

ÍNDICE

	Pág.
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. PROCESO CREATIVO.....	1
1.2. ANTECEDENTES DEL PROYECTO.....	3
1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	4
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	5
1.4.1. Objetivo general	5
1.4.2. Objetivos específicos	5
1.5. ALCANCES.....	6
1.5.1. Alcance substantivo	6
1.5.2. Alcance geográfico o espacial.....	6
1.5.3. Alcance temporal	7
1.5.4. Alcance del contexto	7
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	8
2.1. IDEA DE NEGOCIOS.....	8
2.2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	9
2.2.1. Definición de estudio de factibilidad	9
2.2.2. Importancia del estudio de factibilidad	10
2.2.3. Partes del estudio de factibilidad.....	11
2.3. LA EMPRESA	13
2.3.1. Definición de empresa.....	13
2.3.2. Importancia de la empresa	14

2.3.3. Clasificación de las empresas.....	16
2.3.4. Administración de los recursos en la empresa	19
2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS...	20
2.4.1. Definición de investigación de mercados	20
2.4.1. Diferencia entre investigación y estudio de mercados.....	21
2.4.3. Macro Localización y micro localización	22
2.4.4. El consumidor	22
2.4.5. La Competencia	23
2.4.6. Cantidad de oferta y la demanda.....	23
2.4.7. Universo y muestra	24
2.5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	24
2.5.1. Planificación Estratégica.....	24
2.5.2 Lineamientos Estratégicos	25
2.5.3. Diseño Organizacional	25
2.5.4. Estructura organizacional.....	26
2.5.5. Organigrama.....	26
2.5.6. Manual de funciones	26
2.6. ESTUDIO TÉCNICO	27
2.6.1. Proceso	27
2.6.2. Factores de los procesos de producción.....	28
2.6.3. Finalidad de la ingeniería de procesos	28
2.6.6. Funciones de la ingeniería de procesos.....	29
2.6.5. Distribución del espacio	30
2.6.6. Funcionalidad.....	30

2.6.7. Ambientación	30
2.6.8. Producción.....	31
2.6.9. Comercialización.....	31
2.7. ESTUDIO DE MERCADEO	32
2.7.1. Plan de negocios.....	32
2.7.2. Proceso del Marketing.....	33
2.7.3. Marketing Mix. Las 4P	34
2.7.3.1. Producto	34
2.7.3.2. Precio.....	34
2.7.3.3. Plaza (Distribución)	36
2.7.3.4. Promoción	36
2.8. ESTUDIO FINANCIERO	37
2.8.1. Definición de análisis financiero.....	37
2.8.2. Activos, pasivos y patrimonio neto.....	38
2.8.3. Ingresos	39
2.8.4. Costos.....	39
2.8.5. Fuentes de financiamiento.....	40
2.8.6. Balance de Apertura.....	40
2.8.7. Estado de Resultados.....	41
2.8.8. Flujo de Caja	41
2.8.9. Tasa de retorno de la inversión	42
2.8.10. Cálculo de la tasa de descuento.....	42
2.8.11. Valor actual neto (VAN).....	43
2.8.12. Tasa interna de retorno (TIR).....	43

2.9. NUTRICIÓN.....	43
2.9.1. Definición de nutrición	43
2.9.2. Alimentación y dieta	44
2.9.3. Aspectos fundamentales de la nutrición.....	45
2.9.4. Fines de la nutrición.....	46
2.9.5. Composición de los alimentos	46
2.10. ALIMENTACIÓN INFANTIL.....	47
2.10.1. Necesidades nutricionales de los niños	47
2.10.2. Beneficios de los nutrientes para el desarrollo dela infancia	49
2.10.2.1. Macronutrientes.....	49
2.10.2.2. Micronutrientes	50
2.10.3. Evaluación nutricional de los infantes	51
2.11. PAPILLAS	53
2.12. LA QUINUA.....	54
2.12.1. Qué es la quinua.....	54
2.12.2. Taxonomía.....	55
2.12.3. Características	56
2.12.4. Composición nutricional	56
CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA EL EMPRENDIMIENTO ESPECÍFICO	58
3.1. DEFINICIÓN Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	58
3.2. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	58
3.2.1. Tipo de investigación	58
3.2.2. Método de investigación	59

3.2.3. Enfoque de la investigación	59
3.2.4. Limitaciones para el investigador	60
3.2.5. Técnicas de investigación	60
3.2.5.1. Fuentes primarias	60
3.2.5.2. Fuentes secundarias.....	61
3.2.6. Instrumentos de investigación.....	61
3.2.7. Determinación de la muestra.....	62
3.2.7.1. Técnica de la encuesta.....	62
3.2.7.2. Grupos focales.....	64
3.3. PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	64
3.3.1. Descripción del producto principal y subproductos.....	64
3.3.2. Usos del producto/servicio	64
3.4. ESTUDIO DE PROVEEDORES.....	65
3.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	66
3.5.1. Implementación de la encuesta	66
3.5.2. Resultados obtenidos de la encuesta	67
3.5.3. Conclusiones de la encuesta.....	86
3.5.4. Grupos focales.....	88
3.6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	95
3.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA – REALIDAD COMPETITIVA	97
3.7.1. Análisis del precio.....	97
3.7.2. Análisis de la comercialización.....	98
3.7.3. Oferta histórica y proyectada	100
3.7.4. Demanda estimada	101

3.7.5. Balance entre oferta y demanda	102
3.8. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	103
3.8.1. Análisis del macro entorno.....	103
3.8.2. Análisis del micro entorno o entorno interno.....	108
3.9. DIAGNÓSTICO FODA.....	110
CAPÍTULO IV. PROPUESTA:.....	111
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE “QUINOA NATURE”	111
4.1. ESTUDIO FINANCIERO	111
4.1.1. Tamaño del proyecto.....	111
4.1.2. Factores que determinan el tamaño del proyecto	111
4.1.3. Lay out de “Quinoa Nature”	112
4.1.4. Localización del proyecto	115
4.1.4.1. Macro-localización.....	115
4.1.4.2. Micro-localización	116
4.1.5. Definición del tamaño y localización.....	117
4.1.6. Establecimiento de la dirección estratégica	118
4.1.6.1. Misión	119
4.1.6.2. Visión.....	119
4.1.6.3. Objetivos	120
4.1.7. Análisis ambiental.....	121
4.1.8. Plan Legal.....	122
4.1.8.1. Naturaleza de la nueva empresa.....	122
4.1.8.2. Tipo de empresa.....	122

4.1.8.3. Matrícula de comercio.....	123
4.1.8.4. Número de Identificación Tributaria (NIT)	124
4.1.8.5. Licencia de funcionamiento	124
4.1.8.6. Caja Nacional de Salud	125
4.1.8.7. AFP's.....	126
4.1.8.8. Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social	127
4.1.8.9. SENASAG	128
4.1.8.10. SEDES.....	128
4.1.8.11. SENAPI.....	129
4.1.9. Plan Organizacional	129
4.1.9.1. Propiedades	129
4.1.9.2. Organigrama.....	129
4.1.9.3. Descripción de cargos	130
4.1.9.4. Manual de funciones	131
4.1.9.5. Departamentalización.....	135
4.2. ESTUDIO TÉCNICO	136
4.2.1. Análisis del proceso de producción/servucción	136
4.2.1.1. Descripción general del proceso	136
4.2.1.2. Descripción específica de subfases	137
4.2.2. Requerimientos técnicos	146
4.2.2.1. Activos fijos	146
4.2.2.2. Requerimiento de capital de trabajo.....	146
4.2.2.3. Otros requerimientos.....	148
4.2.3. Costos de producción.....	149

4.2.4. Estructura de costos de producción.....	150
4.2.5. Programa de producción u operaciones	151
4.3. ESTUDIO DE MERCADOTECNIA.....	154
4.3.1. Análisis competitivo.....	154
4.3.1.1. Negociación con los clientes.....	154
4.3.1.2. Negociación con los proveedores.....	155
4.3.1.3. Amenaza de nuevos productos entrantes	156
4.3.1.4. Amenaza de productos sustitutivos.....	156
4.3.1.5. Rivalidad con los competidores	157
4.3.2. Formulación de la estrategia	157
4.3.2.1. Estrategia Genérica	157
4.3.2.2. Estrategias Específicas	160
4.3.3. Mezcla de mercadotecnia.....	161
4.3.3.1. Producto	161
4.3.3.2. Precio.....	163
4.3.3.3. Plaza	163
4.3.3.4. Promoción	164
4.4. ESTUDIO FINANCIERO	169
4.4.1. Inversión.....	169
4.4.1.1. Monto de la inversión.....	169
4.4.1.2. Componentes de la inversión fija.....	170
4.4.1.3. Componentes de la inversión diferida.....	171
4.4.1.4. Capital de trabajo	173
4.4.1.4. Inversión de reemplazo de acuerdo a depreciaciones	174

4.4.1.5. Cronograma de inversiones.....	174
4.4.2. Financiamiento	175
4.4.2.1. Financiamiento con aporte propio.....	175
4.4.2.2. Financiamiento mediante préstamo.....	175
4.4.2.3. Condiciones del préstamo y elección de la alternativa	176
4.4.2.4. Amortización del capital y pago de intereses del crédito.....	176
4.4.3. Ingresos	177
4.4.3.1. Precios de venta.....	177
4.4.3.2. Ingresos proyectados	177
4.4.4. Costos del proyecto	179
4.4.4.1. Clasificación de costos según el objeto de gasto	179
4.7.4.2. Clasificación de costos según su variabilidad.....	183
4.4.5. Cálculo de depreciación	190
4.4.6. Cálculo del costo unitario de producción.....	192
4.4.7. Costos anuales proyectados.....	193
4.4.7.1. Costos variables proyectados	193
4.4.7.2. Costos fijos en recursos humanos proyectados.....	194
4.4.7.3. Costos fijos de comercialización proyectados:	195
4.4.7.4. Costos fijos administrativos proyectados.....	195
4.4.7.5. Costos fijos proyectados por pago del IUE.....	196
4.4.8. Estados financieros proyectados	197
4.4.8.1. Balance General	197
4.4.8.2. Estado de resultados.....	198
4.4.8.3. Flujo de caja económico.....	199

4.4.8.7. Flujo de caja financiero	200
4.4.8.8. Tasa de descuento	200
4.4.8.9. Valor Actual Neto (VAN)	201
4.4.8.10. Tasa Interna de Retorno (TIR)	203
4.4.8.11. Periodo de recuperación del capital	204
4.4.8.12. Relación beneficio-costo	205
4.4.8.13. Punto de equilibrio	205
CONCLUSIONES	209
RECOMENDACIONES	212
BIBLIOGRAFÍA.....	214