



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE QUINUA EN EL SECTOR 1  
DE LA ETAPA 1 DE LA CIUDADELA ALBORADA EN LA CIUDAD DE  
GUAYAQUIL, EN EL AÑO 2016.**

**Tutor:**

**MSC. Econ. HOLGER ALAVA MARTINEZ**

**Autor:**

**Sr. LUIS GERARDO ALMEIDA CIGUENZA**

**Guayaquil, 2016**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

El señor Luis Gerardo Almeida Cigüenza, declara bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mis derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar la PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE QUINUA EN EL SECTOR 1 DE LA ETAPA 1 DE LA CIUDADELA ALBORADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, EN EL AÑO 2016.

Autor:

---

Luis Gerardo Almeida Cigüenza.

C.I. 0922333059

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE QUINUA EN EL SECTOR 1 DE LA ETAPA 1 DE LA CIUDADELA ALBORADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, EN EL AÑO 2016. Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

***ECONOMISTA***

Presentado por: Luis Gerardo Almeida Cigüenza.

---

MsC. Econ. Holger Alava Martínez.

Tutor

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** PROYECTO RETOCADO.docx (D22299837)  
**Submitted:** 2016-10-10 15:50:00  
**Submitted By:** halavam@ulvr.edu.ec  
**Significance:** 4 %

### Sources included in the report:

Martin\_Iturralde\_26\_10\_2014.pdf (D11985485)  
TESIS FINAL.pdf (D8562539)  
<http://www.fao.org/docrep/019/i3583s/i3583s.pdf>  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/238/1/T-ULVR-0223.pdf>  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/163/1/T-ULVR-0150.pdf>  
<http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/16985>  
<http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/844>

### Instances where selected sources appear:

8

## **REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS**

**TÍTULO Y SUBTÍTULO:** ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE QUINUA EN EL SECTOR 1 DE LA ETAPA 1 DE LA CIUDADELA ALBORADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, EN EL AÑO 2016.

**AUTOR:** Luis Gerardo Almeida Ciguenza

**REVISORES:** M.s.c. Ec. Holger Alava

**INSTITUCIÓN:**  
UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL

**FACULTAD:**  
CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

**CARRERA:** ECONOMIA

**FECHA DE PUBLICACIÓN:**

**N. DE PAGS:** 122 paginas

**ÁREAS TEMÁTICAS:** Económica, Empresarial

**PALABRAS CLAVE:** Estudio de prefactibilidad, comercialización, quinua, café.

**RESUMEN:**

El trabajo de investigación: “Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua en el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil, en el año 2016” se lo considera para su elaboración considerando de que existe una gran demanda de café tradicional por el hábito creado dentro de los hogares, sin considerar que los efectos nocivos que ocasiona por la frecuencia de la bebida.

En Guayaquil, el problema es la escasa comercialización del café de quinua por el bajo nivel de conocimiento de sus beneficios para la salud de los consumidores, debido al consumo de café tradicional (cafeto), y al reducido marketing, emprendimiento de creación de empresas procesadoras y /o mercantiles. El objetivo de la investigación es: estudiar la prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua en el Sector 1 de la Etapa de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil –

<p>Provincia del Guayas – País Ecuador. La técnica aplicada es la encuesta a doscientas personas mayores, las mismas que manifiestan desconocer de los efectos que ocasiona el café tradicional, de igual manera, de los beneficios para el organismo humano que se obtiene con el consumo del café de quinua. Es una planta milenaria que se da en el sector andino de América Latina especialmente en el Ecuador, su cultivo es orgánico y no requiere de cuidados con químicos. La quinua es una planta milenaria que se da en el sector andino de América Latina especialmente en el Ecuador, su cultivo es orgánico y no requiere de cuidados con químicos, El desarrollo del proyecto motiva a considerar una propuesta que permite incrementar la comercialización del café de quinua, fortalecer una cultura alimentaria y lograr una salud y economía satisfactorias.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR: Luis Gerardo Almeida Ciguenza	Teléfono: 0983338894	E-mail: <a href="mailto:luisalci@hotmail.com">luisalci@hotmail.com</a>
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: MSC. WASHINGTON VILLAVICENCIO SANTILLAN DECANO MSC. MONICA LEORO LLERENA ECONOMIA	
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 DECANO DIRECTOR ECONOMIA EXT229	
	E-mail: <a href="mailto:wvillavicencios@ulvr.edu.ec">wvillavicencios@ulvr.edu.ec</a> <a href="mailto:mleorol@ulvr.edu.ec">mleorol@ulvr.edu.ec</a>	

## **AGRADECIMIENTO**

Antes que nada agradecer a Dios, padre todo poderoso que me ha permitido culminar una etapa de mi vida gracias a su protección y ayuda, a mis padres Sr. Luis Almeida V. y Sra. Narcisa Cigüenza S. que durante todo este tiempo eh tenido la alegría de tenerlos a mi lado y brindarme ese apoyo incondicional en todo momento con sus consejos que ayudaron a ser realidad este sueño, a mis queridos hermanos Estefany, Johanna y Norman que me dieron ese aliento para nunca desfallecer, a mi compañera de camino mi gran amor Diana Maridueña C. que estuvo apoyándome durante toda esta etapa de estudiante preocupada por mi llegada a mi meta tan deseada.

**Luis Almeida C.**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios por haberme brindado la fortaleza y sabiduría para seguir adelante.

A los autores de mi vida Mis Amados padres, por sus consejos que me inculcaron siempre a seguir adelante a mis hermanos por su apoyo incondicional durante este tiempo, a mi querida y amada esposa que ha estado junto a mí siempre.

**Luis Almeida C.**

## RESUMEN

El trabajo de investigación: “Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua en el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil, en el año 2016” se lo considera para su elaboración considerando de que existe una gran demanda de café tradicional por el hábito creado dentro de los hogares, sin considerar que los efectos nocivos que ocasiona por la frecuencia de la bebida.

En Guayaquil, el problema es **la escasa comercialización del café de quinua** por el bajo nivel de conocimiento de sus beneficios para la salud de los consumidores, debido al consumo de café tradicional (cafeto), y al reducido marketing, emprendimiento de creación de empresas procesadoras y /o mercantiles. El objetivo de la investigación es: estudiar la prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua en el Sector 1 de la Etapa de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil – Provincia del Guayas – País Ecuador. La técnica aplicada es la encuesta a doscientas personas mayores, las mismas que manifiestan desconocer de los efectos que ocasiona el café tradicional, de igual manera, de los beneficios para el organismo humano que se obtiene con el consumo del café de quinua. Es una planta milenaria que se da en el sector andino de América Latina especialmente en el Ecuador, su cultivo es orgánico y no requiere de cuidados con químicos. La quinua es una planta milenaria que se da en el sector andino de América Latina especialmente en el Ecuador, su cultivo es orgánico y no requiere de cuidados con químicos, El desarrollo del proyecto motiva a considerar una propuesta que permite incrementar la comercialización del café de quinua, fortalecer una cultura alimentaria y lograr una salud y economía satisfactorias.

**Palabras claves:** Estudio de prefactibilidad, comercialización, quinua, café.

## ÍNDICE GENERAL

<b>ÍNDICE GENERAL .....</b>	<b>i</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>6</b>
<b>EL PROBLEMA .....</b>	<b>6</b>
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>6</b>
<b>Problematización: .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>8</b>
<b>1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>9</b>
<b>1.5. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>1.6. OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>10</b>
<b>1.7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>11</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1. ESTADO DE ARTE.....</b>	<b>11</b>
<b>2.2.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....</b>	<b>13</b>
<b>Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa: .....</b>	<b>14</b>
<b>Estudio de Mercado: .....</b>	<b>15</b>
<b>Comercialización del café de quinua:.....</b>	<b>18</b>
<b>2.3. MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>23</b>
<b>2.4. MARCO LEGAL .....</b>	<b>24</b>
<b>CAPITULO III .....</b>	<b>29</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>29</b>
<b>3.1.TIPO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>29</b>
<b>3.2.ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>29</b>
<b>3.3. MÉTODOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>29</b>

<b>3.4. POBLACIÓN – MUESTRA.....</b>	<b>30</b>
Recursos.....	31
<b>3.5. LAS VARIABLES Y SU OPERACIONALIDAD.....</b>	<b>33</b>
<b>3.6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>34</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>36</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>36</b>
Propuesta .....	37
Creación de la empresa comercializadora “coffe quinua” .....	37
Justificacion de la propuesta:.....	37
Objetivo general de la propuesta:.....	37
Objetivos especificos de la propuesta .....	37
Desarrollo de la propuesta: .....	38
Análisis de mercado:.....	38
Estudio de mercado: .....	38
Objetivo del estudio de mercado: .....	38
Análisis del consumidor: .....	39
El producto:.....	40
Determinación del mercado objetivo: .....	41
Demanda: .....	42
Determinación para la demanda actual manda:.....	42
Determinación para la demanda proyectada:.....	42
La oferta:.....	42
La oferta actual:.....	43
La oferta proyectada: .....	43
Precio del producto que se oferta: .....	43
Análisis técnico.....	43
Estudio técnico:.....	43
Descripción del servicio: .....	44
Tamaño de la Planta:.....	44
Disponibilidad de capital: .....	44
Localización del proyecto: .....	44
Macro localización:.....	45

<b>Microlocalización:</b> .....	45
<b>Ingeniería del proyecto:</b> .....	45
<b>Procesos de comercialización:</b> .....	45
<b>Diagrama de flujo de procesos de servicios:</b> .....	45
<b>Descripción del flujo gram de procesos:</b> .....	45
<b>Cadena de valor:</b> .....	46
<b>Funciones departamentales</b> .....	46
<b>Estructura organizacional y base legal</b> .....	46
<b>Estructura organizacional:</b> .....	46
<b>Marco Legal:</b> .....	46
<b>FODA de la Empresa “COFFEE QUINUA”</b> .....	46
<b>Misión - Visión – Valores Corporativos de la Empresa “COFFEE QUINUA”</b> .....	46
<b>Impacto / Producto / Beneficio obtenido</b> .....	47
<b>Impacto ambiental:</b> .....	48
<b>Conclusiones y Recomendaciones</b> .....	48
<b>Conclusiones:</b> .....	48
<b>Recomendaciones:</b> .....	48
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	49
<b>ANEXOS</b> .....	52
<b>Anexo 1: cuadro 1</b> .....	52
<b>Anexo 2: cuadro 2</b> .....	53
<b>Anexo 3: cuadros 3, 4, 5, 6, 7, 8</b> .....	53
<b>Anexo 4: gráfico 1</b> .....	58
<b>Anexo 5: cuadro 9</b> .....	59
<b>Anexo 6: gráfico 13</b> .....	70
<b>Desarrollo de la propuesta</b> .....	71
<b>Competencia:</b> .....	71
<b>Anexo 7: Gráficos 14, 15, 16, 19, 20</b> .....	71
<b>El Producto:</b> .....	74
<b>Anexo 8: Gráfico 17</b> .....	74
<b>Anexo 9: Gráfico 18</b> .....	75
<b>Anexo 10: Gráfico 21</b> .....	76

<b>Anexo 10: Gráfico 22</b> .....	77
<b>Cadena de valor:</b> .....	78
<b>Anexo 10: Gráfico 23</b> .....	78
<b>Activos fijos requeridos:</b> .....	79
<b>Anexo 11: Cuadro 23 a cuadro 60</b> .....	79
<b>SLOGAN</b> .....	101
<b>Anexo 12: Gráfico 24 a gráfico 26</b> .....	1013
<b>Anexo 13: Gráfico 27</b> .....	112
<b>Anexo 13: Gráfico 28</b> .....	117
<b>Anexo 14: Gráfico 29</b> .....	118
<b>Anexo 15: Gráfico 30</b> .....	119
<b>ANEXO A</b> .....	120
<b>ANEXO B</b> .....	121
<b>ANEXO C</b> .....	122

## INTRODUCCIÓN

La bebida de café tradicional se remonta a la época ancestral, en todas las sociedades, y no está fuera la América Andina. El café ha sido y se mantiene considerado como una bebida de encuentro social, de reuniones laborales, como estimulante para continuar con la actividad laboral, de estudio, así como parte de la dieta diaria en las comidas de hogares. El café tradicional lo consumen personas con alto nivel social, como los que se encuentran en un nivel deficiente de economía; por lo general, los adultos, y en especial, los adultos mayores crean el hábito de ingerir café tradicional, sin descartar que en un alto porcentaje de menores de edad también toman café por los inadecuados regímenes alimenticios o por no contar para adquirir otros productos de mayor costo para su alimentación y/o desayuno.

Estudiar la prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua en el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil, en el año 2016, es importante porque incentiva a la población a consumir productos provechosos, beneficiándose ellos en su salud, y, a través de la comercialización contribuye con la matriz productiva que mantiene el Plan del Buen Vivir (Senplades).

El trabajo investigativo es novedoso, por cuanto en los actuales momentos no existen estudios de prefactibilidad ni ejecución de proyectos que incentiven empresas comercializadoras de café de quinua en el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada de la Ciudad de Guayaquil.

La encuesta como técnica es la que se aplica en el estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa comercializadora de café de quinua cuyo fin es llegar a la salud y economía satisfactoria en la población guayaquileña

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

**Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua en el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil, en el año 2016.**

#### **1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **Problematización:**

Existe gran variedad de café, para complacer al cliente, como el café pasado o colado, instantáneo, arábica, robusta, orgánico, expreso, sencillo, procesado manualmente en casa o a través de industrias procesadoras; así mismo, el cafeto es la principal planta que se utiliza para procesar el café; entre otras, se considera a las plantas de habas para realizar el café del mismo, la stevia, la quinua.

La quinua (*Chenopodium quinua* Willd) es una semilla vegetal que se consume como cereal. “Es ligera, sabrosa, fácil de digerir, con un sabor delicado, descrito a menudo como similar a las nueces. Su textura añade sabor a casi cualquier receta”, indica la FAO, que declaró el 2013 como el Año Internacional de la Quinua.

La quinua es originaria de los Andes, fue el alimento de los incas, antes de que los españoles llegaran a América. Además, es un recurso alimenticio natural de alto valor nutricional y tiene un rol trascendente en la seguridad alimentaria del planeta.

El café mantiene su consumo de manera globalizada con el mundo mismo, con las comunidades y con las culturas y con las tradiciones de algunas sociedades o lugares, que los ubica en una categoría especial por su producción, procesamiento, comercialización y hábito dentro de la alimentación diaria en la gran mayoría de los hogares, involucrados en ellos, se encuentran las familias guayaquileñas.

En nuestra sociedad, y en especial en Guayaquil, se da como situación de estudio central en el presente proyecto, el problema es **la escasa comercialización del café de quinua** por el bajo nivel de conocimiento de sus beneficios para la salud de los consumidores, debido al consumo de café tradicional (cafeto), y al reducido marketing, emprendimiento de creación de empresas procesadoras y /o mercantiles.

**Pronóstico:** De mantenerse el limitado aprovechamiento de los valores nutricionales de la quinua, y de consumir con mayor frecuencia el café tradicional se crea la adicción y crisis de salud, se dilata los egresos en la economía de los afectados por cuanto cada día los costos del mantenerse saludable y la adquisición del café tradicional son mayores.

**Control del Pronóstico:** A través de la información a la población sobre los valores nutricionales se crea la empresa comercialización del café de quinua con la finalidad de lograr una salud y economía satisfactorias y mejorar la cultura alimentaria de los beneficiarios.

## **1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

**¿De qué manera incide el estudio de prefactibilidad de la creación de una empresa en la escasa comercialización del café de quinua en el sector 1 de la etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil?**

Característicamente el tema del presente trabajo investigativo: “Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua en el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil, en el año 2016” para su observación tiene los siguientes aspectos:

**Delimitado:** porque se desarrolla de manera témpora – espacial como lo es la población del Sector de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada de la Ciudad de Guayaquil, en la Provincia del Guayas del País Ecuador, en el año 2016.

**Claro y concreto:** Ya que al leer el tema es fácil de comprenderlo por su redacción precisa y concisa, como lo indica el estudiar la posibilidad de comercialización del café de quinua.

Revisando los repositorios de trabajos investigativos sobre comercializaciones de café de quinua, existe uno en el país del Perú otro en la Ciudad de Guayaquil, y otros proyectos que estudian a la quinua utilizada como harina, analizan su demanda y la influencia en la economía en sus productores; estos serán considerados dentro del capítulo 2, como antecedentes referenciales. Por lo tanto, el presente trabajo es factible.

**Factible:** el estudio de comercialización del café de quinua es factible por cuanto su accesibilidad empieza con estrategias metodológicas viables como lo es una encuesta y su análisis conduce a la creación de una propuesta de solución como lo es la búsqueda de conservación de la salud y ahorro de la población.

**Variables:** la variable independiente es la escasa comercialización del café de quinua, y la variable dependiente es el estudio de prefactibilidad de creación de la empresa.

### **1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo afecta el consumo de café tradicional en la salud de consumidores?

¿Cuáles son los niveles de conocimiento que tienen consumidores sobre los valores nutricionales de la quinua y el café?

¿De qué manera se puede optimizar la salud y economía de los consumidores de café?

#### **1.4.DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

**Campo de acción:** Producción agrícola

**Área:** Económico comercial

**Espacio:** Sector 1 – Etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil – Guayas – Ecuador

**Problema a analizar:** Es la escasa comercialización del café de quinuadel Cantón Guayas de la Provincia del Guayas en el año 2016.

#### **1.5.JUSTIFICACIÓN**

La consideración del tema del presente proyecto: Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua en el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil, en el año 2016” ha sido considerado por tratarse de un producto con beneficios para la salud humana y economía de los consumidores.

Entre otras razones está aprovechar las bondades nutricionales de la quinua e incorporarla como parte de la dieta alimentaria de los consumidores de café motivados por el conocimiento sobre el producto y el cambio de estilo de vida y salud reemplazando la bebida de café tradicional por el café de quinua.

La familia ecuatoriana utiliza a la quinua en la preparación de las comidas como sopas, coladas, y otros platos como parte de la ración alimenticia, pero, procesado como café no lo ha disfrutado.

En los actuales momentos en que la actividad humana mundialmente depende de la naturaleza y los cambios climáticos, según la Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura – FAO - es una “alternativa para alimentar la población mundial”

La quinua está constituida por nutrientes, vitaminas, proteínas y minerales de calidad, su comercialización se da interna a nivel de los países andinos y externamente exportándose a otros países, tales como: EE.UU., Medio Oriente.

Por lo anterior expuesto y por disminuir la adicción al café tradicional y buscar el mejoramiento de la salud, economía y aprovechar las oportunidades mercantiles que brinda la Ciudad de Guayaquil es importante el estudio de prefactibilidad para creación de empresas comercializadoras del café de quinua como producto innovador y calidad nutricional.

## **1.6.OBJETIVO GENERAL**

Estudiar la prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua en el Sector 1 de la Etapa de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil – Provincia del Guayas – País Ecuador.

## **1.7.OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Realizar campañas informativas hacia población Guayaquileña para ampliar los conocimientos sobre los beneficios nutricionales del café de quinua.

Determinar a través de una encuesta, niveles de conocimiento y consumo de café con la finalidad de ofertar la comercialización del café de quinua.

Comercializar el café de quinua a través de empresa con la finalidad de aprovechar al máximo los valores nutricionales del café de quinua.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. ESTADO DE ARTE

El estado de arte del proyecto se presenta considerando las siguientes referencias que sustentan el estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa comercializadora de café de quinua en el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada de la Ciudad de Guayaquil en el año 2016, en la Provincia del Guayas en el País Ecuador, así:

Producción y comercialización de un producto a base de quinua con sabor a café en la Ciudad de Guayaquil *“Con la elaboración de este proyecto se pretende determinar la posibilidad de desarrollar la Producción y Comercialización de un producto a Base de Quinua con sabor a Café en la Ciudad de Guayaquil, cuyo objetivo es satisfacer la necesidad existente en aquel mercado”*.(Falcones, Guambo, & Orellana) – SPOL –

Es un trabajo investigativo que guarda mucha relación con el presente estudio, pero se diferencia por cuanto el referenciado abarca toda la Ciudad y no se delimita en un sector, ni en una Ciudadela.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de helados de Quinoa en el Cantón Milagro. *El proyecto está enfocado a la producción y comercialización de una golosina nutritiva, como primer paso se realizó un estudio investigativo para identificar las causas que hacen que las personas consuman cualquier clase de golosina en grandes cantidades, para lo cual se segmentó el universo, el mismo que corresponde a personas de edad entre 15 a 60 años pertenecientes al cantón Milagro.*(Ziadét, E.; Caguano,L.; , 2013)

La referencia se da porque los dos trabajos tratan sobre el estudio de prefactibilidad de creación de empresa de la quinua, la diferencia entre los dos es el lugar delimitado el uno en Milagro y el otro en Guayaquil, el derivado que se oferta en Milagro es el helado, y el de Guayaquil es el café, y en el tiempo es diferente, el uno se desarrolló en el 2013, y en el otro se considera el presente año lectivo.

Análisis de factibilidad de exportación de harina de quinua, soya y zapallo a Francia: *“El propósito de este proyecto es crear una empresa que además de obtener ganancia económica, apunte a fortalecer de los pilares de la soberanía alimentaria cumpliendo con los principios del buen vivir. El análisis de factibilidad incluye la creación de una empresa dedicada a la exportación y producción de este producto, por lo que puede ser usado como guía por el agricultor ecuatoriano para elaborar un producto apetecido a nivel internacional que es vendido a un precio mayor al precio que se paga localmente”.* (Poveda, 2014)

Se referencia el tema de “Análisis de factibilidad de exportación de harina de quinua, soya y zapallo a Francia”, por la relación que guarda entre la factibilidad de comercial de la quinua, la diferencia se da por cuanto el proyecto en estudio analiza la situación comercial en un sector determinado de la Ciudadela Alborada en Ciudad de Guayaquil del Ecuador, además, el objeto de estudio es el café de quinua y no la harina.

La demanda de quinua en el departamento de nariño-colombia y la producción en la Provincia del Carchi. *Este proyecto se realizó para viabilizar una ruta de mercado de la quinua como materia prima de exportación por parte de los productores de Ecuador en la Provincia del Carchi, Cantón Montufar, Sector Monteverde hacia el mercado mayorista de Colombia, Departamento de Nariño, Municipio de Ipiales.* (Sánchez & Benavides, 2014)

La referencia con el presente trabajo por tratarse del producto que es la quinua no como café, si como materia prima, y la búsqueda de comercialización. El trabajo referenciado se delimita en otro lugar y en otro espacio.

Situación macroeconómica de la quinua en el Ecuador y su capacidad exportable período 2007 – 2011. Estudia la capacidad de exportación del Ecuador sobre la quinua y sus derivados y la importancia en la economía en el País.(Orozco, 2014)

Única relación que guarda el estudio de Orozco con la presente investigación es que tratan de la comercialización de la quinua, la diferencia está en su café como derivado, en épocas diferentes, entre otras diferencias.

De manera generalizada, los trabajos considerados como referencias se dan por el estudio de prefactibilidad de creación de empresas comercializadoras de la quinua, y se diferencian por el espacio, dimensión y el tiempo donde se desarrollan.

## **2.2.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

Las variables independiente y variable dependiente constituyen la base teórica del trabajo de investigación: la variable independiente es la escasa comercialización del café de quinua, y la variable dependiente es el estudio de prefactibilidad de creación de la empresa.

**Variable independiente:** Escasa comercialización del café de quinua

**Variable dependiente:** Estudio de prefactibilidad de creación de la empresa

Por lo que se considera al: El tema: Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua en el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil, en el año 2016

**Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa:**

**Estudio de prefactibilidad:**

Es la recopilación de datos requeridos y demás procedimientos sistematizados que analizan las posibilidades de lograr cumplirse con los objetivos propuestos en una investigación o impedimento del mismo.

*“El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe). A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas, diferentes tipos de factibilidades”.* (Andrade, 2005)

El estudio de prefactibilidad permite observar y decidir sobre la implementación o no del proyecto, considerando siguientes aspectos: operativo, técnico, y económico.

**Operativo:** Se considera la organización y lo ejecutable de lo establecido como meta (recursos humanos y materiales)

Determina si la institución formal o informal; y cuando el proyecto es innovador, no está definida su estructura organizacional.

Se considera además del tiempo, también, el marco legal y político que rigen en el lugar de ubicación de la empresa.

**Técnico:** Si se cuenta con las herramientas necesarias y actualizadas para el cumplimiento de las metas propuestas.

Es disponer con recursos como lo es la materia prima, instrumentos, y producto para su demostración entre la población considerada en el estudio, recursos de propaganda y marketing, métodos y técnicas como la encuesta, plan operativo, que ayuden en el estudio de prefactibilidad.

**Económico:** En la prefactibilidad se debe considerar costos y beneficios que se dan en el desarrollo de la investigación previo a la ejecución de la propuesta.

Es importante la organización y administración e inversión de recursos que sustenten lo establecido en el proyecto y la perspectiva de costos de valores, producción, y beneficios.

#### **Factibilidad de un proyecto:**

La utilidad del proyecto en el logro de los objetivos relacionados a la institución, cantidad de recursos técnicos, económicos y humanos necesarios tanto para crear una interacción dependencia entre la oferta y la demanda.

Concomitante con el Estudio de prefactibilidad se encuentra el **Estudio de Mercado** que significa analizar y organizar los datos recopilados e informar sobre forma de distribución, disponibilidad de empresas, número de consumidores y condiciones del producto, gastos y costos, oferta y demanda, e insumos requeridos, entre datos.(Philip Kotler 2007).

#### **Estudio de Mercado:**

Aquí se considera al trabajo donde realiza el análisis de estudio de mercado por Tatiana Grandes Jácome en el 2013 que se sustenta en Philip Kotler – 2007-:

*“Según autor del libro “Dirección de Mercadotecnia”, el estudio de mercado “Es el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios obteniendo ganancias al mismo tiempo (Philip Kotler 2007).(Grandes Jácome, 2013)*

Significa que se logra el objetivo al desarrollarse las etapas de estudio de mercado a través de la recolección y análisis de información la aceptación demanda en un espacio y tiempo, canales de distribución precio del producto con características de satisfacción al consumidor que permita convertirse en asiduo cliente y perspectiva mercantiles, reestructurar o ejecutar el proyecto.

#### **Segmentación de mercado.**

Luego de cumplirse con las etapas de estudio de mercado se adquiere una **versión generalizada** del tipo de relaciones comerciales, pero, como se da la diversidad de mercado, tipos de personalidad de consumidores, costumbres y culturas, economía, por ello se debe considerar dentro del estudio de mercado la **segmentación de mercado.**(Amstron, 2003).

La **segmentación de mercado** es una estrategia que ofrece conocer el tamaño del mercado, y con exactitud población (finita) y muestra, elaboración y decisiones de plan de acción concreta a los consumidores identificados que se ubican en el mercado meta satisfaciendo sus necesidades oportunamente. También la segmentación de mercado permite la simplificación en las estructuras de marcas, realizar acciones promocionales dirigidas únicamente al mercado meta considerado en la segmentación. (Amstron, 2003).

La eficacia de un segmento de mercado se da por medible, susceptible de diferenciación y a las acciones planeadas, accesibles y rentables. La característica del segmento de mercado es medible porque se conocen los elementos que la integran, accesible al público, susceptible a la diferenciación (distinción entre otros productos) y a las acciones planeadas a satisfacer el mercado; y, rentable justificando así su inversión.(Amstron, 2003).

### **Empresa:**

Según Eduardo Bueno Campos en el sitio *web* considera a la empresa y su organización define a la empresa como:

*“Un conjunto de elementos o factores humanos, técnicos y financieros, localizados en una o varias unidades físico – espaciales o centros de gestión y combinados y ordenados según determinaos tipos de estructura organizativa”*(Bueno Campo, s.f.)

Esta definición considera a la empresa como una organización comercial o entidad productora de bienes o prestaciones de servicios con fines socioeconómicos.

*“Empresa es el conjunto de factores de producción coordinados, cuya función es producir y cuya finalidad viene determinada por el sistema de organización económica en el que la empresa se halle inmersa”* .(Economía, s.f.)

Los factores de producción son factores originales: tierra, trabajo, y factor derivado que es el capital derivado.

La clasificación de la empresa se da de la siguiente manera:

- Por su dimensión o tamaño son: Pequeñas, medianas y grandes
- Por la naturaleza de la actividad productiva: se clasifican según los tipos, sectores o ramas de la actividad económica.

- Por la función de la titularidad del capital social:
  - ✓ Empresas privadas, *“el capital es propiedad de acciones, socios particulares”*
  - ✓ Empresas públicas: *“el capital es propiedad del Estado y de los poderes públicos en general”*
  - ✓ Empresas sociales o cooperativas: *“el capital es propiedad de los trabajadores”*

### 2.2.1. Comercialización del café de quinua:

Es realizar la oferta y la demanda del café de quinua entre comerciante y consumidor. Para comprender esta variable se aporta con un marco conceptual de su estructura.

#### 2.2.1.1. Comercialización:

Es intercambio o venta, entregar un producto bien o servicio a cambio de un valor que puede ser monetario, a través de una planificación donde consta el objetivo a lograrse en beneficio de las dos partes – comercializador y consumidor, utilizando estrategias idóneas en un tiempo y lugar específico.

El proceso de comercialización debe responder al sistema, su estructura, gestión comercial,

- ✓ **Sistema de comercialización:** *“Conocido también como proceso de marketing, es la actividad que comienza en el proceso productivo y que llega hasta el consumidor”* (BUENO, 1989). El sistema de comercialización se da en análisis y estudio de oportunidades de mercado (comportamientos del consumidor y de competencia comercial a fines), planificar, fijar precios, producción y distribución de productos.
- ✓ **Estructura de comercialización:** Se basa en la producción y financiación de los requerimientos de recursos de humanos, de herramientas industriales, de materia prima, procesamiento hasta lograr la producción, y la ubicación en el

mercado para su oferta y demanda requerida a las necesidades y beneficios comerciales.

- ✓ **Gestión comercial:** Encierra todo el proceso de comercialización que parte desde las ideas hasta plasmarlas en la acción negociadora entre consumidor y comerciante, a través de una organización, orden, planificación y ejecución del mismo.

En La actualidad se llama “**marketing**” al proceso de comercialización incluyendo al estudio de mercado y a la publicidad.

#### **2.2.1.2. Café:**

Es una bebida o té procesada de la semilla del arbusto cafeto y se la puede tomar a temperatura que desee el consumidor, frío o caliente, este último es el más apetecido, se lo puede adquirir molido para pasar por el colador, como instantáneo, existe una gran variedad de semillas del cafeto, pero, son pocas las consideradas para preparar la infusión del café, cuya característica es su aroma y sabor creándose una costumbre y/o adicción de su consumo

El cultivo de la planta se da en todos los terrenos y climas, sobre todo en suelos subtropicales. Entre la gran variedad de componentes, y en mayor cantidad es la cafeína, sustancia estimulante del sistema nervioso central y en especial del cerebro provocando insomnio en ciertos casos.

El tiempo de desarrollo y maduración del grano de café como parte del arbusto de cafeto es de 6 a 7 meses y su tono es de color verde y va cambiando hasta llegar al color rojo similar al fruto de cerezo. El fruto de café aparece en forma de racimo al entorno de la rama, cada grano contiene dos pepas unidos y cubiertos por la pulpa y la membrana que es que cambia de color avizorando su madurez.(Alimentari, s.f.)

Entre las variedades de arbustos de café existen los siguientes: arábigo, robusta o caneophora, libérica.

En el comercio se oferta diferentes tipos de café procesados como:

- ✓ **Café tostado:** tostado natural sin aditivo removiéndolo para airearlo y no quemarse
- ✓ **Café torrefacto:** tostado (torrefacto) se le agrega azúcar al café en el tostado para obtener el caramelizado, oscuro brillante, y aumento del amargor.
- ✓ **Café soluble:** Es el café que obtiene de la deshidratación y secado a través de la técnica de calor que es la evaporación a través del aire caliente en maquinarias específicas.
- ✓ **Café soluble liofilizado:** *“Se obtiene del proceso de congelamiento a temperaturas 40° convirtiéndolo en hielo y a baja presión atmosférica, luego se eleva la temperatura y presión, en donde el descongelamiento se convierte en vapor de agua y deshidratando las partículas de café”.*
- ✓ **Café descafeinado:** Es retirar del grano verde (antes de tostarlo) de café, la sustancia cafeína.

El proceso de elaboración de los diferentes tipos de cafés se resume desde el campo, la recolección, el procesado del café verde, recategorización, almacenamiento, tostado, molido, envasado como lo demuestra el cuadro 1 (ver anexo 1)

Entre **los componentes químicos del café** en grano está el agua, materia, grasa, alcaloides como la cafeína, minerales.

Así como se dan beneficios por el café, la exageración de la bebida es perjudicial para la salud:

#### **Lo perjudicial de la bebida de café tradicional:**

- ✓ La cafeína ocasiona el aumento de las hormonas catecolaminas o del estrés que provoca cortisol la misma que incrementa la insulina dándose la inflamación.

- ✓ El aumento de diterpenos (compuestos orgánicos) que se dan por la adicción de café se relacionan con la elevación de los niveles de triglicéridos, colesterol LDL (lipoproteína de baja densidad) y VDL (lipoproteína de alta densidad).
- ✓ La adicción puede provocar malestar en el sistema digestivo por la acidez que tiene el café, de igual manera provoca trastornos en el sueño por la pérdida de serotonina, calcio, magnesio, potasio en la orina, promoviendo el desbalance electrolítico, la ansiedad y la depresión.
- ✓ Es posible la interferencia en el metabolismo normal de algunos fármacos.

#### **2.2.1.2.1.1. La Quinoa:** La FAO, consideró al 2013 como el año internacional de la quinoa.

Chenopodium quinoa también conocida como quínoa o kinwa es una planta de las quenopodiáceas, es decir del grupo de las acelgas, remolachas, espinacas. Se lo utiliza en la dieta alimentaria como cereal sin serlo, por lo que se lo conoce como pseudocereal. La pequeña es un grano pequeño que oscila tamaño entre ,8 a 2,2 mm y pueden ser de varios colores, blancos, rosados, amarillos, grises, rojas.

La quinoa es una planta milenaria que se da en el sector andino de América Latina especialmente en el Ecuador, su cultivo es orgánico y no requiere de cuidados con químicos, y se propaga por semillas y se puede dar el cultivo por rotación, es decir, después de la cosecha de otra planta como la papa, que deja el terreno removido. Bajo control se debe mantener el riego de agua en la planta para que se buena cosecha. Su almacenamiento debe ser cuando el grano esté seco.

Entre las variedades de quinoa existen los siguientes

Quinuas de valles secos (Junín)

Quinuas de valles húmedos (Cajamarca)

Quinuas de altiplano (blancas y de colores)

Quinuas de los salares

Quinuas al nivel del mar

### **Grupo Agroecológico de las quinuas y su adaptación a temperaturas mínimas.**

**Tapia, 1997** – (ver anexo 2: cuadro 2)

**La composición química de la quinua** es una semilla sin gluten que contiene almidones, proteínas y grasas insaturadas, ácidos como el omega 3 y 6 – ácido linoleico, fósforo, potasio, calcio, magnesio, hierro, zinc, vitaminas E, complejo B, lisina, vitamina para el cerebro y la arginina e histidina idóneos para el desarrollo del organismo humano, permitiendo su balance salud.

Los beneficios son: la regulación de lípidos y control de control del colesterol en el sistema circulatorio, tiene propiedades medicinales de reconstituyente, curativas, cicatrizantes, antiinflamatorias, reguladoras del aparato digestivo evitando el estreñimiento, es preventiva del cáncer, la osteoporosis, enfermedades del corazón, entre otros.

Para ampliar la información de los beneficios y características de la quinua, los siguientes cuadros fueron tomados como referencia del siguiente autor: (Heredia, Nadina, 2013) (Ver anexo 3: cuadros 3, 4, 5, 6, 7, 8).

La quinua se puede usar dentro del uso industrial, farmacológico, en la alimentación humana y para la alimentación animal.

- ✓ *En el ser humano forma parte de su **dieta alimenticia** de distintas maneras que desde una sopa como un pan de quinua.*
- ✓ *En la **alimentación animal** con el bagaje o residuos del procesamiento de la quinua.*
- ✓ *Su **uso farmacológico** tiene como acción aliviar el dolor de muela, cefaleas, desinflamante, es anti bactericida de las vías urinarias, control de hemorragias internas, como cicatrizantes e heridas y de fracturas, hasta como repelentes de insectos.*
- ✓ *En el **uso industrial**: Sus almidones pueden servir para la elaboración de postres alimenticios, aerosoles, papel autocopiante (sin carbón), excipientes*

*en la industria plástica, talco y polvos anti offset (tinta para impresiones digitales).*

*La saponina sustancia química que se extrae de la quinua amarga sirve en la industria farmacéutica para reducir el colesterol, y como antibiótico.*

*La toxicidad diferencial de la saponina de la quinua sirve como eficaz insecticida natural sin efectos secundarios o colaterales para la vida y el entorno.*

(Ver anexo 4: gráfico 1)

## **2.3.MARCO CONCEPTUAL**

### **Estudio de prefactibilidad:**

*“Es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto”*

### **Comercialización:**

*“Conjuntode actividades sociales en la relación de oferta y demanda entre el vendedor y el comprador. Acción de Comercializar un producto a través del análisis de necesidades del consumidor, tipos y cantidad de producción demandante, costo y capacidad de pago, competitividad.”.*

### **Empresa:**

*“Es unaunidad económica social integrada por elementos humanos, materiales y técnicos que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes.”*

De la definición expuesta se puede entender que las empresas son unidades organizacionales en las cuales se reúne insumos y recursos que ordenados adecuadamente, producen bienes o servicios, teniendo como objetivo satisfacer las necesidades de los consumidores y obtener un rédito económico.

***Producción:***

*“Fabricación o elaboración de un producto mediante el trabajo”*

**Utilidad:**

*“Es el interés, beneficio, provecho o fruto que se obtiene de algo”.*

## **2.4.MARCO LEGAL**

### **Constitucion de la Republica del Ecuador 2008 – Título XII – Del Sistema Económico – Capítulo 1:**

**Art. 242.-** La organización y el funcionamiento de la economía responderán a los principios de eficiencia, solidaridad, sustentabilidad y calidad, a fin de asegurar a los habitantes una existencia digna e iguales derechos y oportunidades para acceder al trabajo, a los bienes y servicios: y a la propiedad de los medios de producción.

**Art. 243.-** Serán objetivos permanentes de la economía:

1. El desarrollo socialmente equitativo, regionalmente equilibrado, ambientalmente sustentable y democráticamente participativo.
2. La conservación de los equilibrios macroeconómicos, y un crecimiento suficiente y sostenido.
3. El incremento y la diversificación de la producción orientados a la oferta de bienes y servicios de calidad que satisfagan las necesidades del mercado interno.

4. La eliminación de la indigencia, la superación de la pobreza, la reducción del desempleo y subempleo; el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, y la distribución equitativa de la riqueza.
5. La participación competitiva y diversificada de la producción ecuatoriana en el mercado internacional.

**Art. 244.-** Dentro del sistema de economía social de mercado al Estado le corresponderá:

1. Garantizar el desarrollo de las actividades económicas, mediante un orden jurídico e instituciones que las promuevan, fomenten y generen confianza. Las actividades empresariales pública y privada recibirán el mismo tratamiento legal. Se garantizarán la inversión nacional y extranjera en iguales condiciones.
2. Formular, en forma descentralizada y participativa, planes y programas obligatorios para la inversión pública y referencial para la privada.
3. Promover el desarrollo de actividades y mercados competitivos. Impulsar la libre competencia y sancionar, conforme a la ley, las prácticas monopólicas y otras que la impidan y distorsionen.
4. Vigilar que las actividades económicas cumplan con la ley y Regularlas y controlarlas en defensa del bien común. Se prohíbe el anatocismo en el sistema crediticio.
5. Crear infraestructura física, científica y tecnológica; y dotar de los servicios básicos para el desarrollo.
6. Empezar actividades económicas cuando lo requiera el interés general.
7. Explotar racionalmente los bienes de su dominio exclusivo, de manera directa o con la participación del sector privado.

8. Proteger los derechos de los consumidores, sancionar la información fraudulenta, la publicidad engañosa, la adulteración de los productos, la alteración de pesos y medidas, y el incumplimiento de las normas de calidad.
9. Mantener una política fiscal disciplinada; fomentar el ahorro y la inversión; incrementar y diversificar las exportaciones y cuidar que el endeudamiento público sea compatible con la capacidad de pago del país.
10. Incentivar el pleno empleo y el mejoramiento de los salarios reales, teniendo en cuenta el aumento de la productividad, y otorgar subsidios específicos a quienes los necesiten.

**Art. 245.-** La economía ecuatoriana se organizará y desarrollará con la coexistencia y concurrencia de los sectores público y privado. Las empresas económicas, en cuanto a sus formas de propiedad y gestión, podrán ser privadas, públicas, mixtas y comunitarias o de autogestión. El Estado las reconocerá, garantizará y regulará.

**Art. 246.-** El Estado promoverá el desarrollo de empresas comunitarias o de autogestión, como cooperativas, talleres artesanales, juntas administradoras de agua potable y otras similares, cuya propiedad y gestión pertenezcan a la comunidad o a las personas que trabajan permanentemente en ellas, usan sus servicios o consumen sus productos.

**En el Capítulo Segundo de la Constitución Política del Estado**, referente a los derechos del Buen Vivir, sección primera, Art. 13 dice: "las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales".

**El Plan Nacional de Buen Vivir**, objetivo 2 expresa que es responsabilidad del Estado "Mejorar las capacidades y potencialidades de la población" y

concretamente en el objetivo 2.1 Asegurar una alimentación sana, nutritiva, natural y con productos del medio para disminuir drásticamente las deficiencias nutricionales".

**La Ley Orgánica de la Salud, en el artículo 16 manda:**

"El Estado instituirá una política intersectorial de seguridad alimentaria y nutricional, que propenda a eliminar los malos hábitos alimenticios, respete y fomente los conocimientos y prácticas alimentarias tradicionales, así como el uso y consumo de productos y alimentos sanos, variados, nutritivos, inocuos y suficientes".

**La Ley de Soberanía Alimentaria** dispone en el artículo 26: "Con el fin incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos; y la coordinación de las políticas públicas".

### **Ley de Compañías**

**Art. 1.-** Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones de Código Civil.

**Art. 2.-** Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

1. La compañía en nombre colectivo.
2. La compañía en comandita simple y dividida por acciones
3. La compañía de responsabilidad limitada.
4. La compañía anónima
5. La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

**Art. 5.-** Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación del presente trabajo es mixto por su fuente, por cuanto se basa en investigaciones que sustenten en trabajo y se aplica una encuesta y diálogo con los beneficiarios directos;

#### **3.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

De la misma manera la investigación presente mantiene un enfoque mixto porque se apoya en los datos estadísticos y por el análisis de los mismos de manera cuantitativa y cualitativamente de los resultados.

#### **3.3. MÉTODOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**Métodos de Investigación.** - Para el desarrollo del Proyecto de Investigación estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua en el sector 1 de la etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la ciudad de Guayaquil se aplicarán

##### **a. Método Analítico.**

Se escoge este método porque es necesario descomponer cada una de las variables que intervienen en el proceso para determinar la prefactibilidad en la creación de la empresa.

### b. Método Deductivo.

Se aplicará el método Deductivo debido a que se concluye que es necesaria la creación de la empresa dado a la consideración de una demanda insatisfecha en los adultos mayores de la ciudad de Guayaquil.

#### Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos seleccionados para aplicarlas a la investigación es una ENCUESTA a 200 consumidores de café habitantes del Sector 1, de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada. (Ver anexo 5: Cuadro 9)

### 3.4. POBLACIÓN – MUESTRA

Para determinar la prefactibilidad del negocio se tomará una muestra al lugar de estudio y análisis el mismo que está ubicado en el sector norte de la ciudad. (Cdla. Alborada Primera Etapa), considerando el casco comercial, empresarial y residencial del mismo.

Para determinar la muestra a la población existente, haremos uso de la siguiente formula.

 Universo Finito. Menor a 100 000.

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

Los parámetros a analizar son:

- N = Tamaño de la población.
- n = Tamaño de la muestra.
- $Z^2$  = Nivel del confianza. (valor z)
- $e^2$  = % de error.
- p = 90 %
- q = 10 %

### **3.4.1. Recursos**

**3.4.1.1. Recursos:** Entre los recursos considerados para la aplicación de la encuesta están:

#### **3.4.1.2. Materiales**

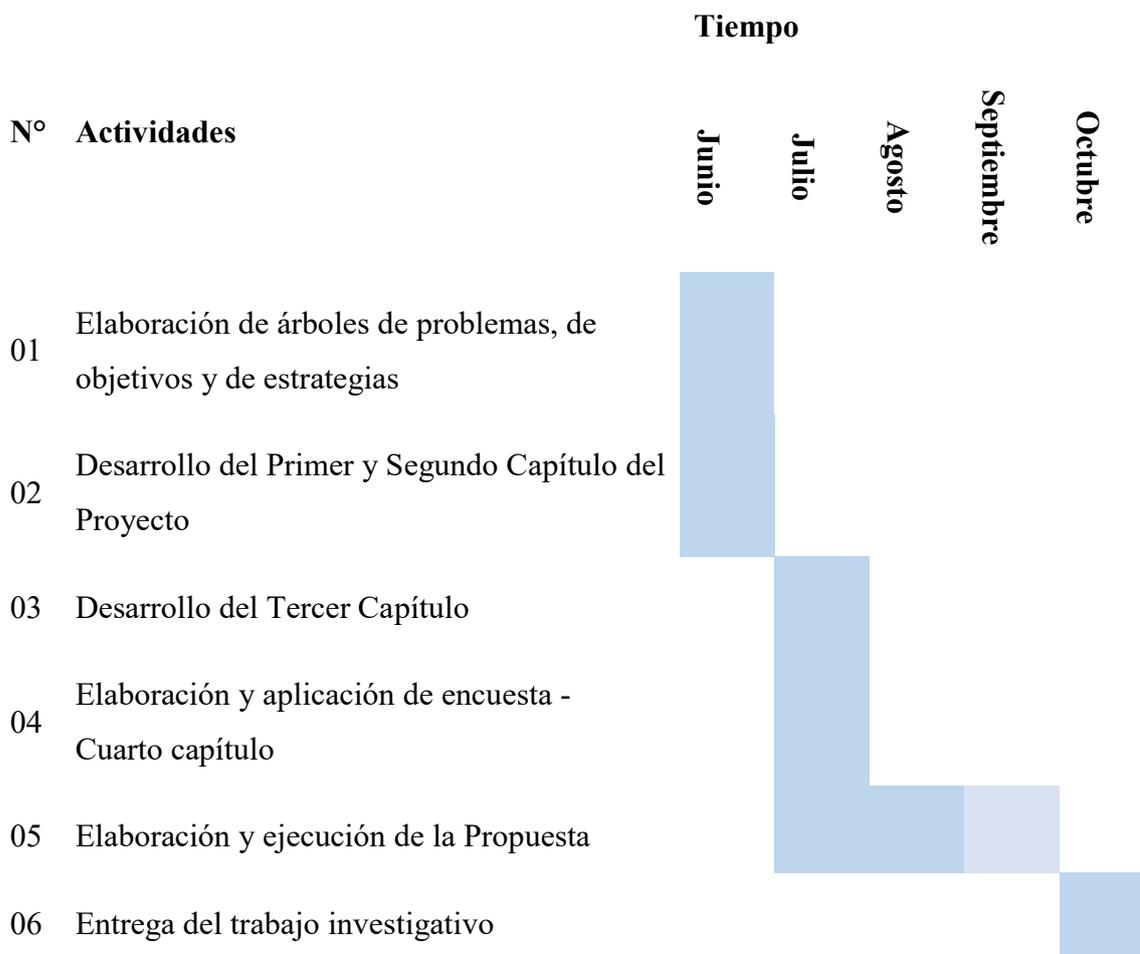
- Hojas A4 para impresiones
- Vehículo y gasolina
- Ordenadores, impresora y tinta

#### **3.4.1.3. Humanos:**

- Beneficiarios metas (200)
- Docente Tutor
- Docentes colaboradores
- Autoridades Académicas

### 3.4.2. Cronograma:

**Cuadro10**



### 3.4.3. Fuentes:

El gasto del desarrollo se realiza por autogestión del autor del trabajo investigativo, y para la propuesta con apoyo de entidad bancaria.

### 3.5. LAS VARIABLES Y SU OPERACIONALIDAD

#### Declaración de las variables

**Variable dependiente:** Estudio de Prefactibilidad de creación de la empresa.

**Variable independiente:** Escasa comercialización del café de quinua.

#### Operacionalización de las variables:

**Cuadro 11**

HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES O CATEGORÍAS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
<b>El estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua se logrará una salud y economía satisfactoria en los consumidores del Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil, en el año 2016</b>	<b>Independiente:</b>  Escasa comercialización del café de quinua	Producción agrícola	Incremento de la comercialización del café de quina	Encuesta
	<b>Dependiente:</b>  Estudio de Prefactibilidad de creación de la empresa.	Económico - comercial	Ejecución de la propuesta de creación de la empresa	Encuesta

### **3.6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS**

La aplicación de la encuesta se da con visitas domiciliarias y exteriores de centros comerciales, solicitando (verbalmente) la autorización de ser encuestados a los habitantes mayores de 18 años de edad del sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil.

Para el estudio de Prefactibilidad y mercado para la creación de una empresa dedicada a la comercialización del presente proyecto se hará una base de datos a través del análisis de la observación de locales comerciales que expenden y la magnitud de compradores de café tradicional; se suma a ello la aplicación de una encuesta a 200 personas mayores de 18 años de edad consumidoras de café donde se demuestran las dificultades

Posterior a la aplicación de la encuesta se realiza la tabulación de la encuesta, la elaboración de cuadros (Ver Anexo 6: del cuadro 11 al cuadro 20) y gráficos estadísticos (Ver anexo 6: del gráfico 2 al gráfico 20) y el análisis de las preguntas, así:

#### **1. - ¿Conoce Usted si el café de café al consumirlo largo período afecta al sistema nervioso y organismo?**

El 57% manifiestan que no conocen sobre los efectos que se tiene al consumir café de cafeto por largo período.

#### **2. - ¿Conoce Usted un producto alternativo para consumir en el desayuno o en hora de mayor presión de trabajo?**

Del 100%, el 64% de encuestado no conocen productos alternativos como parte del desayuno.

#### **3. -¿Conoce Usted si existe el café de Quinoa en el mercado?**

El 95,5% no han escuchado sobre la existencia del café de quinoa en el mercado.

**4. -¿Conoce Usted de los beneficios para la salud humana al consumir el café de quinua?:** El 92% manifiestan que no conocen sobre los beneficios para la salud humana que brinda el café de quinua.

**5.- ¿Sabía Usted que la quinua al consumir favorece el fortalecimiento de los huesos, del sistema nervioso entre otros beneficios para la salud humana?:** El 76% de los encuestados no saben sobre los beneficios para los huesos al consumir quinua.

**6. -¿Conoce Usted de alguna empresa de servicio a nivel nacional ofreciendo desayuno con el producto de la quinua?:** El 96,50 % de los encuestados no tienen conocimiento sobre empresa de servicio a nivel nacional que ofrezca desayuno con el producto de la quinua.

**7. - ¿Consumiría Usted el café de quinua si se lo ofrecieran?:** El 75% de los habitantes del sector 1 de la etapa 1 de la Alborada en Guayaquil, manifiestan que si consumirían el café de quinua.

**8. - ¿Usted consumiría el café de quinua con el fin de mejorar la salud de su familia?:** El 97% priorizan la salud familiar al aceptar el café de quinua.

**9. - ¿Prefería cambiar el consumo del café tradicional por un nuevo producto como es el café de quinua?:** El 88% sí acepta el cambio del café tradicional por el café de quinua.

**10. -¿Considera Usted que al lanzar el producto de café de quinua a nivel nacional éste tendría la aceptación deseada?:** El 98 % manifiestan positivamente un SI de aceptación deseada al ofertarse el café de quinua a nivel nacional.

## CONCLUSIONES

En la aplicación de la encuesta resalta que el 95.50% no conocen que existe el café de quinua en el mercado, el 92% desconocen de los beneficios del mismo, y el 96.50% no saben que existen empresas a nivel nacional ofreciendo desayunos de la quinua. El 97.50% de la población considerada están dispuestos a consumir el café de quinua con el fin de mejorar la salud familiar y el 98.50% consideran que al lanzar el café de quinua a nivel nacional este tendría la aceptación deseada.

En conclusión, la gran mayoría de la muestra encuestada han respondido no conocer sobre la afección al organismo humano que mantiene el café tradicional, de igual manera, desconocen que exista un producto alternativo como lo es el café de quinua que sea beneficioso para la salud así como para fortalecer los sistemas óseos, circulatorios y nerviosos, en especial, el desarrollo de las neuronas. Un gran porcentaje manifiesta no conocer empresa que comercialice el café de quinua en el desayuno.

El alto porcentaje de beneficiarios expresan que están dispuestos a cambiar el café tradicional por el café de quinua y lo consumirían si se los ofrecen porque mejoraría la salud familiar.

## RECOMENDACIONES

El grupo ha respondido a la encuesta mencionando que sus conocimientos son bajos sobre los efectos perjudiciales de ser frecuentes consumidores de café tradicional y las nociones deficientes de los grandes beneficios que otorga la quinua procesada como café.

Demostrando con ello que es necesario como **propuesta de solución:** la creación de empresas comercializadoras de café de quinua para mejorar la salud y economía de la población ecuatoriana.

## **PROPUESTA**

### **Creación de la empresa comercializadora “coffe quinua”**

#### **Justificación de la propuesta:**

El bajo nivel de conocimientos sobre los efectos perjudiciales que ocasiona la adicción de beber el café tradicional y el alto nivel de nutrientes que tiene la quinua que poca noción se tiene sobre ello, y el egreso de los recursos económicos por los elevados precios que demanda la adquisición del café tradicional.

La insuficiente comercialización del café de quinua por el limitado marketing o poco emprendimiento para creación de empresas procesadoras y /o mercantiles conlleva a una cultura alimentaria no adecuada, a la adicción al café tradicional que afecta al organismo y a no aprovechar los recursos nutritivos que da la naturaleza y en especial la quinua, así como disminuir la capacidad de ahorro, por los altos precios que oferta el expendio del café de café.

A través de la información a la población sobre los valores nutricionales se crea la empresa comercialización del café de quinua con la finalidad de lograr una salud y economía satisfactorias y mejorar la cultura alimentaria de los beneficiarios. Para llevar a efecto lo expresado, es importante la creación de una empresa comercializadora de café de quinua en beneficio de la salud de los consumidores.

#### **Objetivo general de la propuesta:**

Crear una empresa comercializadora de café de quinua para aprovechar sus valores nutricionales en beneficio de la salud de los consumidores

#### **Objetivos específicos de la propuesta**

- Buscar la asesoría del personal de apoyo en el cumplimiento del proyecto para lograr las metas establecidas.
- Adquirir los recursos materiales, económicos y científicos para la marcha de la empresa comercializadora del café de quinua.

- Realizar campañas informativas sobre los beneficios que tiene el café de quina y la empresa donde adquirirla.

### **Hipotesis de la propuesta:**

La creación de la empresa de café de quinua incentiva al aprovechamiento de los valores nutricionales en beneficio de la salud y de una economía satisfactorio de los consumidores.

### **Listado de contenido y flujo de la propuesta**

Estudio de prefactibilidad para la creación una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua en la ciudad de Guayaquil (Ver anexo 7 – Gráfico 13)

### **Desarrollo de la propuesta:**

Dentro del estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa comercializado de café de quinua se encuentra el análisis del mercado que se lo realiza en el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada de la Ciudad de Guayaquil, en la Provincia del Guayas.

### **Análisis de mercado:**

#### **Estudio de Mercado:**

Esta actividad de carácter administrativo y social permite recopilar los datos como cliente, insumos, gastos, precios, oferta, demanda, competencia de acuerdo a la consideración de la segmentación del mercado el mismo que da conocer la población finita de la que se considera como muestra a 200 consumidores de café tradicional que habitan en el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada de la Ciudad de Guayaquil en el año 2016.

#### **Objetivo del estudio de mercado:**

- Analizar la información obtenida para la demostración de la prefactibilidad de la creación de la empresa comercializadora de café de quinua.
-

- Demostrar la necesidad de la comercialización del café de quinua en la población de consumidores de café.
- Lograr la aceptación de la demanda de café de quinua, estabilidad de la empresa y desarrollo comercial.

### **Análisis del consumidor:**

El análisis resultante de la aplicación de la encuesta que las personas poco nada conocen de la afección que trae consigo el consumo de café tradicional y que el café de quinua es un producto alternativo beneficioso para la salud humana cuyas funciones son las de fortalecimiento de los sistemas óseo, circulatorio y nervioso, siendo importante en el desarrollo de las neuronas del cerebro.

Un porcentaje alto manifiesta no conocer empresa alguna en el sector que comercialice el café de quinua en el desayuno, y están dispuestos a consumir el café de quinua si logra ofertar en el mercado de consumos de víveres y alimentos porque desean conservar la y mejorar la calidad de vida.

### **Competencia:** (Ver Anexo 7: Gráfico 14)

La Ciudad de Guayaquil, se ha dado conocer a través de la historia por múltiples características que la han llevado en la actual a ser grande, hospitalaria y de gran desarrollo socio económico, por su emprendimiento agroindustrial y comercial y con desarrollo educativo y cultural a la altura de las grandes metrópolis que se desarrollan en otros estados o naciones. (Ver Anexo 7: gráfico 15)

Guayaquil, en especial la Ciudadela Alborada, demuestra con exitosa oferta y demanda como lo demuestran sus centros comerciales como lo son: “Mall del Sol” “Alborada”, “Kiwy”, “Plaza Mayor” “Gran Albocentro”, entre otros.

En los grandes centros comerciales y sobre todo los hipermarkets, Comisariatos, minimarkets, y demás mercados populares comercializan la quina como materia prima o procesada en otros productos, pero se observa que no venden el café de quinua, tanto en la Ciudad como en la Ciudadela Alborada, y en especial

en el sector 1 de la Etapa 1. El café de quinua, para los habitantes guayaquileños es una alternativa en la dieta diaria de los habitantes Guayaquil. (Ver Anexo 7: Gráfico 16)

Hasta la presente investigación y estudio de mercado demuestra que no existe una empresa comercializadora del producto, por lo tanto, el estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa comercializadora de café de quinua en la Ciudad de Guayaquil.

**El Producto:** (Ver Anexo 8: Gráfico 17)

La quinua es un grano pequeño que oscila tamaño entre ,8 a 2,2 mm y pueden ser de varios colores, blancos, rosados, amarillos, grises, rojas y existen muchas variedades.

La quinua es una planta milenaria que se da en el sector andino de América Latina especialmente en el Ecuador, su cultivo es orgánico y no requiere de cuidados con químicos, y se propaga por semillas y se puede dar el cultivo por rotación, es decir, después de la cosecha de otra planta como la papa, que deja el terreno removido.

El procesamiento de la quinua para lograr el café es similar a la semilla del arbusto cafeto así:

- 1) **Recepción y selección** de la materia prima de acuerdo a parámetros o variables como: estado de calidad, tamaño, consistencia.
- 2) **Lavado** el grano de quinua seleccionado se lo realiza con sistema de aspersión continua de la mezcla de agua purificada y con la finalidad de eliminar bacterias y microorganismo perjudiciales a la quinua y a la salud humana.
- 3) **Secadose** logra a través de temperaturas y tiempos moderados
- 4) **Tostado**, a la quinua seleccionada se la tuesta a un tiempo y calidad óptimos produciéndose un aroma y sabor adecuado de la materia prima.
- 5) **Molido**, se lo realiza cuando la quinua está tostada, se lo realiza en molinos.

- 6) La **extracción** se realiza mezclando la quinua tostada y molida con agua hervida y caliente para obtener una infusión en donde se consigue la consistencia de aroma y sabor concentrados para el café
- 7) **Secado y pulverizado**: después de la extracción la quinua concentrada es sometida a un aire caliente (250°C) para secarse y ser pulverizado a través de una torre muy alta especial, posteriormente se somete a proceso de enfriamiento, similar al anterior paso.
- 8) **Envasarla** quinua concentrada en recipientes de vidrio con etiquetas, es el siguiente paso.
- 9) Para su **conservación, control sanitario y distribución en el mercado** el café de quinua se *almacena* en cajas en un lugar que lo conserve por más tiempo y cuide su calidad.
- 10) El **control sanitario** que considera:
  - ✓ El *análisis químico* en donde se medirá sustancias como proteínas y humedad
  - ✓ El *análisis organoléptico* que determina el nivel de acidez o pH (4.9 a 5.4), aroma agradable, viscosidad, peso y grosos de los aceites propios de la quinua. (Ver anexo 9; Gráfico 18)

### **Determinación del mercado objetivo:**

El mercado objetivo que se considera en el presente estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa comercializadora del café de quinua es el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas del País Ecuador.

Entre los ingresos económicos en que se mantiene Guayaquil está el comercio formal e informal, a través de los pymes, empresas y microempresas, cuenta el aeropuerto, puerto marítimo, y terrestre como vías de comunicación de las relaciones comerciales que se da a nivel local, provincial, del país y el exterior.

La Ciudadela Alborada de la Ciudad de Guayaquil, en su Etapa 1, sector 1, es considerado como objetivo meta, se ha considerado a doscientos habitantes mayores de 18 años de edad, con la finalidad de aplicar la encuesta demostrando el bajo nivel de conocimientos sobre los efectos negativos del café tradicional y los grandes beneficios que ofrece la quinua y en especial el café de quinua no tiene sustancias nocivas al organismo.

### **Demanda:**

La necesidad del bienestar económico y saludable en la población hace que surjan alimentos de bajos costos y beneficiosos para la salud humana, presentándose la oportunidad del café de quinua a la demanda de la población que busca un mejor estilo de vida.

### **Determinación para la demanda actual manda:**

Se consideró a las personas encuestadas mayores de 18 años de edad que consumen café tradicional y compraban en los centros comerciales del Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada de la Ciudad de Guayaquil, los mismos que determinaron la necesidad de mejorar su salud a través de otra alternativa de café que no afecte al organismo.

### **Determinación para la demanda proyectada:**

La demanda proyectada está acorde a la ampliación es ir paulatinamente cubriendo las necesidades de los consumidores de café de otros sectores de la Ciudad de Guayaquil, y sucesivamente extenderse a otros lugares externos al Cantón Guayaquil, si es el alcance a cubrir la demanda a nivel internacional.

### **La oferta:**

Es el café de quinua que promociona la empresa comercializadora “Coffee Quinoa”, el mismo que al iniciar su oferta se encuentra con una competencia

disminuida, por cuanto el nivel de conocimiento básico es bajo sobre sus beneficios para la salud.

Al informar a la población demandante de café sobre el valor nutritivo del café de quinua “Coffe Quina” se incrementará la demanda y por ende se incrementa la producción que oferta.

#### **La oferta actual:**

El café de quinua, se piensa ofertar en los centros comerciales, comisariatos, tiendas, restaurantes, cafeterías, y demás locales que demanden del producto.

La distribución de café de quinua parte desde el local de la propia empresa de “Coffee Quinoa” que se ubica en el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela “Alborada” de la Ciudad de Guayaquil, a través de los canales viales de comercialización.

#### **La oferta proyectada:**

La proyección de la oferta del café de quina de “Coffe Quinoa” es salir del mercado local, e ir ganando espacios de oferta y demanda a otros sectores de la ciudad, de la provincia y del país, convertirse en empresa distribuidora mayorista y llegar al mercado internacional.

#### **Precio del producto que se oferta:**

El valor del producto que oferta la empresa comercializadora “Coffee Quinoa” es relativa a la variedad de café, así como a la demanda que se da en la actividad negociadora y que está dada en la cantidad y en la variedad de pedido. Los precios se consideran analizando la aceptación y conformidad del cliente y de las utilidades para la empresa, buscando los beneficios para las dos partes que realizan la acción comercial (oferta y demanda).

#### **Análisis técnico**

##### **Estudio técnico:**

Es analizar si la empresa cuenta con las herramientas requeridas para lograr que la comercialización del producto se de en total normalidad y con satisfacción.

La quinua se encuentra en el mercado siempre por ser una planta latina que se da en todos los tiempos, y su producción se mantiene por largo periodo en lugares apropiados para su almacenamiento.

La adquisición de los molinos se encuentra en el mercado de instrumentos procesadores que sirven para iniciar una empresa, si la oferta y la demanda crecen se deberán emplear maquinarias o molinos industriales mayor complejidad.

De igual manera, se considera el perfil del consumidor para llegar a él a través de recursos de propagandas (como anuncios radiales, televisivos) y marketing.

Dentro del estudio técnico se consideran las encuestas, el plan operativo institucional con la finalidad de demostrar la prefactibilidad de la empresa.

#### **Descripción del servicio:**

Desde la adquisición, el control en la selección, limpieza y procesamiento de molienda de la materia prima y elaboración del café hasta su comercialización se lo hará en local de la empresa comercializadora de “Coffe Quinoa”, bajo los controles necesarios de producción y de expendio.

#### **Tamaño de la Planta:**

Las dimensiones de la empresa son relativas y está dado por la producción que resulte, ampliándose acorde a la demanda.

#### **Disponibilidad de capital:**

Al inicio la inversión se dará por parte del autor del proyecto siendo gestor en la creación de la empresa de comercialización “Coffee Quinoa”, al crecer la demanda y la oferta si no se cubre las utilidades se buscarán otras fuentes de recursos económicos.

#### **Localización del proyecto:**

La empresa se ubicará en un sitio estratégico donde exista la accesibilidad al comercio, analizando seguridad ciudadana, vías de acceso, servicios básicos, y el interés de demanda permanente.

Para la ubicación del proyecto se consideran dos etapas de localización (macro y micro localización).

**Macro localización:** La empresa comercializadora “Coffee Quinoa” se ubicará en la Ciudadela Alborada de la Ciudad de Guayaquil. (Ver Anexo 7: Gráfico 19)

**Microlocalización:** La proyección está en el perímetro de mayor influencia de demandas y ofertas comerciales del Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada en la Ciudad de Guayaquil. Gráfico de la ubicación de la Empresa Comercializadora “Coffee Quinoa” (Ver Anexo 7: Gráfico 20)

### **Ingeniería del proyecto:**

La ingeniería de proyecto en la creación de la empresa de comercialización de café quinua es expresar los recursos necesarios para su funcionamiento, esto es: planificación, el lugar, las maquinarias, insumos, provisión de servicios básicos, controles y seguridades físicas, estructurales y ambientales.

### **Procesos de comercialización:**

Es el orden en que se desarrollan las acciones en la creación de la empresa Coffee Quinoa y procesamiento de la materia hasta la operación comercial del producto.

### **Diagrama de flujo de procesos de servicios:** (Ver anexo 10: Gráfico 21)

#### **Descripción del flujo gramático de procesos:**

- I. En la bodega se realiza la mercadería de acuerdo al requerimiento inicial hecho en el departamento de compras.
- II. El paso siguiente es verificar el estado y calidad del producto
- III. Cuando se ha seleccionado el producto en buen estado se entrega al almacén
- IV. Los responsables (percheros) reciben la mercadería colocan etiquetas y precios para ubicarlos en las perchas respectivas
- V. Los percheros también realizan las solicitudes de pedidos a la bodega cuando es necesario
- VI. El cliente selecciona la cantidad y variedad de café de quinua de acuerdo a sus necesidades y lo presenta en caja donde se realiza la verificación, facturación, cobro, y entrega de mercadería. (Ver anexo 10: Gráfico 22).

**Cadena de valor:**

Es el proceso que va desde la recepción de pedido hasta ser despachado al cliente, el mismo que cancela el valor de acuerdo a lo solicitado (Ver Anexo 10: Gráfico 23)

**Funciones departamentales** (Ver Anexo 13: Gráfico 27)

**Estructura organizacional y base legal**

**Estructura organizacional:** La empresa “CoffeQuinua” mantiene una organización bien establecida (Ver Anexo 14: Gráfico 28)

**Marco Legal:**

Para su creación la empresa “Coffee Quinua” se sustenta en el marco legal:

- Constitución de la República
- Régimen societario
- Régimen laboral
- Servicio de rentas internas
- Código de comercio
- Proceso legal para formar una compañía en el Ecuador

**FODA de la Empresa “COFFEE QUINUA”** (Ver Anexo 15: Gráfico 29)

**Misión - Visión – Valores Corporativos de la Empresa “COFFEE QUINUA”****Objetivo:**

Promocionar la salud, economía y el cuidado del medio ambiente a través del café de quinua como producto básico de la dieta alimentaria del consumidor

**Misión:**

Somos la empresa comercializadora de café de quinua creada para beneficio de la salud y economía de consumidores.

**Visión:**

Ser una empresa comercializadora competente y líder internacional en promocionar la economía, el estilo de vida saludable y el cuidado del medio ambiente a través del aroma y exquisito sabor del café de quinua.

**Valores corporativos** de la empresa son:

- ✓ Servicio de calidad y calidez,
- ✓ Promotor de la salud
- ✓ Eficiencia,
- ✓ Responsabilidad y trabajo,
- ✓ Honradez y equidad,
- ✓ Ambientalismo

**Impacto / Producto / Beneficio obtenido**

La comercialización del café de quinua se incrementa por la información sobre la importancia en la dieta humana que se da y por los bajos costos que oferta. El café de quinua es el producto que se tiene como alternativa dentro de la alimentación diaria.

El beneficio que se obtiene de la comercialización y bebida del café de quinua es reducir enfermedades, sentirse mejor y lograr una vida saludable.

**Impacto ambiental:**

Como demostración de que la quinua no provoca impacto ambiental negativo, es su estructura de componentes nutricionales, y por la elaboración de café de quinua, se procede a utilizar el agua sucia que resulte del lavado de la materia prima (quinua) en un sistema de filtrado para disminuir la cantidad de partículas. (Ver Anexo 16: Gráfico 30)

**Conclusiones:**

El trabajo “Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua en la Ciudad de Guayaquil”, y limitada en el Sector 1 de la Etapa 1 de la Ciudadela Alborada de la Ciudad de Guayaquil, en el año 2016, permite llevar a efecto una investigación dándose la interacción entre el autor y los ciudadanos encuestados permitiendo realizar un análisis cuantitativo de las preguntas que se dan en la encuesta, llegando a la conclusión que la mayoría de los consumidores poco conocen sobre los efectos perjudiciales del café tradicional y de los beneficios que otorga el café de quinua en el organismo humano

**Recomendaciones:**

Es importante apoyar la ejecución de la propuesta “Creación de la empresa comercializadora de café de quinua “CoffeQuínua” para aprovechar sus valores nutricionales en beneficio de la salud de los consumidores.

La propuesta es factible de aplicarse en cual lugar o espacio y en tiempo, sólo se requiere de mantener un gran entusiasmo, y predisposición de atender a las personas colaboradoras en la implementación de la empresa a crearse para ofertar el café de quinua.

## BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). Obtenido de <http://www4.ujaen.es/~tgarrido/Tema%201%20OYMT%20I.htm>
- Adam Smith y el liberalismo económico* ADAMS SMITH Y EL LIBERALISMO ECONÓMICO: LA OTRA CARA DE LA ECONOMIA. (25 de Octubre de 2012). Obtenido de AVILA, Rubén: <http://filosofia.laguia2000.com/grandes-filosofos/adam-smith-y-el-liberalismo-economico-la-otra-cara-de-la-economia>
- Alimentari, L. (s.f.). *PROCESO DE ELABORACIÓN DEL CAFÉ*. Obtenido de <http://ben.upc.es/documents/eso/aliments/HTML/estimulantes-4.html>
- Amstron. (2003).
- Andrade. (2005).
- ANDRADE, R. (25 de octubre de 2012). Obtenido de ADAMS SMITH Y EL LIBERALISMO ECONÓMICO: LA OTRA CARA DE LA ECONOMIA: <http://filosofia.laguia2000.com/grandes-filosofos/adam-smith-y-el-liberalismo-economico-la-otra-cara-de-la-economia>
- BERGER, L. Y. (2006). *COSTRUCION SOCIAL DE LA REALIDAD* . Obtenido de [http://www.concyteg.gob.mx/ideasConcyteg/ArchivosLibros/132007\\_Construccion\\_Social\\_Realidad.pdf](http://www.concyteg.gob.mx/ideasConcyteg/ArchivosLibros/132007_Construccion_Social_Realidad.pdf)
- Bueno Campo, E. (s.f.). *La empresa y su organización*. Obtenido de <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199359.pdf>
- DÍAZ CASERO, J. C., & URBANO PULIDO, D. M. (2005). *TEORÍA ECONÓMICA INSTITUCIONAL Y CREACIÓN DE* . Obtenido de Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. ol. 11, Nº 3, 2005, pp: <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v11/113209.pdf>
- Economía, L. (s.f.). *EMPRESA*. Obtenido de [www.economía48.com](http://www.economía48.com)
- EUMED.NET, E. v. (s.f.). *LA FILOSOFIA DE CARLOS MARX ACERCA DEL DESARROLLO ECONÓMICO*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008b/414/LA%20FILOSOFIA%20DE%20KARL%20MARX%20ACERCA%20DEL%20DESARROLLO%20ECONOMICO.htm>

- FALCONES GARCÍA, J. G. (7 de Septiembre de 2011). *PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN PRODUCTO A BASE DE QUINUA*. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/16985>
- Falcones, J., Guambo, B., & Orellana, M. (s.f.).
- García, M. (01 de 03 de 2007). "*COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS UNIVERSITARIOS*". Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/comercialización-d-e-productos-y-servicios-universitarios/>
- Grandes Jácome, T. (eNREO de 2013). "*ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE CAMISETAS ESTRELLA DE MAR*". Obtenido de [Repositorio,pucesa.edu.ec/spui/bitstream/123456789/850/1/80165.pdf](http://Repositorio,pucesa.edu.ec/spui/bitstream/123456789/850/1/80165.pdf).
- HEREDIA, N. -P.-E. (2013). *QUINUA P.E*. Obtenido de Quinoa valor nutricional : <http://quinua.pe/quinua-valor-nutricional/>
- MAO, L. P. (06 de 2014).
- MAO, L. P. (3 de Junio de 2014). La quinua, con buenas perspectivas en el 2015. *E Comercio*.
- OROZCO UBIDIA. (s.f.).
- Orozco, D. (2014). *SITUACIÓN MACROECONÓMICA DE LA QUINUA EN EL ECUADOR Y SU CAPACIDAD EXPORTABLE PERÍODO 2007 - 2011*. Obtenido de Repositorio, puce, Pontificia Universidad Central del Ecuador: [repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/.../10.C06.000754.pdf](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/.../10.C06.000754.pdf)
- PENSADORES, C. G. (2007). ADAMS SMITH. España: Planeta de Agostino.
- Poveda, J. (2014). <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/123456789/2864>.
- RINCON S., I. B. (s.f.). ADAMS SMITH. HOLOGRAMA RETROSPECTIVO DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO. *Revista Académica de Investigación*. Obtenido de [www.eumed/rev/tlatemo](http://www.eumed/rev/tlatemo)
- Rivas, A., Mbutti, R., Sambulá, & Balbo, R. (julio de 2013). *El Proyecto Manglares - procesos, experiencias, instrumentos, contribuciones y lecciones aprendidas desde la perspectiva de sus actores*. Obtenido de [www.pnuma.org/manglares/.../Sistematización%20Proyecto%20Manglares.pdf](http://www.pnuma.org/manglares/.../Sistematización%20Proyecto%20Manglares.pdf)
- Sánchez, T., & Benavides, A. (14 de Noviembre de 2014). *La demanda de quinua en el Departamento de Nariño-Colombia y la producción en la Provincia del Carchi*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/123456789/236>

Tumbaco , A., & Noblecilla, M. (2011). *Evaluación de factibilidad técnica financiera para la instalación de una planta procesadora de cangrejo*. Obtenido de [Repositorio.unemi.edu.ec/.../ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA...](http://Repositorio.unemi.edu.ec/.../ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA...)

USAID. (julio de 2013). *Cadena de Valores del Cangrejo Rojo en el Golfo de Guayaquil*. Obtenido de [pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PA00JNJ8.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00JNJ8.pdf)

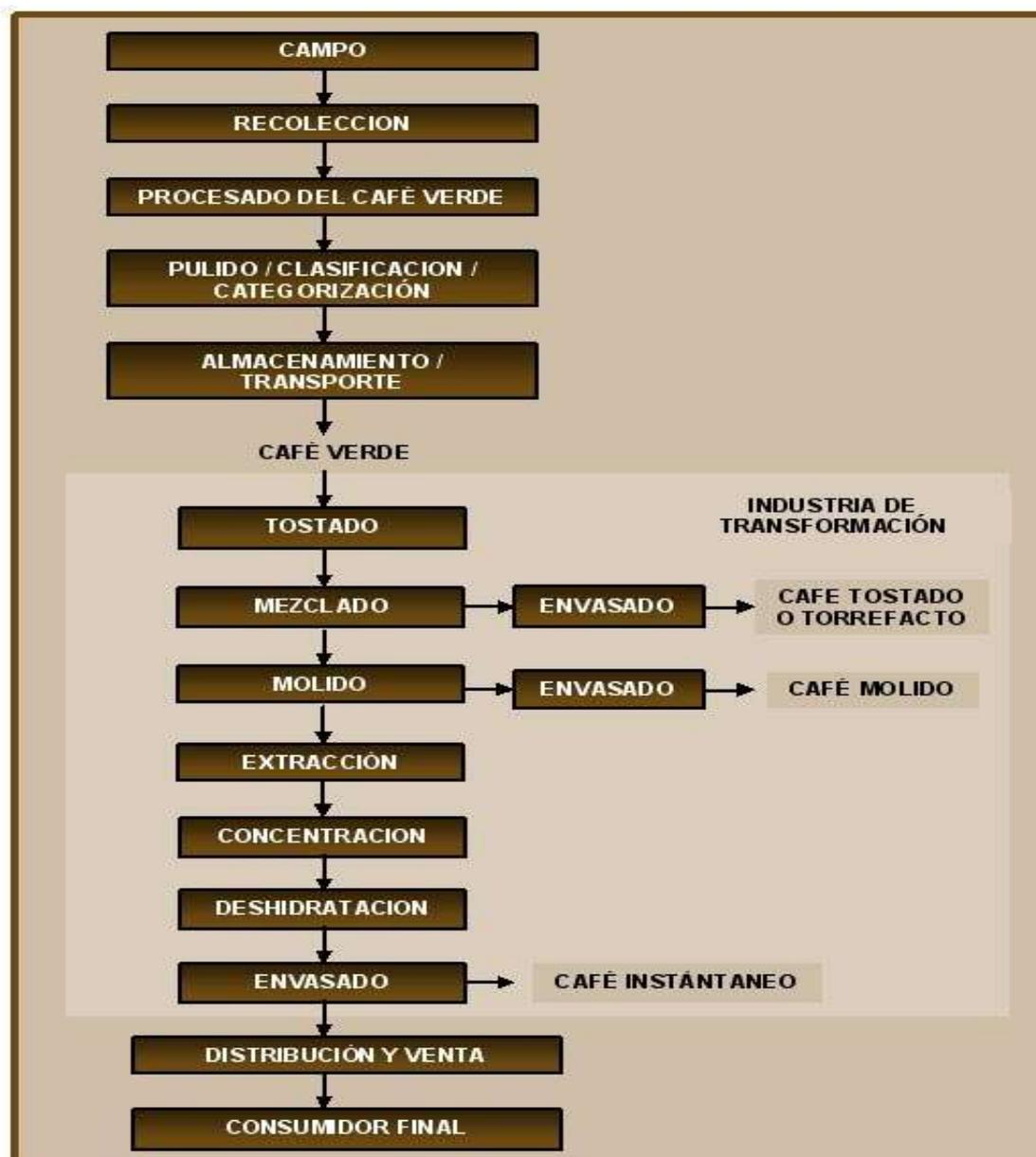
USAID, C. y. (8 de septiembre de 2012). *Cadena de Valores de la Concha Prieta y el Cangrejo Rojo*. Obtenido de [pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/Pnadx452.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnadx452.pdf)

Ziadét, E.; Caguano,L.; . (ABRIL de 2013). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CRACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS DE QUINUA EN EL CANTÓN MILAGRO*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/844>

## ANEXOS

## Anexo 1: Cuadro 1

Cuadro 1



Fuente: Sector Estimulantes Proceso de elaboración de café - "La industria alimentaria"

<http://ben.upc.es/documents/eso/aliments/HTML/estimulantes-4.html>

**Anexo 2:****Cuadro 2**

Grupo	Precipitación	Temperatura mínima
<b>Valle</b>	700 – 1 500 mm.	1 a 3 ° C
<b>Altiplano</b>	400 – 800 mm.	-2 a 2 ° C
<b>Salares</b>	250 – 450 – mm	-4- a 1 ° C
<b>Nivel del mar</b>	con riego 100-200 mm	2-a 5 ° C
<b>Yungas</b>	1 000 – 2 000 mm	10-a 12 ° C

(Fuente: FAO, <http://www.fao.org/quinua-2013/es/> )

**Anexo 3: cuadros 3, 4, 5, 6, 7, 8****Cuadro 3**

Composición química y valor nutricional

**Contenido en 100 gr. De quinua**

Elemento	Unid	Valor	Elemento	Unid	Valor
<b>Agua</b>	%	12.00	Carbohidratos	%	69.29
<b>Proteínas</b>	%	10.70	Ceniza	%	3.20
<b>Grasas</b>	%	5.70	Celulosa	%	4.30

Fuente: FAO, <http://www.fao.org/quinua-2013/es/>

#### Cuadro 4

##### Contenido de Aminoácidos en la Quinua y otros granos (mg/100g de proteínas)

Aminoácido	Trigo	Cebada	avena	maíz	quinua
Isoleucina	32	32	24	32	68
Leucina	60	63	68	103	104
Lisina	15	24	35	27	79
Fenilamina	34	37	35	27	79
Tirosina	16	17	16	14	41
Cistina	26	28	45	31	68
Metionina	10	13	14	16	18
Treonina	27	32	36	39	40
Triptofano	6	11	10	5	16
Valina	37	46	50	49	76

Fuente: A.Gorbitz y R Luna, Ministerio de Agricultura, Boletín n°54

#### Cuadro 5

##### Composición de los carbohidratos de tres variedades de quinua (% de materia prima)

Componente	Roja	Amarilla	Blanca
Almidón	59.2	58.1	64.2
Monosacaridos	2.0	2.1	1.8
Disacaridos	2.6	2.2	2.6
Fibra cruda	2.4	3.1	2.1
Pentosanas	2.9	3.0	3.6

## Cuadro 6

### Composición química y valor nutricional

#### Contenido en 100 gr. de quinua blanca (Junín)

Elemento	Unid	Valor	Elemento	Unid	Valor
<b>Calorías</b>	cal	363	Calcio	mg	85
<b>Agua</b>	g	11.8	Fósforo	mg	155
<b>Proteínas</b>	g	12.2	Hierro	mg	4.2
<b>Grasas</b>	g	6.2	Retinol	mcg	0
<b>Carbohidrat.</b>	g	67.2	Vit. B1(Tiamina)	mcg	0.20
<b>Fibra</b>	g	5.7	Vit.B2 (Riboflamina)	mcg	0.15
<b>Ceniza</b>	g	2.6	Vit. B5 (Niacina)	mcg	0.95
			Ac. Ascórbico reduc.	mcg	-

*Fuente: COLLAZOS, C.P.L White, H.S. White et al, 1975 "La Composición de los alimentos peruanos" Instituto de Nutrición-Ministerio de Salud*

**Cuadro 7**

***Composición química y valor nutricional***

*Contenido en 100 gr. de quinua blanca (Puno)*

<i>Elemento</i>	<i>Unid</i>	<i>Valor</i>	<i>Elemento</i>	<i>Unid</i>	<i>Valor</i>
<i>Calorías</i>	cal	376	Calcio	mg	120
<i>Agua</i>	g	10.1	Fósforo	mg	165
<i>Proteínas</i>	g	11.5	Hierro	mg	-
<i>Grasas</i>	g	8.2	Retinol	mcg	0
<i>Carbohidrat.</i>	g	66.7	Vit. B1(Tiamina)	mcg	0.12
<i>Fibra</i>	g	5.1	Vit.B2 (Riboflamina)	mcg	0.14
<i>Ceniza</i>	g	3.5	Vit. B5 (Niacina)	mcg	1.35
			Ac. Ascórbico reduc.	mcg	-

*Fuente: COLLAZOS, C.P.L White, H.S. White et al, 1975 "La Composición de los alimentos peruanos" Instituto de Nutrición-Ministerio de Salud*

### Cuadro 8

#### Composición química y valor nutricional

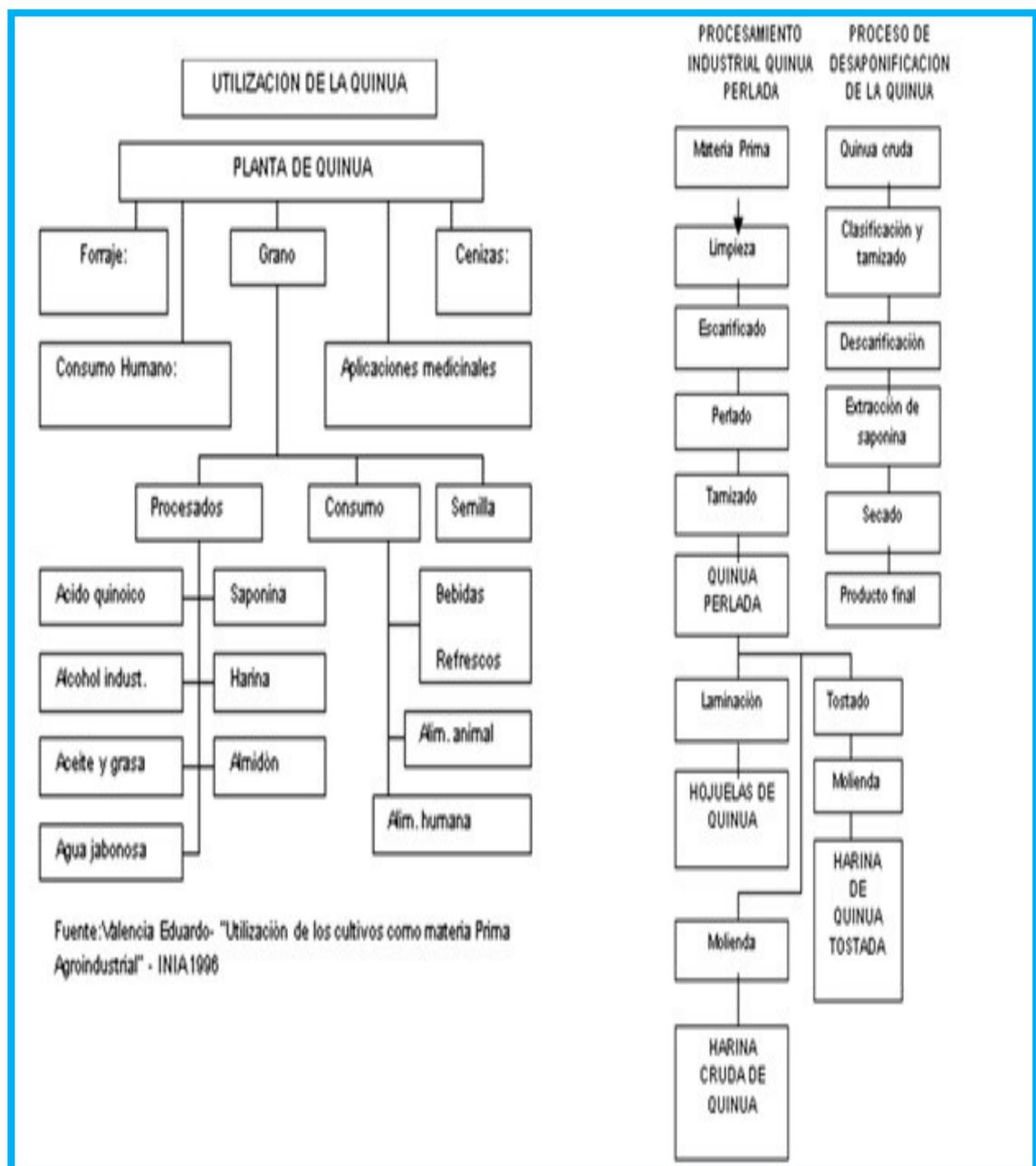
##### Contenido en 100 gr. de harina de quinua

Elemento	Unid	Valor	Elemento	Unid	Valor
<b>Calorías</b>	cal	341	Calcio	mg	181
<b>Agua</b>	g	13.7	Fósforo	mg	61
<b>Proteínas</b>	g	9.1	Hierro	mg	3.7
<b>Grasas</b>	g	2.6	Retinol	mcg	0
<b>Carbohidrat.</b>	g	72.1	Vit.B1(Tiamina)	mcg	0.19
<b>Fibra</b>	g	3.1	Vit.B2(Riboflamina)	mcg	0.24
<b>Ceniza</b>	g	2.5	Vit. B5(Niacina)	mcg	0.68
			Ac. Ascórbicoreduc.	mcg	-

*Fuente: COLLAZOS, C.P.L White, H.S. White et al, 1975 "La Composición de los alimentos peruanos" Instituto de Nutrición-Ministerio de Salud*

## Anexo 4: gráfico 1

Gráfico 1



(Fuente: FAO, <http://www.fao.org/quinua-2013/es/>)

**Anexo 5: Cuadro 9**

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROFAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**ENCUESTA PARA VALIDAR PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN CON EL  
TEMA:**

**“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA  
EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE QUINUA  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, EN EL AÑO 2016.”**

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para evaluar la creación de una empresa dedicada a la comercialización de café de quinua:

**PREGUNTAS****SI NO**

- 1.- ¿Conoce Usted si el café de café al consumirlo largo período afecta al sistema nervioso y organismo?
- 2.- ¿Conoce Usted un producto alternativo para consumir en el desayuno o en hora de mayor presión de trabajo?
- 3.- ¿Conoce Usted si existe el café de Quinua en el mercado?
- 4.- ¿Conoce Usted de los beneficios para la salud humana al consumir el café de quinua?
- 5.- ¿Sabía Usted que la quinua al consumir favorece el fortalecimiento de los huesos, del sistema nervioso entre otros beneficios para la salud humana?
- 6.- ¿Conoce Usted de alguna empresa de servicio a nivel nacional ofreciendo desayuno con el producto de la quinua?
- 7.- ¿Consumiría Usted el café de quinua si se lo ofrecieran?
- 8.- ¿Usted consumiría el café de quinua con el fin de mejorar la salud de su familia?
- 9.- ¿Prefería cambiar el consumo del café tradicional por un nuevo producto como es el café de quinua?
- 10.- ¿Considera Usted que al lanzar el producto de café de quinua a nivel nacional éste tendría la aceptación deseada?

**Anexo 6:****Cuadros****1. - ¿Conoce Usted si el café de café al consumirlo largo período afecta al sistema nervioso y organismo?****Cuadro 11**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SÍ</b>	87	43,00 %
<b>NO</b>	113	56,50 %
<b>TOTAL</b>	200	99,50 %

Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdma. Alborada de Guayaquil – 2016  
 Autor: Luis Almeida

**2. - ¿Conoce Usted un producto alternativo para consumir en el desayuno o en hora de mayor presión de trabajo?****Cuadro 12**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SÍ</b>	73	36,50 %
<b>NO</b>	127	63,50 %
<b>TOTAL</b>	200	100,00 %

Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdma. Alborada de Guayaquil – 2016  
 Autor: Luis Almeida

**3. -¿Conoce Usted si existe el café de Quinoa en el mercado?**

**Cuadro 13**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SÍ</b>	9	4,50 %
<b>NO</b>	191	95,50 %
<b>TOTAL</b>	200	100,00 %

Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016  
Autor: Luis Almeida

**4. -¿Conoce Usted de los beneficios para la salud humana al consumir el café de quinoa?**

**Cuadro 14**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SÍ</b>	16	8,00 %
<b>NO</b>	184	92,00 %
<b>TOTAL</b>	200	100,00 %

Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016  
Autor: Luis Almeida

**5. -¿Sabía Usted que la quinua al consumir favorece el fortalecimiento de los huesos, del sistema nervioso entre otros beneficios para la salud humana?**

**Cuadro 15**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SÍ</b>	48	24,00 %
<b>NO</b>	152	76,00 %
<b>TOTAL</b>	200	100,00 %

Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

**6. -¿Conoce Usted de alguna empresa de servicio a nivel nacional ofreciendo desayuno con el producto de la quinua?**

**Cuadro 16**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SÍ</b>	7	3,50 %
<b>NO</b>	193	96,50 %
<b>TOTAL</b>	200	100,00 %

Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

**7. - ¿Consumiría Usted el café de quinua si se lo ofrecieran?**

**Cuadro 17**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SÍ</b>	151	75,50 %
<b>NO</b>	49	24,50 %
<b>TOTAL</b>	200	100,00 %

Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

**8. - ¿Usted consumiría el café de quinua con el fin de mejorar la salud de su familia?**

**Cuadro 18**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SÍ</b>	195	97,50 %
<b>NO</b>	5	2,50 %
<b>TOTAL</b>	200	100,00 %

Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

**9. - ¿Prefería cambiar el consumo del café tradicional por un nuevo producto como es el café de quinua?**

**Cuadro 19**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SÍ</b>	176	88,00 %
<b>NO</b>	24	12,00 %
<b>TOTAL</b>	200	100,00 %

Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

**10.- ¿Considera Usted que al lanzar el producto de café de quinua a nivel nacional éste tendría la aceptación deseada?**

**Cuadro 20**

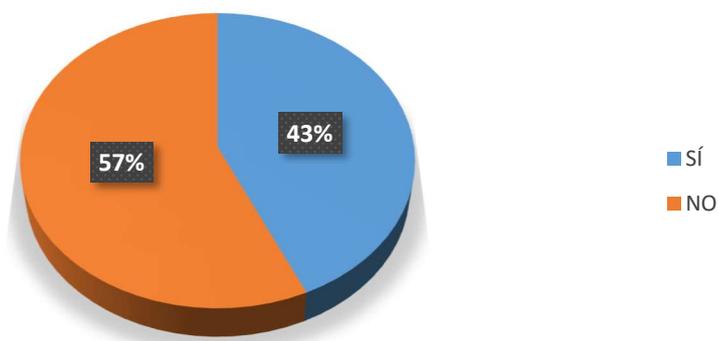
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SÍ</b>	197	98,50 %
<b>NO</b>	3	1,50 %
<b>TOTAL</b>	200	100,00 %

Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

**GRÁFICOS. -****Gráfico 2**

**1.- ¿Conoce Usted si el café de café al consumirlo largo período afecta al sistema nervioso y organismo?**

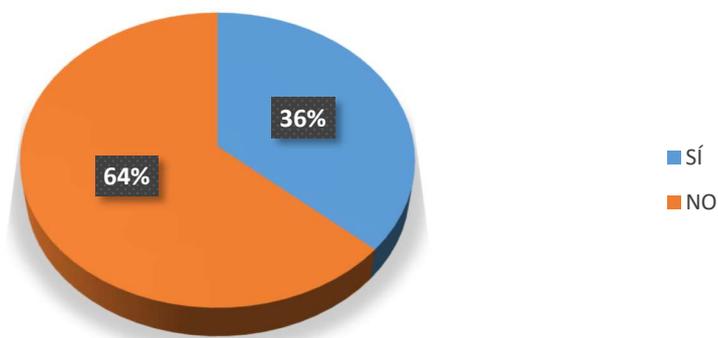


Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

**Gráfico 3**

**2.- ¿Conoce Usted un producto alternativo para consumir en el desayuno o en hora de mayor presión de trabajo?**

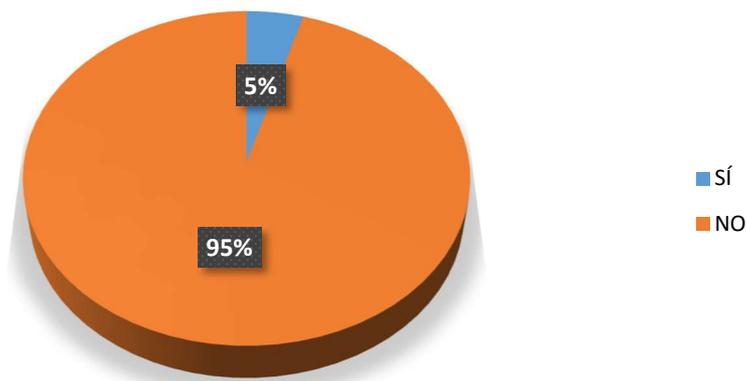


Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

Gráfico 4

¿Conoce Usted si existe el café de Quinua en el mercado?

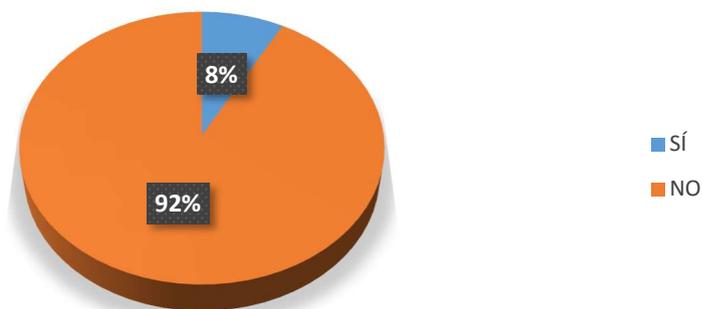


Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

Gráfico 5

¿Conoce Usted de los beneficios para la salud humana al consumir el café de quinua?

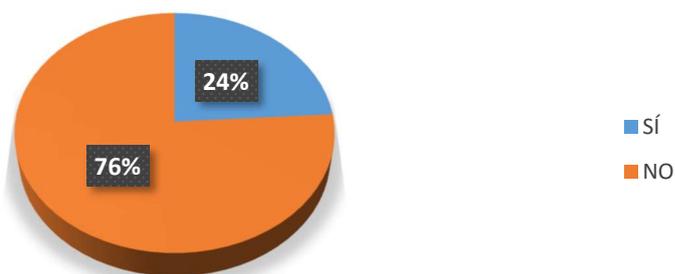


Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

Gráfico 6

**¿Sabía Usted que la quinua al consumir favorece el fortalecimiento de los huesos, del sistema nervioso entre otros beneficios para la salud humana?**

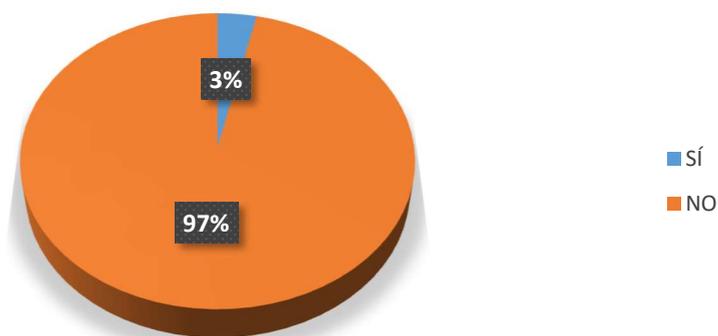


Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdma. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

Gráfico 7

**¿Conoce Usted de alguna empresa de servicio a nivel nacional ofreciendo desayuno con el producto de la quinua?**

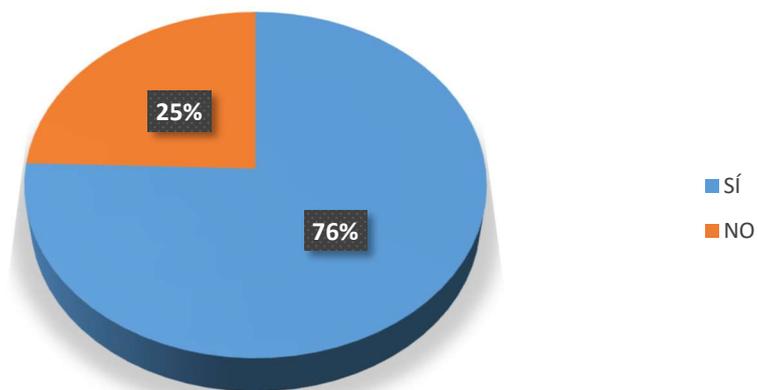


Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdma. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

**Gráfico 8**

**¿Consumiría Usted el café de quinua si se lo ofrecieran?**

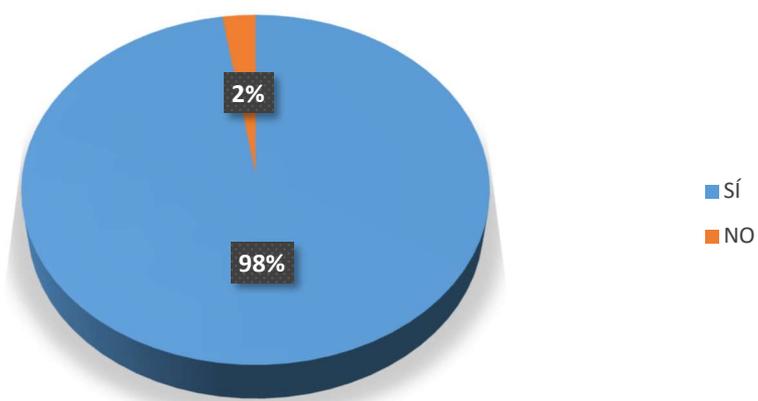


Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

**Gráfico 9**

**¿Usted consumiría el café de quinua con el fin de mejorar la salud de su familia?**

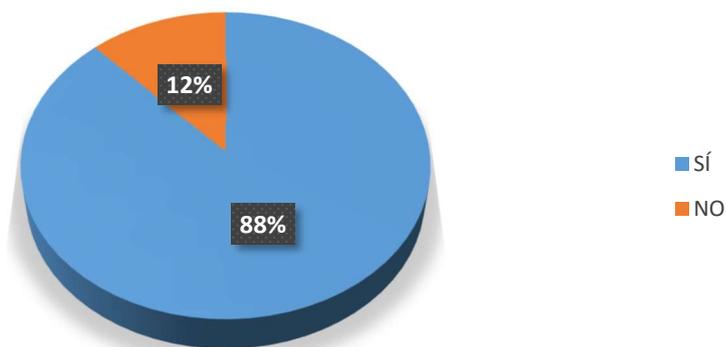


Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

Gráfico 10

**¿Prefería cambiar el consumo del café tradicional por un nuevo producto como es el café de quinua?**

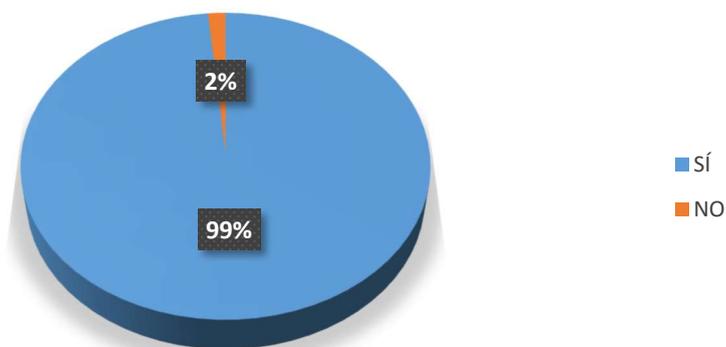


Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

Gráfico 11

**¿Considera Usted que al lanzar el producto de café de quinua a nivel nacional éste tendría la aceptación deseada?**

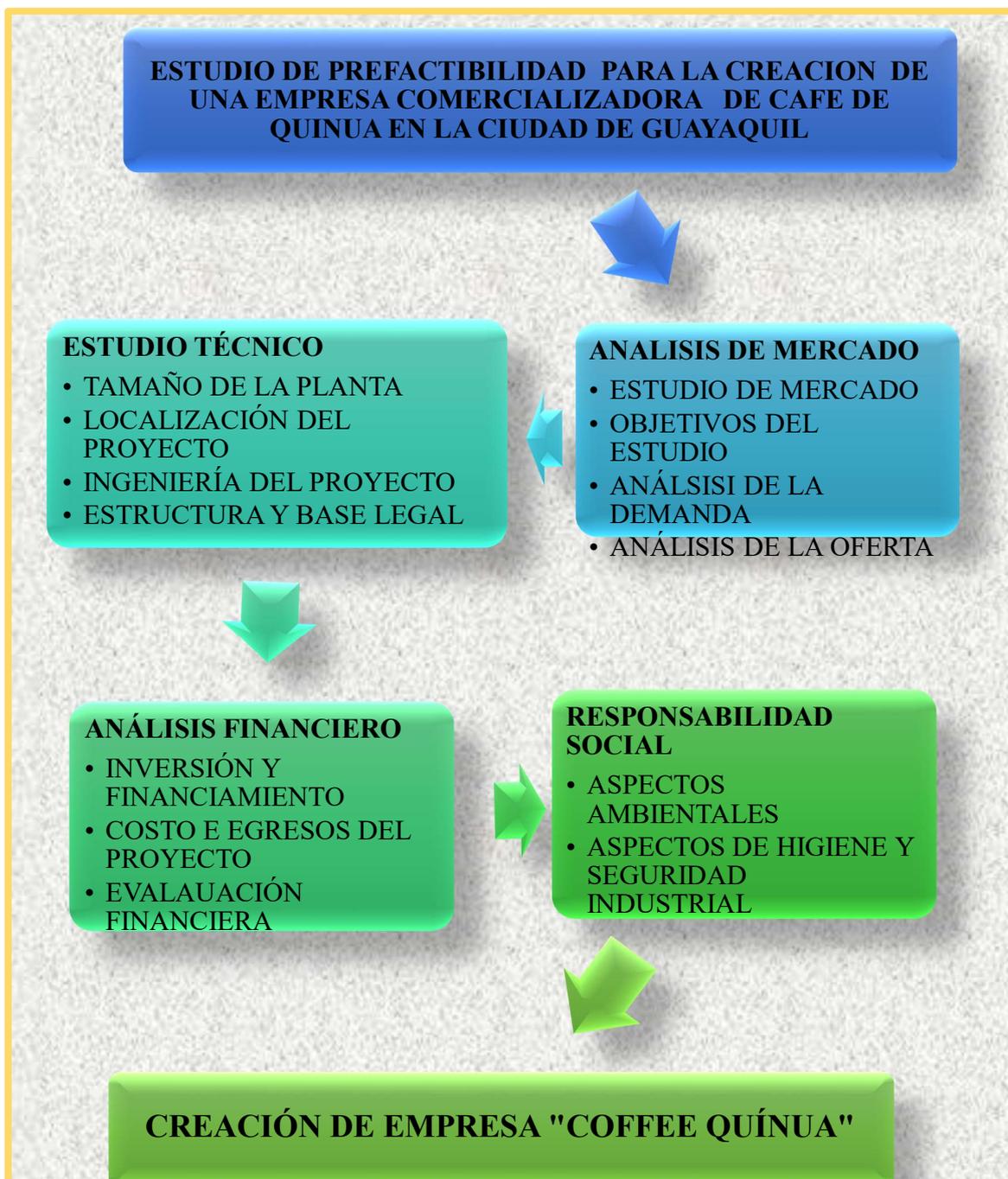


Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdla. Alborada de Guayaquil – 2016

Autor: Luis Almeida

## Anexo 6: Gráfico 13

Gráfico 13



Fuente: Estudio de prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua–

2016 - Autor: Luis Almeida

## DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Competencia:

Anexo 7: Gráficos 14, 15, 16, 19, 20

Gráfico 14



Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdma. Alborada de Guayaquil – 2016– Internet

Autor: Luis Almeida

**Gráfico 15**

Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdma. Alborada de Guayaquil – 2016 - Internet  
Autor: Luis Almeida

**Gráfico 16**

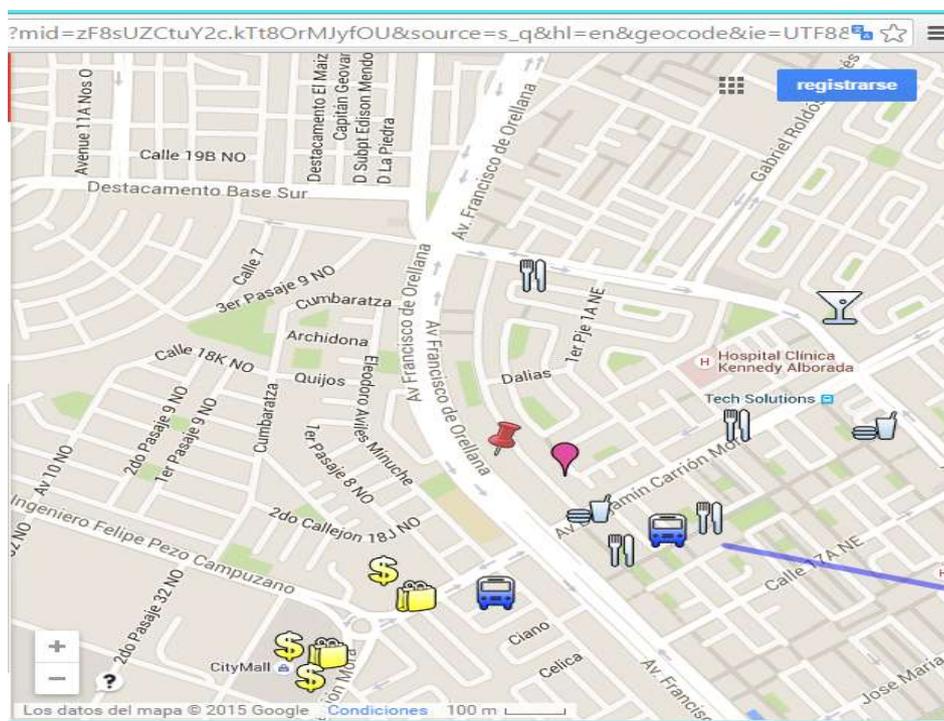
Fuente: Sector 1 de la etapa 1 de la Cdma. Alborada de Guayaquil – 2016 - Internet  
Autor: Luis Almeida

Gráfico 19



Fuente: imagen de internet

Gráfico 20



Fuente: imagen de internet

**El Producto:**

**Anexo 8: Gráfico 17**

**Gráfico 17**



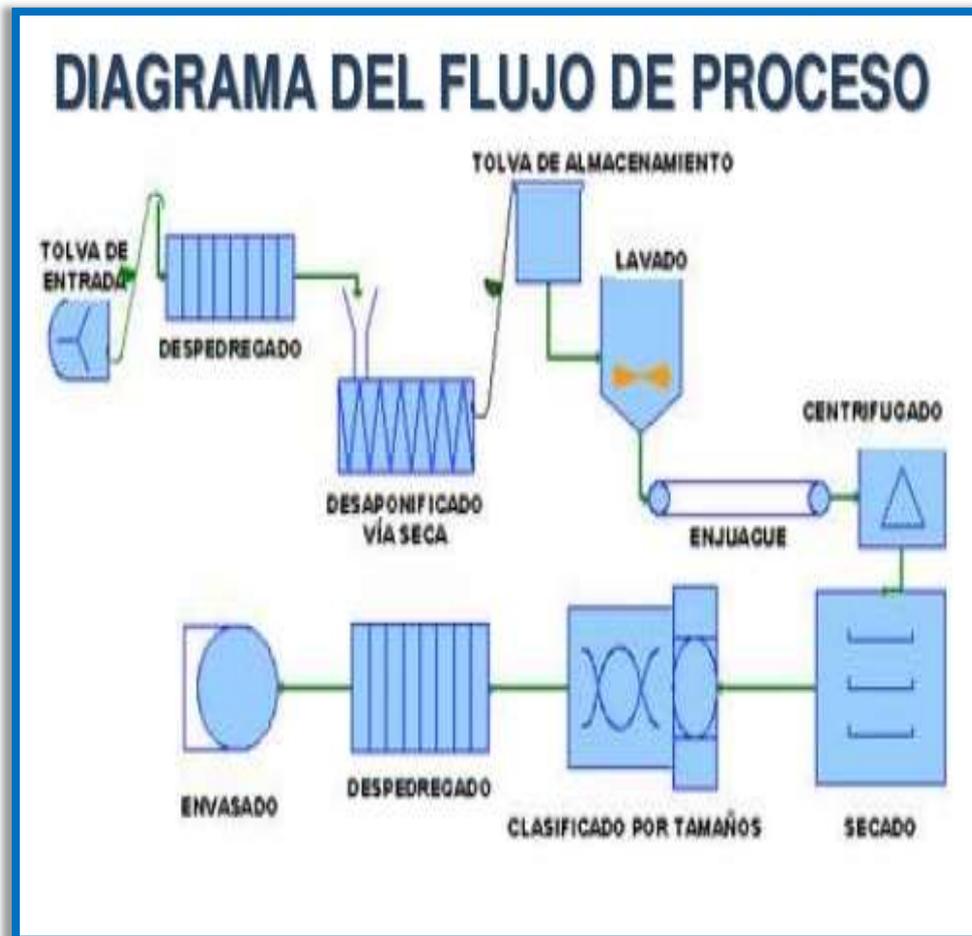
Fuente:

Estudio de prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016

Autor: Luis Almeida

## Anexo 9: Gráfico 18

Gráfico 18



Fuente: imagen de internet sobre flujograma de selección de la quinua

Diagrama de flujo de procesos de servicios:

Anexo 10: Gráfico 21



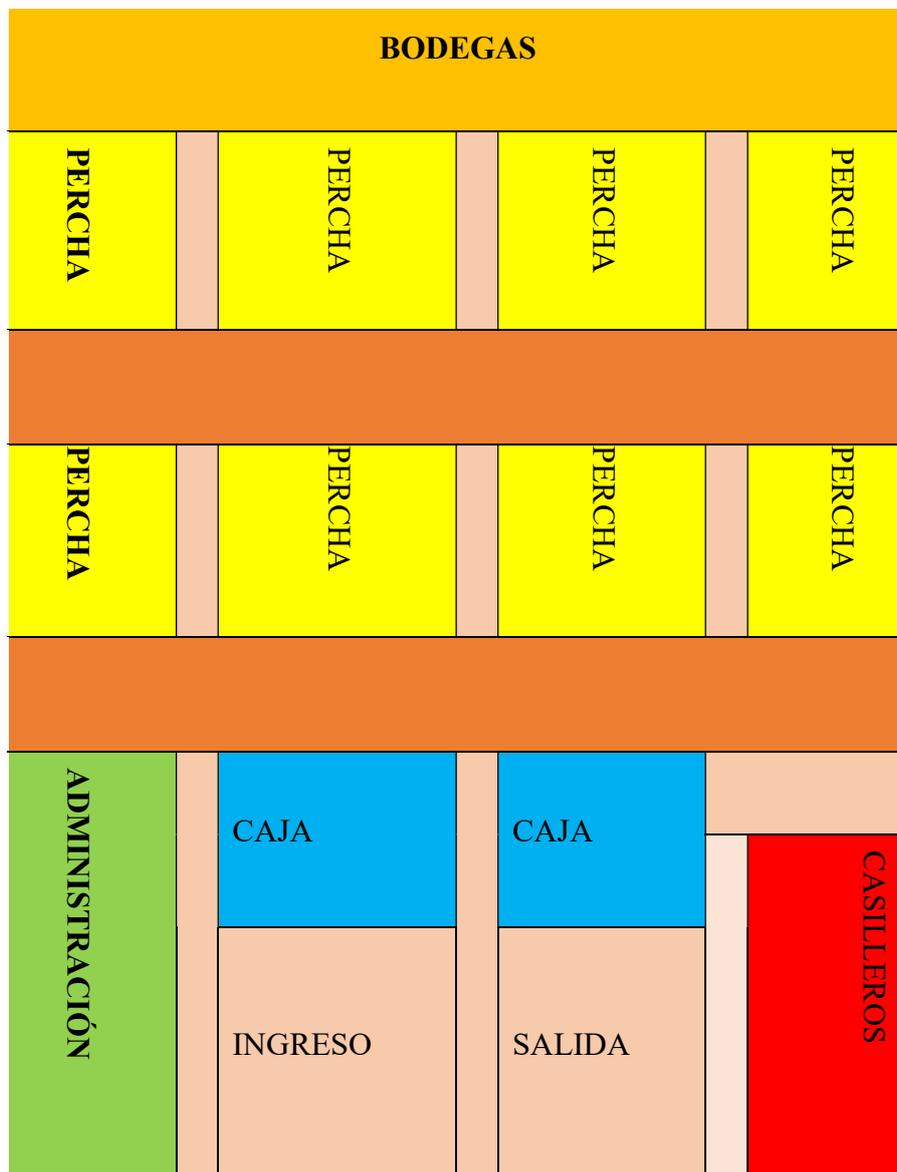
Fuente:

Estudio de prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016

Autor: Luis Almeida

## Anexo 10: Gráfico 22

Gráfico 22



Fuente:

Estudio de preactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinoa– 2016

Autor: Luis Almeida

Cadena de valor:

Anexo 10: Gráfico 23

Gráfico 23



Fuente:

Estudio de preactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016

Autor: Luis Almeida

**Activos fijos requeridos:**

**Anexo 11: Cuadro 23 a cuadro 60**

**Cuadro 23**

**1. INVERSIÓN FIJA.**

<b>COSTO</b>	<b>TOTAL USD.</b>
Construcción	14.931,00
Maquinaria y Equipo	4.336,50
Utensilios y Accesorios	30.906,75
Equipos de Computación	2.751,00
Equipos de Oficina	507,15
Muebles y Enseres	3.780,00
Terreno	13.125,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>70.337,40</b>

*Fuente: Estudio de preactibilidad para la creación de empresacomercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 24

## 1.1. CONSTRUCCIONES.

DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Oficina	12	M <sup>2</sup>	60,00	720,00
Bodega	180	M <sup>2</sup>	75,00	13500,00
<b>SUBTOTAL</b>				14220,00
5% Imprevistos				711,00
<b>TOTAL</b>				<b>14931,00</b>

*Fuente: Estudio de prefactibilidad para la creación de empresacomercializadora de café de quinua– 2016*  
*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 25

## 1.2. MAQUINARIA Y EQUIPO.

DESCRIPCION	CANTIDAD	MEDIDA	V. UNITARIO	V. TOTAL
Molino Industrial	5	Unidad	280,00	1.400,00
Secadora Industrial	2	Unidad	1.200,00	2.400,00
Selladora	3	Unidad	110,00	330,00
<b>SUBTOTAL</b>				4.130,00
5% Imprevistos				206,5
<b>TOTAL</b>				<b>4.336,50</b>

*Fuente: Estudio de prefactibilidad para la creación de empresacomercializadora de café de quinua– 2016*  
*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 26

## 1.3. UTENSILIOS Y ACCESORIOS.

DESCRIPCION	CANTIDAD	MEDIDA	V. UNITARIO	V. TOTAL
Fundas Plasticas	250000	unidades	0,11	27500,00
Llenadora manual	30	unidades	5,00	150,00
Cucharas lleno	80	unidades	0,25	20,00
Malla saran	800	metros	0,80	640,00
Pegamento	500	litros	2,25	1125,00
<b>SUBTOTAL</b>				29435,00
5% Imprevistos				1471,75
<b>TOTAL</b>				<b>30906,75</b>

*Fuente: Estudio de prefactibilidad para la creación de empresacomercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 27

## 1.4. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.

DESCRIPCION	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora	Unidad	4	600,00	2400,00
Impresora	Unidad	1	220,00	220,00
				0,00
<b>SUBTOTAL</b>				2620,00
5% Imprevistos				131,00
<b>TOTAL</b>				2751,00

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua- 2016*

*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 28

1.5 SUMINISTROS DE OFICINA				
DESCRIPCION	CANTIDAD	MEDIDA	V. UNITARIO	V. TOTAL
BASUREROS	10	Unidades	2,00	20,00
CALCULADORAS	2	Unidades	22,00	44,00
FAXS	1	Unidad	85,00	85,00
GRAPADORAS	5	Unidades	12,00	60,00
PAPELERAS	10	Unidades	10,00	100,00
PERFORADORAS	5	Unidades	15,00	75,00
TELÉFONOS	3	Unidades	33,00	99,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>483,00</b>
<b>5% IMPREVISTOS</b>				24,15
<b>TOTAL</b>				<b>507,15</b>

*Fuente: Estudio de prefactibilidad para la creación de empresacomercializadora de café de quinua- 2016*

*Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 29****1.6. MUEBLES Y ENSERES.**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Mesa llenado	20	Unidades	80,00	1600,00
Silla	80	Unidades	20,00	1600,00
Gabetas	80	Unidades	5,00	400,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>3600,00</b>
5% Imprevistos				180,00
<b>TOTAL</b>				<b>3780,00</b>

*Fuente Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 30****1.7. TERRENO.**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Terreno</b>	Ha	1	20000,00	12500,00
<b>SUBTOTAL</b>				12500,00
<b>5% Imprevistos</b>				625,00
<b>TOTAL</b>				<b>13.125,00</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 31****2. INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS.**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR TOTAL USD.</b>
<b>Gastopuestaenmarcha</b>	600,00
<b>Gasto de Organización</b>	810,00
<b>Gasto de patentes</b>	360,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>1770,00</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 32**

**2.1. GASTOS DE PUESTA EN MARCHA.**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO USD.</b>
Induccion trabajadores	600,00
<b>TOTAL</b>	<b>600,00</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016  
Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 33**

**2.2. GASTOS DE ORGANIZACIÓN.**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO USD.</b>
Honorarios de abogado	200,00
Notarizar	50,00
Inscripción Super de Compañías	80,00
Publicación Super de Compañías	480,00
<b>TOTAL</b>	<b>810,00</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016  
Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 34****2.3. GASTOS DE PATENTES.**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO USD.</b>
Permiso Municipal	280,00
Derechos de RegistroSanitario	80,00
<b>TOTAL</b>	<b>360,00</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa  
comercializadora de café de quinua– 2016  
Autor: Luis Almeida*

Cuadro 35

**3. CAPITAL SOCIAL**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR MENSUAL USD.</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	
<b>Materia Prima</b>	512,00
<b>Materiales Directos</b>	586,32
<b>Mano de Obra Directa</b>	4389,00
<b>TOTAL</b>	<b>5.487,32</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	
<b>Mano de Obra Indirecta</b>	619,50
<b>Insumos</b>	46,03
<b>Mantenimiento</b>	1.210,50
<b>Gastos Administrativos</b>	252,00
<b>Gasto de Ventas</b>	8,57
<b>Seguro</b>	<b>2.136,61</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7.623,93</b>
<b>TOTAL, CAPITAL SOCIAL</b>	619,50

*Fuente: Estudio de PrePrefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 36

**3.1. MATERIA PRIMA.**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTOMENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
<b>Elaboración</b>		
QUINOA	320,00	3.840,00
STEVIA	80,00	960,00
Desechosvegetales y frutales	30,00	360,00
Agua	36,00	432,00
Levadura	30,00	360,00
		00,00
<b>5% imprevistos</b>	16,00	192,00
<b>TOTAL</b>	512,00	<b>6.144,00</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 37

**3.2. MATERIALES DIRECTOS.**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>Costoporunidad</b>	<b>Unidadespormes</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Etiquetas	0,12	800	96,00	1152
Fundas	0,02	800	14,40	172,8
Botellas	1,12	400	448,00	5376
Subtotal			558,40	6700,8
5% Imprevistos			27,92	335,04
<b>Total Insumos</b>			586,32	<b>7.035,84</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 38

## 3.3. MANO DE OBRA DIRECTA.

DESCRIPCION	Pago mensual	VALOR ANUAL
1 Ingeniero Alimentos	600	7200
2 Jornaleros	3580	42960
Subtotal	4180	\$50.160,00
5%Imprevistos	209	\$2.508,00
<b>Total</b>		<b>52.668,00</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 39

## 3.4. SERVICIOS BASICOS.

DESCRIPCION	MEDIDA	CANTIDAD	CANTIDAD	COSTO	COSTO
		SEMESTRAL	ANUAL	SEMESTRAL	ANUAL
Agua potable	m <sup>3</sup>	8500	17.000	620,00	1240,00
Luz Eléctrica	Kilowatts	125.000	250.000	2800,00	5600,00
Teléfono	Minutos	3.500	7.000	120,00	240,00
SUBTOTAL				3540,00	7080,00
5% Imprevistos				177,00	354,00
<b>TOTAL</b>				<b>3717,00</b>	<b>7.434,00</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 40****3.5. MANO DE OBRA INDIRECTA**

DETALLE	VAL. MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Personal de apoyo		0	0
Subtotal		0	0
5%Imprevistos		0	0
<b>TOTAL</b>		<b>0</b>	<b>0,</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 41****3.6. REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO.**

DESCRIPCION	INVERSIÓN TOTAL	PORCENTAJE ANUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Maquinaria y Equipos	4.336,50	2%	43,37	86,73
Construcción	14.931,00	2%	149,31	298,62
Equipos de computación	2.751,00	2%	27,51	55,02
Equipos de oficina	507,15	2%	5,07	10,143
Muebles y Enseres	3780,00	2%	37,80	75,6
Subtotal			263,06	526,11
5% Imprevistos			13,15	26,30565
<b>TOTAL</b>			<b>276,21</b>	<b>552,42</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 42

## 3.7. SEGUROS.

DESCRIPCION	VALOR INICIAL	%	SEGURO	
			SEMESTRAL	SEGURO
Construcciones	14.931,00	0,11%	8,21	16,42
Maquinaria y Equipos	4.336,50	0,11%	2,39	4,77
Utensilios y Accesorios	30906,75	0,11%	17,00	34
Equipos de Computación	2.751,00	1,25%	17,19	34,99
Equipo de Oficina	507,15	0,31%	0,79	1,57
Muebles y Enseres	3780,00	0,31%	5,86	11,72
<b>TOTAL</b>			<b>51,43</b>	<b>102,87</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 43

**3.8. GASTOS ADMINISTRATIVOS.**

<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR SEMESTRAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Gerente	1	800	4800,00	9.600,00
Secretaria	1	400	2400	4.800,00
<b>TOTAL PERSONAL</b>			<b>7.200,00</b>	<b>14.400,00</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>				
Suministros de Oficina		10	60	120
5%Imprevistos			3	6
<b>Total Suministros de oficina</b>			<b>63</b>	<b>126</b>
<b>TOTAL</b>			<b>7263,00</b>	<b>14526,00</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 44****3.9. GASTOS DE VENTAS.**

<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR SEMESTRAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Publicidad	4	80,00	480,00	960,00
Propaganda	1	80,00	480,00	960,00
Representación	1	80,00	480,00	960,00
<b>SUBTOTAL</b>			1440,00	2880,00
5% Imprevistos			72,00	144,00
<b>TOTAL COSTO VENTAS</b>			1512,00	<b>3024,00</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua–  
2016*

*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 45

## 3. 10. ESTADO DE FUENTES Y DE USOS.

INVERSIÓN	VALOR USD.	% INV. TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS TERCEROS	
			%	VALORES	%	VALORES
Activos Fijos	70.337,40	88,22%	16,46%	13.125,00	71,76%	57.212,40
Activos Diferidos	1.770,00	2,22%	0,00%	0,00	2,22%	1.770,00
Capital de Trabajo	7.623,93	9,56%	0,63%	500,00	8,93%	7.123,93
<b>Inversión Total</b>	<b>79.731,33</b>	<b>100,00%</b>	<b>17,09%</b>	<b>13.625,00</b>	<b>82,91%</b>	<b>66.106,33</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 47****3.- TABLA DE AMORTIZACIÓN.**

<b>PERIODO</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>SALDO</b>
0				66.106,33
1	2.767,42	3.383,97	6.151,39	63.338,91
2	2.909,08	3.242,31	6.151,39	60.429,82
3	3.058,00	3.093,39	6.151,39	57.371,83
4	3.214,54	2.936,85	6.151,39	54.157,29
5	3.379,09	2.772,30	6.151,39	50.778,20
6	3.552,06	2.599,33	6.151,39	47.226,14
7	3.733,89	2.417,50	6.151,39	43.492,25
8	3.925,03	2.226,36	6.151,39	39.567,22
9	4.125,95	2.025,44	6.151,39	35.441,26
10	4.337,16	1.814,23	6.151,39	31.104,11
11	4.559,18	1.592,21	6.151,39	26.544,93
12	4.792,56	1.358,83	6.151,39	21.752,37
13	5.037,89	1.113,50	6.151,39	16.714,48
14	5.295,78	855,61	6.151,39	11.418,70
15	5.566,87	584,52	6.151,39	5.851,83
16	5.851,83	299,55	6.151,39	0,00

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua–2016*

*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 48

**5. DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS.**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
Construcciones	14.931,00	8,00%	20	1.194,48
Maquinaria y Equipos	4.336,50	8,00%	10	346,92
Utensilios y Accesorios	30906,75	2,00%	10	618,14
Equipos de Computación	2.751,00	20,00%	3	550,20
Equipo de Oficina	507,15	20,00%	10	101,43
Muebles y Enseres	3780,00	20,00%	10	756,00
<b>TOTAL</b>				<b>3.567,17</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 49****6. AMORTIZACIÓN.**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>AÑOS</b>	<b>ANUAL</b>
Gastos puesta en marcha	600,00	10%	5	60
Gastos de Organización	810,00	10%	5	81
Gastos de Patentes	360,00	10%	5	36
<b>TOTAL</b>				<b>177</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 50****7. GASTOS FINANCIEROS.**

<b>PERIODO</b>	<b>INTERÉS</b>
0	
1	3.383,97
2	3.242,31
3	3.093,39
4	2.936,85
5	2.772,30
6	2.599,33
7	2.417,50
8	2.226,36
9	2.025,44
10	1.814,23
11	1.592,21
12	1.358,83
13	1.113,50
14	855,61
15	584,52
16	299,55

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*  
*Autor: Luis Almeida*

Cuadro 51

**8. COSTOS DE PRODUCCION PARA EL AÑO 1.**

RUBROS	COSTOS	
	FIJOS	VARIABLES
Materia Prima		512,00
MaterialesDirectos		586,32
Mano de ObraDirecta		52.668,00
Mano de ObraIndirecta	0,00	
Insumos		7.434,00
Reparación y Mantenimiento	552,42	
Seguros	102,87	
Depreciación	3.567,17	
Amortización	177	
Subtotales	4.399,45	61.200,32
<b>Total de Costo Producción</b>		<b>65.599,77</b>
GastosAdministrativos	<b>14.526,00</b>	
GastosFinancieros	<b>6.626,28</b>	
Gastos de Ventas	<b>3024,00</b>	
<b>Subtotales</b>	<b>24.176,28</b>	
<b>Costo Total</b>	<b>89.776,05</b>	
<b>Unidadesproducidas compost</b>	<b>2.000,00</b>	
<b>Unidadesproducidasbocashi</b>	<b>2.500,00</b>	
<b>Unidadesproducidas humus</b>	<b>2.500,00</b>	
<b>Unidadesproducidasbiol</b>	<b>2.000,00</b>	
<b>CostoUnitario compost</b>	<b>11,22</b>	
<b>Costounitariobocashi</b>	<b>8,98</b>	
<b>Costounitario humus</b>	<b>8,98</b>	
<b>Costounitariobiol</b>	<b>11,22</b>	

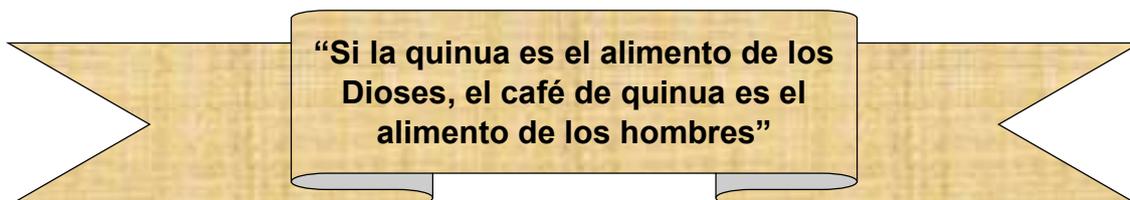
*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

**SLOGAN**

**Anexo 12: Gráfico 24 a gráfico 26**

**Gráfico 24**



***Fuente:***

***Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016***

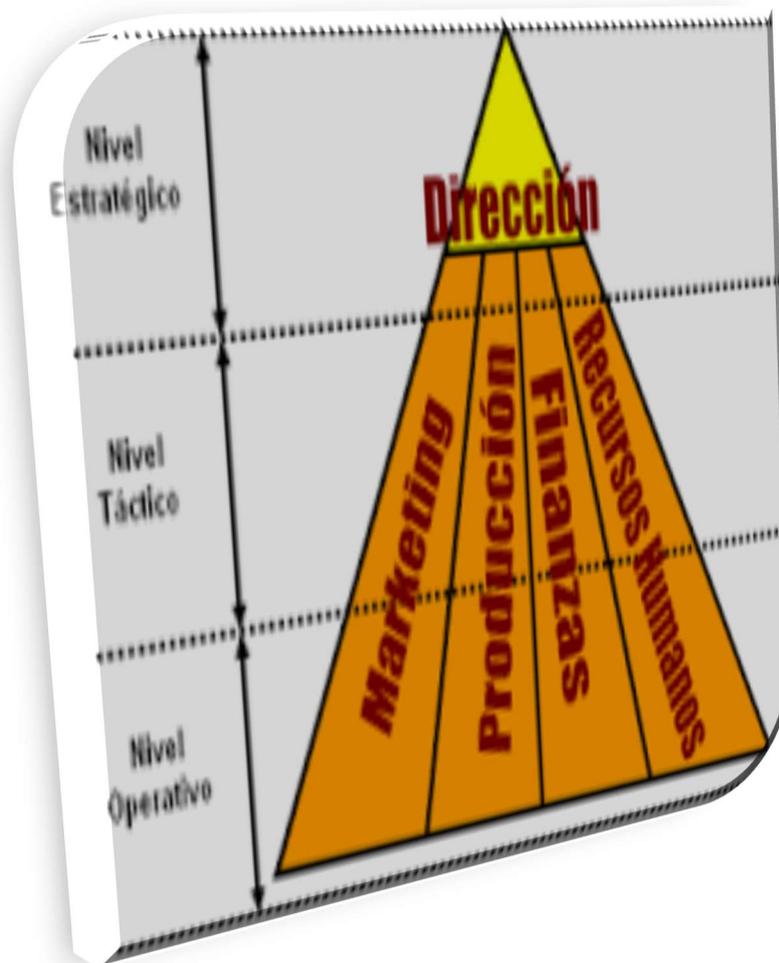
***Autor: Luis Almeida***

Gráfico 25



*Fuente:*  
*Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*  
*Autor: Luis Almeida*

Gráfico 26



Fuente: Imagen Internet

Cuadro 52

**9. COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS PARA LOS 10 AÑOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO****COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS PARA LOS 10 AÑOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO – AÑO 2016 - 2026**

RUBROS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Materia Prima	512,00	558,08	608,31	663,05	722,73	787,78	858,68	935,96	1.020,19	1.112,01
MaterialesDirectos	586,32	639,09	696,61	759,30	827,64	902,13	983,32	1.071,82	1.168,28	1.273,42
Mano de ObraDirecta	52.668,00	57.408,12	62.574,85	68.206,59	74.345,18	81.036,25	88.329,51	96.279,16	104.944,29	114.389,28
Insumos	7.434,00	8.103,06	8.832,34	9.627,25	10.493,70	11.438,13	12.467,56	13.589,64	14.812,71	16.145,85
<b>VARIABLES</b>	61.200,32	66.708,35	72.712,10	79.256,19	86.389,25	94.164,28	102.639,06	111.876,58	121.945,47	132.920,56
Mano de ObraIndirecta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reparación y										
Mantenimiento	552,42	602,14	656,33	715,40	779,78	849,96	926,46	1.009,84	1.100,73	1.199,79
Seguros	102,87	112,13	122,22	133,22	145,21	158,28	172,52	188,05	204,97	223,42
Depreciación	3.567,17	3.567,17	3.567,17	3.016,97	3.016,97	3.016,97	3.016,97	3.016,97	3.016,97	3.016,97
Amortización	177	177	177	177	177					
<b>FIJOS</b>	4.399,45	4.458,43	4.522,71	4.042,58	4.118,96	4.025,21	4.115,95	4.214,86	4.322,67	4.440,18
<b>Total C. de Producción</b>	65.599,77	71.166,78	77.234,81	83.298,77	90.508,20	98.189,49	106.755,01	116.091,44	126.268,14	137.360,74
GastoAdministrativo	14.526,00	15.833,34	17.258,34	18.811,59	20.504,63	22.350,05	24.361,56	26.554,10	28.943,96	31.548,92
Gasto de Ventas	3024,00	3.296,16	3.592,81	3.916,17	4.268,62	4.652,80	5.071,55	5.527,99	6.025,51	6.567,81
GastoFinanciero	6.626,28	7.222,64	7.872,68	8.581,22	9.353,53	10.195,35	11.112,93	12.113,09	13.203,27	14.391,56

<b>Total gastos</b>	<b>24.176,28</b>	<b>26.352,14</b>	<b>28.723,83</b>	<b>31.308,98</b>	<b>34.126,79</b>	<b>37.198,20</b>	<b>40.546,04</b>	<b>44.195,18</b>	<b>48.172,74</b>	<b>52.508,29</b>
<b>Costo total</b>	<b>89.776,05</b>	<b>97.518,92</b>	<b>105.958,65</b>	<b>114.607,75</b>	<b>124.634,99</b>	<b>135.387,68</b>	<b>147.301,05</b>	<b>160.286,61</b>	<b>174.440,88</b>	<b>189.869,04</b>
Unidades producidas	<b>9.000,00</b>	<b>9.810,00</b>	<b>10.692,00</b>	<b>11.654,00</b>	<b>12.702,00</b>	<b>13.845,00</b>	<b>15.091,00</b>	<b>16.449,00</b>	<b>17.929,00</b>	<b>19.542,00</b>
Compost (quintales 50Kg)	<b>2.000,00</b>									
Bocashi (quintales 50Kg)	<b>2.500,00</b>									
Humus (quintales 50Kg)	<b>2.500,00</b>									
Biol (litros)	<b>2.000,00</b>									
<b>Costo Unitario</b>	<b>9,98</b>	<b>9,94</b>	<b>9,91</b>	<b>9,83</b>	<b>9,81</b>	<b>9,78</b>	<b>9,76</b>	<b>9,74</b>	<b>9,73</b>	<b>9,72</b>

**Fuente:***Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016**Autor: Luis Almeida***PRECIO DE VENTA = COSTO DE PRODUCCIÓN + UTILIDAD**

$$\text{UTILIDAD} = 9,98 \text{ USD.} \times 16,86\% = \quad \quad \quad \mathbf{\$ 1,68}$$

$$\text{PRECIO DE VENTA} = 11,22 \text{ USD.} + 1,68 \text{ USD.} = \quad \quad \quad \mathbf{\$ 12,90}$$

**10. PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO****AÑOS: 2016 – 2026****Cuadro 53**

VENTAS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Unidades producidas	9.000,00	9.810,00	10.692,00	11.654,00	12.702,00	13.845,00	15.091,00	16.449,00	17.929,00	19.542,00
Precio Unitario	12,90	12,90	12,90	12,90	12,90	12,90	12,90	12,90	12,90	12,90
<b>Total Ingresos</b>	<b>116.134,30</b>	<b>126.586,38</b>	<b>137.967,54</b>	<b>150.381,01</b>	<b>163.904,20</b>	<b>178.653,26</b>	<b>194.731,41</b>	<b>212.254,78</b>	<b>231.352,42</b>	<b>252.166,27</b>

*Fuente:**Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016**Autor: Luis Almeida*

## Cuadro 54

**11. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL****AÑO 2016****EN DÓLARES.**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>Activo Disponible</b>		<b>Pasivo a largo plazo</b>	
Caja/Bancos	7.623,93	Préstamo por pagar	66.106,33
		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>66.106,33</b>
<b>Activo Fijo</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Construcciones	14.931,00	Capital Social	<b>13.625,00</b>
Maquinaria y Equipos	4.336,50		
Utensilios y Accesorios	30906,75		
Equipos de Computación	2.751,00		
Muebles y Enseres	3780,00		
Equipos de Oficina	507,15		
Terreno	13.125,00		
<b>Activo Diferido</b>			
Gastos de puesta en marcha	600,00		
Gastos de organización	810,00		
Gastos de patentes	360,00		

**Fuente:***Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016**Autor: Luis Almeida*

**12. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO****Cuadro 55**

108

**AÑOS: 2016 – 2026****EN DÓLARES**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑOS</b>									
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Ventas Netas	116.134,30	126.586,38	137.967,54	150.381,01	163.904,20	178.653,26	194.731,41	212.254,78	231.352,42	252.166,27
- Costo de Producción	65.599,77	71.166,78	77.234,81	83.298,77	90.508,20	98.189,49	106.755,01	116.091,44	126.268,14	137.360,74
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	<b>50.534,52</b>	<b>55.419,61</b>	<b>60.732,73</b>	<b>67.082,24</b>	<b>73.396,00</b>	<b>80.463,77</b>	<b>87.976,40</b>	<b>96.163,35</b>	<b>105.084,28</b>	<b>114.805,53</b>
- Gastos de Administración	14.526,00	15.833,34	17.258,34	18.811,59	20.504,63	22.350,05	24.361,56	26.554,10	28.943,96	31.548,92
-Gastos de Ventas	3.024,00	3.296,16	3.592,81	3.916,17	4.268,62	4.652,80	5.071,55	5.527,99	6.025,51	6.567,81
<b>= UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>32.984,52</b>	<b>36.290,11</b>	<b>39.881,58</b>	<b>44.354,48</b>	<b>48.622,74</b>	<b>53.460,92</b>	<b>58.543,29</b>	<b>64.081,26</b>	<b>70.114,81</b>	<b>76.688,80</b>
- GastosFinancieros	6.626,28	7.222,64	7.872,68	8.581,22	9.353,53	10.195,35	11.112,93	12.113,09	13.203,27	14.391,56

<b>= UTILIDAD ANTES de PARTICIPACIÓN</b>	<b>26.358,25</b>	<b>29.067,47</b>	<b>32.008,90</b>	<b>35.773,26</b>	<b>39.269,21</b>	<b>43.265,58</b>	<b>47.430,36</b>	<b>51.968,17</b>	<b>56.911,54</b>	<b>62.297,23</b>
- 15% de Participación Trabajadores	3.953,74	4.360,12	4.801,33	5.365,99	5.890,38	6.489,84	7.114,55	7.795,23	8.536,73	9.344,59
<b>= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS</b>	<b>22.404,51</b>	<b>24.707,35</b>	<b>27.207,56</b>	<b>30.407,27</b>	<b>33.378,83</b>	<b>36.775,74</b>	<b>40.315,81</b>	<b>44.172,94</b>	<b>48.374,81</b>	<b>52.952,65</b>
- 25% Impuesto a la Renta	5.601,13	6.176,84	6.801,89	7.601,82	8.344,71	9.193,94	10.078,95	11.043,24	12.093,70	13.238,16
<b>= UTILIDAD NETA</b>	<b>16.803,38</b>	<b>18.530,51</b>	<b>20.405,67</b>	<b>22.805,45</b>	<b>25.034,12</b>	<b>27.581,81</b>	<b>30.236,86</b>	<b>33.129,71</b>	<b>36.281,11</b>	<b>39.714,49</b>

*Fuente:*

*Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

## Cuadro 56

## 13. FLUJO DE CAJA

## FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

Años	Utilidadneta	Depreciación y Amortización (+)	Capital de trabajo (+)	Valor Residual (+)	Inversión (-)	Préstamo (+)	Amortización (-)	Flujo de efectivo (=)
0					79.731,33	66.106,33		-13.625,00
1	16.803,38	3.744,17					5.676,50	14.871,05
2	18.530,51	3.744,17					6.272,54	16.002,14
3	20.405,67	3.744,17					6.931,15	17.218,69
4	22.805,45	3.193,97			5.000,00		7.658,92	13.340,50
5	25.034,12	3.193,97					8.463,11	19.764,98
6	27.581,81	3.016,97					9.351,74	21.247,04

7	30.236,86	3.016,97		10.333,67	22.920,15
8	33.129,71	3.016,97	5.000,00	11.418,70	19.727,97
9	36.281,11	3.016,97		0,00	39.298,07
10	39.714,49	3.016,97	7.623,93	0,00	50.355,38

**i = tasapasiva (recursos propios) + tasa activa (recursos de terceros) + riesgo país + inflación.**

**i = 0.04 (17,09%) + 0.12 (82,91%) + 7.7 + 1.26 = 17.36**

**i = 19,59**

**19,59%**

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua- 2016*

*Autor: Luis Almeida*

## FUNCIONES DEPARTAMENTALES

### Anexo 13: Gráfico 27

Gráfico 27

FUNCIONES/DEPARTAMENTOS MÁS COMUNES EN LAS EMPRESAS:



**14. VALOR ACTUAL NETO****EN DÓLARES.****VALOR ACTUAL NETO (INVERSIONISTA)**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO EFECTIVO</b>	<b>FLUJO ACTUALIZADO</b>
0	-43.800,00	-43.800,00
1	9.696,02	8.109,08
2	10.425,39	7.292,02
3	11.210,73	6.557,94
4	6.862,53	3.357,34
5	12.785,79	5.231,38
6	13.731,89	4.698,91
7	14.826,50	4.243,10
8	11.010,90	2.635,39
9	17.298,15	3.462,58
10	26.317,83	4.405,83
<b>TOTAL</b>		<b>6.193,56</b>

*Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 58****15. TASA INTERNA DE RETORNO.**

TIR = 23%

**CUADRO DE TASA INTERNA DE RETORNO****INVERSIONISTA**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO EFECTIVO</b>	<b>TASA MENOR 40%</b>	<b>TASA MAYOR 60%</b>
0	-43.800,00	-43.800,00	-43.800,00
1	9.696,02	6.925,73	6.060,01
2	10.425,39	7.446,71	6.515,87
3	11.210,73	8.007,66	7.006,71
4	6.862,53	4.901,81	4.289,08
5	12.785,79	9.132,71	7.991,12
6	13.731,89	9.808,49	8.582,43
7	14.826,50	10.590,36	9.266,56
8	11.010,90	7.864,93	6.881,81
9	17.298,15	12.355,82	10.811,34
10	26.317,83	18.798,45	16.448,65
		<b>52.032,67</b>	<b>40.053,58</b>

*Fuente:**Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016**Autor: Luis Almeida*

**Cuadro 59****16. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO EFECTIVO</b>	<b>FLUJO ACTUALIZADO</b>	<b>FLUJO ACUMULADO</b>
0	-13.625,00	-13.625,00	-13.625,00
1	14.871,05	12.434,72	-1.190,28
2	16.002,14	11.188,38	9.998,10
3	17.218,69	10.066,62	20.064,72
4	13.340,50	6.521,54	26.586,26
5	19.764,98	8.079,22	34.665,48
6	21.247,04	7.262,16	41.927,64
7	22.920,15	6.550,58	48.478,22
8	19.727,97	4.714,54	53.192,75
9	39.298,07	7.852,76	61.045,51
10	50.355,38	8.413,79	69.459,30

**Fuente:**

**Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016**

**Autor: Luis Almeida**

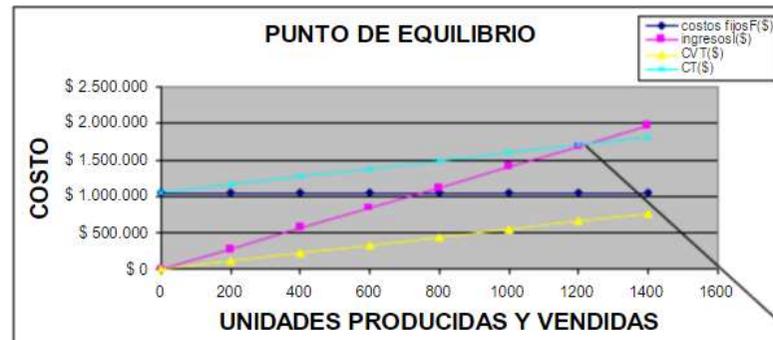
ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

EN DÓLARES

AÑOS	Ventas	Costos Fijos	Costos Variables	Unidades Producidas	Costo Total	Pto. Equilibrio USD.	Precio de vta. unitario	Pto. Equilibrio
	Totales	Fijos	Variables	Producidas	Total	CF/1-(CV-VT)	unitario	CF/(VT-CV)
1	116.134,30	4.399,45	61.200,32	9.000,00	89.776,05	0,08	9,98	0,08
2	126.586,38	4.458,43	66.708,35	9.810,00	97.518,92	0,07	9,94	0,07
3	137.967,54	4.522,71	72.712,10	10.692,00	105.958,65	0,07	9,91	0,07
4	150.381,01	4.042,58	79.256,19	11.654,00	114.607,75	0,06	9,83	0,06
5	163.904,20	4.118,96	86.389,25	12.702,00	124.634,99	0,05	9,81	0,05
6	178.653,26	4.025,21	94.164,28	13.845,00	135.387,68	0,05	9,78	0,05
7	194.731,41	4.115,95	102.639,06	15.091,00	147.301,05	0,04	9,76	0,04
8	212.254,78	4.214,86	111.876,58	16.449,00	160.286,61	0,04	9,74	0,04
9	231.352,42	4.322,67	121.945,47	17.929,00	174.440,88	0,04	9,73	0,04
10	252.166,27	4.440,18	132.920,56	19.542,00	189.869,04	0,04	9,72	0,04

Fuente: Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua- 2016

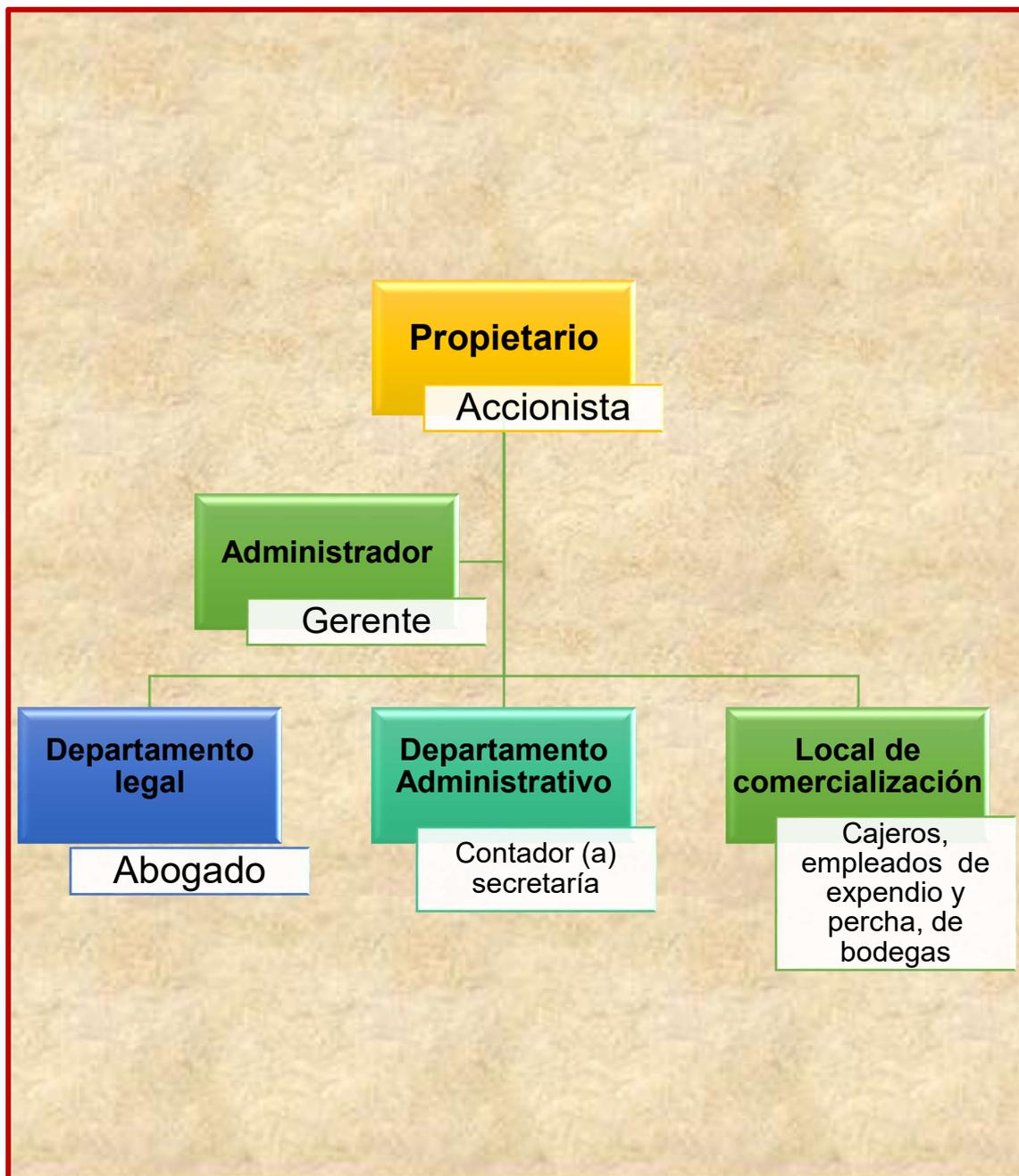
Autor: Luis Almeida



#### 4.7.3.8. Estructura organizacional y base legal

##### Anexo 13: Gráfico 28

Gráfico 28



*Fuente:*

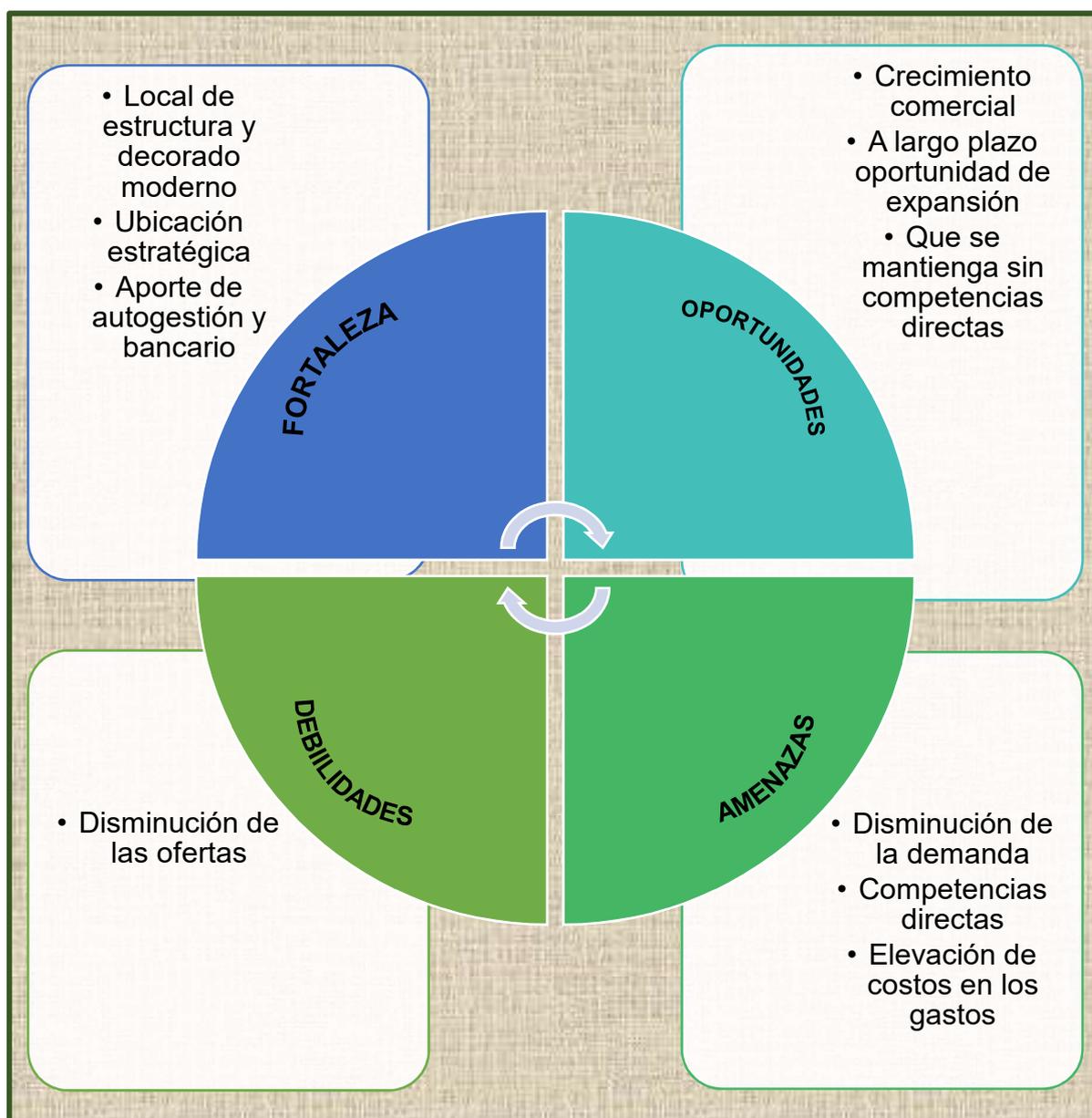
*Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

## FODA DE LA EMPRESA “COFFEE QUINUA”

### Anexo 14: Gráfico 29

Gráfico 29



**Fuente:**

*Estudio de Prefactibilidad para la creación de empresa comercializadora de café de quinua– 2016*

*Autor: Luis Almeida*

**Impacto ambiental:**

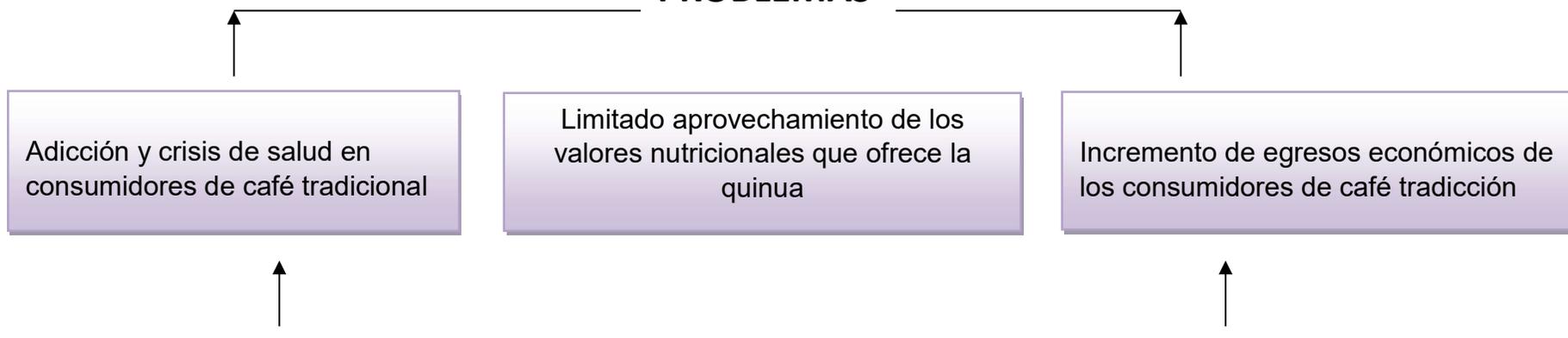
**Anexo 15: Gráfico 30**

**Gráfico 30**

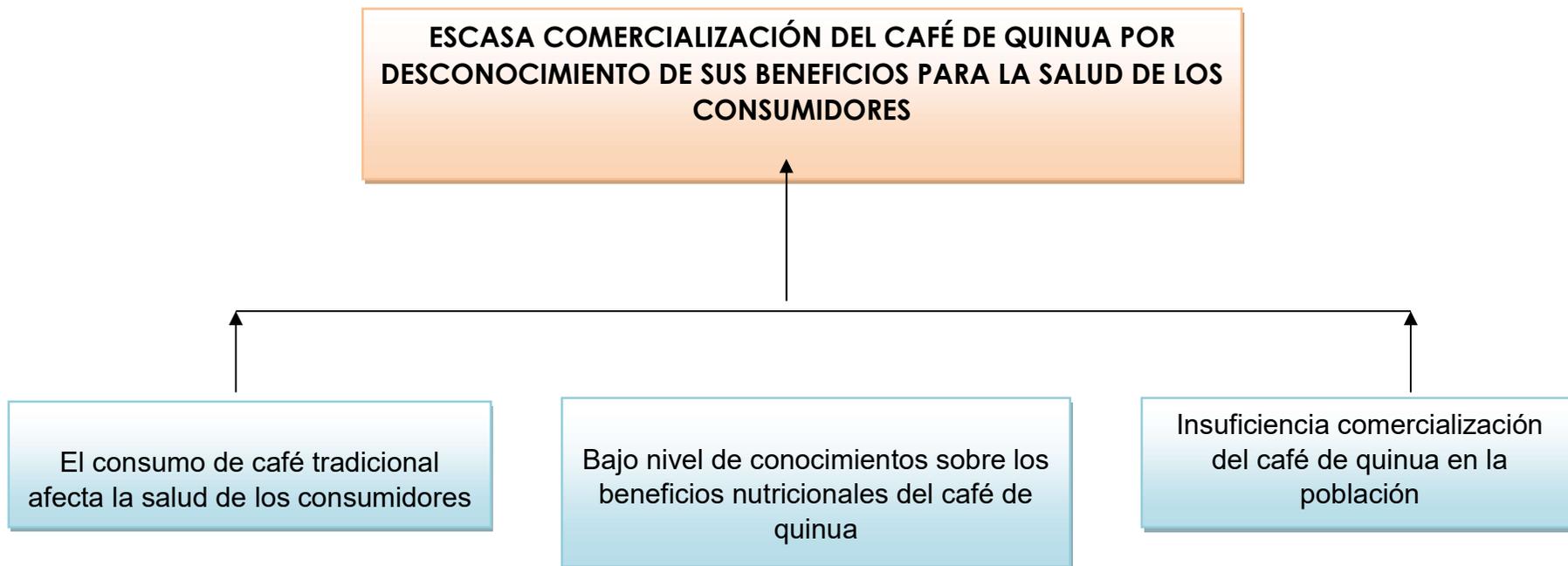


ANEXO A

### ÁRBOL DE PROBLEMAS

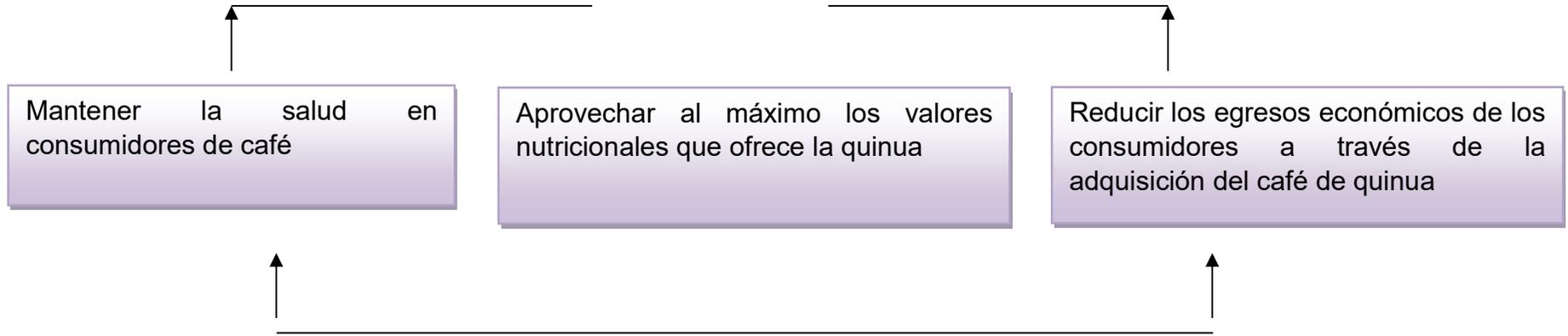


**INCIDENCIA DE LA CULTURA ALIMENTARIA EN LA ESCASA COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ DE QUINUA EN LA POBLACIÓN.....**

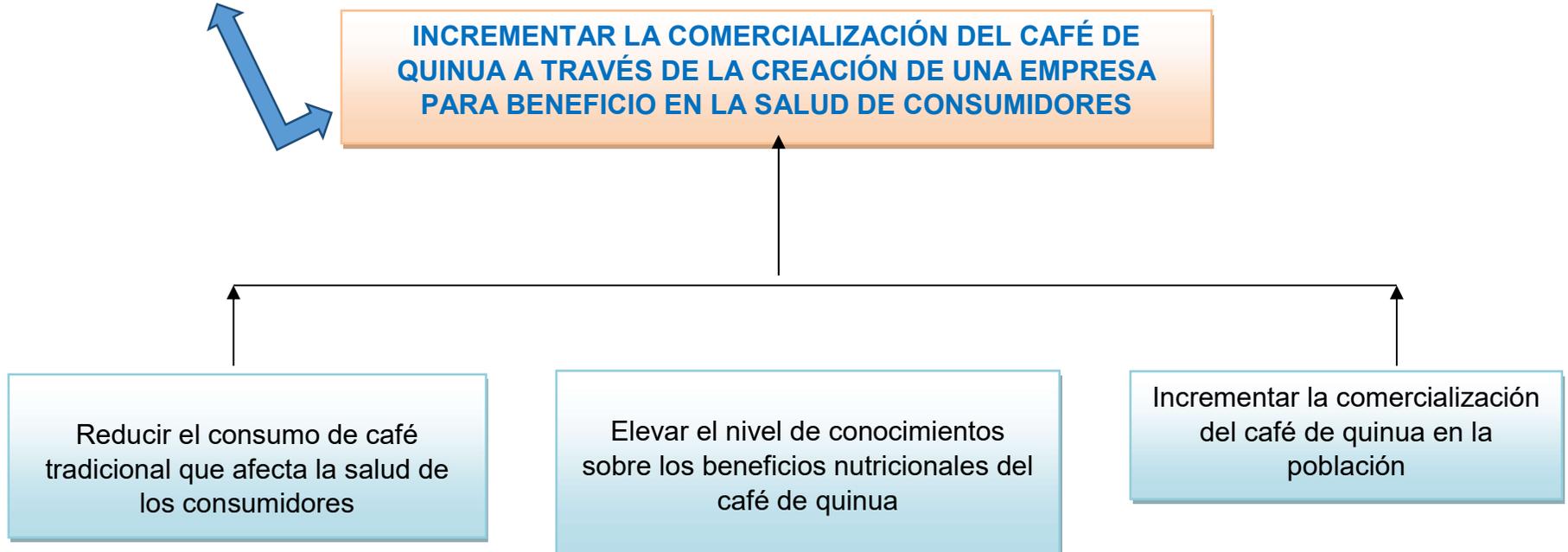


ANEXO B

### ÁRBOL DE OBJETIVOS



**CREAR UNA EMPRESA QUE AUMENTE LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE QUINUA PARA APROVECHAR SUS VALORES NUTRICIONALES EN BENEFICIO DE LA SALUD DE LOS CONSUMIDORES**



ANEXO C

# ÁRBOL DE RESULTADOS

