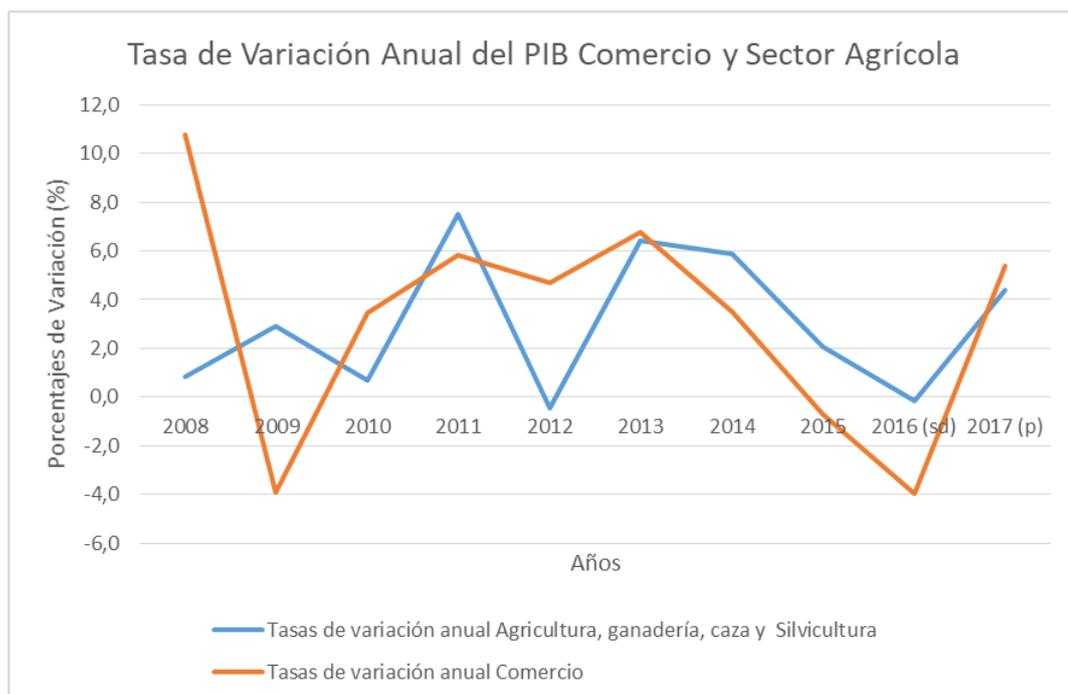


Figura 1. Crecimiento anual del PIB 2008-2017 Sectorial Agrícola y Comercio

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Según los datos del Banco Central del Ecuador (BCE) el crecimiento del sector agrícola, ganadero y pesquero ha ido aumentando de manera sostenida, aunque de forma irregular a una tasa promedio anual del 4,0%. Este incremento lo podemos ver reflejado en la *Tabla 1* donde no solo observamos el crecimiento del PIB del sector agrícola si no también el gran aporte que genera el sector comercialización al PIB nacional.

Este incremento en la productividad Agropecuaria se ha visto influenciado por las distintas mejoras a las políticas agrícolas desarrolladas en el país, así como también el acceso a nuevas tecnologías en el área de riegos y maquinarias; también en la disponibilidad de servicios como es el agua para riegos, además de otros servicios vinculados directa e indirectamente con el sector, como el crédito, asistencia técnica, transferencia de tecnología, investigación e innovación, asociatividad y mercados.

Conociendo brevemente los antecedentes del sector agrícola, así como del área de comercialización podemos determinar los primeros indicios de factibilidad para la realización de este proyecto, tan solo basándonos en el PIB sectorial podemos determinar cuan factible es la oportunidad de obtener resultados que nos lleven a la recuperación de nuestro capital inicial, así como la obtención de rentabilidad.

2.01.01.02 Inflación

De acuerdo a lo investigado, el autor define el concepto de inflación, “Como un movimiento ascendente en el nivel general de precios, situación en la que aumenta el precio promedio de los bienes y servicios en una economía”. (Witch, 1995)

Tabla 2 Índice y Porcentaje de Inflación anual 2011-2018

Año	Índice	Variación Porcentual Anual
2011	90,75	4,47
2012	94,53	5,11
2013	97,08	2,73
2014	100,64	3,59
2015	104,05	3,97
2016	105,21	1,73
2017	105,00	0,42
2018	105,28	-0,22

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara



Figura 2. Tendencia de la inflación periodo 2011-2018 – INEC

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

La *Figura 2* demuestra cómo ha bajado el porcentaje anual de inflación alcanzando en el 2018 los valores más bajos con respecto a la última década, según los datos de INEC, hasta diciembre del 2018 descendió en un -0.22% en relación al año 2017 el cual fue de 0.42 %, además de haber bajado en más del 5% con respecto al año 2012 donde se mostraron los valores más altos en el porcentaje anual de inflación.

Para la realización de este proyecto la inflación con tendencia a la baja ayuda a determinar la factibilidad para la creación de este plan, puesto que una inflación baja promueve el uso eficiente de los recursos productivos e incentiva a la inversión, para la creación de un proyecto de esta magnitud la estabilidad inflacionaria que presenta el Ecuador nos abre las puertas a afianzarnos en una inversión segura y confiable.

2.01.01.03 Tasa Activa

Para proyectos que desean iniciar actividades sin contar con los recursos económicos necesarios es sin duda importante conocer que, “La tasa que cobran las entidades financieras por los préstamos otorgados a las personas naturales o empresas”. (Educación Financiera, 2014)

Tabla 3 *Tasa de interés activas efectivas - Enero 2019*

TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial	%	Tasa Activa Efectiva Máxima	%
para el segmento:	anual	para el segmento:	anual
Productivo Corporativo	9.06	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.49	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	8.79	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	8.11	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.99	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.63	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	9.70	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.27	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.09	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.49	Educativo	9.50
Inmobiliario	9.55	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.78	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista ¹	25.96	Microcrédito Minorista*	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple ¹	22.64	Microcrédito de Acumulación Simple*	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada ¹	19.21	Microcrédito de Acumulación Ampliada*	23.50

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Los intereses son las herramientas más utilizadas por el sistema bancario para llevar a cabo sus políticas monetarias, para la realización de este proyecto se debe tener en cuenta el tipo de crédito óptimo a ser elegido porque al realizar un microcrédito no sería una opción según la *Tabla 3* tomada del Banco Central del Ecuador estos microcréditos generan la más alta tasa de interés con un valor mínimo del 25.96% y un valor máximo de 28.5%, por lo que se optara por créditos que no sobrepasen el 10% de interés siendo el más ocionado el crédito productivo empresarial el cual posee una tasa de interés activas del 9.49%, sin embargo, se considera este factor como una amenaza para la microempresa porque de acuerdo a los requisitos solicitados, solo se accede al microcrédito de acumulación simple, teniendo este un 22.64% de interés siendo este uno de los más altos de acuerdo a los datos registrados en el Banco Central del Ecuador.

2.01.01.04 Tasa Pasiva

Con la investigación realizada referente a este factor, el autor expresa que, “La tasa que pagan las entidades financieras por el dinero captado a través de CDT's y cuenta de ahorros”. (Educación Financiera, 2014)

Tabla 4 Tasas de Interés Pasiva por Instrumento.

Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.70	Depósitos de Ahorro	1.07
Depósitos monetarios	0.66	Depósitos de Tarjetahabientes	1.04
Operaciones de Reporto	0.10		

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 5 Tasas de interés pasivas por plazo

Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.07	Plazo 121-180	5.92
Plazo 61-90	4.63	Plazo 181-360	6.40
Plazo 91-120	5.50	Plazo 361 y más	7.85

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Las *Tabla 4* y la *Tabla 5* nos muestran las tasas de interés pasivas generadas por los depósitos a plazo en las distintas entidades financieras, para el manejo de activos del proyecto se prevé colocar la rentabilidad generadas a depósitos a plazo, siendo este una oportunidad para la microempresa intentando obtener una rentabilidad del 5.7 anual.

2.01.01.05 Empleo

Es la acción y el efecto de generar trabajo y ofrecer puestos laborales. Como sabrán, emplear es un verbo que hace referencia al hecho de mantener ocupado a un individuo (ya sea, solicitándole un servicio o contratándolo para una determinada función remunerada). (Pérez P. J., 2012)

Tabla 6 Tasa de empleo por ciudades 2014-2018

Ciudades	Tasa	Dic-14	Dic-15	Dic-16	Dic-17	Dic-18	Variación significativa Dic-2017 – dic-2018
Quito	Empleo	70.50	66.50	57.60	61.60	57.90	No
Guayaquil	Empleo	60.10	26.90	49.60	50.00	52.60	No

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

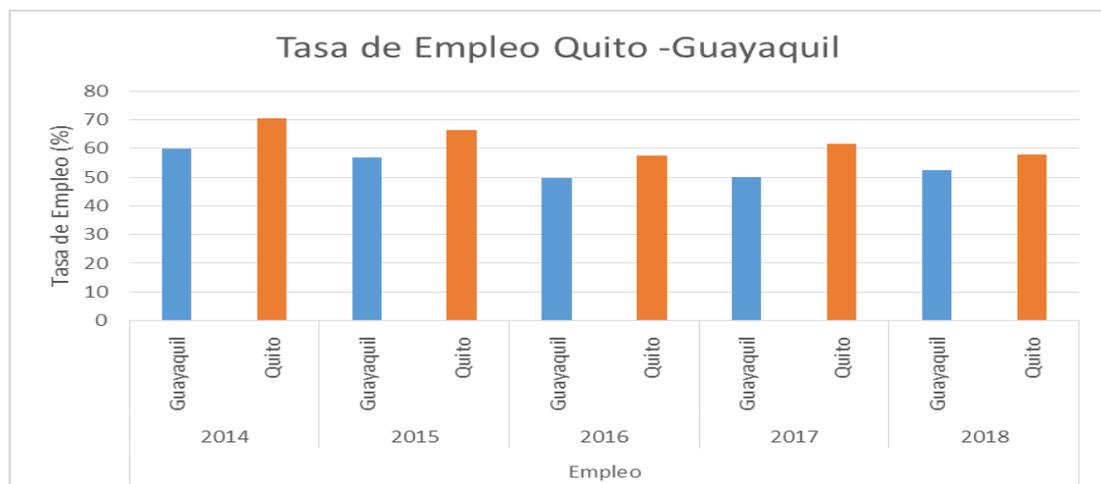


Figura 3. Comparación de la tasa de Empleo entre Quito y Guayaquil durante el periodo 2014-2018

Fuente: INEC

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

2.01.01.06 Desempleo

Tabla 7 Tasa de desempleo por ciudades 2014-2018

Ciudades	Tasa	Dic-14	Dic-15	Dic-16	Dic-17	Dic-18	Variación significativa Dic-2017 – dic-2018
Quito	Desempleo	3.20	4.90	9.10	9.40	8.20	No
Guayaquil	Desempleo	4.00	4.80	6.40	4.40	3.10	Si

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

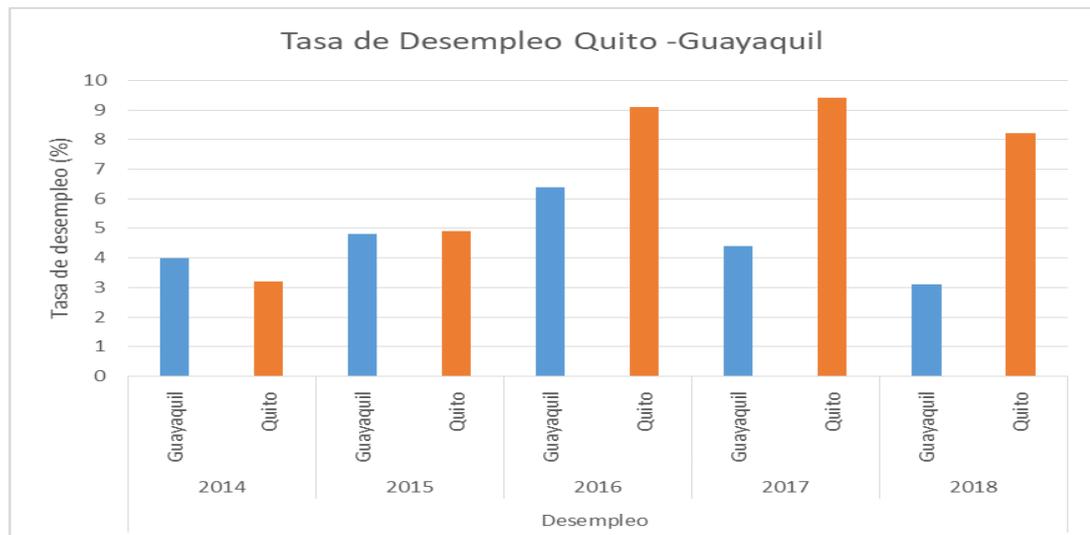


Figura 4. Comparación de la tasa de Desempleo entre Quito y Guayaquil durante el periodo 2014-2018.

Fuente: INEC

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

2.01.01.07 Subempleo

Tabla 8 Tasa de Subempleo por ciudades 2014-2018

Ciudades	Tasa	Dic-14	Dic-15	Dic-16	Dic-17	Dic-18	Variación significativa Dic-2017 – dic-2018
Quito	Subempleo	5.00	5.50	13.10	11.70	9.70	No
Guayaquil	Subempleo	10.30	12.40	20.20	21.00	18.90	No

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

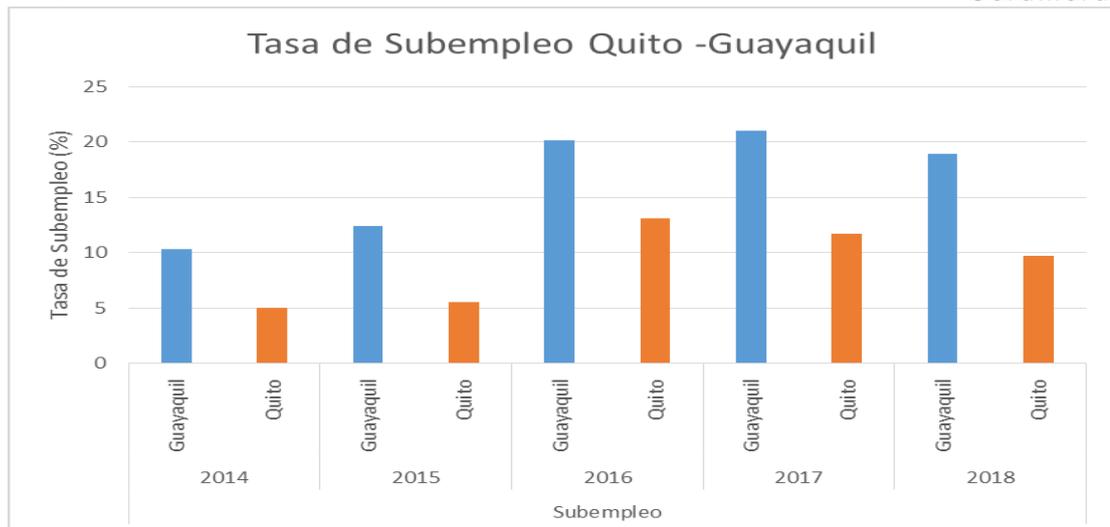


Figura 5. Comparación de la tasa de Subempleo entre Quito y Guayaquil durante el periodo 2014-2018.

Fuente: INEC

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Se puede observar en la *Figuras 3,4 y 5* la diferencia que existe entre las tasas de empleo, subempleo y desempleo entre las ciudades de Quito y Guayaquil, es notable que para la capital del Ecuador en donde se llevará a cabo el proyecto para implementar una microempresa encargada de la elaboración y distribución del maíz tostado en las distintas instituciones educativas en el sector norte de Quito se debe tomar en cuenta la disponibilidad de mano de obra que cumpla las distintas funciones en el proceso de elaboración así como en la distribución del producto final (maíz tostado), según las cifras del INEC hasta diciembre del 2018 para la ciudad de Quito se registró 8% personas dentro de la PEA que se encontraban desempleadas.

Este proyecto impulsará y contribuirá a disminuir el índice de desempleo para la población Quiteña enfocándose en políticas activas en el mercado laboral, buscando el perfeccionamiento en los procesos de manufactura para la elaboración del maíz tostado, así como para el manejo de personal tratando de mejorar la empleabilidad.

2.01.02 Factor Político.

El factor político se define como, “La muestra la cantidad de normas que regulan a la empresa, la aplicación de estas por oficinas de gobierno y el interés público”.

(Segura, 2015)

El Plan Nacional Toda una Vida en el eje 1 señala lo siguiente:

El ser humano como sujeto de derechos a lo largo de todo el ciclo de vida, y promueve la implementación del Régimen del Buen Vivir, establecido en la Constitución de Montecristi (2008). Esto conlleva el reconocimiento de la condición inalterable de cada persona como titular de derechos, sin discriminación alguna. Además, las personas son valoradas en sus condiciones propias, celebrando la diversidad. Así, nos guiamos por el imperativo de eliminar el machismo, el racismo, la xenofobia y toda forma de discriminación y violencia, para lo cual se necesita de políticas públicas y servicios que aseguren disponibilidad, accesibilidad, calidad y adaptabilidad. (CNP, 2017)

Se determina como una oportunidad para este proyecto, porque la importancia de este eje, radica en el crecimiento de esta microempresa, bajo un trabajo digno de sus colaboradores y de sus emprendedores. Se busca la comprensión y agradecimiento que, con esfuerzo y dedicación de cada colaborador, se logra un trabajo óptimo cada día y no se acude a la explotación de ninguna índole mucho menos a violar sus derechos.

Desde el punto de vista legal el Código Civil estipula:

Art. 1457.- El contrato oneroso es conmutativo cuando cada una de las partes se obliga a dar o hacer una cosa que se mira como equivalente a lo que la otra parte debe dar o hacer a su vez; y si el equivalente consiste en una contingencia incierta de ganancia o pérdida, se llama aleatorio. (CODIGO CIVIL, 2016)

Bajo lo antes expuesto se considera este artículo como una oportunidad, debido a que apegados a al código de lo civil se realizará las contrataciones bajo la modalidad de contrato aleatorio, de esta manera se brinda al colaborador un trabajo pagado

según producción realizada y en donde él también podría dar a conocer sus condiciones para la elaboración de dicha producción.

Por otra parte la ley orgánica del régimen de la soberanía alimentaria expresa lo siguiente:

Establecer los mecanismos mediante los cuales el Estado cumpla con su obligación y objetivo estratégico de garantizar a las personas, comunidades y pueblos la autosuficiencia de alimentos sanos, nutritivos y culturalmente apropiados de forma permanente. El régimen de la soberanía alimentaria se constituye por el conjunto de normas conexas, destinadas a establecer en forma soberana las políticas públicas agroalimentarias para fomentar la producción suficiente y la adecuada conservación, intercambio, transformación, comercialización y consumo de alimentos sanos, nutritivos, preferentemente provenientes de la pequeña, la micro, pequeña y mediana producción campesina, respetando y protegiendo la agrobiodiversidad, los conocimientos y formas de producción tradicionales y ancestrales, bajo los principios de equidad, solidaridad, inclusión, sustentabilidad social y ambiental. (LORSA, 2011)

Así mismo se determina como una oportunidad favoreciendo este proyecto debido a que en el artículo se menciona que se debe cumplir con obligaciones y objetivos estratégicos el cual se basará en normas de la alimentación sana y nutritiva para el país, de la misma manera siendo de gran ayuda para nuestros agricultores debido a que se fomenta una producción necesaria y una adecuada conservación de los alimentos, generando pequeñas fuentes de trabajo y favoreciendo de una manera económica a nuestro país.

2.01.03 Factor Social.

Para conocer las necesidades y preferencias de los consumidores se considera, “Los factores como consecuencia del grave atraso en el desarrollo, registrándose por ende altos índices de pobreza, analfabetismo, deterioro de las condiciones de salud y alimentación, así como en las condiciones de vida de la población”. (Berumen, 2004)

El consumo del maíz tostado es tradicional de la Sierra donde se cultiva el maíz harinoso. Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay, Loja. El maíz es un alimento completo que contiene principalmente:

- Vitaminas A, B y E, y un sinnúmero de minerales
- Favorecen el metabolismo en el cuerpo
- Combate enfermedades como diabetes y problemas de hipertensión.

Tabla 9 *Número de personas con Diabetes-Ecuador*

Numero de Personas en Ecuador	Personas con Diabetes en Ecuador
17.008.535	1.700.854

Fuente: INEC

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Según el análisis se pudo comprobar que 1 de cada 10 ecuatorianos tiene diabetes, y esto, para nuestro proyecto de factibilidad, es una oportunidad siempre que se difunda de manera correcta los beneficios que trae el consumo del maíz tostado.

2.01.04 Factor Legal.

Con el fin de poner en marcha un emprendimiento, es importante conocer que el factor legal hace referencia, “A todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tienen que pasar para entrar en operaciones en ese país”.

(Hernandez P. , 2008)

2.01.04.01 Documentos solicitados para obtención de RUC.

- Cédula de Identidad
- Papeleta de votación
- Planilla de servicios básicos
- Comprobante de pago del impuesto predial
- Contrato de arrendamiento
- Patente municipal
- Permiso de bomberos

2.01.04.02 Patente Municipal.

- Para obtener la patente se necesitan presentar los siguientes documentos:
- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Los requisitos de los debe presentar en las Administraciones Zonales más cercanas.

2.01.04.03 Cuerpo de Bomberos.

El obtener el permiso de funcionamiento emitido por el cuerpo de bomberos, se requiere presentar los siguientes documentos:

- Informe del inspector,
- Copia de cédula del propietario,
- Copia de la patente municipal,
- Copia del RUC
- Copia contrato de arriendo.

2.01.04.04 Permiso de Funcionamiento LUAE.

Para obtener la Licencia Metropolitana única para ejercer una actividad económica son necesario los siguientes requisitos:

- Formulario LUAE
- Copia de RUC
- Copia de la Cédula de Identidad
- Copia de la Papeleta de votación

2.01.04.05 Registro Sanitario.

Para obtener el Registro Sanitario o un certificado que indique la vigencia del registro sanitario, o notificación sanitaria obligatoria son los siguientes.

- Declaración que el producto cumple con la norma técnica nacional respectiva
- Certificación del fabricante extranjero o propietario del producto

- Certificado de libre venta
- Descripción general del proceso de elaboración del producto
- Especificaciones físicas y químicas del material del envase
- Etiqueta original
- Declaración de tiempo de vida útil
- Descripción del código del lote
- Documento con datos para la factura

2.02 Entorno Local

El entorno específico es el ambiente inmediato o cercano de cada organización que ejerce unos efectos directos en la misma. El entorno específico puede ser también analizado de las cinco fuerzas competitivas que operan en un determinado sector y componen el entorno competitivo. (Entorno de la empresa, 2018)

2.02.01 Clientes.

En busca de dar una definición al cliente, el autor expresa que, “Es aquel individuo que, mediando una transacción financiera o un trueque, adquiere un producto y/o servicio de cualquier tipo (tecnológico, gastronómico, decorativo, mueble o inmueble, etcétera). (Bembibre, 2009)

Quienes más consumen este producto son estudiantes, docentes. Es por esto que comer tostado bien puede ser un acto rápido y satisfactorio y un “plan de toda la semana”

Por lo tanto, este segmento está enfocado a estas tendencias de consumo. Hoy en día son comunes los grupos de jóvenes que piden comida rápida y satisfactoria, los estudiantes y docentes buscan buen sabor, saludable, gustoso y económico.

Los clientes se encuentran en las instituciones educativas del sector norte de Quito, y es una oportunidad de crecimiento para la microempresa porque existen estudiantes y docentes que por ventaja adquieren alimentos en el plantel, lo mismo que nos permite saber el porcentaje de personas que consumirán este producto.

2.02.02 Proveedores.

Así mismos con el objeto de definir brevemente, “Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad”. (Pérez & María, 2014)

Tabla 10 *Proveedores de Materia Prima*

Materia Prima	Empresa	Ubicación	Teléfono
Maíz	García Reinoso S.A	Moran N23-45 y Mercadillo (Frente al parque Santa Clara)	(2) 252-5476
Maíz	Legumbreteria Rosita	Pedro Alvarado y Vaca de Castro	(2) 259-7805
Chicharrón	Mega Carnes “El Comercio”	Pedro Alvarado y Vaca de Castro	0982621590
Chicharrón	Mercado de Santa Clara puesto 35	Av. América y Ramírez Dávalos	(2) 262-0435

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Se observa en la tabla los proveedores principales que nos suministran la materia prima para la elaboración del producto, estos proveedores garantizan calidad, puntualidad y precios accesibles. Se mantiene dos opciones de cada producto con el afán de que no, exista interrupción en la producción en el caso de no obtener la materia prima requerida con el proveedor principal.

2.02.03 Competidores.

Aun cuando el proyecto se encuentre en marcha, no se puede dejar por fuera que, “La competencia, pueden ser personas o empresas, se relacionan en un medio determinado intentando cada una de ellas sacar un beneficio mientras que la otra es perjudicada”. (Raffino, 2018)

Tabla 11 *Distribuidores del Producto*

Empresa	Dirección	Valor
Kioscos y locales aledaños a Instituciones Educativas del sector Norte de Quito	Indistintas del sector Norte de Quito	\$ 1.50
		\$ 2.00
Bares internos de las Instituciones Educativas sector Norte de Quito	Indistintas sector Norte de Quito	\$ 1.00
		\$ 1.25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Se le considera competencia directa porque brinda el tostado junto a otros ingredientes para conformar los platos como fritada, mote, choclo, chulpi etc.

Se considera competencia indirecta. El bar estudiantil porque cuenta con una variedad de productos tanto elaborados por los encargados del lugar (comida de casa) y venta productos de consumo masivo.

Tabla 12 *Análisis FODA*

Factor	Oportunidad	Amenaza
Factor Económico	✓	
Tasa Activa	✓	
Tasa Pasiva	✓	
Factor Social	✓	
Factor Legal	✓	
Factor Político	✓	

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** Dayana Rivera, Karina Vergara

Se observa como oportunidades a todos los factores en virtud de lo siguiente:

Factor Económico: Las tablas del PIB muestran claramente una oportunidad para el negocio, tomando en cuenta que el sector a donde nos enfocamos muestra el crecimiento del sector agrícola debido a las distintas mejoras políticas. Por el lado de la inflación según las investigaciones lo demuestran como tendencia baja, esto nos ayuda a determinar una oportunidad para el proyecto. Las tasas de interés activa y pasiva son convenientes porque con la tasa activa accedemos a un interés del 9.49% acogiendo el crédito productivo empresarial y por otro lado la tasa pasiva se puede llegar a ganar un 5.07% anual con colocaciones a plazo fijo. Finalmente, este proyecto impulsará y contribuirá a disminuir el índice de desempleo para la población Quiteña

Factor Social: Se busca dar a conocer el producto en instituciones educativas, es por esto por lo que se determina como oportunidad impulsar una alimentación nutritiva de origen y cultura autóctona del Ecuador.

Factor Político: Apegados a las leyes del Plan Nacional Toda una vida, código civil, y la ley orgánica del régimen de la soberanía alimentaria, como lo demuestra en investigaciones realizadas, nos ofrecen oportunidad de desarrollo de este proyecto, a fin de obtener positivismo legales y que nos amparen para brindar un trabajo digno y legal para la producción del producto.

Factor Legal: Este factor es determinado como oportunidad porque el Estado nos brinda las facilidades necesarias para sacar los permisos otorgados por los entes de control.

2.04 Propuesta Estratégica

La planeación estratégica en la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo. (Porto & Gardey, 2008)

2.04.01 Misión.

Refiere a un motivo o razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución. Este motivo se enfoca en el presente, es decir, es la actividad que justifica lo que el grupo o el individuo está haciendo en un momento dado. (Raffino, 2019)

Es un emprendimiento realizado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes con productos que cumpla estándares de calidad a bajos precios que superen todas las expectativas incluyendo un plus adicional en su elaboración y así lograr que nos identifiquen como nuevos emprendedores en la rama de producción y distribución de comida saludable.

Consolidar este emprendimiento, convirtiéndolo en un líder indiscutible a través del entorno donde nos manejamos, con una excelente calidad en los productos, sabor y un buen servicio.

2.04.03 Objetivos.

En base a investigaciones realizadas y con el fin de establecer una definición se puede decir que, “Un objetivo es el planteo de una meta o un propósito a alcanzar, y que, de acuerdo al ámbito donde sea utilizado, o más bien formulado, tiene cierto nivel de complejidad”. (MX, 2013)

2.04.03.01 Objetivo General

Trabajar en equipo mediante la correcta distribución de tareas, elaborando un producto de calidad que permita obtener altos niveles de aceptación dentro de las instituciones educativas y así lograr una rentabilidad que se vea reflejada en el crecimiento del proyecto.

2.04.03.02 Objetivos específicos

- Elaborar métodos conjuntamente con el personal para el desarrollo correcto de la producción y distribución del producto.
- Generar promociones de mayor acogida por el consumidor.
- Concienciar la importancia del consumo de alimentos saludables, fomentando los beneficios que proporciona el maíz tostado.

2.04.04 Principios y/o Valores.

2.04.04.01 Principios.

Son el conjunto de creencias y normas que orientan y regulan el comportamiento y la vida de la organización. Son el soporte de la visión, la misión, la estrategia y los objetivos estratégicos. Estos principios se manifiestan y se hacen realidad a través de la cultura de la empresa, de su forma de ser, pensar y conducirse. (Ficara, 2015)

- **Cultura de Resultados:** obtener alta rentabilidad, logrando una posición en el mercado, aplicando nuevas estrategias de venta, como garantía de crecimiento, desarrollo y competitividad del proyecto.
- **Cultura de la Innovación:** aplicarla mediante el incremento de maquinaria apropiada para la elaboración del producto, puesto que con ello se podrá evitar los cuellos de botella que se generan en la producción.
- **Cultura de Calidad:** la prioridad es mantener la esencia autóctona de la materia prima, garantizando la preparación del producto, y así lograr alcanzar la eficiencia deseada.
- **Cultura del medio ambiente:** la materia prima es 100% natural sembrado y cultivado de la mejor manera, para garantizar el cuidado del medio ambiente puesto que se utiliza químico en menor cantidad para su cultivo, por otro lado, las hojas del maíz son reutilizables para la elaboración de otros productos.
- **Desarrollo y bienestar del Recurso Humano:** se aplica este principio porque el personal es la base fundamental para la relación directa con el cliente y gracias a ellos se puede garantizar calidad de servicio.

2.04.04.02 Valores.

Son todas aquellas cosas que creemos importante para nuestras vidas, en el momento de compartir, trabajar, estudiar, convivir, entre otros. Estos valores determinan nuestras prioridades y el fondo son probablemente las medidas que se usan para conocer si nuestra vida está en el camino que deseamos. (Arones, 2015)

- Respeto: Considerar a los colaboradores como parte del crecimiento y futuros progresos, conservando el respeto como valor fundamental entre todos los que forman parte de este proyecto.
- Responsabilidad: Lograr que el personal asuma la consecuencia de lo que hace y deja de hacer, dentro de la microempresa y su entorno, cumpliendo a cabalidad sus tareas y lograr llegar al objetivo general.
- Honestidad: Que todo el personal actúe siempre con rectitud y veracidad, cumpliendo con el correcto proceder de la labor, brindando confianza a los clientes.
- Compromiso: Estar comprometidos con la calidad de los productos y el cuidado del medio ambiente
- Puntualidad: Enfocarse en el cumplimiento de las entregas al cliente, en el tiempo y lugar acordado, valorando y respetando el tiempo de los demás.

2.04.05 Gestión Administrativa.

La gestión administrativa es esencial para el desarrollo de la microempresa mediante, “La forma en que se utilizan los recursos escasos para conseguir los objetivos deseados. Se realiza a través de 4 funciones específicas: planeación, organización, dirección y control”. (PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA, 2009)

Toda empresa o microempresa debe contar con un organigrama porque en él se refleja el aporte administrativo que cada departamento brindará a fin de llegar al objetivo general, es por esto que en el proyecto la gestión administrativa es canalizada de la siguiente manera:



Figura 6. Organigrama de la Empresa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 13 *Plantilla del Personal*

PLANTILLA DE PERSONAL



Cargo	Departamento	# De Ocupantes
Coordinador General	Departamento de Administración	1
Vendedor	Departamento de Administración	1
Supervisor de Producción	Departamento de Producción	1
Asistente de Producción	Departamento de Producción	1
Total, Personal		4

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 14 *Ficha de empleado-Coordinador*

FICHA DE EMPLEADO	
Nombre del Puesto	Coordinador General
Asignación Salarial	\$412.38
Objetivo del Puesto	Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar todas las funciones organizacionales.
Principales Funciones del puesto	<ul style="list-style-type: none"> *Planificar y coordinación de recursos de la organización * Supervisar a sus subordinados * Conocer cada una de las áreas y el funcionamiento de éstas
Relaciones de Trabajo	Interno: Todo el personal Externo: Proveedores y Clientes
Género	Indistinto
Nivel Académico Requerido	Título de tercer nivel en área administrativa.
Experiencia Profesional	Haber trabajado en cargos similares mínimo 1 año
Destrezas, Técnica y/o conocimientos especiales	<ul style="list-style-type: none"> *Capacidad de toma de decisiones *Capacidad de Trabajo en equipo *Conocimiento en técnicas de negociación *Comunicación Asertiva.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 15 Ficha de empleado-Vendedor

FICHA DE EMPLEADO	
Nombre del Puesto	Vendedor
Asignación Salarial	\$396 + comisiones
Objetivo del Puesto	Contribuir activamente para la distribución del producto.
Principales Funciones del puesto	<ul style="list-style-type: none"> * Establecer un nexo entre el cliente y la microempresa. * Mantener el orden adecuado del producto para la venta. * Cerrar las operaciones de venta a los precios y condiciones determinados por la microempresa. * Programar el trabajo en su área, anticipando los objetivos de gestión en ventas y cobranzas.
Relaciones de Trabajo	Interno: Coordinador General, Supervisor de Producción. Externo: Clientes.
Género	Indistinto
Nivel Académico Requerido	Bachiller
Experiencia Profesional	Haber trabajado en cargos similares mínimo 1 año
Destrezas, Técnica y/o conocimientos especiales	<ul style="list-style-type: none"> * Nivel de Excel medio * Empatía con el cliente * Facilidad de palabra

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 16 *Ficha empleado- Supervisor de Producción*

FICHA DE EMPLEADO	
Nombre del Puesto	Supervisor de Producción
Asignación Salarial	\$411.40
Objetivo del Puesto	Trabajar en equipo para cumplir con el objetivo de producción bajo las especificaciones del producto, custodiando el correcto funcionamiento de la maquinaria asignada con el tiempo y calidad establecidos.
Principales Funciones del puesto	<ul style="list-style-type: none"> * Analizar y dar cumplimiento a las metas diarias. * Verificar la asistencia del personal a su cargo. * Programar el trabajo en su área, anticipando los objetivos. * Controlar las compras de materia prima y evitar su caducidad. * Motivar al personal bajo su cargo.
Relaciones de Trabajo	Interno: Todo el personal. Externo: Proveedores.
Género	Indistinto
Nivel Académico Requerido	Tecnólogo en Gastronomía
Experiencia Profesional	Haber trabajado en cargos similares mínimo 1 año
Destrezas, Técnica y/o conocimientos especiales	<ul style="list-style-type: none"> *Conocimiento de paquete Office *Comunicación Efectiva

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 17 *Ficha empleado-Asistente de Producción*

FICHA DE EMPLEADO	
Nombre del Puesto	Asistente de Producción
Asignación Salarial	\$396.00
Objetivo del Puesto	Elaborar el producto bajo los estándares de calidad, optimizando los recursos de manera eficiente.
Principales Funciones del puesto	<ul style="list-style-type: none"> *Proponer mejoras en el proceso. *Mantener en buen estado higiénico el área de producción. *Reducir las mermas durante el proceso de producción. *Utilizar de manera adecuada los implementos de higiene y seguridad.
Relaciones de Trabajo	Interno: Supervisor de Producción. Externo: No aplica
Género	Femenino
Nivel Académico Requerido	Bachiller
Experiencia Profesional	Tener conocimiento en el área de cocina
Destrezas, Técnica y/o conocimientos especiales	<ul style="list-style-type: none"> *Trabajo bajo presión *Motricidad fina *Optimizar tiempo
Fuente: Investigación propia	
Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara	



2.04.06 Gestión Operativa.

La gestión operativa puede definirse como un modelo de gestión compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejora de las organizaciones internas, con el fin de aumentar su capacidad para conseguir los propósitos de sus políticas y sus diferentes objetivos operativos. (ISOtools, 2015)

El producto está enfocado en la salud del consumidor debido a que el tostado contiene muchas vitaminas y grandes beneficios, de esta manera se comprometen a generar la mejor preparación. Por medio de la personalización de los pedidos así logrando mantener al cliente con mucha fidelidad y así generando una mejor relación entre el consumidor y el producto.



Figura 7 Diagrama de Gestión Operativa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

2.04.07 Gestión Comercial.

Con el objetivo de encontrar una definición acertada acerca de la gestión comercial el autor expresa que, “Es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing”. (Nunes, know.net, 2015)

La gestión comercial en el proyecto, ayuda a darse a conocer en el mercado promoviendo el producto para lograr venderlo, es por esto que se utilizará herramientas necesarias para conseguir enganchar al cliente de acuerdo a las políticas establecidas para tener eficacia en la entrega.

2.04.07.01 Marketing Mix.

El Marketing Mix ayuda a desarrollar una estrategia interna en el proyecto con base al estudio de mercado acerca del producto, y este ayudara al posicionamiento en el mercado al cual se pretende distribuir de acuerdo a las necesidades de los consumidores tanto en calidad, precio y promociones.

2.04.07.01.01 Producto.

En busca de definir un concepto de producto el autor expresa que, “Se conoce como producto a aquello que ha sido fabricado (es decir, producido)”. (Porto & Gardey, 2008)

Este proyecto ofrecerá una variedad de productos con diferentes presentaciones como (Tostado con chicharrón, chulpi, chocho, chicharrón de pollo, fritada de cerdo) con las cuales el consumidor puede escoger su producto acorde a su preferencia, entre un portafolio sugerido a precios competitivos de alta calidad e higiene,

resaltando su elaboración a manera tradicional en ollas de barro.

La presentación de este producto, para la distribución del mismo se la hará, en tarrinas plásticas transparentes de ½ libra.

2.04.07.01.01.01 Descripción del Producto.

El maíz es un cereal que posee varios nutrientes en:

- Vitaminas A, B y C.
- Fibra, que contiene los alimentos en el estómago durante un largo período, y te mantiene satisfecho entre comidas
- También es esencial para la digestión
- Sales minerales como potasio calcio y fósforo.
- Su textura es crujiente.

2.04.07.01.01.02 Logotipo.



Figura 8 Logo de la Empresa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Sumak Sara, como lo representa en su imagen significa en kichwa “Maíz Delicioso”, la mazorca es un alimento nutritivo la cual nos proporciona un sin número de beneficios.

2.04.07.01.01.03 Slogan.

Su sabor es mi adicción y su precio no tiene limitación

Figura 9 Slogan

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

El Slogan es “Su sabor es mi adicción y su precio no tiene limitación” Se consideró esta frase porque se resalta la calidad del producto.

2.04.07.01.02 Plaza.

La distribución o plaza es una herramienta de la mercadotecnia (las otras son el producto, el precio y la promoción) que los mercadólogos utilizan para lograr que los productos estén a disposición de los clientes en las cantidades, lugares y momentos precisos. (Definición de Distribución, 2019)

Tabla 18 *Descripción de Plaza*

Descripción	Información
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Cochapamba

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Con el propósito de encontrar la ubicación más ventajosa para la micro empresa SUMAK SARA estará ubicado en la provincia de Pichincha, parroquia Cochapamba del cantón Quito específicamente en la dirección. Martin Ochoa y pasaje E N8-20. Se consideró dicha plaza puesto que es una herencia por parte de una de las socias, para realizar la elaboración del producto.

2.04.07.01.03 Precio.

Con el objetivo de encontrar una definición acertada, “El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria”. (Burguillo, 2016)

En base a lo investigado se puede determinar que el precio es una de las variables más fácil de imitar, motivo por el cual es importante que el producto a ofertar sea de calidad y llene las expectativas de los consumidores, para este producto se utilizara la estrategia de precio psicológico específicamente “El poder de la seducción del 9”.

2.04.07.01.04 Promoción.

Sin duda alguna, “La promoción es la acción de transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos”. (Coutinho, 2017)

Estas herramientas son las más asentadas en la actualidad debido principalmente a su facilidad de obtenerla por su bajo costo. Frecuentemente se tendrá que promocionar y trabajar buscando nuevas estrategias que ayuden a que el producto se venda.

2.04.07.01.05 Publicidad.

Para la comercialización y distribución del producto se tomará en cuenta los siguientes medios de promoción:

- Muestras: Entregar muestra del producto a los posibles clientes.
- Flayers: por medio de los cuales se llegará hacia las tiendas, bares institucionales, kioscos y demás puntos que generen la venta del producto.
- Redes Sociales: Utilización de Facebook, WhatsApp e Instagram, porque con la visualización del producto y promociones facilita la venta.

CAPITULO III

3. Estudio de Mercado

3.01 Análisis del Consumidor

Con el objetivo de identificar el comportamiento del consumidor el autor menciona que, “Consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo”. (El análisis del consumidor, 2013)

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra.

3.01.01.01 Población.

Para el cálculo de muestra se considera que, “La población es un conjunto de sujetos o elementos que presentan características comunes. Sobre esta población se realiza el estudio estadístico con el fin de sacar conclusiones”. (Poblacion Estaditica, 2017)

El presente proyecto se desarrollará en el sector norte de la ciudad de Distrito Metropolitano de Quito específicamente en instituciones educativas ubicadas en este sector.

Tabla 19 *Población Segmentada a nivel comercial*

Variable	No. Habitantes
Población Unidades Educativas a nivel Bachillerato	664
Población Unidades Educativas a nivel Institutos Tecnológicos	14
Población Unidades Educativas a nivel Universidades	4
Población Segmentada	682

Fuente: Ministerio de Educación, Senescyt

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 20 *Población Segmentada a nivel Estudiantil*

Variable	No. Habitantes
Población Unidades Educativas a nivel Bachillerato	30959
Población Unidades Educativas a nivel Institutos Tecnológicos	6049
Población Unidades Educativas a nivel Universidades	30828
Población Segmentada	67836.2

Fuente: Ministerio de Educación, Senescyt

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Dentro del Distrito Metropolitano de Quito se encuentra cuatro circunscripciones, en el desarrollo de este proyecto el enfoque se realiza dentro de la circunscripción 1 correspondiente al Centro Norte de Quito, donde existen 16 parroquias que fueron utilizadas para el cálculo de la muestra.

3.01.01.02 Muestra.

Estadísticamente la muestra, “Es la parte de la población que se selecciona con el propósito de obtener información”. (Durand, 2014)

Tabla 21 *Datos de la Muestra Nivel Comercial*

Variable	Datos
Población = N	682
% Atributo deseado = P	50%
% Sin atributo deseado = Q	50%
Error de estimación aceptado= E	10%
Nivel de confianza = NC	90%
Valor Z según tabla = Z	1.90

Fuente: Ministerio de Educación, Senescyt

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 22 *Datos de la Muestra Nivel Estudiantil*

Variable	Datos
Población = N	67836
% Atributo deseado = P	50%
% Sin atributo deseado = Q	50%
Error de estimación aceptado= E	5%
Nivel de confianza = NC	95%
Valor Z según tabla = Z	1.96

Fuente: Ministerio de Educación, Senescyt

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Con la segmentación a nivel comercial realizada en este proyecto es importante recalcar que, para las encuestas a realizar, se tomara la totalidad de institutos (14) y de universidades (4) correspondientes al 20% asignado según número de parroquias pertenecientes a la zona norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Fórmula nivel comercial y estudiantil

- $Z^2 * N * p * q$
- $n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2(N-1) + (Z^2 * p * q)}$
- **n= 80**
- **n= 381**

Luego de aplicar la fórmula para calcular la muestra a nivel comercial se obtiene como resultado la aplicación de encuestas a bares estudiantiles ubicados dentro de las instituciones educativas pertenecientes al sector norte del Distrito Metropolitanos de Quito, para determinar la oferta de la demanda que puede tener el producto en el mercado.

Luego de aplicar la fórmula para calcular la muestra a nivel estudiantil se obtiene como resultado la aplicación de encuestas correspondientes a gustos y preferencias a estudiantes de las instituciones educativas pertenecientes al sector norte del Distrito Metropolitanos de Quito, para determinar la oferta de la demanda que puede tener el producto en el mercado.

Presentación

n= Tamaño da la muestra.

N= Tamaño de la población.

P= Probabilidad de éxito.

Z= Distribución normal en estadística según la tabla.

e = Límite aceptable de error del muestreo.

Q = probabilidad de fracaso.

3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información.

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. (Ledesma, 2014)

3.01.03 Encuesta.

Según la investigación realizada, “La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado”. (Ferrer, 2010)

El modelo de encuesta se presenta en el Anexo.

3.01.04 Análisis de la Información.

Para determinar el resultado de la tabulación se considera, “El análisis estadístico es un componente que, requiere recoger y escudriñar cada muestra de datos individual en una serie de artículos desde los cuales se puede extraer las muestras”. (El análisis del consumidor, 2013)

ENCUESTA A BARES

I. ¿De acuerdo a la siguiente escala como identifica el tamaño de su negocio?

Tabla 23 *Tamaño del Negocio*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Pequeña	45	56%
Mediana	27	34%
Grande	8	10%
TOTAL	80	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

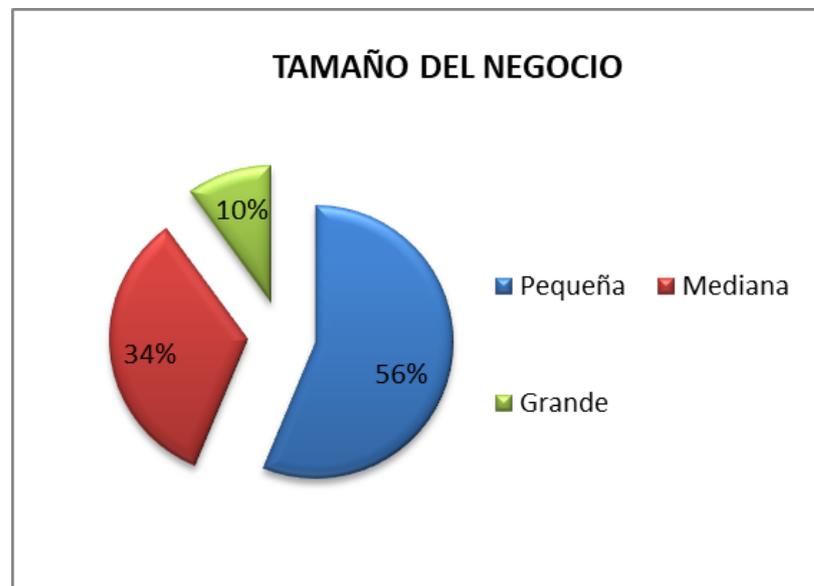


Figura 10 Tamaño del negocio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo al análisis se ha identificado que el 56% de negocios encuestados se encuentran como pequeños, porcentaje que favorece las relaciones comerciales entre microempresas puesto que, nuestra capacidad de inicio permitiría cubrir dicho porcentaje.

II. ¿Es propietario de otros bares, en distintas instituciones educativas?

Tabla 24 *Propietario de Otros Negocios*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	15	19%
No	65	81%
TOTAL	80	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

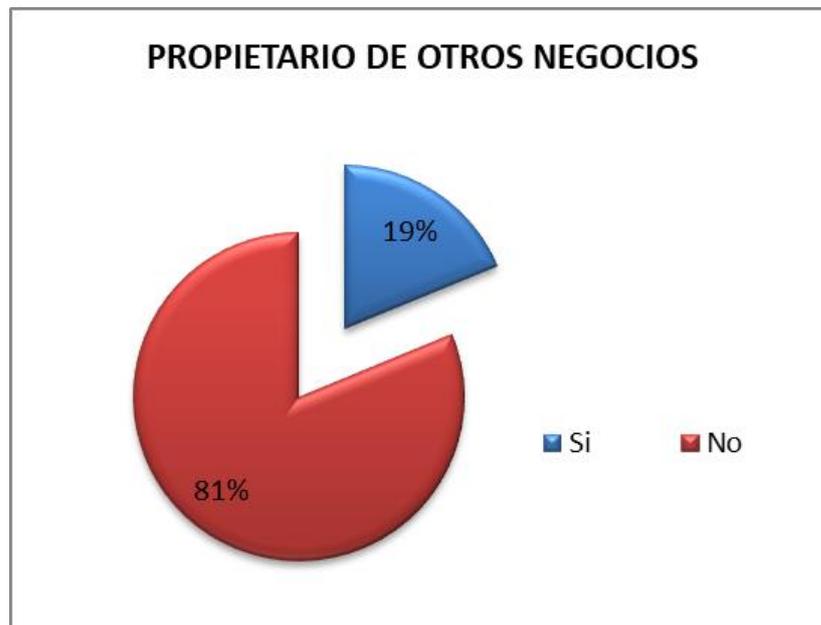


Figura 11. Propietarios de otros negocios

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Con el propósito de conocer la posible gestión comercial a realizar, establece que el 81% de los propietarios de los bares no posee más negocios en otras instituciones por lo que, dicha gestión a realizar sería más extensa para la acogida del producto.

1. ¿Vende usted alimentos nutritivos dentro de su negocio?

Tabla 25. *Venta de alimentos nutritivos*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	53	66%
No	27	34%
TOTAL	80	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

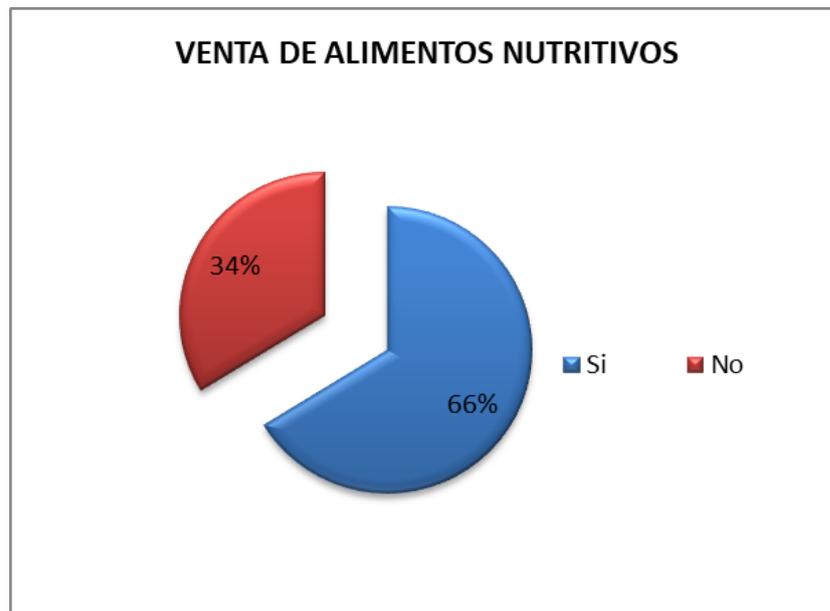


Figura 12. Venta de alimentos nutritivos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo al análisis se encuentra que el 66% de los bares venden alimentos nutritivos, esto refleja una ventaja para el ingreso del producto, puesto que, dando a conocer los beneficios del mismo tendrá mayor acogida en el mercado a distribuir.

2. ¿Con que frecuencia compra usted alimentos nutritivos para la venta en su negocio?

Tabla 26. *Frecuencia de compra*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
1 a 2 veces por semana	37	70%
Más de 2 veces en la semana	14	26%
Siempre	2	4%
TOTAL	53	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

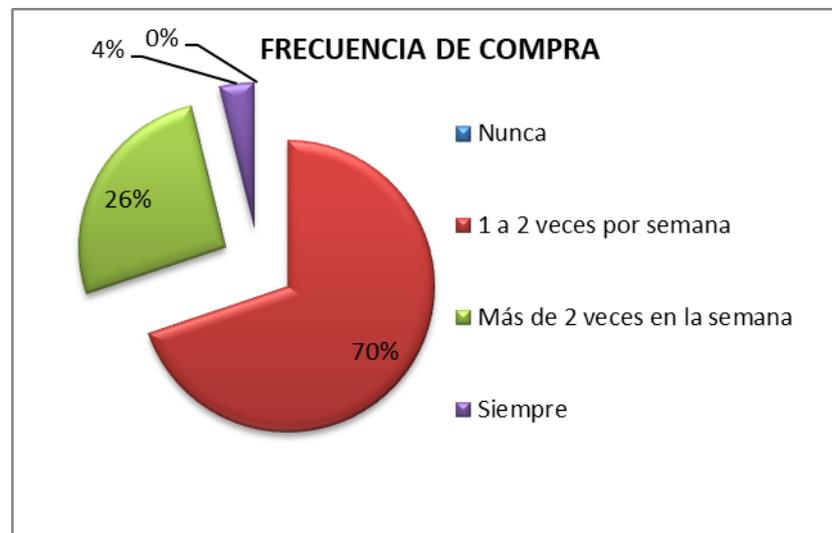


Figura 13. Frecuencia de compra

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo al gráfico No 13 representa que, el 70% de la frecuencia de compra es de 1 a 2 veces por semana considerando la división de la encuesta realizada, arrojando 53 personas que si venden alimentos nutritivos en su negocio.

3. ¿Dentro de su negocio vende comidas que contenga maíz tostado?

Tabla 27 Otras comidas con maíz tostado

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	26	49%
No	27	51%
TOTAL	53	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

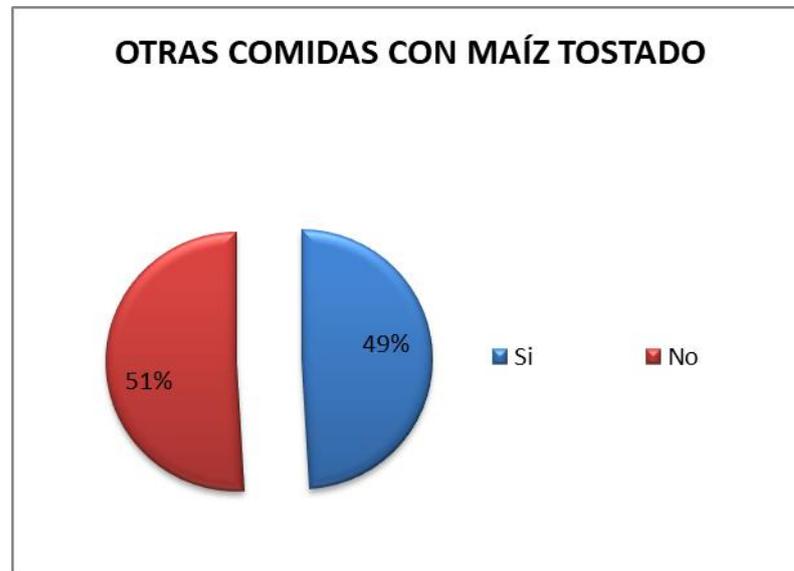


Figura 14. Otras comidas con maíz tostado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo a la pregunta No. 3 de la encuesta realizada, nos arroja un 51% que en los bares no venden comida que contenga el maíz tostado, este porcentaje podría ser de gran ayuda para la venta del producto debido a que se ingresará como únicos proveedores en la distribución de maíz tostado.

4. ¿Cuánto invierte en promedio para la compra de alimentos nutritivos durante la semana?

Tabla 28 *Promedio de compra*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De \$ 0 a \$ 50	10	19%
De \$ 51 a \$ 100	12	23%
De \$ 101 en adelante	31	58%
TOTAL	53	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

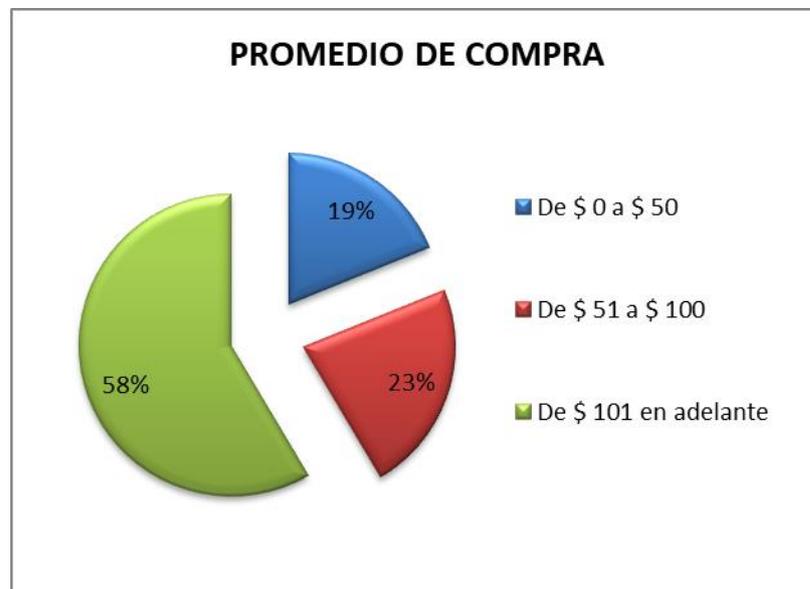


Figura 15. Promedio de compra

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo al análisis de la pregunta No. 4 el mayor porcentaje, que es el 58% de promedio de compra de alimentos nutritivos que invierten los bares, es favorable puesto que este indica que el producto tendrá mayor acogida por los beneficios que ofrece.

5. ¿Le gustaría vender maíz tostado en su negocio?

Tabla 29 *Vendería maíz tostado*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	41	51%
No	39	49%
TOTAL	80	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

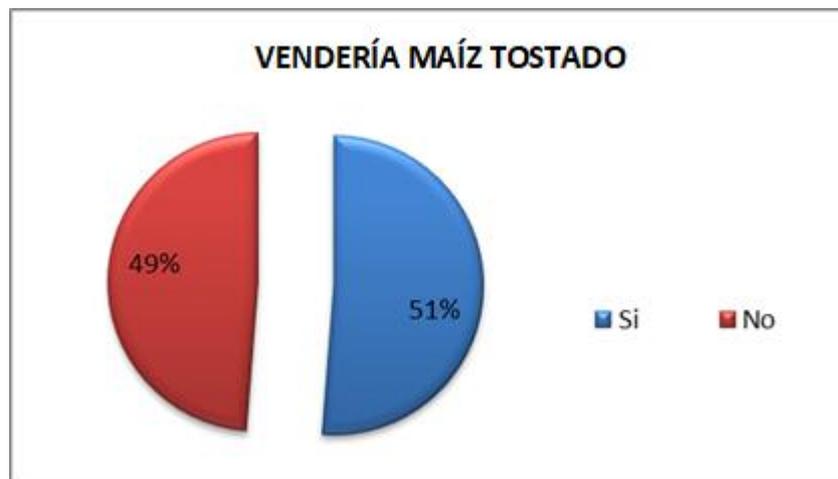


Figura 16. Vendería maíz tostado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

El porcentaje del 51% refleja la aceptación total de la muestra encuestada, valor que genera mayor producción y por ende se logrará tener mejor rentabilidad logrando disminuir el índice de desempleo en el país.

6. ¿Desearía implementar dentro de su negocio el beneficio de ofrecer comidas saludables para el estudiante?

Tabla 30 *Implementación de comidas saludable*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	17	63%
No	10	37%
TOTAL	27	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara



Figura 17. Implementación de comidas saludable

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo al análisis de la pregunta No. 6 de implantación de comidas saludable, teniendo un 63% de aceptación, considerando la división realizada en la encuesta arrojando 27 personas que no vendían alimentos nutritivos en su negocio lo cual demuestra la importancia que tienen las instituciones por velar el bienestar de los estudiantes y docentes al exigir que los bares vendan alimentos saludables.

7. ¿Le gustaría tener proveedores que le ofrezcan maíz tostado para venta en su negocio?

Tabla 31 *Proveedores*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	16	59%
No	11	41%
TOTAL	27	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

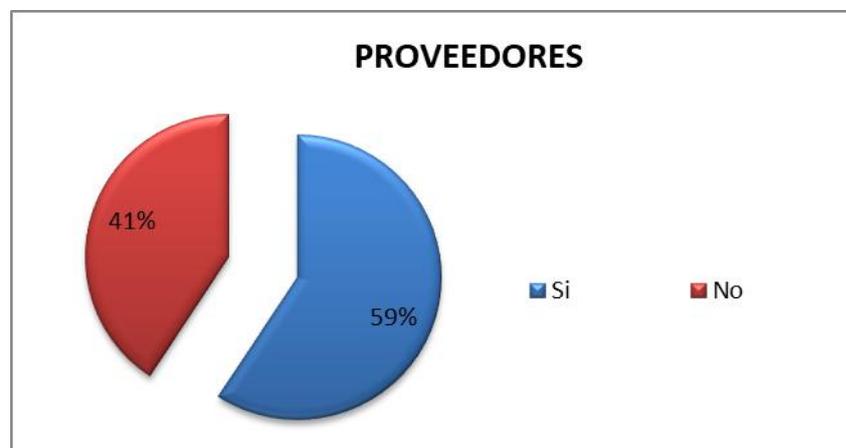


Figura 18. Proveedores

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo a la encuesta realizada de la pregunta No. 7, les gustaría tener proveedores que ofrezcan maíz tostado arroja un 59% de aceptación, lo cual demuestra que, con precios competitivos y calidad del mismo, se busca afianzar al cliente para la adquisición del producto.

8. ¿Está conforme con los productos que vende en su negocio?

Tabla 32 *Satisfecho con los productos de su negocio*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	20	74%
No	7	26%
TOTAL	27	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

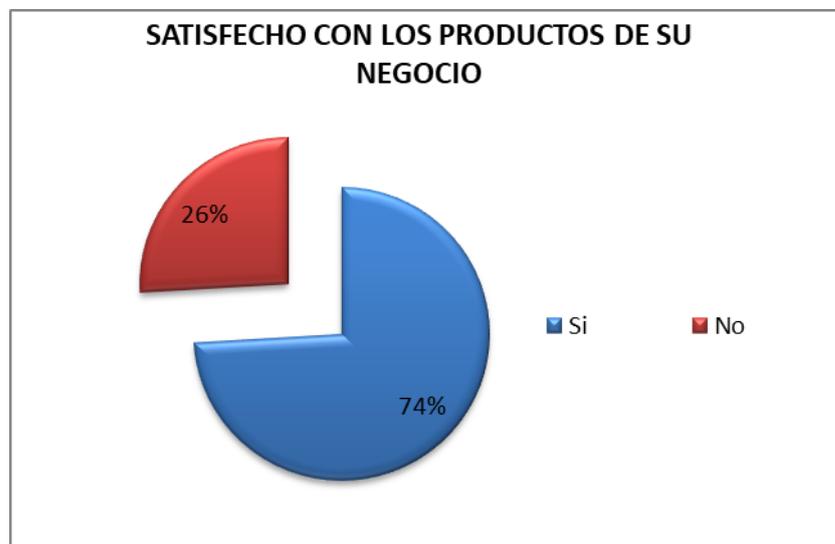


Figura 19 Satisfecho con los productos de su negocio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

La pregunta No. 8 proyecta un 74% es satisfacción de los clientes por los productos que venden en su negocio lo cual demuestra que el ingreso a dichos bares es más complicado puesto que, se necesitara de mayor estrategia de venta con la implementación de mayores promociones y variedad buscando ser aceptados.

ENCUESTA A CONSUMIDORES

I. ¿Género?

Tabla 33 *Género*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Masculino	121	32%
Femenino	260	68%
TOTAL	381	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

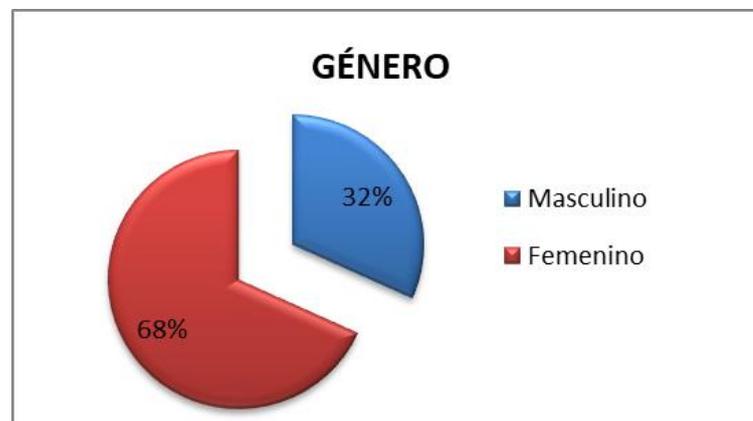


Figura 20 Género

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo al análisis estadístico se observa que el 68% de la población corresponde al género femenino

II. ¿En qué rango de edad se encuentra?

Tabla 34 *Rango de edad*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
7 a 12	36	9%
13 a 17	64	17%
18 a 22	27	7%
23 a 26	103	27%
27 en adelante	151	40%
TOTAL	381	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

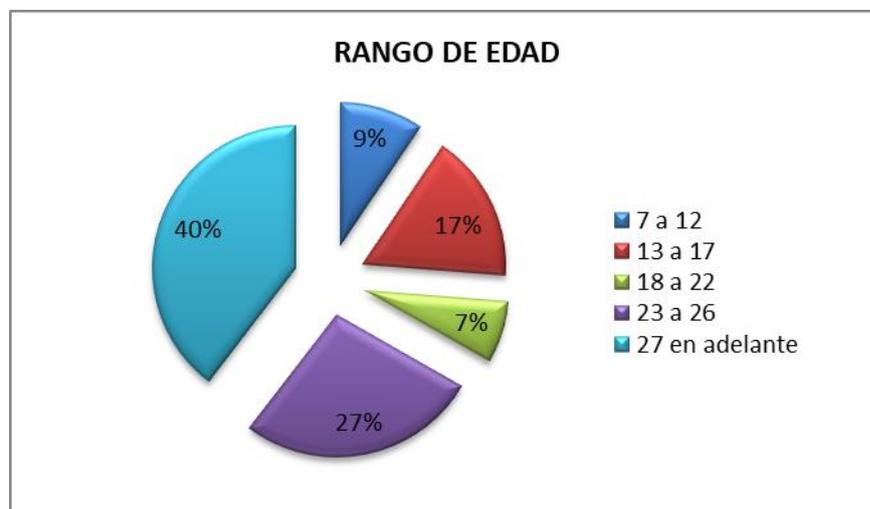


Figura 21. Rango de edad

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo al análisis se refleja, que la cantidad de encuestados se encuentra en edad de 27 años en adelante obteniendo un 40% de la muestra tomada.

- ¿Qué tan seguido consume alimentos nutritivos dentro de los bares de la institución?

Tabla 35 *Frecuencia en consumo*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	34	9%
1 a 2 veces por semana	86	23%
Más de 2 veces en la semana	230	60%
Siempre	31	8%
TOTAL	381	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

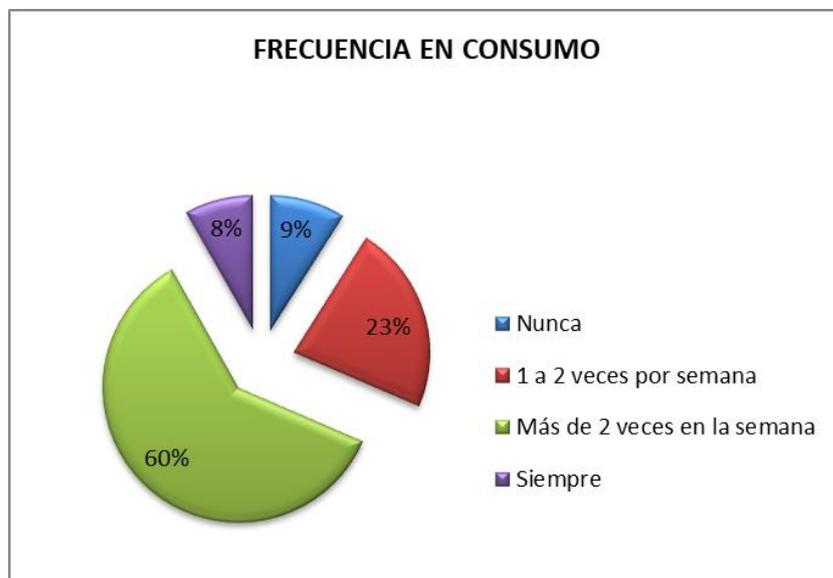


Figura 22. Frecuencia en consumo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo a la encuesta realizada, la frecuencia de consumo por parte de los estudiantes y docentes es de un 60% lo cual demuestra que el consumo de alimentos nutritivos va de la mano con la adquisición que realiza el bar de la institución.

2. ¿Determine el motivo por el cual usted consume alimentos nutritivos?

Tabla 36 *Preferencia de alimentos*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Por agrado	207	54%
Por salud	91	24%
Indiferente	83	22%
TOTAL	381	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

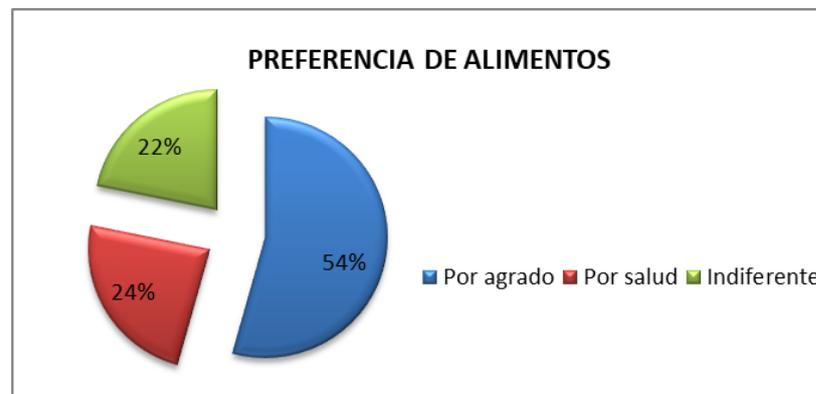


Figura 23. Preferencia de alimentos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo a la pregunta No. 4 de la encuesta realizada a los consumidores las preferencias por consumir alimentos nutritivos son del 54% lo que demuestra que lo realizan por agrado mas no por salud siendo este el motivo más importante por el que deberían consumirlo.

3. ¿Cuánto gasta en promedio para su refrigerio?

Tabla 37 *Gasto en refrigerio*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De \$ 0,50 cts. a \$ 1 dólar	236	62%
De \$ 1,50 a \$ 2 dólares	91	24%
De \$ 2,50 a \$ 3 dólares	54	14%
TOTAL	381	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

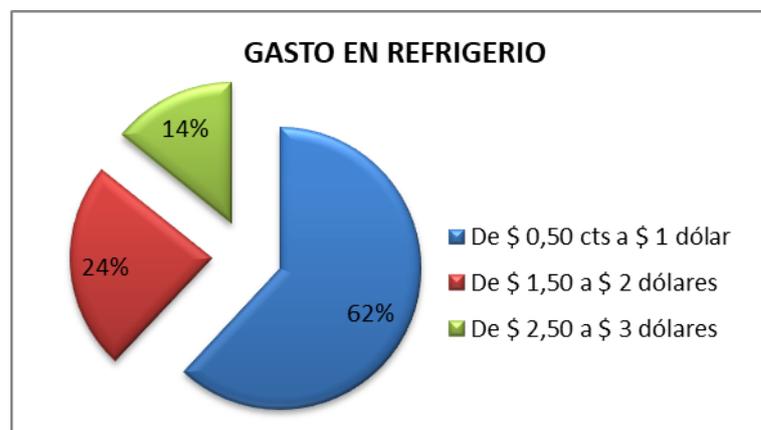


Figura 24. Gasto en refrigerio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

La pregunta No. 5 obtiene un 62% del promedio que tienen los consumidores para el break el cual es de \$ 0,50 a \$ 1 dólar, permitiendo establecer un precio acorde al alcance del consumidor, ajustándose al costo de producción.

4. ¿Estaría dispuesto a consumir maíz tostado?

Tabla 38. *Predisposición de consumo*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	301	79%
No	80	21%
TOTAL	381	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

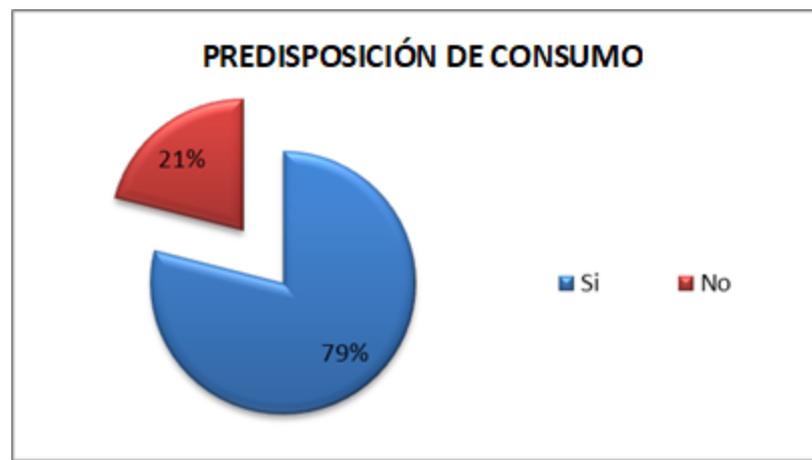


Figura 25. Predisposición de consumo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Esta pregunta arroja un 79% de predisposición a consumir maíz tostado valor que es beneficioso para el ingreso del producto a los bares de los centros educativos al sector norte de Quito.

5. ¿Con que le gustaría acompañar su maíz tostado?

Tabla 39 *Tipos de guarnición*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Tostado con chocho	61	16%
Tostado con chicharrón de cerdo	136	36%
Tostado con chicharrón de pollo	45	12%
Tostado con fritada de cerdo	47	12%
Tostado con chulpi	92	24%
TOTAL	381	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara



Figura 26. Tipos de guarnición

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo a la estadística que arroja la pregunta No. 7 establece que en un 36% los consumidores prefieren el maíz tostado acompañado de chicharrón de cerdo, aunque esta guarnición tenga un costo más alto se establecerá un precio accesible para los consumidores.

6. ¿En qué presentación prefiere adquirir el maíz tostado?

Tabla 40 *Presentación del producto*

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Fundas	100	26%
Tarrinas plásticas	281	74%
TOTAL	381	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

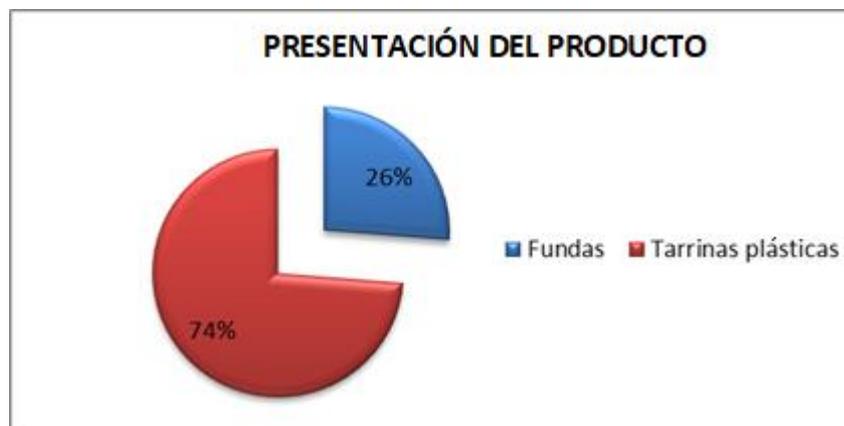


Figura 27. Presentación del producto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Se determina que el 74% de los consumidores le gustaría que la presentación del producto sea en tarrinas para tener mayor comodidad a la hora de servirse el maíz tostado y a su vez la facilidad al llevarlo cuando el producto no sea consumido en su totalidad.

3.02 Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. (Pedrosa, 2017)

3.02.01 Oferta Histórica.

Se realiza con el propósito de determinar información a tiempos determinados, con la finalidad de visualizar pronósticos sobre su comportamiento a futuro considerada como hipótesis dependiendo de los factores que influirán sobre este producto.

3.02.02 Oferta Actual

Brevemente el autor define que, “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado”. (Vargas & Cerna, 2007)

La oferta actual es aquella que permite poner al mercado, determinada cantidad de productos a libre competencia diferenciando el uno de otro de acuerdo con su calidad, precio.

Tabla 41 *Oferta actual Bares*

Variable	Datos
Demanda actual	360,532
Porcentaje aceptación de competencia	74%
Oferta Actual	266,794

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

3.02.03 Oferta Proyectada.

El objetivo de este análisis, es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado por la competencia, durante el periodo en que se va a evaluar el proyecto

Tabla 42 *Oferta Proyectada Bares*

Años	Demanda Proyectada	Porcentaje de la competencia	Oferta Proyectada
2019	365,940	74%	270,796
2020	371,430	74%	274,858
2021	377,001	74%	278,981
2022	382,656	74%	283,165
2023	388,396	74%	287,413

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

3.03 Productos Sustitutos

Sin duda alguna los consumidores buscan alternativas que reemplacen al producto original es por esto que, “Se puede decir que, dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad”. (Mktunlam, 2008)

Se determina como productos sustitutos, comida rápida vendida en bares institucionales.

3.04 Demanda

Comprende una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos. (Ucha, 2015)

3.04.01 Demanda Histórica.

Desde la perspectiva del autor la demanda histórica “Es utilizada como método de regresión y es necesario disponer de datos históricos; por ello se usaron los datos obtenidos con la técnica de analogía histórica para prever la demanda futura”.

(Puerta, 2016)

3.04.02 Demanda Actual.

Estimar la demanda actual de los productos que ya existen en el mercado se requiere la utilización de los datos en una estimación en el ámbito nacional, se recurre a los organismos gubernamentales encargados de recopilar publicar estadísticas.

Tabla 43 *Demanda actual Bares*

Variable	Datos
Población Objetivo	682
Porcentaje aceptación del producto	59%
Porcentaje de frecuencia	70%
# de veces	2 veces x semana
Total, demanda actual	22,533

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 44 *Demanda actual Estudiantes*

Variable	Datos
Población Objetivo	67836
Porcentaje aceptación del producto	23%
Porcentaje de frecuencia	60%
# de veces	2 veces x semana
Total, demanda actual	374,455

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 45 *Globalización Demanda*

Globalización Demanda	
Demanda Final Bares	22,533
Demanda Final Estudiantes	374,455
Número de tarrinas por 2 visitas a la semana a cada bar	16
Demanda Final	360,532

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Nota: Para este proyecto y el cálculo de su demanda, se consideró la demanda de los estudiantes y bares dividiendo los resultados a fin de obtener cuantas tarrinas de ½ se va a llevar a cada bar por las 2 visitas a la semana.

3.04.03 Demanda Proyectada.

Es la provisión de productos que se van a vender al mercado satisfaciendo las necesidades del consumidor de manera general o parcial.

Tabla 46 *Demanda Proyectada Bares*

Años	Demanda Actual	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2019	360,532	1.50%	365,940
2020	365,940	1.50%	371,430
2021	371,430	1.50%	377,001
2022	377,001	1.50%	382,656
2023	382,656	1.50%	388,396

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

3.05 Balance Oferta Demanda

Permite conocer si existe un déficit que debe ser cubierto por el proyecto o si este déficit puede ser cubierto progresivamente sin recurrir al proyecto, la magnitud de la cobertura del déficit ya depende de los recursos que posea la entidad ejecutora o de su programación anual de inversiones. (Leon, 2007)

3.05.01 Balance Actual.

Permite conocer si existe un déficit que debe ser cubierto por el proyecto o si este déficit puede ser cubierto progresivamente sin recurrir al proyecto, la magnitud de la cobertura del déficit ya depende de los recursos que se posea.

Tabla 47 Balance actual Bares

Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha Actual
360,532	266,794	93,738

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

3.05.02 Balance Proyectado.

El balance proyectado es aquel que nos permite identificar la demanda insatisfecha que puede existir en el mercado donde se da a conocer los bienes y servicios que nos satisfacen las necesidades de los clientes esto se lo realiza restando la demanda menos la oferta proporcionada. (Sandria, 2009)

Tabla 48 Balance actual Bares

Años	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Oferta Proyectada
2019	388,812	287,721	101,091
2020	394,644	292,037	102,607
2021	400,564	296,417	104,147
2022	406,572	300,863	105,709
2023	412,671	305,376	107,294

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

CAPITULO IV

4. Estudio Técnico

4.01 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (Rojas, 2007)

4.01.01 Capacidad Instalada.

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; 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, experiencia/conocimientos, etc. (Jara, 2015)

Tabla 49 *Capacidad instalada MOD*

MOD	Jornada diaria	Jornada en minutos
Supervisor de producción	8	480
Asistente de Producción	8	480
Total		960

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

La importancia del proceso de producción se determina con la participación de 2 colaboradores, que se encargaran del proceso productivo, generando ingresos para la microempresa.

Tabla 50 *Capacidad utilizada en guarniciones*

Detalle	Tostado con chocho	Tostado con chicharrón de cerdo	Tostado con chicharrón de pollo	Tostado con fritada de cerdo	Tostado con chulpi	Total
Capacidad diaria	40	91	30	30	60	252
Capacidad semanal	202	454	151	151	302	1260
Capacidad mensual	806	1814	605	605	1210	5040
Capacidad anual	9677	21773	7258	7258	14515	60480

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo a la tabla No 50 se determina que, para establecer la capacidad utilizada es importante que el colaborador trabaje en un 100% durante 8 horas sin ocasionar tiempos muertos. Esto permite que la producción sea más eficiente tomando los porcentajes de aceptación arrojados en la encuesta a estudiantes según la pregunta No.1 donde se refleja las distintas guarniciones que la microempresa va a ofrecer al mercado.

4.01.02 Capacidad Óptima

Se determina que, “La capacidad óptima de producción al considerar la capacidad de los equipos disponibles en el mercado y con esto analizar las ventajas y desventajas de trabajar cierto número de turnos de trabajo y horas extra”. (Baca, 2010)

Tabla 51 *Capacidad utilizada real en guarniciones*

Detalle	Tostado con chocho	Tostado con chicharrón de cerdo	Tostado con chicharrón de pollo	Tostado con fritada de cerdo	Tostado con chulpi	Total
Capacidad diaria	38	86	29	29	58	240
Capacidad semanal	192	432	144	144	288	1200
Capacidad Mensual	768	1728	576	576	1152	4800
Capacidad Anual	9216	20736	6912	6912	13824	57600

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

La capacidad óptima establecida en la tabla No 51 es considerando que el colaborador tendrá tempos calificados como pausas activas a fin de incrementar su motivación y así lograr la eficiencia del colaborador para cumplir con los requerimientos solicitados por los clientes.

Considerando que la demanda que se va a cubrir es de 61.45% esto indica que trabajando las ocho horas establecidas para cada colaborador de producción se logrará cubrir un gran el porcentaje de la demanda insatisfecha.

4.02 Localización

La localización tiene un efecto condicionador sobre la tecnología utilizada en el proyecto, tanto por las restricciones físicas que importa como por la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible. (Chain, 1991, pág. 142)

4.02.01 Macro-Localización.

Brevemente el autor expresa que la macro localización, “Consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región”. (Campos, 2016)

Tabla 52 *Macro localización*

Macro Localización	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Cotocollao
Sector	Porvenir

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

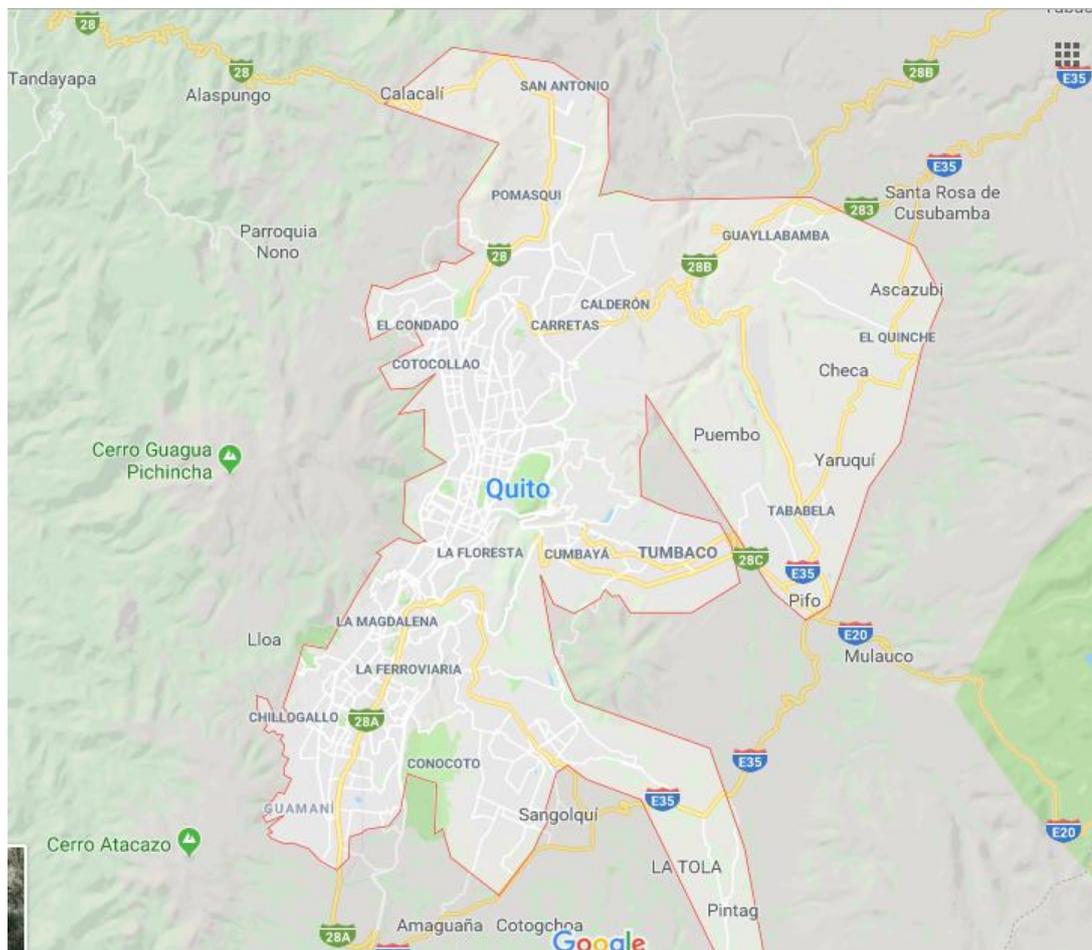


Figura 28. Mapa de Quito

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

4.02.02 Localización Óptima

Así mismo la localización óptima, “Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”. (Baca, 2010, pág. 86)

- Alternativa 1: Sector la Vicentina
- Alternativa 2: Sector San Carlos

Tabla 53 *Tabla Localización Óptima*

Factor Relevante	Peso asignado	Vicentina		San Carlos	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Mano de obra disponible	0,30	3	0,9	5	1,5
Costo de Arriendo	0,20	2	0,4	4	0,8
Servicios Básicos	0,10	1	0,1	2	0,2
Cercanía del mercado	0,20	4	0,8	4	0,8
Vías de acceso	0,20	5	1	4	0,8
Suma	1,00		3,20		4,10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo a la tabla No.53 Se toma en cuenta los factores más relevantes los cuales puede afectar la estabilidad de la microempresa, teniendo los sectores de la Vicentina y San Carlos para la realización del proyecto logrando obtener la alternativa más óptima el sector de San Carlos teniendo una puntuación de 4,10 de calificación ponderada.

4.02.03 Micro-Localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio. (Garduñogu, 2012)



Figura 29 Ubicación zonal

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

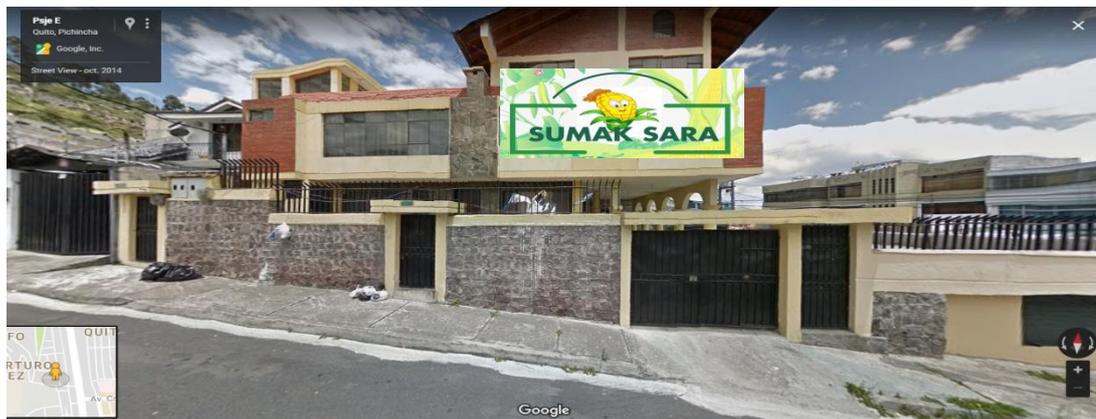


Figura 30 Ubicación zonal

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tomando en cuenta la micro localización Sumak Sara se establecerá en la calle Martin Ochoa y pasaje E N8-20 siendo el lugar más apto para la fabricación del producto que se va a distribuir.

4.03 Ingeniería del producto

Para la ejecución de un proyecto el autor determina que, “La Ingeniería de producto se refiere al proceso de diseño y desarrollo de un equipo, sistema o aparato de forma tal que se obtiene un elemento apto para su comercialización mediante algún proceso de fabricación”. (Amado, 2014)

Para él un buen funcionamiento de la microempresa se va a diseñar un proceso de fabricación, distribución y un buen manejo de las herramientas a utilizar, conjuntamente se la va adquirir la maquinaria necesaria y precisa para la elaboración del producto y así aportar al desarrollo del proyecto.

4.03.01 Definición del producto.

Con la investigación realizada, de acuerdo al criterio del autor establece que, “En esta parte debe darse una descripción exacta del producto o los productos que se pretendan elaborar. Esto debe ir acompañado por las normas de calidad que edita la secretaría de Estado o ministerio correspondiente”. (Baca, 2010)

El proyecto pretende ver si la fabricación y distribución del maíz tostado es viable o no en el mercado al que se pretende llegar cabe repetir que el producto es bastante conocido y de igual manera contiene muchos beneficios para la salud, pero para lograr la fabricación y comercialización se requiere de varias normas, registro sanitario que entrega de la secretaria nacional de salud de los alimentos.

4.03.02 Distribución de planta.

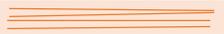
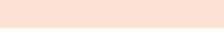
Por otra parte el autor considera la importancia de, “Distribuir las áreas en el terreno disponible, de forma que se minimicen los recorridos de materiales y que haya seguridad y bienestar para los trabajadores”. (Baca, 2010, pág. 127)

Es necesario tener los planos de donde se va a estar ubicada la planta esto facilitara a ubicar a los departamentos de acuerdo a las necesidades y requerimientos de cada uno y de igual manera tratar de buscar el bienestar de los colaboradores como de la microempresa si se llegara a tener que expandir las áreas.

4.03.02.01 Códigos de cercanía.

De igual manera los códigos de cercanía son, “Representado por letras y por líneas, donde cada letra (o número de líneas) representa la necesidad de que dos áreas estén ubicadas cerca o lejos una de la otra”. (Baca, 2010, pág. 127)

Tabla 54 Código de cercanía

Letra	Orden de Proximidad	Valor en líneas
A	Absolutamente necesaria	
E	Especialmente importante	
I	Importante	
O	Ordinario o normal	
U	Unimportant (sin importancia)	
X	Indeseable	
XX	Muy indeseable	

Fuente: Gabriel Vaca Urbina

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

4.03.02.02 Código de razón.

Finalmente los códigos de razón están, “Representado por números, cada número representa por qué se decide que un área esté cerca o lejos de otra”. (Baca, 2010, pág. 127)

Tabla 55 Código de razones

Número	Razón
1	Por control
2	Por higiene
3	Por Proceso
4	Por conveniencia
5	Por seguridad

Fuente: Gabriel Vaca Urbina

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

4.03.02.03 Matriz triangular.

Explica cómo están distribuidos los departamentos de la microempresa la cual te ayuda a mejorar los vínculos de cada uno de los procesos que se realizan, así mismo proporciona el desarrollo de las actividades a ejecutar.

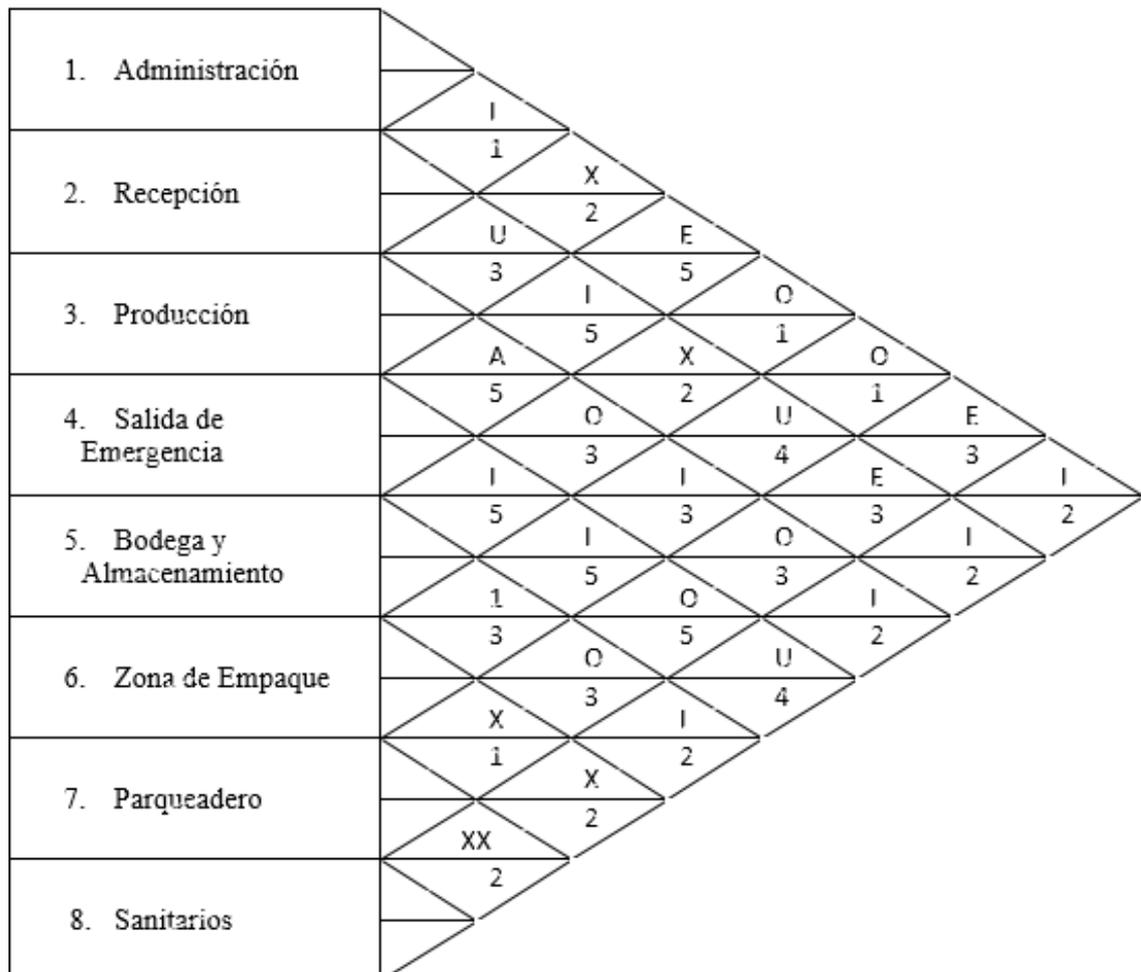


Figura 31 Matriz Triangular
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Para la distribución de la planta completa se ha considerado las distintas áreas además de la correlación que existe entre ellas, por tal motivo podemos observar en el diagrama de destrucción como el área administrativa, recepción y la zona de parqueadero se encuentran correlacionadas directamente por tener una secuencia en

“proceso” y “control”. Por otra parte, la zona destinada directamente a la producción, empaque y almacenado presentan correlación debido a la secuencia de procesos necesarios para el cumplimiento de las distintas funciones de las mismas, así mismo podemos observar la importancia de las salidas de emergencia cerca de estas zonas, como la presencia de sanitarios para mantener la seguridad e higiene.

4.03.03 Diseño de la planta

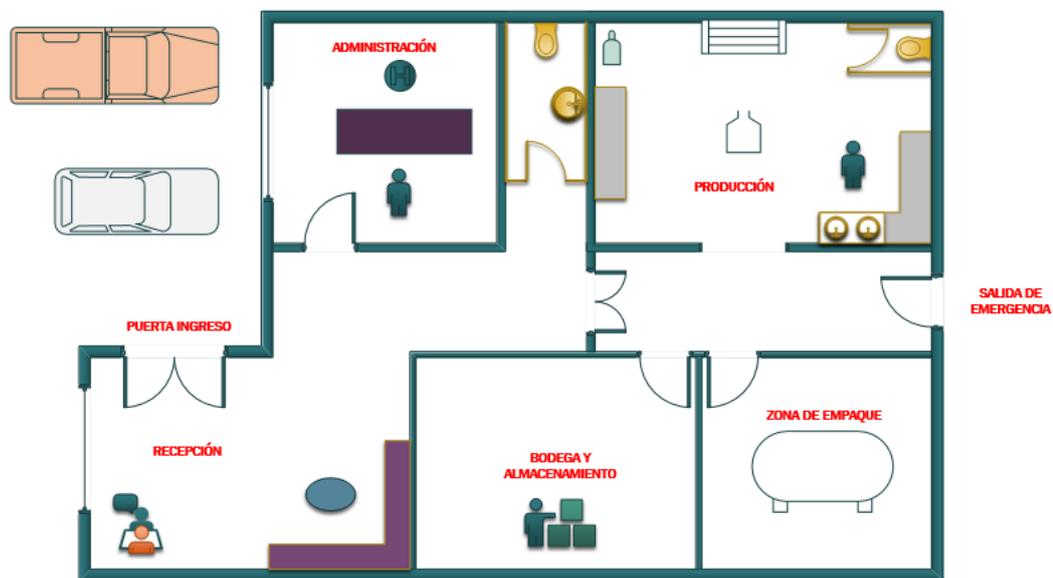


Figura 32 Plano de planta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 56 *Distribución de la Planta por Dimensiones*

Área	Dimensiones	Metros cuadrados
Área Administrativa	4.00 m x 4.00 m	16.00 m ²
Baño General	2.85 m x 1.40 m	3.99 m ²
Baño Producción	1.50 m x 0.90 m	1.35 m ²
Área Producción	6.00 m x 4.00 m	24.00 m ²
Pasillos General	2.00 m x 11.75 m	23.50 m ²
Pasillo Baño	1.15 m x 1.45 m	1.66 m ²
Bodega	5.20 m x 4.00 m	20.80 m ²
Zona de Empacado	4.00 m x 4.00 m	16.00 m ²
Zona Recepción	5.80 m x 4.00 m	23.20 m ²
Parqueadero	3.25 m x 6.00 m	19.50 m ²
Área Total	10.00 m x 15.00 m	150.00 m²

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

4.03.04 Proceso Productivo

En resumen de la investigación realizada, “El proceso productivo incluye un conjunto de actividades encaminadas a la transformación de los factores o recursos productivos en productos, bienes y/o servicios con el objetivo último de satisfacer la demanda del mercado”. (Riquelme, 2018)

Maíz tostado en olla de barro

Ingredientes:

- Maíz
- Aceite
- Cebolla
- Ajo
- Sal

Preparación:

- Se pone a calentar la olla de barro en fuego lento, cuando este caliente se coloca el aceite, la cebolla y el ajo.
- Luego de 2 minutos de coloca el maíz tostado.
- Se procede a revolver y mezclar el maíz tostado cada 2 minutos.
- Cuando este la mayor parte del maíz reventado y crocante, se coloca la sal al gusto para darle el toque final.
- Se deja enfriar, para después proceder con el empackado.

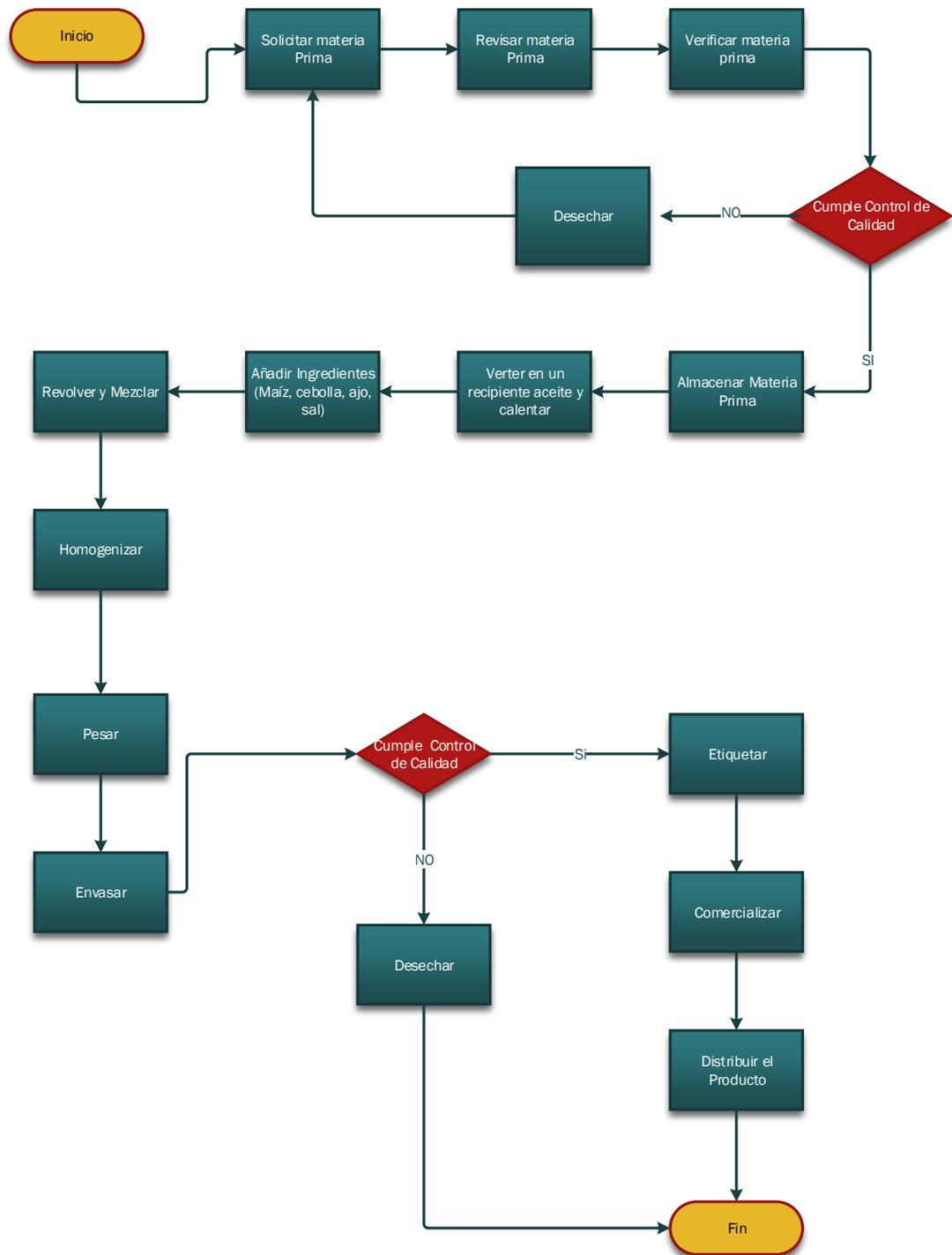


Figura 33 Elaboración del Maíz Tostado
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

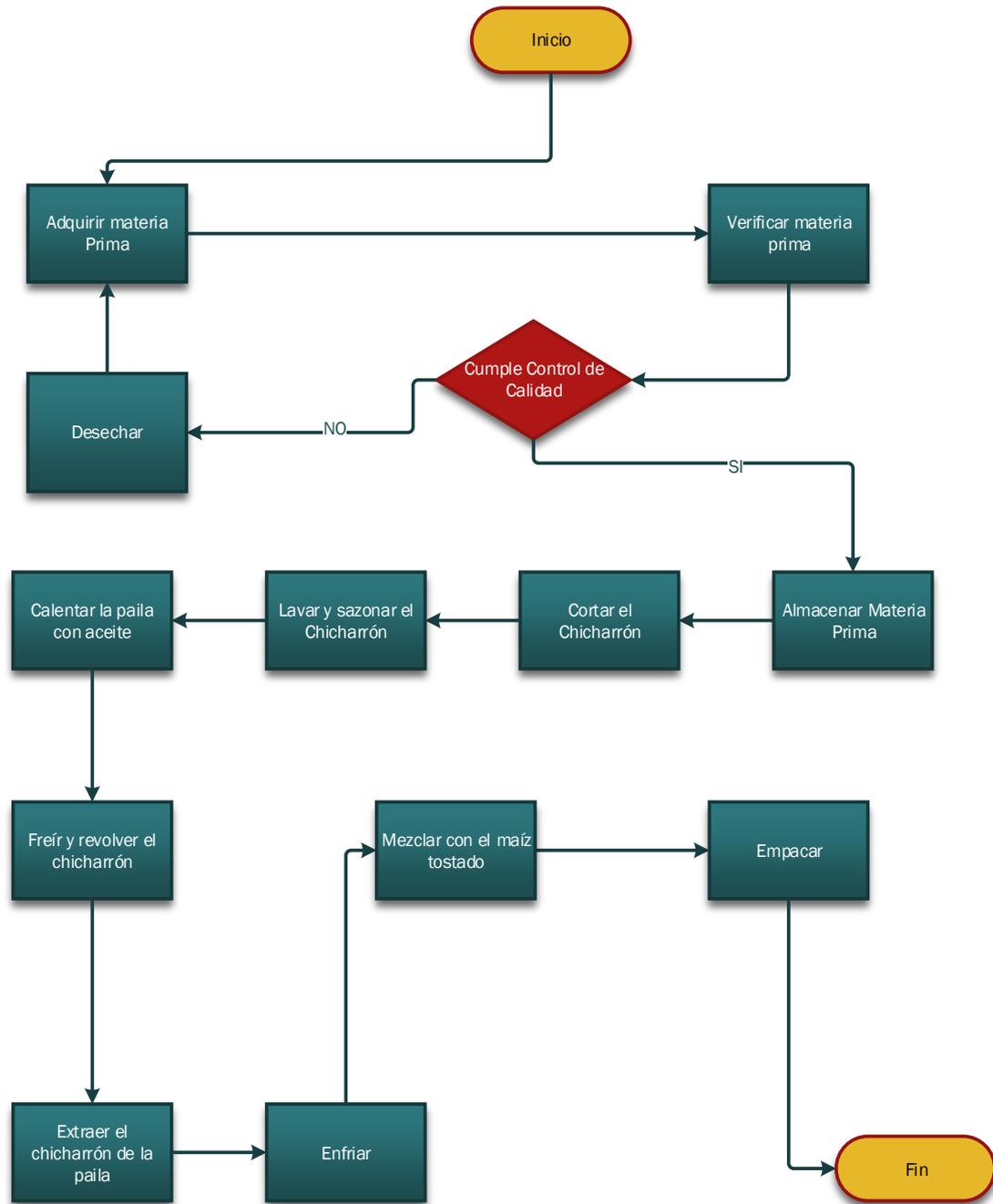


Figura 34 Preparación del Chicharrón de cerdo
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Karina Vergara

4.03.05 Maquinaria y Equipo

Las propiedades, la planta y equipo están constituidas por todos los activos tangibles adquiridos o construidos por un ente económico, o que se encuentran en proceso de construcción y son utilizados permanentemente en la producción de bienes y servicios, para arrendarlos o usarlos en la administración de un ente. (Chamorro, 2012)

Maquinaria y Equipo			
GRÁFICO	CANTIDAD	ESPEFICACIONES TÉCNICAS	OBJETIVO DE LA COMPRA
	1	COCINA INDUSTRIAL Marca: H&M Descripción: Cocina industrial de 3 quemadores con mueble Alto: 80cm Ancho: 70cm Precio: 100,00	Para realizar la producción de cocción en nuestro producto
	1	REFRIGERADOR Marca: WHIRLPOOL Descripción: Acero inoxidable, dos puertas, no frost. Alto: 149.5cm Ancho: 62cm Prof: 67cm Voltaje: 110-240V Precio: 529.00	Para refrigerar y conservar los alimentos que se utilizaran en la producción.
	1	LICUADORA Marca: OSTER Descripción: Motor de 600w Vaso de vidrio 1,25 lts Control giratorio de 3 velocidades Tapa hermética con copa medidora Voltaje: 110-240V Precio: 59,99	Utilizada en la elaboración de los complementos adicionales en la producción del producto.
	1	BALANZA Marca: BBG Descripción: MAX: 50Kg. d= 5g. 18 memorias. Display LED 2,5cm. Acumula productos pesados y NO pesados. Bandeja grande profunda 42x26x3cm. Cubierta plástica protectora. Batería 200 horas. Voltaje: 110-240V Precio: 45.00	Utilizada para pesar la cantidad correcta del producto que se va a poner en la las fundas y tarrinas.
Total, Maquinaria y Equipo		\$ 1529,97	

Figura 35 Maquinaria y equipo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Cuadro de Utensilios			
GRÁFICO	CANTIDAD	ESPEFICACIONES TÉCNICAS	OBJETIVO DE LA COMPRA
	2	PAILA Marca: Tefal Talent wok Capacidad:23,5 lt Alto:18 cm Material: Aluminio Tamaño:28 cm Color mango: Negro Precio: 30,00	Para cocinar y freír nuestros productos.
	2	CUCHARON Descripción: acero inoxidable. Medidas: 41 cm de longitud. Material: Aluminio Precio: 5,00	Mezclar los alimentos y verificar si ya está listo para servir. Colocar y utilizar en los empaques para su distribución.
	2	Marca: Ikea Longitud:20 cm Ancho:20 cm Material: Vidrio Precio: 9,99	Sacar el producto ya elaborado, listo para la distribución.
	2	Marca: LGT Diámetro: 11cm. Largo: 34cm. Grosor: 2,5mm. Precio: 3,00	Ayuda a sacar las frituras como es el tostado, chicharon y fritada,
	2	CAZUELAS FLOREADAS DE BARRO (CON TAPA) Tamaño: Extra Jumbo Medidas 39 x 12 cm Capacidad: 6 - 7 Kg Precio: 350.00	Para la elaboración del maíz tostado

Figura 36 Utensilios de cocina

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

CAPITULO V

5. Estudio Financiero

Es utilizado para la evaluación de un proyecto, inversión o emprendimiento, en donde se determina la viabilidad del negocio a realizar dentro de los tiempos planteados. Tomando en consideración las ventas que se estiman a realizar y los gastos que conlleva realizarlo.

5.01 Ingresos

5.01.01 Ingresos Operacionales.

Para las proyecciones de las ventas realizadas el autor define que, “Los ingresos operacionales de aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa”. (Mora, 2013)

Consideran Tres Aspectos:

- Materia Prima Directa (MPD)
- Mano de Obra Directa (MOD)
- Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

5.01.01.01 Cálculo de Ingresos Operacionales.

Para este cálculo se considera, “Exclusivamente los ingresos y gastos operacionales, que son los que están relacionados directamente con la actividad principal de la empresa”. (Mariacm, 2015)

Tabla 57 *Costo Unitario de Producción*

ITEM	Tostado con chocho	Tostado con chicharrón de cerdo	Tostado con chicharrón de pollo	Tostado con fritada de cerdo	Tostado con chulpi
Materia Prima	0.48	0.40	0.36	0.68	0.49
Mano de Obra Directa	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19
CIF	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33
Total	1.00	0.92	1.23	1.19	1.01

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 58 *Ingreso Operacional*

ITEM	Tostado con chocho	Tostado con chicharrón de cerdo	Tostado con chicharrón de pollo	Tostado con fritada de cerdo	Tostado con chulpi
Precio PVP	1.25	1.25	1.25	1.50	1.25
Costo	1.00	0.92	1.23	1.19	1.01
Utilidad Bruta	0.25	0.33	0.02	0.31	0.24

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 59 *Proyección de Ventas*

ITEM	2019	2020	2021	2022	2023
Tostado con chocho	11,520.00	12,142.08	12,797.75	13,488.83	14,217.23
Tostado con chicharrón de cerdo	25,920.00	27,319.68	28,794.94	30,349.87	31,988.76
Tostado con chicharrón de pollo	8,640.00	9,106.56	9,598.31	10,116.62	10,662.92
Tostado con fritada de cerdo	10,368.00	10,927.87	11,517.98	12,139.95	12,795.51
Tostado con chulpi	17,280.00	18,213.12	19,196.63	20,233.25	21,325.84
Ventas Totales	73,728.00	77,709.31	81,905.61	86,328.52	90,990.26

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.01.02 Ingresos no Operacionales.

Por otra parte los ingresos no operacionales, “Son entradas de fondos que derivan de una transacción que no obedece al giro principal del negocio o sus actividades conexas”. (Acosta, 2018)

5.02 Costos

Para definir los estados financieros es importante conocer los costos de los recursos a utilizar, es por ello que, “Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión”. (Porto J. P., 2008)

5.02.01 Costos Directos.

De tal manera que, los costos directos, “Es todo aquello que se puede asociar directamente a la producción de un solo producto, y por lo tanto solo debe figurar la contabilidad de costos de ese producto”. (Jose Ignacio Loaiza, 2012)

5.02.01.01 Prima Directa (MPD).

Se define como materia prima todo lo que forma parte del producto desarrollado, se identifica fácilmente su presencia en el producto terminado y que también es considerado como los costos que representan mayor porcentaje de inversión.

Tabla 60 *Materia prima directa*

Descripción	Tostado con chocho	Tostado con chicharrón de cerdo	Tostado con chicharrón de pollo	Tostado con fritada de cerdo	Tostado con chulpi
Maíz Tostado	6.14	13.82	4.61	4.61	9.22
Chicharrón de cerdo		15.00			
Chicharrón de pollo			4.00		
Fritada de cerdo				9.60	
Chochos	4.80				
Chulpi					8.64
Ajo macho	2.00	4.50	1.50	1.50	3.00
Cebolla larga blanca	0.27	0.61	0.20	0.20	0.41
Sal	0.10	0.23	0.08	0.08	0.15
Aceite	4.80			3.60	7.20
Total, Diario	18.12	34.17	10.39	19.59	28.62

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo a la tabla se puede observar los diferentes costos de la materia prima, dependiendo de cada guarnición solicitada por el cliente, considerando los porcentajes de aceptación según encuesta aplicada a estudiantes de instituciones educativas del sector norte de Quito.

5.02.01.02 Mano de Obra Directa (MOD).

La parte fundamental para llevar a cabo este proyecto es la mano de obra directa de acuerdo a lo establecido por el autor, “Representa el esfuerzo humano (físico o mental) que se emplea en el proceso de transformación de los materiales en producto terminado”. (JEALTORI, 2017)

Tabla 61 *Costo Unitario (MOD)*

ITEM	Tostado con chocho	Tostado con chicharrón de cerdo	Tostado con chicharrón de pollo	Tostado con fritada de cerdo	Tostado con chulpi
Tiempo de Producción	1	1	1	1	1
Proporción	38	86	29	29	58
Costo Unitario	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

De acuerdo a la tabla de costo unitario MOD refleja la producción diaria de 240 tarrinas de ½ libra, dividido en los porcentajes de aceptación por los consumidores dejando así el costo de mano de obra único para los cinco productos, según segmentación realizada en la tabla de capacidad utilizada del proyecto.

5.02.02 Costos Indirectos de Fabricación (CIF).

Se refiere a costo indirecto como todo lo que no es materia prima directa ni mano de obra directa, es decir que no se encuentra inmersa con la elaboración del producto. La importancia de estos costos radica en su correcta clasificación.

Tabla 62 *Detalle de Costos Indirectos de Fabricación*

Descripción	Cantidad	Costo Mensual
Arriendo	1	150.00
Servicios Básicos	1	164.50
Transporte	1	40.00
Insumos Indirectos	1	285.25
Mano de Obra Indirecta	1	950.00
Total	5	1,589.25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 63 *Costos Indirectos de Fabricación*

Descripción	Tostado con chocho	Tostado con chicharrón de cerdo	Tostado con chicharrón de pollo	Tostado con fritada de cerdo	Tostado con chulpi
CIF General	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Para el cálculo de costos indirectos de fabricación se consideró una suma total de todos los gastos establecidos en la tabla de detalle No. es por esto que el costo de fabricación por cada guarnición corresponde a \$ 0.33 Ctv. Resaltando que el valor es fijo debido a los porcentajes de aceptación establecidos inicialmente.

5.02.03 Gastos Administrativos.

Los gastos administrativos son necesarios para iniciar cualquier operación puesto que con las investigaciones realizadas, “Se trata de los gastos en los que incurre una empresa y que no están directamente vinculados a la fabricación, la producción o las ventas, sino a la organización en su conjunto en lugar de un departamento individual”. (Rodríguez, 2018)

Tabla 64 *Rol de Pago Administrativo*

No	Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	13 Sueldo	14 Sueldo	Fondos de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total
1	Coordinador General	50000	6000.00	500.00	396.00	0.00	250.00	669.00	7815.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 65 *Gasto Arriendo*

Descripción	Cantidad	Valor Mensual	Total Anual
Arriendo	1	150.00	1,800.00
Total	1	150.00	1,800.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 66 *Servicios Básicos*

Descripción	Cantidad	Valor Mensual	Total Anual
Agua	1	64.00	768.00
Luz	1	58.00	696.00
Teléfono	1	22.00	264.00
Internet	1	20.50	246.00
Total	4	164.50	1,974.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 67 *Transporte*

Descripción	Cantidad	Valor Mensual	Total Anual
Combustible	1	40.00	480.00
Total	1	40.00	480.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 68 *Proyección Gastos Administrativos*

Periodo	2019	2020	2021	2022	2023
Gastos Administrativos	12,069.00	12,672.45	13,306.07	13,971.38	14,669.94

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Los gastos administrativos tomados en cuenta para la proyección hasta el año 2023 es con los totales de gastos sueldo Coordinador General, arriendo, servicios básicos y transporte multiplicado por 5% de la tasa de variación del PIB del sector comercial.

5.02.04 Gastos de Ventas.

Según lo investigado para dar a conocer el producto en el mercado se incurre con gastos de ventas los cuales son, “Todo aquello que se invierte en producir una venta, excluyendo los gastos financieros, los impuestos sobre las ganancias y los generados por estudios y análisis previos”. (Rodriguez, 2018)

Tabla 69 *Rol de Pago Ventas*

No.	Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	13 Sueldo	14 Sueldo	Fondos De Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total
1	Vendedor	450.00	5,400.00	450.00	396.00	0.00	225.00	602.10	7,073.10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 70 *Publicidad*

Descripción	Cantidad	Valor Mensual	Total Anual
Flayers	1000	50.00	100.00
Muestras	100	25.00	75.00
Total	1100	75.00	175.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 71 *Proyección Gastos de Ventas*

Periodo	2019	2020	2021	2022	2023
Gastos de Ventas	7,248.10	7,610.83	7,991.37	8,390.94	8,810,49

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Los gastos de ventas, tomados en cuenta para la proyección hasta el año 2023 es con los totales de gasto sueldos vendedor, y publicidad, multiplicado por 5% de la tasa de variación del PIB del sector comercial.

5.02.05 Costos Financieros.

El autor menciona que los costos financieros, “Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento y funcionamiento operativo”. (Vasquez, 2013)

5.02.06 Costos Fijos.

Por otro lado los costos fijos son aquellos que, “Permanecen constante dentro de un rango relevante de tiempo, sin importar si cambia el volumen de la producción”.

(Rodríguez, 2016)

Tabla 72 *Costos Fijos*

Costos Fijos	Valores
Gasto Administrativo	12,069.00
Gastos de Ventas	7,248.10
Total Costos Fijos	19,317.10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.02.07 Costos Variables.

Finalmente los costos variables son aquellos que, “Cambian en proporción directa a los cambios en el volumen de producción”. (Rodríguez, 2016)

Tabla 73 *Costos Variables*

	Tostado con chocho	Tostado con chicharrón de cerdo	Tostado con chicharrón de pollo	Tostado con fritada de cerdo	Tostado con chulpi
Costos Variables	1.00	0.92	0.87	1.19	1.01

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.03 Inversiones

Para la realización de la microempresa es necesaria la inversión de un capital el cual, “Se refiere a la erogación de un activo líquido, con el objetivo de obtener un beneficio en el futuro”. (Concepto de Inversión, 2009)

5.03.01 Inversión fija.

Para lograr un entendimiento de inversión fija el autor define que, “Son aquellos recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto las inversiones Fijas tienen una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, muebles, enseres, vehículos, y otros”. (Paspuel, 2012)

5.03.02 Activos Fijos.

Con la investigación realizada se define que, los activos fijos son necesarios para el funcionamiento de la microempresa dado que, “Son todos aquellos bienes de uso que posee la empresa y que son utilizados en la actividad productora de ingresos y los mismos poseen una vida útil que no se extingue con el primer uso”. (Blinder, 2013)

Tabla 74 *Activos Fijos*

Cant.	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Vehículo	8,000.00	8,000.00
1	Cocina Industrial	100.00	100.00
1	Refrigeradora	529.00	529.00
1	Licuadora Oster	59.99	59.99
1	Balanza	45.00	45.00
1	Equipo de Oficina	274.28	274.28
1	Computadora Dell Core i5	513.28	513.28
1	Impresora Epson L4150 Multifunción	215.00	215.00
1	Estanterías de 6 niveles	85.00	85.00
1	Mesa de trabajo de 30" * 72" acero inoxidable	50.00	50.00
1	Escritorio en L	130.00	130.00
2	Silla estática	18.00	36.00
1	Archivador	64.99	64.99
2	Silla giratoria	55.00	110.00
Total			10,212.54

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.03.03 Activos Nominales (Diferidos).

Los Activos Nominales corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, estas son susceptibles de amortización y afectan al flujo de caja al representar una disminución en la renta imponible y que reflejan en los impuestos por pagarse. (Maldonado & Suarez, 2016)

Tabla 75 *Activos Diferidos*

Descripción	Valor
Patente Municipal	60.00
Registro sanitario	104.53
Permiso de Funcionamiento	22.90
Cuerpo de Bomberos	121.60
Gastos de Inicio de Operación	200.00
Valor Total	509.03

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.03.04 Capital de Trabajo

Como parte fundamental expresado por el autor, para el inicio de operaciones de la microempresa es necesario contar con el capital de trabajo debido que, es considerado, “Como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos como activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios)”. (Gerencie, 2018)

Tabla 76 *Capital de trabajo*

Descripción	1 mes	Total
Arriendos	150.00	150.00
Sueldos Personal	1,850.00	1,850.00
Servicios básicos	164.50	164.50
Materiales e Insumos	2,886.85	2,886.85
Publicidad	75.00	75.00
Transporte	40.00	40.00
Total	5,166.35	5,166.35

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.

Las fuentes de financiamiento establecen que, “Es el conjunto de capital interno y externo a la organización utilizados para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones”. (Nunes, 2016)

Tabla 77 *Inversiones*

Fuentes	Aporte	Participación
Recurso Propio socio 1	10,224.49	60%
Recurso Propio socio 2	6,816.30	40%
Total	17,040.81	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.03.06 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización).

Por otro lado la amortización, “Se refiere a reintegrar un capital, generalmente un pasivo (un préstamo, por ejemplo), a través de la distribución de pagos en el tiempo”. (Pedrosa, 2016)

5.03.07 Depreciaciones (tabla de depreciación).

De acuerdo a lo estipulado por el autor, las depreciaciones es una ventaja para las empresas porque, “Es una disminución en el valor de la propiedad debido al uso, al deterioro y la caída en desuso”. (Concepto de operación, 2018)

Tabla 78 *Depreciación*

Descripción	Año 0	Vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor en libros
Vehículo	8,000.00	5	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	-
Equipo y maquinaria	733.99	10	73.40	73.40	73.40	73.40	73.40	367.00
Muebles y Enseres	340.99	10	34.10	34.10	34.10	34.10	34.10	170.50
Estanterías	270.00	10	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	135.00
Equipos de Oficina	356.76	10	35.68	35.68	35.68	35.68	35.68	178.38
Equipos de Computación	728.28	3	242.76	242.76	242.76	-	-	-
TOTAL	10,430.02		2,012.93	2,012.93	2,012.93	1,770.17	1,770.17	850.87

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.03.08 Estado de Situación Inicial.

Este da a conocer todo lo que posee la microempresa y a su vez, “Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado”. (Robayo, 2012)

Tabla 79 *Estado de Situación Inicial*

Empresa Sumak Sara Estado de situación Inicial Al 31 de diciembre del 2019			
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Cajas Bancos	5,166.35	Cuentas por pagar	-
Cuentas por cobrar	-	Documentos por pagar	-
Inventarios	-	Total pasivo corriente	-
Total activo corriente	5,166.35	Pasivo largo plazo	-
Activos no corrientes		Préstamos a largo plazo	-
Terreno	-	Total pasivo largo plazo	-
Infraestructura	648.46	Total pasivo	-
Vehículo	8,000.00	Capital	17,040.81
Maquinaria	733.99	Capital	17,040.81
Equipo de oficina	356.76	Total patrimonio	17,040.81
Equipo de computación	728.28		
Muebles y Enseres	340.99		
Estanterías	270.00		
Menaje	795.98		
Total activo fijo	11,874.46	Total Pasivo + total patrimonio	17,040.81
Total activo	17,040.81		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.03.09 Estado de Resultado

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo. (Castro, 2015)

Tabla 80 *Estado de resultado proyectado*

DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	73,728.00	77,709.31	81,905.61	86,328.52	90,990.26
Costos fijos	18,829.40	19,140.09	19,455.90	19,776.92	20,103.24
Costos Variables	42,019.20	42,712.52	43,417.27	44,133.66	44,861.86
UTILIDAD BRUTA	12,879.40	15,856.71	19,032.45	22,417.94	26,025.16
Depreciaciones	2,012.93	2,012.93	2,012.93	1,770.17	1,770.17
Amortización	231.50	231.50	231.50	231.50	231.50
Gasto Publicidad	175.00	177.89	180.82	183.81	186.84
UTILIDAD OPERATIVA	10,459.97	13,434.39	16,607.19	20,232.46	23,836.65
COSTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	10,459.07	13,434.39	16,607.19	20,232.46	23,836.65
IMPUESTO A LA RENTA	2,301.19	2,955.57	3,653.58	4,451.14	5,244.06
PARTICIPACION LABORAL	1,569.00	2,015.16	2,491.08	3,034.87	3,575.50
(+) Reposición de activos		-	728.28	-	-
UTILIDAD NETA	6,589.78	8,463.67	9,734.25	12,746.45	15,017.09

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.03.10 Flujo de Caja

Brevemente el autor expresa que, “El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado”. (Kiziryan, 2015)

Tabla 81 *Flujo de caja proyectado*

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD OPERATIVA		10,459.97	13,434.39	16,607.19	20,232.46	23,836.65
COSTOS FINANCIEROS		-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		10,459.97	13,434.39	16,607.19	20,232.46	23,836.65
IMPUESTO A LA RENTA		2,301.19	2,955.57	3,653.58	4,451.14	5,244.06
PARTICIPACION LABORAL		1,569.00	2,015.16	2,491.08	3,034.87	3,575.50
(+) Reposición de activos			-	728.28	-	-
UTILIDAD NETA		6,589.78	8,463.67	9,734.25	12,746.45	15,017.09
DEVOL DEPREC		-	2,012.93	2,012.93	2,012.93	1,770.17
DEVOL AMORT		231.50	231.50	231.50	231.50	231.50
(+) valor de salvamento						9,579.15
FLUJO DE OPERACIONES		8,834.21	10,708.10	11,978.68	14,748.12	26,597.97
Activos Fijos		-11226				
Activos Diferidos		-648.46				
Capital de Trabajo		-5166.35				
TOTAL INVERSION		17040.81				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.04 Evaluación

De acuerdo al criterio del autor, para dar a conocer si el proyecto es viable o no se realiza, “La Evaluación que se entenderá como un Instrumento o Herramienta que provee información a quien debe tomar decisiones de inversión”. (Thompson, 2006)

5.04.01 Tasa de Descuento (TMAR).

De acuerdo a lo establecido por el autor se define que, “La tasa de descuento es el coste de capital que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro”. (Burguillo, 2015)

Tabla 82 *Tasa de Descuento*

Descripción	Variación
Tasa Activa Pymes	11.83%
Inflación	1.62%
TMAR O COSTO DE PRODUCCION	13.45%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.04.02 Valor Actual Neto (VAN).

De igual manera el, “Valor Actual neto (VAN) o Valor Neto Actual (VNA), es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con la misma”. (Granel, 2018)

$$VAN = -I_0 + \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^T}$$

$$VAN = 14,194.47$$

Una vez realizada la fórmula para el cálculo del VAN, el resultado es de \$ 14,194.47 valor que establece la viabilidad del proyecto.

5.04.03 Tasa Interna de Retoro (TIR)

Con la investigación realizada para establecer la TIR de la microempresa se determina que, “Es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión”. (Torres, 2016)

$$TIR = VAN = 0$$

$$0 = \sum \frac{Fn}{(1+i)^n} + (-Inversion)$$

$$TIR = 35\%$$

La tasa Interna de retorno expresa una rentabilidad del 35% en cuanto a la inversión realizada lo cual dará resultados positivos para la microempresa.

5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión).

Para conocer el tiempo en el que se va a recuperar la inversión realizada el autor define que, “Se analiza cuantos periodos (dependiendo de la base de medición en tiempo, ya sean meses, años, horas, entre otros que quiera pronosticar) me demoraré en recuperar la inversión inicial”. (León, 2017)

Tabla 83 *Periodo de Recuperación*

AÑO	INVERSIÓN	FLUJOS	VALOR ACTUAL	FLUJOS ACUMULADOS
0	- 17,040.81		(17,040.81)	(17,040.81)
1		8,834.21	7,786.88	(9,253.93)
2		10,708.10	8,319.62	(934.32)
3		11,978.68	8,203.43	(7,269.12)
4		14,748.12	8,902.64	16,171.75
5		26,597.91	14,152.23	30,323.99
Años				
Tiempo de Recuperación	2			

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

La recuperación de la inversión es de 2 años tiempo que a pesar de ser a mediano plazo será combatido con la reinversión de utilidad generada entre el año 1 y año 2.

5.04.05 Relación Costo Beneficio (RC/B)

Es una herramienta que permite, “El análisis coste/beneficio mide la relación entre el coste por unidad producida de un bien o servicio y el beneficio obtenido por su venta”. (Vázquez, 2016)

$$RC/B = \sum \frac{Fn}{(1+i)^n} \div (Inversion)$$

$$RC/B = 1,81$$

El RC/B calculado es de \$ 1,81 tomado de los ingresos y egresos del proyecto lo cual determina la rentabilidad puesto que la relación es mayor que la unidad.

5.04.06 Punto de Equilibrio

Con lo estipulado por el autor para determinar el volumen de ventas se utiliza el punto de equilibrio el cual, “Es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades”. (Ortiz, 2017)

Tabla 84 *Datos de Punto de Equilibrio*

Detalle	Tostado con chocho	Tostado con chicharrón de cerdo	Tostado con chicharrón de pollo	Tostado con fritada de cerdo	Tostado con chulpi	Total
Capacidad Anual	9216	20736	6912	6912	13824	57600
Precio PVP	1.25	1.25	1.25	1.50	1.25	
costos fijos	0.67	0.59	0.54	0.86	0.68	
costo variable unitario	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	
Costos Fijos	18829.40					

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.04.06.01 Punto de Equilibrio en Unidades

Tabla 85 *Siglas Punto de Equilibrio*

Descripción	Siglas
Margen de contribución unitario	MCU
Costo Variable	CV
Tasa de Participación	TP
Margen de contribución ponderado	MCP
Precio	P
Ventas del producto	Vts. Producto
Ventas Totales	Vts. Totales
margen de contribución ponderado total	MCPT
Costos Fijos	CF

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Tabla 86 *Datos de Punto de Equilibrio*

MCU=	P-CV	TP	Vtas del producto / Vtas Totales	MCP	MCU*TP	Pto. Equilibrio Total	Pto Equilibrio * Cada/Prod
MCU 1	0.92	TP 1	0.16	MCP1	0.15		3175.32
MCU 2	0.92	TP 2	0.36	MCP2	0.33		7144.48
MCU 3	0.92	TP 3	0.12	MCP3	0.11		2381.49
MCU 4	1.17	TP 4	0.12	MCP4	0.14		2381.49
MCU 5	0.92	TP 5	0.24	MCP5	0.22		4762.99
MCPT					0.96	19845.78	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

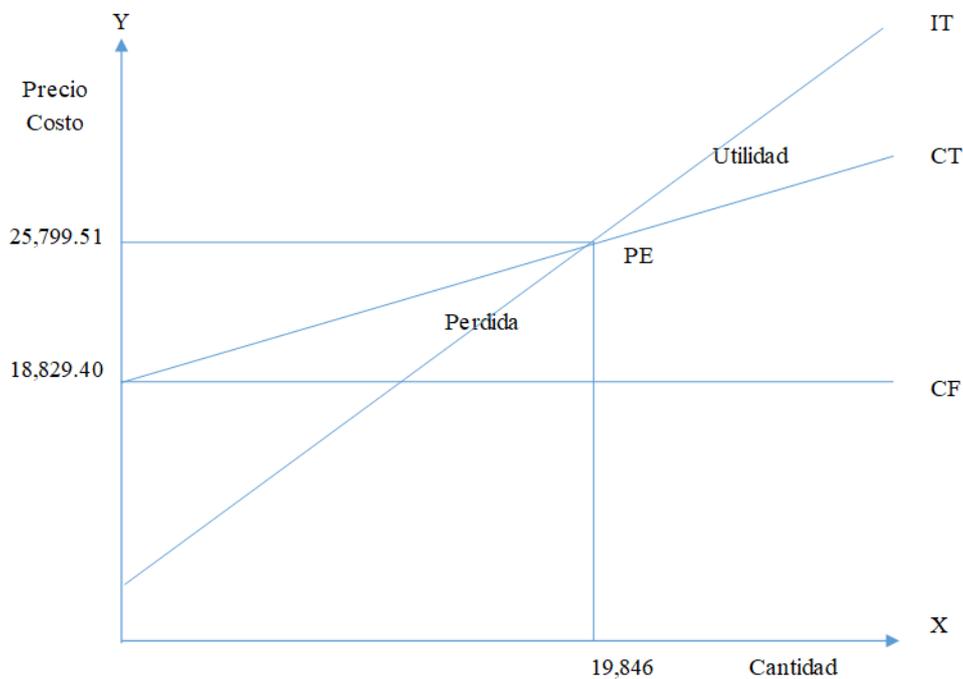


Figura 37 Punto de equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

5.04.07 Análisis de Índices Financiero

Para el análisis de índices financieros brevemente el autor expresa que, “Es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos”. (Hernandez J. L., 2005)

Tabla 87 *Índices Financieros*

Índices Financieros	2020
Total Activos	17040,81
Patrimonio	17040,81
Utilidad Neta	6589.78
Roa	39%
Roe	39%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Dayana Rivera, Karina Vergara

Para el cálculo de índices financieros se considera el total de activos, total patrimonio y la utilidad neta del primer año.

- **Rendimiento Sobre Activos (ROA):**

Mediante el cálculo realizado de la utilidad neta del primer año dividido para el total de activos, se obtuvo un Roa del 39%, índice que refleja que, por cada dólar invertido en estos recursos, su margen de ganancia es rentable para el proyecto.

- **Rendimiento Sobre Patrimonio o Capital Contable (ROE):**

Para obtener este resultado es necesario tomar la totalidad de la utilidad neta del primer año dividido para el patrimonio invertido, índice que demuestra que, por cada dólar invertido en el capital, se tendrá un rendimiento de 39%.

CAPITULO VI

6. Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

El impacto ambiental para Sumak se ve reflejado en el aceite que se utiliza para la elaboración del producto. El cual al recibir un tratamiento inadecuado como desecharlo por las cañerías causaría un daño a la flora y fauna del país debido a que el aceite no se mezclara con el agua y esto ocasiona que no sea oxigenado correctamente y que los rayos del sol no atraviesen las aguas e impidan la fotosíntesis de las plantas. Es por esto que para evitar la contaminación este ingrediente puede ser reciclado de varias maneras.

Puede ser reutilizado como

- Biocombustible
- Para realizar jabones biodegradables, ceras y barnices.

Sin embargo, con el afán de cuidar el medio ambiente y con el propósito de obtener un ingreso adicional para la microempresa. Sumak Sara opta por vender este residuo para ser reutilizable como biocombustible que es utilizado de diferentes maneras a criterio de la empresa que lo compran para su transformación final.

6.02 Impacto Económico

La microempresa tendrá un impacto económico en la disminución del índice de desempleo debido a que, con su creación generará fuentes de empleo, además, la implementación de la microempresa ayudara a la matriz productiva para la economía actual del país, debido que en los últimos años el crecimiento del PIB se ve altamente beneficiado por el sector comercial esto indica que Sumak Sara al ser una microempresa dedicada a la elaboración y distribución aportara a los ingresos económicos del país con proyecciones a futuro de generar mayor producción y así lograr ser reconocidos en el mercado.

6.03 Impacto Productivo

El impacto productivo para la creación de la microempresa es positivo por sus diferentes ventajas, entre ellas, la materia prima que se cultiva en diferentes provincias del país dejando sin efecto la necesidad de importar el producto, asimismo los ingresos que genera al país si se logra incentivar a pequeños emprendedores a cultivar y utilizar sus propios recursos para obtener ingresos y ofrecer producto de gran calidad producido en el país y no con la necesidad de exportar la materia prima para que después retorne como productos terminados con mayores costos.

6.04 Impacto Social

Sumak Sara aporta a la sociedad buscando cambiar los hábitos alimenticios dando a conocer los beneficios que genera el consumir maíz tostado para la salud, además que al cosecharlo las hojas que cubren a la mazorca del maíz es reusable para otras producciones como la elaboración de humitas etc.

Este proyecto motivara a las personas a emprender nuevos retos o propuestas que se habían planteado en algún momento de sus vidas y que las tenían pausadas por diferentes motivos, como el miedo al fracaso, el cual les impedía cumplir sus sueños y capacidad de creer económicamente proporcionando un producto de calidad hecho en el país.

CAPITULO VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Una vez realizado el estudio financiero la creación de esta microempresa es viable obtenido un TIR de 35% vs un TMAR 13.45%
- La ley Orgánica de soberanía alimentaria, da a conocer la importancia del consumo de alimentos sanos y nutritivos para las personas el cual debe ser implementado en las instituciones educativas en donde este proyecto está enfocado.
- Las importaciones de productos generan inestabilidad a las empresas puesto que se encuentran expuestas al alza de aranceles en cualquier momento del periodo, sin embargo, este no es el caso de Sumak Sara puesto que su materia prima directa se cultiva en varias regiones del país.
- Para la elaboración del producto se debe tener claros los procesos y funciones a desempeñar por cada colaborador, esto ayuda a evitar demora en la producción, logrando satisfacer al cliente en la entrega puntual de su pedido.

7.02 Recomendaciones

- Bajo el cumplimiento de las leyes establecidas por el estado, la microempresa cumplirá con los parámetros para su creación generando fuentes de ingresos.
- Crear estrategias de venta donde se dé a conocer la importancia de consumir alimentos nutritivos permitiendo el ingreso más rápido a las instituciones educativas donde está enfocado este proyecto.
- Contribuir al país con la compra de materia prima nacional, esto ayuda que los costos de la producción y venta del producto sean menores puesto que se evita la cancelación de aranceles por ser un producto nacional generando ingresos al país.
- Se recomienda dar una inducción de forma general y específica de la microempresa, para que cada colaborador sepa a quien dirigirse a la hora de presentar alguna inquietud sobre los procesos.

BIBLIOGRAFÍA

- Gerencie. (24 de Abril de 2018). Obtenido de <https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- Acosta, N. (14 de Diciembre de 2018). Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13107038/como-distinguir-entre-los-ingresos-operacionales-y-no-operacionales-de-un-estado-de-resultados>
- Amado, Y. (21 de Febrero de 2014). *Diseño e Ingeniería del producto*. Obtenido de <https://prezi.com/hip3waefcql/disenio-e-ingenieria-del-producto/>
- Arones, T. (15 de Noviembre de 2015). *Los valores*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/tonoarones/los-valores-55129475>
- Baca, U. G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Bembibre, V. (Enero de 2009). *Definicion de*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/cliente.php>
- Berumen, M. E. (2004). Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/mebb2/14.htm>
- Blinder, F. (25 de Febrero de 2013). Obtenido de <https://maestrofinanciero.com/activos-fijos/>
- Burguillo, V. (26 de Noviembre de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>
- Burguillo, V. (29 de Enero de 2016). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- Campos, D. (2016). ESTUDIO DE LOCALIZACION DE UN PROYECTO. *revistasbolivianas*.
- Carvajal, J. A. (16 de Noviembre de 2014). *Factores y Sectores Economicos*. Obtenido de <https://prezi.com/iphpiqykamlk/factores-y-sectores-economicos/>
- Castro, J. (18 de Feb de 2015). Obtenido de <https://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>
- Chain, N. S. (1991). *Preparación y evaluacion de proyectos*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana de Mexico.
- Chamorro, V. (23 de Mayo de 2012). Obtenido de <http://contaduria-publik.blogspot.com/>
- CNP. (2017). *CONSEJO NACIONAL DE PLANIFICACIÓN-ECUADOR*. Obtenido de

<https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/EcuadorPlanNacionalTodaUnaVida20172021.pdf>

CODIGO CIVIL. (22 de Mayo de 2016). *www.hgdc.gob.ec*. Obtenido de <https://www.hgdc.gob.ec/images/BaseLegal/Cdigo%20Civil.pdf>

Concepto de Inversión. (2009). Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/concepto-de-inversion>

Concepto de operación. (30 de Junio de 2018). Obtenido de <http://financierosudl.blogspot.com/2009/04/concepto-de-depreciacion.html>

Coutinho, V. (1 de Diciembre de 2017). *Qué es Promoción en la mezcla de marketing*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-el-marketing/>

Definición de Distribución. (2019). *Promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-distribucion.html>

DiCYT. (08 de Mayo de 2009). *AGENCIA IBEROAMERICANA PARA LA DIFUSIÓN DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA*. Obtenido de <http://www.dicyt.com/noticias/cientificos-de-ecuador-investigan-las-variedades-locales-de-maiz>

Durand, J. (19 de Abril de 2014). *Estadística, población, muestra y variables*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/jcarlos2509/estadistica-poblacion-muestra-y-variables>

Educación Financiera. (17 de Diciembre de 2014). *Coltefinanciera*. Obtenido de <https://www.coltefinanciera.com.co/educacion-financiera/tasas-y-tarifas/420-que-son-las-tasas-de-interes-pasivas-o-de-captacion-y-activas-o-de-colocacion>

El análisis del consumidor. (13 de Noviembre de 2013). *El análisis del consumidor*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>

El análisis del consumidor. (13 de Noviembre de 2013). *El análisis del consumidor*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>

Entorno de la empresa. (6 de Enero de 2018). *http://descuadrando.com*. Obtenido de http://descuadrando.com/Entorno_de_la_empresa

Ferrer, J. (2010). *TECNICAS DE LA INVESTIGACION*. Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>

Ficara. (3 de 04 de 2015). *FICARA*. Obtenido de Propulsión Empresarial: <http://ficprem.com/principios-y-valores-la-base-de-mi-empresa/>

Garduñogu. (24 de Enero de 2012). *Elaboracion de Proyectos Educativos y Sociales*. Obtenido de <http://garduno-elaboracion-de->

proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html

- Granel, M. (3 de Mayo de 2018). Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3892041-como-calcular-valor-presente-neto-ejemplos>
- Hanel, d. V., & Hanel, G. M. (2004). *Análisis Situacional*. Mexico: Universidad Autonoma Metropolitana.
- Heredia, V. (18 de Noviembre de 2018). La diabetes afecta a un 7,8% de la población en el Ecuador. *El Comercio*.
- Hernandez, J. L. (3 de Noviembre de 2005). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/tecnicas-de-analisis-financiero-los-indicadores-financieros/>
- Hernandez, P. (20 de Noviembre de 2008). *Factores Legales*. Obtenido de <http://factoreslegales.blogspot.com/>
- ISOtools. (26 de Marzo de 2015). *PLATAFORMA TECNOLÓGICA PARA LA GESTIÓN DE LA EXCELENCIA LOGIN+593 22236970*. Obtenido de <https://www.isotools.org/2015/03/26/que-es-la-gestion-operativa-de-una-empresa-y-como-mejorarla/>
- Jara, L. (Noviembre de 2015). Obtenido de <http://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>
- JEALTORI. (7 de Marzo de 2017). Obtenido de <https://jtorresrivero.wordpress.com/tag/mano-de-obra/>
- Jose Ignacio Loaiza. (25 de Junio de 2012). Obtenido de <https://es.slideshare.net/lori6802/costos-directos-indirectos>
- Kiziryán, M. (28 de Abril de 2015). Obtenido de <https://economipedia.com/author/m-kiziryán/page/3>
- Ledesma, R. (27 de Mayo de 2014). *Las técnicas de investigación*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos101/tecnicas-investigacion/tecnicas-investigacion.shtml>
- Leon, C. (2007). *eumed.net*. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/232/balance_oferta.html
- León, F. (19 de Junio de 2017). Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3606232-periodo-recuperacion-inversion-excel>
- Ley para la Equidad Tributaria. (29 de Diciembre de 2007). *LA ASAMBLEA CONSTITUYENTE*.

- LORSA. (2011). *LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA*. Obtenido de <https://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/pacha/wp-content/uploads/2011/04/LORSA.pdf>
- Maldonado, & Suarez. (2016). “*DISEÑO DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA*. UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR.
- Mariacm. (29 de Abril de 2015). Obtenido de <https://www.rankia.mx/blog/analisis-ipc/2766281-que-utilidad-neta-bruta-operacional>
- Mktunlam. (19 de Mayo de 2008). Obtenido de <http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/producto-sustituto/>
- Mora, J. P. (4 de Agosto de 2013). Obtenido de <https://prezi.com/azwhmo3eitls/grupo-41-ingresos-operacionales/>
- MX, E. D. (18 de Mayo de 2013). *Definición MX*. Obtenido de <https://definicion.mx/objetivo/>
- Nunes, P. (31 de Diciembre de 2015). *knoow.net*. Obtenido de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestion-comercial/>
- Nunes, P. (9 de Febreo de 2016). Obtenido de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/fuente-de-financiamiento/>
- Ortiz, G. (22 de Septiembre de 2017). Obtenido de <https://www.gerencie.com/punto-de-equilibrio.html>
- Paspuel, J. (2012). Obtenido de <https://es.slideshare.net/JimenaPaspuel/exposicion-inversion-fija>
- Pedrosa, S. J. (9 de Febrero de 2016). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/amortizacion-financiera.html>
- Pedrosa, S. J. (2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Pérez, P. J. (2012). *Definición de* . Obtenido de <https://definicion.de/empleo/>
- Pérez, P. J., & María, M. (2014). *Definición de* . Obtenido de <https://definicion.de/proveedor/>
- Poblacion Estaditica. (2017). *Universo Formulas*. Obtenido de <https://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/poblacion-estadistica/>
- Porto, J. P. (2008). Obtenido de <https://definicion.de/costo/>
- Porto, J. P., & Gardey, A. (2008). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/planeacion-estrategica/>

PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA. (13 de Marzo de 2009). *abc color*. Obtenido de <http://www.abc.com.py/articulos/principios-de-la-gestion-administrativa-1154671.html>

Puerta, D. A. (30 de Abril de 2016). *Scribd*. Obtenido de <https://www.scribd.com/document/311045573/Demanda-Historica-y-Futura-Modelo-1>

Raffino, M. E. (31 de Diciembre de 2018). *Conceptode*. Obtenido de <https://concepto.de/que-es-competencia/>

Raffino, M. E. (26 de Febrero de 2019). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/mision-y-vision/>

Riquelme, M. (6 de Abril de 2018). Obtenido de <https://www.webyempresas.com/proceso-productivo/>

Robayo, J. (30 de Octubre de 2012). Obtenido de <https://es.slideshare.net/javicorobayo/estado-de-situacin-inicial-ecuacin-contable-por-javier-robayo>

Rodriguez, A. (20 de Junio de 2018). Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13122539/gastos-de-venta-vs-gastos-administrativos>

Rodríguez, D. (13 de Mayo de 2016). Obtenido de <https://contabilidad.com.do/clasificacion-de-los-costos/>

Rojas, F. (14 de 11 de 2007). *mailxmail.com*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>

Sandria, J. M. (8 de Mayo de 2009). *slideshare.net*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/chaparro666/lectura-8-parte-2-estudio-de-mercado>

Segura, S. (26 de Septiembre de 2015). *Factores Politicos*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/zuanyseguradechavez/factores-politicos>

SIELOCAL. (05 de Agosto de 2014). *www.sielocal.com*. Obtenido de Producto-Interno-Bruto-(PIB)-por-sectores: [http://www.sielocal.com/informe/1246/Producto-Interno-Bruto-\(PIB\)-por-sectores](http://www.sielocal.com/informe/1246/Producto-Interno-Bruto-(PIB)-por-sectores)

Tejera, J. (13 de Julio de 2010). *Aporrea*. Obtenido de <https://www.aporrea.org/actualidad/a103977.html>

Thompson, J. M. (Septiembre de 2006). *Promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/proyecto/evaluacion-proyectos.html>

Torres, M. (18 de Noviembre de 2016). Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>

- Ucha, A. P. (16 de Julio de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Vargas, H. M., & Cerna, M. P. (2007). *BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20la%20oferta.htm>
- Vasquez, G. (9 de Noviembre de 2013). Obtenido de <https://prezi.com/x5aux4bhd-vj/costos-financieros/>
- Vázquez, R. (15 de Febrero de 2016). Obtenido de <https://economipedia.com/author/r-vazquez/page/3>
- Witch, J. J. (1995). *DICCIONARIO ECONÓMICO EMPRESARIAL* . Instituto Internacional de Investigaciones Empresas & Cambio .

ANEXOS 1 ENCUESTA BARES

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

“La presente encuesta se realiza con la finalidad de crear una empresa dedicada a la elaboración y distribución de maíz tostado en Instituciones Educativas, del sector norte de Quito”.

¡¡¡Sabias que ...!!!

El maíz tostado te ofrece un sin número de beneficios para la salud:

- Combate el estreñimiento
- Te ayuda a disminuir la ansiedad
- Combate la diabetes y problemas de hipertensión
- Además de contener vitaminas A, B y E

- Lea detenidamente cada pregunta en caso de no entenderla solicite la ayuda necesaria.
- Marque con una X la respuesta que crea conveniente.
- Contestar de forma honesta cada pregunta.

I. De acuerdo a la siguiente escala como identifica el tamaño de su negocio

Pequeño

Mediano

Grande

II. Es propietario de otros bares, en distintas instituciones educativas.

Si

No

Especifique: _____

1. Vende usted alimentos nutritivos dentro de su negocio.

Si

No

Nota: si su respuesta es sí continúe hasta la pregunta 5, si su respuesta es no continuar desde la pregunta 5 en adelante.

2. Con que frecuencia compra usted alimentos nutritivos para la venta de su negocio.

Nunca

1 a 2 veces por semana

Más de 2 veces en la semana

Siempre

3 Dentro de su negocio venden comidas que contenga maíz tostado.

Si No

4 Cuánto invierte en promedio para la compra de alimentos nutritivos durante la semana.

De \$ 0 Cts. a \$ 50

De \$ 51 a \$ 100

De \$ 101 en adelante

5 Le gustaría vender maíz tostado en su negocio.

Si No

6 Desearía implementar dentro de su negocio el Beneficio de ofrecer comidas saludables para los estudiantes.

Si No

7 Le gustaría tener proveedores que le ofrezcan maíz tostado para la venta en su negocio.

Si No

8 Está conforme con los productos que vende en su negocio.

Si No

ANEXOS 2 ENCUESTA A ESTUDIANTES

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

“La presente encuesta se realiza con la finalidad de crear una empresa dedicada a la elaboración y distribución de maíz tostado en Instituciones Educativas, del sector norte de Quito”.

¡¡¡Sabías que ...!!!

El maíz tostado te ofrece un sin número de beneficios para la salud:

- Combate el estreñimiento
- Te ayuda a disminuir la ansiedad
- Combate la diabetes y problemas de hipertensión
- Además de contener vitaminas A, B y E

- Lea detenidamente cada pregunta en caso de no entenderla solicite la ayuda necesaria.
- Marque con una X la respuesta que crea conveniente.
- Contestar de forma honesta cada pregunta.

I. Genero

Masculino Femenino

II. En que rango de edad se encuentra

7 a 12

13 a 17

18 a 22

23 a 26

27 en adelante

1. Que tan seguido consume alimentos nutritivos dentro de los bares de la institución.

Nunca

1 a 2 veces por semana

Mas de 2 veces en la semana

Siempre

NOTA: Si su respuesta es NUNCA, contestar a partir de la pregunta N°4, si usted consume alimentos nutritivos continuar con la presente encuesta.

2 Determine el motivo por el cuál usted consume alimentos nutritivos.

- Por agrado
- Por salud
- Indiferente

3 Cuánto gasta en promedio para su refrigerio

- De \$ 0.50 Cts. a \$ 1 dólar
- De \$ 1,50 a \$ 2 dólares
- De \$ 2,50 a \$ 3 dólares

4 Estaría dispuesto a consumir maíz tostado

- SI NO

5 Con que le gustaría acompañar su maíz tostado

- Tostado con Chocho
- Tostado con Chicharrón de cerdo
- Tostado con Chicharrón de pollo
- Tostado con fritada de cerdo
- Tostado con chulpi

6 En qué presentación prefiere adquirir el maíz tostado.

- Fundas
- Tarrinas plásticas

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Karina Vergara, Dayana Rivera.pdf (D51284715)
Submitted: 4/30/2019 4:20:00 AM
Submitted By: karinver123@hotmail.es
Significance: 7 %

Sources included in the report:

Guido Pilco Buñay.pdf (D38545955) Guido Efraín
Pilco Buñay.pdf (D30298396)
Bryan Marcelo Freire Torres TESIS COMPLETA.pdf (D37088841) ADRIANA
ELIZABETH MOPOSITA ROJANO.pdf (D30301134) ANDREA ELIZABETH
VACA TELLO.pdf (D30300570)
Guido Pilco Buñay.pdf(D38521400)
MAGALI MARIBEL CORAL ALMEIDA.pdf (D30286483)
Trabajocompleto.docx(D26699697) Estrella
LemaJessica.pdf(D23361182)
<https://enciclopediaeconomica.com/analisis-situacional/>
<https://es.slideshare.net/tonoarones/los-valores-55129475>
<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/mebb2/14.htm>
<https://maestrofinanciero.com/activos-fijos/>
<https://economipedia.com/definiciones/precio.html>
<https://www.hgdc.gob.ec/images/BaseLegal/Cdigo%20Civil.pdf>
<https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en->
<https://debitoor.es/glosario/cliente>
http://descuadrando.com/Entorno_de_la_empresa
<http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>
<https://economipedia.com/definiciones/empleo.html>
<http://factoreslegales.blogspot.com/>
<https://jtorresrivero.wordpress.com/tag/mano-de-obra/>
<https://es.slideshare.net/lori6802/costos-directos-indirectos>
<https://economipedia.com/author/m-kiziryan/page/3>
<http://mktuniam.blogspot.es/1211159940/producto-sustituto/>
<https://definicion.mx/objetivo/> <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestion-comercial/> <https://www.gerencie.com/punto-de-equilibrio.html>
<https://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/poblacion->
<https://definicion.de/planeacion-estrategica/>
<https://es.wikipedia.org/wiki/Principio>
<https://concepto.de/que-es-competencia/>

<https://concepto.de/mision-y-vision/>
<https://www.webyempresas.com/proceso-productivo/>
<https://www.promonegocios.net/proyecto/evaluacion-proyectos.html>
<https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
<https://economipedia.com/autor/r-vazquez/page/3>

Instances where selected sources appear:

60

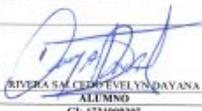


Ing. Tania Alomoto
CI 1723429070

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
NOMBRE TUTOR:		ALMOTO USHÑA TANIA BELÉN							
NOMBRE ESTUDIANTE:		RIVERA SALCEDO EVELYN DAYANA							
CARRERA:		ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS - PERSONAL							
TEMA DE TITULACIÓN:		ESTUDIO DE FACIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE MAÍZ TOSTADO EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL SECTOR NORTE DE QUITO 2018-2019							
IMPRESIÓN REPORTE:		Quito, 27 de marzo del 2019 07:47:59							
TIPO REPORTE:		ACUMULATIVO							
MODALIDAD:		INCUBADORA EMPRESARIAL			PERIODO:		OCT 2018_MAR 2019		
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC	
1	158046	2018-12-16	AUTONOMA	2018-12-16 09:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2018-12-16 13:00:00	4.00	INVESTIGACION Y REALIZACION DE LA JUSTIFICACION DEL PRESENTE PROYECTO	PROCESADO
2	158049	2018-12-18	INSITU	2018-12-18 17:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2018-12-18 17:45:00	0.75	REVISION AVANCE, LE APRECIA ERRORES DE FONDO SE ENVIA A CORREGIR AYUDANDOSE CON UNA PLANTILLA.	PROCESADO
3	158091	2019-01-08	INSITU	2019-01-08 17:30:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-08 18:15:00	0.75	PRESENTAN CORRECCIONES DE ESTE TEMA, ESTA ACORDE A LO REQUERIDO TANTO DE FORMA COMO DE FONDO, ESTA APROBADO.	PROCESADO
4	158092	2018-12-22	AUTONOMA	2018-12-22 10:30:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2018-12-22 14:30:00	4.00	CORRECCIONES ESTABLECIDAS EN ESTE TEMA TANTO DE FONDO COMO DE FORMA.	PROCESADO
5	158100	2019-01-05	AUTONOMA	2019-01-05 10:30:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-05 16:00:00	5.50	REALIZACION E INVESTIGACION PROFUNDA SOBRE LOS ANTECEDENTES, UN TEMA DE GRAN ANALISIS E INTERPRETACION.	PROCESADO
6	158101	2019-01-08	INSITU	2019-01-08 17:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-08 17:45:00	0.75	REVISION DEL AVANCE, SE APRECIA ERRORES EN ESPECIAL EN LAS CITACIONES HAY QUE MEJORAR LA INVESTIGACION EN ESTE TEMA, SE DA LA RESPECTIVA EXPLICACION PARA QUE REALICEN LOS CAMBIOS ESTA A TIEMPO EN SU TUTORIA.	PROCESADO
7	158103	2019-01-12	AUTONOMA	2019-01-12 10:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-12 17:00:00	7.00	REALIZACION DE LA CORRECCIONES, HAY ERRORES DE IMPACTO ALTO POR CAMBIAR.	PROCESADO
8	158105	2019-01-15	INSITU	2019-01-15 17:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-15 17:45:00	0.75	REVISION DE LOS CAMBIOS ESTABLECIDOS LA SEMANA PASADA, SE EVIDENCIA LAS CORRECCIONES HAY MEJORES.	PROCESADO
9	158108	2019-01-13	AUTONOMA	2019-01-13 10:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-13 16:00:00	6.00	INVESTIGACIONES Y SU RESPECTIVA CITA, REALIZACION DEL AVANCE E INVESTIGACION COMPLETA SOBRE EL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO
10	158109	2019-01-15	INSITU	2019-01-15 17:30:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-15 18:15:00	0.75	ESTA A TIEMPO CON SU AVANCE RESPECTIVO, AL REALIZAR LA REVISION HAY QUE CAMBIAR CIERTOS ELEMENTOS, MEJORAR LA REDACCION LA INVESTIGACION FALTA.	PROCESADO
11	159861	2019-01-19	AUTONOMA	2019-01-19 10:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-19 14:00:00	4.00	INVESTIGACION COMPLETA SOBRE ESTE TEMA, CORRECCIONES SOBRE LAS OBSERVACIONES QUE SE REALIZO EN LA TUTORIA ANTERIOR.	PROCESADO
12	159863	2019-01-25	INSITU	2019-01-25 17:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-25 18:00:00	1.00	PRESENTO A TIEMPO LAS RESPECTIVAS CORRECCIONES HAY ERRORES QUE SE REALIZO EN ESE MOMENTO EN ESPECIAL EN LOS ANALISIS, QUEDA APROBADO EL RESPECTIVO TEMA.	PROCESADO
13	159874	2019-01-26	AUTONOMA	2019-01-26 09:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-26 16:00:00	7.00	INVESTIGACION SOBRE EL ENTORNO LOCAL, COMPETIDORES, CLIENTES, PROPUESTA ESTRATEGICA.	PROCESADO
14	159948	2019-01-30	INSITU	2019-01-30 17:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-30 17:45:00	0.75	PRESENTO A TIEMPO EL RESPECTIVO AVANCE, SE EVIDENCIA LA MATRIZ DE COMPETIDORES DE PROVEEDORES, Y LA PROPUESTA ESTRATEGICA HAY QUE MEJORAR EN LA PARTE COMERCIAL Y REESTRUCTURAR LA FILOSOFIA EMPRESARIAL.	PROCESADO
15	159954	2019-02-02	AUTONOMA	2019-02-02 10:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-02-02 15:00:00	5.00	CORRECCIONES ESTABLECIDAS LA TUTORIA PASADA, E INVESTIGACION PARA LA REALIZACION DE LOS ERRORES.	PROCESADO
16	159969	2019-02-08	INSITU	2019-02-08 17:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-02-08 17:45:00	0.75	PRESENTACION A TIEMPO DE LAS RESPECTIVAS CORRECCIONES, HAY MUY POCOS ERRORES QUE SE ENVIA A CORREGIR PERO EN CONCLUSION ESTA MUY BIEN SE PROCEDE CON SU APROBACION.	PROCESADO
17	159975	2019-02-02	AUTONOMA	2019-02-02 09:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-02-02 15:00:00	6.00	INVESTIGACION SOBRE LA GESTION ADMINISTRATIVA Y PLAN DE MARKETING 4P.	PROCESADO
18	159977	2019-02-08	INSITU	2019-02-08 17:30:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-02-08 18:15:00	0.75	REVISION COMPLETA DE ESTA ETAPA HAY VARIOS ERRORES POR CORREGIR, POR EJEMPLO LAS FUNCIONES PARA CADA AREA Y MEJORAR LA REDACCION.	PROCESADO

19	159979	2019-02-09	AUTONOMA	2019-02-09 10:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-02-09 16:00:00	6.00	CORRECCIONES ESTABLECIDAS EN ESTA ETAPA MEJORAR LAS FUNCIONES Y OTROS ASPECTOS EN LA ADMINISTRACION.	PROCESADO
20	159987	2019-02-15	INSITU	2019-02-15 17:30:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-02-15 18:15:00	0.75	SE PRESENTA A TIEMPO CON EL RESPECTIVO DOCUMENTO SE APRECIA LAS CORRECCIONES ESTABLECIDAS LA REUNION ANTERIOR EL TRABAJO QUE SE REALIZA ES MUY BUENO, APROBADO ESTA FASE.	PROCESADO
21	168075	2019-02-22	INSITU	2019-02-22 16:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-02-22 17:00:00	1.00	PRESENTA A TIEMPO LOS AVANCES RESPECTIVOS, ESTA ETAPA NO ES COMPLICADA PUES ES EL RESUMEN DE LO ANTERIOR INVESTIGADO Y CORREGIDO ESTA APROBADO	PROCESADO
22	168077	2019-02-16	AUTONOMA	2019-02-16 10:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-02-16 20:00:00	10.00	IDENTIFICACION CORRECTAMENTE DE LAS AMENAZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y FORTALEZAS, REALIZACION DE LA MATRIZ Y SU ANALISIS.	PROCESADO
23	168177	2019-02-26	INSITU	2019-02-26 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-26 18:00:00	1.00	REVISION SE APRECIA QUE EN ESTA ETAPA NO HAY DIFICULTADES DE FONDO, HAY QUE MEJORAR LA ESTRUCTURA SIN EMBARGO ES UN BUEN TRABAJO LO QUE REALIZAN.	PROCESADO
24	168181	2019-02-23	AUTONOMA	2019-02-23 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-23 21:30:00	10.50	INVESTIGACION SOBRE EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR CON SU RESPECTIVA SEGMENTACION	PROCESADO
25	168185	2019-03-01	INSITU	2019-03-01 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-03-01 18:00:00	1.00	REALIZACION DE LA ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA	PROCESADO
26	168194	2019-02-28	AUTONOMA	2019-02-28 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-28 22:00:00	5.00	MODELO DE LA HERRAMIENTA A UTILIZAR, ENCUESTA Y DETERMINAR LA MUESTRA.	PROCESADO
27	168199	2019-03-02	AUTONOMA	2019-03-02 08:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-03-02 18:00:00	10.00	CORRECCIONES DE LA ENCUESTA Y SU CORRECTA APLICACION.	PROCESADO
28	168207	2019-03-08	INSITU	2019-03-08 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-03-08 18:00:00	1.00	REVISION DE LA ENCUESTA FALTA EL PROCESAMIENTO PARA QUE CUMPLEN ESTA ETAPA Y ASI PODER DETERMINAR LA OFERTA.	PROCESADO
29	168210	2019-03-10	AUTONOMA	2019-03-10 10:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-03-10 18:00:00	8.00	REALIZACION DEL PROCESAMIENTO Y EL RESPECTIVO CALCULO DE LA OFERTA.	PROCESADO
30	168218	2019-03-15	INSITU	2019-03-15 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-03-15 17:30:00	0.50	SI ENCUENTRAN A TIEMPO PRESENTA CORRECTAMENTE EL ESTUDIO DE LA OFERTA, ESTA APROBADO.	PROCESADO
31	168223	2019-03-22	INSITU	2019-03-22 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-03-22 17:45:00	0.75	ESTA ETAPA SE LA VIO BREVEMENTE EN EL FODA POR LO QUE SOLO ERA MEJORAR, PRESENTAN ESTAS CORRECCIONES Y ESTA APROBADO.	PROCESADO
32	168240	2019-03-16	AUTONOMA	2019-03-16 10:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-03-16 18:00:00	8.00	REALIZAR CORRECCIONES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	PROCESADO
33	168244	2019-03-23	AUTONOMA	2019-03-23 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-03-23 18:00:00	7.00	ANALISIS DEL PROCESAMIENTO DE LA ENCUESTA PARA ESTABLECER LA DEMANDA.	PROCESADO
34	168246	2019-03-29	INSITU	2019-03-29 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-03-29 17:45:00	0.75	DESPUES DE VARIAS CORRECCIONES EN LA DEMANDA FINALMENTE EN ESTA REUNION SE APRECIA EL DATO REAL DE LA DEMANDA, APROBADO.	PROCESADO
35	168249	2019-03-30	AUTONOMA	2019-03-30 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-03-30 22:45:00	9.75	UNA VEZ CALCULADO LA DEMANDA SE DEBE INVESTIGAR LA TASA DE CRECIMIENTO PARA LA PROYECCION Y REALIZAR EL CALCULO.	PROCESADO
36	168251	2019-04-01	INSITU	2019-04-01 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-04-01 17:30:00	0.50	SE REvisa EL RESPECTIVO CALCULO Y SE APRECIA QUE ESTA CORRECTAMENTE EJECUTADO ESTA APROBADO.	PROCESADO
37	168252	2019-04-03	AUTONOMA	2019-04-03 16:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	0000-00-00 00:00:00	[INVALIDO]	REALIZACION DE LA CAPACIDAD DISEÑADA INSTALADA Y REAL EN BASE A LA MAND DE OBRA.	PROCESADO
38	168255	2019-04-05	INSITU	2019-04-05 17:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-04-05 17:45:00	0.75	SE REVISÓ A CARALIDAD ESTA ETAPA SE DEBE CONSIDERAR PEQUEÑOS AJUSTES SIN EMBARGO ESTA ETAPA ESTA MUY BIEN SE PROCEDE A SU APROBACION.	PROCESADO
39	168258	2019-03-31	AUTONOMA	2019-03-31 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-03-31 20:00:00	8.00	SE REALIZO LA MATRIZ DE PONDERACION EN DONDE ESTA INMERSO LOS POSIBLES LUGARES PARA EL ESTABLECIMIENTO DEL NEGOCIO.	PROCESADO
40	168258	2019-04-05	INSITU	2019-04-05 17:45:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-04-05 18:30:00	0.75	SE PRESENTA A TIEMPO A LA REUNION CON SU AVANCE RESPECTIVO ESTA MUY BIEN ELABORADO NO HAY OBSERVACIONES ESTA APROBADO.	PROCESADO
41	168260	2019-04-06	AUTONOMA	2019-04-06 10:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-04-06 18:00:00	8.00	REALIZAR LOS PROCESOS EN UN FLUJO GRAMA DETALLANDO CADA ACTIVIDAD.	PROCESADO
42	168262	2019-04-12	INSITU	2019-04-12 17:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-04-12 18:00:00	1.00	REVISION SE DETERMINO EN REUNIONES ANTERIORES LA RESPECTIVA CORRECCION, HOY PRESENTAN CON LAS MEJORAS ESTABLECIDAS.	PROCESADO

43	168264	2019-04-15	INSITU	2019-04-15 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-04-15 18:00:00	1.00	REVISIÓN DEL AVANCE DE INGRESOS, HAY CORRECCIONES QUE REALIZAR NO ESTA ESTABLECIDO CORRECTAMENTE EL MARGEN DE GANANCIA	PROCESADO
44	168267	2019-04-13	AUTONOMA	2019-04-13 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-04-13 19:00:00	8.00	INVESTIGACION PREVIA SOBRE CUALES SON LOS INGRESOS OPERACIONALES Y CÁLCULOS RESPECTIVOS	PROCESADO
45	168269	2019-04-18	INSITU	2019-04-18 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-04-18 18:00:00	1.00	EN ESTA ETAPA SE IDENTIFICA CORRECTAMENTE LA REALIZACION DE LOS INGRESOS MISMOS QUE ESTAN DENTRO DEL MARGEN CORRECTO DE GANANCIA Y PRECIO DE PREFERENCIA POR EL PUBLICO SI PROCEDE A SU APROBACION	PROCESADO
46	168271	2019-04-17	AUTONOMA	2019-04-17 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	0000-00-00 00:00:00	[INVALIDO]	CORRECCIONES SOBRE LOS INGRESOS, SE DEBE CALCULAR EN BASE A LAS CAPACIDADES QUE LA EMPRESA TIENE	PROCESADO
47	168272	2019-04-20	AUTONOMA	2019-04-20 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-04-20 21:00:00	10.00	INVESTIGAR Y REALIZAR LAS INVERSIONES DEL PROYECTO EN BASE A LAS COTIZACIONES, BOLES DE PAGOS, ETC.	PROCESADO
48	168274	2019-04-22	INSITU	2019-04-22 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-04-22 18:00:00	1.00	LLEGAN A TIEMPO CON SU TRABAJO, SE APRECIA QUE ESTA EL AVANCE SE IDENTIFICA VARIOS ERRORES HAY QUE INCLUIR VALORES REALES EN CADA INVERSION.	PROCESADO
49	168277	2019-04-23	AUTONOMA	2019-04-23 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	0000-00-00 00:00:00	[INVALIDO]	AJUSTES SOBRE LAS INVERSIONES SE DEBE TOMAR EN CONSIDERACION EL CAPITAL DE TRABAJO	PROCESADO
50	168278	2019-04-25	INSITU	2019-04-25 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-04-25 19:00:00	2.00	PRESENTAN A TIEMPO SU AVANCE HAY LAS CORRECCIONES PREVISTAS EN LA REUNION ANTERIOR, CULMINADO SUB TEMA	PROCESADO
51	168281	2019-04-21	AUTONOMA	2019-04-21 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-04-21 23:00:00	11.00	REALIZACION DE LOS INDICADORES CONJUNTAMENTE CON EL PUNTO DE EQUILIBRIO	PROCESADO
52	168282	2019-04-22	INSITU	2019-04-22 18:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-04-22 20:00:00	2.00	EN LA TUTORIA SE PRESENTA A TIEMPO SE IDENTIFICA ERRORES DE IMPORTANCIA EN LOS INDICADORES Y PARATE EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO	PROCESADO
53	168312	2019-04-24	INSITU	2019-04-24 18:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-04-24 20:00:00	2.00	REALIZACION DE LAS CORRECCIONES ESTABLECIDAS EN LA TUTORIA ANTERIOR.	PROCESADO
54	168318	2019-04-23	AUTONOMA	2019-04-23 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-04-23 20:00:00	10.00	REALIZACION DE LOS AJUSTES PERTINENTES, SOBRE TODO LA EVALUACION FINANCIERA Y PARTE DE LA ESTRUCTURA DE INDICE.	PROCESADO
55	168342	2019-04-24	AUTONOMA	2019-04-24 07:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-04-24 15:00:00	8.00	REDACTAR LOS BIIMPACTOS, ADEMAS DE REALIZA RESUMEN, Y EL INDICE RESPECTIVO.	PROCESADO
56	168343	2019-04-26	INSITU	2019-04-26 16:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-04-26 16:45:00	0.75	LA TUTORIA SE DA EN EL HORARIO ESTABLECIDO, PRESENTAN UN BUEN AVANCE POR LO QUE SE PROCEDE A SU APROBACION DIRECTA, SE DEBE RECALCAR QUE FALTA INCLUIR INDICES DE FIGURAS Y SUS RESPECTIVOS ANEXOS.	PROCESADO
57	168345	2019-04-27	AUTONOMA	2019-04-27 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-04-27 16:00:00	8.00	SE REALIZO TANTO ESTE SUB TEMA COMO A CULMINACION DE LA ESTRUCTURA EXIGIDA PARA EL BORRADOR Y PROCEDER AL ANTIPLAGIO	PROCESADO
58	168347	2019-04-28	INSITU	2019-04-28 11:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-04-28 11:45:00	0.75	ESTE SUB TEMA ES DE RELEVANCIA SIN EMBARGO NO ES COMPLICADO SE PRESENTA CORRECTAMENTE EL AVANCE SE APRUEBA, SE ENVIO MEDIANTE CORREO ELECTRONICO	PROCESADO
59	168350	2019-04-28	INSITU	2019-04-28 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-28 12:45:00	0.75	PRESENTA A TIEMPO EL DOCUMENTO SE ENVIO MEDIANTE CORREO ELECTRONICO SE APRUEBA ESTA ETAPA, SU TRABAJO CUENTA CON LA CALIDAD RESPECTIVA.	PROCESADO
60	168351	2019-04-27	AUTONOMA	2019-04-27 18:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-27 22:00:00	4.00	REALIZACION DE LA ETAPA DE IMPACTOS, CULMINAR DETALLES EN EL TRABAJO DE TITULACION	PROCESADO
61	168353	2019-04-27	AUTONOMA	2019-04-27 21:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	0000-00-00 00:00:00	[INVALIDO]	REDACCION DE LOS IMPACTOS GENERADOS POR EL PROYECTO	PROCESADO
62	168356	2019-04-28	INSITU	2019-04-28 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-28 13:30:00	0.50	REVISIÓN ULTIMO IMPACTO A TRAVES DE CORREO ELECTRONICO, ESTA CORRECTAMENTE POR CONSECUENCIA ESTA APROBADO	PROCESADO
63	168358	2019-04-28	AUTONOMA	2019-04-28 15:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-04-28 23:00:00	8.00	FINALIZACION DE TODO EL PROYECTO CON SUS CORRECCIONES DE ESTRUCTURA Y SU RESPECTIVA CONCLUSION	PROCESADO

64	168160	2019-04-29	INSITU	2019-04-29 10:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES / CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-29 11:00:00	1.00	SE REVISÓ CADA UNA DE LAS CONCLUSIONES Y ESTRUCTURA GENERAL DEL TRABAJO. TRABAJO DE TITULACIÓN CULMINADO	PROCESADO
65	168161	2019-04-29	AUTONOMIA	2019-04-29 08:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-29 09:15:00	4.25	CORRECCIONES MÍNIMAS DE ESTRUCTURA Y REALIZACIÓN DE RECOMENDACIONES	PROCESADO
66	168161	2019-04-29	INSITU	2019-04-29 11:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-29 11:30:00	0.50	REVISIÓN FINAL, TODO EL TRABAJO	PROCESADO
TOTAL HORAS:							20		
									
ALONZO SHOSA TANIA BELEN TUTOR CI: 9713429676			RIVERIA SAM CEPDEVELYN DAYANA ALUMNO CI: 1721908397			JARA CRESPO EDWIN FABIAN DELEGADO CI: 0102246253			

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
NOMBRE TUTOR:		ALONSO DÍAZ TANJA BELÉN							
NOMBRE ESTUDIANTE:		VERGARA INTRIAGO KARINA MARIA							
CARRERA:		ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS - PERSONAL							
TEMA DE TITULACIÓN:		ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE MAÍZ TOSTADO EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL SECTOR NORTE DE QUITO 2018-2019							
IMPRESIÓN REPORTE:		Quito, 17 de mayo del 2019 07:46:48							
TIPO REPORTE:		ACUMULATIVO							
MODALIDAD:		INCUBADORA EMPRESARIAL				PERIODO:			
NO. CÓDIGO	FECHA TUTORÍA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC	OCT 2018 - MAR 2019
1	15887	2018-12-16	AUTONOMA	2018-12-16 09:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2018-12-16 12:00:00	4.00	INVESTIGACION Y REALIZACION DE LA JUSTIFICACION DEL PRESENTE PROYECTO	PROCESADO
2	15888	2018-12-18	INSITU	2018-12-18 17:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2018-12-18 17:45:00	0.75	REVISION AVANCE LE APLICIA ERRORES DE FONDO SE ENVIA A CORREGIR AYUDANDOSE CON UNA PLANTILLA	PROCESADO
3	15889	2019-01-08	INSITU	2019-01-08 17:30:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-08 18:00:00	0.50	PRESENTAN CORRECCIONES DE ESTE TEMA ESTA ACORDE A LO REQUERIDO TANTO DE FORMA COMO DE FONDO ESTA APROBADO	PROCESADO
4	15890	2018-12-22	AUTONOMA	2018-12-22 18:30:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2018-12-22 14:30:00	4.00	CORRECCIONES ESTABLECIDAS EN ESTE TEMA TANTO DE FONDO COMO DE FORMA	PROCESADO
5	15899	2019-01-05	AUTONOMA	2019-01-05 18:30:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-05 16:00:00	5.50	REALIZACION E INVESTIGACION PROFUNDA SOBRE LOS ANTECEDENTES, UN TEMA DE GRAN ANALISIS E INTERESTACION	PROCESADO
6	158102	2019-01-08	INSITU	2019-01-08 17:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-08 18:00:00	1.00	REVISION DEL AVANCE SE APLICIA ERRORES EN ESPECIAL EN LAS CITACIONES HAY QUE MEJORAR LA INVESTIGACION EN ESTE TEMA, SE DA LA RESPUESTA A EXPLICACION PARA QUE REALICEN LOS CAMBIOS EN LA TIEMPO EN SU TUTORIA	PROCESADO
7	158104	2019-01-12	AUTONOMA	2019-01-12 18:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-12 17:00:00	1.00	REALIZACION DE LA CORRECCIONES HAY ERRORES DE IMPACTO AL TO POR CAMBIAR	PROCESADO
8	158106	2019-01-15	INSITU	2019-01-15 17:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-15 17:45:00	0.75	REVISION DE LOS CAMBIOS ESTABLECIDOS LA SEMANA PASADA, SE PUDIERON LAS CORRECCIONES HAY MEJORES	PROCESADO
9	158107	2019-01-12	AUTONOMA	2019-01-12 09:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-12 08:00:00	6.00	INVESTIGACIONES Y SU RESPECTIVA CITA REALIZACION DEL AVANCE E INVESTIGACION COMPLETA SOBRE EL AMBIENTE EXTERNO	PROCESADO
10	158110	2019-01-15	INSITU	2019-01-15 17:30:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-15 18:15:00	0.75	ESTA A TIEMPO CON SU AVANCE RESPECTIVO AL REALIZAR LA REVISION HAY QUE CAMBIAR CIEROS ELEMENTOS, MEJORAR LA REDACCION LA INVESTIGACION FALLA	PROCESADO
11	15882	2019-01-19	AUTONOMA	2019-01-19 10:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-19 10:00:00	4.00	INVESTIGACION COMPLETA SOBRE ESTE TEMA CORRECCIONES SOBRE LAS OBSERVACIONES QUE SE REALIZO EN LA TUTORIA ANTERIOR	PROCESADO
12	15964	2019-01-25	INSITU	2019-01-25 17:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-25 18:00:00	1.00	PRESENTO A TIEMPO LAS RESPECTIVAS CORRECCIONES HAY ERRORES QUE SE REALIZO EN ESE MOMENTO EN ESPECIAL EN LOS ANALISIS, QUEDA APROBADO EL RESPECTIVO TEMA	PROCESADO
13	159071	2019-01-26	AUTONOMA	2019-01-26 09:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-26 10:00:00	7.00	INVESTIGACION SOBRE EL ENTORNO LOCAL, COMPETIDORES, CLIENTES, PROPUESTA ESTRATEGICA	PROCESADO
14	15944	2019-01-30	INSITU	2019-01-30 17:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-30 17:45:00	0.75	PRESENTO A TIEMPO EL RESPECTIVO AVANCE, SE EVIDENCIA LA MATRIZ DE COMPETIDORES DE PROVEEDORES, Y LA PROPUESTA ESTRATEGICA HAY QUE MEJORAR EN LA PARTE COMERCIAL Y REESTRUCTURAR LA FILOSOFIA EMPRESARIAL	PROCESADO
15	159955	2019-02-02	AUTONOMA	2019-02-02 16:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-02-02 15:00:00	5.00	CORRECCIONES ESTABLECIDAS LA TUTORIA PASADA, E INVESTIGACION PARA LA REALIZACION DE LOS ERRORES	PROCESADO
16	159908	2019-02-08	INSITU	2019-02-08 17:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-02-08 17:45:00	0.75	PRESENTACION A TIEMPO DE LAS RESPECTIVAS CORRECCIONES, HAY MUY POCOS ERRORES QUE SE ENVIA A CORREGIR PERO EN CONCLUSION ESTA MUY BIEN SE PROCEDA CON SU APROBACION	PROCESADO
17	159976	2019-02-02	AUTONOMA	2019-02-02 09:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-02-02 15:00:00	6.00	INVESTIGACION SOBRE LA GESTION ADMINISTRATIVA Y PLAN DE MARKETING DE REVISION COMPLETA DE ESTA ETAPA HAY VARIOS ERRORES POR CORREGIR POR EJEMPLO LAS FUNCIONES PARA CADA AREA Y MEJORAR LA REDACCION	PROCESADO
18	159978	2019-02-08	INSITU	2019-02-08 17:30:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-02-08 18:15:00	0.75		PROCESADO

19	19990	2019-02-09	AUTONOMA	2019-02-09 10:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-02-09 16:50:00	6.00	CORRECCIONES ESTABLECIDAS EN ESTA ETAPA MEJORAR LAS FUNCIONES Y OTROS ASPECTOS EN LA ADMINISTRACION.	PROCESADO
20	19998	2019-02-13	INSITU	2019-02-13 17:30:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-02-13 18:15:00	0.75	SE PRESENTA A TIEMPO CON EL RESPECTIVO DOCUMENTO SE Aprecia LAS CORRECCIONES ESTABLECIDAS LA REUNION ANTERIOR EL TRABAJO QUE SE REALIZA ES MUY BUENO, APROBADO ESTA FASE.	PROCESADO
21	168074	2019-02-22	INSITU	2019-02-22 17:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-02-22 18:50:00	1.00	PRESENTA A TIEMPO LOS AVANCES RESPECTIVOS, ESTA ETAPA NO ES COMPLICADA PUES ES EL RESUMEN DE LO ANTERIOR INVESTIGADO Y CORREGIDO ESTA APROBADO.	PROCESADO
22	168075	2019-02-18	AUTONOMA	2019-02-18 10:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-02-18 20:40:00	10.00	IDENTIFICACION CORRECTAMENTE DE LAS AMENAZAS OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y FORTALEZAS, REALIZACION DE LA MATRIZ Y SU ANALISIS.	PROCESADO
23	168178	2019-02-26	INSITU	2019-02-26 16:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-26 17:50:00	1.00	REVISION SE Aprecia QUE EN ESTA ETAPA NO HAY DIFICULTADES DE FONDO, HAY QUE MEJORAR LA ESTRUCTURA SIN EMBARGO ES UN BUEN TRABAJO LO QUE REALIZAN.	PROCESADO
24	168186	2019-02-21	AUTONOMA	2019-02-21 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-21 21:30:00	10.50	INVESTIGACION SOBRE EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR CON SU RESPECTIVA SEGMENTACION.	PROCESADO
25	168187	2019-02-01	INSITU	2019-02-01 16:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-01 17:50:00	1.00	REALIZACION DE LA ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA.	PROCESADO
26	168193	2019-02-28	AUTONOMA	2019-02-28 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-28 22:30:00	5.00	MODELO DE LA HERRAMIENTA A UTILIZAR, ENCUESTA Y DE TERMINAR LA MUESTRA.	PROCESADO
27	168200	2019-03-02	AUTONOMA	2019-03-02 08:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-03-02 16:00:00	10.00	CORRECCIONES DE LA ENCUESTA Y SU CORRECTA APLICACION.	PROCESADO
28	168209	2019-03-10	AUTONOMA	2019-03-10 03:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-03-10 18:00:00	8.00	REALIZACION DEL PROCESAMIENTO Y EL RESPECTIVO CALCULO DE LA OFERTA.	PROCESADO
29	168211	2019-03-13	INSITU	2019-03-13 16:30:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-03-13 17:50:00	0.50	SE ENLISTAN A TIEMPO PRESENTA CORRECTAMENTE EL ESTUDIO DE LA OFERTA, ESTA APROBADO.	PROCESADO
30	168235	2019-03-08	INSITU	2019-03-08 16:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-03-08 17:50:00	1.00	REVISION DE LA ENCUESTA FALTA EL PROCESAMIENTO PARA QUE CUMPLAN ESTA ETAPA Y ASI PODER DETERMINAR LA OFERTA.	PROCESADO
31	168225	2019-03-22	INSITU	2019-03-22 16:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-03-22 16:45:00	0.75	ESTA ETAPA SE LA VIO BREVEMENTE EN EL FODA POR LO QUE SOLO ERA MEJORAR, PRESENTAN ESTAS CORRECCIONES Y ESTA APROBADO.	PROCESADO
32	168239	2019-03-16	AUTONOMA	2019-03-16 10:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-03-16 18:00:00	8.00	REALIZAR CORRECCIONES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO
33	168245	2019-03-29	INSITU	2019-03-29 16:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-03-29 16:45:00	0.75	DESPUES DE VARIAS CORRECCIONES EN LA DEMANDA FINALMENTE EN ESTA REUNION SE Aprecia EL DATO REAL DE LA DEMANDA, APROBADO.	PROCESADO
34	168247	2019-03-25	AUTONOMA	2019-03-25 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-03-25 18:00:00	7.00	ANALISIS DEL PROCESAMIENTO DE LA ENCUESTA PARA ESTABLECER LA DEMANDA.	PROCESADO
35	168248	2019-03-30	AUTONOMA	2019-03-30 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-03-30 22:45:00	9.75	UNA VEZ CALCULADO LA DEMANDA SE DEBE INVESTIGAR LA TASA DE CRECIMIENTO PARA LA PROYECCION Y REALIZAR EL CALCULO.	PROCESADO
36	168250	2019-04-01	INSITU	2019-04-01 17:30:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-04-01 18:50:00	6.50	SE REvisa EL RESPECTIVO CALCULO Y SE Aprecia QUE ESTA CORRECTAMENTE LISTO ESTA APROBADO.	PROCESADO
37	168253	2019-04-03	AUTONOMA	2019-04-03 16:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	0000-00-00 00:00:00	(INVALIDO)	REALIZACION DE LA CAPACIDAD DISEÑADA, INSTALADA, Y REAL EN BASE A LA MANO DE OBRA.	PROCESADO
38	168254	2019-04-05	INSITU	2019-04-05 16:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-04-05 16:45:00	0.75	SE REVIÓ A CABALIDAD ESTA ETAPA SE DEBE CONSIDERAR PEQUEÑOS AJUSTES SIN EMBARGO ESTA ETAPA ESTA MUY BIEN SE PROCEDE A SU APROBACION.	PROCESADO
39	168259	2019-04-05	INSITU	2019-04-05 14:45:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-04-05 17:30:00	0.75	SE PRESENTA A TIEMPO A LA REUNION CON SU AVANCE RESPECTIVO ESTA MUY BIEN ELABORADO NO HAY OBSERVACIONES ESTA APROBADO.	PROCESADO
40	168257	2019-03-31	AUTONOMA	2019-03-31 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-03-31 20:00:00	8.00	SE REALIZÓ LA MATRIZ DE PONDERACION EN DONDE ESTA INMERSO LOS POSIBLES LUGARES PARA EL ESTABLECIMIENTO DEL NEGOCIO.	PROCESADO
41	168261	2019-04-06	AUTONOMA	2019-04-06 10:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-04-06 18:00:00	8.00	REALIZAR LOS PRODUCTOS EN UN FLUJO GRAMA DETALLANDO CADA ACTIVIDAD.	PROCESADO
42	168263	2019-04-12	INSITU	2019-04-12 16:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-04-12 17:00:00	1.00	REVISION SE DETERMINO EN REUNIONES ANTERIORES LA RESPECTIVA CORRECCION, HOY PRESENTAN CON LAS MEJORIAS ESTABLECIDAS.	PROCESADO

43	16825	2019-04-15	INSITU	2019-04-15 16:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-04-15 17:00:00	1.00	REVISIÓN DEL AVANCE DE INGRESOS, HAY CORRECCIONES QUE REALIZAR EN ESTA ESTABLECIDO CORRECTAMENTE EL MARGEN DE GANANCIA.	PROCESADO
44	16826	2019-04-15	AUTONOMA	2019-04-15 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-04-15 15:00:00	8.00	INVESTIGACIÓN PREVIA SOBRE CUALES SON LOS DATOS OPERACIONES Y CALCULOS RESPECTIVOS	PROCESADO
45	16828	2019-04-18	INSITU	2019-04-18 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-04-18 17:00:00	1.00	EN ESTA ETAPA SE IDENTIFICA CORRECTAMENTE LA REALIZACIÓN DE LOS INGRESOS MISMOS QUE ESTÁN DENTRO DEL MARGEN CORRECTO DE GANANCIA Y PRECIO DE PREFERENCIA POR EL PÚBLICO SE PROCEDE A SU APROBACIÓN.	PROCESADO
46	16827	2019-04-17	AUTONOMA	2019-04-17 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	0000-00-00 00:00:00	[INVÁLIDO]	CORRECCIONES SOBRE LOS INGRESOS, SE DEBE CALCULAR EN BASE A LAS CAPACIDADES QUE LA EMPRESA TIENE.	PROCESADO
47	16823	2019-04-20	AUTONOMA	2019-04-20 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-04-20 11:00:00	10.00	INVESTIGAR Y REALIZAR LAS INVERSIONES DEL PROYECTO EN BASE A LAS COTIZACIONES, RIESGOS DE PAGOS, ETC.	PROCESADO
48	16825	2019-04-22	INSITU	2019-04-22 16:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-04-22 17:00:00	1.00	LLEGAN A TIEMPO CON SU TRABAJO, SE APRUEBA QUE ESTA EL AVANCE SE IDENTIFICA VARIOS ERRORES HAY QUE INCLUIR VALORES REALES EN CADA INVERSIÓN.	PROCESADO
49	16825	2019-04-23	AUTONOMA	2019-04-23 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	0000-00-00 00:00:00	[INVÁLIDO]	AJUSTES SOBRE LAS INVERSIONES SE DEBE TOMAR EN CONSIDERACIÓN EL CAPITAL DE TRABAJO.	PROCESADO
50	16829	2019-04-25	INSITU	2019-04-25 15:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-04-25 17:00:00	2.00	PRESENTAN A TIEMPO SU AVANCE HAY LAS CORRECCIONES PREVISTAS EN LA REUNIÓN ANTERIOR, CULMINADO SU TEMA.	PROCESADO
51	16826	2019-04-21	AUTONOMA	2019-04-21 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACIÓN	2019-04-21 23:00:00	11.00	REALIZACIÓN DE LOS INDICADORES CONJUNTAMENTE CON EL PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
52	16828	2019-04-22	INSITU	2019-04-22 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACIÓN	2019-04-22 19:00:00	2.00	EN LA TUTORÍA SE PRESENTA A TIEMPO SE IDENTIFICA ERRORES DE IMPORTANCIA EN LOS INDICADORES Y PARATE EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
53	16833	2019-04-24	INSITU	2019-04-24 16:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACIÓN	2019-04-24 16:00:00	2.00	REALIZACIÓN DE LAS CORRECCIONES ESTABLECIDAS EN LA TUTORÍA ANTERIOR.	PROCESADO
54	168319	2019-04-23	AUTONOMA	2019-04-23 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACIÓN	2019-04-23 20:00:00	10.00	REALIZACIÓN DE LOS AJUSTES PERTINENTES, SOBRE TODO LA EVALUACIÓN FINANCIERA Y PARTE DE LA ESTRUCTURA DE ÍNDICE.	PROCESADO
55	168341	2019-04-24	AUTONOMA	2019-04-24 07:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-04-24 15:00:00	8.00	REDACTAR LOS IMPACTOS, ADENAS DE REALIZA RESUMEN, Y EL ÍNDICE RESPECTIVO.	PROCESADO
56	168344	2019-04-26	INSITU	2019-04-26 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-04-26 17:45:00	0.75	LA TUTORÍA SE DA EN EN EL HORARIO ESTABLECIDO, PRESENTAN UN BUEN AVANCE POR LO QUE SE PROCEDE A SU APROBACIÓN DIRECTA. SE DEBE RECALCAR QUE FALTA INCLUIR ÍNDICES DE FIGURAS Y SUS RESPECTIVOS ANEXOS.	PROCESADO
57	168346	2019-04-27	AUTONOMA	2019-04-27 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-04-27 16:00:00	8.00	SE REALIZO TANTO ESTE SUB TEMA COMO A CULMINACIÓN DE LA ESTRUCTURA EXCIDA PARA EL BORRADOR Y PROCEDER AL ANTIPLAGIO.	PROCESADO
58	168348	2019-04-28	INSITU	2019-04-28 11:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-04-28 11:45:00	0.75	ESTE SUB TEMA ES DE RELEVANCIA SIN EMBARGO NO ES COMPLICADO SE PRESENTA CORRECTAMENTE EL AVANCE SE APRUEBA, SE ENVIO MEDIANTE CORREO ELECTRONICO.	PROCESADO
59	168345	2019-04-28	INSITU	2019-04-28 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-28 12:45:00	0.75	PRESENTA A TIEMPO EL DOCUMENTO SE ENVIO MEDIANTE CORREO ELECTRONICO SE APROBÓ EN ESTA ETAPA, SU TRABAJO CUENTA CON LA CALIDAD RESPECTIVA.	PROCESADO
60	168352	2019-04-27	AUTONOMA	2019-04-27 16:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-27 22:00:00	4.00	REALIZACIÓN DE LA ETAPA DE IMPACTOS, CULMINAR DETALLES EN EL TRABAJO DE TITULACIÓN.	PROCESADO
61	168354	2019-04-27	AUTONOMA	2019-04-27 21:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	0000-00-00 00:00:00	[INVÁLIDO]	REDACCIÓN DE LOS IMPACTOS GENERADOS POR EL PROYECTO.	PROCESADO
62	168355	2019-04-28	INSITU	2019-04-28 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-28 13:30:00	0.50	REVISIÓN ÚLTIMO IMPACTO A TRAVÉS DE CORREO ELECTRONICO, ESTA CORRECTAMENTE POR CONSECUENCIA ESTA APROBADO.	PROCESADO
63	168357	2019-04-28	AUTONOMA	2019-04-28 15:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-04-28 23:00:00	8.00	FINALIZACIÓN DE TODO EL PROYECTO CON SUS CORRECCIONES DE ESTRUCTURA Y SU RESPECTIVA CONCLUSIÓN.	PROCESADO

64	168355	2019-04-29	INSITU	2019-04-29 10:16:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES /	2019-04-29 11:06:00	1.00	SE REVISÓ CADA UNA DE LAS CONCLUSIONES Y ESTRUCTURA GENERAL DEL TRABAJO. TRABAJO DE TITULACIÓN CULMINADO.	PROCESADO
65	168362	2019-04-29	AUTONOMIA	2019-04-29 09:59:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES /	2019-04-29 09:15:00	4.25	CORRECCIONES MÍNIMAS DE ESTRUCTURA Y REALIZACIÓN DE RECOMENDACIONES.	PROCESADO
66	168364	2019-04-29	INSITU	2019-04-29 11:10:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES /	2019-04-29 11:30:00	0.50	REVISIÓN FINAL, TODO EL TRABAJO	PROCESADO
TOTAL HORAS:							240		
 ALGODORA LUSHINA TANIA BILEN TUTOR C.I. 1725419076			 VERGARA INES BELARMIN MARIA ALUMNO C.I. 989018299			 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORTILLERA" CONSEJO DE CARRERA DELEGADO (FUBRA) Adm. de Recursos Humanos			

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **RIVERA SALCEDO EVELYN DAYANA**, portador de la cédula de identidad N°1721908307, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 30 de Mayo del 2019.

Sra. Mariela Balseca

CAJA  INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
Adm. de Recursos Humanos

Ing. Fabián Jara

DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN


BIBLIOTECA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

30 MAY 2019

8,56 JPS
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

Ing. Frikizia Mendoza

DIRECTOR DE CARRERA

 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
30 MAY 2019
Magui Ordoñez
Magui Ordoñez

Sra. Magui Ordoñez
SECRETARIA ACADÉMICA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **VERGARA INTRIAGO KARINA MARIA**, portador de la cédula de identidad N° 0804018299, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 30 de Mayo del 2019
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

31 MAY 2019

VISTO FINANCIERO

Sra. Mariela Balseca
CAJA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Psic. Fabián Jara
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

BIBLIOTECA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

31 MAY

9.7.9 JBC

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
1 MAY 2019

Ing. Frikizia Mendoza J. MBA.
DIRECTOR DE CARRERA

Administración de Recursos Humanos
"CORDILLERA"

63 JUN 2019

Magui Ordoñez

Sra. Magui Ordoñez
SECRETARIA ACADÉMICA